



# DESTINATION BRAND 20: ERSTE ERGEBNISSE WEBINAR AM 13. APRIL 2021

Wahrnehmung von Küstenreisezielen in Zeiten von Covid-19

Ellen Böhling und Ralf Trimborn, inspektour (international) GmbH





#### **Destination Brand – ein Kooperationsprojekt**









#### **Destination Brand – ein Kooperationsprojekt**











#### Was erwartet sie heute?

- 1. DESTINATION BRAND 20 auf einen Blick
- 2. Präsentation ausgewählter Ergebnisse für Küstenreiseziele
  - aus europäischen Quellmärkten im Vergleich und
  - mit Fokus auf dem Quellmarkt Deutschland
- 3. Zusammenfassung der Kernaussagen und Ausblick



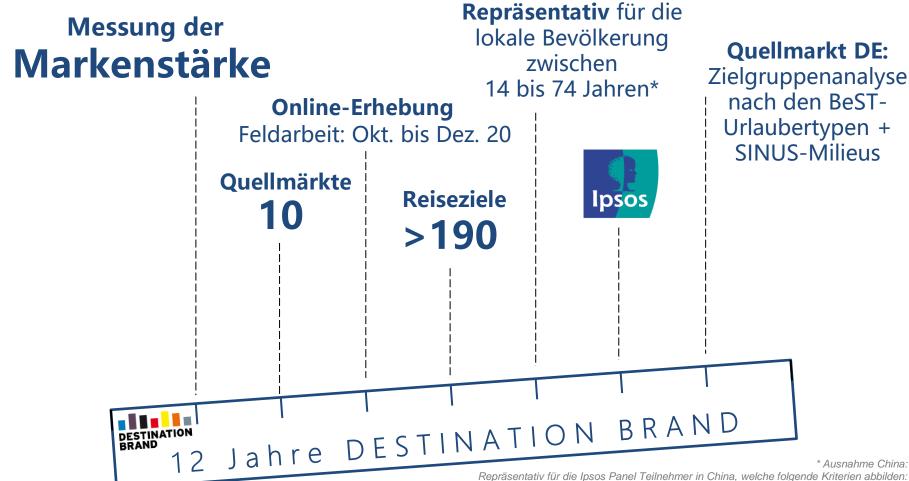


### **DESTINATION BRAND 20** auf einen Blick





#### **DESTINATION BRAND 20 auf einen Blick**



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 von ausgewählten Ergebnissen für Küstenreiseziele

# Quellmarkt Deutschland: Allgemeines Interesse an verschiedenen Urlaubsaktivitäten

#### Frage:

Wie sehr sind Sie daran interessiert, in Ihrem Urlaub mit mindestens einer Übernachtung folgende touristische Aktivitäten zu unternehmen?

"Baden und am Strand aufhalten"
"Thalassoangebote nutzen
(z.B. Behandlungen mit Meerwasser, Algen, Sand)"
"Gesundheitsangebote nutzen (selbstzahlend, nicht Kur)"
"Wellnessangebote nutzen"
"Wassersport ausüben (nicht Segeln)"
"Segeln"





#### Allgemeines Interessentenpotenzial – Quellmarkt Deutschland

	Ranking der untersuchten Urlaub	saktivitäte	en zum allgemeinen Interessentenpote	enzial
		% 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)

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



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





#### Allgemeines Interessentenpotenzial – Quellmärkte DACH + NL

				Ranking der untersuchten U	rlaubsak	tivität	en zu	m allo	geme	inen Interessentenpotenzial	
		٠			% 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	5	5	8	Baden / Strand	66%	25				Brauchtumsveranstaltungen	31%
5				Städtereise	63%	26				Familien	31%
6				Burgen	60%	27	22	20	32	Thalassoangebote	29%
7				Gärten / Parks	59%	28				Industriekultur	29%
8				Schlösser / Herrenhäuser	58%	29	25	29	33	Gesundheit	26%
9				Wandern	49%	30				Barrierefreier Urlaub	25%
10				Kultur	48%	31	24	22	30	Wassersport	25%
11				UNESCO Welterbestätten	45%	32				Bergsteigen	23%
12	9	9	22	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	35	34	35	Segeln	15%
20				Events	35%	41				Motorrad	15%
21				Rad fahren	35%	42				Volunteer	14%

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

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

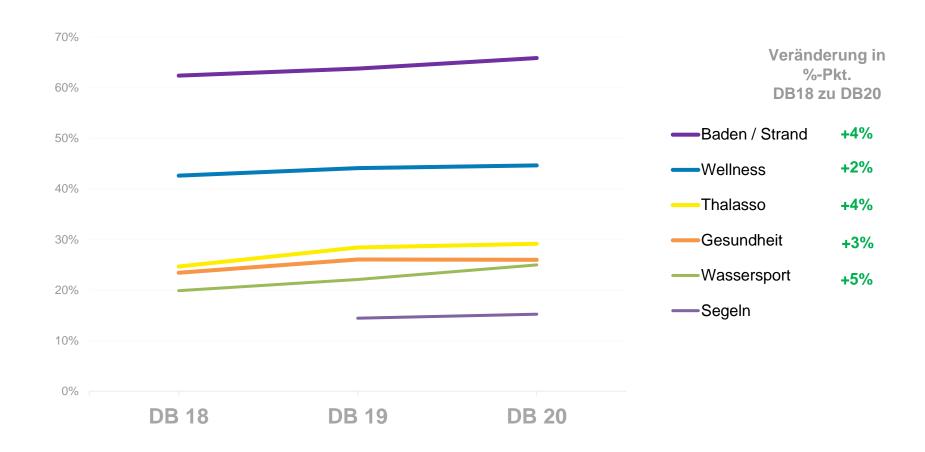


Quelle: inspektour (international) GmbH / DITF der FH Westküste, 2020





#### Allgemeines Interessentenpotenzial – Quellmarkt Deutschland **Veränderung DB18-DB20**



Basis: alle Befragte im QM Deutschland (n = mind. 4.000) Top-Two-Box: "5 = sehr großes Interesse" bis "1 = gar kein Interesse"; Angabe in % der Befragten

Quelle: inspektour (international) GmbH / DITF der FH Westküste, 2018-2020



# Europäische Märkte: Allgemeine Reiseabsichten der Interessierten an Baden / Strand

Reiseabsichten für:

Kurzreisen (mit 1-3 Übernachtungen)

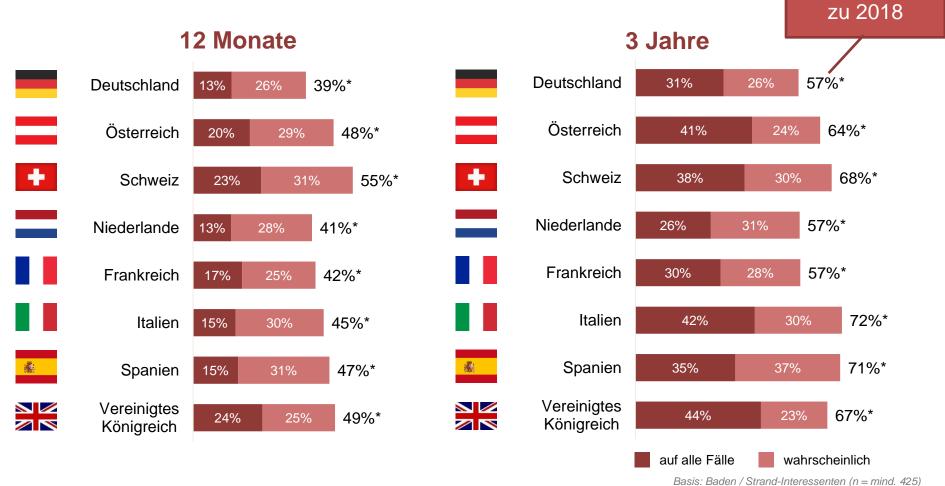
Längere Urlaubsreisen (mit 4 oder mehr Übernachtungen)





-9%-Punkte

Auslandsreiseabsicht der Interessierten an Baden / Strand für Kurzurlaube innerhalb der nächsten 12 Monate / 3 Jahren



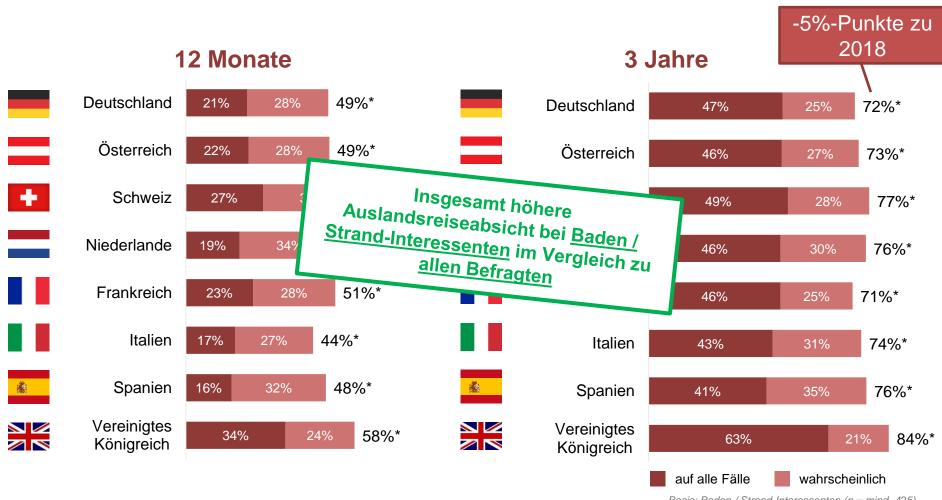
Top-Two-Box: "4 = auf alle Fälle" bis "1 = auf keinen Fall"; Angabe in % der Befragten

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





### Auslandsreiseabsicht der Interessierten an Baden / Strand für <u>längere Urlaube</u> innerhalb der nächsten <u>12 Monate / 3 Jahren</u>



Basis: Baden / Strand-Interessenten (n = mind. 425)

Top-Two-Box: "4 = auf alle Fälle" bis "1 = auf keinen Fall"; Angabe in % der Befragten

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

# Quellmarkt Deutschland: Allgemeine Inlands- und AuslandsReiseabsichten der Interessierten an Baden / Strand

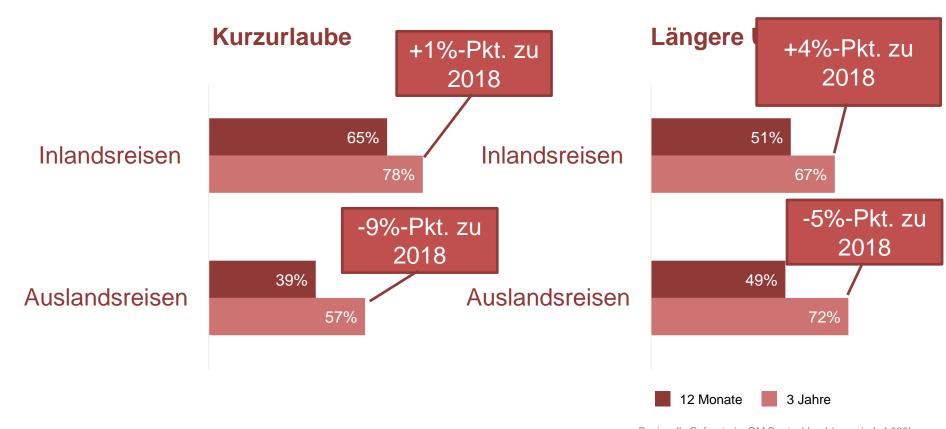
Reiseabsichten für:

Kurzreisen (mit 1-3 Übernachtungen) Längere Urlaubsreisen (mit 4 oder mehr Übernachtungen)





#### Quellmarkt DE: Allg. <u>Inlands- vs. Auslands</u>reiseabsicht der Interessierte an Baden / Strand



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: COVID-19: "Strategien" für zukünftigen Urlaub

Basis: Interessierte an "Baden / Strand"





### COVID-19: "Strategien" für zukünftige Urlaubsreisen – Quellmarkt DE Frage: "Worauf werden Sie in Zukunft bei Urlaubsreisen besonders achten?"

30% 40% 20% 50% 60% 70% 80% 90% Dass ich mit der Urlaubsregion vertraut bin. Alle Befragte Dass ich mit einem Reiseveranstalter reise, der sich bei Baden / Strand Notfällen um mich kümmert. Wellness Dass der Urlaubsort und die Urlaubsunterkunft hygienisch einwandfrei sind. Thalasso Dass ich **keinen engen Kontakt** mit fremden Menschen habe. Dass ich rasch wieder nach Hause kommen kann. Dass das Reiseland keine bzw. nur geringe COVID-19-Infektionen aufweist. Dass ich eine Unterkunftsform wähle, bei der ich möglichst getrennt von anderen Urlaubern wohne (z.B. Ferienwohnung statt Hotel). Dass ich mit dem eigenen Fahrzeug statt mit öffentlichen Verkehrsmitteln (Flug, Bus, Bahn, Schiff)

> Basis: alle Befragte, Baden / Strand-, Wellness- und Thalasso-Interessenten (n = mind. 5.536) Top-Two-Box: "5 = trifft voll und ganz zu" bis "1 = trifft ganz und gar nicht zu"; Angabe in % der Befragten



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

reise.





#### COVID-19: "Strategien" für zukünftige Urlaubsreisen Frage: "Worauf werden Sie in Zukunft bei Urlaubsreisen besonders achten?"

30% 40% 20% 50% 60% 70% 80% 90%

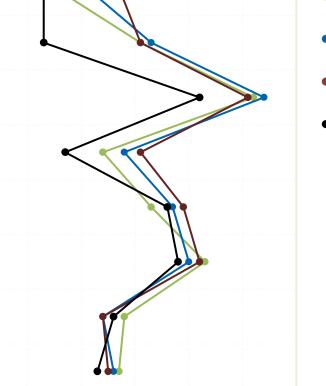
Dass ich mit der Urlaubsregion vertraut bin. Baden / Strand DE Dass ich mit einem Reiseveranstalter reise, der sich bei ■ Baden / Strand AT Notfällen um mich kümmert. Baden / Strand CH Dass der Urlaubsort und die Urlaubsunterkunft hygienisch einwandfrei sind. Baden / Strand NL Dass ich **keinen engen Kontakt** mit fremden Menschen habe.

Dass ich rasch wieder nach Hause kommen kann.

Dass das Reiseland keine bzw. nur geringe COVID-19-Infektionen aufweist.

Dass ich eine Unterkunftsform wähle, bei der ich möglichst getrennt von anderen Urlaubern wohne (z.B. Ferienwohnung statt Hotel).

Dass ich mit dem eigenen Fahrzeug statt mit öffentlichen Verkehrsmitteln (Flug, Bus, Bahn, Schiff) reise.



Basis: Baden / Strand-Interessenten (n = mind. 425)

Top-Two-Box: "5 = trifft voll und ganz zu" bis "1 = trifft ganz und gar nicht zu"; Angabe in % der Befragten



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

# Quellmarkt Deutschland: Ungestützte Bekanntheit von Küstenreisezielen

(offene Abfrage)

# Welche Reiseziele im Ausland fallen Ihnen spontan <u>für eine</u> <u>Urlaubsreise mit mindestens einer</u> <u>Übernachtung</u> ein?





## Ungestützte Bekanntheit von <u>internationalen</u> Küstenreisezielen TOP 10-Ranking im Quellmarkt Deutschland

#### \_\_\_\_ ... ab 1 Übernachtung

Ranking Küste	9	Gesamt- Ranking
1	Mallorca	14
2	Kanaren	32
3	Kreta	38
4	Teneriffa	48
5	Gran Canaria	51
6	Karibik	55
7	Fuerteventura	60
8	Toskana	61
9	Ibiza	66
10	Madeira	69

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

Basis: alle Befragte im QM Deutschland mit gültigen Nennungen (n = mind. 16.046)

# Welche Reiseziele im Inland fallen Ihnen spontan <u>für einen Kurzurlaub</u> / <u>längeren Urlaub</u> ein?





#### Ungestützte Bekanntheit von deutschen Küstenreisezielen **TOP 10-Ranking im Quellmarkt Deutschland**

#### ... für Kurzurlaube

Ranking Küste	1	Gesamt- Ranking
1	Ostsee/Ostseeküste	3
2	Nordsee/Nordseeküste	4
3	Rügen	14
4	Sylt	16
5	Mecklenburg- Vorpommern	24
6	Usedom/Insel Usedom	26
7	Kiel	36
8	Schleswig-Holstein	37
9	Lübeck	38
10	Rostock	42

		-

#### ... für längere Urlaube

Ranking Küste	)	Gesamt- Ranking
1	Ostsee/Ostseeküste	1
2	Nordsee/Nordseeküste	2
3	Rügen	11
4	Sylt	12
5	Usedom/Insel Usedom	17
6	Mecklenburg- Vorpommern	20
7	Schleswig-Holstein	28
8	Norderney	34
9	Mecklenburg	35
10	Fehmarn	40

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

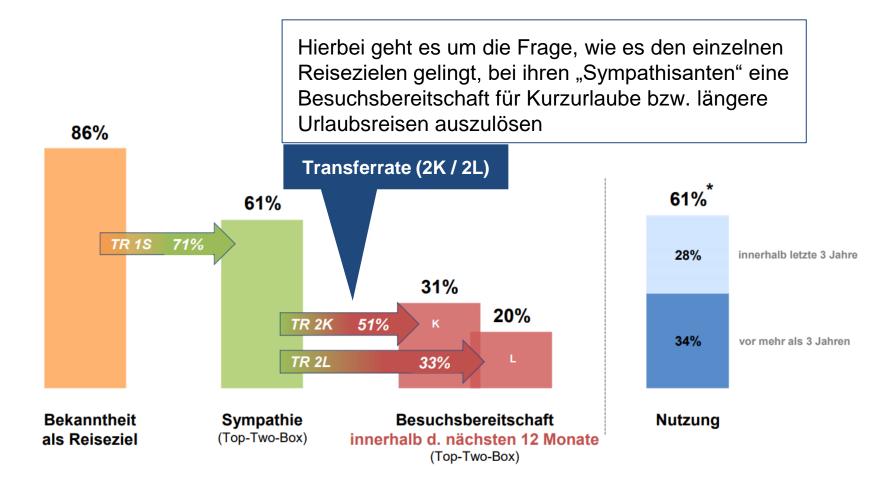
Basis: alle Befragte im QM Deutschland mit gültigen Nennungen (n = mind. 16.046)

# Quellmarkt Deutschland: Besuchspräferenzen Generelle Entwicklungen





#### Das Markenvierklang-Modell auf einen Blick



Basis: alle Befragte im QM Deutschland mit gültigen Nennungen (n = mind. 16.046)

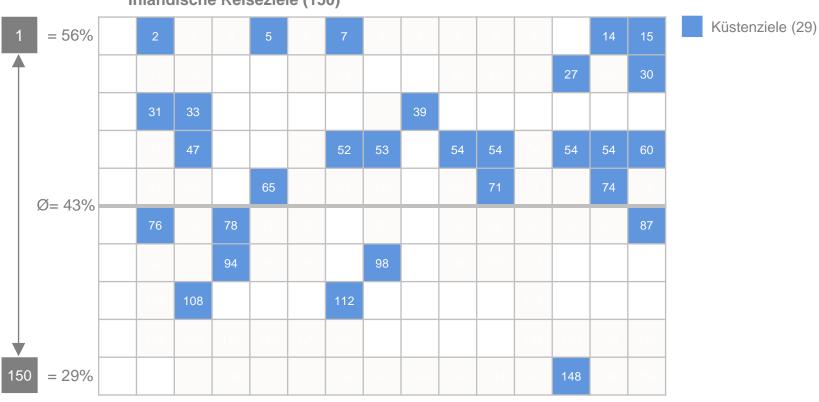
\* Mehrfachnennungen möglich; Angabe in % der Befragten





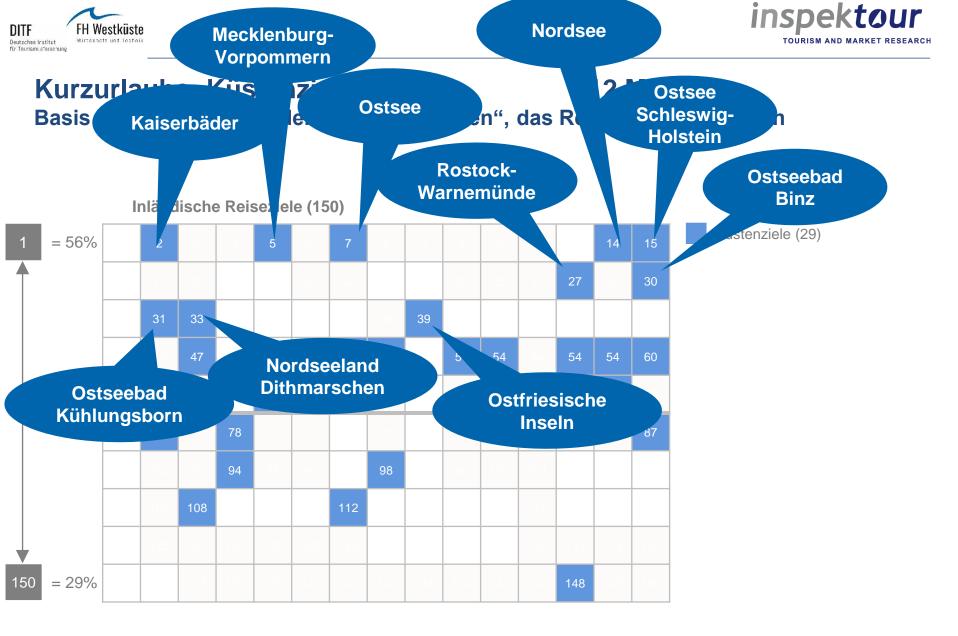
#### (12 Monate) Kurzurlaube: Küstenziele Basis TR2: Bereitschaft der "Sympathisanten", das Reiseziel zu besuchen

#### Inländische Reiseziele (150)



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





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

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

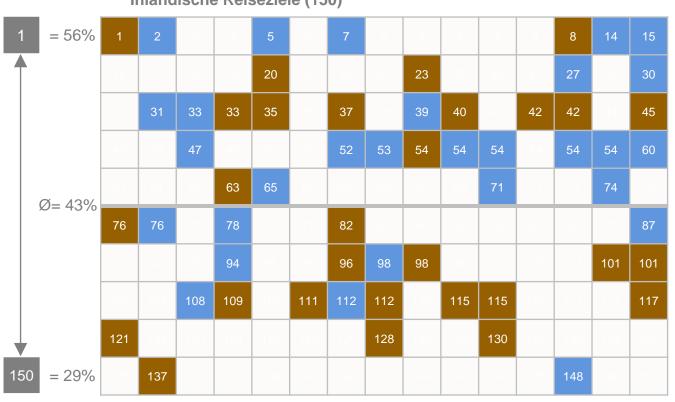
in Zusammenarbeit mit:





#### Kurzurlaube: Küstenziele vs. Mittelgebirge (12 Monate) Basis TR2: Bereitschaft der "Sympathisanten", das Reiseziel zu besuchen

#### Inländische Reiseziele (150)



Küstenziele (29) Mittelgebirge / Gebirgs- und Berglandschaften (29)

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

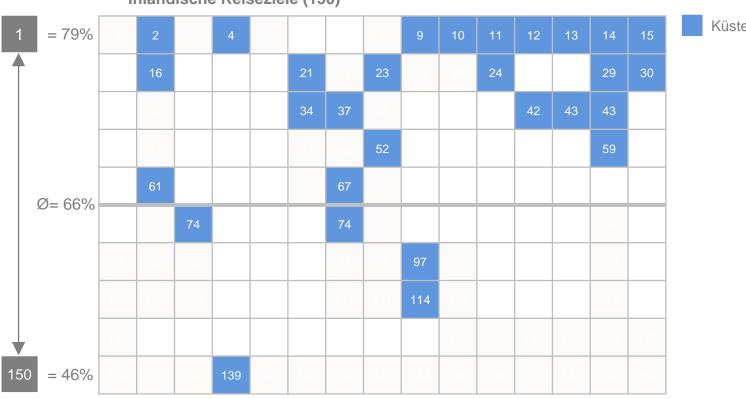
Quelle: inspektour (international) GmbH / DITF der FH Westküste, 2020





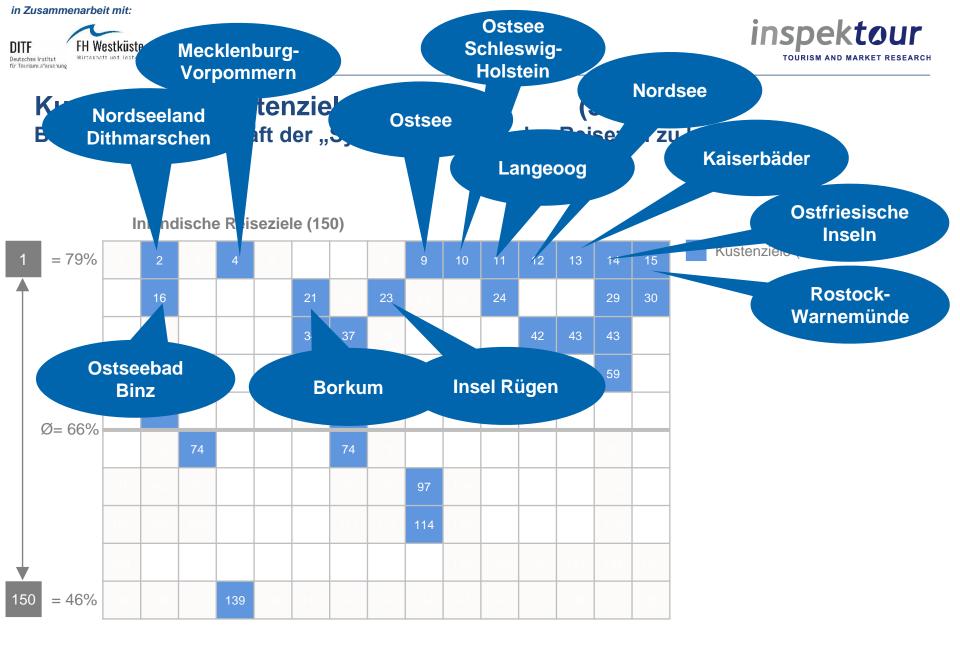
(3 Jahre) Kurzurlaube: Küstenziele Basis TR2: Bereitschaft der "Sympathisanten", das Reiseziel zu besuchen

#### Inländische Reiseziele (150)



Küstenziele (29)

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



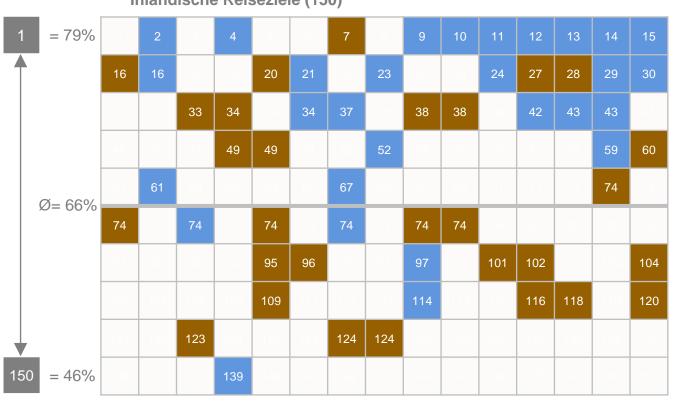
Basis: alle Befragte im QM Deutschland (n = 1.000 je Reiseziel) Angabe der Rangplätze auf Grundlage der Transferrate 2K (nächste 3 Jahre)





#### Kurzurlaube: Küstenziele vs. Mittelgebirge (3 Jahre) Basis TR2: Bereitschaft der "Sympathisanten", das Reiseziel zu besuchen

#### Inländische Reiseziele (150)



Küstenziele (29) Mittelgebirge / Gebirgs- und Berglandschaften (29)

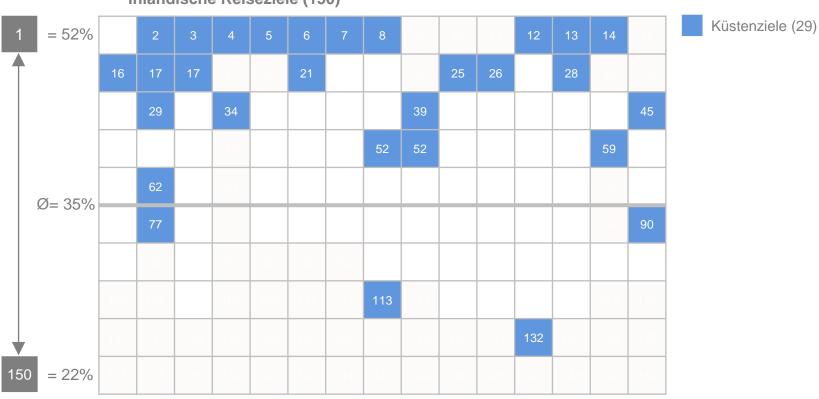
Basis: alle Befragte im QM Deutschland (n = 1.000 je Reiseziel) Angabe der Rangplätze auf Grundlage der Transferrate 2K (nächste 3 Jahre)



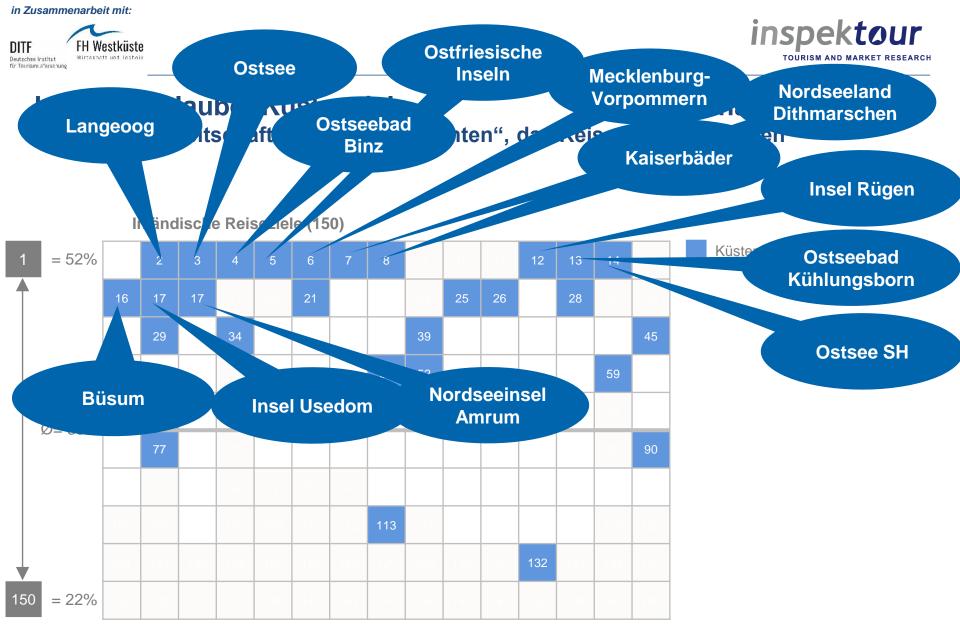


#### Längere Urlaube: Küstenziele (12 Monate) Basis TR2: Bereitschaft der "Sympathisanten", das Reiseziel zu besuchen

#### Inländische Reiseziele (150)



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



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

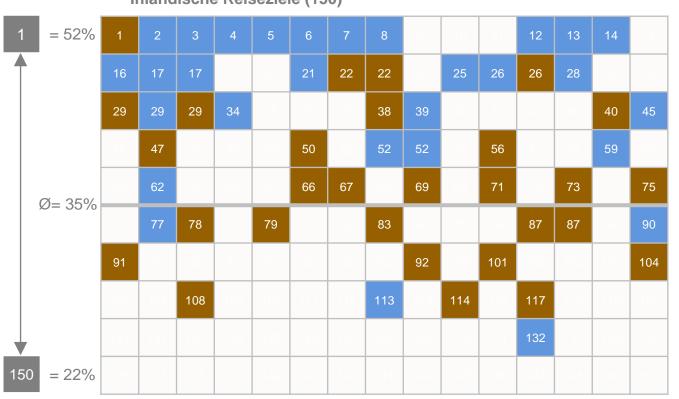
Quelle: inspektour (international) GmbH / DITF der FH Westküste, 2020





#### Längere Urlaube: Küstenziele vs. Mittelgebirge (12 Monate) Basis TR2: Bereitschaft der "Sympathisanten", das Reiseziel zu besuchen

#### Inländische Reiseziele (150)



Küstenziele (29) Mittelgebirge / Gebirgs- und

Berglandschaften (29)

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



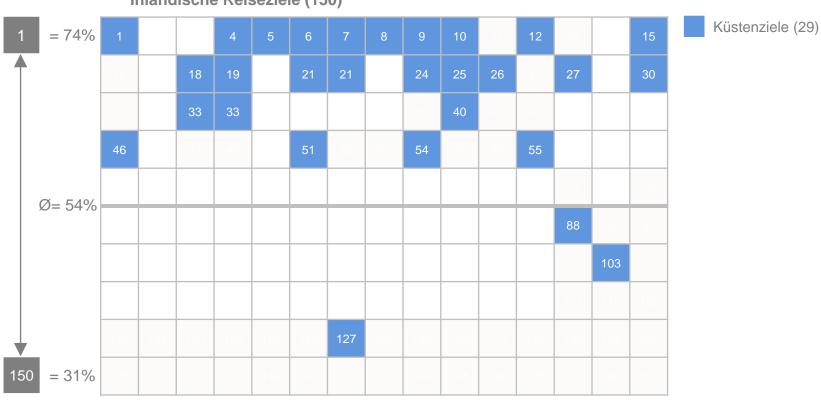
Quelle: inspektour (international) GmbH / DITF der FH Westküste, 2020





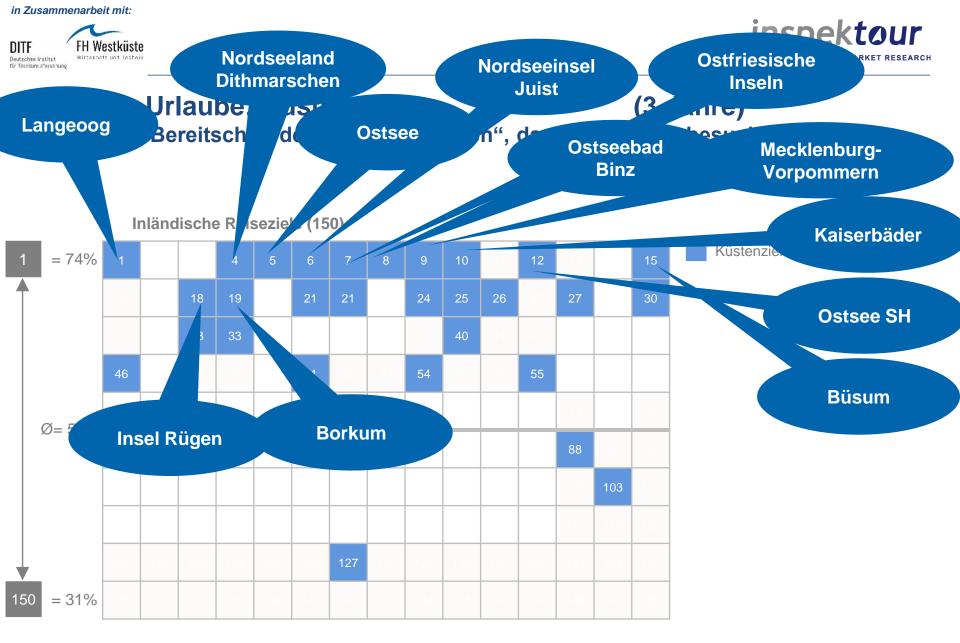
#### Längere Urlaube: Küstenziele (3 Jahre) Basis TR2: Bereitschaft der "Sympathisanten", das Reiseziel zu besuchen

#### Inländische Reiseziele (150)



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





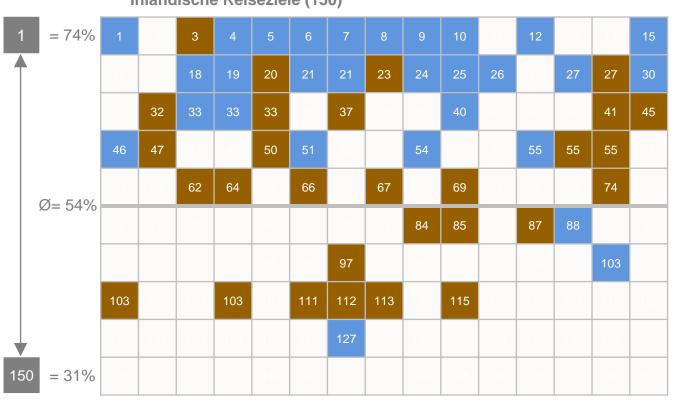
Basis: alle Befragte im QM Deutschland (n = 1.000 je Reiseziel) Angabe der Rangplätze auf Grundlage der Transferrate 2L (nächste 3 Jahre)





#### Längere Urlaube: Küstenziele vs. Mittelgebirge (3 Jahre) Basis TR2: Bereitschaft der "Sympathisanten", das Reiseziel zu besuchen

#### Inländische Reiseziele (150)



Küstenziele (29) Mittelgebirge / Gebirgs- und Berglandschaften (29)

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





### Zusammenfassung der Kernaussagen und Ausblick





#### Allgemeine Trends in europäischen Quellmärkten

In der 3-Jahres-Perspektive stimmen uns die nachfragebasierten Ergebnisse für Küstenreiseziele vorsichtig optimistisch:

- Das grundsätzliche Interesse an "Baden / Strand" ist während der Pandemie weiterhin gestiegen.
- Für längere Auslandsreisen haben Baden / Strand-Interessierte in den europäischen Quellmärkten umfangreiche Pläne innerhalb der nächsten 3 Jahre.
- Bei kurzen Auslandsreisen sind die Pläne insgesamt etwas zurückhaltender.













Source: inspektour (international) GmbH / DITF of the FH Westküste, 2020





#### Zusätzliche Beobachtungen für den Quellmarkt Deutschland

 Die Besuchspräferenzen der Deutschen konzentrieren sich aktuell (12-Monats-Perspektive) eher auf heimische Regionen – auch Küstenreiseziele.



- Deutsche Küstenreiseziele sind im "Relevant Set" als Urlaubsziele stärker präsent.
- Für längere Urlaube und sowohl für die 12-Monate als auch die 3-Jahres-Perspektive steigen die Besuchspräferenzen für Küstenreiseziele und werden verstärkt in Betracht gezogen.





## Herausforderungen durch die aktuelle Risikowahrnehmung potentieller Interessenten an Baden / Strand

Solange die Pandemie jedoch nicht überwunden ist, sind folgende COVID-19-bezogenen "Strategien" für die Urlaubsplanung insbesondere von Bedeutung:

- Gefühlt spielen Hygiene und Sicherheit (noch) eine entscheidende Rolle bei der Wahl des Reiseziels und
- die Menschen ziehen es vor, nicht so weit zu reisen.

Diese Aspekte haben in allen europäischen Quellmärkten mit nur geringen Unterschieden eine hohe Relevanz und sollten im Destinationsmarketing berücksichtigt werden.



Source: inspektour (international) GmbH / DITF of the FH Westküste, 2020





### 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





#### **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