

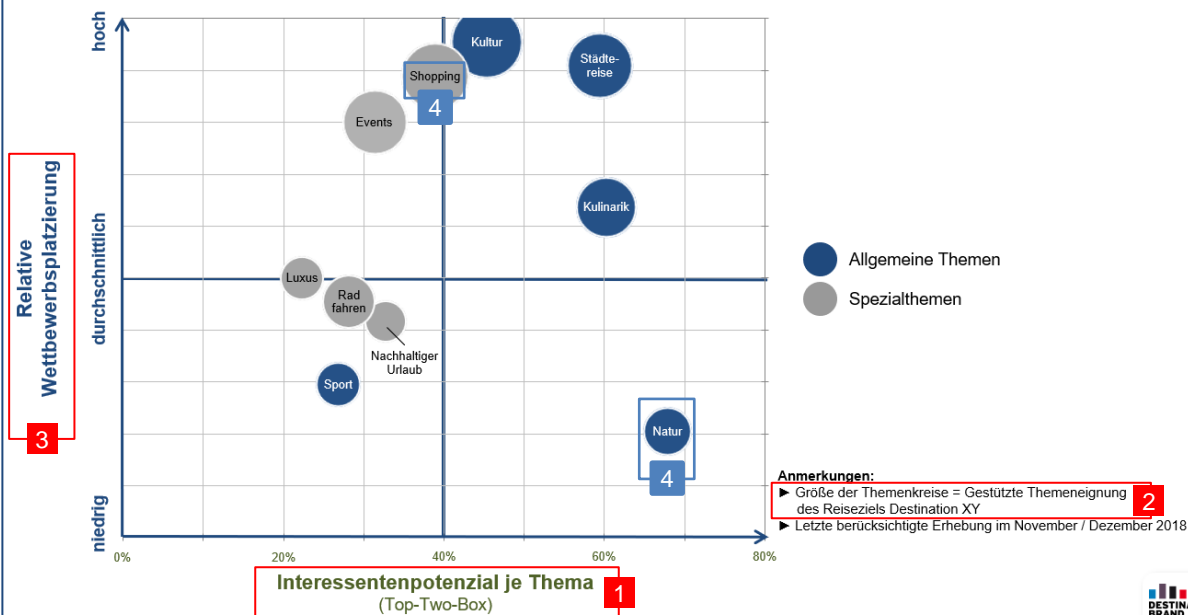
## 4.4 Analyse-Quadrant

### Analyse-Quadrant Destination XY

> Kategorie für relative Wettbewerbsplatzierung:  
Alle untersuchten Destinationen (bis zu 45 Reiseziele je Thema)

■ Destination XY

Quellmarkt: Deutschland  
Basis: Alle Befragte  
Anzahl der Befragten: 1.000



1

„Nachfrage“: Das **allgemeine Interessentenpotenzial** je Thema wird durch die Position auf der X-Achse (waagrecht) veranschaulicht. Je größer das Interesse der repräsentierten Bevölkerung an den jeweiligen Urlaubsaktivitäten ist, umso weiter rechts ordnet sich das jeweilige Thema in dem Quadranten ein.

2

„Angebot“: Die zugesprochene **Themeneignung** der Destination XY wird durch die jeweilige Größe der „Themenkreise“ dargestellt. Je größer der jeweilige „Themenkreis“ ist, desto mehr wird die Destination XY von den Befragten für das betreffende Thema für geeignet gehalten.

3

„Konkurrenz“: Die **relative Wettbewerbsplatzierung** der Destination XY in der Kategorie „alle untersuchten Destinationen je Thema“ wird durch die Position des jeweiligen Themas auf der Y-Achse (senkrecht) verdeutlicht. Je besser die Destination XY beim Konkurrenzvergleich je Thema abschneidet, umso weiter oben ist das jeweilige Thema in dem Quadranten platziert.

**Kernfrage:** Wie können die **Kernergebnisse der dreidimensionalen Wettbewerbsanalyse** zur Themenkompetenz der Destination XY zusammengefasst werden? – Lesebeispiel: „Natur“ & „Shopping“

- ▶ Das Thema „Natur“ zeichnet sich durch ein sehr hohes allgemeines Interessentenpotenzial aus (siehe Position weit rechts auf der X-Achse). Allerdings wird der Destination XY für das Thema „Natur“ eine verhältnismäßig niedrige Themeneignung zugesprochen (siehe kleiner „Themenkreis“), womit die Destination XY im Konkurrenzvergleich damit eine deutlich unterdurchschnittliche relative Wettbewerbsplatzierung erzielt (siehe Position im unteren Bereich auf der Y-Achse).
- ▶ Demgegenüber fällt das allgemeine Interessentenpotenzial der deutschen Bevölkerung für das Thema „Shopping“ deutlich geringer aus (siehe Position im mittleren Bereich der X-Achse). Jedoch kann die Destination XY bei diesem Thema einen starken Eignungszuspruch vorweisen (siehe großer „Themenkreis“) und erreicht damit eine hohe relative Wettbewerbsplatzierung (siehe Position im oberen Bereich auf der Y-Achse).

4