

in Zusammenarbeit mit:



Infografiken
für das Reiseziel
Schwerin



DESTINATION BRAND 16

DIE THEMENKOMPETENZ DEUTSCHER REISEZIELE



Kundenorientierte Bewertung der Themenkompetenz



Insgesamt 17.000 Befragte | Bevölkerungsrepräsentativ



Untersuchung der Themeneignung von 172 deutschen Reisezielen



2016

DEZ.

2016

NOV.

LAUFZEIT

DESIGN



172 REISE ZIELE



17.000 BEFRAGTE
1.000 je Destination



REPRÄSENTATIV

für in Privathaushalten lebende deutschsprachige Bevölkerung
im Alter von 14-74 Jahren (56,716 Mio. Personen)



Allgemeines Interesse an über 60 Urlaubsthemen

Themeneignung je Destination



SCHWERPUNKTE



Drei Köpfe – sie stehen für **die Befragten** der Online-Erhebung durch die GfK. Ohne inhaltlichen Zusatz dargestellt, bilden sie die gesamte Stichprobe ab. Haben Sie ein Thema im Kopf, repräsentieren sie die Gruppe der **Themen-Interessenten**, die allgemein (d.h. reisezielunabhängig) Interesse an der jeweiligen Urlaubsart oder -aktivität haben.

ICON INFO

NACHFRAGE

Die Glühbirne – sie stellt das **allgemeine** (d.h. reisezielunabhängige) **Interesse aller Befragten** (17.000 Personen) an den jeweiligen Urlaubsthemen dar.

„Top-Two-Box-Werte“
der jew. 5er Skala (in %)

ANGEBOT

Der Bizeps – er zeigt die nachfrageseitig zugesprochene **Themeneignung** oder -kompetenz Ihres Angebots bzw. Ihrer Destination an. In den folgenden Infografiken werden die gestützten Beurteilungen durch die jeweiligen **Themen-Interessenten** präsentiert.



KONKURRENZ

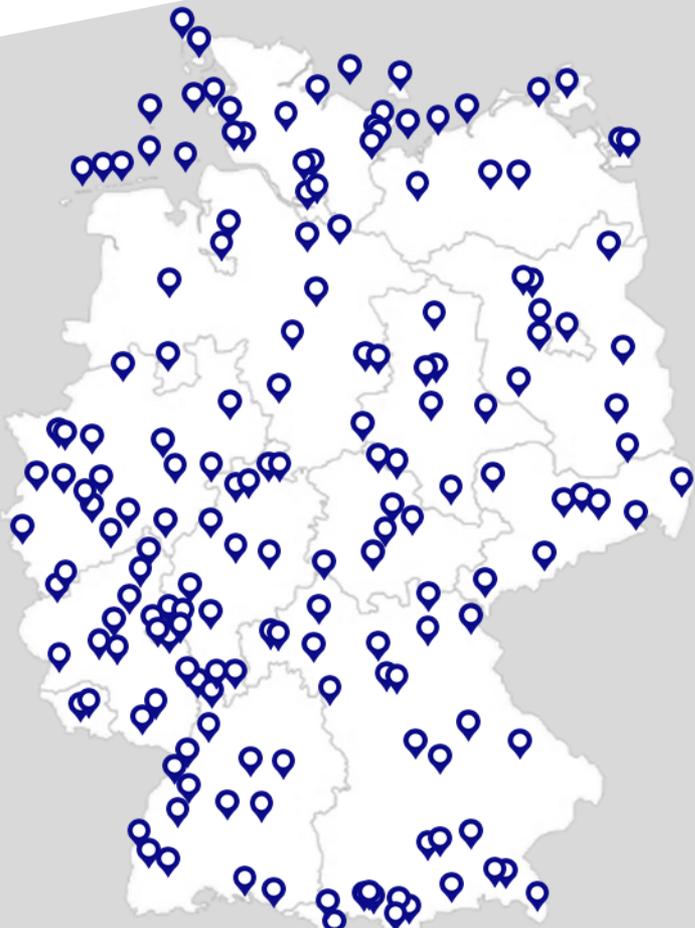
Die Medaille – sie begleitet den **Konkurrenzvergleich** zur gestützten Themeneignung. Die Ergebnisse beziehen sich auf den Vergleich zwischen allen zu dem jeweiligen Thema untersuchten Destinationen. Grundlage sind wiederum die Beurteilungen durch die jeweiligen **Themen-Interessenten**.

Die folgenden Infografiken berücksichtigen Ihre Kernergebnisse der DB 16. Für eine wissenschaftliche Einordnung berücksichtigen Sie bitte den Langbericht.

Das Megaphon – es unterstützt die schnelle Einordnung der Zahlen durch die Offenlegung der zugehörigen **Fragestellung** aus der Online-Befragung.



172 REISE ZIELE



- 1. Aachen
- 2. Ahrtal
- 3. Allgäu
- 4. Alpenregion Tegernsee-Schliersee
- 5. Alpenwelt Karwendel
- 6. Altmark
- 7. Ammergauer Alpen
- 8. Bad Frankenhausen
- 9. Bad Wildungen
- 10. Baden
- 11. Baden-Baden
- 12. Baden-Württemberg
- 13. Baiersbronn im Schwarzwald
- 14. Bamberg
- 15. Bayerischer Wald
- 16. Bayern
- 17. Bayreuth
- 18. Berchtesgadener Land

- 19. Bergisches Land
- 20. Berlin
- 21. Bingen am Rhein
- 22. Bodensee
- 23. Bonn
- 24. Brandenburg
- 25. Braunschweiger Land
- 26. Bremen
- 27. Büsum
- 28. Celle
- 29. Chiemgau
- 30. Chiemsee
- 31. Dessau
- 32. Die Bergischen Drei
- 33. Dresden
- 34. Düsseldorf
- 35. Eifel
- 36. Erfurt
- 37. Erlebnisregion Edersee
- 38. Erzgebirge
- 39. Essen
- 40. Fehmarn
- 41. Fichtelgebirge
- 42. Fläming
- 43. Föhr
- 44. Franken
- 45. Frankенwald
- 46. Frankfurt am Main
- 47. Fränkisches Weinland
- 48. Freiburg im Breisgau
- 49. Friedrichskoog
- 50. Füssen
- 51. Füssen im Allgäu
- 52. Garmisch-Partenkirchen
- 53. Görlitz
- 54. GrimmHeimat NordHessen
- 55. Grömitz
- 56. Hamburg
- 57. Hannover
- 58. Harz
- 59. Havelland
- 60. Heidelberg
- 61. Helgoland
- 62. Hessen
- 63. Hessische Bergstraße
- 64. Hochschwarzwald, die Region um Feldberg, Titisee, Schluchsee und Hinterzarten
- 65. Hunsrück
- 66. Insel Rügen
- 67. Insel Usedom

- 68. Kaiserbäder
- 69. Karlsruhe
- 70. Kassel
- 71. Kiel
- 72. Köln
- 73. Konstanz am Bodensee
- 74. Lahntal
- 75. Langeoog
- 76. Lausitzer Seenland
- 77. Leipzig
- 78. Lübeck
- 79. Lüneburg
- 80. Lüneburger Heide
- 81. Magdeburg
- 82. Magdeburg Elbe-Börde-Heide
- 83. Mainz
- 84. Mannheim
- 85. Mecklenburgische Seenplatte
- 86. Mecklenburg-V.
- 87. Metropolregion Hamburg
- 88. Metropolregion München
- 89. Mittelrhein
- 90. Mosel
- 91. München
- 92. Münsterland
- 93. Nahe
- 94. Naheland
- 95. Naturgarten Kaiserstuhl
- 96. Naturpark Altmühltal
- 97. neanderland / Kreis Mettmann
- 98. Niederrhein
- 99. Niedersachsen
- 100. Norderney
- 101. Nordrhein-Westfalen
- 102. Nordsee
- 103. Nordsee Niedersachsen
- 104. Nordsee Schleswig-Holstein
- 105. Nordseeinsel Juist
- 106. Nordseeländ Dithmarschen
- 107. Nürnberg
- 108. Nürnberger Land
- 109. Oberbayern
- 110. Oberstdorf
- 111. Odenwald
- 112. Osnabrück
- 113. Ostsee
- 114. Ostsee Schleswig-Holstein
- 115. Ostseebad Kühlungsborn
- 116. Pfalz
- 117. Pfälzerwald
- 118. Potsdam

- 119. Regensburg
- 120. Region Südhaz Kyffhäuser
- 121. Rheingau
- 122. Rheinhessen
- 123. Rheinland-Pfalz
- 124. Rhön
- 125. Romantischer Rhein
- 126. Rostock-Warnemünde
- 127. Rothenburg ob der Tauber
- 128. Rüdesheim u. Assmannsh. am Rhein
- 129. Ruhrgebiet
- 130. Ruppiner Seenland
- 131. Saale-Unstrut
- 132. Saarbrücken
- 133. Saarland
- 134. Sachsen
- 135. Sachsen-Anhalt
- 136. Sächsische Schweiz-Elbsandsteingebirge
- 137. Sächsisches Elbland
- 138. Sauerland
- 139. Schleswig-Holstein
- 140. Schwäbische Alb
- 141. Schwarzwald
- 142. **Schwerin**
- 143. Seenland Oder-Spree
- 144. Siegerland-Wittgenstein
- 145. Spessart
- 146. Spessart-Mainland
- 147. Spreewald
- 148. St. Peter-Ording
- 149. Stadt Oberhausen in Nordrhein-Westfalen
- 150. Stralsund
- 151. Stuttgart
- 152. Sylt
- 153. Taunus
- 154. Teutoburger Wald
- 155. Thüringen
- 156. Thüringer Wald
- 157. Timmendorfer Strand
- 158. Travemünde
- 159. Trier
- 160. Uckermark
- 161. Vogelsberg
- 162. Vogtland
- 163. weimar Kulturstadt Europas
- 164. Weserbergland
- 165. Westerwald
- 166. Wiesbaden
- 167. Willingen
- 168. Wolfsburg
- 169. Worms
- 170. Worpsswede
- 171. Württemberg
- 172. Zugspitzregion

63 URLAUBS THEMEN

ALLGEMEINE THEMEN

(für alle Destinationen)

-  Gesundheit
-  Kulinarik
-  Kultur
-  Natur
-  Wellness
-  Landurlaub

SPEZIALTHEMEN (hervorgehoben für Schwerin)

- | | | | | |
|--|--|--|--|--|
|  Angeln |  Events |  Kur * |  Nebensaison |  Thalasso Angebote |
|  Backsteingotik |  Fähr- / Kreuzfahrten |  Spektakuläre Landschaft |  Nordic Walking |  UNESCO Welterbestätten |
|  Bade- / Strandurlaub |  Familienurlaub |  Lebendige 'Szene' |  Radfahren |  Wandern |
|  Barrierefreier Urlaub |  Filmtourismus |  Auf den Spuren Luthers |  Reiten |  Aktiv am Wasser |
|  Bauhaus |  Freizeitparks |  Luxusurlaub |  Romantik |  Wassersport |
|  Bergbau |  Gärten / Parks |  Märchen / Sagen |  Schlösser / Herrenhäuser |  Weihnachtsmärkte |
|  Bierreise |  Geschäftsreise * |  Motorrad fahren |  Segeln |  Weinreise |
|  Brauchtumsveranstaltungen |  Golf |  Mountainbike fahren |  Shopping |  Winter am Meer |
|  Burgen |  Industriekultur |  Museen / Ausstellungen |  Sporturlaub |  Wintersport |
|  Camping |  Klettern |  Nachhaltiger Urlaub |  Sportveranstaltung |  Winterurlaub |
|  E-Bikes |  Kultur- / Musikfestivals |  Informationen über Natur |  Städtereise |  Yoga |
| | | |  Surfen / Kiten |  Zoo besuchen |

Anmerkung: Die detaillierte Themenbezeichnungen je Fragestellung finden Sie im Glossar des Langberichts.

* Thema kann nachfolgend nicht berücksichtigt werden, da keine Erhebung des allgemeinen Themen-Interesses erfolgt ist.



NACHFRAGE

An welchen Urlaubsthemen haben die Deutschen allgemein (d.h. reisezielunabhängig) das größte Interesse?

Antworten auf
3 Leitfragen
im Destinationsmarketing



- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10

Bei welchen Urlaubsthemen kann sich Ihre Destination am besten gegenüber der Konkurrenz behaupten?

KONKURRENZ



DESTINATIONS UNABHÄNGIG

DESTINATIONS SPEZIFISCH



ANGEBOT

Bei welchen Urlaubsthemen hat Ihre Destination eine Kernkompetenz?



NACHFRAGE

„Wie groß ist Ihr Interesse an folgenden
Urlaubsarten /-aktivitäten (für einen Urlaub
mit mindestens einer Übernachtung)?“



Allgemeines Interesse der Deutschen

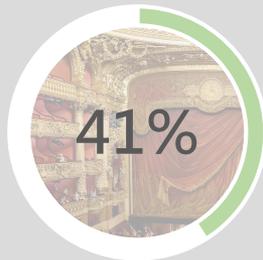
Basis: Alle Befragte | Anzahl der Befragten: 17.000 | Ø aller Themen = 32%



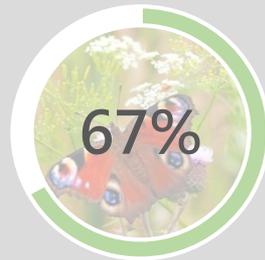
Gesundheit



Kulinarik



Kultur



Natur



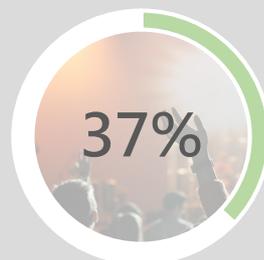
Wellness



Landurlaub



Burgen



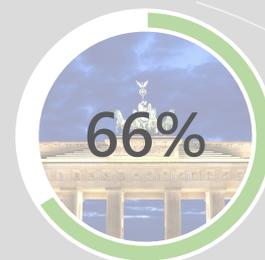
Events



Familie



Shopping



Städte

DESTINATIONS
UNABHÄNGIG

„Wie groß ist Ihr Interesse an
folgenden Urlaubsarten / -aktivitäten
(für einen Urlaub mit mindestens einer
Übernachtung)?“
- gemessen anhand der Top-Two-Box -



Allgemeines Interesse der Deutschen

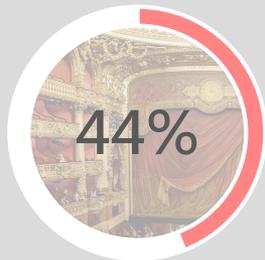
Basis: Alle Befragte | Anzahl der Befragten: 17.000



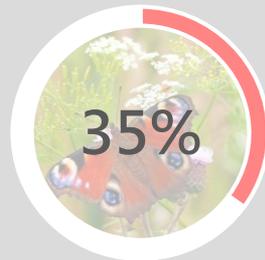
Gesundheit



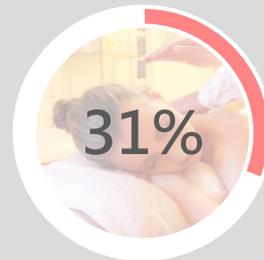
Kulinarik



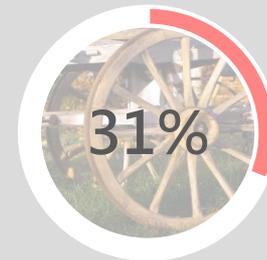
Kultur



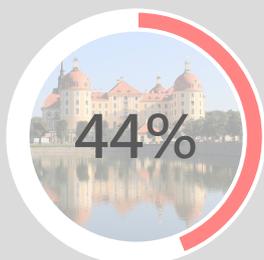
Natur



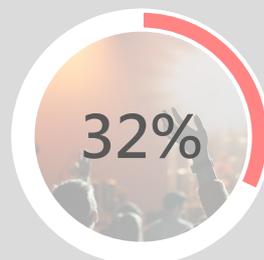
Wellness



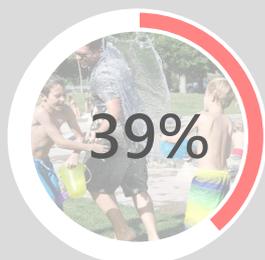
Landurlaub



Burgen



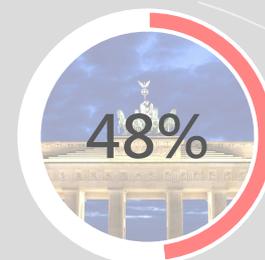
Events



Familie



Shopping



Städte

Thema

Thema

Thema

„Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?“
- gemessen anhand der Top-Two-Box -

Themeneignung von Schwerin

Basis: jeweilige Themen-Interessenten | Anzahl der Befragten: max. 1.000 je Thema



Gesundheit



Kulinarik



Kultur



Natur



Wellness



Landurlaub



Burgen



Events



Familie



Shopping



Städte



„Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?“
- gemessen anhand der Top-Two-Box -

Platzierungen von Schwerin

Basis: jeweilige Themen-Interessenten | Anzahl der Befragten: max. 1.000 je Thema

Allgemeines **Interesse** der Deutschen
Basis: Alle Befragte

2010 | 2013
36% | 26%

25%

„Wie groß ist Ihr Interesse an folgenden Urlaubsarten / -aktivitäten (für einen Urlaub mit mindestens einer Übernachtung)?“
- gemessen anhand der Top-Two-Box -



Gesundheit

- 1 Nordsee
- 2 Ostsee
- 3 Bayern
- 4 Insel Rügen
- 5 Allgäu
- 6 Chiemsee
- 7 Insel Usedom
- 8 Sylt
- 9 Bodensee
- 10 Nordsee Schleswig-Holstein

Konkurrenzvergleich unter allen

172 untersuchten Destinationen
Basis: Alle Themen-Interessenten



88

Schwerin

Themeneignung

Basis: Alle Interessenten am Thema
Gesundheitsreise

34%

„Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?“
- gemessen anhand der Top-Two-Box -



DESTINATIONS
UNABHÄNGIG

SCHWERIN

Allgemeines **Interesse** der Deutschen
Basis: Alle Befragte

2010 | 2013
54% | 62%

60%

„Wie groß ist Ihr Interesse an folgenden Urlaubsarten / -aktivitäten (für einen Urlaub mit mindestens einer Übernachtung)?“
- gemessen anhand der Top-Two-Box -



Kulinarik

- 1 München
- 2 Bayern
- 3 Schwarzwald
- 4 Hamburg
- 5 Bodensee
- 6 Mosel
- 7 Nordsee
- 8 Metropolregion München
- 9 Baden-Württemberg
- 10 Allgäu

Konkurrenzvergleich unter allen
172 untersuchten Destinationen
Basis: Alle Themen-Interessenten



116

Schwerin

Themeneignung

Basis: Alle Interessenten am Thema
Kulinarische Reise

26%

„Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?“
- gemessen anhand der Top-Two-Box -



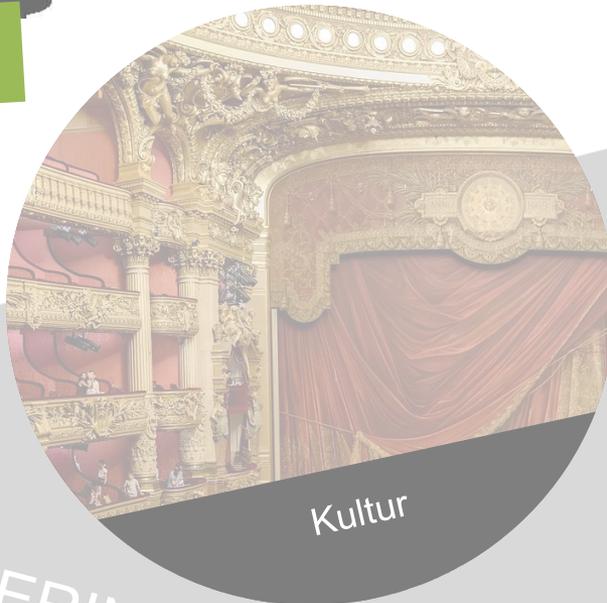
41%

„Wie groß ist Ihr Interesse an folgenden Urlaubsarten / -aktivitäten (für einen Urlaub mit mindestens einer Übernachtung)?“
- gemessen anhand der Top-Two-Box -



Allgemeines **Interesse** der Deutschen
Basis: Alle Befragte

2010 | 2013
50% | 44%



Kultur

- 1 München
- 2 Berlin
- 3 Dresden
- 4 Bayern
- 5 Hamburg
- 6 Potsdam
- 7 Köln
- 8 weimar Kulturstadt Europas
- 9 Metropolregion Hamburg
- 10 Metropolregion München

DESTINATIONS
UNABHÄNGIG

SCHWERIN



Themeneignung

Basis: Alle Interessenten am Thema
Kulturreise

44%

„Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?“
- gemessen anhand der Top-Two-Box -



Konkurrenzvergleich unter allen

172 untersuchten Destinationen
Basis: Alle Themen-Interessenten



57

Schwerin

Allgemeines **Interesse** der Deutschen
Basis: Alle Befragte

2010	2013
70%	71%

67%

„Wie groß ist Ihr Interesse an folgenden Urlaubsarten / -aktivitäten (für einen Urlaub mit mindestens einer Übernachtung)?“
- gemessen anhand der Top-Two-Box -



Natur

- 1 Nordsee
- 2 Bayern
- 3 Allgäu
- 4 Schwarzwald
- 5 Ostsee
- 6 Bayerischer Wald
- 7 Bodensee
- 8 Harz
- 9 Insel Rügen
- 10 Oberbayern

DESTINATIONS
UNABHÄNGIG

SCHWERIN

Konkurrenzvergleich unter allen

172 untersuchten Destinationen
Basis: Alle Themen-Interessenten



96

Schwerin

Themeneignung

Basis: Alle Interessenten am Thema
Natururlaub

35%

„Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?“
- gemessen anhand der Top-Two-Box -



48%

„Wie groß ist Ihr Interesse an folgenden Urlaubsarten / -aktivitäten (für einen Urlaub mit mindestens einer Übernachtung)?“
- gemessen anhand der Top-Two-Box -



Allgemeines **Interesse** der Deutschen
Basis: Alle Befragte

2010 | 2013
50% | 49%



Wellness

- 1 Nordsee
- 2 Bayern
- 3 Sylt
- 4 Ostsee
- 5 Bodensee
- 6 Insel Rügen
- 7 Insel Usedom
- 8 Chiemsee
- 9 Bayerischer Wald
- 10 Allgäu

DESTINATIONS
UNABHÄNGIG

SCHWERIN

Konkurrenzvergleich unter allen

172 untersuchten Destinationen
Basis: Alle Themen-Interessenten



Schwerin

Themeneignung

Basis: Alle Interessenten am Thema
Wellnessurlaub

31%

„Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?“
- gemessen anhand der Top-Two-Box -



Allgemeines **Interesse** der Deutschen
Basis: Alle Befragte

2010	2013
29%	31%

29%

„Wie groß ist Ihr Interesse an folgenden Urlaubsarten / -aktivitäten (für einen Urlaub mit mindestens einer Übernachtung)?“
- gemessen anhand der Top-Two-Box -



Landurlaub

- 1 Allgäu
- 2 Schwarzwald
- 3 Bayern
- 4 Nordsee
- 5 Bayerischer Wald
- 6 Oberbayern
- 7 Lüneburger Heide
- 8 Chiemsee
- 9 Thüringer Wald
- 10 Baden-Württemberg

DESTINATIONS
UNABHÄNGIG

SCHWERIN

Konkurrenzvergleich unter allen

172 untersuchten Destinationen
Basis: Alle Themen-Interessenten



91

Schwerin

Themeneignung

Basis: Alle Interessenten am Thema
Landurlaub

31%

„Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?“
- gemessen anhand der Top-Two-Box -

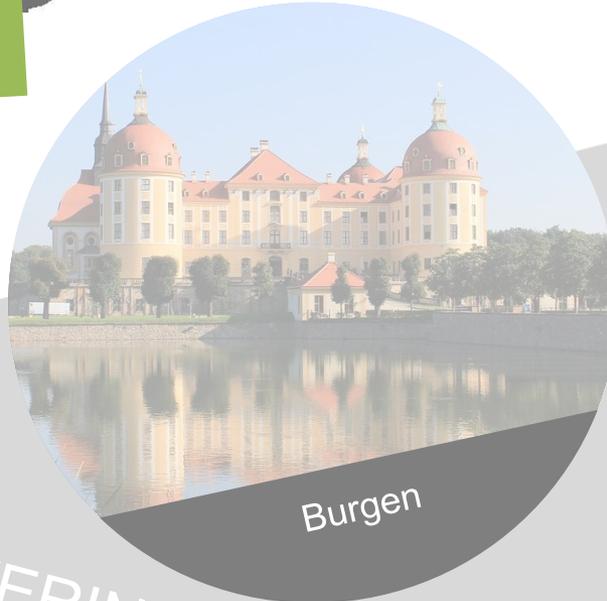


Allgemeines **Interesse** der Deutschen
Basis: Alle Befragte

2010 | 2013
k.A. | 52%

50%

„Wie groß ist Ihr Interesse an folgenden Urlaubsarten / -aktivitäten (für einen Urlaub mit mindestens einer Übernachtung)?“
- gemessen anhand der Top-Two-Box -



Burg

- 1 Heidelberg
- 2 Rheinland-Pfalz
- 3 Regensburg
- 4 Thüringen
- 5 Füssen im Allgäu
- 6 Füssen
- 7 Schwerin
- 8 Erfurt
- 9 Sachsen-Anhalt
- 10 Aachen

Konkurrenzvergleich unter allen
17 untersuchten Destinationen
Basis: Alle Themen-Interessenten



Schwerin

Themeneignung

Basis: Alle Interessenten am Thema
Burg / Schlösser / Dome besuchen im Urlaub

44%

„Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?“
- gemessen anhand der Top-Two-Box -



DESTINATIONS
UNABHÄNGIG

SCHWERIN

Allgemeines Interesse der Deutschen

Basis: Alle Befragte

2010	2013
36%	40%

37%

„Wie groß ist Ihr Interesse an folgenden Urlaubsarten / -aktivitäten (für einen Urlaub mit mindestens einer Übernachtung)?“
- gemessen anhand der Top-Two-Box -



DESTINATIONS
UNABHÄNGIG

SCHWERIN



- 1 Hamburg
- 2 Berlin
- 3 München
- 4 Köln
- 5 Frankfurt am Main
- 6 Düsseldorf
- 7 Ruhrgebiet
- 8 Dresden
- 9 Stuttgart
- 10 Nordrhein-Westfalen

Themeneignung

Basis: Alle Interessenten am Thema
Events besuchen im Urlaub

32%

„Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?“
- gemessen anhand der Top-Two-Box -



Konkurrenzvergleich unter allen

51 untersuchten Destinationen
Basis: Alle Themen-Interessenten



Schwerin

Allgemeines **Interesse** der Deutschen
Basis: Alle Befragte

2010	2013
49%	49%

46%

„Wie groß ist Ihr Interesse an folgenden Urlaubsarten / -aktivitäten (für einen Urlaub mit mindestens einer Übernachtung)?“
- gemessen anhand der Top-Two-Box -



Familienurlaub

- 1 Nordsee
- 2 Ostsee
- 3 Bayern
- 4 Insel Rügen
- 5 Allgäu
- 6 Schwarzwald
- 7 Bayerischer Wald
- 8 Insel Usedom
- 9 Oberbayern
- 10 Chiemsee

DESTINATIONS
UNABHÄNGIG

SCHWERIN

Konkurrenzvergleich unter allen
87 untersuchten Destinationen
Basis: Alle Themen-Interessenten



Schwerin

Themeneignung

Basis: Alle Interessenten am Thema
Familienurlaub

39%

„Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?“
- gemessen anhand der Top-Two-Box -



40%

„Wie groß ist Ihr Interesse an folgenden Urlaubsarten / -aktivitäten (für einen Urlaub mit mindestens einer Übernachtung)?“
- gemessen anhand der Top-Two-Box -



Allgemeines **Interesse** der Deutschen
Basis: Alle Befragte

2010 | 2013
36% | 36%



Shopping

- 1 Hamburg
- 2 Berlin
- 3 Köln
- 4 Düsseldorf
- 5 Frankfurt am Main
- 6 Stuttgart
- 7 Nordrhein-Westfalen
- 8 Nürnberg
- 9 Dresden
- 10 Ruhrgebiet

DESTINATIONS
UNABHÄNGIG

SCHWERIN

Konkurrenzvergleich unter allen
43 untersuchten Destinationen
Basis: Alle Themen-Interessenten



Schwerin

33%

Themeneignung
Basis: Alle Interessenten am Thema
Shopping im Urlaub

„Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?“
- gemessen anhand der Top-Two-Box -

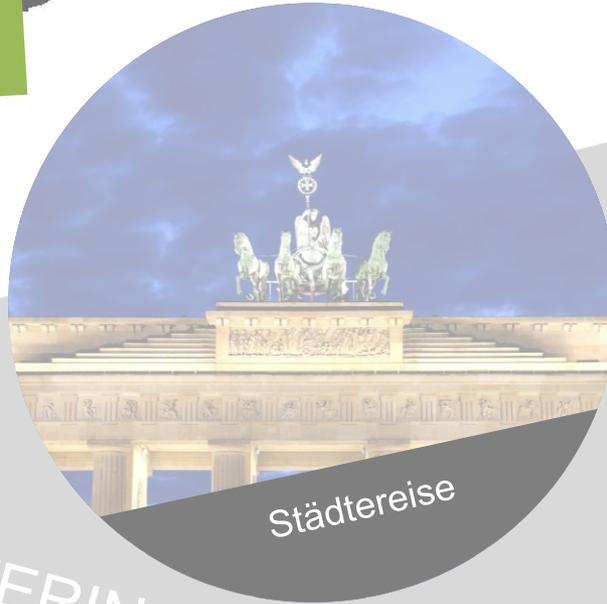


Allgemeines Interesse der Deutschen
Basis: Alle Befragte

2010	2013
68%	65%

66%

„Wie groß ist Ihr Interesse an folgenden Urlaubsarten / -aktivitäten (für einen Urlaub mit mindestens einer Übernachtung)?“
- gemessen anhand der Top-Two-Box -



Städtereise

- 1 München
- 2 Berlin
- 3 Hamburg
- 4 Köln
- 5 Dresden
- 6 Frankfurt am Main
- 7 Potsdam
- 8 Bayern
- 9 Düsseldorf
- 10 Leipzig

DESTINATIONS
UNABHÄNGIG

SCHWERIN

Konkurrenzvergleich unter allen
75 untersuchten Destinationen
Basis: Alle Themen-Interessenten



31

Schwerin

Themeneignung

Basis: Alle Interessenten am Thema
Städtereise

48%

„Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?“
- gemessen anhand der Top-Two-Box -

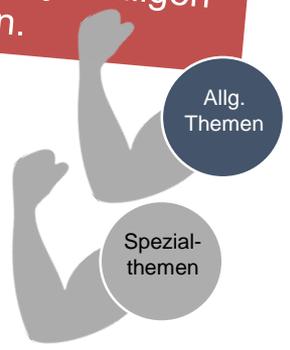


3-DIMENSIONALE WETTBEWERBSANALYSE

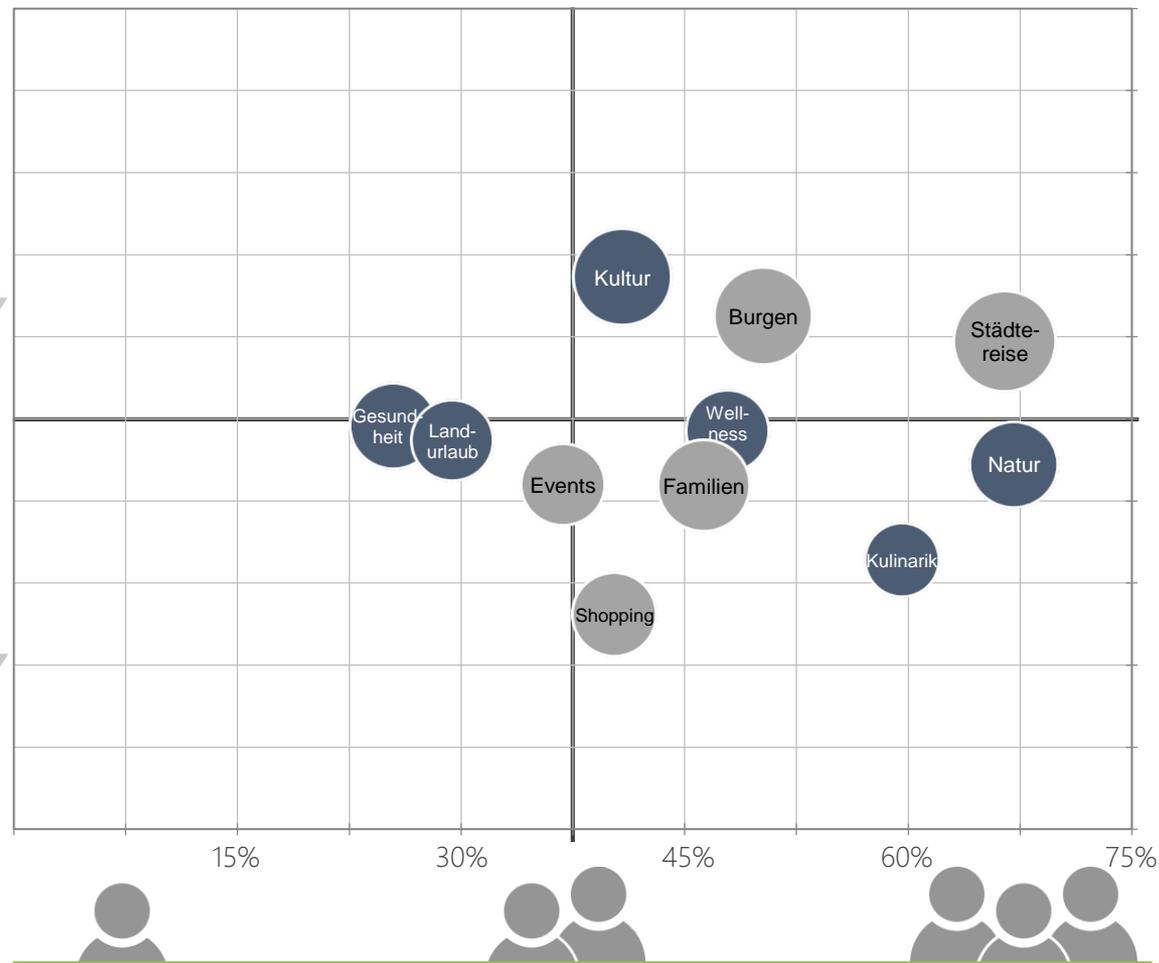
Schwerin

Basis: Alle Themen-Interessenten

Je größer die Kreise, desto höher die gestützte Themeneignung laut den jeweiligen Themen-Interessenten.



Relative Wettbewerbsplatzierung



Allgemeines Interesse je Urlaubsthema

3 DESTINATION BRAND TEILSTUDIEN



Markenstärke

DESTINATION BRAND
09 | 12 | 15



Themenkompetenz

DESTINATION BRAND
10 | 13 | 16



Profileigenschaften

DESTINATION BRAND
11 | 14 | 17

Analoges Untersuchungsdesign



Online-Erhebung mit mind. 1.000 Befragten je Reiseziel



Repräsentativ für in Privathaushalten lebende deutschsprachige Bevölkerung im Alter von 14-74 Jahren



Zeitreihenvergleich und Benchmark nahezu flächendeckend für Reiseziele des deutschen Inlandtourismus



4 BETEILIGTE INSTITUTE



inspektour
TOURISMUS- UND REGIONALENTWICKLUNG

Projektdurchführung
und -weiterentwicklung

FH
Fachhochschule Westküste
Hochschule für Wirtschaft & Technik
Institut für Management und Tourismus

Wissenschaftliche
Beratung

GfK

Datenerhebung

analytix
Institut für quantitative Marktforschung
& statistische Datenanalyse

Unterstützung bei der
Datenauswertung

Rechtlicher Hinweis:

Die Ergebnisse der Themenstudie Destination Brand 16 werden durch die inspektour GmbH herausgegeben. Das Institut für Management und Tourismus (IMT) der FH Westküste flankiert als wissenschaftlicher Kooperationspartner.

inspektour und das IMT sind generell daran interessiert, ausgewählte Ergebnisse in Form von Publikationen zu veröffentlichen. Die Urheberrechte, sofern nicht gesondert gekennzeichnet, liegen bei der inspektour GmbH.

Die Auswertungsrechte liegen bei der inspektour GmbH. Eine uneingeschränkte Nutzung der Auswertungsergebnisse ist nicht gestattet. Es ist den Beziehern jedoch erlaubt, einzelne Resultate im Rahmen eigener Werke unter Nennung der Bezugsquelle der Erhebung/Auswertung und zwar wie folgt: „inspektour GmbH“ weiterzugeben oder zu veröffentlichen. In jeglichen Zweifelsfällen ist vorher die Zustimmung der inspektour GmbH einzuholen. Die Weitergabe des Berichtsbandes oder von Teilen daraus ist ohne schriftliche Genehmigung durch den Herausgeber nicht gestattet.





DESTINATION BRAND 16

DIE THEMENKOMPETENZ DEUTSCHER REISEZIELE



Herausgeber

inspektour GmbH
Tourismus- und Regionalentwicklung
Osterstraße 124
20255 Hamburg

- Veröffentlichung: Juni 2017 -

Ralf Trimborn

Dipl. Kulturmanager, Dipl. Kaufmann (FH)
Geschäftsführender Gesellschafter
Email: ralf.trimborn@inspektour.de
Tel.: 040 / 4143887-40



Nadine Reede

Dipl. Betriebswirtin Tourismus (FH)
Email: nadine.reede@inspektour.de
Tel.: 040 / 4143887-45



Dr. Petra Trimborn

Dipl. Tourismusgeographin
Email: petra.trimborn@inspektour.de
Tel.: 040 / 4143887-419



Simon Rahe

M.Sc. Sporttourismus u. Erholungsmanagement
Email: simon.rahe@inspektour.de
Tel.: 040 / 4143887-47



Alexander Koch

M.A. International Tourism Management
Email: alexander.koch@inspektour.de
Tel.: 040 / 4143887-46

