

Die touristische Relevanz von Nationalparks und UNESCO-Welterbestätten auf dem deutschen Quellmarkt



ALLGEMEINE INFORMATIONEN ZUR STUDIE

Untersuchungsziel	– Studie zur touristischen Relevanz von deutschen UNESCO-Welterbestätten und Nationalparks auf dem deutschen Quellmarkt
Untersuchungs-schwerpunkte	<ul style="list-style-type: none"> – Allgemeines Interesse an Nationalparks und UNESCO-Welterbestätten sowie Relevanz des Status „UNESCO Welterbe“ und „Nationalpark“ bei der Reisezielauswahl – Bewertung der Nationalparks und UNESCO-Welterbestätten hinsichtlich: <ul style="list-style-type: none"> – In Anlehnung an den „Markenvierklang“: Bekanntheit, Sympathie, Besuchsbereitschaft, Nutzung – Weiterempfehlungsbereitschaft – Spontan-Assoziationen – Profileigenschaften inkl. Nachhaltigkeitsaspekten – Attraktivität für verschiedene altersbezogene Zielgruppen
Untersuchungs-design	<ul style="list-style-type: none"> – 57 deutsche Ziele, davon 16 Nationalparks und 41 UNESCO-Welterbe – 4 internationale Ziele – Gesamt-Stichprobenumfang: 6.000; je Ziel 1.000 (Ausnahme: das Stuttgarter Welterbe, da ihm erst im Laufe der Erhebung der Welterbestatus zuerkannt wurde) – Online-Erhebung; Quotenstichprobe – Repräsentativ für die in Privathaushalten lebende deutschsprachige Bevölkerung im Alter von 14-74 Jahren, die Grundgesamtheit entspricht 56,716 Mio. Personen
Laufzeit	– Erhebungszeitraum: 3. Quartal 2016

- Stichprobenart: **Quotenstichprobe**, dabei kamen verschiedene Teilstichproben zum Einsatz, die jede für sich für die in Privathaushalten lebende deutschsprachige Bevölkerung der genannten Altersgruppe repräsentativ ist
- **Auswertungsergebnisse:** %-Werte, Top-Two-Boxen, Mittelwerte, Ja-Nein, Transferraten im Rahmen des Markenvierklangs, Platzierungen im Ranking der untersuchten Ziele inkl. Durchschnittswert aller untersuchten Nationalparks bzw. Welterbestätten je Konkurrenzanalyse-Kategorie, Hochrechnung des absoluten Volumens (z.B. der Markenkennner) auf die repräsentierte Gesamtbevölkerung, Clusterung der Spontan-Assoziationen in Ober- und Unterkategorien etc.
- Datenerhebung: **GfK Travel & Logistics | Brand and Customer Experience, Nürnberg**
- Kooperationspartner: **Institut für Management und Tourismus (IMT) der FH Westküste, Heide.**
Ansprechpartnerin: Prof. Dr. Anja Wollesen

BASISMODUL

0. Allgemeine Informationen

- **Ungestützten Bekanntheit** (d.h. ohne Antwortvorgaben, Top of Mind) von deutschen Nationalparks und Welterbestätten
- **Allgemeines Interesse** an einem Besuch eines Nationalparks/ eines Welterbes
- **Allgemeine Relevanz des Status** ‚Nationalpark‘ bzw. ‚UNESCO Welterbe‘ bei der Reisezielauswahl

1. Markenvierklang

- **Gestützte Bekanntheit** (d.h. mit Antwortvorgabe, also Nennung des betreffenden Ziels) des jeweiligen Nationalparks/ Welterbes als Reiseziel
- **Sympathie** des jeweiligen Nationalparks/ Welterbes
- **Bereitschaft für einen Besuch** des jeweiligen Nationalparks/ Welterbes in der Zukunft: für einen Kurzurlaub (mit 1-3 Übernachtungen) | für eine längere Urlaubsreise (mit 4 und mehr Übernachtungen) | für einen Tagesausflug vom Wohnort sowie vom Urlaubsort
- **Besuche** des jeweiligen Nationalparks/ Welterbes **in der Vergangenheit**: innerhalb der letzten 3 Jahre | vor mehr als 3 Jahren
- **Transferraten**: Sympathie für den jeweiligen Nationalpark/ das jeweilige Welterbe unter den Markenkennern | Besuchsabsicht der Sympathisanten

2. (Weiter-)Empfehlung

- **Empfehlung der Markenkennern** als Reiseziel
- **Weiterempfehlung der Besucher aus der Vergangenheit** als Reiseziel (bei angemessener Fallzahl)

3. Gestützte Eigenschaftsbeurteilung

- **Allgemeine Eigenschaftsbeurteilung**: authentisch/echt, barrierefrei, einzigartig, nicht überlaufen/ Geheimtipp, langweilig, nachhaltig, naturerlebbar, international anziehend, kulturell interessant
- Beurteilung der **Attraktivität für bestimmte Lebensphasentypen**: Attraktiv für Jugendliche (14-17 Jahre), Attraktiv für junge Erwachsene (18-30 Jahre), Attraktiv für Erwachsene (31-64 Jahre), Attraktiv für Senioren (65 Jahre und älter), Attraktiv für Familien (mit mitreisenden Kindern unter 14 Jahren)
- **Nachhaltigkeitsaspekte**: natur-/ umweltschonend (ökologisch nachhaltig), wirtschaftlich effizient (ökonomisch nachhaltig), sozial gerecht (sozial nachhaltig), von regionaler Bedeutung, von globaler Bedeutung

4. Konkurrenzanalyse zum Markenvierklang, zur Empfehlung und zur gestützten Eigenschaftsbeurteilung

- Ranking/ **Konkurrenz innerhalb von Kategorien** (nur Nationalparks bzw. nur UNESCO Welterbe)
- Ranking/ **Konkurrenz innerhalb aller untersuchten Destinationen**

MODUL 1: WORKSHOP

Folgende Inhalte können im Rahmen des Moduls 1 optional hinzugebucht werden.

- **Präsentation** der Ergebnisse
- **Workshop** zur Interpretation der Ergebnisse
- **Diskussion** zum Umgang mit den Ergebnissen und Besprechung weiterer Schritte

Dauer 3-5 Stunden, ca. 15 Personen

MODUL 2: ZUSATZAUSWERTUNGEN

Bei der Zusatzauswertung werden die Ergebnisse nach folgenden Aspekten ausgewertet und aufbereitet:

- **Zielgruppenspezifische Auswertungen der Markenvierklang-Stufen, der Empfehlung und der gestützten Eigenschaftsbeurteilung** des jeweiligen Nationalparks bzw. der Welterbestätte: frei wählbar nach den Möglichkeiten des Datensatzes (bivariate Auswertungen nach acht Soziodemografie-Kategorien: Geschlecht, Alter, Schulbildung, Anzahl Kinder unter 14 Jahren, Haushaltgröße, Haushaltsnettoeinkommen, Ortsgröße, Nielseengebiete/ Bundesländer)
- **Clustering der Spontanassoziationen zum jeweiligen Nationalpark bzw. zur jeweiligen Welterbestätte in Ober- und Unterkategorien**

KOSTEN

Modul	Kosten
Basismodul	€ 2.900,-
Modul 1: Workshop	€ 2.800,- zzgl. Reisekosten
Modul 2: Zusatzauswertungen	€ 1.500,-
Modul 3: Sonderauswertungen	Auf Anfrage

Die Module 1 bis 3 können einzeln, jedoch nur in Kombination mit dem Basismodul beauftragt werden. Alle Kosten verstehen sich zzgl. MwSt. Die Berichtsbanderstellung erfolgt innerhalb von 8 Wochen nach schriftlicher Beauftragung.

Eine kombinierte Beauftragung von mehreren Reisezielen (z.B. innerhalb eines Bundeslandes) ist möglich. Dies kann insbesondere bei der Konkurrenzanalyse von hohem Interesse sein. Der Berichtsband wird als PDF-Datei geliefert.

Eine schriftliche Beauftragung, z.B. per Mail, ist zwingend erforderlich.

Hamburg, den 20.03.2017

Sarah Staub (Projektleiterin)



Ralf Trimborn (Geschäftsführender Gesellschafter)



Kontakt

inspektour GmbH

Tourismus- und Regionalentwicklung
Osterstraße 124
D-20255 Hamburg

tel: +49 (0)40 414 3887-411
www.inspektour.de
sarah.staub@inspektour.de

Erhobene Nationalparks und UNESCO Welterbestätten

Nationalparks	
1.	Müritz Nationalpark
2.	Nationalpark Bayerischer Wald
3.	Nationalpark Berchtesgaden
4.	Nationalpark Eifel
5.	Nationalpark Hainich
6.	Nationalpark Hamburgisches Wattenmeer
7.	Nationalpark Harz
8.	Nationalpark Hohe Tauern
9.	Nationalpark Hunsrück-Hochwald
10.	Nationalpark Jasmund
11.	Nationalpark Kellerwald-Edersee
12.	Nationalpark Niedersächsisches Wattenmeer
13.	Nationalpark Sächsische Schweiz
14.	Nationalpark Schleswig-Holsteinisches Wattenmeer
15.	Nationalpark Schwarzwald
16.	Nationalpark Unteres Odertal
17.	Nationalpark Vorpommersche Boddenlandschaft
18.	Schweizerischer Nationalpark

Anmerkung

Die **erhobenen Ziele im Ausland** sind blau markiert.
Das **Weltkulturerbe in Stuttgart** konnte nur bedingt berücksichtigt werden, da der Welterbestatus während der Erhebung zuerkannt wurde. Die Fallzahl von 1.000 konnte hier nicht erreicht werden.

Welterbestätten	
1.	Transnationales Weltkulturerbe Das architektonische Werk von Le Corbusier, darunter zwei Häuser der Weissenhofsiedlung
2.	Weltkulturerbe Aachener Dom
3.	Weltkulturerbe Altstadt von Bamberg
4.	Weltkulturerbe Altstadt von Regensburg mit Stadthof
5.	Weltkulturerbe Altstädte von Stralsund und Wismar
6.	Weltkulturerbe Bergpark Wilhelmshöhe
7.	Weltkulturerbe Bergwerk Rammelsberg, Altstadt von Goslar und Oberharzer Wasserwirtschaft
8.	Weltkulturerbe Das Bauhaus und seine Stätten in Weimar und Dessau
9.	Weltkulturerbe Dom und Michaeliskirche in Hildesheim
10.	Weltkulturerbe Fagus-Werk in Alfeld
11.	Weltkulturerbe Gartenreich Dessau-Wörlitz
12.	Weltkulturerbe Grenzen des Römischen Reiches: Obergermanisch-raetischer Limes
13.	Weltkulturerbe Hamburger Speicherstadt und Kontorhausviertel mit Chilehaus
14.	Weltkulturerbe Hansestadt Lübeck
15.	Weltkulturerbe Industriekomplex Zeche Zollverein in Essen
16.	Weltkulturerbe Karolingisches Westwerk und Civitas Corvey
17.	Weltkulturerbe Klassisches Weimar
18.	Weltkulturerbe Kloster Lorsch
19.	Weltkulturerbe Klosteranlage Maulbronn
20.	Weltkulturerbe Klosterinsel Reichenau
21.	Weltkulturerbe Kölner Dom
22.	Weltkulturerbe Luthergedenkstätten in Eisleben und Wittenberg
23.	Weltkulturerbe Markgräflisches Opernhaus Bayreuth
24.	Weltkulturerbe Memphis und seine Totenstadt – die Pyramidenfelder von Gizeh bis Dahschur
25.	Weltkulturerbe Museumsinsel Berlin
26.	Weltkulturerbe Muskauer Park
27.	Weltkulturerbe Oberes Mittelrheintal
28.	Weltkulturerbe Prähistorische Pfahlbauten um die Alpen
29.	Weltkulturerbe Rathaus und Roland in Bremen
30.	Weltkulturerbe Römische Baudenkmäler, Dom und Liebfrauenkirche von Trier
31.	Weltkulturerbe Schlösser Augustusburg und Falkenlust in Brühl
32.	Weltkulturerbe Schlösser und Parks von Potsdam und Berlin
33.	Weltkulturerbe Siedlungen der Berliner Moderne
34.	Weltkulturerbe Speyerer Dom
35.	Weltkulturerbe Stiftskirche, Schloss und Altstadt von Quedlinburg
36.	Weltkulturerbe Völklinger Hütte
37.	Weltkulturerbe Wallfahrtskirche Die Wies
38.	Weltkulturerbe Wartburg
39.	Weltkulturerbe Würzburger Residenz und Hofgarten
40.	Weltnaturerbe Buchenurwälder der Karpaten und Alte Buchenwälder Deutschlands
41.	Weltnaturerbe Great Barrier Reef
42.	Weltnaturerbe Grube Messel
43.	Weltnaturerbe Wattenmeer