



GfK/IMT DestinationMonitor für Niedersachsen

Ergebnisse für das Bundesland Niedersachsen
Berichtsperiode: Jahr 2012



GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland für Niedersachsen

FAKTEN AUF EINEN BLICK

Der GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland wird gemeinsam von GfK SE Panel Services Deutschland und Prof. Dr. Bernd Eisenstein herausgegeben. Die Projektdurchführung obliegt GfK Mobility sowie dem Institut für Management und Tourismus (IMT) der FH Westküste.

Ziel des Monitorings ist es, das Reiseverhalten der Deutschen in seiner Bedeutung für die einzelnen Destinationen transparenter zu machen und in regelmäßiger Berichterstattung seine Entwicklung zu beschreiben. Es richtet sich an Destinationen auf Bundeslandebene sowie – bei ausreichender Fallzahl – an Regionen und Kommunen der teilnehmenden Bundesländer. Der GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland liefert grundlegende Daten zum inländischen Übernachtungs- und Tagestourismus ab 50 km unter Berücksichtigung sowohl von Privat- als auch Geschäftsreisen.* Eingeschlossen ist zudem der so genannte „Graue Markt“, mit dem Übernachtungen in Ferienunterkünften mit weniger als zehn Betten, bei Verwandten oder Bekannten oder auch in eigenen Urlaubsunterkünften gemeint sind, die von der amtlichen Statistik nicht erfasst werden.

Das Instrument ist methodisch so angelegt, dass nicht nur Aussagen zu den Reisen der Deutschen in die entsprechende Destination getätigt, sondern zudem Vergleiche zum Gesamtmarkt (Reisen der Deutschen ins In- und Ausland) und zum Inlandsmarkt (Reisen der Deutschen im Inland) gezogen werden können. Das Berichtswesen ist in vier Teilbereiche mit einer in Abhängigkeit der Fallzahl je Destination variierenden Periodizität gegliedert:

- Monitoring des inländischen Nachfragevolumens („Gesamtmarkt-Monitoring“)
- Monitoring des inländischen Urlaubsreisemarktes („Urlaubsmarkt-Monitoring“)
- Hochrechnung der wirtschaftlichen Effekte für Urlaubsreisen
- Soziodemographische Differenzierungen

Die Basis des GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland ist der GfK MobilitätsMonitor. Dieser erhebt das komplette Reiseverhalten der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 50 km sowie die Pendlerreisen ab 0 km regelmäßig in einer feststehenden Panelstichprobe von 20.000 deutschsprachigen Privathaushalten mit 45.000 Personen ab 0 Jahre. Die Gewichtung und Hochrechnung der Daten erfolgt repräsentativ für 36,2 Mio. deutschsprachige Privathaushalte mit 74,2 Mio. Personen nach folgenden Merkmalen: Alter des Reiseteilnehmers, Geschlecht des Reiseteilnehmers, Anzahl der Kinder unter 6 Jahre bzw. unter 14 Jahre im Haushalt, Haushaltsgröße, Haushaltsnettoeinkommen, Internetnutzungsintensität des Haushaltsführers, Ortsgrößenklassen, Regierungsbezirke und Bundesländer. Die Feldarbeiten werden von der GfK durchgeführt, geleitet und kontrolliert.

* Zur Messung des inländischen Nachfragevolumens in Vorsorge- und Rehakliniken wird die amtliche Beherbergungsstatistik herangezogen.

► Herausgeber

GfK SE Bereich Panel Services
Prof. Dr. Bernd Eisenstein

► Projektdurchführung

GfK Mobility, Nürnberg
Institut für Management und Tourismus (IMT), Heide

► Untersuchungsinhalt

Reiseaufkommen und Reiseverhalten der deutschsprachigen Wohnbevölkerung

► Untersuchungsobjekt

Reiseziele in Deutschland

► Stichprobe

45.000 Personen ab 0 Jahre
in 20.000 deutschsprachigen Privathaushalten lebend

► Repräsentativität

74,2 Mio. Personen ab 0 Jahre
in 36,2 Mio. deutschsprachigen Privathaushalten lebend

► Stichprobenart

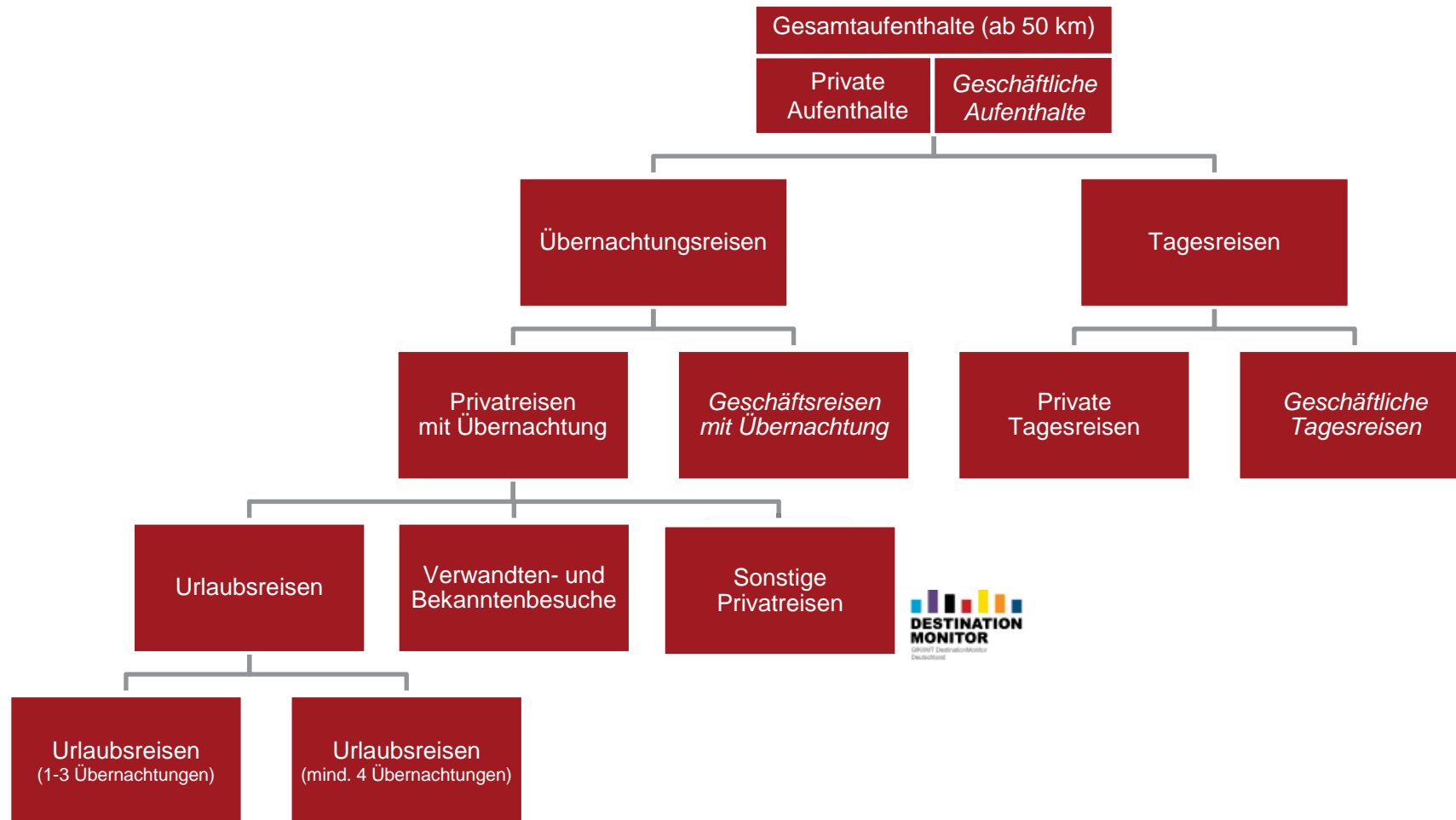
Panelstichprobe mit Quotenvorgaben

► Erhebungsart

schriftlich (online/offline)



Überblick über die Marktsegmente



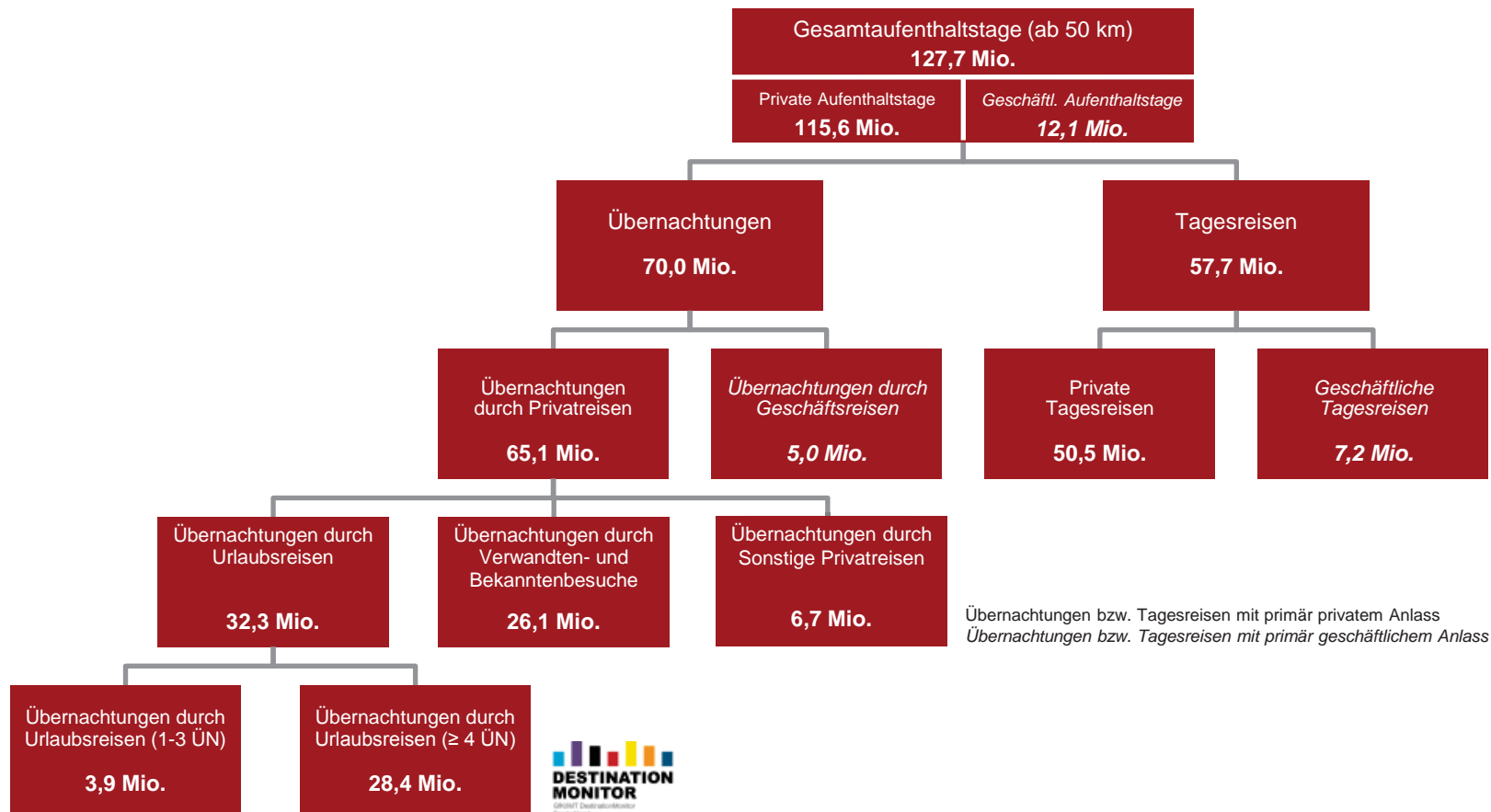
Reisen mit primär privatem Anlass
 Reisen mit primär geschäftlichem Anlass



Volumen-Gesamtübersicht



Volumenübersicht



* Die Übernachtungen bzw. Aufenthaltstage der Inländer in Vorsorge- und Rehakliniken (amtlich erfasst) sind im ausgewiesenen Volumen an Übernachtungen bzw. Aufenthaltstagen inbegriffen.

Mögliche Abweichungen sind rundungsbedingt.

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland, Statistisches Bundesamt

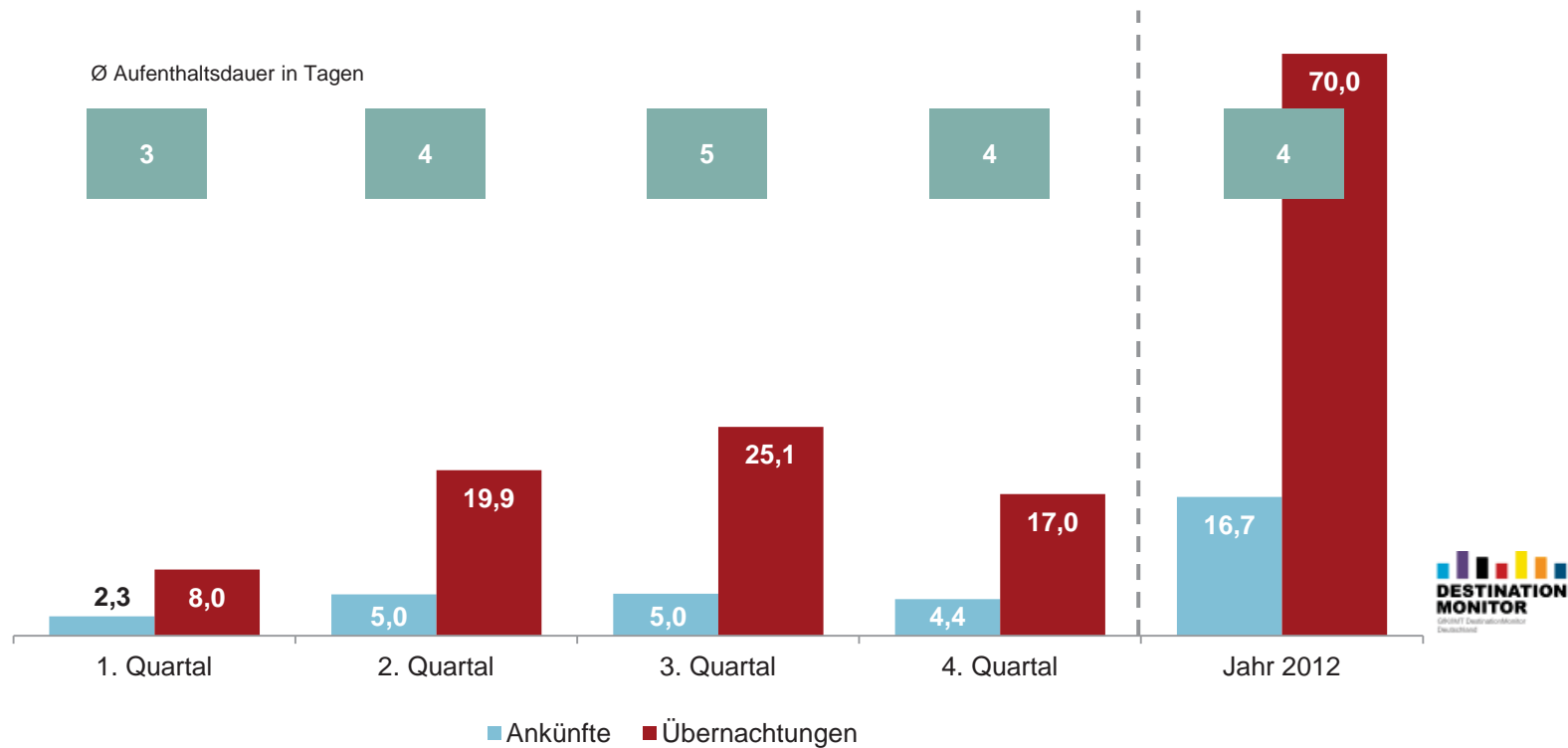




Übernachtungsreisen



Über 25 Mio. Übernachtungen im 3. Quartal 2012



Im Jahr 2012 verzeichnete Niedersachsen 16,7 Mio. inländische Ankünfte und insgesamt 70,0 Mio. Übernachtungen. Inkludiert sind dabei die Ankünfte bzw. Übernachtungen der Inländer in Vorsorge- und Rehakliniken aus der amtlichen Beherbergungsstatistik. Im Durchschnitt verbrachten die Gäste 4 Tage in Niedersachsen. Der typische Saisonalitätsverlauf im Jahr 2012 weist im 3. Quartal den Höchstwert an Übernachtungen (25,1 Mio.) auf. Entsprechend verweilen die Gäste in den Sommermonaten Juli bis September mit im Schnitt 5 Tagen auch am längsten in Niedersachsen.

* Die Ankünfte bzw. Übernachtungen der Inländer in Vorsorge- und Rehakliniken (amtlich erfasst) sind in die Auswertungen eingeschlossen.

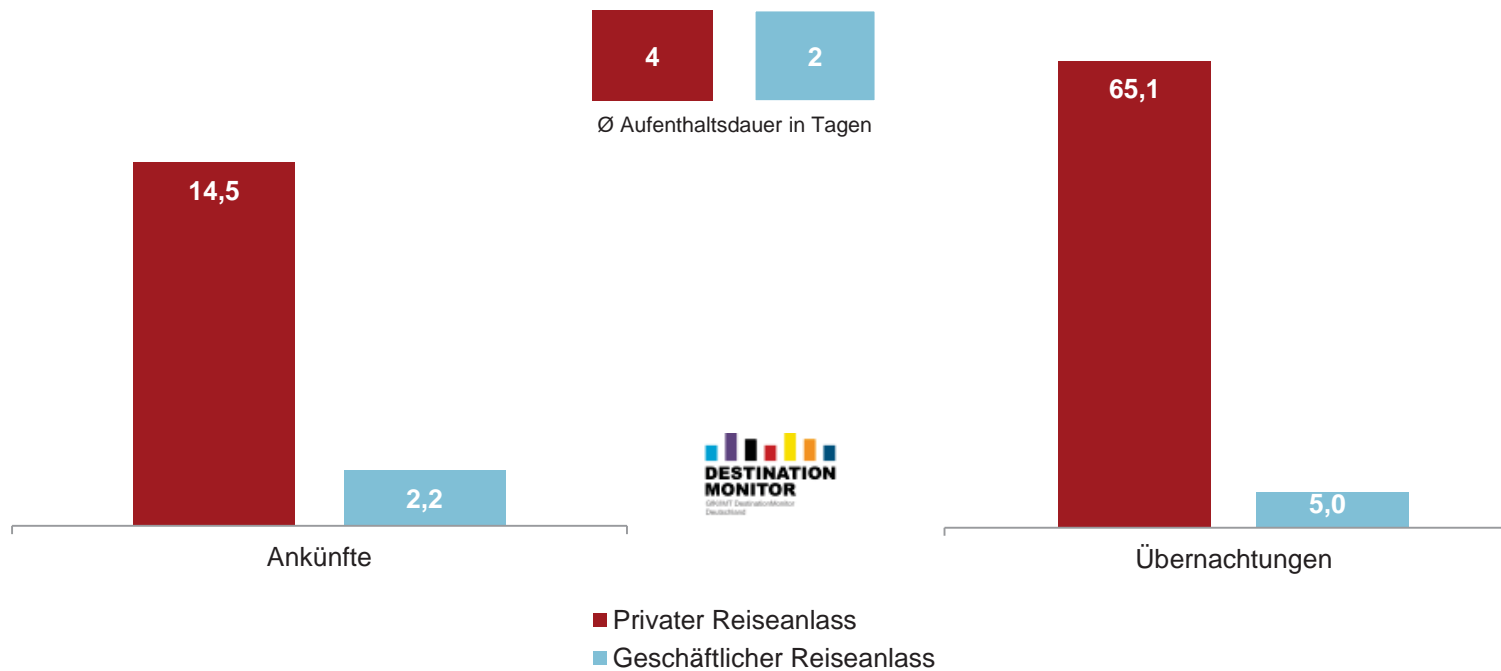
Mögliche Abweichungen sind rundungsbedingt.

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland, Statistisches Bundesamt





65,1 Mio. Übernachtungen im Zuge von Privatreisen



Die Analyse der Reiseanlässe der inländischen Gäste im Jahr 2012 zeigt, dass 14,5 Mio. Gäste aus privaten Gründen nach Niedersachsen gereist sind. 7,2 Mio. Gäste reisten aus geschäftlichen Gründen an. Von den privatreisenden Gästen wurden 65,1 Mio. Übernachtungen generiert, deutlich mehr als von den Geschäftsreisenden (5,0 Mio.), welche anlassbedingt zudem deutlich weniger Zeit an ihrem Aufenthaltsort verbringen (durchschnittlich 2 Tage).

* Die Ankünfte bzw. Übernachtungen der Inländer in Vorsorge- und Rehakliniken (amtlich erfasst) sind in die Auswertungen eingeschlossen.

Mögliche Abweichungen sind rundungsbedingt.

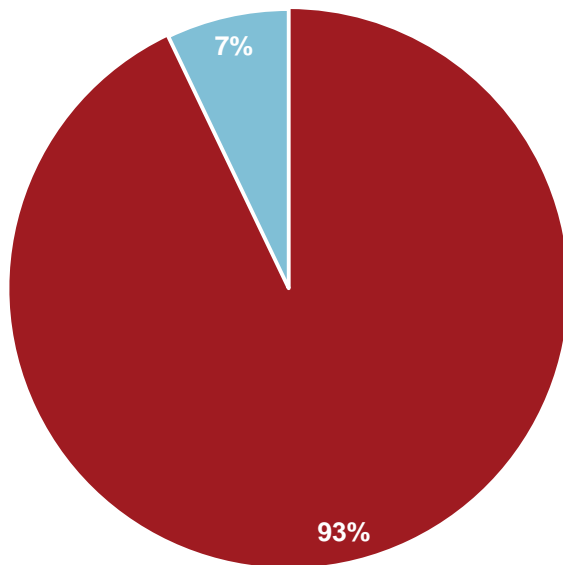
Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland, Statistisches Bundesamt





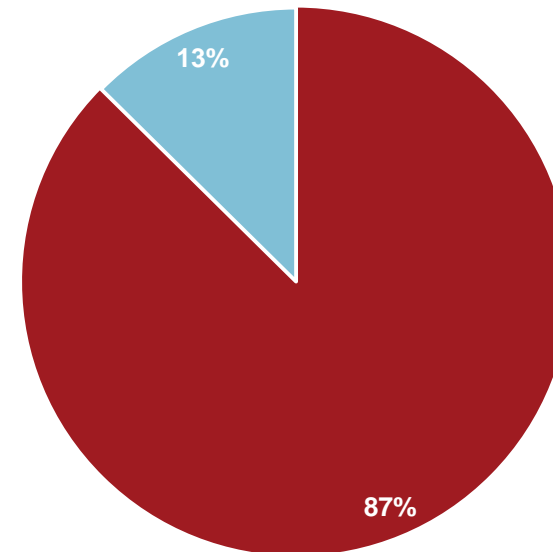
Private Übernachtungen im Vergleich zum Bundesschnitt deutlich überrepräsentiert

Reiseziel Niedersachsen



70,0 Mio. Übernachtungen

Reiseziel Deutschland



652,9 Mio. Übernachtungen

■ Privater Reiseanlass
 ■ Geschäftlicher Reiseanlass



Das prozentuale Verhältnis der Reiseanlässe verdeutlicht die Dominanz der privaten Reiseanlässe. Knapp 93% der Übernachtungen in Niedersachsen werden im Rahmen von Privatreisen getätigt. Entsprechend entfallen 7% auf die geschäftlichen Übernachtungen. Im Vergleich zu Deutschland sind die Übernachtungen durch Privatreisen überrepräsentiert.

* Die Übernachtungen der Inländer in Vorsorge- und Rehakliniken (amtlich erfasst) sind in die Auswertungen eingeschlossen.

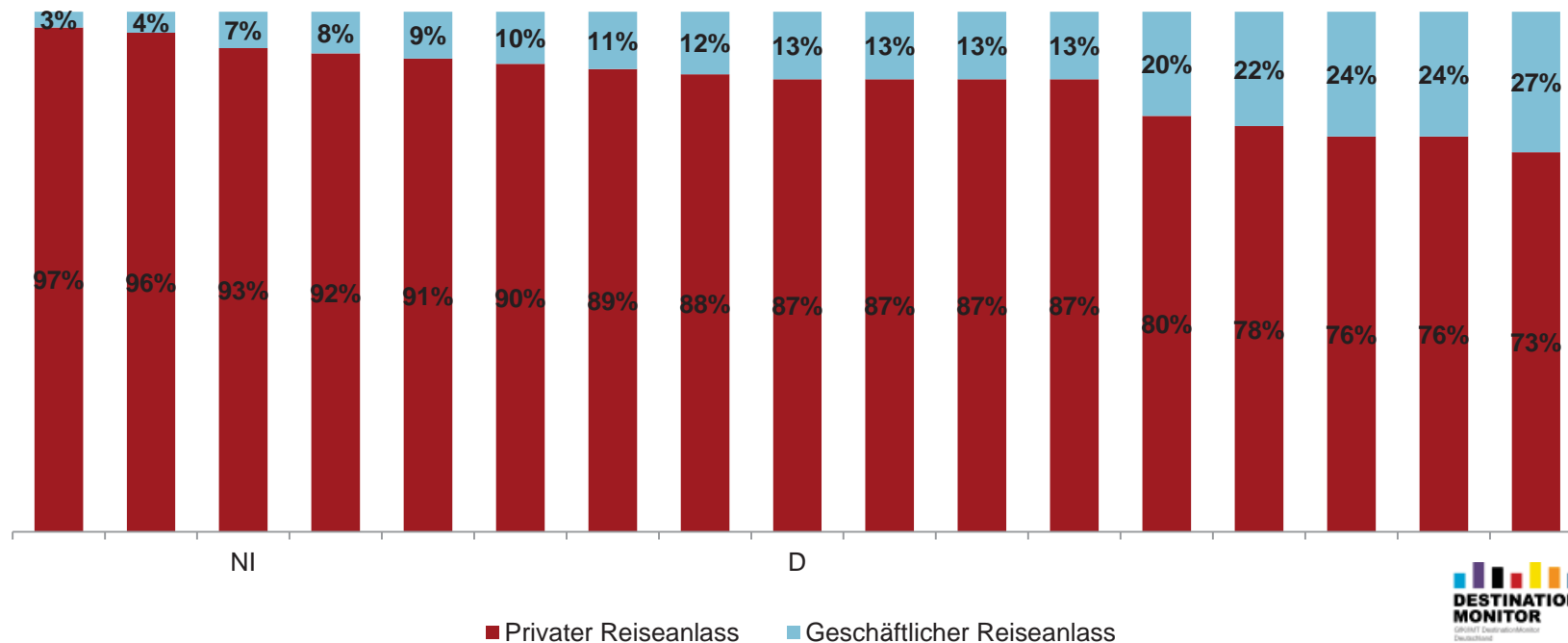
Mögliche Abweichungen sind rundungsbedingt.

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland, Statistisches Bundesamt





Im Vergleich der Bundesländer hat Niedersachsen den drittgrößten Anteil an Übernachtungen durch Privatreisen



Auch im Bundeslandvergleich zeigt sich die besondere Bedeutung der privaten Übernachtungen. Niedersachsen ordnet sich mit einem Anteil von 93% privater Übernachtungen auf Platz 3 ein. Der Anteil der geschäftlichen Übernachtungen hingegen ist auch im Bundeslandvergleich entsprechend gering. In erster Linie sind es die Stadtstaaten, die einen höheren Anteil an geschäftlichen Übernachtungen aufweisen.

* Die Übernachtungen der Inländer in Vorsorge- und Rehakliniken (amtlich erfasst) sind in die Auswertungen eingeschlossen. Ausnahmen aufgrund von Datenanonymität: Berlin, Bremen, Hamburg.

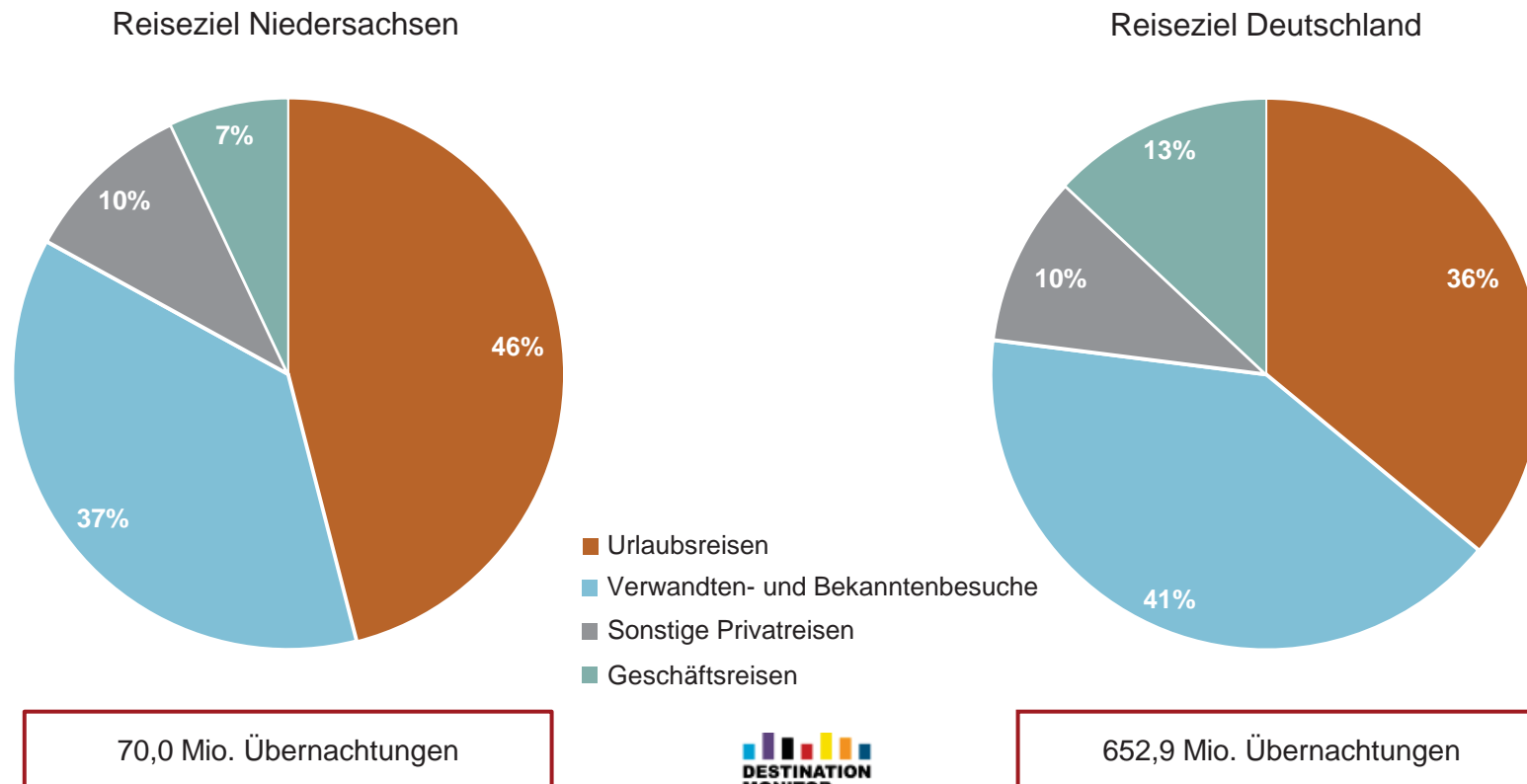
Mögliche Abweichungen sind rundungsbedingt.

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland, Statistisches Bundesamt





Knapp die Hälfte der Übernachtungen der Inländer resultieren aus Urlaubsreisen



Bei der weitergehenden Analyse der Übernachtungen durch Privatreisen zeigt sich, dass Urlaubsreisen mit 46% der Übernachtungen das bedeutendste Segment im niedersächsischen Übernachtungstourismus darstellen. Der Vergleich zum Inlandsmarkt lässt erkennen, dass der Wert zudem deutlich über dem Bundesschnitt liegt – ein Indikator für die große Bedeutung von Niedersachsen als inländisches Urlaubsreiseziel. Übernachtungen durch Verwandten- und Bekanntenbesuche sind leicht unterdurchschnittlich; dahingegen liegen die Übernachtungen im Zuge von sonstigen Privatreisen (bspw. aufgrund einer Feierlichkeit) genau im Bundesschnitt.

* Die Übernachtungen der Inländer in Vorsorge- und Rehakliniken (amtlich erfasst) sind in die Auswertungen eingeschlossen.

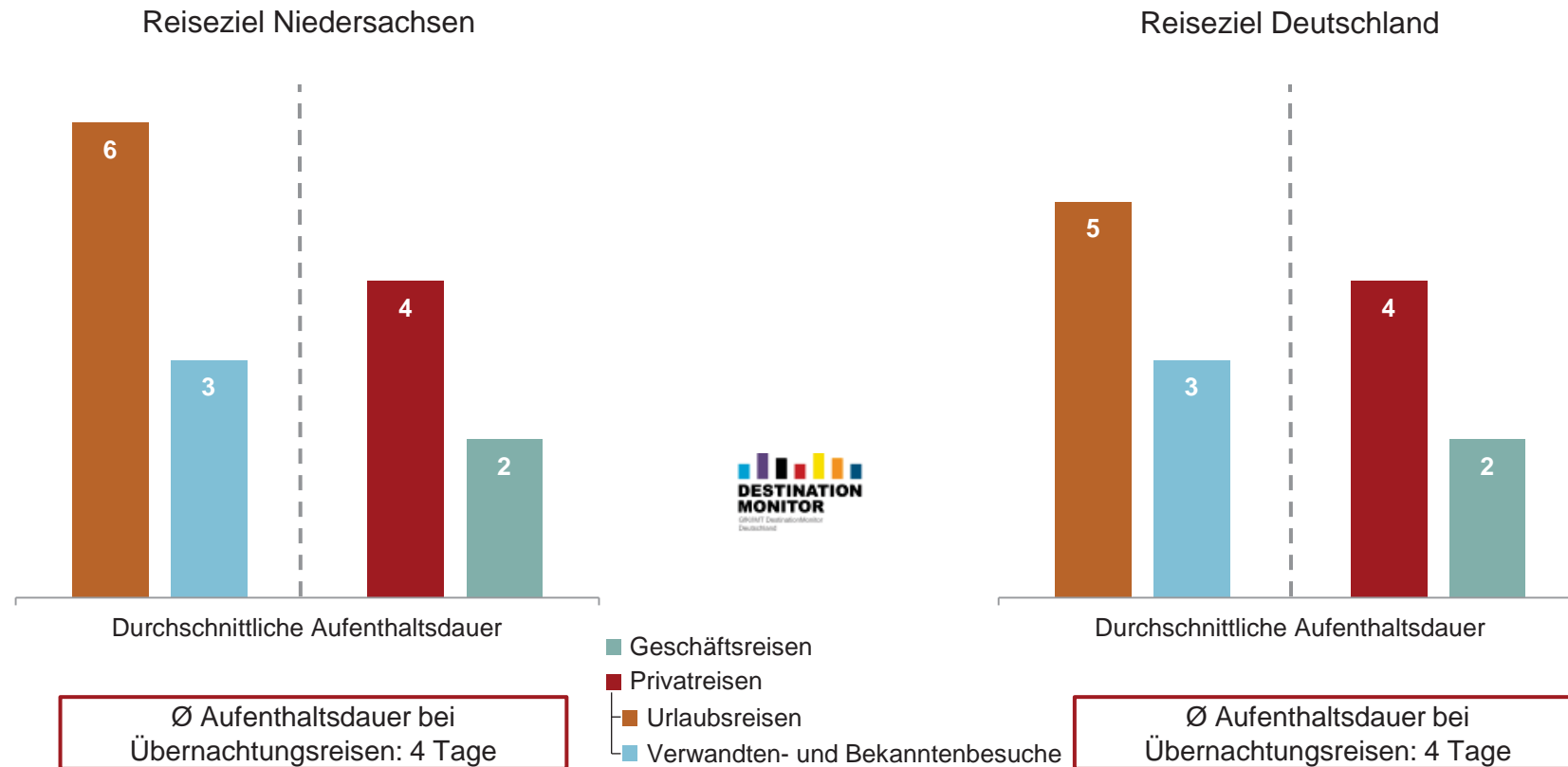
Mögliche Abweichungen sind rundungsbedingt.

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland, Statistisches Bundesamt





Urlaubsreisende verweilen in Niedersachsen durchschnittlichen einen Tag länger als im Bundesschnitt



Im Schnitt verweilen die Niedersachsen-Gäste 4 Tage vor Ort. Damit liegt die durchschnittliche Aufenthaltsdauer genau im Bundesschnitt. Der einzige Unterschied zeigt sich bei den Urlaubsreisen: Mit 6 Tagen verweilen die Urlaubsgäste in Niedersachsen im Schnitt einen Tag länger. Die Geschäftsreisenden verweilen mit 2 Tagen anlassbedingt am kürzesten in Niedersachsen.

* Die Übernachtungen der Inländer in Vorsorge- und Rehakliniken (amtlich erfasst) sind in die Auswertungen eingeschlossen.

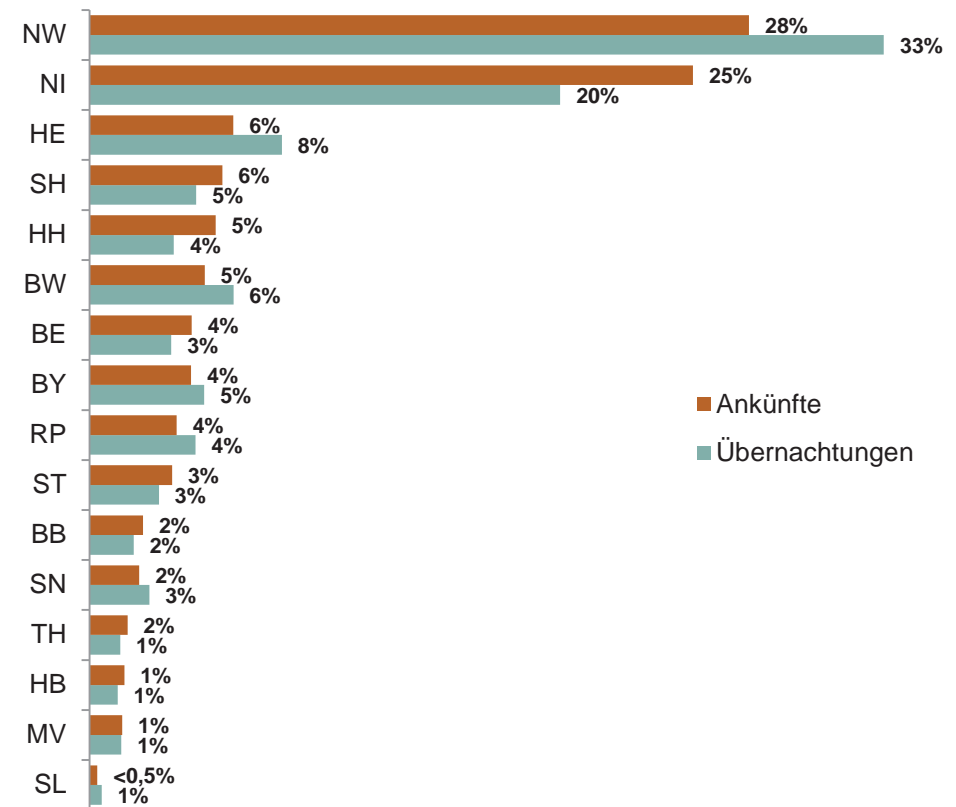
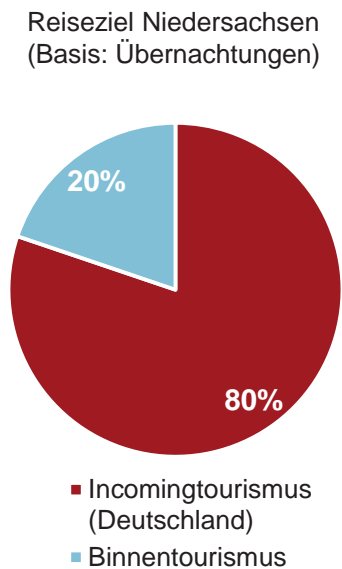
Mögliche Abweichungen sind rundungsbedingt.

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland, Statistisches Bundesamt





Gäste aus Nordrhein-Westfalen generierten 2012 die meisten Übernachtungen



Unter Herausnahme der Aufenthalte von Inländern in Vorsorge- und Rehakliniken zeigt sich, dass im Jahr 2012 80% der Übernachtungen von Gästen außerhalb Niedersachsens generiert wurden. Die meisten Übernachtungen (33%) wurden dabei von Gästen aus dem Nachbarland Nordrhein-Westfalen getätigt, welche gleichzeitig mit 28% die größte Gruppe der Übernachtungsgäste darstellen. Weitere für Niedersachsen bedeutende Quellmärkte sind – ausgehend von den Gästezahlen – Niedersachsen selbst (25%), Hessen (6%) und Schleswig-Holstein (6%).

* Die Ankünfte bzw. Übernachtungen der Inländer in Vorsorge- und Rehakliniken (amtlich erfasst) sind nicht in die Auswertungen eingeschlossen.

Mögliche Abweichungen sind rundungsbedingt.

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland

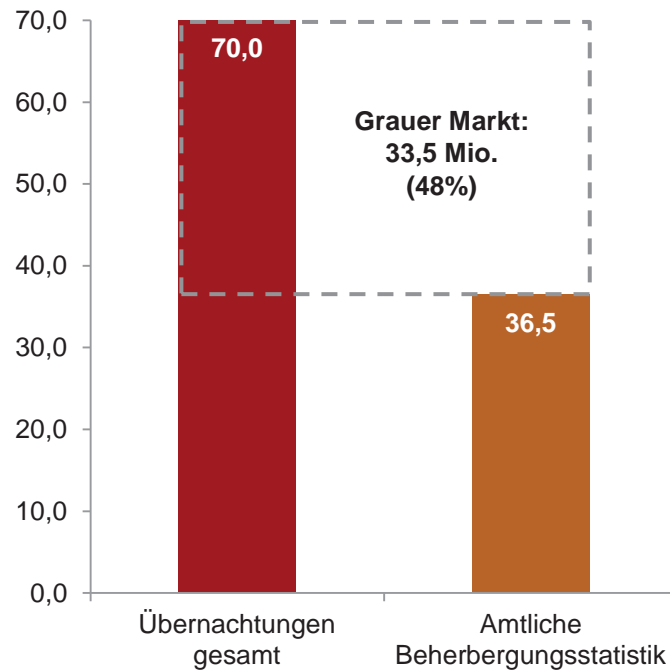




Verhältnis GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland zur
Amtlichen Statistik – „Grauer Markt“



33,5 Mio. Übernachtungen im grauen Beherbergungsmarkt im Jahr 2012



Der „Graue Markt“ umfasst Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben unter 10 Betten, in privaten Unterkünften (z.B. Wohnmobil, eigenes Ferienhaus), bei Verwandten/Bekanntem sowie in sonstigen nicht-gewerblichen Unterkünften. In Niedersachsen entfielen 2012 rund 48% der Übernachtungen (absolut: 33,5 Mio.) auf den grauen Beherbergungsmarkt, 52% der Übernachtungen auf den gewerblichen Beherbergungssektor.

* Die Übernachtungen der Inländer in Vorsorge- und Rehakliniken (amtlich erfasst) sind in die Auswertungen eingeschlossen.

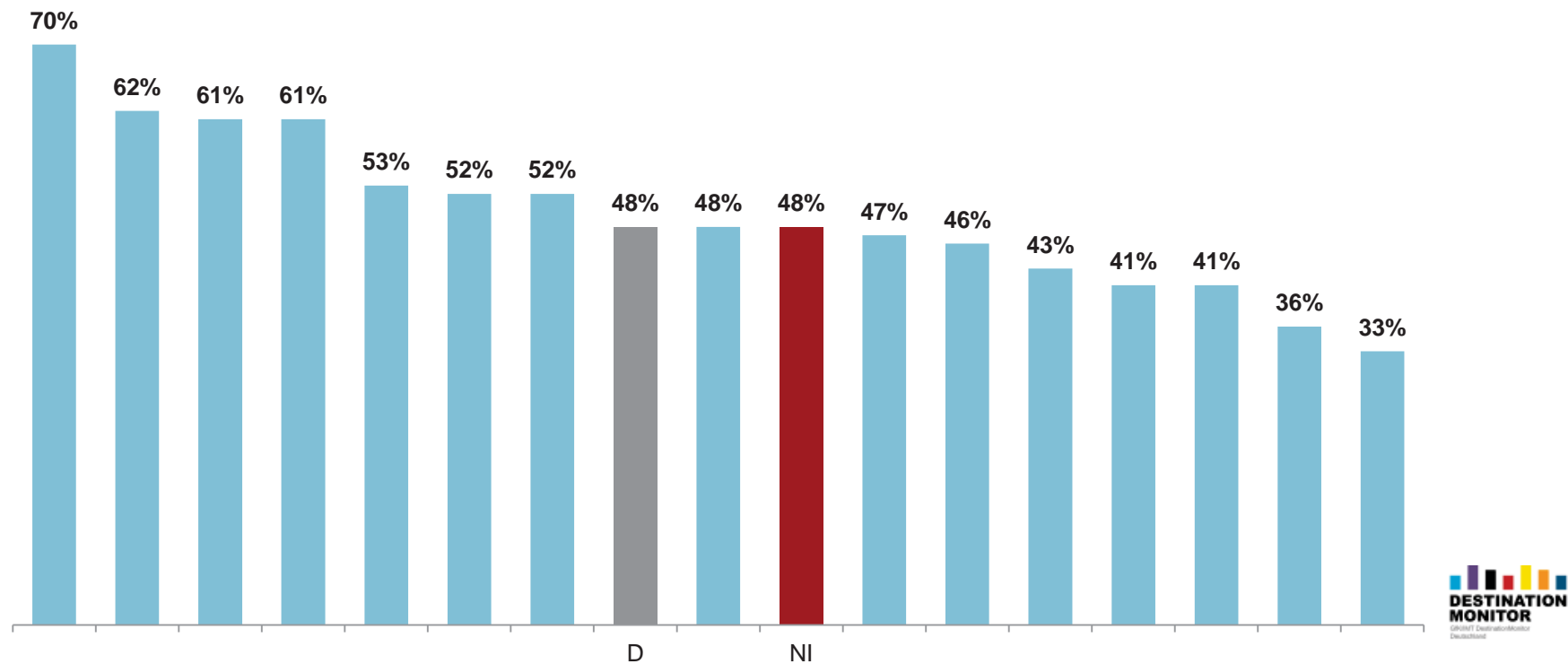
Mögliche Abweichungen sind rundungsbedingt.

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland, Statistisches Bundesamt





Knapp die Hälfte der Übernachtungen finden im Grauen Markt statt



Mit über 33 Mio. Übernachtungen im „Grauen Markt“ besitzt dieser einen Anteil an allen niedersächsischen Übernachtungen von 48%. Im Bundeslandvergleich liegt Niedersachsen damit auf Platz 9. Deutschlandweit finden ebenfalls etwas weniger als die Hälfte der Übernachtungen im „Grauen Markt“ statt.

* Die Übernachtungen der Inländer in Vorsorge- und Rehakliniken (amtlich erfasst) sind in die Auswertungen eingeschlossen. Ausnahmen aufgrund von Datenanonymität: Berlin, Bremen, Hamburg. Mögliche Abweichungen sind rundungsbedingt.

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland, Statistisches Bundesamt

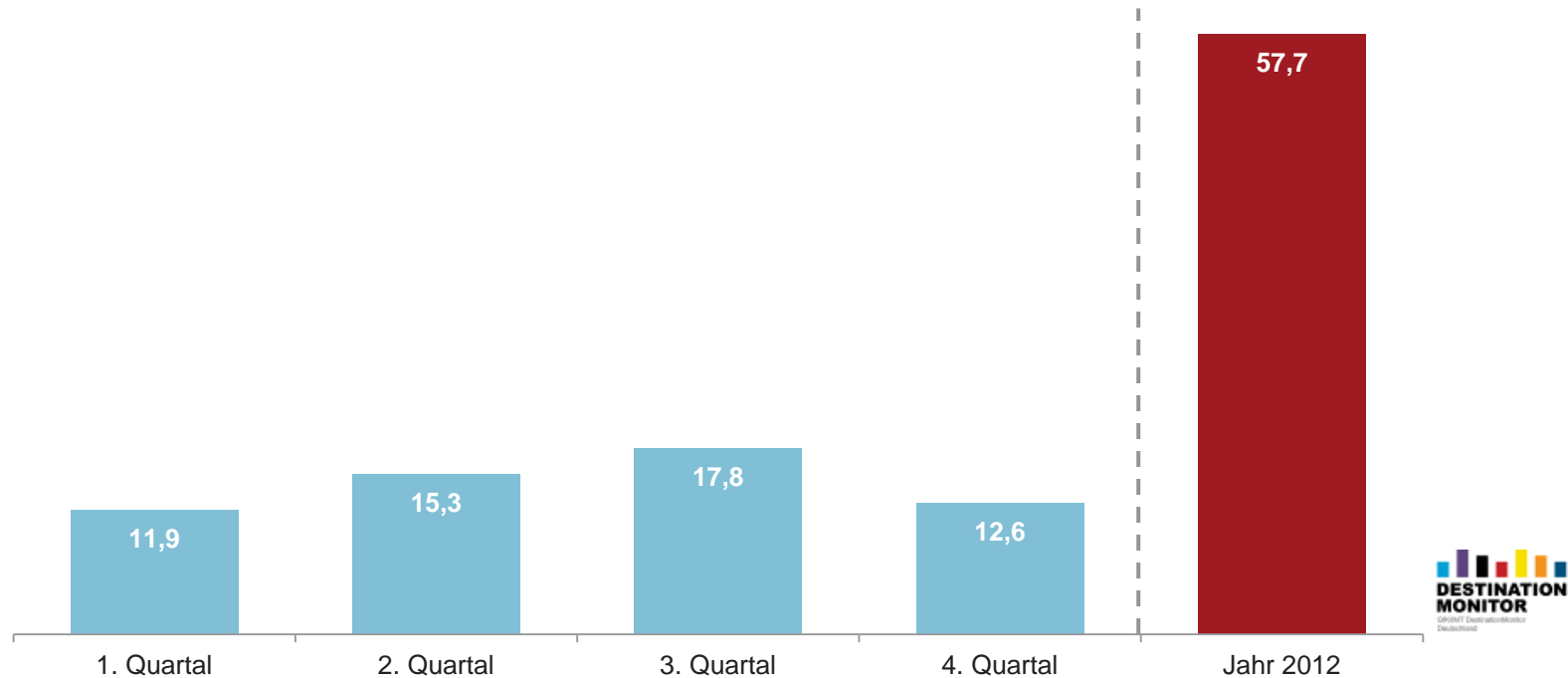




Tagesreisen



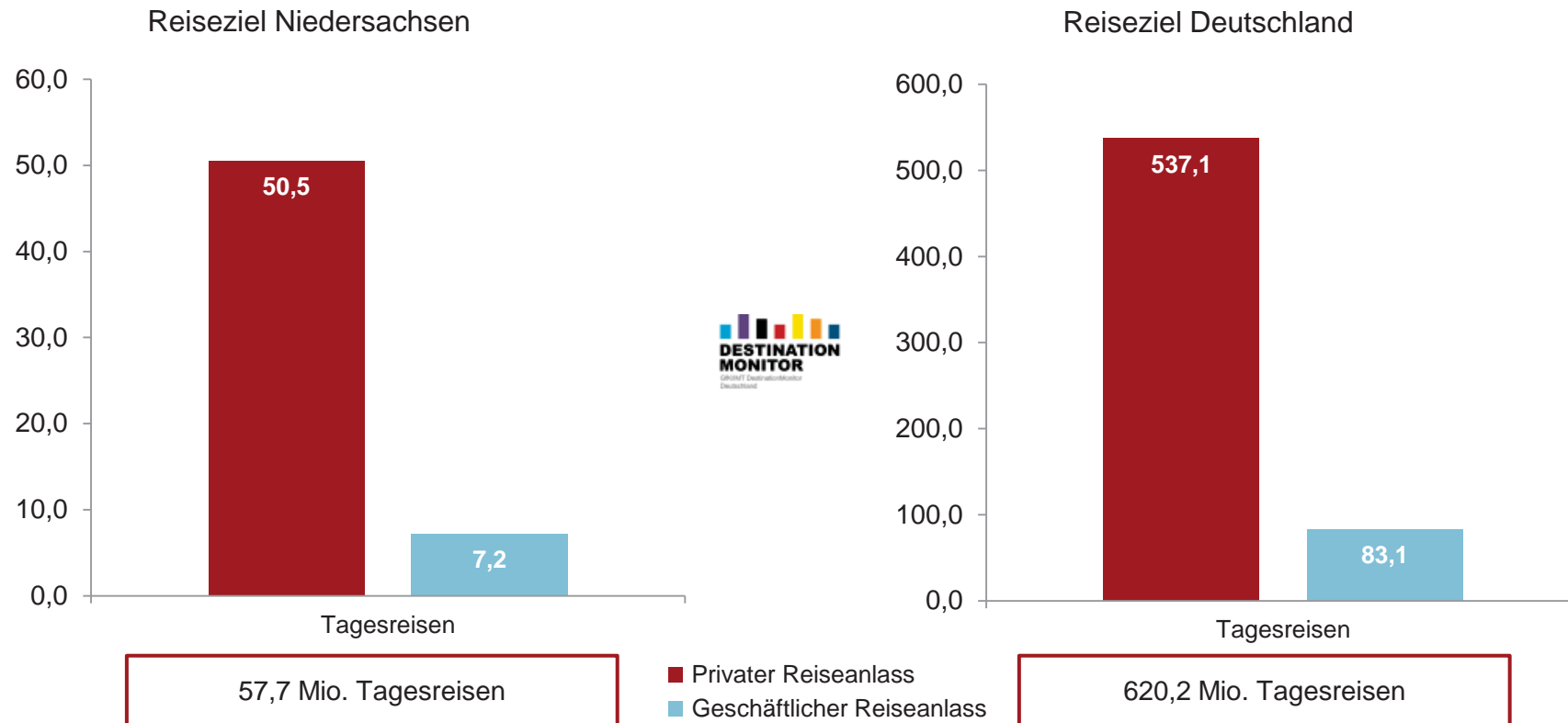
Tagesreiseaufkommen im 3. Quartal 2012 am höchsten



Ähnlich dem Saisonverlauf bei den Übernachtungen zeigt sich auch bei den Tagesreisen der Höchstwert von 5,4 Mio. Tagesgästen im 3. Quartal 2012. In Summe verzeichnete Niedersachsen im Jahr 2012 ein Tagesreiseaufkommen durch Inländer (ab 50 km) von 57,7 Mio.



Deutliche Dominanz der privaten Tagesreisen im Jahr 2012



Bei Betrachtung der Reiseanlässe bei Tagesreisen zeigt sich ähnlich wie bei den Übernachtungen die Dominanz der privaten Reiseanlässe. 50,5 Mio. private Tagesreisen stehen 7,2 Mio. geschäftlichen Tagesreisen gegenüber.

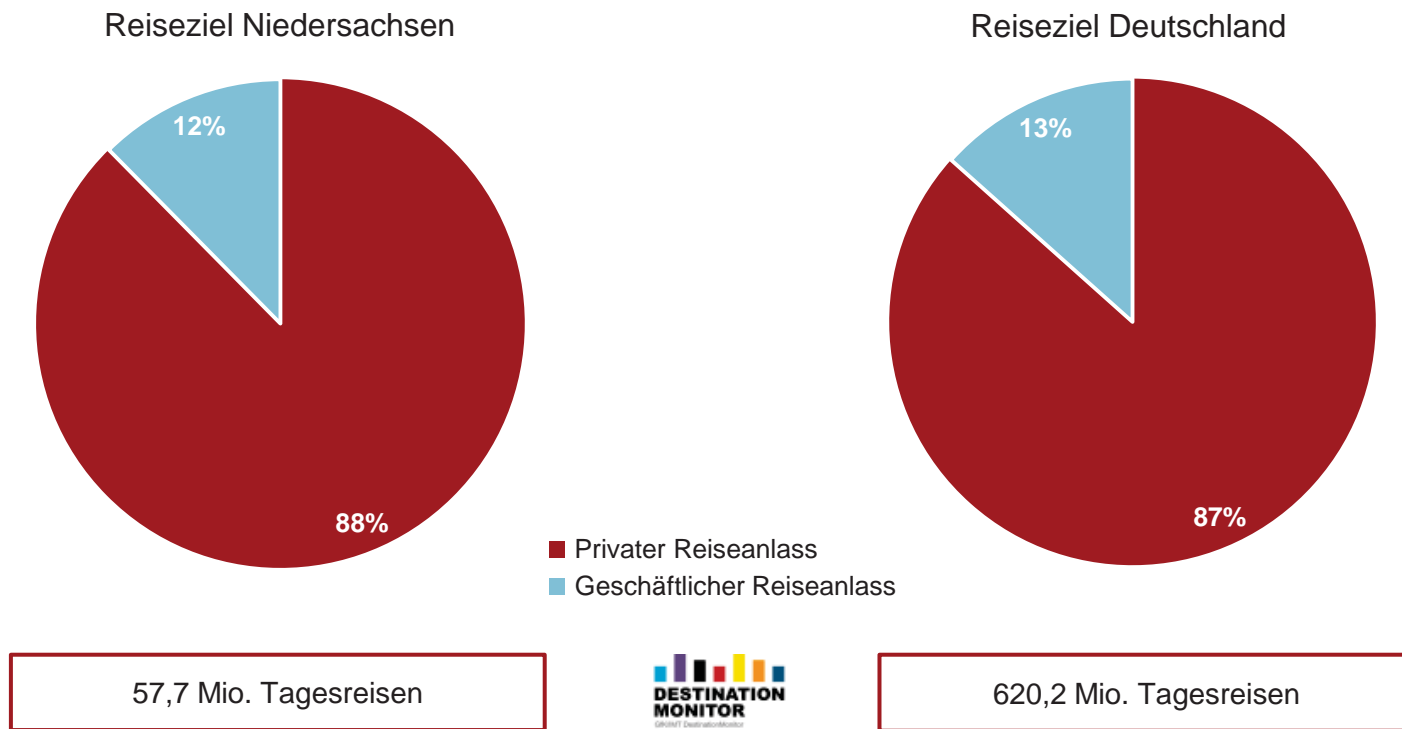
Mögliche Abweichungen sind rundungsbedingt.

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland





Anteil der privaten Tagesreisen im Jahr 2012 leicht über dem Bundesschnitt



Die 50,5 Mio. gemessenen inländischen Tagesreisen mit einem privaten Reiseanlass entsprechen einem Anteil von 88% an allen Tagesreisen. Der Vergleich mit dem Inlandsmarkt zeigt ein in etwa gleiches Verhältnis zwischen privaten und geschäftlichen Tagesreisen.

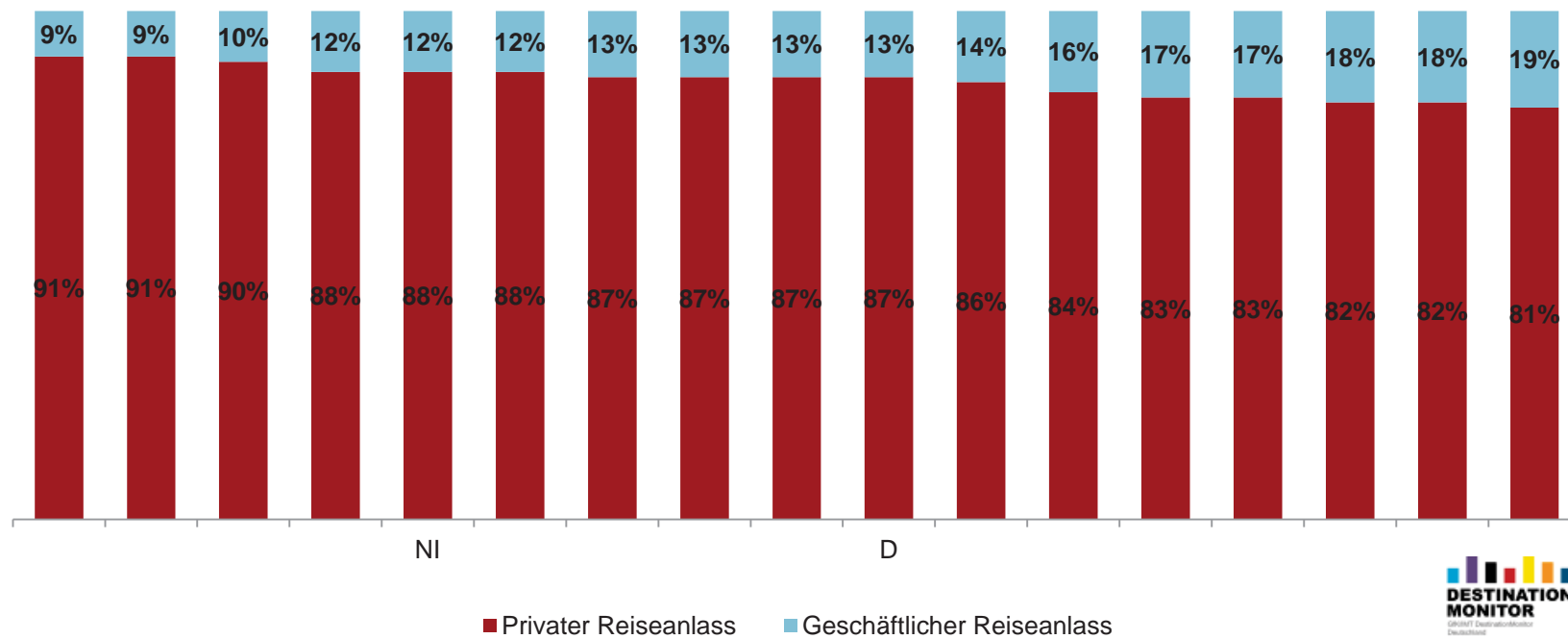
Mögliche Abweichungen sind rundungsbedingt.

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland





Niedersachsen im Vergleich mit dem fünftgrößten Anteil privater Tagesreisen an allen Tagesreisen



Beim Bundeslandvergleich ordnet sich Niedersachsen mit den 88% privaten Tagesreisen an fünfter Stelle ein. Einen entsprechend geringeren Anteil privater Tagesreisen, im Gegenzug einen jedoch größeren Anteil an geschäftlich bedingten Tagesreisen weisen die beiden großen Stadtstaaten auf.

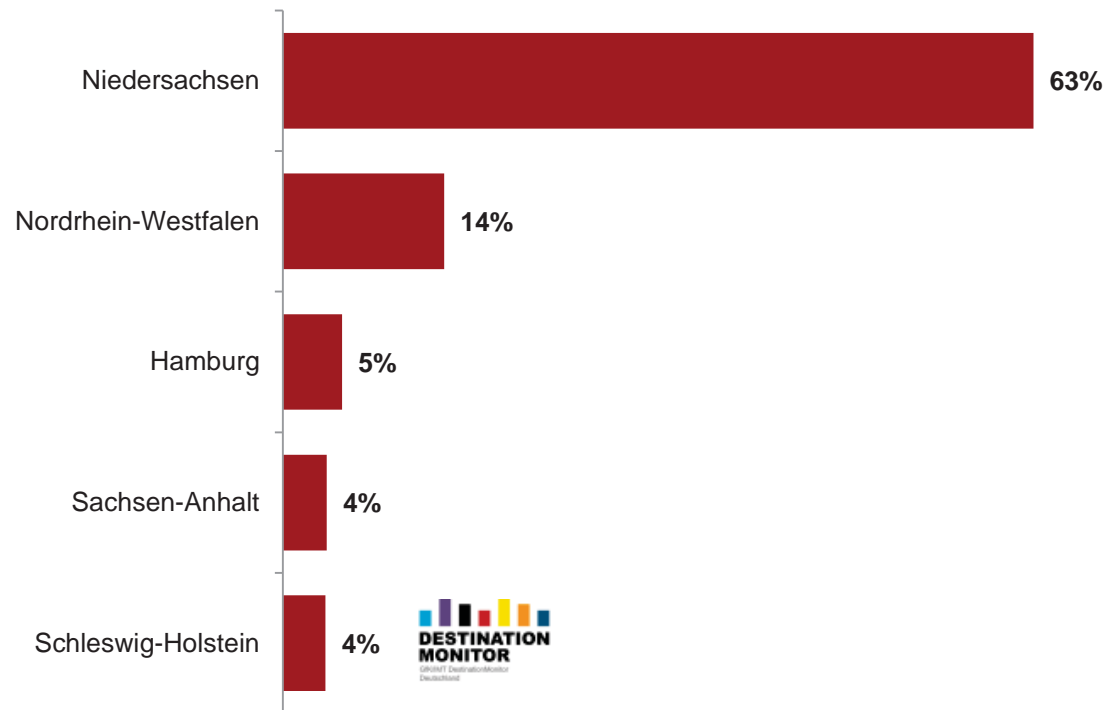
Mögliche Abweichungen sind rundungsbedingt.

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland





Mehr als 63% der Tagesgäste im Jahr 2012 stammten aus Niedersachsen



Der Großteil (63%) des Tagesreisevolumens im Jahr 2012 lässt sich auf die Tagesgäste aus Niedersachsen selbst zurückführen – berücksichtigt sind alle Tagesreisen (privat und geschäftlich) ab 50 km. Weitere wichtige Quellmärkte der Tagesgäste sind die Nachbarländer Nordrhein-Westfalen (14%) und Hamburg (5%).

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland

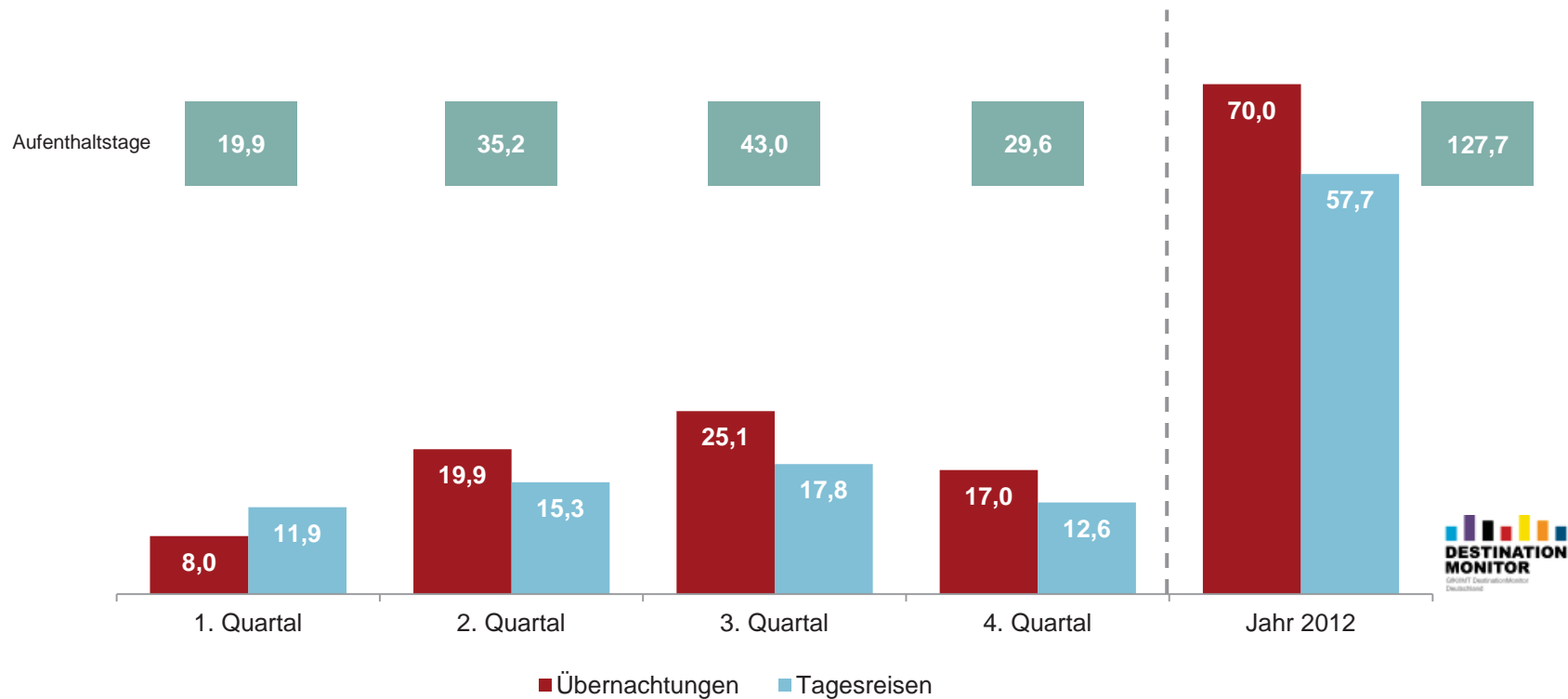




Verhältnis von Übernachtungen und Tagesreisen sowie
Privat- und Geschäftsreisen



Tagestourismus im Jahr 2012 weniger bedeutend als Übernachtungstourismus



Absolut betrachtet spielen in Niedersachsen mit Ausnahme des ersten Quartals die Übernachtungen eine bedeutendere Rolle als das Tagesreiseaufkommen ab 50 km. In Summe kann das gesamte touristische Aufkommen der Inländer ab 50 km im Jahr 2012 auf 127,7 Mio. Aufenthalte beziffert werden.

* Die Übernachtungen der Inländer in Vorsorge- und Rehakliniken (amtlich erfasst) sind in die Auswertungen eingeschlossen.

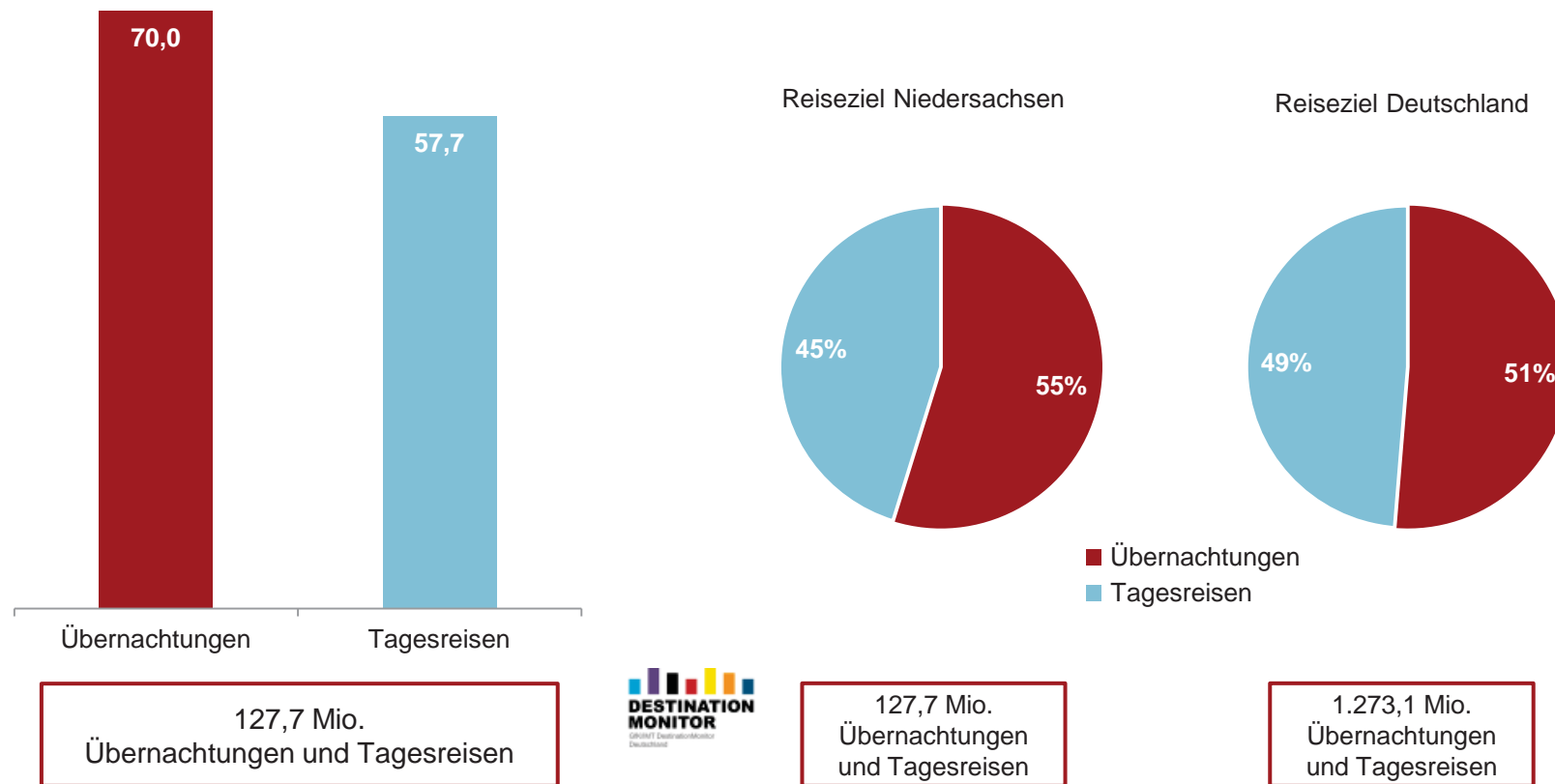
Mögliche Abweichungen sind rundungsbedingt.

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland, Statistisches Bundesamt





Übernachtungstourismus gegenüber dem Tagestourismus der größere Volumenbringer



Im Vergleich der Übernachtungen und Tagesreisen tragen die 70,0 Mio. in Niedersachsen generierten Übernachtungen mit 55% zum gesamten touristischen Aufkommen durch Inländer im Jahr 2012 bei – im Vergleich zum Bundesschnitt ein überdurchschnittlicher Wert. Im Bundesmittel entfallen auf Übernachtungen (51%) und Tagesreisen (49%) in etwa gleich große Anteile.

* Die Übernachtungen der Inländer in Vorsorge- und Rehakliniken (amtlich erfasst) sind in die Auswertungen eingeschlossen.

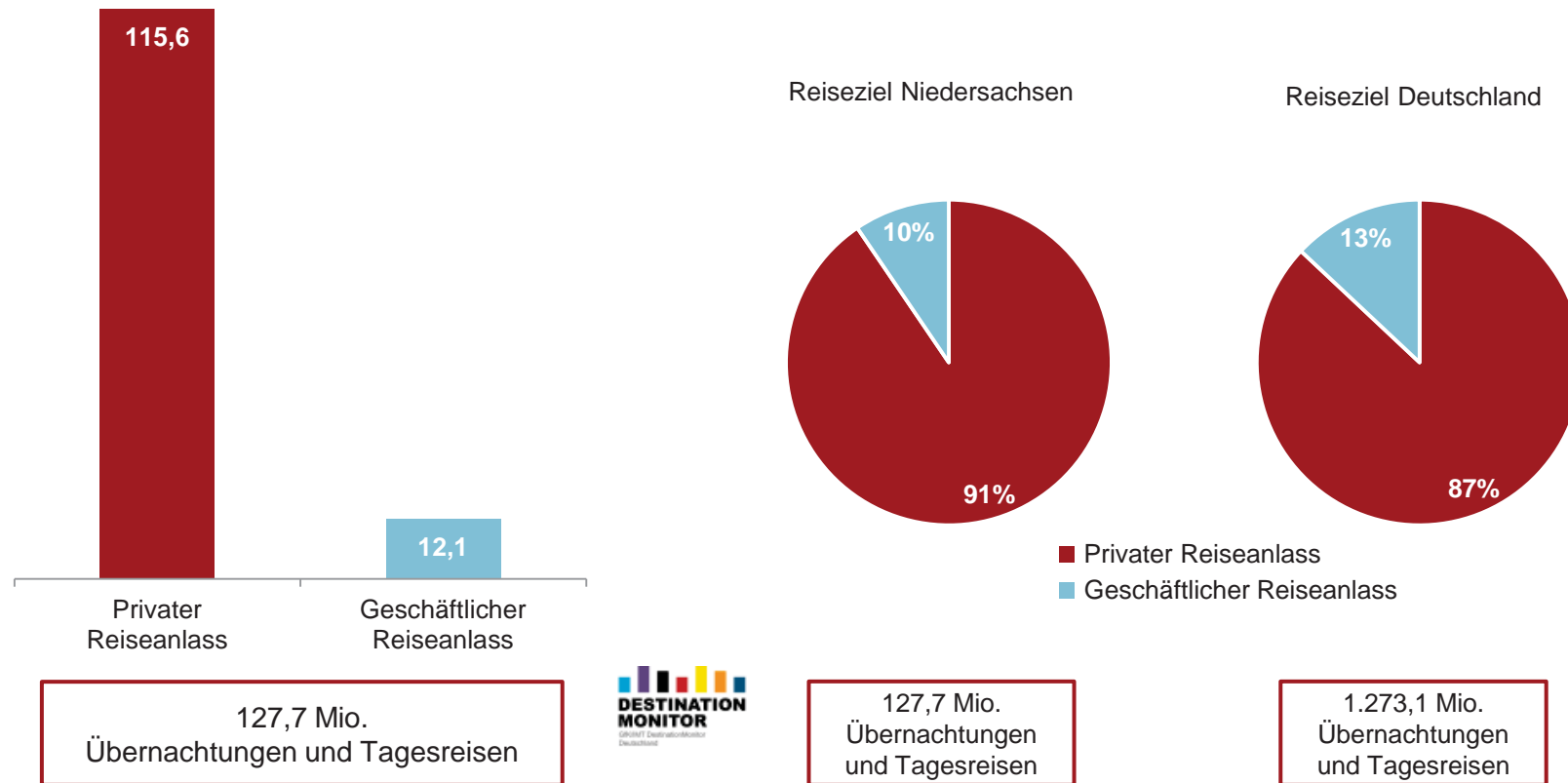
Mögliche Abweichungen sind rundungsbedingt.

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland, Statistisches Bundesamt





Anteil der privaten Aufenthalte (Private Übernachtungen + Private Tagesreisen) liegen über dem Bundesschnitt



Auch in der Gesamtbetrachtung von Übernachtungen und Tagesreisen zeigt sich die Dominanz der privat motivierten Aufenthalte in Niedersachsen. Auf einen geschäftlichen Aufenthaltstag entfallen etwa zehn private Aufenthaltstage. Anders ausgedrückt hatten über 90% der Aufenthalte von Gästen einen privaten Hintergrund. Dies entspricht einem absoluten Volumen von 115,6 Mio. privaten Aufenthaltstagen.

* Die Übernachtungen der Inländer in Vorsorge- und Rehakliniken (amtlich erfasst) sind in die Auswertungen eingeschlossen.

Mögliche Abweichungen sind rundungsbedingt.

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland, Statistisches Bundesamt

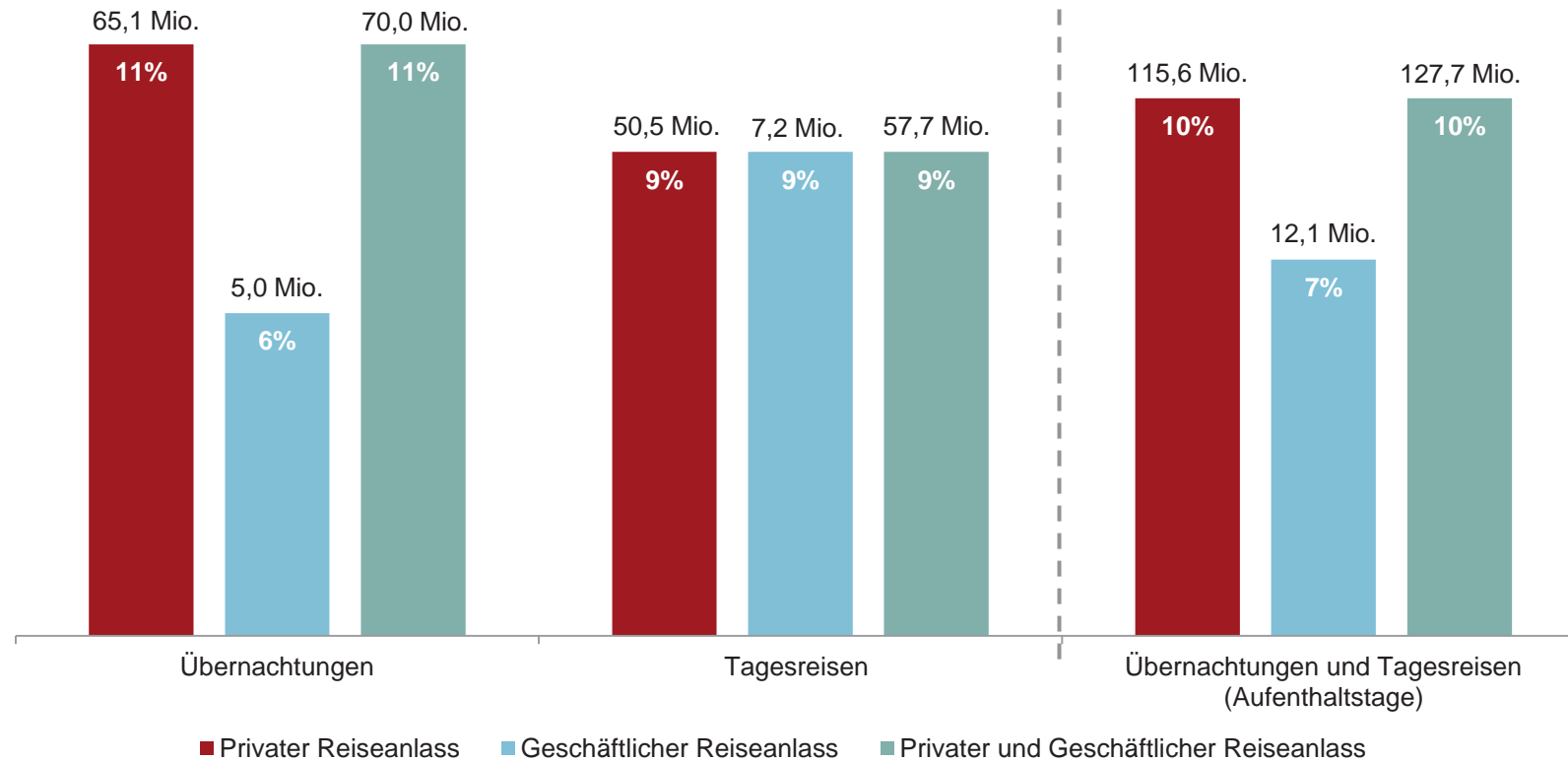




Marktanteile



11% Marktanteil bei privaten Übernachtungen



Mit dem gesamten touristischen Aufkommen im Jahr 2012 verzeichnet Niedersachsen einen Marktanteil an Deutschland von 10%. Die Dominanz der privaten Übernachtungen spiegelt sich ebenfalls in den Marktanteilen wider. So kann Niedersachsen in diesem Segment einen Marktanteil von 11% erreichen. Die 57,7 Mio. Tagesgäste entsprechen einem Marktanteil an Deutschland von 9%.

* Die Übernachtungen der Inländer in Vorsorge- und Rehakliniken (amtlich erfasst) sind in die Auswertungen eingeschlossen.

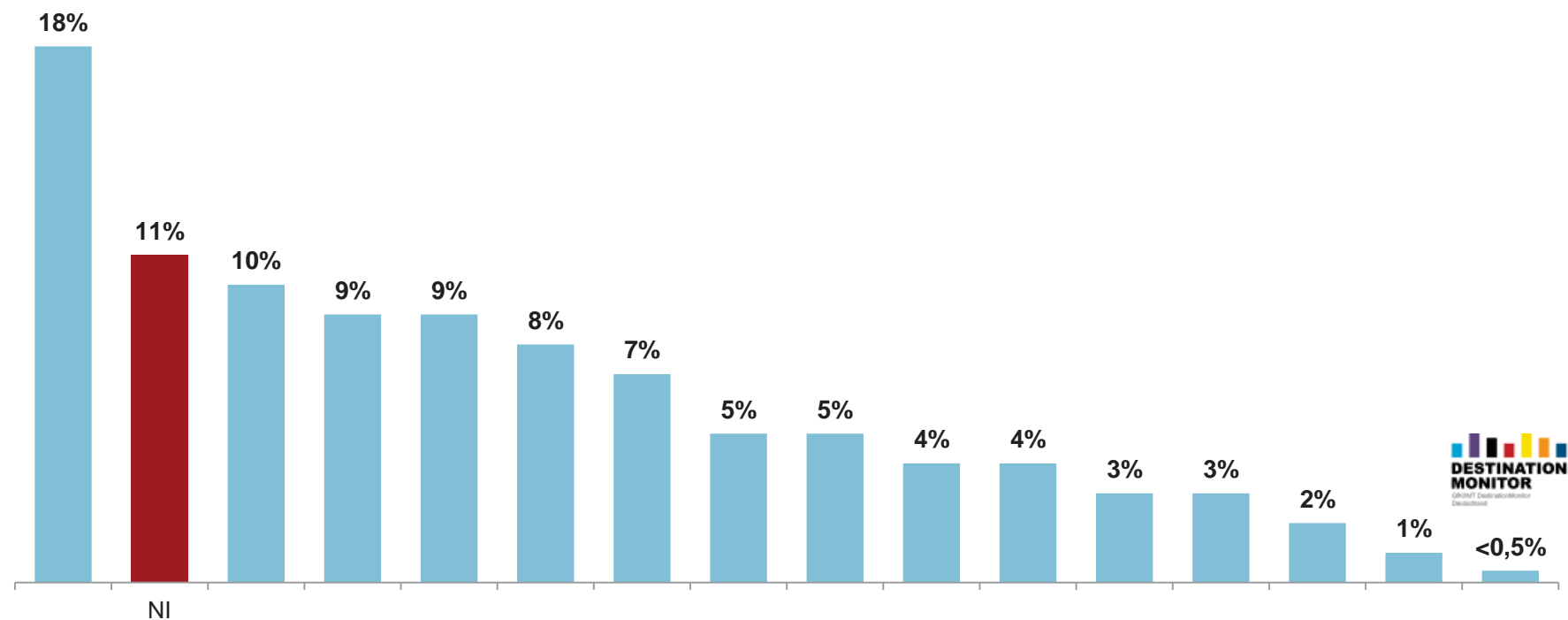
Mögliche Abweichungen sind rundungsbedingt.

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland, Statistisches Bundesamt





Niedersachsen mit zweitgrößtem Marktanteil an inländischen Übernachtungen im Jahr 2012



Mit dem Marktanteil von 11% an den inländischen Übernachtungen sichert sich Niedersachsen im Bundeslandvergleich Platz 2. Auffällig ist, dass ein Bundesland fast ein Fünftel des inländischen Gesamtübernachtungsvolumens auf sich vereinen kann.

* Die Übernachtungen der Inländer in Vorsorge- und Rehakliniken (amtlich erfasst) sind in den ausgewiesenen Marktanteilswerten an Übernachtungen inbegriffen.
 Ausnahmen aufgrund von Datenanonymität: Berlin, Bremen, Hamburg.

Mögliche Abweichungen sind rundungsbedingt.

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland, Statistisches Bundesamt

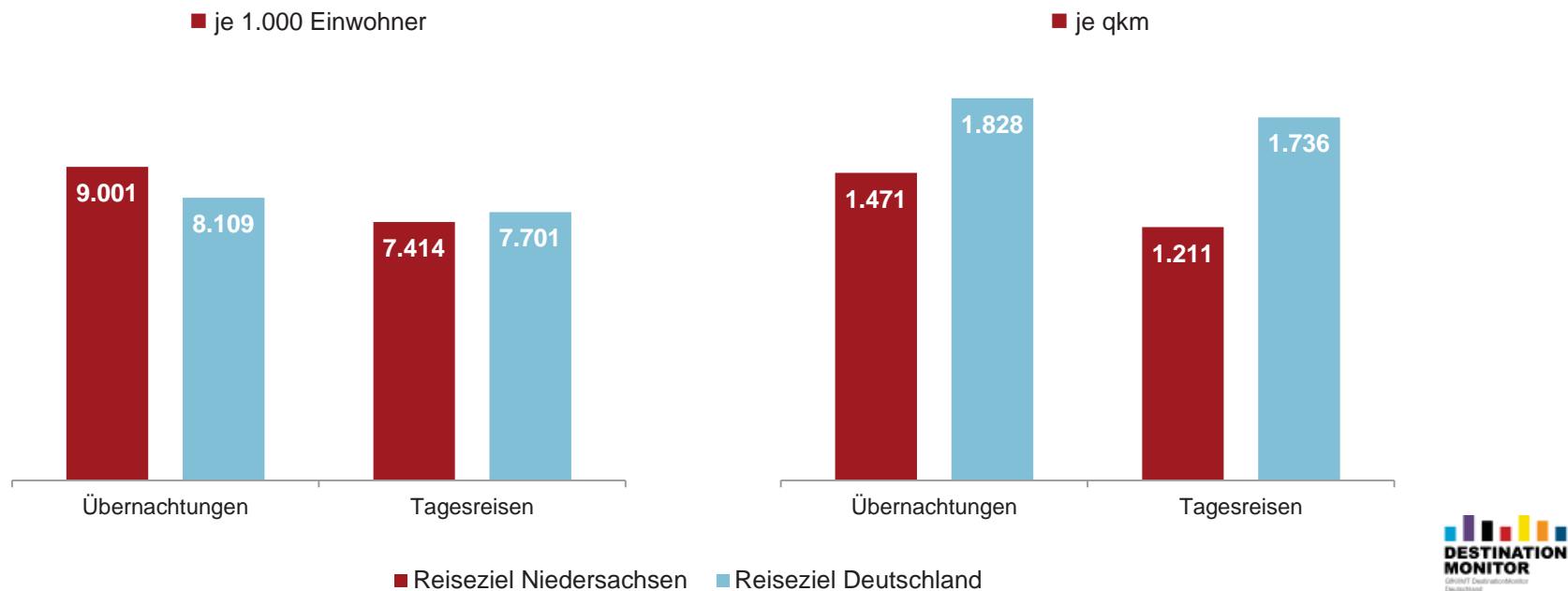




Tourismusintensitäten



Mehr als 9.000 Übernachtungen und über 7.000 Tagesreisen je 1.000 Einwohner in Niedersachsen



Die Tourismusintensität gibt die Anzahl der Übernachtungen bzw. Tagesreisen in Bezug auf 1.000 Einwohner bzw. auf die Fläche der Destination an und wird als Indikator für die Bedeutung des Tourismus in einer Region herangezogen. Je höher der Intensitätswert, desto stärker ist der jeweilige Raum vom Tourismus geprägt. In 2012 verzeichnete Niedersachsen über 9.000 Übernachtungen je 1.000 Einwohner; bezogen auf das gesamte Bundesgebiet sind es knapp über 8.100. Hinsichtlich der Tagesreisen ist das Verhältnis ähnlich ausgeglichen, jedoch lässt sich hier eine höhere Bedeutung für Deutschland als für Niedersachsen ermitteln.

* Die Übernachtungen der Inländer in Vorsorge- und Rehakliniken (amtlich erfasst) sind in die Auswertungen eingeschlossen.

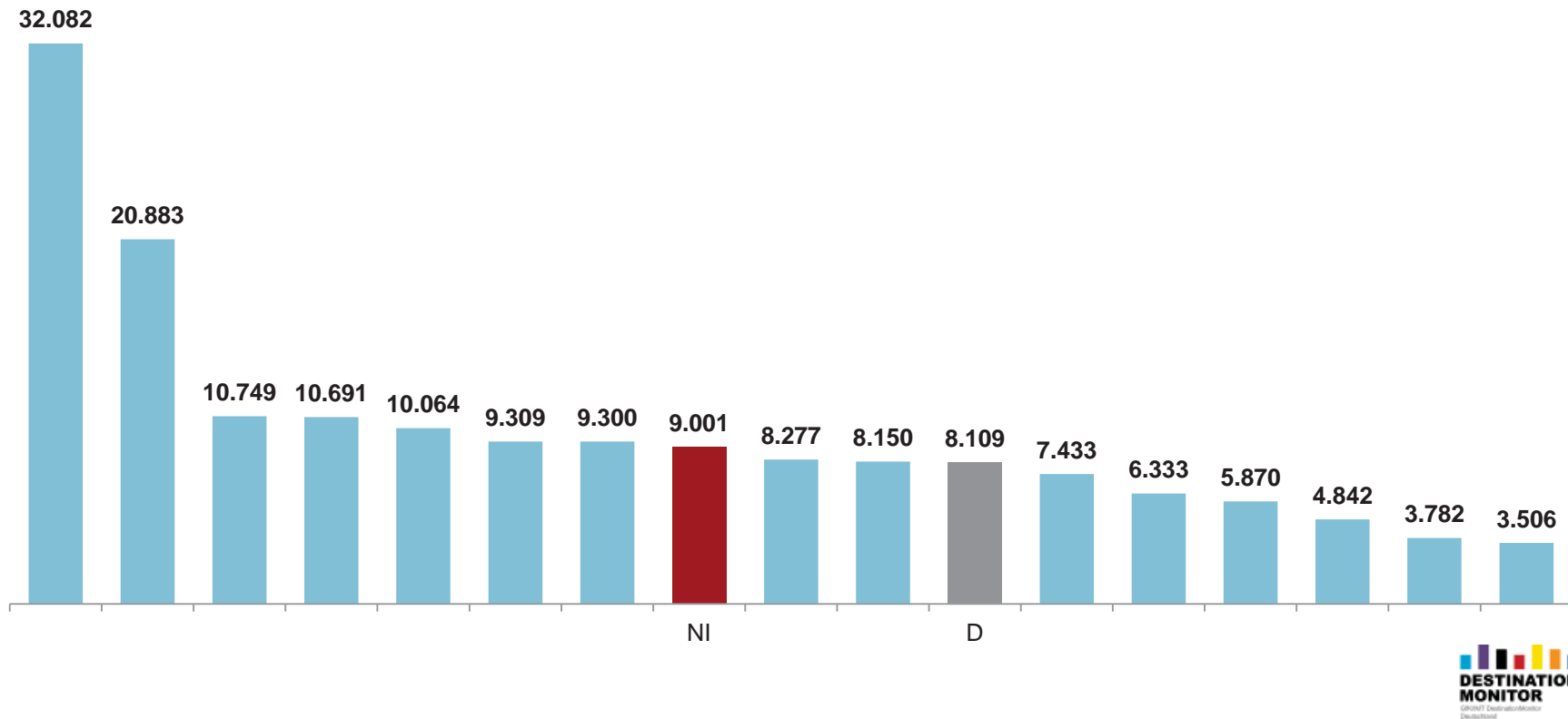
Einwohner, Fläche: Stand 31.12.2012

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland, Statistisches Bundesamt





Übernachtungen je 1.000 Einwohner – Niedersachsen auf Platz 8



Im Bundeslandvergleich liegt Niedersachsen mit den über 9.000 Übernachtungen je 1.000 Einwohner auf Platz 8 – über dem Bundesschnitt. Ländlich geprägte Bundesländer mit einem hohen Übernachtungsvolumen stehen in diesem Ranking an der Spitze. Trotz des hohen Übernachtungsvolumens von Niedersachsen trägt die hohe Einwohnerzahl des viert einwohnerstärksten Bundeslandes zu der Platzierung im Mittelfeld bei.

* Die Übernachtungen der Inländer in Vorsorge- und Rehakliniken (amtlich erfasst) sind in den ausgewiesenen Marktanteilswerten an Übernachtungen inbegriffen.
 Ausnahmen aufgrund von Datenanonymität: Berlin, Bremen, Hamburg

Einwohner, Fläche: Stand 31.12.2012

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland, Statistisches Bundesamt

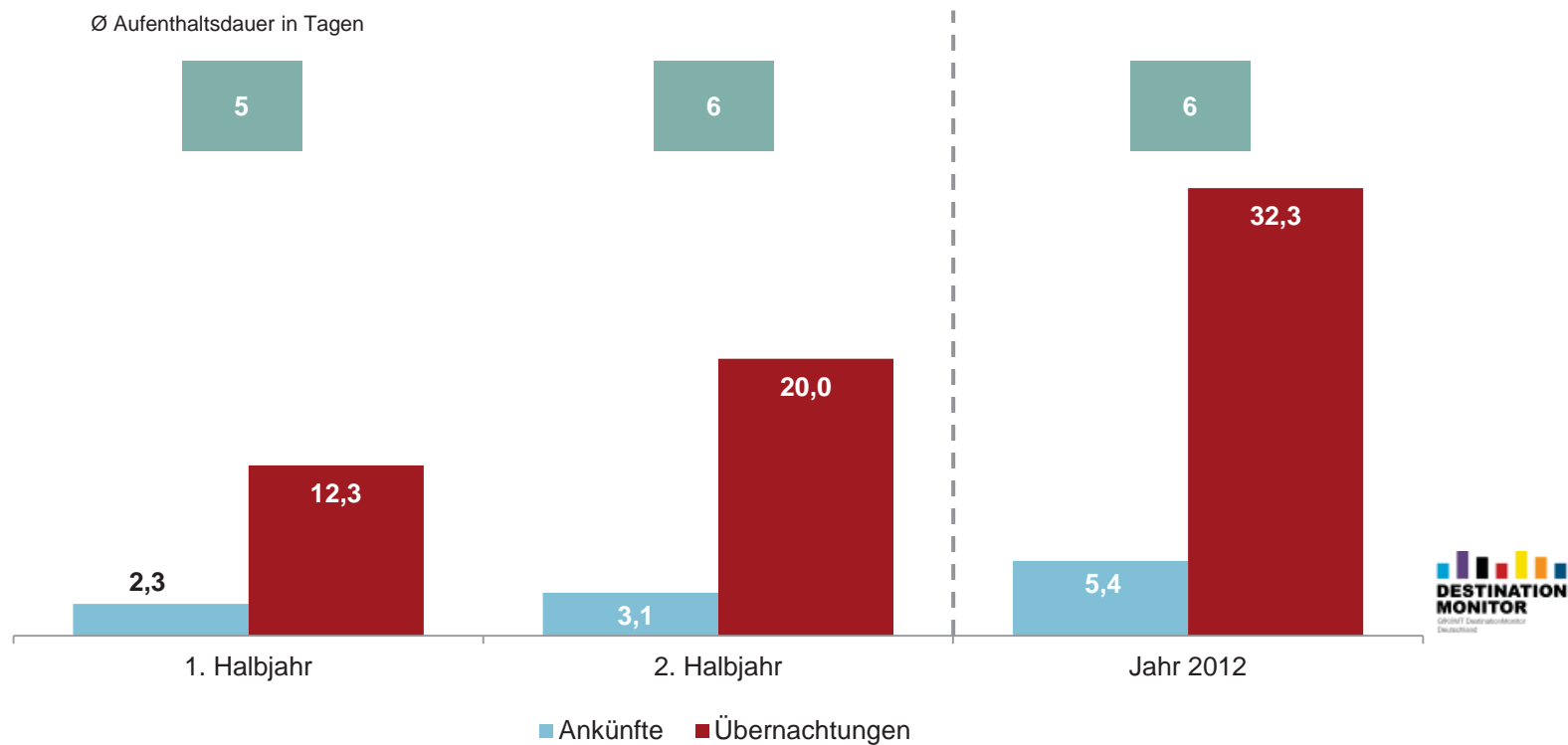




Urlaubsreisen: Volumen und Marktanteile



32,3 Mio. Übernachtungen durch Urlaubsreisen im Jahr 2012



Dargestellt sind die Übernachtungsreisen ab einer Übernachtung mit einem Urlaubsreiseanlass im Jahr 2012. Im zweiten Halbjahr verzeichnete Niedersachsen mit über 3 Mio. Urlaubsgästen und 20 Mio. Übernachtungen den Höchstwert. In Summe wurden für das Jahr im Segment der Urlaubsreisen 5,4 Mio. Urlaubsgäste mit 32,3 Mio. getätigte Übernachtungen ermittelt.

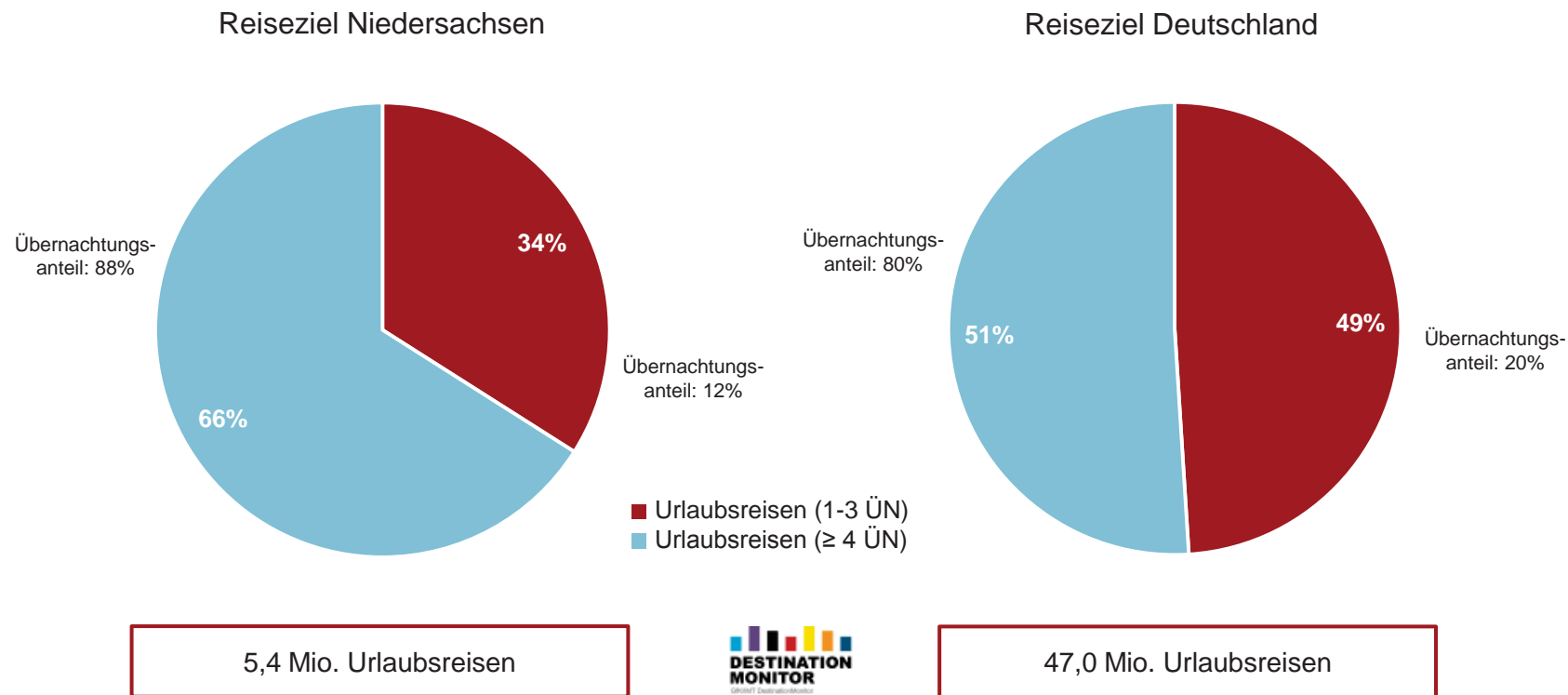
Mögliche Abweichungen sind rundungsbedingt.

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland





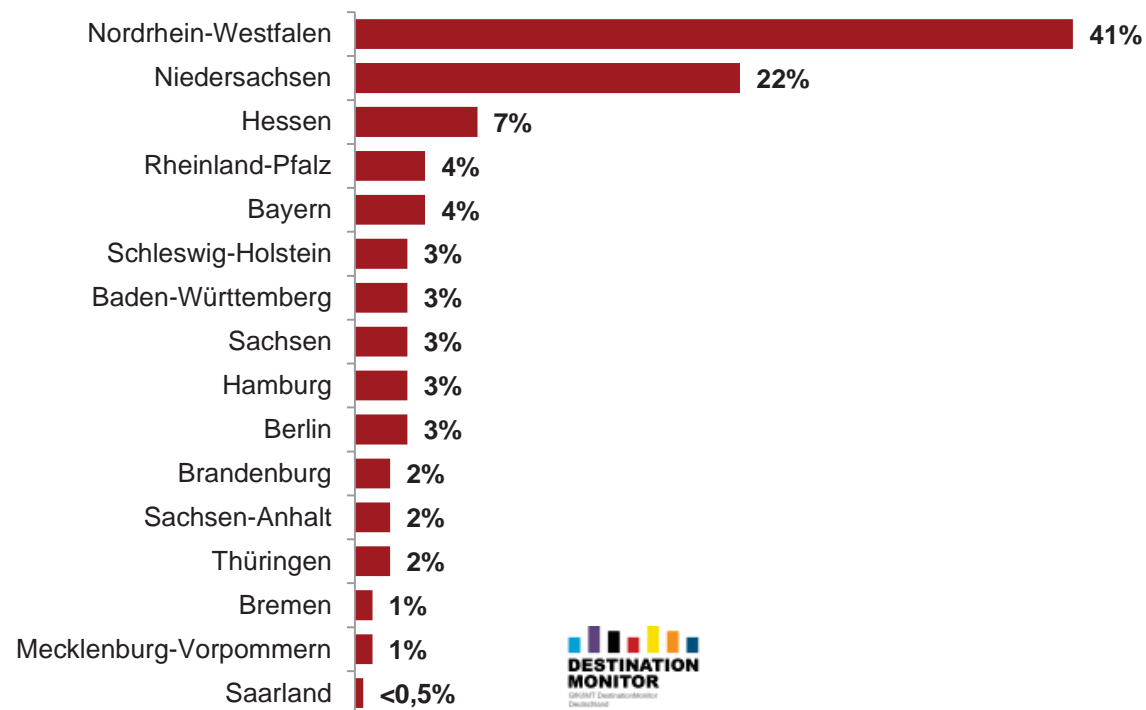
Längere Urlaubsreisen in Niedersachsen im Vergleich zu Deutschland überrepräsentiert



Bei Betrachtung der Reisedauer von Urlaubsreisen wird deutlich, dass es sich im Jahr 2012 bei zwei Drittel der Reisen um eine längere Urlaubsreise mit vier oder mehr Übernachtungen handelte. Im Vergleich zum Bundesschnitt zeigt sich deutlich die Bedeutung Niedersachsens als Urlaubsziel für längere Reisen (66% gegenüber 51% im Bundesmittel).



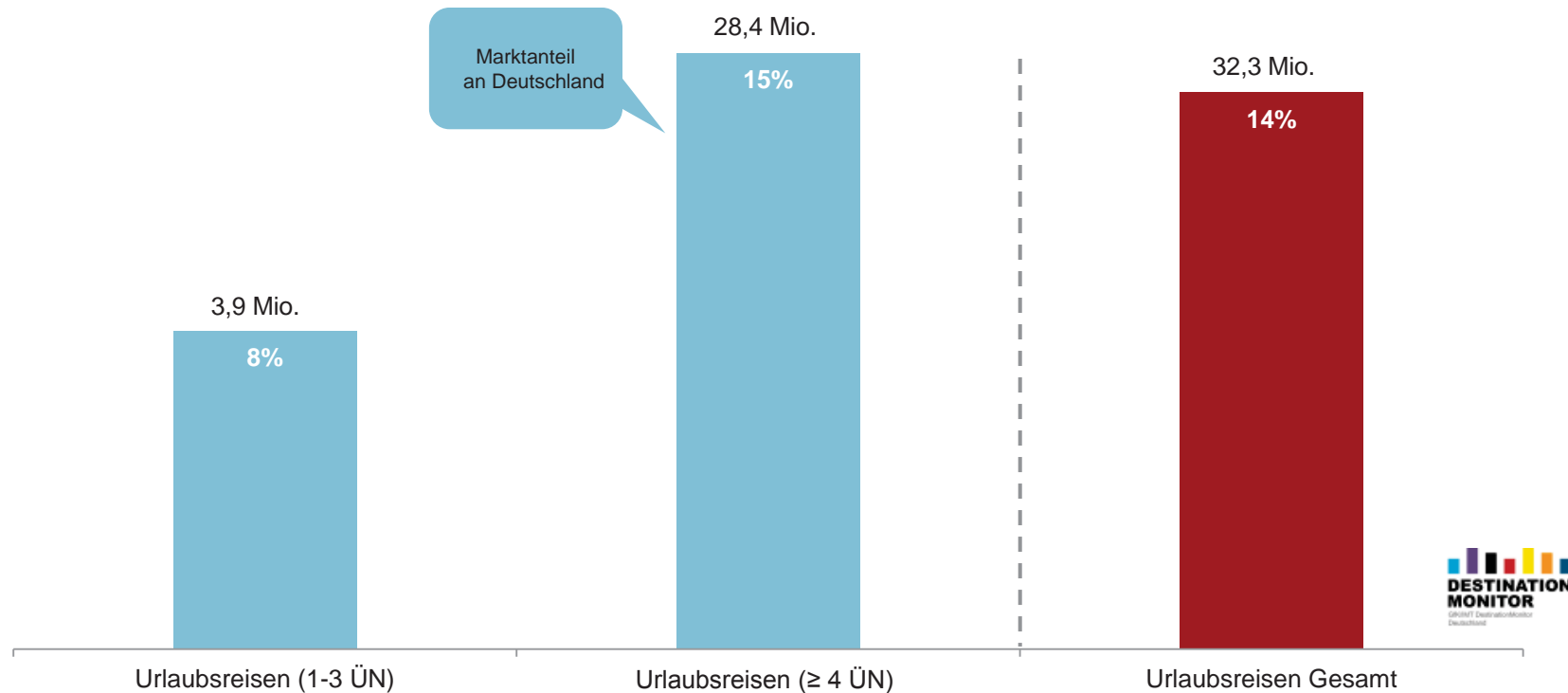
Die meisten niedersächsischen Urlaubsgäste kommen aus Nordrhein-Westfalen, Niedersachsen und Hessen



Mehr als zwei Drittel der Urlaubsgäste kommen aus den Bundesländern Nordrhein-Westfalen (41%), Niedersachsen (22%) und Hessen (7%). Nordrhein-Westfalen ist mit über 40% aller Urlaubsgäste der größte Quellmarkt für Niedersachsen. Eine deutlich geringere Bedeutung spielen die östlichen Bundesländer Brandenburg, Sachsen-Anhalt, Thüringen und Mecklenburg-Vorpommern sowie Bremen und das Saarland.



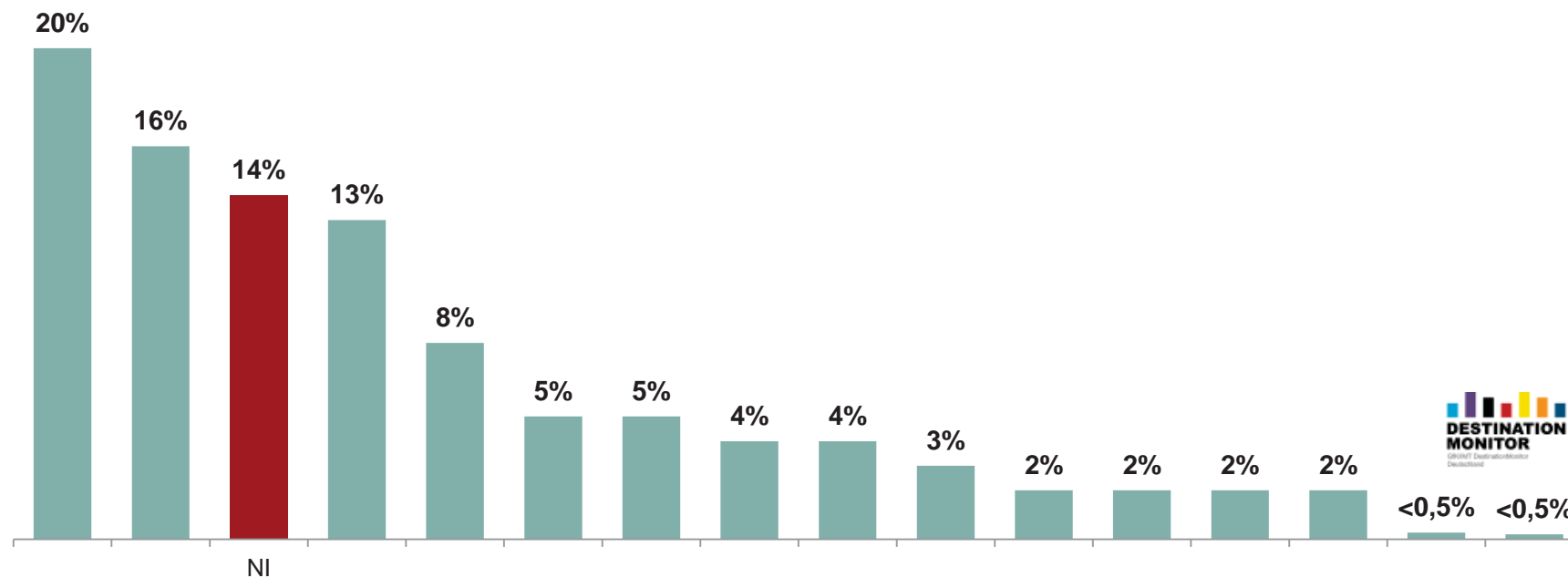
15% Marktanteil bei Übernachtungen durch längere Urlaubsreisen im Jahr 2012



Die Bedeutung als Urlaubsziel für längere Urlaubsreisen spiegelt sich auch in den Marktanteilen der Übernachtungen durch Urlaubsreisen wider. Die 28,4 Mio. Übernachtungen durch längere Urlaubsreisen ergeben einen Marktanteil von 15%. Insgesamt konnte im Jahr 2012 mit den Übernachtungen durch Urlaubsreisen ein Marktanteil an Deutschland von 14% erreicht werden.



14% Marktanteil bei Übernachtungen durch Urlaubsreisen entspricht Platz 3 im Bundesland-Ranking



Die Analyse der Marktanteile der Übernachtungen in Folge von Urlaubsreisen im Vergleich der Bundesländer macht besonders deutlich, dass Niedersachsen zu den klassischen innerdeutschen Urlaubsreisezielen gehört. Mit dem erreichten Marktanteil von 14% steht das Land auf Platz 3.

Mögliche Abweichungen sind rundungsbedingt.

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland

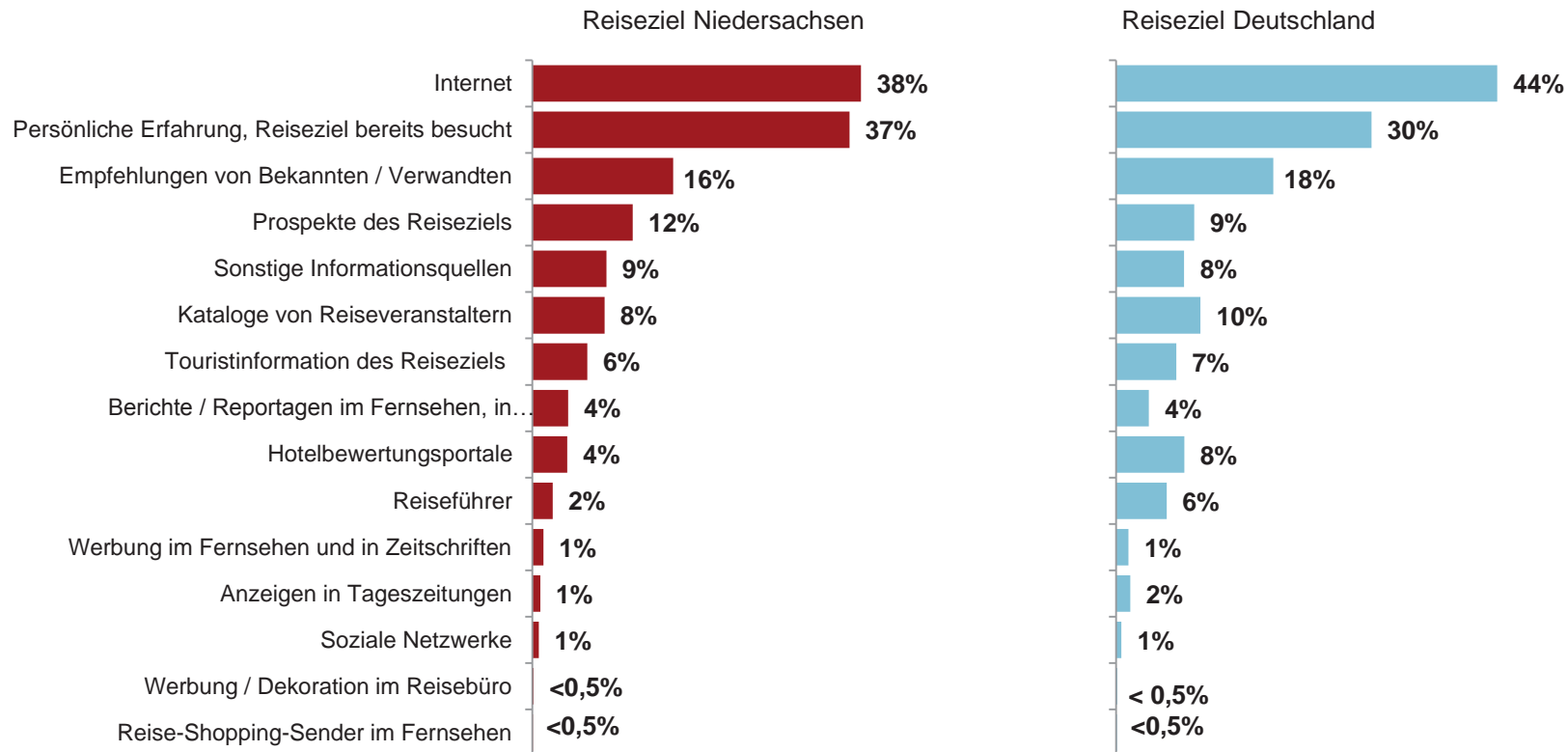




Urlaubsreisen:
Reiseorganisation und Reiseprodukt



Internet als Hauptinformationsquelle vor den eigenen Erfahrungen und Empfehlungen von Bekannten



38% der Urlaubsgäste informieren sich vor der Reise via Internet über ihre Reise nach Niedersachsen. Ein hoher Anteil der Urlaubsgäste (37%) hat das Reiseland Niedersachsen bereits besucht und baut daher u. a. auf eigenen Erfahrungen – deutlich mehr als im Bundesmittel. 16% der Urlaubsgäste vertrauen bei der Reiseinformation dem Rat von Bekannten und Verwandten. Prospekte des Reiseziels (12%) spielen in Niedersachsen im Vergleich zu Deutschland eine größere Rolle im Informationsprozess. Keine Rolle spielen Anzeigen in Tageszeitungen, soziale Netzwerke sowie Fernsehwerbung.

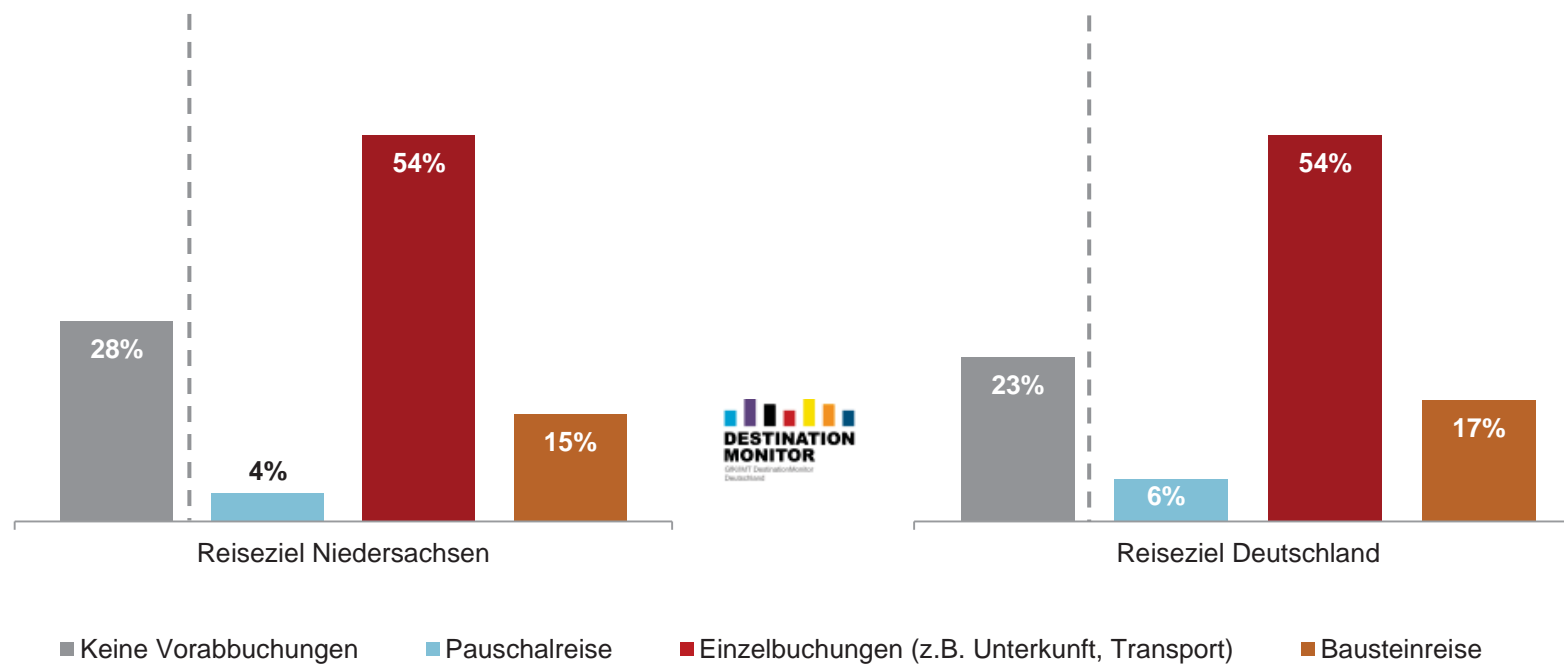
* Mehrfachantworten möglich; Informationsquellen bei vorabgebuchten Leistungen

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland





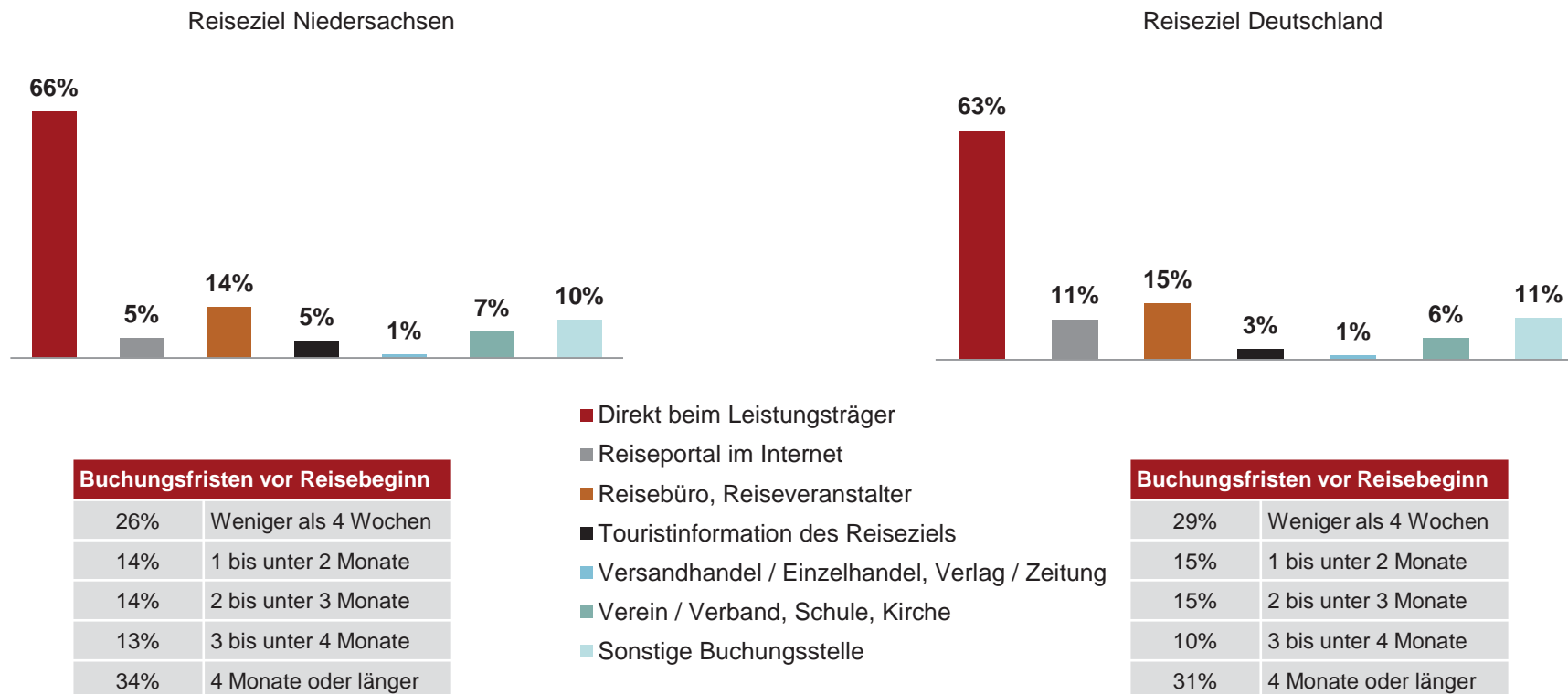
Knapp drei Viertel der Urlaubsgäste in Niedersachsen buchen Reiseleistungen vorab



73% der Urlaubsgäste in Niedersachsen haben im Jahr 2012 Vorabbuchungen getätigt – ein im Vergleich zum Bundesmittel leicht unterdurchschnittlicher Wert. Mehr als die Hälfte der Gäste tätigte vorab Einzelbuchungen von z. B. Unterkunft oder Anreise. Ähnlich wie im Bundesschnitt spielt die klassische Pauschalreise eine geringe Rolle – nur 4% der Niedersachsen-Urlaubsgäste buchte im vergangenen Jahr eine Pauschalreise.



Zwei Drittel der Urlaubsgäste mit Vorabbuchung buchen direkt beim Leistungsträger



Von den Urlaubsgästen, die im Zuge ihrer Reise nach Niedersachsen im Jahr 2012 Vorabbuchungen vorgenommen haben, haben 66% Leistungen direkt beim Leistungsträger gebucht. 14% der Gäste buchten zudem Leistungen im Reisebüro bzw. beim Reiseveranstalter, 5% buchten Leistungen über ein Reiseportal im Internet – im Deutschlandvergleich unterdurchschnittliche Werte. Die Tourist-Information hingegen wird überdurchschnittlich häufig zur Buchung genutzt (5%). Die Buchungsfristen bei Reisen nach Niedersachsen sind etwas länger als im Bundesschnitt (knapp 47% der Leistungen werden 3 Monate und länger im Voraus gebucht).

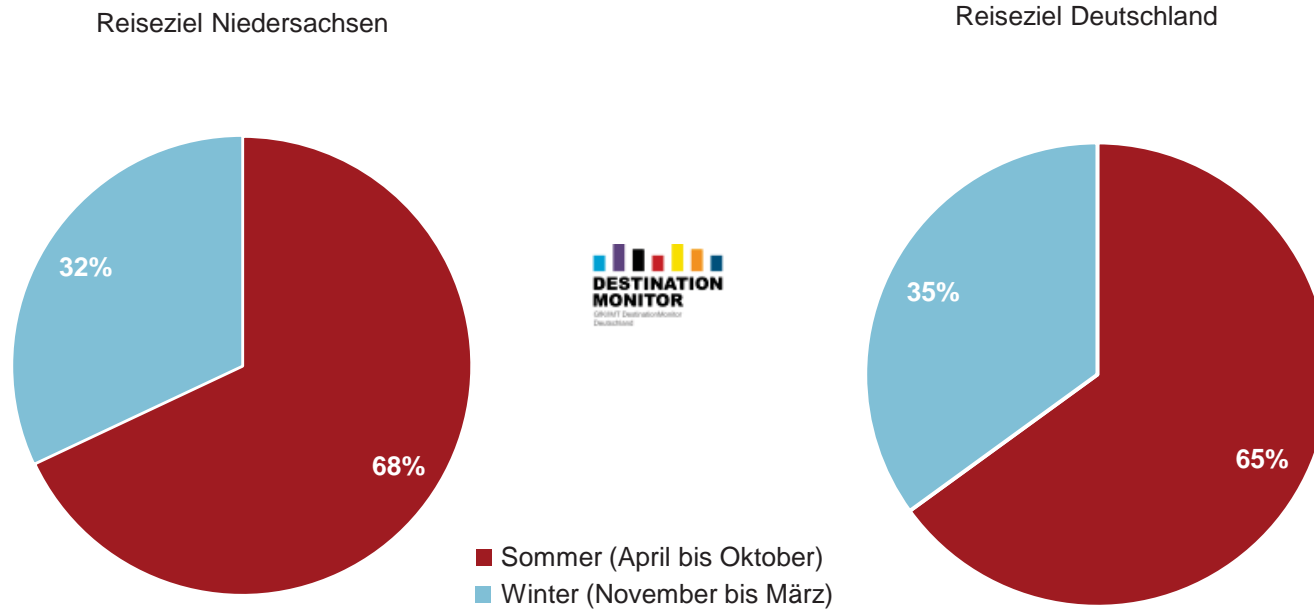
* Mehrfachantworten möglich

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland





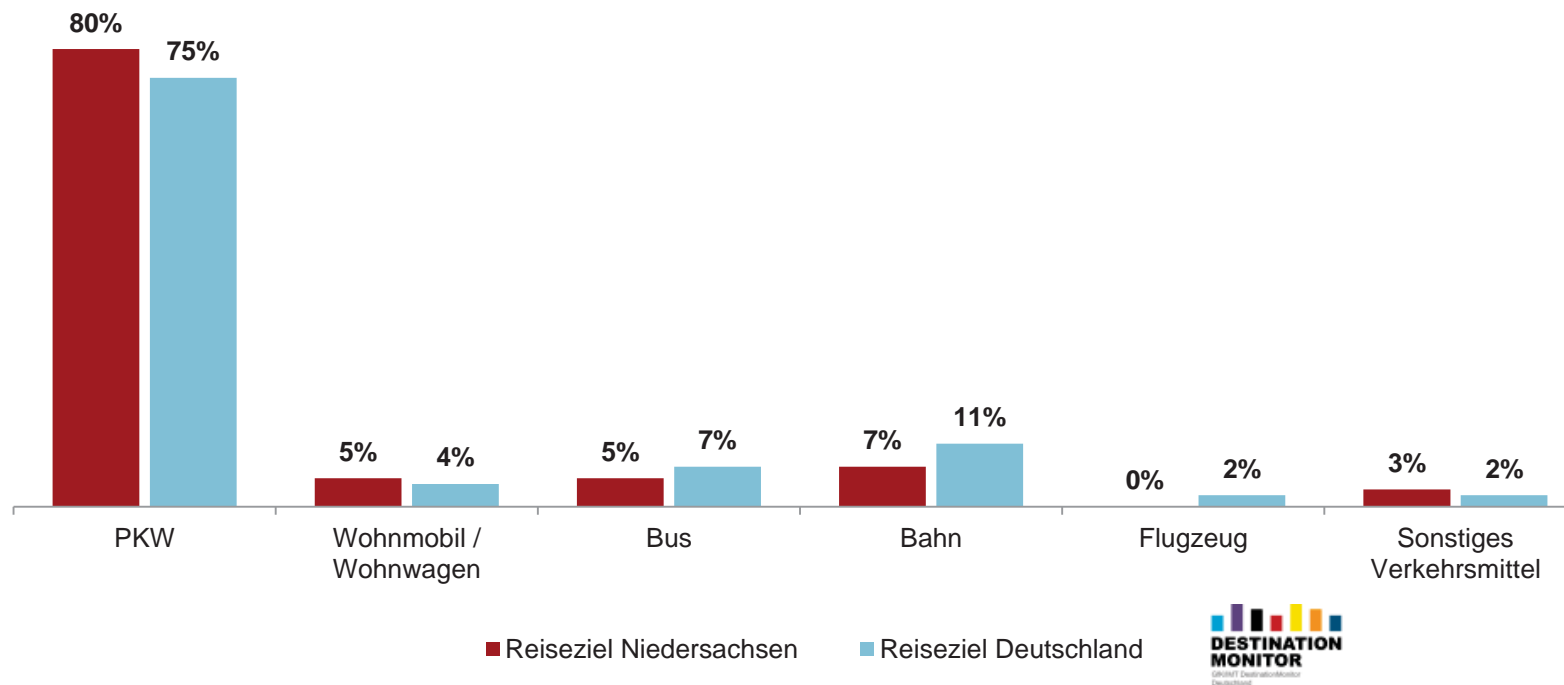
Niedersachsen eher ein Sommerurlaubsziel



Die Hauptreisezeit für Urlaubsreisen nach Niedersachsen ist der Sommer: 68% der Urlaubsgäste des Jahres 2012 besuchten Niedersachsen in den Monaten April bis Oktober. Ein im Vergleich zum Bundesschnitt etwas überdurchschnittlicher Wert.



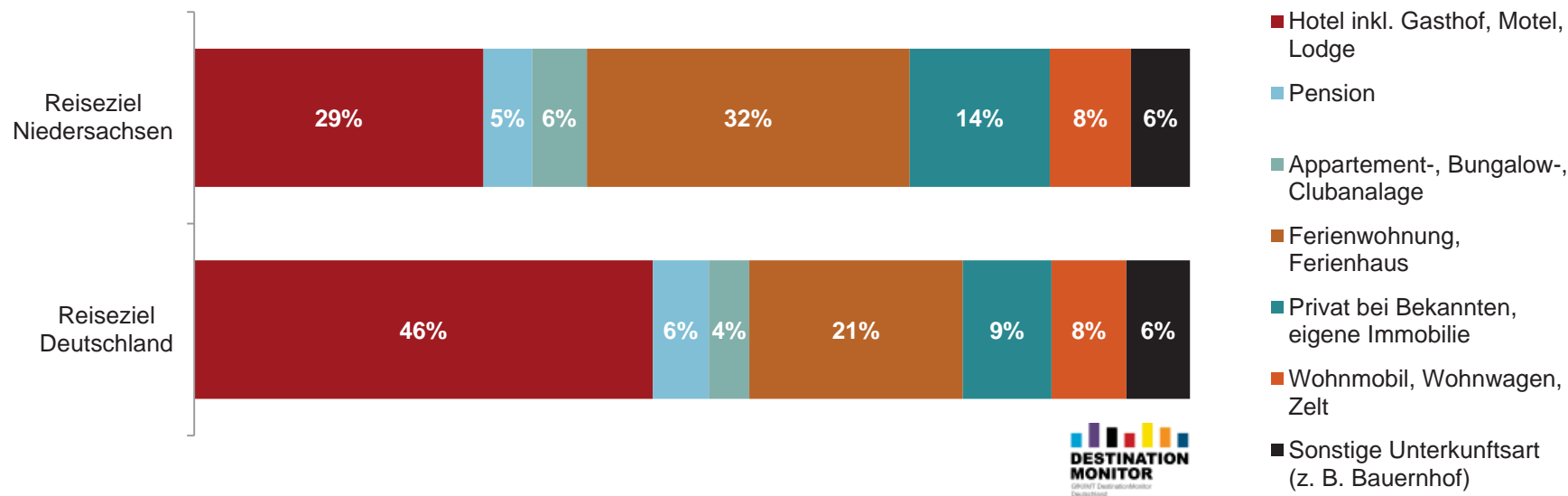
PKW ist beliebtestes Anreisemittel für den Urlaub in Niedersachsen



Der PKW ist – wie auch bei den innerdeutschen Urlaubsreisen insgesamt – das beliebteste Verkehrsmittel der Deutschen zur Anreise nach Niedersachsen. Bahn und Bus folgen auf den Plätzen zwei und drei mit 7% bzw. 5%. Im Vergleich zu Deutschland spielt das Wohnmobil eine leicht bedeutendere Rolle bei der Anreise (5% gegenüber 4% im Bundesmittel). Bei den inländischen Urlaubsreisen sowie bei den Reisen nach Niedersachsen spielt das Flugzeug (so gut wie) keine Rolle.



Ferienwohnung bzw. Ferienhaus beliebteste Unterkunftsart in Niedersachsen im Jahr 2012



Im Jahr 2012 übernachteten 32% der niedersächsischen Urlaubsgäste in einer Ferienwohnung bzw. einem Ferienhaus. Im Vergleich zum Bundesschnitt (21%) ein deutlich überdurchschnittlicher Wert und ein Hinweis auf die große Anzahl an Ferienwohnungen in den Reisegebieten an der deutschen Küste. 14% der Urlaubsgäste übernachteten privat bei Bekannten oder in der eigenen Immobilie. Knapp 30% der Urlaubsgäste übernachteten im Hotel, im Vergleich zu Deutschland ein stark unterdurchschnittlicher Wert.

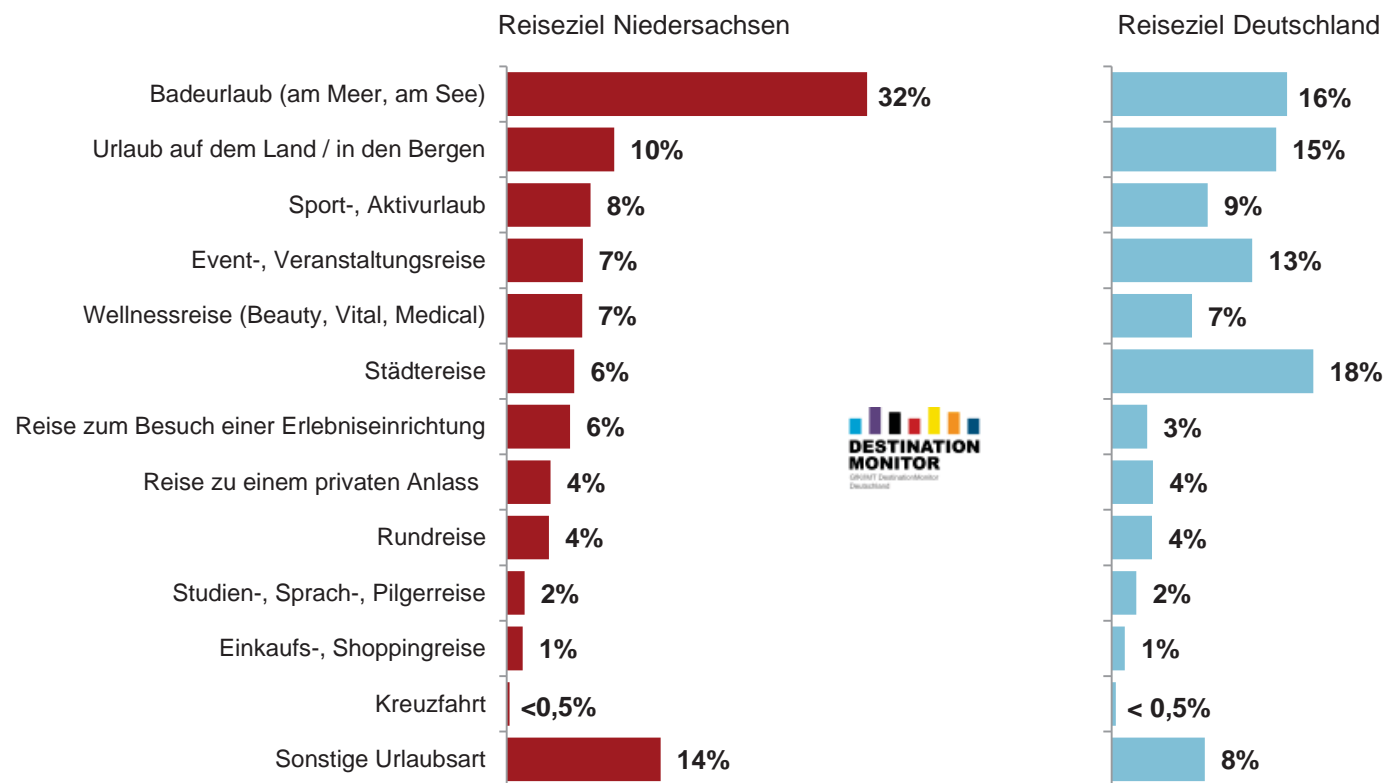
Mögliche Abweichungen sind rundungsbedingt.

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland





Badeurlaub Hauptreiseanlass im Jahr 2012



Bei 32% der Urlaubsreisen von Inländern nach Niedersachsen handelt es sich um einen Badeurlaub. Der Badeurlaub ist damit Niedersachsens Hauptreiseanlass. Mit deutlichem Abstand folgt der Urlaub auf dem Land/ in den Bergen (10%) und der Sport- bzw. Aktivurlaub (8%). Im Ranking der Bundesländer wird die herausragende Stellung des Badeurlaubs nochmals verdeutlicht: An allen Badeurlaubs in Deutschland im Jahr 2012 hat Niedersachsen einen Anteil von 23% und belegt damit Platz 3 im Bundeslandvergleich.

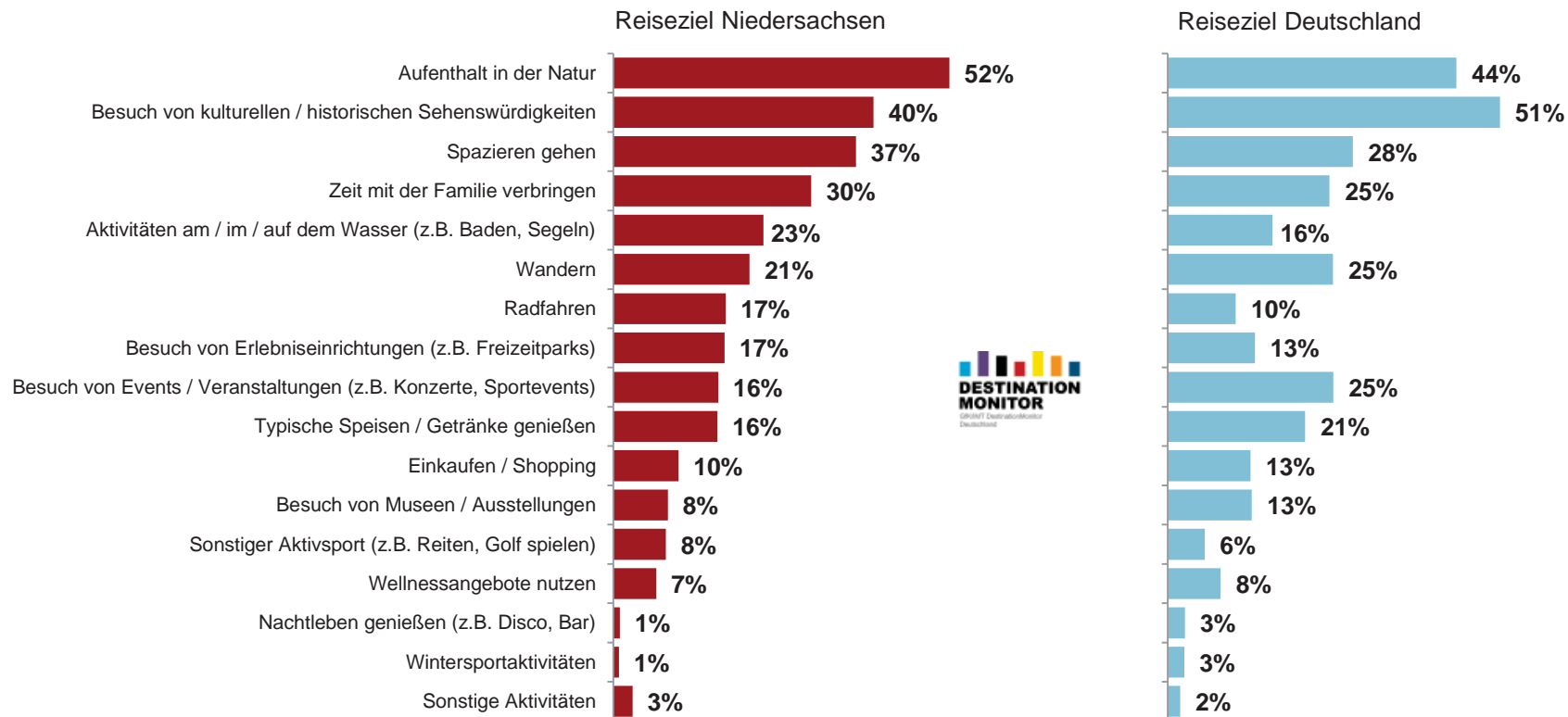
Mögliche Abweichungen sind rundungsbedingt.

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland





Naturaufenthalt beliebteste Aktivität der Urlaubsgäste gefolgt von Besuch von Sehenswürdigkeiten



Bei der Abfrage von 30 Urlaubsaktivitäten vor Ort und der Möglichkeit Mehrfachantworten zu geben, ist die beliebteste Aktivität der Niedersachsen-Urlauber der Aufenthalt in der Natur gefolgt vom Besuch kultureller und historischer Sehenswürdigkeiten. Knapp ein Drittel der Urlaubsgäste gab an, den Urlaub zu nutzen, um Zeit mit der Familie zu verbringen. Weitere häufige Aktivitäten im Jahr 2012 waren „Spazieren gehen“ sowie die Aktivitäten rund ums Wasser. Im Deutschlandvergleich wird deutlich, dass überdurchschnittlich häufig Rad gefahren wird und Spaziergänge unternommen werden.

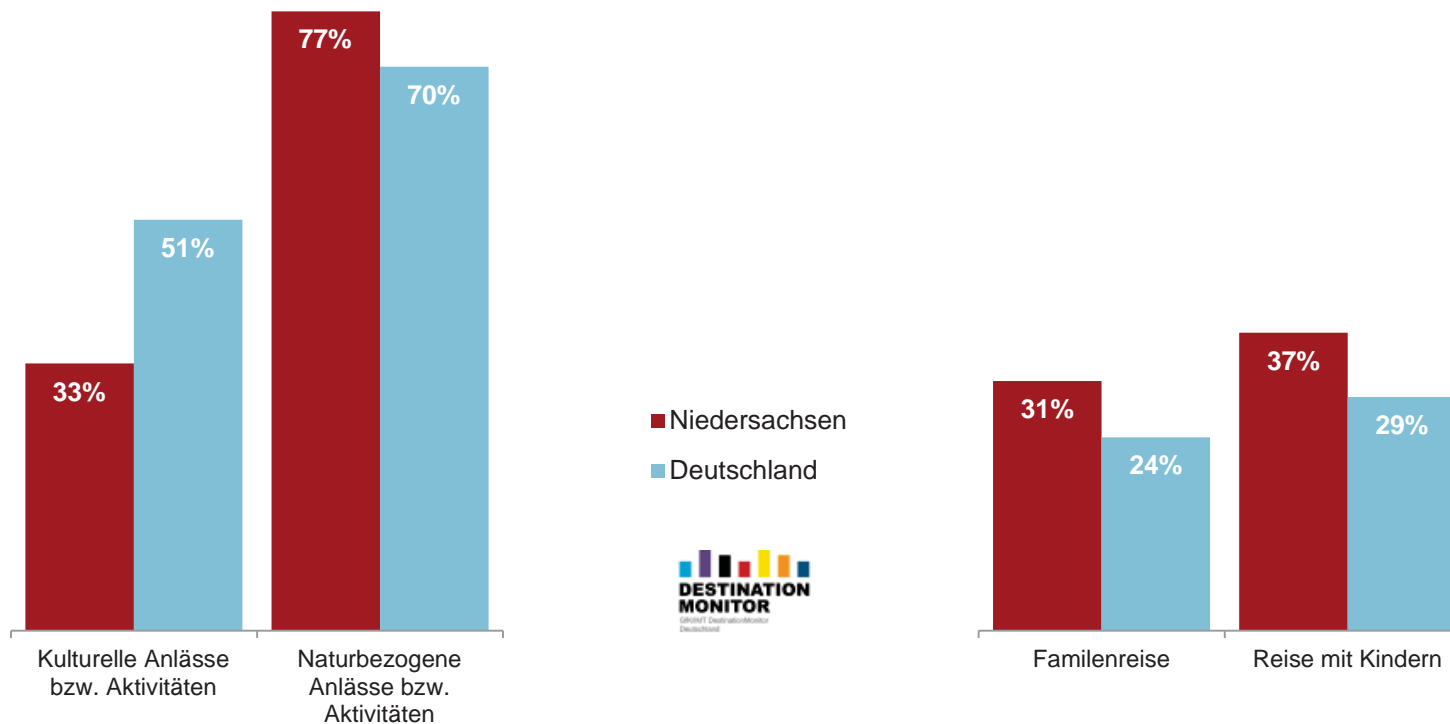
* Mehrfachantworten möglich

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland





Niedersachsen ist Natur- und Familienreiseziel



Reisen mit kulturellem bzw. naturbezogenem Anlass bzw. Aktivitäten: Kombination der Fragestellungen lt. Fragebogen: „Bitte nennen Sie noch den Hauptanlass, der diese Reise am besten charakterisiert.“; „Welche Aktivitäten haben auf der Reise die wichtigste Rolle gespielt?“ (Aktivitäten: Mehrfachantworten möglich.)

Reise mit Kindern: Kinder unter 14 Jahre sind Reisetilnehmer
 Familienreise: mindestens ein begleitender Elternteil für ein Kind unter 14 Jahre ist Reisetilnehmer

Das Erleben in der Natur spielt in Niedersachsen eine bedeutende Rolle. Bei 77% der Urlaubsreisen handelte es sich um Reisen mit einem naturbezogenen Anlass bzw. Aktivitäten in der Natur (Wandern, Radfahren, Spazieren gehen etc.). Kulturelle Anlässe und Aktivitäten spielen im Vergleich zu Deutschland eine untergeordnete Rolle. Deutlich hingegen ist die Ausrichtung Niedersachsens als Familienreiseziel – bei 31% der Reisen handelte es sich um eine Familienreise. An allen Familienreisen in Deutschland hält Niedersachsen einen Anteil von 15% und belegt damit Platz 3 im Bundeslandvergleich.

* Mehrfachantworten möglich

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland



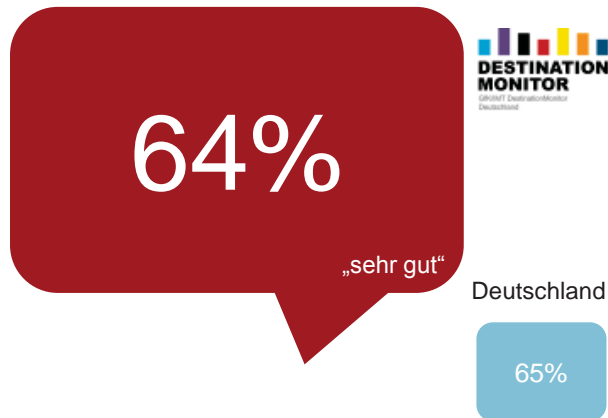


Urlaubsreisen:
Kennzahlen zur Qualitätseinschätzung



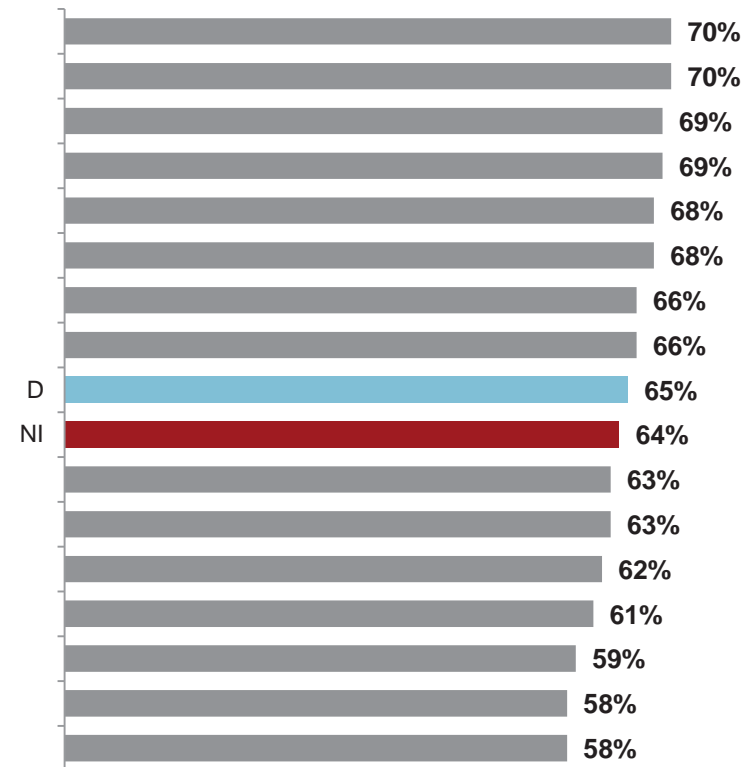
64% der inländischen Urlaubsgäste bewerten ihren Aufenthalt im Jahr 2012 mit „sehr gut“

■ Gesamtbewertung des Aufenthaltes



Skala Gesamtbewertung

- ▶ sehr gut
- ▶ gut
- ▶ befriedigend
- ▶ ausreichend
- ▶ mangelhaft



Zwar bewerten 64% der Urlaubsgäste ihren Aufenthalt in Niedersachsen mit „sehr gut“, im Vergleich der Bundesländer liegt Niedersachsen jedoch nur im Mittelfeld, knapp unter dem Bundesschnitt. Unter Einbezug der zweibesten Ausprägung der Skala bewerten 96% der Gäste ihren Aufenthalt in Niedersachsen mit „sehr gut“ oder „gut“.

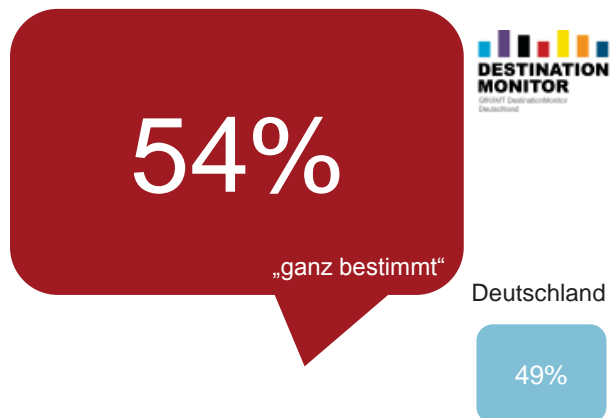
Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland





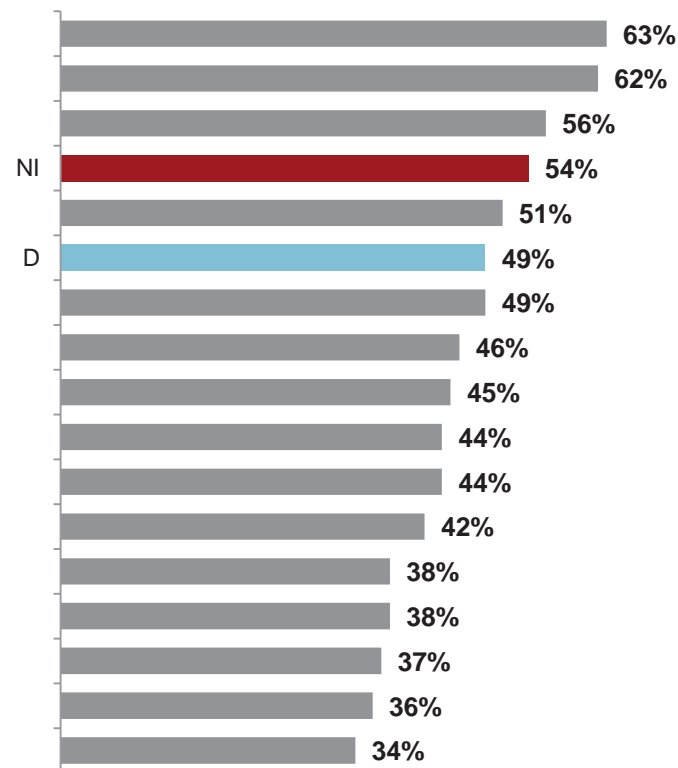
54% der Urlaubsgäste möchten Niedersachsen „ganz bestimmt“ wiederbesuchen

■ Wiederbesuchsabsicht



Skala Wiederbesuchsabsicht

- ▶ ganz bestimmt
- ▶ wahrscheinlich
- ▶ bin unentschieden
- ▶ wahrscheinlich nicht
- ▶ auf gar keinen Fall



Überdurchschnittliche Werte erreicht das Land bei der Betrachtung derjenigen Gäste, die angaben Niedersachsen „ganz bestimmt“ wiederbesuchen zu wollen – knapp 54% der Urlaubsgäste möchten definitiv wiederkommen. Mit diesen Werten liegt Niedersachsen auf Platz 4 im Ranking der Bundesländer und über dem Bundesschnitt. Auffallend ist, dass die Wiederbesuchsabsicht unter dem Niveau der Gesamtzufriedenheit liegt – ein Indikator für den starken Wettbewerb unter den Destinationen.

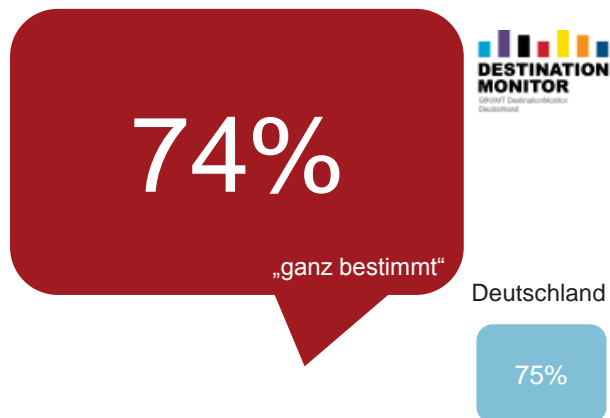
Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland





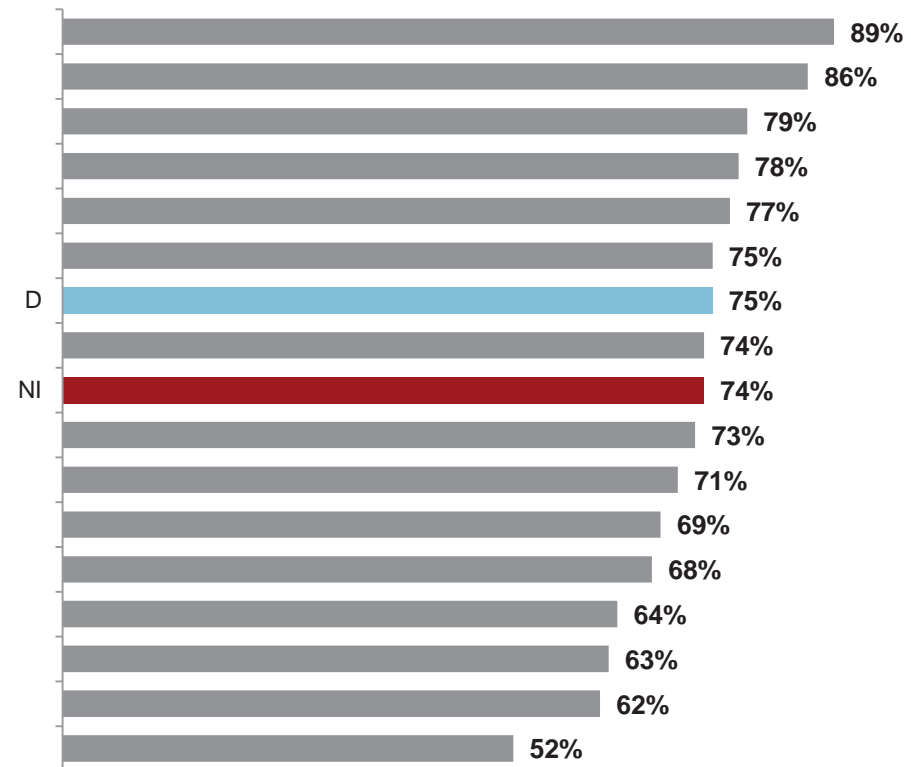
Hohe Weiterempfehlungsbereitschaft, jedoch im Bundeslandvergleich leicht unterdurchschnittlich

■ Weiterempfehlungsbereitschaft



Skala Weiterempfehlungsbereitschaft

- ▶ ganz bestimmt
- ▶ wahrscheinlich
- ▶ bin unentschieden
- ▶ wahrscheinlich nicht
- ▶ auf gar keinen Fall



Niedersachsen verzeichnet mit 74% eine hohe Weiterempfehlungsrate – dies entspricht in etwa dem Bundesmittel. Dennoch schafft es Niedersachsen nicht einen Platz im oberen Feld der Bundesländer zu erreichen, da die Weiterempfehlungsbereitschaft aller Bundesländer auf einem hohen Niveau liegt. Allgemein zeigt sich eine hohe Zufriedenheit mit einer niedrigeren Wiederbesuchsabsicht und einer erneut erhöhten Weiterempfehlungsbereitschaft der Urlaubsgäste im Jahr 2012.

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland





Glossar und Impressum



Definition der Marktsegmente

GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland für Niedersachsen

Hinweis: Sämtliche Segmente beziehen sich ausschließlich auf den nationalen Tourismus, d. h. die Reisen der Inländer (deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 0 Jahre) sowie auf die getätigten Reisen ab 50 km.

Gesamtaufenthalte

Gesamtaufenthalte	Summe aus privaten Aufenthalten und geschäftlichen Aufenthalten
Private Aufenthalte	Summe aus Privatreisen mit Übernachtung und privaten Tagesreisen
Geschäftliche Aufenthalte	Summe aus Geschäftsreisen mit Übernachtung und geschäftlichen Tagesreisen

Übernachtungsreisen

Übernachtungsreisen	Summe aus Privatreisen mit Übernachtung und Geschäftsreisen mit Übernachtung
Privatreisen mit Übernachtung	Übernachtungsreisen mit primär privatem Anlass; Summe aus Urlaubsreisen, Verwandten- und Bekanntenbesuchen sowie Sonstigen Privatreisen
Urlaubsreisen	Übernachtungsreisen mit einem Urlaubs- oder sonstigen Freizeitreiseanlass (integrierte Reiseformen: reine Urlaubsreisen; Freizeitreisen / Ausflugsfahrten ohne besonderer privater oder sonstiger Anlass)
Verwandten- und Bekanntenbesuch	Übernachtungsreisen zum Besuch von Verwandten und / oder Bekannten (integrierte Reiseformen: Reisen zum ausschließlichen Besuch von Bekannten, Verwandten und Freunden; Besuch von Bekannten, Verwandten und Freunden kombiniert mit Urlaub)
Sonstige Privatreisen	Übernachtungsreisen mit privatem Anlass, die keine Urlaubsreisen oder Verwandten- und Bekanntenbesuche sind (integrierte Reiseformen: Freizeitreisen / Ausflugsfahrten mit besonderer privater oder sonstiger Anlass; Reisen mit einem Gesundheits-, Reha- und/oder Kuranlass (nicht in Kliniken: Quelle DestinationMonitor; in Kliniken: Quelle Amtliche Beherbergungsstatistik); Incentive- und Belohnungsreisen)
Geschäftsreisen mit Übernachtung	Übernachtungsreisen mit primär geschäftlichem Anlass (integrierte Reiseformen: Reisen zu Kunden, Lieferanten, Dienstleistern etc.; Reisen zur eigenen Firmenzentrale; Dienstlich veranlasste Reisen zu Behörden und Dienststellen; Reisen im Rahmen einer Tätigkeit als Außendienstmitarbeiter, Handelsvertreter etc., Reisen zu Kongressen, Tagungen, Messen, Ausstellungen, Events; Reisen zu beruflichen Weiterbildungen)

Tagesreisen

Tagesreisen	Summe aus privaten Tagesreisen und geschäftlichen Tagesreisen
Private Tagesreisen	Tagesreisen mit primär privatem Anlass
Geschäftliche Tagesreisen	Tagesreisen mit primär geschäftlichem Anlass (ohne regelmäßige Fahrten zwischen Wohnung und Arbeitsstelle bzw. Ausbildungsstätte)



GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland für Niedersachsen

Kennziffern des Gesamtmarkt-Monitorings

Übernachtungen	Anzahl der getätigten Übernachtungen in der Destination, absolut
Ankünfte	Anzahl der Gästeankünfte in der Destination, absolut
Durchschnittliche Aufenthaltsdauer	Durchschnittliche Aufenthaltsdauer in der Destination, Tage (rechnerischer Wert)
Aufenthaltsstage	Summe aus Übernachtungen und Tagesreisen in der bzw. in die Destination, absolut (rechnerischer Wert)
Tourismusintensität	Übernachtungen bzw. Tagesreisen je 1.000 Einwohner der Destination, absolut (rechnerischer Wert)
Incomingtourismus	Anteil der Übernachtungen bzw. Tagesreisen von Gästen mit Herkunft außerhalb der Destination, Prozent
Binnentourismus	Anteil der Übernachtungen bzw. Tagesreisen von Gästen mit Herkunft innerhalb der Destination, Prozent

Kennziffern zur Qualitätseinschätzung

Gesamtbewertung	Gesamtbewertung des Aufenthalts in der Destination, Prozent
Wiederbesuchsabsicht	Absicht erneut einen Aufenthalt in der Destination zu verbringen, Prozent
Weiterempfehlungsbereitschaft	Bereitschaft zur Weiterempfehlung der Destination an Verwandte, Bekannte, Freunde; Prozent

Marktanteile

Anteil am Gesamtmarkt	Anteil der Destination am Gesamtmarkt, Prozent (rechnerischer Wert)
Anteil am Inlandsmarkt	Anteil der Destination am Inlandsmarkt, Prozent (rechnerischer Wert)



Praxisnähe als Aufgabe

Das Institut für Management und Tourismus (IMT) der Fachhochschule Westküste gehört in Deutschland zu den führenden Hochschulinstituten im Tourismus.

Forschung und Wissenstransfer sind als zentrale Aufgabenfelder an der FH Westküste fest verankert. Das IMT versteht sich dabei als Bindeglied zwischen der Forschung und der Umsetzung in die Praxis. Wissenschaftlich fundiert und mit Blick auf die Bedürfnisse der Praxis hat das IMT seit seiner Gründung bereits eine Vielzahl an Tourismusprojekten erfolgreich bearbeitet – sehr viele davon in Kooperationen mit Partnern der Wirtschaft.

Gemeinsam mit diesen Partnern – z. B. Destinationen, Hotelkooperationen, Verkehrsträgern und anderen Hochschulen – ist das IMT deutschlandweit von der Orts- bis zur Bundesebene und auch international tätig. Allen Projekten gemeinsam sind der betriebswirtschaftliche Fokus und die hohe Praxisnähe. Die Projekte des IMT führen zu konkreten Antworten und Lösungen für individuelle Fragestellungen.

Als Hochschuleinrichtung ist das Institut darüber hinaus unabhängig von Auftragsprojekten im Bereich der betriebswirtschaftlich orientierten Tourismusforschung tätig. Hierdurch wird kontinuierlich neues Know-how aufgebaut. Das IMT greift mit dem Erfahrungsschatz seines interdisziplinär zusammengesetzten Teams aktuelle Themen und Methoden auf und schafft Innovationen und Mehrwert in Wissenschaft und Praxis.

Zu den zentralen Aufgabenfeldern des Wissenstransfers aus der Hochschule in die Praxis gehört weiterhin die Weiterbildung. In den letzten Jahren hat das IMT deshalb zahlreiche Aktivitäten auch in diesem Bereich entfalten können. Unter der Leitung von Prof. Dr. Bernd Eisenstein ist gegenwärtig ein Team von 15 Mitarbeitern am IMT tätig.

Kontakt:

Prof. Dr. Bernd Eisenstein
Mit-Herausgeber und
wissenschaftliche Leitung
eisenstein@fh-westkueste.de
Tel.: 0481/8555545

Dipl.-Kffr. (FH) Manon Krüger
Projektleitung
GfK/IMT DestinationMonitor
m.krueger@fh-westkueste.de
Tel.: 0481/8555518

Dipl.- Geogr. Julian Reif
Projektbearbeitung
GfK/IMT DestinationMonitor
reif@fh-westkueste.de
Tel.: 0481/8555573





Unternehmen müssen Entscheidungen treffen. Entscheidungen basieren auf Wissen.

Die GfK ist das größte deutsche Marktforschungsunternehmen und die Nummer 4 weltweit. Derzeit beschäftigt sie über 10.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in über 125 Ländern. Die 115 operativen Unternehmen liefern das Wissen zu Märkten und Branchen, das die Grundlage für Geschäftsentscheidungen zahlreicher namhafter Unternehmen bildet. Der Hauptsitz der GfK Gruppe ist Nürnberg.

Die GfK ist ein Full-Service-Institut, das seinen Kunden faktenbasierte Beratung bietet. Sie ist ein Unternehmen mit Tradition, das Kontinuität, langfristige Kundenbindungen und beständige Leistung auf höchstem Niveau pflegt. Auch aus diesem Grund pflegt die GfK ihre Wurzeln, die in der akademischen Forschung liegen. Der Fokus auf Innovation und Fortschritt ist ein zentraler Bestandteil ihrer Unternehmenskultur. Damit sichert sie nachhaltig die Qualität und Aktualität der von ihr eingesetzten Methoden und Instrumente.

Das Team von GfK Mobility hat sich innerhalb der GfK Gruppe auf die Reisebranche spezialisiert. Der IMT/GfK DestinationMonitor Deutschland ist Teil des GfK MobilitätsMonitor, ein klassisches ConsumerTracking-Instrument und das Herzstück der Informationsservices für touristische Consumer Insights der GfK. In einer kontinuierlichen, repräsentativen Großstichprobe werden alle Reiseaktivitäten ab 50 km Entfernung vom Wohnort erhoben. Monatlich berichten 20.000 deutsche Haushalte über deren Geschäfts- und Privatreisen, sowohl eintägig als auch mehrtägig. Zu jeder Reise werden zahlreiche Detailinformationen abgefragt, die mit den vorhandenen soziodemografischen Informationen für Zielgruppenprofile verknüpft werden. Neben den Reiseinformationen liegen zu den befragten Haushalten zahlreiche weitere Informationen wie z.B. Medien- oder Internetnutzungsverhalten oder Lifestyle (Roper Consumer Styles) vor. Der GfK MobilitätsMonitor ermöglicht somit single-source die Beantwortung aller marketing-relevanten Fragestellungen im Bereich Touristik.

Kontakt:

Herbert Lechner
Division Manager GfK Mobility
herbert.lechner@gfk.com
Tel.: 0911/3953668

Roland Gaßner
Marketing Manager
roland.gassner@gfk.com
Tel.: 0911/3954535

Antonino Minneci
Marketing Consultant
antonino.minneci@gfk.com
Tel.: 0911/3952290





Die TourismusMarketing Niedersachsen GmbH (TMN) wurde 2001 gegründet und hat als Landesmarketingorganisation die Aufgabe, das Reiseland Niedersachsen national und international zu vermarkten.

Unser Ziel ist es, Menschen für Urlaub und Reisen in und nach Niedersachsen zu begeistern und somit die langfristige Nachfrage zu sichern. Ebenso ist die kontinuierliche Qualitätsverbesserung der Angebote und Dienstleistungen eines unserer Kerngeschäfte. Unsere Partner sind neben den Gesellschaftern aus dem Bereich der Wirtschaft, den Tourismusorganisationen und Verbänden eine Vielzahl von Leistungsträgern, touristischen Einrichtungen und auch Vertretern der Landes- und Bundespolitik.

Ein zentrales Instrument der TMN ist die eigene Marktforschung. Hier wird sowohl zur Unterstützung des eigenen Marketings, als auch für die Landesregierung und die Kooperationspartner Wissen über die Nachfrage- und Wettbewerbsmärkte sowie den Erfolg der eingesetzten Marketingmaßnahmen generiert. Vorhandene Studien und Quellen werden systematisch ausgewertet und Wissenslücken ermittelt, um diese mit eigenen Erhebungen zu schließen. Die Marktforschung wird damit zum Fundament aller Beratungsleistungen und Produktentwicklungen.

Um auf Veränderungen zu reagieren und Trends erkennen zu können ist eine kontinuierliche Beobachtung der Marktdaten notwendig. Da die amtliche Beherbergungsstatistik des LSKN nur einen Teil des Marktes abbildet (meldepflichtige Betriebe) und auch keine Informationen zu Reisemotiven und Soziodemographie der Reisenden liefert, beteiligt sich die TMN am bundeslandübergreifenden DestinationMonitor. Durch dieses Instrument stehen der TMN umfangreiche Daten u.a. zum Urlaubsreiseverhalten, den Urlaubsaktivitäten, Motiven und viele weitere Informationen zur Verfügung. Auch Tagesreisen ab 50 km werden dabei berücksichtigt, wodurch zusätzlich ein deutlicher Mehrwert geschaffen wird.

Kontakt:

Jan Matysiak
Projektleitung Marktforschung

TourismusMarketing Niedersachsen GmbH
Essener Str. 1
30173 Hannover

Tel: +49 (0)511/270 488-23
Fax: +49 (0)511/270 488-88

matysiak@tourismusniedersachsen.de

www.reiseland-niedersachsen.de
www.tourismuspartner-niedersachsen.de



TourismusMarketing
niedersachsen



Herausgeber GfK SE Bereich Panel Services
Nordwestring 101
90419 Nürnberg

Prof. Dr. Bernd Eisenstein
Hirschgrund 117
23627 Groß Grönau

Projektdurchführung GfK Mobility, Nürnberg
Institut für Management und Tourismus (IMT), Heide

Ansprechpartner Herbert Lechner, Roland Gaßner (GfK)
Prof. Dr. Bernd Eisenstein (IMT)

Institut für Management und Tourismus (IMT)
www.imt-fhw.de





Die Ergebnisse des „GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland“ werden durch GfK SE Panel Services und Prof. Dr. Bernd Eisenstein herausgegeben. Die Urheberrechte sämtlicher im Rahmen der Datenauswertung entstandenen Arbeitsergebnisse liegen bei der GfK und Prof. Dr. Bernd Eisenstein. Die Projektdurchführung obliegt der GfK Mobility sowie dem Institut für Management und Tourismus (IMT) der FH Westküste.

Eine uneingeschränkte Nutzung der Auswertungsergebnisse ist nicht gestattet. Selbiges gilt für die komplette Weitergabe der Berichtsbände. Die Berichtsdaten können allerdings auszugsweise, durch den Bezieher im Rahmen eigener Werke aufbereitet und mit Hinweis auf die Datenquelle („GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland. Herausgegeben durch GfK SE Panel Services und Prof. Dr. Bernd Eisenstein.“) sowie nach Freigabe durch die Herausgeber an Dritte weitergegeben werden.

Anderen Dienstleistern dürfen die Daten bzw. die Berichtsbände nicht – auch nicht auszugsweise – ohne die vorherige schriftliche Zustimmung der Herausgeber zur weiteren Nutzung überlassen werden. Auch ist eine Veräußerung der Daten ausgeschlossen. Ausnahmen hiervon bedürfen der schriftlichen Genehmigung der Herausgeber. In allen Zweifelsfällen ist vorher die Zustimmung der Herausgeber einzuholen.

