

***inspektour***

TOURISMUS- UND REGIONALENTWICKLUNG

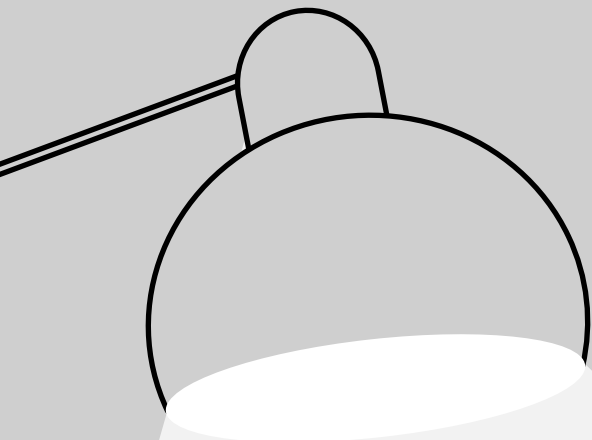
Ralf Trimborn

Geschäftsführender Gesellschafter und Gründer



DISCLAIMER COPYRIGHT 2019 Alle Rechte vorbehalten.

Die in dieser Präsentation dokumentierten Inhalte sind geistiges Eigentum der inspektour GmbH und unterliegen den geltenden Urhebergesetzen. Die verwendeten Bilder dienen lediglich Illustrationszwecken. Sie stehen nicht zur Publikation frei. Die Präsentation ist ohne den gesprochenen Vortrag unvollständig.



Studie zu Top-  
Quellmärkten:

**Incoming hat noch  
viel Potenzial**

SO  
... BEWERTEN

NIEDERLÄNDER,  
SCHWEIZER UND  
ÖSTERREICHER

↓  
deutsche Destinationen



**Befragte**  
**131.400**

# REISEZIELE

**10 JAHRE**  
**STRATEGISCHE MAFO**  
**- UNBEZAHLBAR -**

Eigenschaften  
**185\*\***

**1.445** ↓\*\*\*

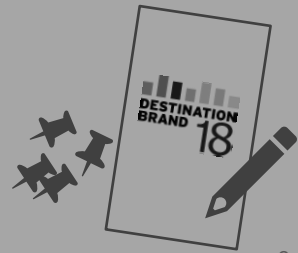
Urlaubs  
themen **244\***

Spontan-  
assoziationen  
**372.000**

Mehrere hundert  
Berichte, Vorträge  
und Workshops

10 Jahre DESTINATION BRAND

\* Anzahl verschiedener Urlaubsthemen: 70  
\*\* Anzahl verschiedener Eigenschaften: 77  
\*\*\* Anzahl verschiedener Reiseziele: 449





# Markenstärke

DESTINATION BRAND

09 | 12 | 15



# THEMENKOMPETENZ

DESTINATION BRAND

10 | 13 | 16



# Profileigenschaften

DESTINATION BRAND

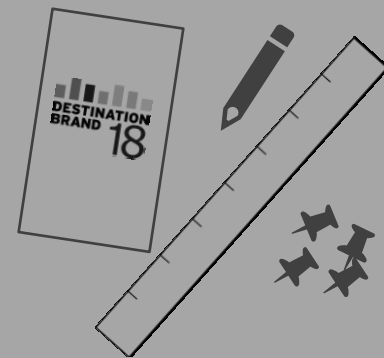
11 | 14 | 17



# INTERNATIONAL

DESTINATION BRAND

18

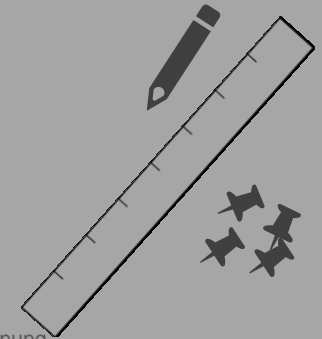


Befragte  
**12.000**

REISEZIELE

133 ↓

Urlaubs  
themen **33**



DE: N = 4.000; 45 untersuchte Reiseziele zum Markenvierklang u. zur gestützten Themeneignung  
AT: N = 2.000; 22 untersuchte Reiseziele zum Markenvierklang u. zur gestützten Themeneignung  
NL: N = 3.000; 33 untersuchte Reiseziele zum Markenvierklang u. zur gestützten Themeneignung  
CH: N = 3.000; 33 untersuchte Reiseziele zum Markenvierklang u. zur gestützten Themeneignung

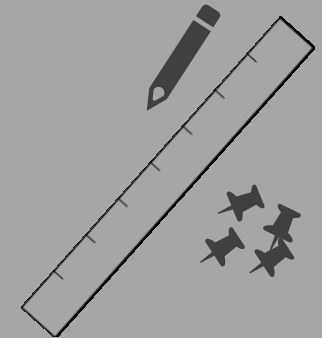
# Repräsentativ

14-74 Jahre

Laufzeit ...  
Nov. – Dez. 2018

ONLINE-ERHEBUNG

LANDES  
↓  
SPRACHE



\* Repräsentativ für die jeweilige in Privathaushalten lebende Bevölkerung im Alter von 14 bis 74 Jahren

Herausgeber und Gesamtprojektleitung:

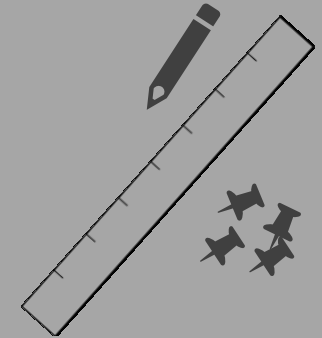
# inspektour

TOURISMUS- UND REGIONALENTWICKLUNG

Datenerhebung:



Wissenschaftliche Begleitung:



# Ausländische Reiseziele

aus Sicht des jeweiligen Quellmarktes

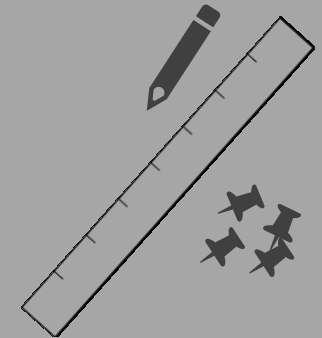
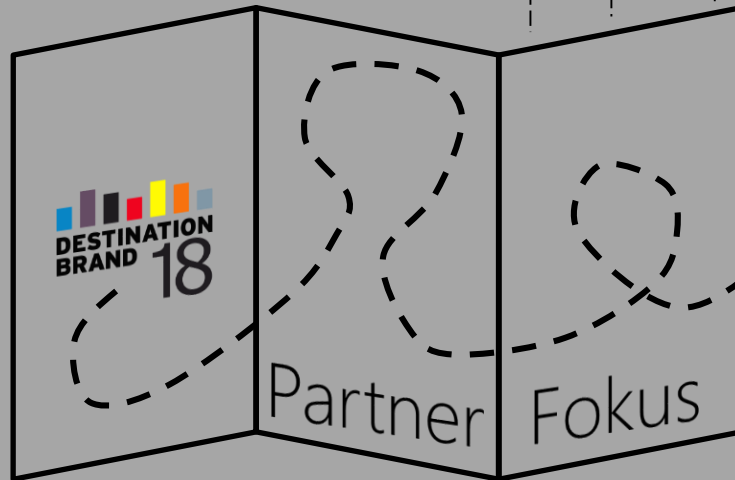
**ALLGEMEINES INTERESSE**

Urlaubsaktivitäten

33

Allgemeine AUSLANDS REISEABSICHT

für Kurzurlaube und längere Urlaubsreisen





INDIVIDUELLE  
ZUSATZFRAGEN

SCHLADMING-  
DACHSTEIN

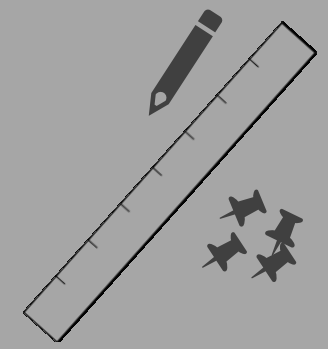
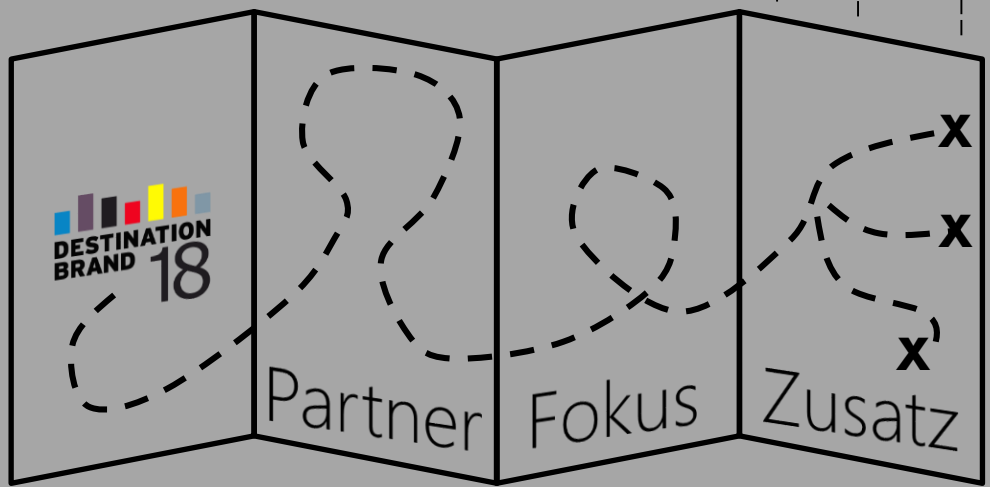
Spontan-Assoziationen

PERU

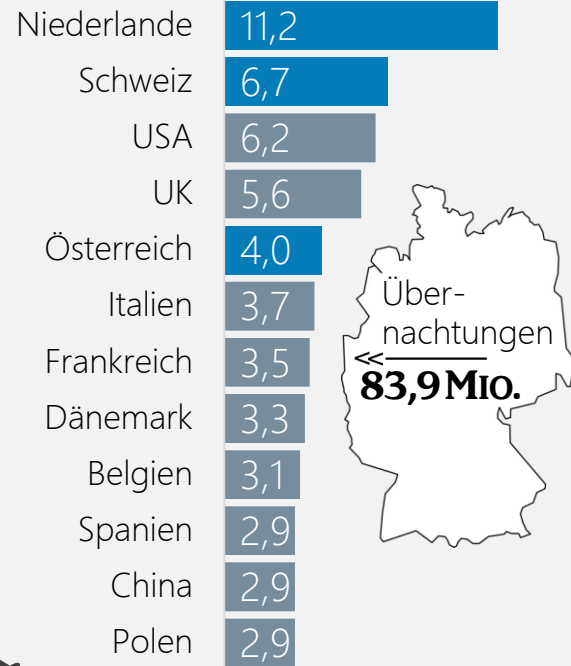
Reisemotivationen und  
-barrieren für Urlaubsreisen  
nach Peru und Südamerika

DZT ↓

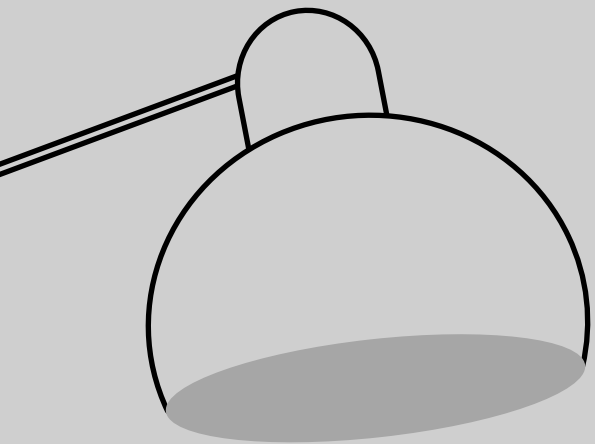
Bewertung des Reiseziel-  
Images von Deutschland im  
Vergleich zu jeweils drei Haupt-  
Wettbewerbern

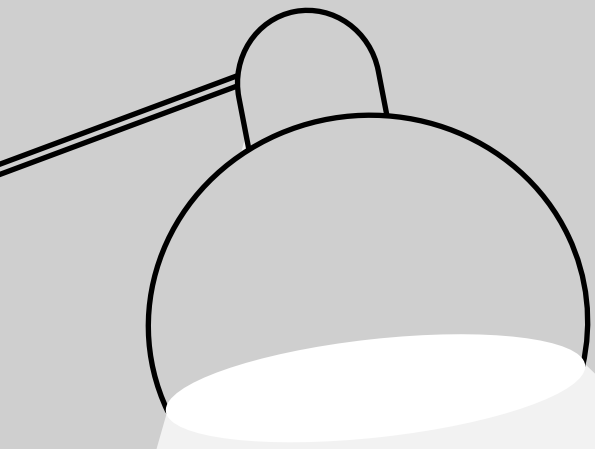


## WICHTIGSTE QUELLMÄRKTE WELTWEIT FÜR DEUTSCHLAND 2017



Quelle: [www.germany.travel](http://www.germany.travel) (2018)

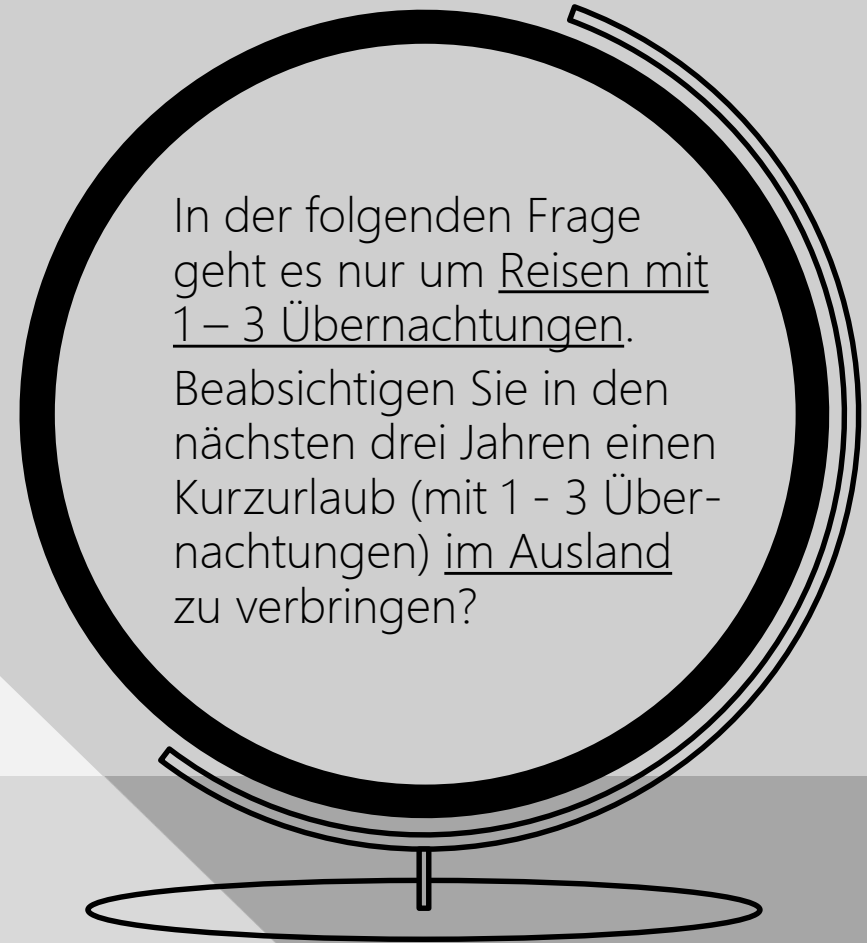




Reiseabsicht  
ins Ausland



FÜR KURZURLAUBE &  
LÄNGERE URLAUBSREISEN

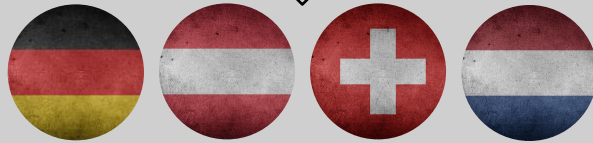


In der folgenden Frage  
geht es nur um Reisen mit  
1 – 3 Übernachtungen.

Beabsichtigen Sie in den  
nächsten drei Jahren einen  
Kurzurlaub (mit 1 - 3 Über-  
nachtungen) im Ausland  
zu verbringen?

Reiseabsicht  
ins Ausland ●●●

**FÜR KURZURLAUBE**



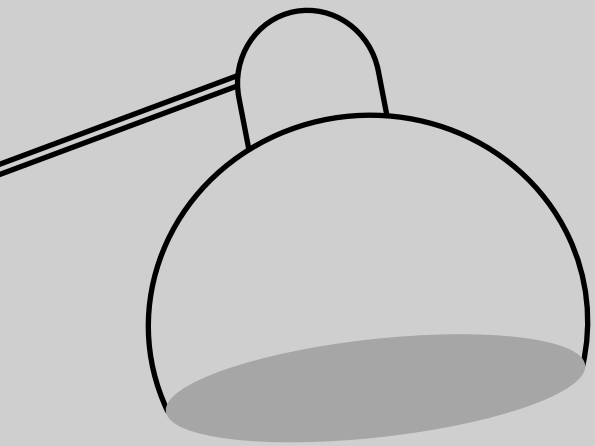
Basis: alle Befragte

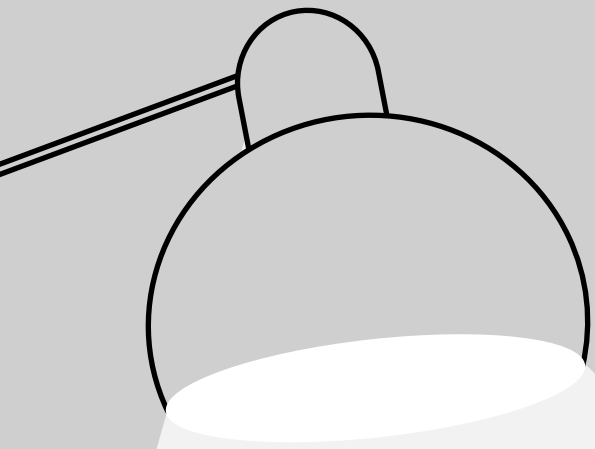
	DE	AT	CH	NL
auf alle Fälle	32%	61%	60%	35%
wahrscheinlich	29%	26%	28%	34%
<b>Top-Two-Box*</b>	<b>61%</b>	<b>86%</b>	<b>88%</b>	<b>69%</b>



Basis: alle Befragte | Anzahl der Befragten: DE: N = 4.000; AT: N = 2.000; CH: N = 3.000; NL: N = 3.000  
Angabe der Top-Two-Box-Werte auf 4-stufiger Bewertungsskala von „4 = auf alle Fälle“ bis „1 = auf keinen Fall“

\* Mögliche Abweichungen von 1% zur Summe aus den Einzelwerten sind rundungstechnisch bedingt.

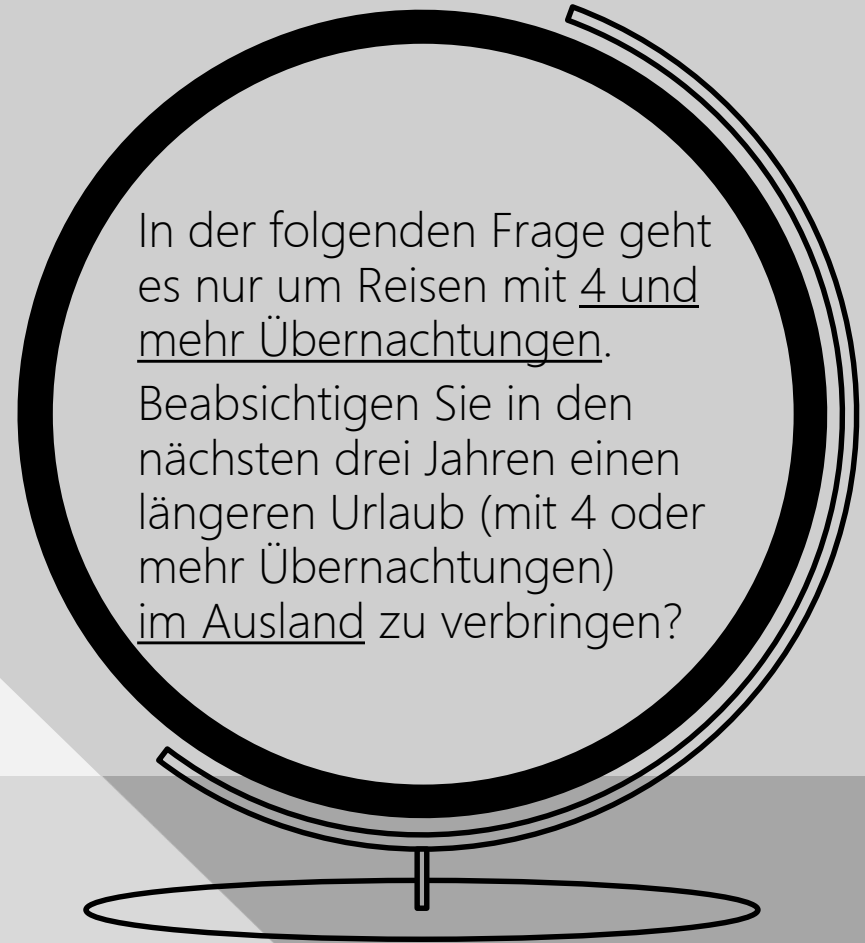




Reiseabsicht  
ins Ausland



**FÜR KURZURLAUBE &  
LÄNGERE URLAUBSREISEN**

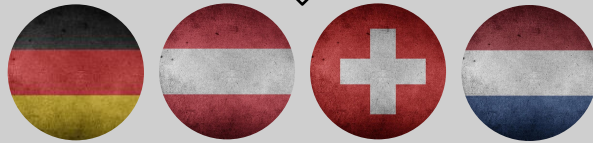


In der folgenden Frage geht es nur um Reisen mit 4 und mehr Übernachtungen.

Beabsichtigen Sie in den nächsten drei Jahren einen längeren Urlaub (mit 4 oder mehr Übernachtungen) im Ausland zu verbringen?

Reiseabsicht  
ins Ausland ●●●

## FÜR LÄNGERE URLAUBSREISEN



Basis: alle Befragte

auf alle Fälle

41% 55% 55% 43%

wahrscheinlich

28% 26% 28% 31%

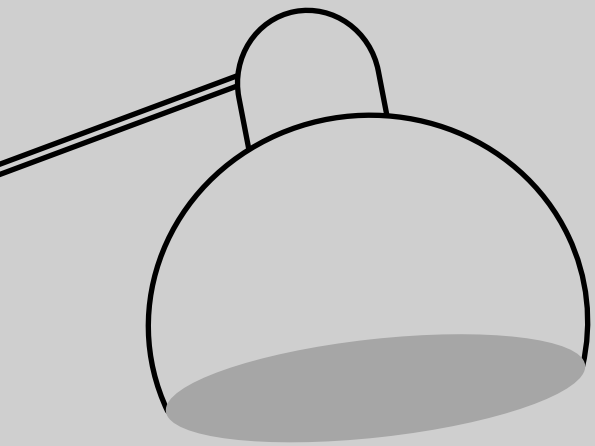
**Top-Two-Box\***

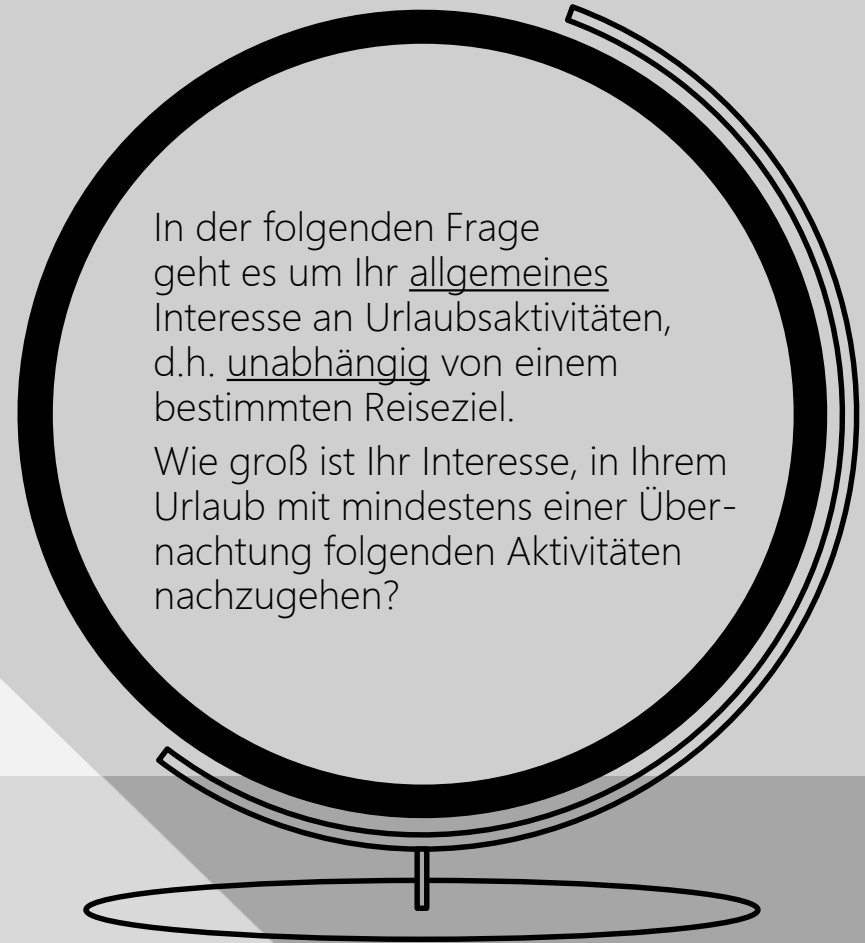
**69% 81% 84% 74%**



Basis: alle Befragte | Anzahl der Befragten: DE: N = 4.000; AT: N = 2.000; CH: N = 3.000; NL: N = 3.000  
 Angabe der Top-Two-Box-Werte auf 4-stufiger Bewertungsskala von „4 = auf alle Fälle“ bis „1 = auf keinen Fall“  
 \* Mögliche Abweichungen von 1% zur Summe aus den Einzelwerten sind rundungstechnisch bedingt.












In der folgenden Frage geht es um Ihr allgemeines Interesse an Urlaubsaktivitäten, d.h. unabhängig von einem bestimmten Reiseziel.

Wie groß ist Ihr Interesse, in Ihrem Urlaub mit mindestens einer Übernachtung folgenden Aktivitäten nachzugehen?

# ALLGEMEINE THEMEN

-  Kulinarische / gastronomische Spezialitäten genießen
-  Kulturelle Einrichtungen besuchen / Kulturangebote nutzen
-  Sich in der Natur aufhalten
-  Sportlich aktiv sein
-  Städtereise unternehmen

-  Baden und am Strand aufhalten
-  Burgen, Schlösser und Dome besuchen
-  Bergsteigen (z.B. Berg- und Gipfeltouren)
-  Entspannen und ausruhen
-  Events besuchen
-  Familienangebote nutzen

## Spezialthemen

-  Freizeitparks besuchen
-  Fußballspiele und -stadien sowie weitere Attraktionen/Events zum Thema Fußball besuchen
-  Gärten / Parks besuchen
-  Gesundheitsangebote nutzen (selbstzahlend, nicht Kur)
-  Indigenen (einheimischen) Völkern begegnen
-  Angebote zur Industriekultur besuchen (z.B. Besuch von Fabriken, Zechen, Industriekulturmuseen)
-  Klettersteigen
-  Urlaub auf dem Lande verbringen (z.B. auf dem Bauern- bzw. Winzerhof)
-  Lebendige „Szene“ erleben (z.B. trendige Shoppingviertel, Festivals, alternative Künstlerszene, lebendiges Nachtleben)
-  Luxusangebote wahrnehmen
-  Motorrad fahren
-  Mountainbike fahren
-  Nachhaltigen Urlaub / nachhaltige Reise machen (natur- / umweltschonend, wirtschaftlich fair, sozial gerecht)
-  Rad fahren (nicht Mountainbike fahren)
-  Shoppingmöglichkeiten nutzen
-  Studien- / Bildungsangebote nutzen
-  Thalassoangebote nutzen (z.B. Behandlungen mit Meerwasser, Algen, Sand)
-  UNESCO Welterbestätten besuchen
-  Wandern
-  Wassersport ausüben (nicht Segeln)
-  Wellnessangebote nutzen
-  Wintersport ausüben (z.B. Ski fahren, Langlauf)

ALLGEMEINES INTERESSE **an**

**Urlaubsthemen**

**TOP 5** ... QM **Österreich**

	Top-Two-Box		
	Alle Befragte	Auslandsreise-Absicht*	
1 Entspannen und ausruhen	77%	80%	+3% -Pkt.
2 Sich in der Natur aufhalten	71%	75%	+4% -Pkt.
3 Baden und am Strand aufhalten	69%	76%	+7% -Pkt.
4 Kulinarische / gastronomische Spezialitäten genießen	68%	73%	+5% -Pkt.
5 Städtereise unternehmen	65%	72%	+7% -Pkt.



Basis: alle Befragte und Befragte mit Auslandsreise-Absicht\* | Anzahl der Befragten: AT: N = 2.000  
 Angabe der Top-Two-Box-Werte auf 5-stufiger Bewertungsskala von „5 = sehr großes Interesse“ bis „1 = gar kein Interesse“

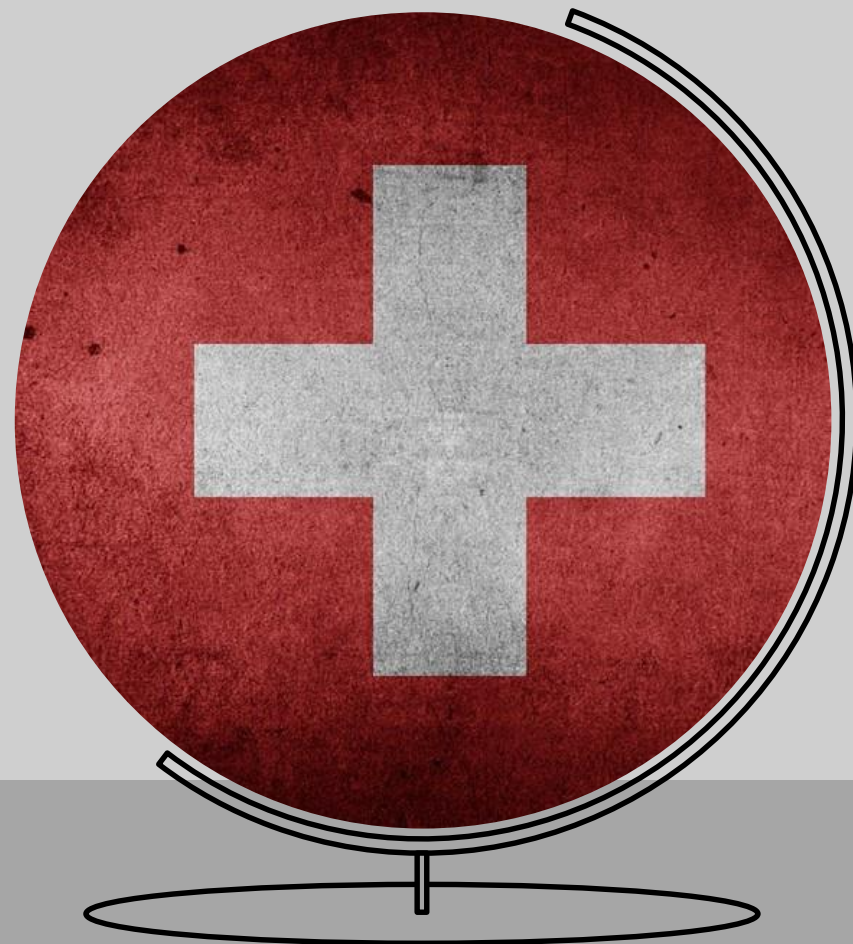
\* Beabsichtigen auf alle Fälle innerhalb der nächsten 3 Jahre einen Kurzurlaub (mit 1-3 ÜN) und / oder eine längere Urlaubsreise (mit 4 oder mehr ÜN) im Ausland zu verbringen

ALLGEMEINES INTERESSE **an**

**Urlaubsthemen**

**TOP 5** ... QM Schweiz

	Top-Two-Box		
	Alle Befragte	Auslandsreise-Absicht*	
1 Entspannen und ausruhen	78%	81%	+3% -Pkt.
2 Kulinarische / gastronomische Spezialitäten genießen	73%	79%	+6% -Pkt.
3 Städtereise unternehmen	70%	76%	+6% -Pkt.
4 Sich in der Natur aufhalten	65%	67%	+2% -Pkt.
5 Baden und am Strand aufhalten	64%	70%	+6% -Pkt.



Basis: alle Befragte und Befragte mit Auslandsreise-Absicht\* | Anzahl der Befragten: CH: N = 3.000  
 Angabe der Top-Two-Box-Werte auf 5-stufiger Bewertungsskala von „5 = sehr großes Interesse“ bis „1 = gar kein Interesse“

\* Beabsichtigen auf alle Fälle innerhalb der nächsten 3 Jahre einen Kurzurlaub (mit 1-3 ÜN) und / oder eine längere Urlaubsreise (mit 4 oder mehr ÜN) im Ausland zu verbringen

ALLGEMEINES INTERESSE **an**

**Urlaubsthemen**

**TOP 5** ... QM **Niederlande**

	Top-Two-Box		
	Alle Befragte	Auslandsreise-Absicht*	
1 Entspannen und ausruhen	76%	80%	+4% -Pkt.
2 Städtereise unternehmen	62%	73%	+11% -Pkt.
3 Sich in der Natur aufhalten	55%	57%	+2% -Pkt.
4 Burgen, Schlösser und Dome besuchen	51%	57%	+6% -Pkt.
5 Baden und am Strand aufhalten	48%	53%	+5% -Pkt.



Basis: alle Befragte und Befragte mit Auslandsreise-Absicht\* | Anzahl der Befragten: NL: N = 3.000  
 Angabe der Top-Two-Box-Werte auf 5-stufiger Bewertungsskala von „5 = sehr großes Interesse“ bis „1 = gar kein Interesse“

\* Beabsichtigen auf alle Fälle innerhalb der nächsten 3 Jahre einen Kurzurlaub (mit 1-3 ÜN) und / oder eine längere Urlaubsreise (mit 4 oder mehr ÜN) im Ausland zu verbringen

HOHE AUSLANDSREISE-  
ABSICHT DER QM  
ÖSTERREICH, SCHWEIZ  
UND NIEDERLANDE

Allgemeines Interesse an den Urlaubsthemen:

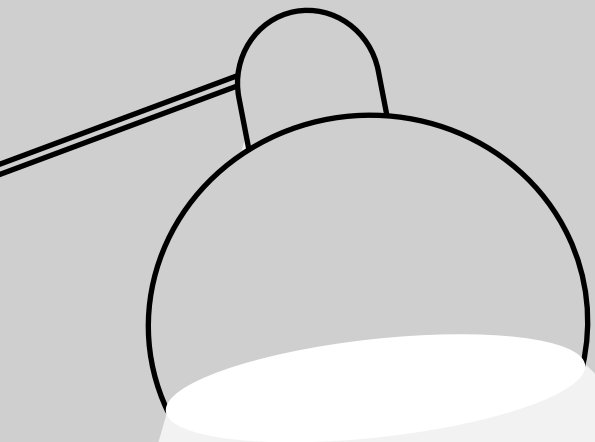
- **Entspannen und ausruhen** ↓
- **Sich in der Natur aufhalten** ↓
- **Baden und am Strand aufhalten**
- **Städtereise unternehmen**

stets unter den TOP 5 der QM Österreich,  
Schweiz und Niederlande

...

Jedoch quellmarkt-spezifische  
Unterschiede in den Ausprägungen  
und weiteren Themen!

FAZIT



inspektour GmbH  
Tourismus- und Regionalentwicklung  
Osterstraße 124  
20255 Hamburg  
- Veröffentlichung: Januar 2019 -

**Ralf Trimborn**

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

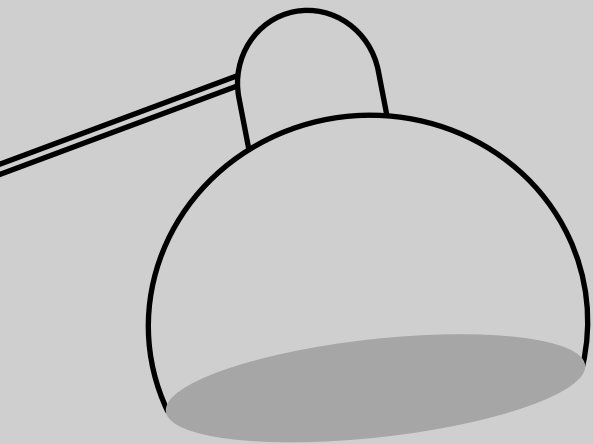
**Nadine Reede**

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

**inspektour**  
TOURISMUS- UND REGIONALENTWICKLUNG







Sämtliche Inhalte dieser Dokumentation in Form von Strategien, Modellen, Konzepten, Schaubildern, Analysen und Schlussfolgerungen sowie sonstigen geistigen Schöpfungen sind als geistiges und schöpferisches Eigentum urheberrechtlich geschützt. Eine Verwendung auch in Teilen gegenüber Dritten darf nur unter ausdrücklicher Genehmigung und Quellenangabe des Herausgebers erfolgen, mit Ausnahme der Inhalte, die durch eine gesonderte Quellenangabe gekennzeichnet sind. Durch Übergabe dieser Dokumentation erhält der direkte Empfänger ein zeitlich befristetes, einfaches Nutzungsrecht an den urheberrechtlich geschützten Leistungen. Eine gewerbliche Nutzung außerhalb schriftlich geschlossener Vereinbarungen ist ausgeschlossen. Der Empfänger ist nicht berechtigt, diese Dokumentation oder Teile davon oder Inhalte davon zu verändern, zu veröffentlichen oder zu verbreiten. Sämtliche Inhalte unterliegen der Geheimhaltung.

Die in dieser Präsentation dokumentierten Inhalte sind geistiges Eigentum der inspektour (international) GmbH. Die Präsentation ist ohne den gesprochenen Vortrag unvollständig.

