

FACT SHEET DESTINATION BRAND 24

Zusatzerhebung in Polen, Tschechien und Dänemark

Im Rahmen von DESTINATION BRAND 24 Zusatzerhebung PL, CZ + DK werden im Herbst 2024 die Inhalte aus DESTINATION BRAND 23 und 22, konkret

das **Image von Reisezielen als Tourismus- und Lebensraum +**
die **Spontan-Assoziationen zu Reisezielen**
in den Quellmärkten
Polen | Tschechien | Dänemark

parallel in einer Online-Erhebung bevölkerungsrepräsentativ gemessen.

ZUSATZERHEBUNG ZU DESTINATION BRAND 23

Modul 1: Angebote + Infrastruktur

Modul 2: Lebensqualität + Willkommenskultur

Sie möchten wissen, wie die Willkommenskultur, Lebensqualität und die Auswirkungen des Tourismus in Ihrem Reiseziel von außen eingeschätzt werden? Wie ausgewählte touristische Angebote und die Infrastruktur (z.B. die Erreichbarkeit, Beherbergung, Mobilität vor Ort) in Ihrem Reiseziel von potenziellen Gästen und Besuchern in der Vergangenheit bewertet werden? Wie hoch die Relevanz touristischer Aspekte, Angebote und Infrastrukturen für die nachfrageseitige Reisezielentscheidung ist und wie Ihre Destinationsmarke im Vergleich zu Wettbewerbern beurteilt wird?

Was erhalten Sie?:

- **Aussagen zur Bewertung der touristischen Angebote + Infrastruktur Ihres Reiseziels** durch die repräsentierte Bevölkerung basierend auf einer dreidimensionalen Wettbewerbsanalyse:
 - **Nachfrage:** Erhebung der allgemeinen (d.h. reisezielunabhängigen) Relevanz von mehr als 30 touristischen Angeboten und Infrastrukturelementen bei der Reisezielentscheidung
 - **Angebot:** Nachfrageorientierte Beurteilung Ihrer Destination zu insgesamt 15 touristischen Aspekten, Angeboten + Infrastrukturelementen (8 allgemeine und 7 frei wählbare) + offene Top of Mind-Abfrage zu Reisezielen mit der höchsten Attraktivität
 - **Konkurrenz:** Ihre Angebots- / Infrastrukturbewertung im Ranking zu anderen Reisezielen aus dem In- und Ausland

Was erhalten Sie?:

- **Aussagen zur Markenpersönlichkeit** durch die (gestützte) Beurteilung von Eigenschaften Ihres Reiseziels zur Lebensqualität + Willkommenskultur durch die repräsentierte Bevölkerung basierend auf einer dreidimensionalen Wettbewerbsanalyse:
 - **Nachfrage:** Erhebung der allgemeinen (d.h. reisezielunabhängigen) Relevanz von 10 Eigenschaften bei der Reisezielentscheidung
 - **Angebot:** Nachfrageorientierte Beurteilung Ihrer Destination zur Lebensqualität und den Auswirkungen des Tourismus allg. sowie zu insgesamt 10 festgelegten Eigenschaften bzgl. der Lebensqualität / Willkommenskultur (fix für alle teilnehmenden Destinationen)
 - **Konkurrenz:** Ihre Beurteilung zu den abgefragten Inhalten im Ranking zu anderen Reisezielen aus dem In- und Ausland

ZUSATZERHEBUNG ZU DESTINATION BRAND 22

Modul 3: Spontan-Assoziationen

Sie möchten wissen, welche Eigenschaften, Attribute und Werte mit Ihrer Destination spontan in Verbindung gebracht werden? Was typisch für Ihr Reiseziel ist? Ob Ihre Destinationsmarke beispielsweise als szenig, gastfreundlich, inspirierend oder erlebnisreich wahrgenommen wird?

Was erhalten Sie?:

- **Aussagen zu den Spontan-Assoziationen** der repräsentierten Bevölkerung des jeweiligen Quellmarktes zur Frage „Was fällt Ihnen spontan zum Reiseziel „*Name Ihres Reiseziels*“ ein?“:
 - **Clusterung** der Vielzahl an verschiedenen **Einzelantworten** in Oberkategorien (mit jeweils mind. 20 Nennungen) und den jeweils zugehörigen Unterkategorien (mit jeweils mind. 5 Nennungen)
 - **Wordcloud zu den Top 20 Unterkategorien** auf Basis aller Befragten
 - **Zusätzliche differenzierte Auswertung** der Top 20 Unterkategorien nach bis zu 6 individuell definierbaren Zielgruppen sowie den Teilgruppen: Potenzielle Gäste + Besucher in der Vergangenheit

Weitere standardmäßige Datenaufbereitungen:

Modul 1, 2 und 3:

- Standard-Zielgruppenanalyse nach bis zu 6 individuell definierbaren Zielgruppen
- Differenzierung der Kernergebnisse nach Teilgruppen: Potenzielle Gäste + Besucher in der Vergangenheit

Zusätzlich für Modul 1 und 2:

- Soziodemografische Differenzierungen der Kernergebnisse nach 8 Kriterien (z.B. Alter, Herkunft)
- Konkurrenzvergleich zu allen untersuchten Reisezielen je Quellmarkt

Methodik und Zeitplan:

- Methodik: Online-Erhebung in Landessprache (Quoten-Stichprobe) im Okt. / Nov. 2024
- Hohe Fallzahl: Mindestens 1.000 Befragte je Reiseziel je Quellmarkt
- Repräsentativ für die in Privathaushalten lebende Bevölkerung im Alter von 14-74 Jahren des jeweiligen Landes
- Datenaufbereitung: Je Modul je Quellmarkt wird jeweils 1 Berichtsband erstellt (PDF-Datei).
- Datenlieferung Modul 1, 2 und 3: Komplettberichtsband ab Ende März 2025

DESTINATION BRAND 24 | Konditionen

Sie können für Ihre diesjährige Beteiligung aus bis zu 3 Quellmärkten wählen. Nachfolgend finden Sie eine Übersicht der Preise (netto) je Quellmarkt:

| | Preis (netto) je Reiseziel je Quellmarkt | |
|---|---|---|
| Modul 1: Angebote + Infrastruktur Zusatzerhebung zu Destination Brand 23 | 4.500 € | |
| Modul 2: Lebensqualität + Willkommenskultur Zusatzerhebung zu Destination Brand 23 | 3.900 € | |
| Modul 3: Spontan-Assoziationen Zusatzerhebung zu Destination Brand 22 | 3.500 € | |
| | Bei Buchung ab 2 Teilstudien (Modul 1, 2 und / oder 3): | Bei Buchung ab 3 Teilstudien (Modul 1, 2 und / oder 3): |
| Ihr Vorteil (quellmarktunabhängig) | 5% Rabatt | 10% Rabatt |

(Die Versteuerung gilt für Unternehmen mit Sitz in der Bundesrepublik Deutschland)

Wichtig zu wissen:

- Die Durchführbarkeit der Erhebung von Modul 1, 2 und 3 sowie die Anzahl von Vergleichsdestinationen im Rahmen der Konkurrenzanalyse (gilt für Modul 1 und 2) ist abhängig von der jeweils quellmarktspezifischen Auftragslage. Den aktuellen Beteiligungsstatus erfahren Sie bei uns.
- Für die Konkurrenzanalyse werden nur diejenigen Destinationen berücksichtigt, die sich für die Erhebung im entsprechenden Quellmarkt bis zum 30.09.2024 angemeldet haben.
- Ein Zeitvergleich ist aufgrund der erstmaligen Durchführung der angebotenen drei Module in den Quellmärkten Polen, Tschechien und Dänemark nicht möglich.
- Die Fallzahl liegt jeweils bei mindestens n = 1.000 je Reiseziel je Quellmarkt. Bei einem gestützten Bekanntheitsgrad von unter 12% ist bei der Interpretation der Ergebnisse der (Standard-) Zielgruppenanalysen sowie der soziodemografischen Differenzierungen eine höhere statistische Unsicherheit zu berücksichtigen.

Anmeldung für die Teilnahme an DB24 Zusatzerhebung PL, CZ + DK:

**Anmeldefrist:
30.09.2024**

Bitte senden Sie uns den ausgefüllten DB24 Zusatzerhebung PL, CZ + DK-Auswertungsauftrag

- per E-Mail an: ellen.boehling@inspektour.de
- postalisch an: **inspektour (international) GmbH**
Osterstraße 124, 20255 Hamburg

Download unter: <https://destination-brand.com/teilnahme-destination-brand-24/>

