

# FACT SHEET DESTINATION BRAND 24

## Einwohnerbefragung zum Selbstbild von Reisezielen

Sie möchten wissen, für wie sympathisch Ihr Reiseziel von den Einwohnern eingeschätzt wird? Ob die Einheimischen ihre(n) Wohnort / -region als Reiseziel für einen Kurz- oder Langurlaub empfehlen würden? Für welche Urlaubsaktivitäten sie Ihre Destination für geeignet gehalten? Und welche Freizeitaktivitäten von den Einwohnern selbst wahrgenommen werden? Welche Eigenschaften, Attribute und Werte werden von Einheimischen mit Ihrem Reiseziel in Verbindung gebracht? Was ist typisch für Ihre Destination? Wie werden ausgewählte touristische Angebote und die Infrastruktur in Ihrem Reiseziel von den Einwohnern bewertet? Und wie wird Ihre Destinationsmarke im Vergleich zu Wettbewerbern aus der jew. Einwohnersicht beurteilt?

Im Rahmen der DESTINATION BRAND 24 Selbstbildstudie wird im Herbst 2024 über Einwohnerbefragungen das Selbstbild von Reisezielen gemessen, konkret durch die Messung

der **Spontan-Assoziationen**,  
 der **Themeneignung, Angebote + Infrastruktur** und / oder  
 der **Markenstärke + Markenwerte**  
 parallel in einer Einwohnerbefragung im jeweiligen Reiseziel.

### Methodik und Zeitplan

- Im Rahmen der DB24-Selbstbildstudie werden die Möglichkeiten zur Durchführung einer Einwohnerbefragung für jedes Reiseziel je nach Einwohnerzahl, Gebietsgröße und -charakter (siehe städtisch oder ländlich) sowie Erreichbarkeit der Einwohner via Online-Panels und Social Media Recruiting individuell ermittelt. Basierend darauf ergibt sich für jedes Reiseziel eine individuelle Zusammenstellung der verfügbaren Erhebungsinstrumente (Online-Panel-Befragung, Online-Befragung basierend auf Social Media Recruiting und Telefon-Befragung).
- **Fallzahl:** Auf Grundlage der erläuterten Erhebungsparameter kann im Rahmen der DB24-Selbstbildstudie für die teilnehmenden Destinationen ein Erhebungsumfang von entweder mind. 400 Befragten (Destinationskategorie A) oder mind. 250 Befragte (Destinationskategorie B) angeboten werden.
- **Methodik** je nach individuellen Voraussetzungen: Entweder reine Online-Panel-Befragung oder Kombination aus Online-Panel-Befragung, Online-Befragung basierend auf Social Media Recruiting (dies bezeichnet die Gewinnung von Befragungsteilnehmern über Facebook und Instagram durch Anzeigenschaltung und Weiterleitung auf die Online-Befragung) und Telefon-Befragung
- **Quotierung** je nach individuellen Voraussetzungen: Grobquotierung (Destinationskategorie A) bzw. Bemühen („Best Effort“) um eine Grobquotierung der Stichprobe (Destinationskategorie B) nach einer Kreuzquote aus „Geschlecht x Alter“ mit den 3 Altersklassen (16-34 J., 35-54 J. und 55-74 J.) sowie im Falle von regionsbezogenen Destinationen einer Quote zur regionalen Verteilung innerhalb Ihres Reiseziels
- **Zeitraum der Feldarbeit:** Oktober bis Dezember 2024 || **Datenlieferung:** ab Ende April 2025
- **Datenaufbereitung:** 1 Berichtsband je Modul (PDF-Datei)

### DESTINATION BRAND 24-Selbstbildstudie | Konditionen

Sie können für Ihre diesjährige Beteiligung aus bis zu 3 Modulen wählen. Die diesjährigen Preise sind abhängig von der von Ihnen insgesamt gebuchten Anzahl an Modulen gestaffelt.

Die Durchführbarkeit einer Einwohnerbefragung für ein Reiseziel, die dabei anwendbare Erhebungsmethodik sowie die dafür anfallenden Erhebungskosten sind im entscheidenden Maße abhängig von den oben aufgeführten Parametern (insbesondere von der Einwohnerzahl).

Die für Ihr spezifisches Reiseziel anwendbare Erhebungsmethodik sowie die daraus resultierenden Preise für Ihre Destination entnehmen Sie bitte Ihrem individuellen Auswertungsauftrag.

## Modul 1: Spontan-Assoziationen

Sie möchten wissen, was Einwohnern spontan zu Ihrem Reiseziel einfällt? Welche Themen und Eigenschaften mit Ihrer Destination in Verbindung gebracht werden? Was typisch für Ihr Reiseziel ist?

### Was erhalten Sie?:

- **Aussagen zu den Spontan-Assoziationen** der einheimischen Bevölkerung des jeweiligen Reiseziels zur Frage „Wenn Sie an „Name Ihres Reiseziels“ als ein Urlaubsziel denken: Was fällt Ihnen dann ganz spontan 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 zielgruppenbezogenen Basiskriterien (z.B. Nutzung von Freizeitaktivitäten, Zufriedenheit mit Wohnort / -region)

## Modul 2: Themen, Angebote + Infrastruktur

Sie möchten wissen, für welche Urlaubsaktivitäten Einheimische Ihre Destination für geeignet halten? Und welche Freizeitaktivitäten sie selbst vor Ort wahrnehmen? Wie ausgewählte touristische Angebote und die Infrastruktur (z.B. die Erreichbarkeit, Beherbergung, Mobilität vor Ort) in Ihrem Reiseziel aus Einwohnersicht bewertet werden?

### Was erhalten Sie?:

- **Aussagen zur Themenkompetenz Ihres Reiseziels** bei der einheim. Bevölkerung basierend auf:
  - **Angebot:** Beurteilung der gestützten Themeneignung Ihrer Destination zu insg. 10 Urlaubsaktivitäten (5 allgemeine und 5 frei wählbare)
  - **Konkurrenz:** Ihre Themeneignung im Ranking zu anderen Reisezielen
- **Aussagen zur Bewertung der touristischen Angebote + Infrastruktur Ihres Reiseziels** durch die einheimische Bevölkerung basierend auf:
  - **Angebot:** Gestützte Beurteilung Ihrer Destination zu insgesamt 15 touristischen Angeboten + Infrastrukturelementen (8 allgemeine und 7 frei wählbare)
  - **Konkurrenz:** Ihre Angebots- / Infrastrukturbewertung im Ranking zu anderen Reisezielen
- **Erhebung der allg. Nutzung / Häufigkeit der Nutzung** von ausgewählten Angeboten als Freizeitaktivität durch die Einwohner

## Modul 3: Markenstärke + Markenwerte

Sie möchten wissen, für wie sympathisch und attraktiv Ihr Reiseziel von den Einwohnern eingeschätzt wird? Ob Einheimische ihre(n) Wohnort / -region als Reiseziel für einen Kurz- oder Langurlaub empfehlen? Welche Attribute und Werte diese mit Ihrer Destination in Verbindung bringen? Wie die Lebensqualität und Willkommenskultur in Ihrem Reiseziel aus Einwohnersicht eingeschätzt werden?

### Was erhalten Sie?:

- **Aussagen zum Markenwert Ihres Reiseziels** bei der einheimischen Bevölkerung in Anlehnung an die Messung der Markenstärke, über die zwei Stufen:
  - Sympathie / Gesamt-Attraktivität
  - Besuchsempfehlung (Kurz- / Langurlaub)
- **Aussagen zur Markenpersönlichkeit** durch die Beurteilung von Eigenschaften Ihres Reiseziels durch die einheimische Bevölkerung basierend auf:
  - **Angebot:** Gestützte Beurteilung Ihrer Destination zu insgesamt 10 Profileigenschaften (5 allgemeine und 5 frei wählbare) sowie zu insgesamt 10 weiteren festgelegten Eigenschaften bzgl. der Lebensqualität / Willkommenskultur (fix für alle teilnehmenden Destinationen)
  - **Konkurrenz:** Ihre Beurteilung zu den abgefragten Eigenschaften im Ranking zu anderen Reisezielen

## Standardmäßige Datenaufbereitungen für Reiseziele aus Destinationskategorie A:

### Modul 1, 2 und 3:

- Univariater Ergebnisüberblick + zielgruppenbezogene Basisdifferenzierungen (Kriterien werden für alle Kunden gleichermaßen angewendet, sofern jeweils fallzahltechnisch umsetzbar, z.B. Nutzung von Freizeitaktivitäten, Zufriedenheit mit Wohnort / -region)

### Zusätzlich für Modul 2 und 3:

- Konkurrenzvergleich zu allen untersuchten Reisezielen + Soziodemografische Basisdifferenzierungen der Kernergebnisse

## Standardmäßige Datenaufbereitungen für Reiseziele aus Destinationskategorie B:

### Modul 1, 2 und 3:

- Univariater Ergebnisüberblick + zielgruppenbezogene Basisdifferenzierungen (Kriterien werden für alle Kunden gleichermaßen angewendet, sofern jeweils fallzahltechnisch umsetzbar, z.B. Nutzung von Freizeitaktivitäten, Zufriedenheit mit Wohnort / -region)

### Zusätzlich für Modul 2 und 3:

- Konkurrenzvergleich zu allen untersuchten Reisezielen

### Wichtig zu wissen:

- Die Anzahl von Vergleichsdestinationen im Rahmen der Konkurrenzanalyse (gilt für Modul 1 und 2) ist abhängig von der DB24 Selbstbildstudie-Auftragslage. Den aktuellen Beteiligungsstatus erfahren Sie bei uns.
- Für die Konkurrenzanalyse werden nur diejenigen Destinationen berücksichtigt, die sich für die Erhebung bis zum 30.09.2024 angemeldet haben.
- Ein Zeitvergleich ist aufgrund der erstmaligen Durchführung der Destination Brand 24-Selbstbildstudie und der damit angebotenen drei Module nicht möglich.
- Die Fallzahl liegt jeweils bei  $n = 400$  je Reiseziel (Destinationskategorie A) bzw.  $n = 250$  je Reiseziel (Destinationskategorie B).

## Anmeldung für die Teilnahme an der DB24-Selbstbildstudie:

Anmeldefrist:  
**30.09.2024**

Bitte senden Sie uns den ausgefüllten DB24-Selbstbildstudie-Auswertungsauftrag

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



Gerne helfen wir Ihnen beim Ausfüllen des Auswertungsauftrages, melden Sie sich jederzeit gerne bei uns!