



DESTINATION BRAND CLASSIC 16

DIE THEMENKOMPETENZ DEUTSCHER REISEZIELE



in Zusammenarbeit mit:



Lassen Sie jährlich ermitteln, wie die Bevölkerung Deutschlands Ihre Destination bewertet.

Die seit 2009 implementierte Studienreihe DESTINATION BRAND CLASSIC wird federführend durch inspektour erstellt.

DESTINATION BRAND CLASSIC hat folgende Merkmale:

- Studienreihe mit sich im 3-Jahres-Rhythmus abwechselnden Inhalten (Markenstärke, Themenkompetenz, Profile)
- Online-Erhebung / Quotenstichprobe
- Zeitreihenvergleiche seit 2009 und einem Benchmark mit bis zu 170 deutschen Reisezielen
- Repräsentativ für die in Privathaushalten lebende deutschsprachige Bevölkerung im Alter von 14-74 Jahren

In 2009 hat das Institut für Management und Tourismus (IMT) der Fachhochschule Westküste, unter Leitung von Prof. Dr. Bernd Eisenstein, die Konzeption, den Aufbau, die Entwicklung sowie die Implementierung der Studienreihe initiiert und umgesetzt und damit ein kompetentes, wissenschaftliches Fundament geschaffen.

Für den praxisnahen ganzheitlichen Ausbau und die Weiterentwicklung der Studienreihe übernahm inspektour in 2014 die Leitung. Für die Erstellung der Studienreihe DESTINATION BRAND CLASSIC arbeitet inspektour mit einem kompetenten Partnernetzwerk zusammen, das eine ganzheitliche Methodenkompetenz bietet.

Die etablierte Studie wird in Zusammenarbeit mit der GfK als renommiertes Marktforschungsunternehmen erhoben. Die umfangreiche Datenprüfung erfolgt wie seit Beginn der Studienreihe gemeinsam mit analytix (Institut für quantitative Marktforschung und statistische Datenanalyse), Kiel.

Das Institut für Management und Tourismus der Fachhochschule Westküste bleibt weiterhin als wissenschaftlicher Partner der Studie an Bord. inspektour ist Ihr persönlicher Ansprechpartner für alle Fragen rund um die Studienreihe DESTINATION BRAND CLASSIC.

Genereller Überblick zur Studienreihe

Die Studienreihe DESTINATION BRAND CLASSIC gibt Ihnen jährlich einen Überblick zu den neuesten Entwicklungen Ihrer Destinationsmarke. Diese Form der Primärmarktforschung ist fokussiert auf die Ermittlung der Markenstärke, Themenkompetenz und der Profileigenschaften deutscher Reisegebiete. Die einzelnen Studien werden derzeit im 3-Jahres-Rhythmus wiederholt erhoben. Neben der gestützten Ermittlung der Markenstärke, Themenkompetenz und Profileigenschaften werden im Rahmen eines Zusatzmoduls zur Profilstudie mittels einer offenen Fragestellung die Spontan-Assoziationen der deutschen Bevölkerung zu Ihrem Reiseziel ermittelt.

Gründe für DESTINATION BRAND CLASSIC

- Fundierte Erkenntnisse für Ihren **Markenbildungsprozess** und das **Themenmarketing** Ihrer Destination
- Ermittlung potentieller **Profilierungsthemen** (profil- und imagebildend, für die definierten Zielgruppen Reiseanlass gebend)

- Ermittlung der **Kompetenz**, die Ihrer Destination bezüglich ausgewählter touristischer Themen zugeschrieben wird
- Aussagen für die **strategische Ausrichtung** nach Themen
- Themenbasierte **Zielgruppensegmentierung**
- **Vorträge und Workshops** zu der Themenkompetenz Ihrer Destination

Umfang der Leistung

- Erstellung eines individualisierten Ergebnisberichts je Destination wie gewohnt in Form eines Langberichts sowie erstmals ergänzend mittels eines Kurzberichts (aufbereitet mit extra anschaulichen infographics)
- Umfangreiche Konkurrenzanalyse
- Individuelle Zielgruppenanalyse in Abstimmung mit Ihnen
- Lieferung des Berichtsbandes als PDF und auf Anfrage als Print-Version
- Erstmals ergänzend einstündige Skype- oder Telefonberatung im Anschluss an Ihre erste Durchsicht der Daten



Markenstärke

- Bekanntheit
- Sympathie
- Besuchsbereitschaft (kurz/lang)
- Vergangene Besuche

Themenkompetenz

- Interessentenpotenzial
- Ungestützte Themeneignung
- Gestützte Themeneignung

Profileigenschaften

- Spontanassoziationen
- Gestützte Eigenschaftsbeurteilungen

2015

2016

2017

2018

Ende 2015 Messung mit
DESTINATION BRAND

in 2016
Datenlieferung erfolgt

in 2016 Messung mit
DESTINATION BRAND

in 2017
Datenlieferung

in 2017 Messung mit
DESTINATION BRAND

in 2018
Datenlieferung



BRANDneu:

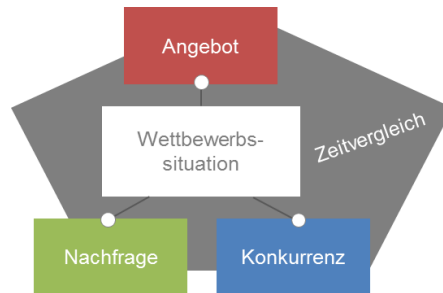
- Kurzbericht in Form von infographics sowie
- einstündige Skype- oder Telefonberatung im Anschluss an Ihre erste Durchsicht der Daten

*Kosten je
Destinationsmarke:
3.300,00 € netto*



Studienformat DESTINATION BRAND CLASSIC – Themenkompetenz

Mit Destination Brand 16 wird die kundenorientierte Themenkompetenz deutscher Reiseziele ermittelt. Konzipiert ist die Studie in Anlehnung an den Grundsatz des strategischen Managements in Form einer **dreidimensionalen Wettbewerbsanalyse**:



Die Dimension „Nachfrage“ spiegelt das allgemeine Interessentenpotenzial an verschiedenen Reisetemen wider. Die Dimension „Angebot“ gibt Auskunft über die zugesprochene Themeneignung der jeweiligen Destination. Final durch die Darstellung der Platzierung (Konkurrenz), u.a. auch in verschiedenen Destinationskategorien je Thema (z.B. Großstädte, Küstenziele, Mittelgebirge), wird die **aktuelle Wettbewerbssituation des Reiseziels** abgebildet. Aufgrund der identischen Methodik zu den Vorgängerstudien Destination Brand 10 + 13 sind zudem für eine Vielzahl deutscher Inlandsreiseziele auch **umfassende Zeitvergleiche** über alle Dimensionen möglich.

Zielgruppenanalyse

Darüber hinaus wird für das Reiseziel im Rahmen einer Zielgruppenanalyse die Themenkompetenz differenziert nach ausgewählten Zielgruppen des Auftraggebers ausgewertet. Eine Verschneidung von Soziodemographischen Merkmalen und dem Interesse an Urlaubsthemen ist hier möglich.

Weitere bivariate Auswertungen

Ergänzend zur Zielgruppenanalyse umfasst der Einzelbericht weitere bivariate Auswertungen, im Zuge derer die Themenkompetenz der Destination differenziert nach acht Soziodemografie-Kategorien aufgezeigt werden (Geschlecht, Alter, Schulbildung, Anzahl Kinder unter 14 Jahren, Haushaltsgröße, Haushaltsnettoeinkommen, Ortsgröße, Nielsen-Gebiete).

Konkurrenzanalyse

Weiterhin wird eine umfangreiche Konkurrenzanalyse durchgeführt. In diesem Zuge erfolgt ein Vergleich mit den Marktteilnehmern sowohl in den allgemeinen Themengebieten - „Gesundheit“, „Kulinarik“, „Kultur“, „Natur“ und „Wellness“ inkl. dem diesjährigen Sonderthema „Landurlaub“ – als auch in fünf destinationsspezifischen Themenkategorien.



Studienformat DESTINATION BRAND CLASSIC - Themenkompetenz

Generelles

- **Kundenorientierte Themenstudie**
- Über 160 Reiseziele in Deutschland
- Je Destination: **mind. 1.000 Befragte** zur gestützten Themeneignung
- Repräsentativ für in deutschen Privathaushalten lebende deutschsprachige Bevölkerung im Alter von 14-74 Jahren

Untersuchungsschwerpunkte

- Interessentenpotenzial je Thema
- Ungestützte Themeneignung, Gestützte Themeneignung je Destination
- Konkurrenzanalyse
- Zeitvergleiche
- Zielgruppenanalyse

DESTINATION BRAND 10

- 141 deutsche Zielgebiete
- Gesamt-Stichprobenumfang: n = 10.500



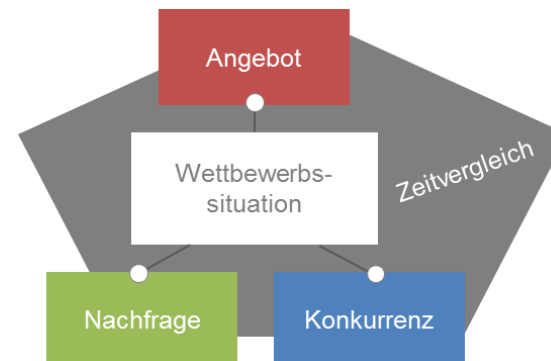
DESTINATION BRAND 13

- 137 deutsche und 33 europäische Destinationen
- Gesamt-Stichprobenumfang: n = 16.000



DESTINATION BRAND 16

- 172 deutsche Destinationen
- Gesamt-Stichprobenumfang: n = 17.000





Studienformat DESTINATION BRAND CLASSIC – DB 16 Themenkompetenz

► **Allgemeine Themen**

(für alle Destinationen)

1. Gesundheitsurlaub /Gesundheitsreise
2. Kulinarische Reise
3. Kultururlaub / Kulturreise
4. Natururlaub
5. Wellnessurlaub / Wellnessreise

NEU: Sonderthema

6. Landurlaub / Urlaub auf dem Bauern- bzw. Winzerhof



► **Spezialthemen**

(5 je Destination zur Auswahl)

7. Aktiv im und am Wasser sein
8. Angebote in der Nebensaison nutzen
9. Angeln
10. Bade- / Strandurlaub
11. Barrierefreier Urlaub / Reise
12. Bauhaus und Architektur der klassische Moderne*
13. Bergbau erleben
14. Besuch von Angeboten zur Industriekultur
15. Besuch von Brauchtumsveranstaltungen
16. Besuch von Burgen, Schlössern & Domen
17. Besuch von Drehorten für einen Film
18. Besuch von Events
19. Besuch von Freizeitparks
20. Besuch von Gärten / Parks
21. Besuch von Kirchen und Klöster der Backstein Gotik*
22. Besuch von Kultur-/ Musikfestivals
23. Besuch von Museen/Ausstellungen/Kunstmuseen
24. Besuch von Schlössern, Herrenhäusern, Parks & Gärten
25. Besuch von UNESCO Welterbestätten
26. Besuch von Weihnachtsmärkten*
27. Besuch von Zoos
28. Bierreise
29. Campingurlaub / Caravaningurlaub
30. E-Bikes/Pedellecs/Elektorräder nutzen
31. Fähr- und Kreuzfahrturlaub
32. Familienurlaub
33. Geschäftsreise (MICE)
34. Golf spielen (nicht Minigolf)
35. Informationen über die Natur erhalten
36. Klettern*
37. Kur (ärztlich verschrieben)
38. lebendige „Szene“ erleben
39. Luxusurlaub / -reise
40. Märchen und Sagen erleben
41. Motorrad fahren
42. Mountainbike fahren
43. Nachhaltiger Tourismus*
44. Nordic Walking
45. Rad fahren (nicht Mountainbike)
46. Reise auf den Spuren Martin Luthers
47. Reiten
48. Romantik erleben
49. Segeln
50. Shoppingmöglichkeiten nutzen
51. Spektakuläre Landschaft erleben*
52. Sporturlaub
53. Sportveranstaltungen besuchen (aktiv & passiv)*
54. Städtereise
55. Surfen / Kiten
56. Thalassoangebote nutzen
57. Wandern
58. Wassersport ausüben (nicht Segeln)
59. Weinreise
60. „Winter am Meer“ erleben
61. Wintersport ausüben
62. Winterurlaub*
63. Yoga / Meditation*

*Erstmalige Abfrage in DESTINATION BRAND 16



DESTINATION BRAND 10 – untersuchte Destinationen in Deutschland

1. Aachen
2. Ahr
3. Allgäu
4. Altmark
5. Amrum
6. Bad Doberan
7. Bad Füssing
8. Bad Kissingen
9. Bad Wildungen
10. Bad Wörishofen
11. Badenweiler
12. Baden-Württemberg
13. Bayerischer Wald
14. Bayerisches Golf- und Thermenland
15. Bayern
16. Bergisches Land
17. Berlin
18. Binz
19. Bodensee
20. Bonn
21. Borkum
22. Brandenburg
23. Braunschweig
24. Braunschweiger Land
25. Bremen
26. Büsum
27. Butjadingen
28. Chemnitz
29. Chiemgau
30. Chiemsee
31. Cuxhaven
32. Damp
33. Dessau-Wörlitz
34. Die Bergischen Drei - Tourismusregion - Remscheid - Solingen - Wuppertal
35. Dithmarschen
36. Dresden
37. Duisburg
38. Düsseldorf
39. Eiderstedt
40. Eifel
41. Emsland
42. Erzgebirge
43. Essen
44. Fehmarn
45. Fischland-Darß-Zingst
46. Föhr
47. Frankfurt
48. Grafschaft Bentheim
49. Hamburg
50. Hannover
51. Harz
52. Heiligendamm
53. Helgoland
54. Hessen
55. Hunsrück
56. Husum
57. Insel Rügen
58. Insel Usedom
59. Kaiser-Reich Oberaudorf-Kiefersfelden
60. Kaiserstuhl
61. Kiel
62. Köln
63. (Kreis) Mettmann
64. Kühlungsborn
65. Leipzig
66. Lübeck
67. Lüneburger Heide
68. Mannheim
69. Markgräflerland
70. Mecklenburgische Seenplatte
71. Mecklenburg-Vorpommern
72. Mönchengladbach
73. Mosel
74. München
75. Münsterland
76. Müritz
77. Naheland
78. Naturpark Altmühltal
79. Neumünster
80. Niederrhein
81. Niedersachsen
82. Norderney
83. Nordfriesland
84. Nordrhein-Westfalen
85. Nordsee
86. Nordsee Niedersachsen
87. Nordsee Schleswig-Holstein
88. Nordstrand
89. Nürnberg
90. Oberbayern
91. Oberlausitz
92. Oberpfälzer Wald
93. Oberstdorf
94. Oldenburger Münsterland
95. Osnabrücker Land
96. Ostfriesland
97. Ostsee Mecklenburg-Vorpommern
98. Ostsee Schleswig-Holstein
99. Ostsee
100. Ostseefjord Schlei
101. Papenburg
102. Pellworm
103. Pfalz
104. Potsdam
105. Rheinhessen
106. Rheinland-Pfalz
107. Rheintal
108. Rhön
109. Rostock
110. Ruhrgebiet
111. Saale-Unstrut
112. Saarland
113. Sachsen
114. Sachsen-Anhalt
115. Sächsische Schweiz
116. Sächsisches Burgen- und Heideland
117. Sächsisches Elbland
118. Sauerland
119. Schleswig-Holstein
120. Schleswig-Holsteinisches Binnenland
121. Schwarzwald
122. Siegerland Wittgenstein
123. St. Peter-Ording
124. Stuttgart
125. Sylt
126. Tegernsee-Schliersee
127. Teutoburger Wald
128. Thüringen
129. Thüringer Wald
130. Tourismusregion Hannover
131. Travemünde
132. Uckermark
133. Ueckermünde am Stettiner Haff
134. Vogtland
135. Warnemünde
136. Weserbergland
137. Westerland
138. Westerwald
139. Wilhelmshaven
140. Winterberg
141. Zugspitzregion

Anmerkung: Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2011



DESTINATION BRAND 13 – untersuchte Destinationen in Deutschland

1. Aachen
2. Ahrtal
3. Albstadt
4. Allgäu
5. Altmark
6. Baden
7. Baden-Württemberg
8. Bayerischer Wald
9. Bayern
10. Bergisches Land
11. Bergstraße
12. Berlin
13. Bodensee
14. Bonn
15. Brandenburg
16. Braunschweiger Land
17. Breisgau
18. Bremen
19. Büsum
20. Chemnitz
21. Cuxland
22. Dessau-Wörlitz
23. Die Bergischen Drei - Tourismusregion
Remscheid - Solingen - Wuppertal
24. Dresden
25. Duisburg
26. Düsseldorf
27. Eifel
28. Emsland
29. Erzgebirge
30. Essen
31. Fichtelgebirge
32. Fischland-Darß-Zingst
33. Flensburg
34. Föhr
35. Franken
36. Frankenwald
37. Frankfurt (am Main)
38. Frankfurt Rhein-Main
39. Fränkische Schweiz
40. Grafschaft Bentheim
41. GrimmHeimat NordHessen
42. Hamburg
43. Harz
44. Heiligenhafen
45. Herzogtum Lauenburg
46. Hessen
47. Hessische Bergstraße
48. Hunsrück
49. Insel Rügen
50. Insel Usedom
51. 3 Kaiserbäder
52. Kaiserstuhl
53. Karlsruhe
54. Kiel
55. Köln
56. Lahntal
57. Langeoog
58. Lausitz
59. Leipzig
60. Lübeck
61. Lübecker Bucht
62. Lüneburger Heide
63. Magdeburg
64. Mannheim
65. Mecklenburgische Seenplatte
66. Mecklenburg-Vorpommern
67. Mittelrhein
68. Mittelweser-Region
69. Mosel
70. München
71. Münsterland
72. Naheland
73. Nationalpark Schleswig-Holst. Wattenmeer
74. Naturpark Altmühltal
75. Naturpark Saar-Hunsrück
76. neanderland/Kreis Mettmann
77. Niederrhein
78. Niedersachsen
79. Norderney
80. Nordhessen
81. Nordrhein-Westfalen
82. Nordsee
83. Nordsee Niedersachsen
84. Nordsee Schleswig-Holstein
85. Nordseeland Dithmarschen
86. Nürnberg
87. Oberbayern
88. Oberlausitz
89. Oberpfälzer Wald
90. Odenwald
91. Oldenburger Münsterland
92. Osnabrücker Land
93. Ostbayern
94. Ostfriesland
95. Ostsee
96. Ostsee Mecklenburg-Vorpommern
97. Ostsee Schleswig-Holstein
98. Ostseebad Binz
99. Ostseefjord Schlei
100. Pfalz
101. Rheingau
102. Rheinhessen
103. Rheinland-Pfalz
104. Rhön
105. Romantischer Rhein
106. Rudesheim am Rhein
107. Ruhrgebiet
108. Saale-Unstrut
109. Saarland
110. Sachsen
111. Sachsen-Anhalt
112. Sächsische Schweiz-Elbsandsteingebirge
113. Sächsisches Burgen- und Heideland
114. Sächsisches Elbland
115. Sauerland
116. Schleswig-Holstein
117. Schleswig-Holsteinisches Binnenland
118. Schwäbische Alb
119. Schwarzwald
120. Siegerland-Wittgenstein
121. Spessart/Kinzigtal
122. St. Peter-Ording
123. Stadt Münster
124. Stuttgart
125. Sylt
126. Taunus
127. Teutoburger Wald
128. Thüringen
129. Thüringer Wald
130. Tourismusregion Hannover
131. Uckermark
132. Vogelsberg
133. Vogtland
134. Weserbergland
135. Westerwald
136. Württemberg
137. Zittauer Gebirge

Anmerkung: Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2013



DESTINATION BRAND 16 – untersuchte Destinationen in Deutschland

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. Baiersbrunn 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 – Tourismusregion Remscheid – Solingen – Wuppertal
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. Frankenwald
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 Ahlbeck · Heringsdorf · Bansin
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-Vorpommern
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. Nordseeland 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 Südharz Kyffhäuser
121. Rheingau
122. Rheinhessen
123. Rheinland-Pfalz
124. Rhön
125. Romantischer Rhein
126. Rostock-Warnemünde
127. Rothenburg ob der Tauber
128. Rudesheim und Assmannshausen 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. Worpswede
171. Württemberg
172. Zugspitzregion

Anmerkung: Erhebung im November 2016

Kontakt



Ralf Trimborn

Geschäftsführender Gesellschafter

Tel.: +49 (0) 40 414 3887 40

ralf.trimborn@inspektour.de



Nadine Reede

Leitung DESTINATION BRAND

Tel.: +49 (0) 40 414 3887 45

nadine.reede@inspektour.de



Simon Rahe

Projektmitarbeiter DESTINATION BRAND

Tel.: +49 (0) 40 414 3887 46

simon.rahe@inspektour.de



www.inspektour.de
www.destination-brand.de