



# **GfK/IMT DestinationMonitor für Niedersachsen**

Ergebnisse für das Bundesland Niedersachsen  
Berichtsperiode: Jahr 2013



# GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland für Niedersachsen

## FAKTEN AUF EINEN BLICK

► **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)

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:

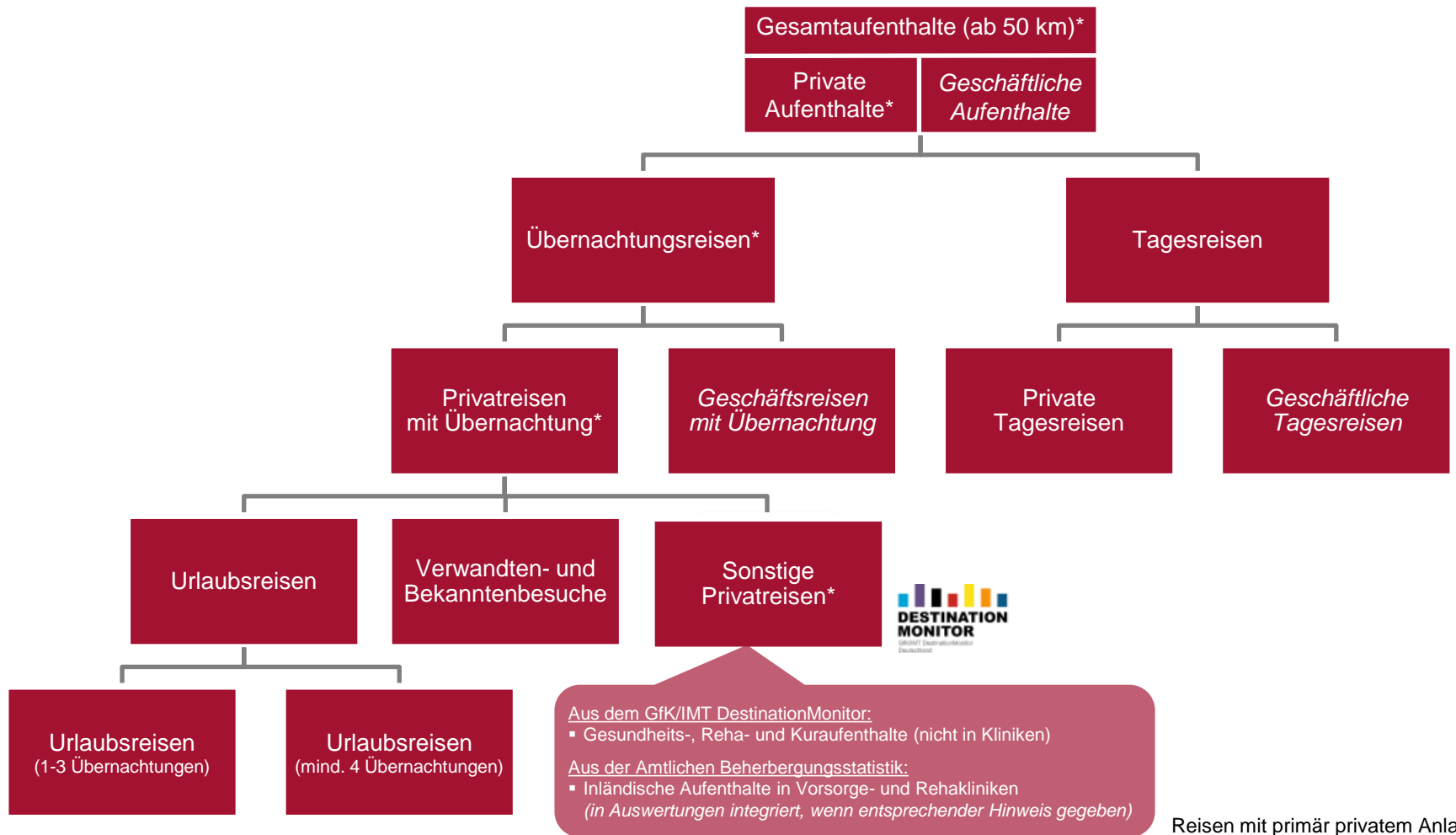
- Monitoring des inländischen Nachfragevolumens („Gesamtmarkt-Monitoring“)
- Monitoring des inländischen Urlaubsreisemarktes („Urlaubsmarkt-Monitoring“)
- Hochrechnung der wirtschaftlichen Effekte für Urlaubsreisen
- Soziodemographische Differenzierungen

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.



Überblick über die Marktsegmente



Reisen mit primär privatem Anlass  
 Reisen mit primär geschäftlichem Anlass

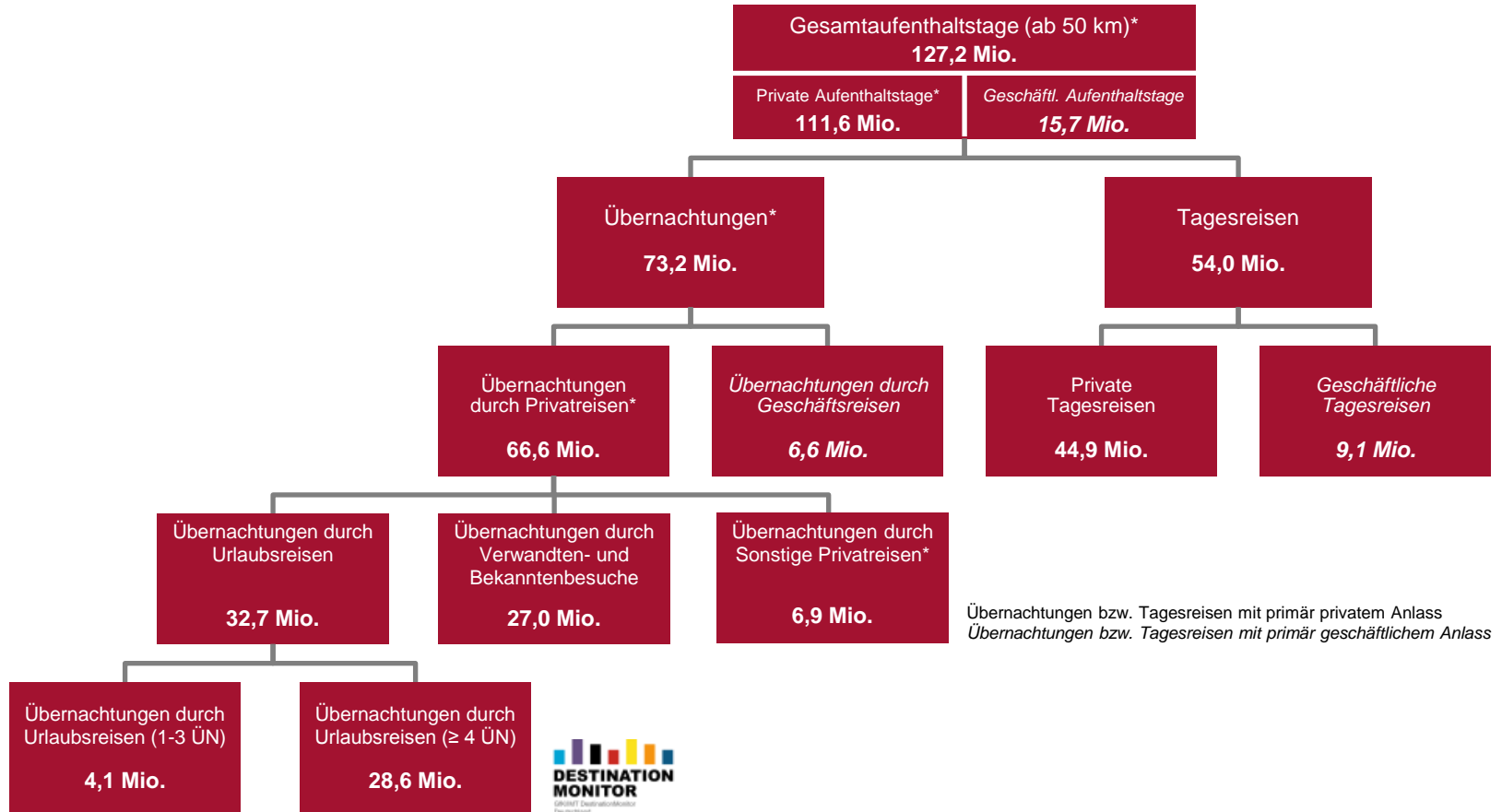
\* Die Übernachtungen bzw. die Ankünfte der Inländer in Vorsorge- und Rehakliniken (amtlich erfasst) werden in die Auswertungen integriert.



## Volumen-Gesamtübersicht



Volumenübersicht



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

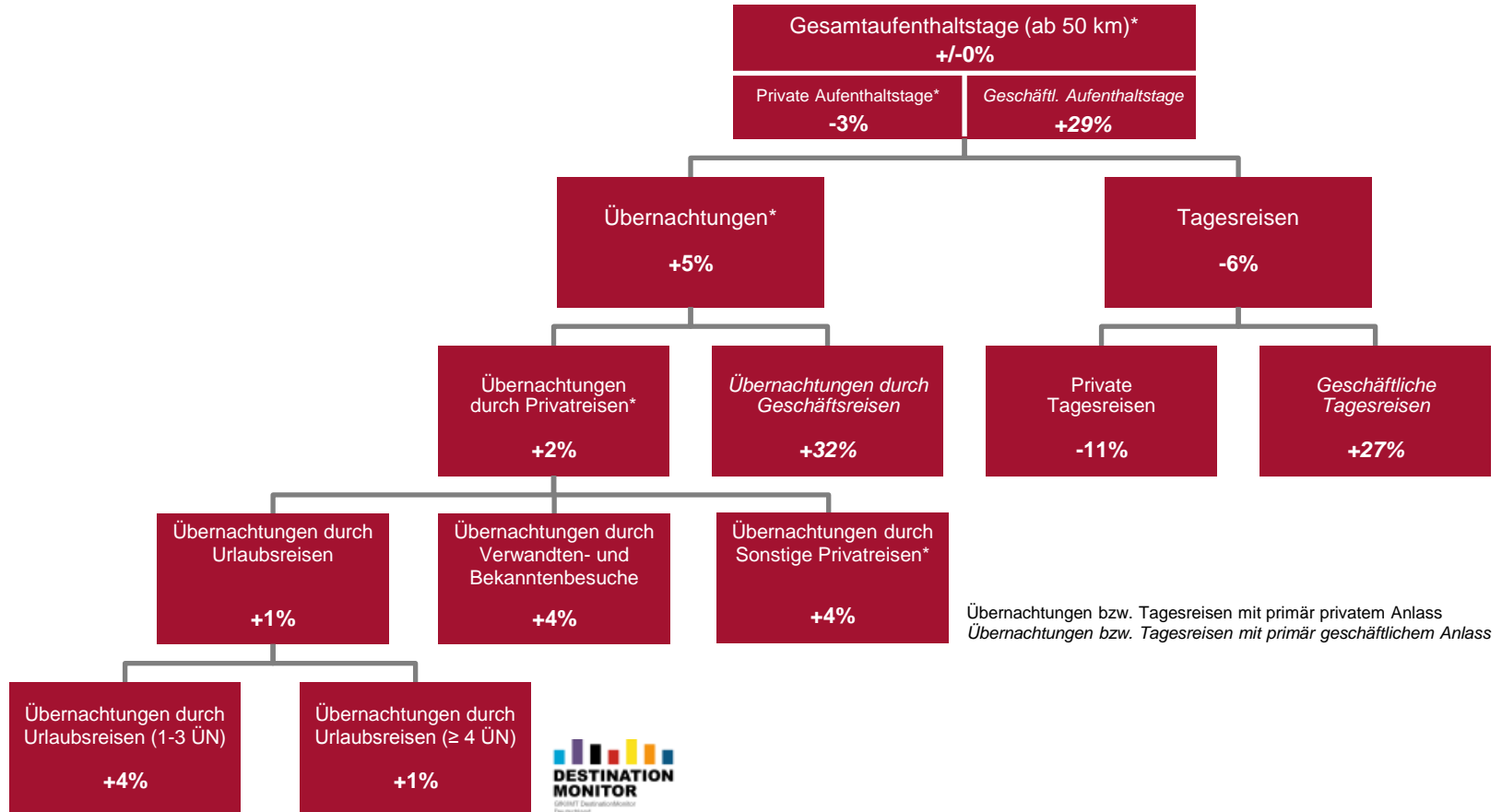
Mögliche Abweichungen sind rundungsbedingt.

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland, Statistisches Bundesamt





Volumenübersicht (Veränderung)



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

Mögliche Abweichungen sind rundungsbedingt.

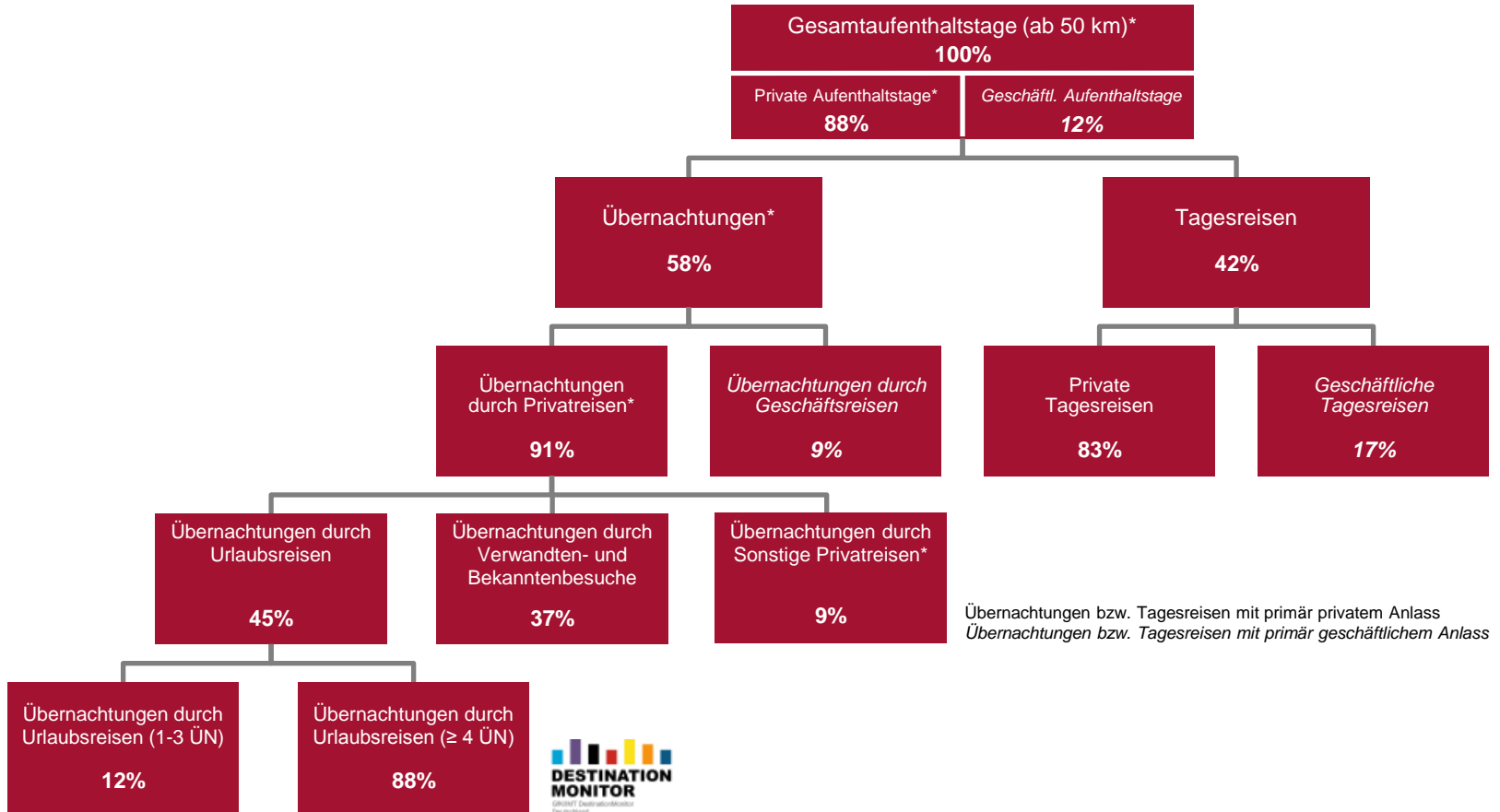
Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland, Statistisches Bundesamt





Volumenverteilung Gesamtübersicht (Übernachtungen und Tagesreisen) (in %)\*

Volumenverteilung



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

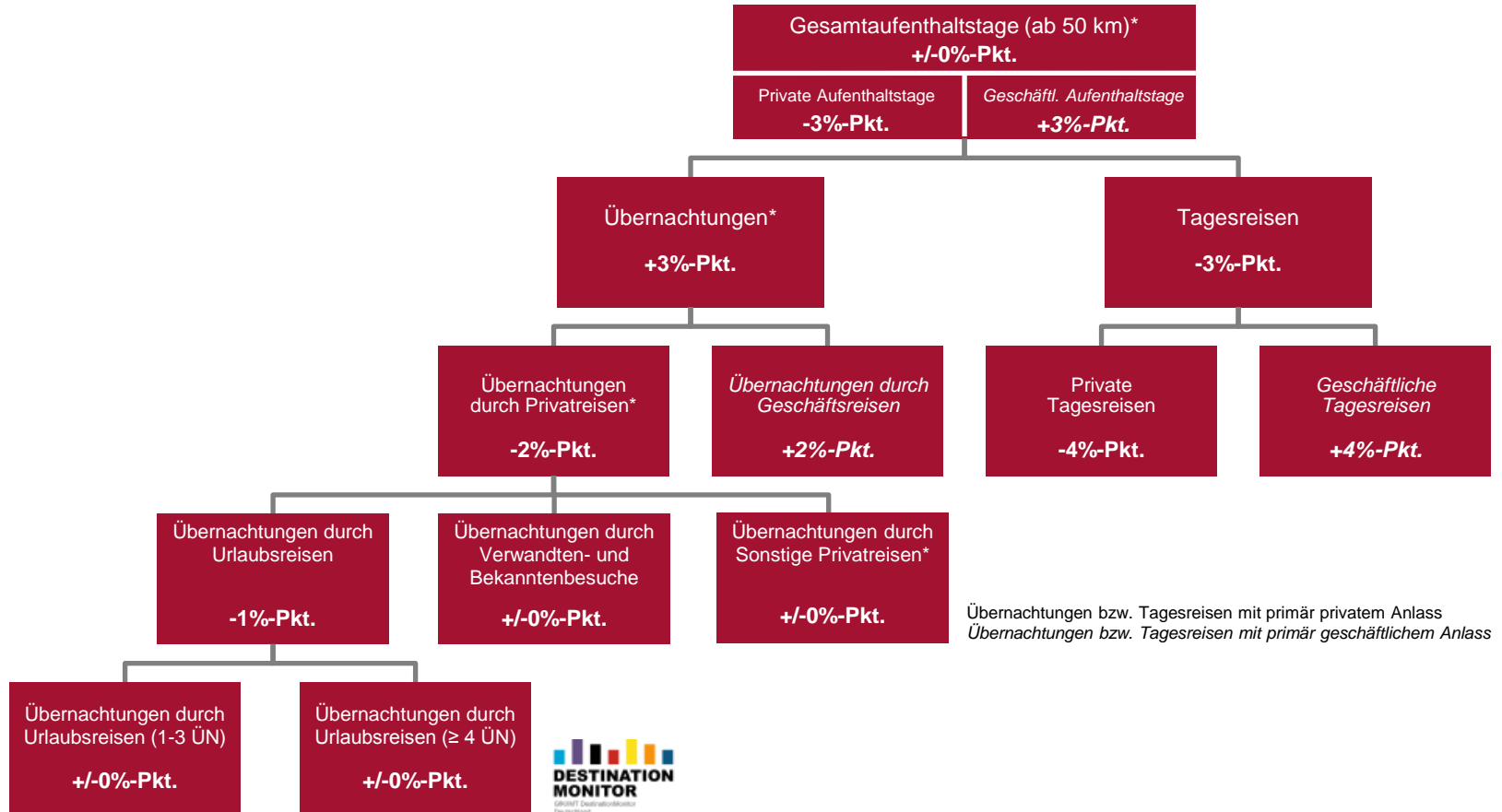
Mögliche Abweichungen sind rundungsbedingt.

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland, Statistisches Bundesamt





Volumenverteilung (Veränderung)



\* Die Übernachtungen 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





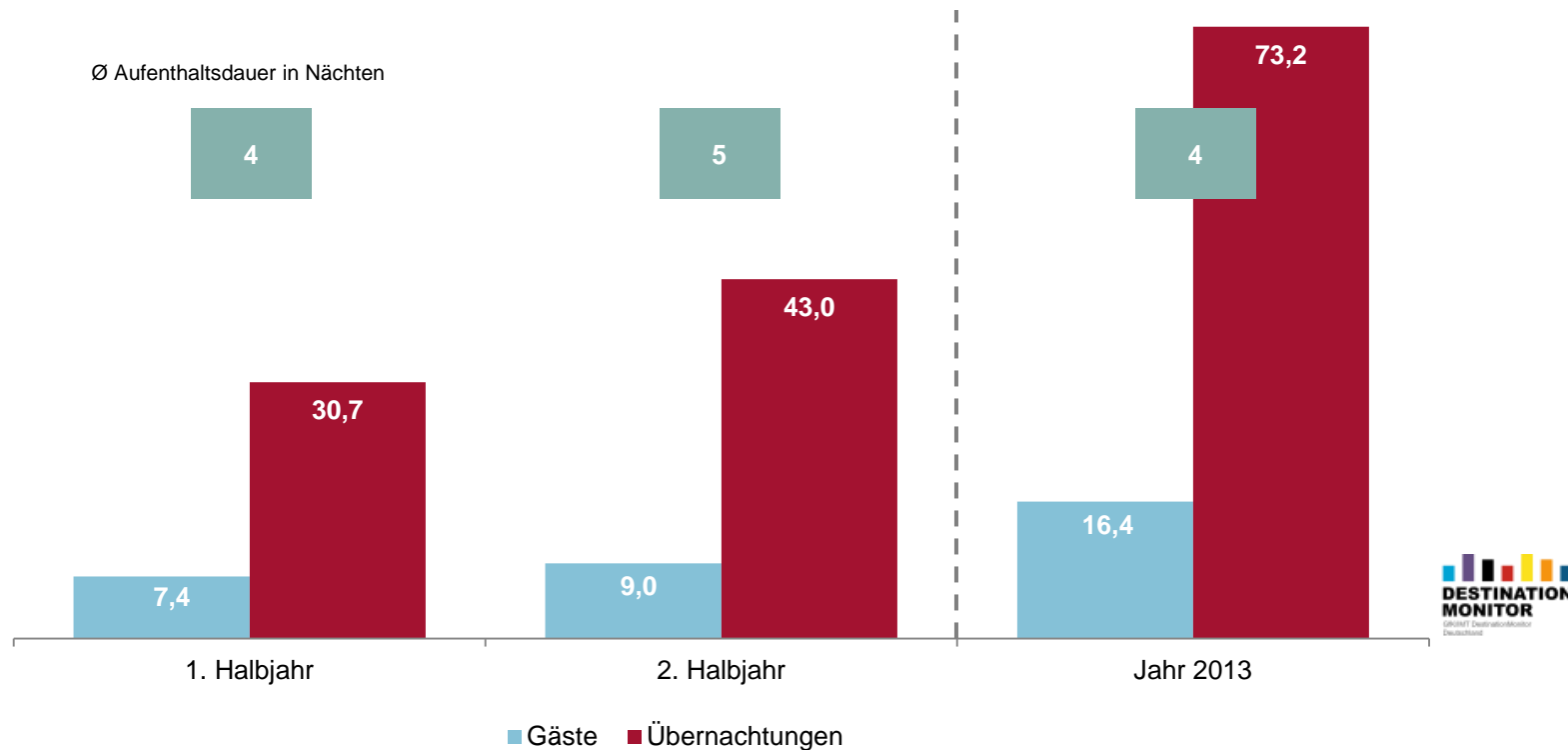


# Übernachtungsreisen

Veränderungen zum Vorjahr werden auf den nachfolgenden Graphiken in *kursiv dargestellt*



## Rund 43 Mio. Übernachtungen im 2. Halbjahr 2013



Im Jahr 2013 verzeichnete Niedersachsen 16,4 Mio. (2012: 16,7 Mio.) inländische Gäste und insgesamt 73,2 Mio. Übernachtungen (2012: 70 Mio.). Mitberücksichtigt sind dabei die Gäste bzw. Übernachtungen der Inländer in Vorsorge- und Rehakliniken aus der amtlichen Beherbergungsstatistik. Im Durchschnitt verbrachten die Gäste vier Nächte in Niedersachsen. Die zweite Jahreshälfte ist das mit Abstand stärkere Halbjahr: Hier sind 43 Mio. Übernachtungen (1. Halbjahr: 30,7 Mio.) und 9 Mio. Gäste (7,4) zu konstatieren. Im zweiten Halbjahr liegt die durchschnittliche Aufenthaltsdauer mit rund fünf Nächten um eine Nacht höher als im ersten Halbjahr.

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

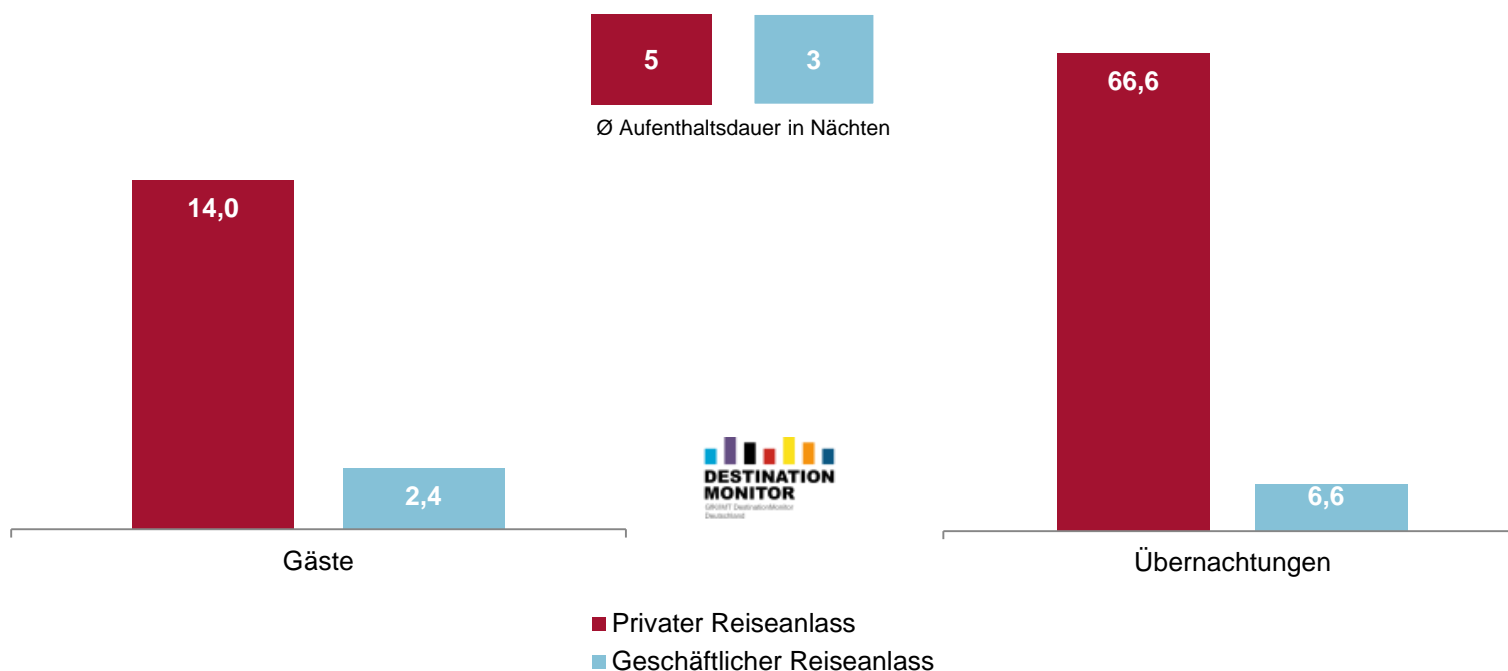
Mögliche Abweichungen sind rundungsbedingt.

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland, Statistisches Bundesamt





Verhältnis von privaten zu geschäftlichen Übernachtungen steht bei 10:1



Die Analyse der Reiseanlässe der inländischen Gäste im Jahr 2013 zeigt, dass 14 Mio. Gäste (2012: 14,5 Mio.) aus privaten Gründen nach Niedersachsen gereist sind. 2,4 Mio. (2012: 2,2 Mio.) Gäste reisten aus geschäftlichen Gründen an. Von den privatreisenden Gästen wurden 66,6 Mio. Übernachtungen generiert (2012: 65,1 Mio.), rund zehn mal mehr als von den Geschäftsreisenden (6,6 Mio.; 2012: 5 Mio.), welche anlassbedingt zudem deutlich weniger Zeit an ihrem Aufenthaltsort verbringen (durchschnittlich 3 Nächte). Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer fiel im Vorjahr jeweils eine Nacht geringer aus.

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

Mögliche Abweichungen sind rundungsbedingt.

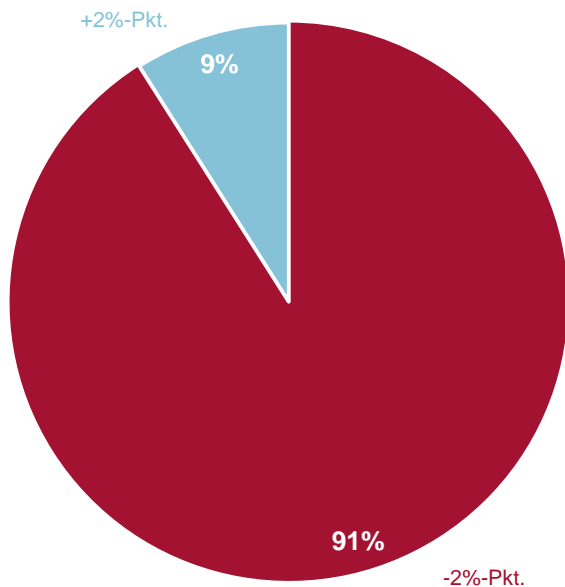
Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland, Statistisches Bundesamt





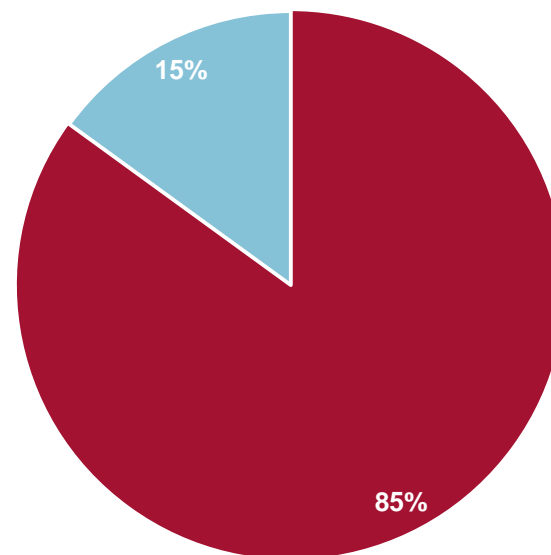
Private Übernachtungen in Niedersachsen über dem Bundesschnitt

Reiseziel Niedersachsen



73,2 Mio. Übernachtungen

Reiseziel Deutschland



663,5 Mio. Übernachtungen

- Privater Reiseanlass
- Geschäftlicher Reiseanlass



Das prozentuale Verhältnis der Reiseanlässe verdeutlicht die Dominanz der privaten Reiseanlässe. Knapp 91% (2012: 93%) der Übernachtungen in Niedersachsen werden im Rahmen von Privatreisen getätigt. Entsprechend entfallen 9% (7%) auf die geschäftlichen Übernachtungen. Im Vergleich zu Deutschland sind die Übernachtungen durch Privatreisen überrepräsentiert haben jedoch im Vergleich zum Vorjahr gegenüber den geschäftlichen Übernachtungen leicht verloren.

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

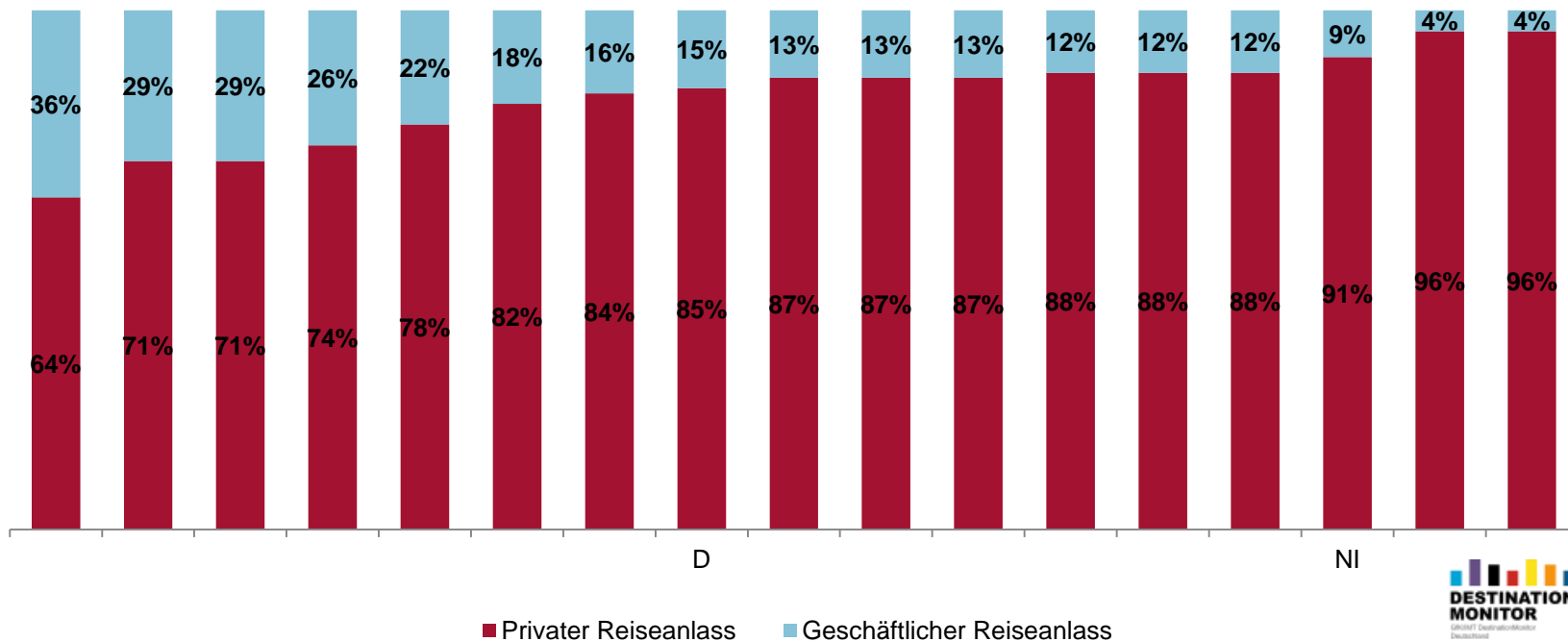
Mögliche Abweichungen sind rundungsbedingt.

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland, Statistisches Bundesamt





Niedersachsen mit drittgrößtem Anteil an Übernachtungen durch Privatreisen im Bundeslandvergleich



Auch im Bundeslandvergleich zeigt sich die besondere Bedeutung der privaten Übernachtungen. Niedersachsen ordnet sich mit einem Anteil von 91% privater Übernachtungen wie im Vorjahr auf Platz drei 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.

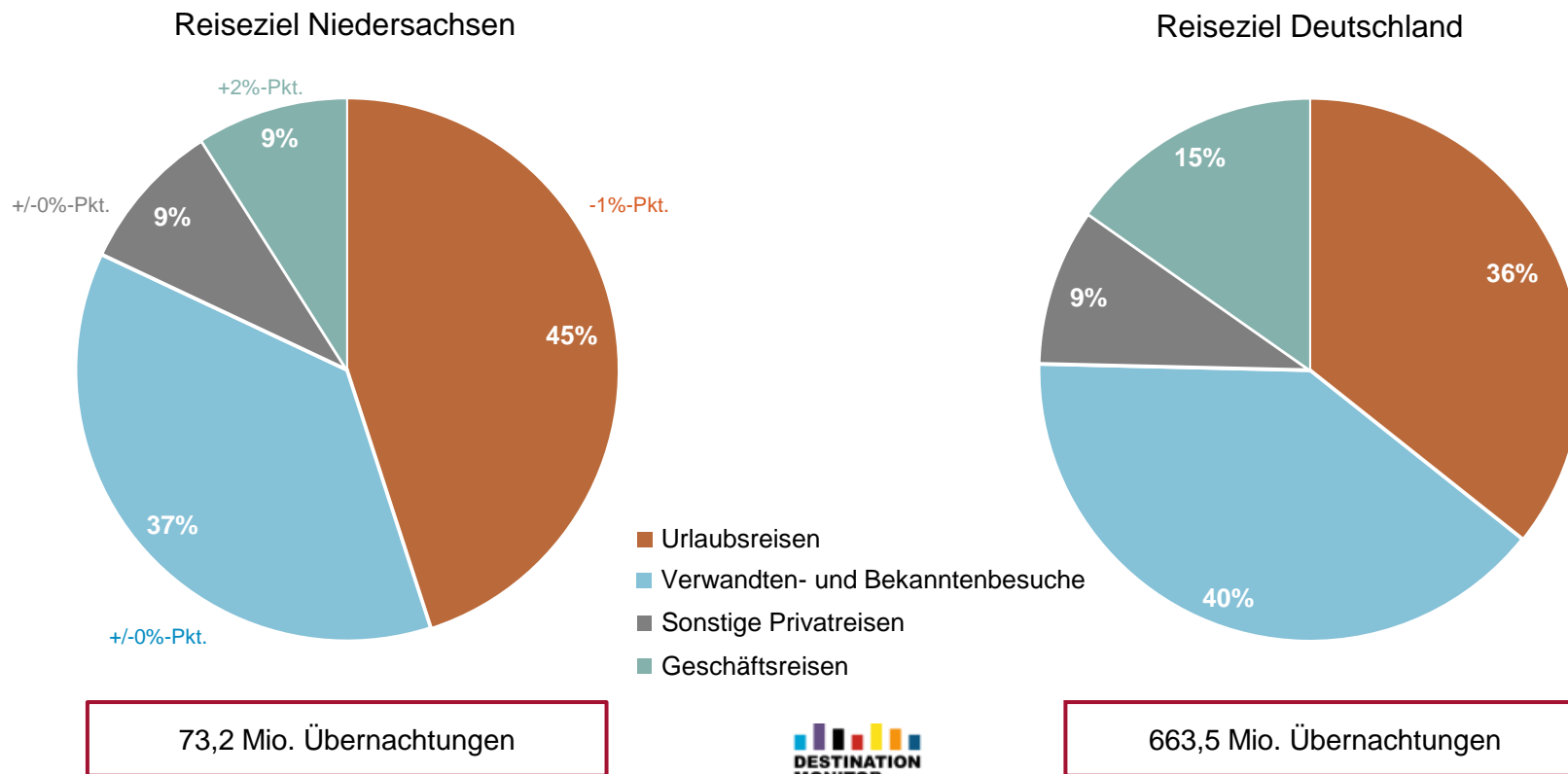
Mögliche Abweichungen sind rundungsbedingt.

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland, Statistisches Bundesamt





Im Vergleich zum Bundesschnitt sind Urlaubsreisen in Niedersachsen deutlich überrepräsentiert



Bei der weitergehenden Analyse der Übernachtungen durch Privatreisen zeigt sich, dass Urlaubsreisen mit 45% der Übernachtungen das bedeutendste Segment im niedersächsischen Übernachtungstourismus darstellen. Hier liegt Niedersachsen zudem deutlich über dem Bundesschnitt – 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. Der Anteil der Geschäftsreisen hat im Vergleich mit dem Vorjahr um zwei Prozentpunkte zugelegt.

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

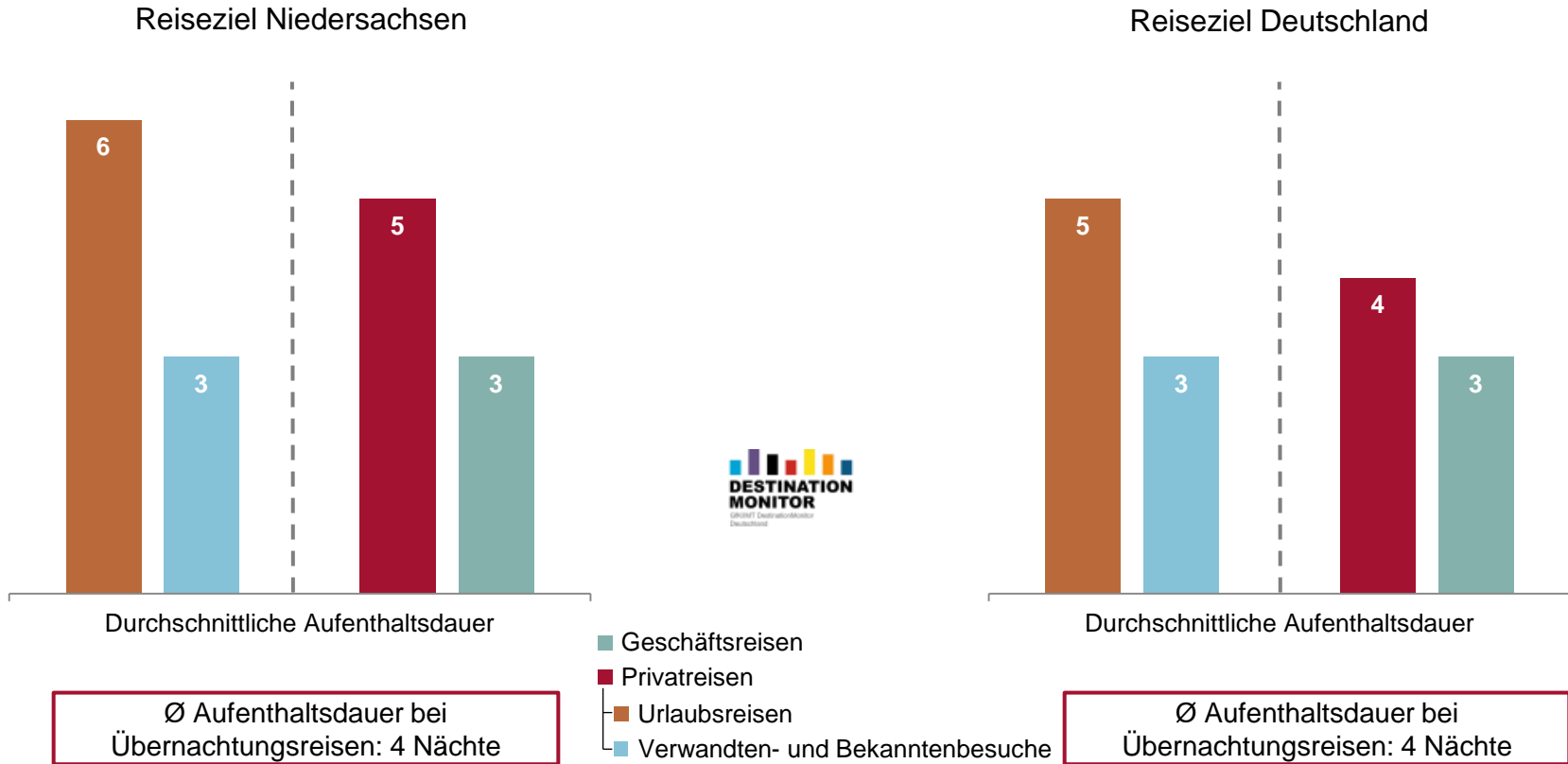
Mögliche Abweichungen sind rundungsbedingt.

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland, Statistisches Bundesamt





Urlaubsreisende verweilen in Niedersachsen eine Nacht länger als im Bundesschnitt



Im Schnitt verweilen Gäste in Niedersachsen vier Nächte vor Ort. Damit liegt die durchschnittliche Aufenthaltsdauer genau im Bundesschnitt. Im Vergleich zum Inlandsmarkt verweilen die privat reisenden Niedersachsen-Gäste mit fünf Nächten (2012: vier Nächte) eine Nacht länger als im Bundesschnitt. Hierbei machen Urlaubsreisende mit einer durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von sechs Nächten den relevanten Unterschied aus (Bundeschnitt: fünf Nächte). Geschäftsreisenden verweilen in Niedersachsen wie bundesweit drei Nächte.

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

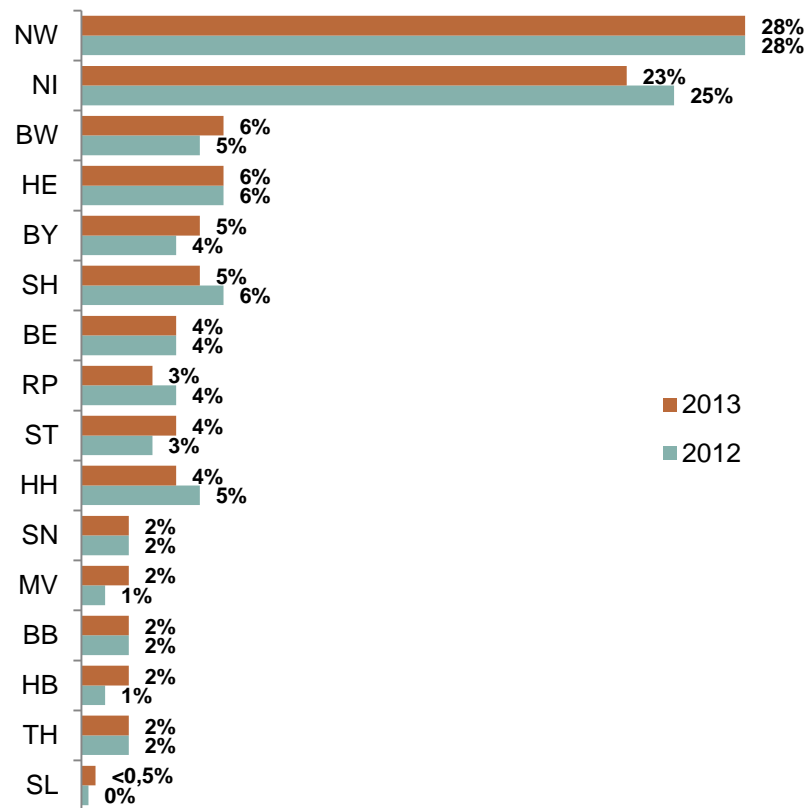
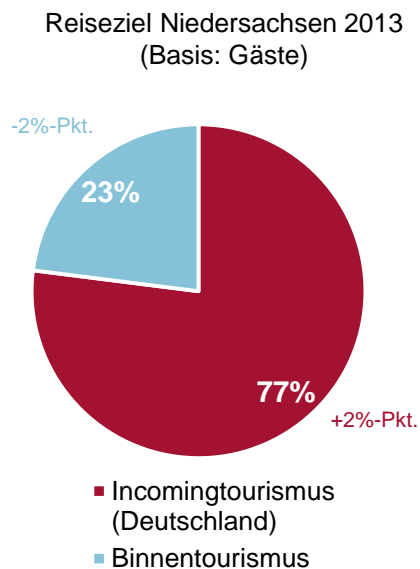
Mögliche Abweichungen sind rundungsbedingt.

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland, Statistisches Bundesamt





## Nordrhein-Westfalen bleibt größter Quellmarkt



Gut drei Viertel der Gäste in Niedersachsen kommen aus anderen Bundesländern. Den mit Abstand größten Quellmarkt stellt Nordrhein-Westfalen mit 28% dar. Der niedersächsische Binnentourismus stellt den zweiten Platz hinsichtlich der Herkunft der Gäste (23%; 2012: 25%). Auf den weiteren Plätzen liegen einige Bundesländer dicht beieinander (u.a. Baden-Württemberg 6%, Hessen 6%, Bayern 5% und Schleswig-Holstein 5%).

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

Mögliche Abweichungen sind rundungsbedingt.

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland



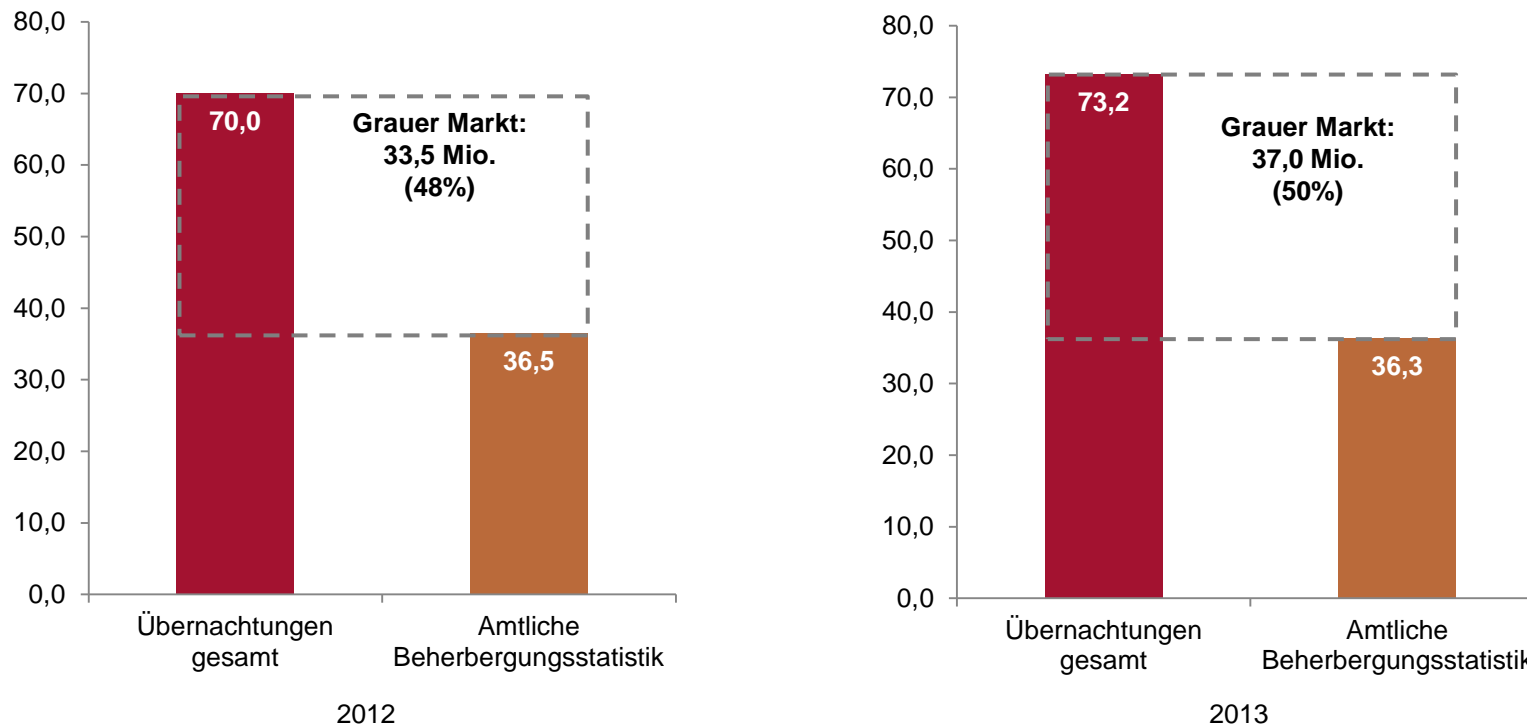




# Verhältnis GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland zur Amtlichen Statistik – „Grauer Markt“



## Wachstum des „Grauen Beherbergungsmarktes“: Die Hälfte der Übernachtungen wird nicht erfasst



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 2013 rund die Hälfte der Übernachtungen (37 Mio.) auf den grauen, nicht erfassten Beherbergungsmarkt. 2012 waren dies noch rund 33,5 bzw. 48% der Übernachtungen.

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

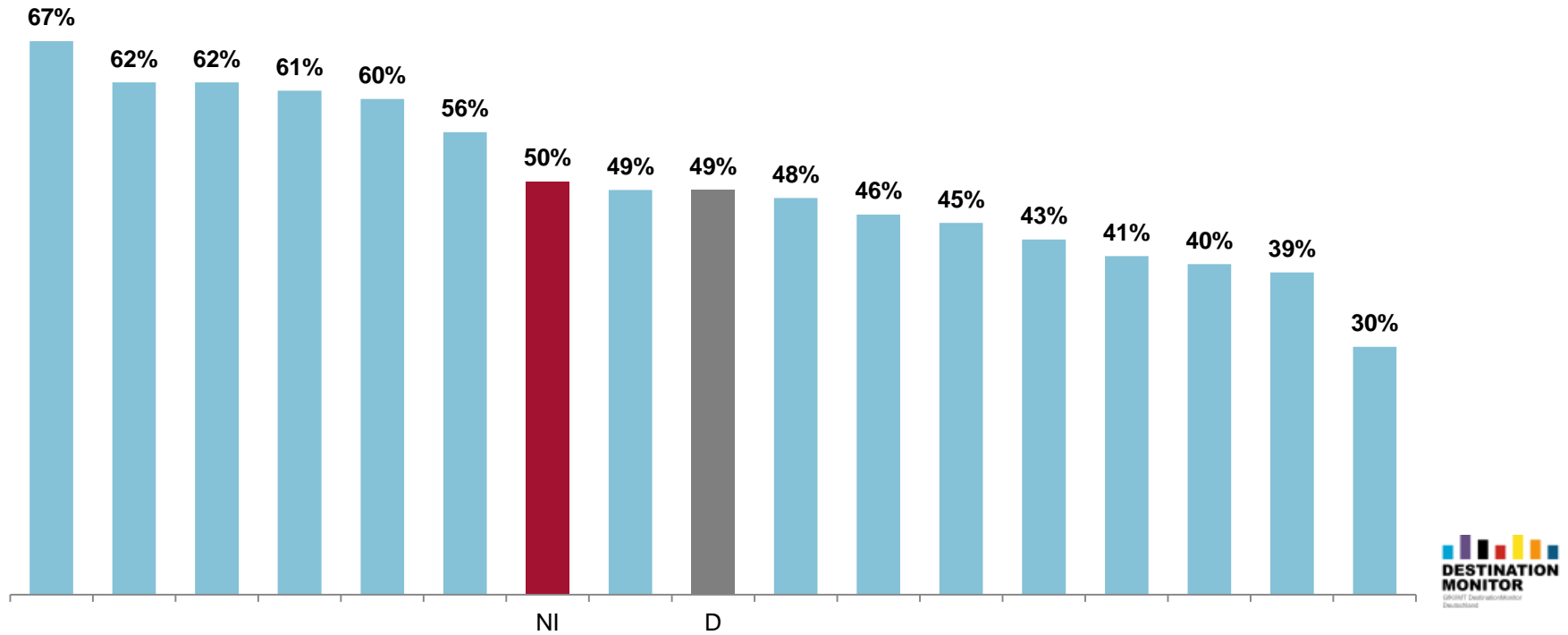
Mögliche Abweichungen sind rundungsbedingt.

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland, Statistisches Bundesamt





Grauer Markt in Niedersachsen leicht über dem Bundesschnitt



Mit 37 Mio. Übernachtungen im „Grauen Markt“ besitzt dieser einen Anteil an allen niedersächsischen Übernachtungen von 50% und somit knapp über dem Bundesschnitt. Im Bundeslandvergleich liegt Niedersachsen damit auf Platz sieben.

\* 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

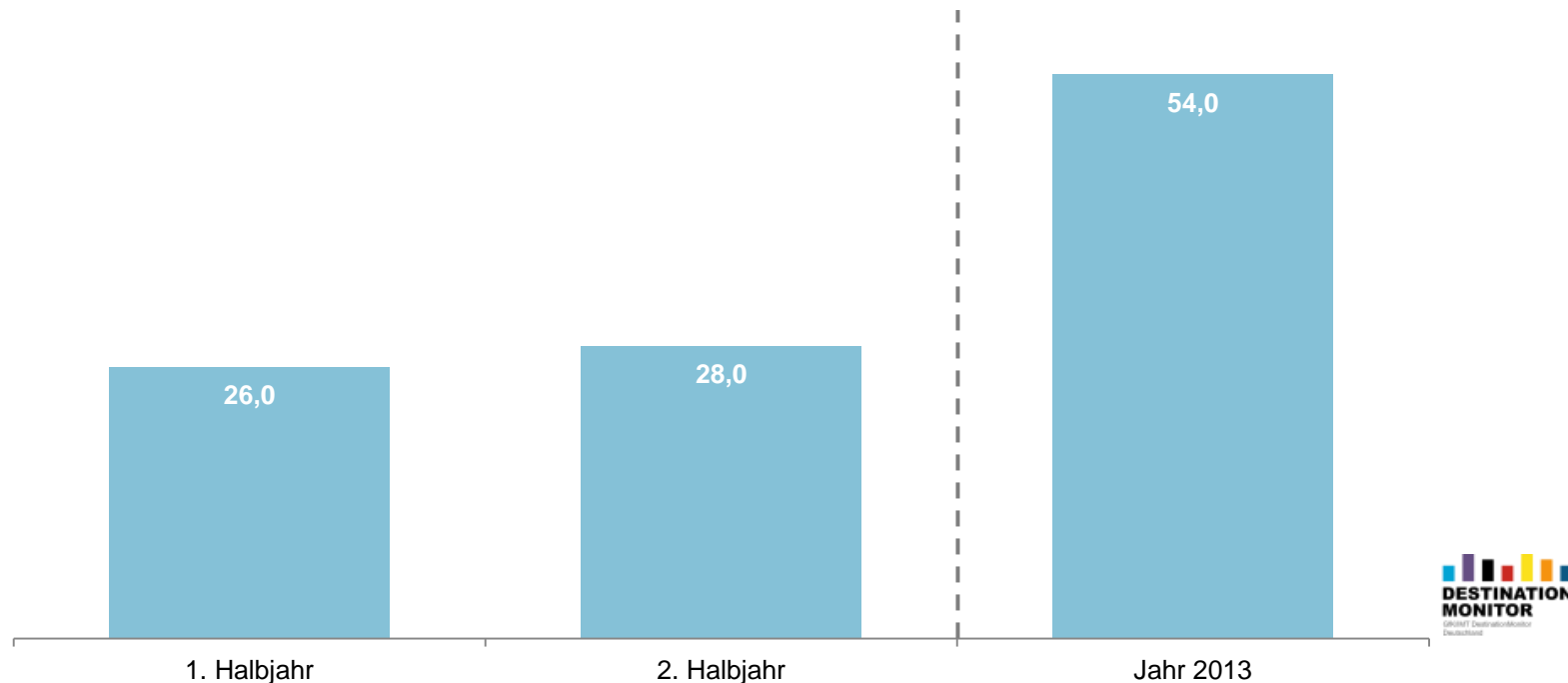




# Tagesreisen



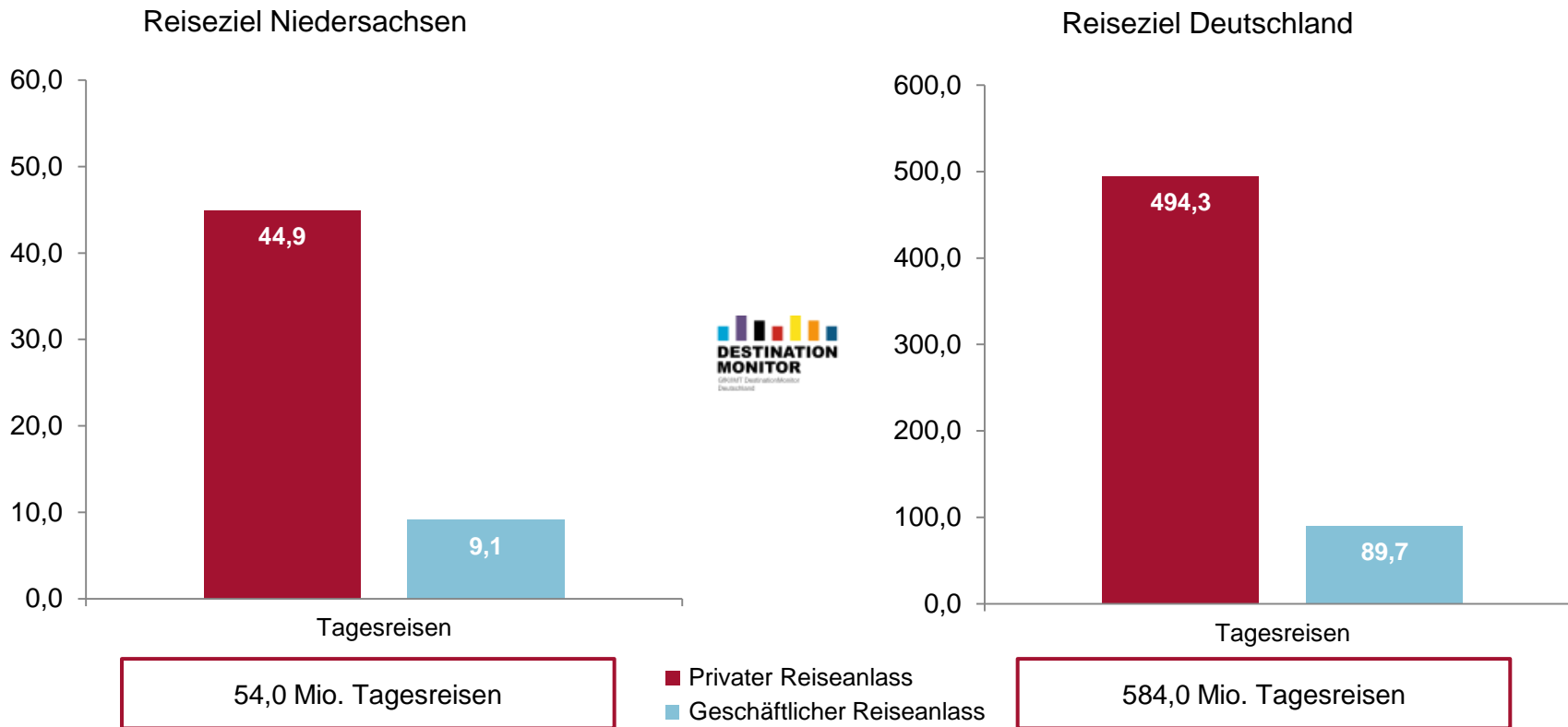
## Tagesreiseaufkommen relativ ausgeglichen in den beiden Halbjahren 2013



Das Tagesreiseaufkommen in Niedersachsen (54 Mio., Tagesreisen ab 50 km) verteilt sich relativ gleichmäßig auf beide Halbjahre; das zweite Halbjahr liegt mit 28 Mio. Tagesreisen vorne. Insgesamt waren in 2012 in Niedersachsen mit 57,7 Mio. Tagesreisen mehr Tagesreisen als in 2013 zu konstatieren. Der Rückgang der Tagesreisen lässt sich vor allem durch einen Rückgang der privaten Tagesreisen erklären (-11%). Die Tagesgeschäftsreisen hingegen konnten im Vergleich zum Vorjahr gesteigert werden (+27%)



Private Tagesreisen übersteigen geschäftliche Tagesreisen um den Faktor 5



Bei Betrachtung der Reiseanlässe bei Tagesreisen zeigt sich ähnlich wie bei den Übernachtungen die Dominanz der privaten Reiseanlässe. 44,9 Mio. private Tagesreisen (2012: 50,5 Mio.) stehen 9,1 Mio. geschäftlichen Tagesreisen (7,2 Mio. 2012) gegenüber.

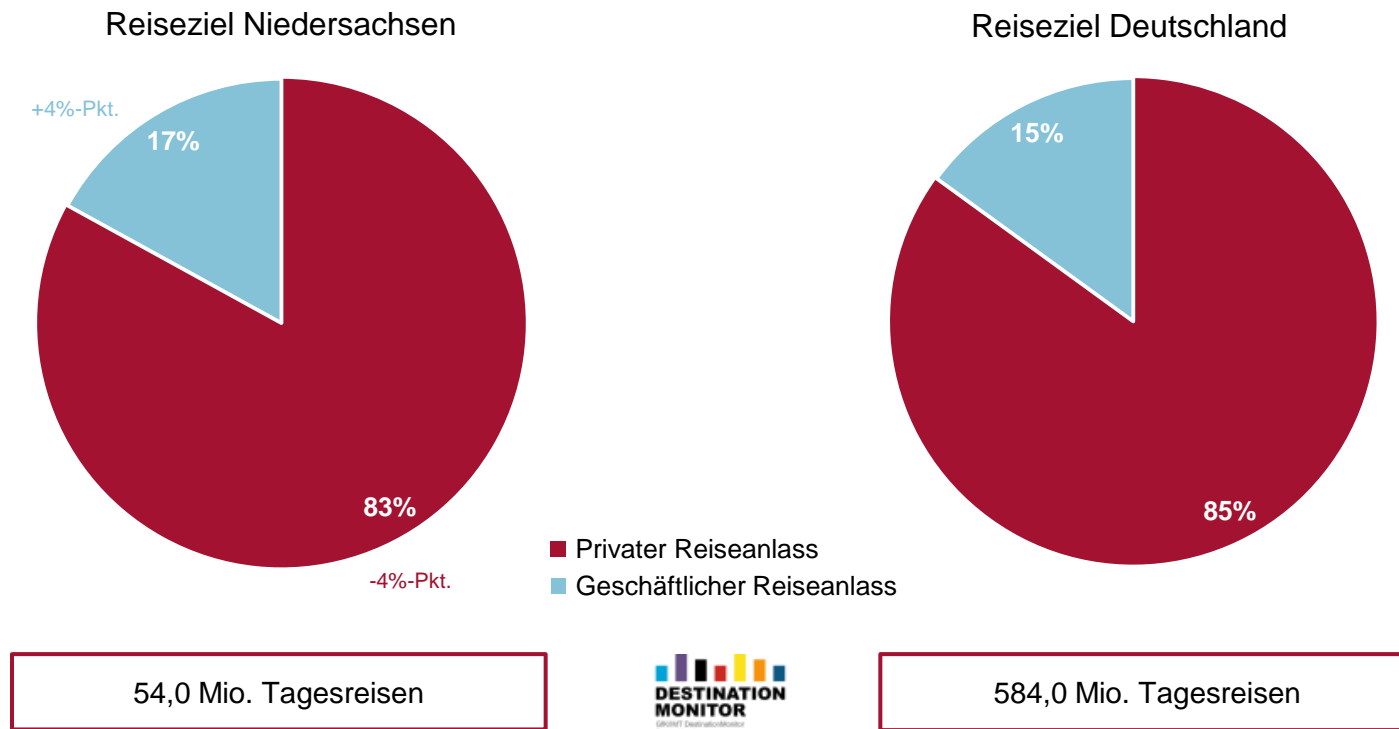
Mögliche Abweichungen sind rundungsbedingt.

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland





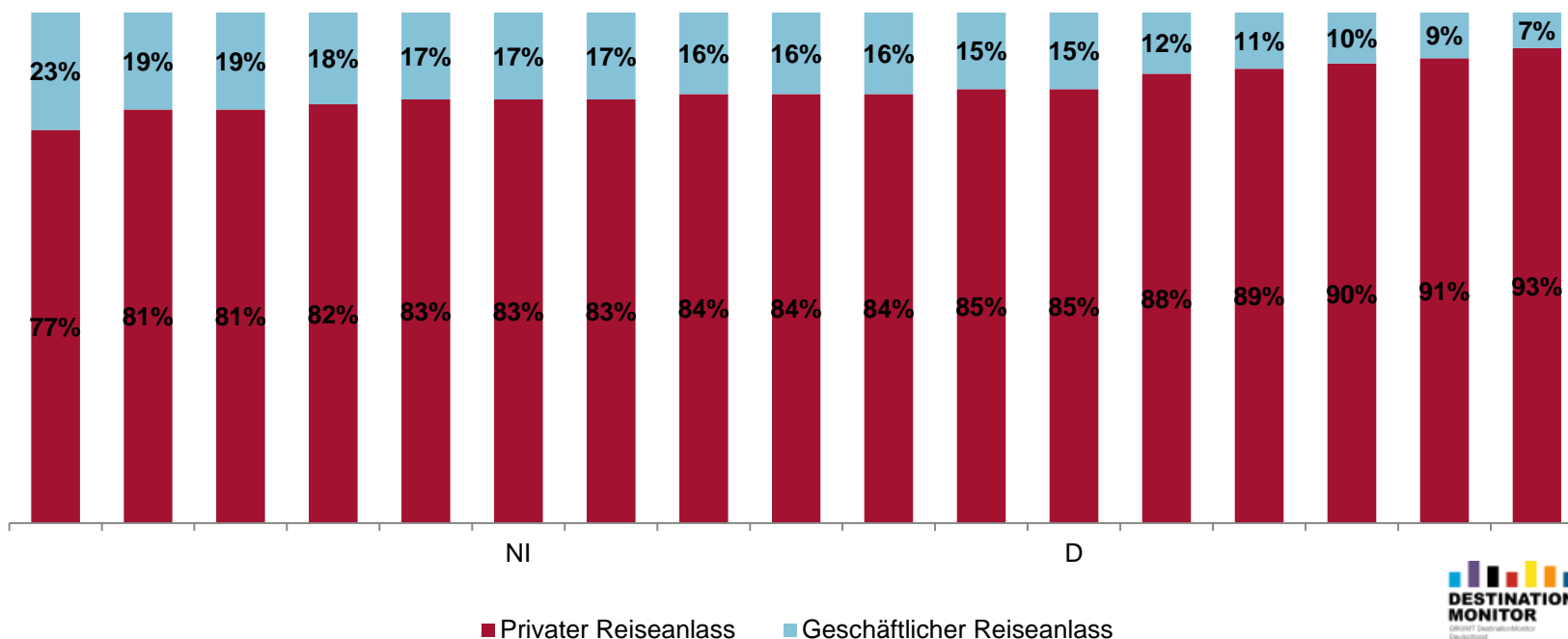
Rückgang des Anteils der privaten Tagesreisen leicht unter Bundesschnitt



Die 44,9 Mio. gemessenen inländischen Tagesreisen mit einem privaten Reiseanlass (siehe vorhergehende Darstellung) entsprechen einem Anteil von 83% an allen Tagesreisen. Der Anteil privater inländischer Tagesreisen lag 2012 noch 4 Prozentpunkte höher. Im Vergleich der Tagesreisen 2013 zum Bundesschnitt zeigt sich eine leichte Unterrepräsentierung der privaten Tagesreisen zu Gunsten der Geschäftsreisen.



Im Bundeslandvergleich weist Niedersachsen den sechstgrößten Anteil geschäftlicher Tagesreisen vor

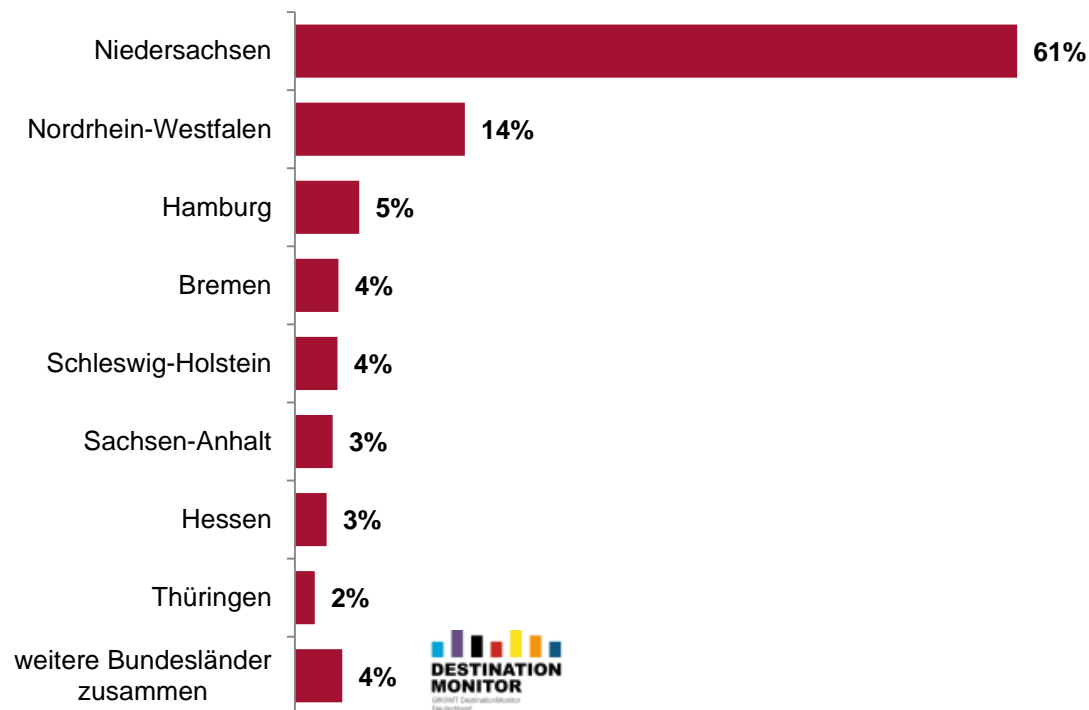


Beim Bundeslandvergleich ordnet sich Niedersachsen mit den 83% privaten Tagesreisen hinsichtlich der Privat-Tagesreisen in der zweiten Hälfte ein. Im Gegenzug liegt Niedersachsen bei der Betrachtung der Tagesreisen mit geschäftlichen Hintergrund auf dem sechsten Rang im Bundeslandvergleich.





## 6 von 10 Tagesgästen kommen aus Niedersachsen



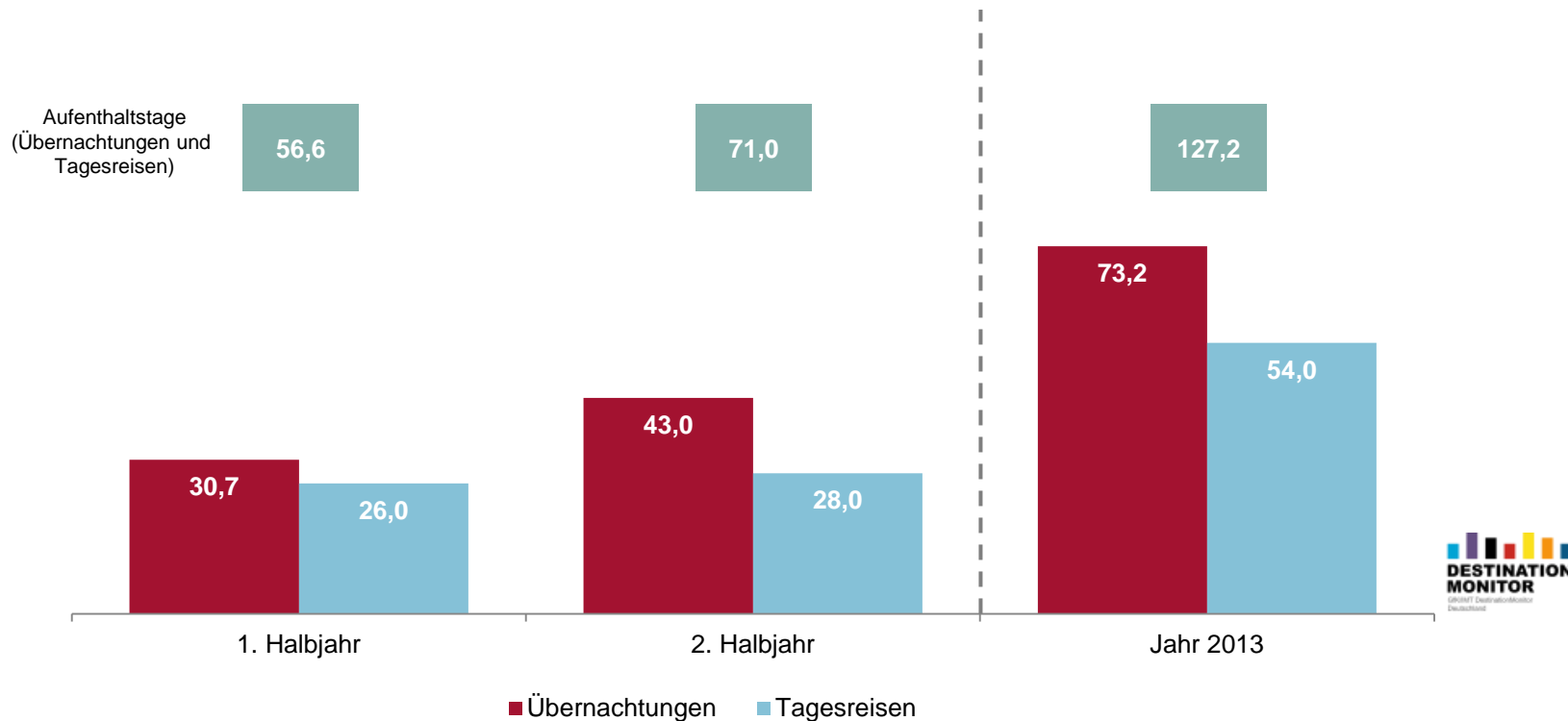
Der Großteil (61%) des Tagesreisevolumens im Jahr 2013 lässt sich auf die Tagesgäste aus Niedersachsen selbst zurückführen – berücksichtigt sind alle Tagesreisen (privat und geschäftlich) ab 50 km. Weitere wichtige Quellmärkte der Tagesgäste sind die Nachbarländer Nordrhein-Westfalen (14%) und Hamburg (5%). Hinsichtlich der Werte des Vorjahres sind bei den Anteilen von Nordrhein-Westfalen und Hamburg keine Veränderungen zu verzeichnen. Der Anteil der niedersächsischen Tages-Binnentouristen hat sich leicht verringert (2012: 63%).



Verhältnis von Übernachtungen und Tagesreisen sowie  
Privat- und Geschäftsreisen



## Deutliche Steigerung der Übernachtungen im zweiten Halbjahr 2013



Absolut betrachtet spielen in Niedersachsen die Übernachtungen eine bedeutendere Rolle als das Tagesreiseaufkommen ab 50 km, insgesamt und jeweils in beiden Halbjahren. Hierbei ist aber eine deutliche Steigerung der Übernachtungen im zweiten Halbjahr zu konstatieren. In Summe kann das gesamte touristische Aufkommen der Inländer ab 50 km im Jahr 2013 auf 127,2 Mio. Aufenthalte (2012: fast identischer Wert mit 127,7 Mio.) beziffert werden.

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

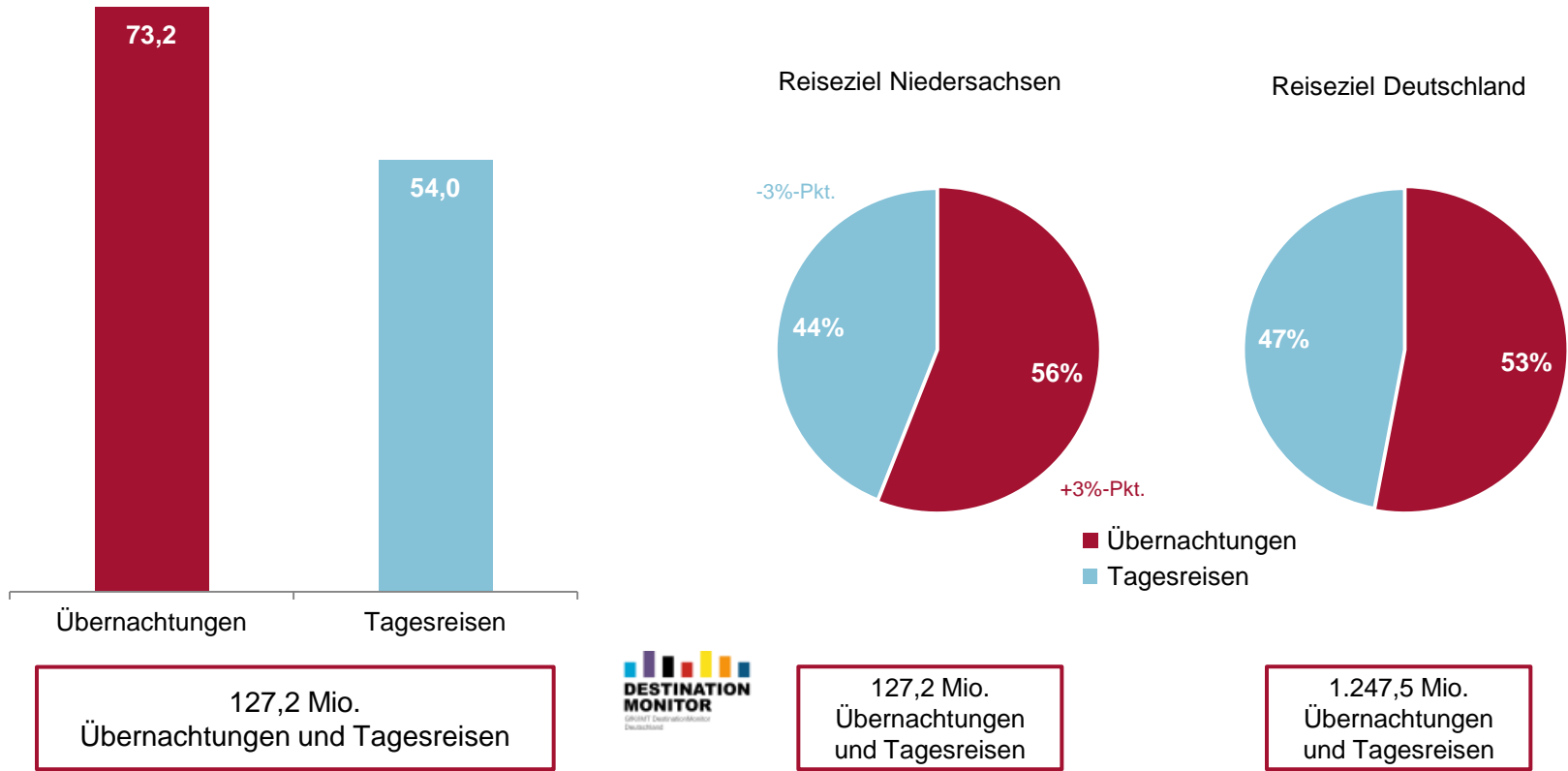
Mögliche Abweichungen sind rundungsbedingt.

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland, Statistisches Bundesamt





Weiterhin starke Bedeutung des Übernachtungstourismus im Vergleich zum Bundesschnitt



Im Vergleich der Übernachtungen und Tagesreisen tragen die 73,2 Mio. in Niedersachsen generierten Übernachtungen mit 56% (2012: 55%) zum gesamten touristischen Aufkommen durch Inländer im Jahr 2013 bei. Verglichen mit dem Bundesschnitt ein leicht überdurchschnittlicher Wert.

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

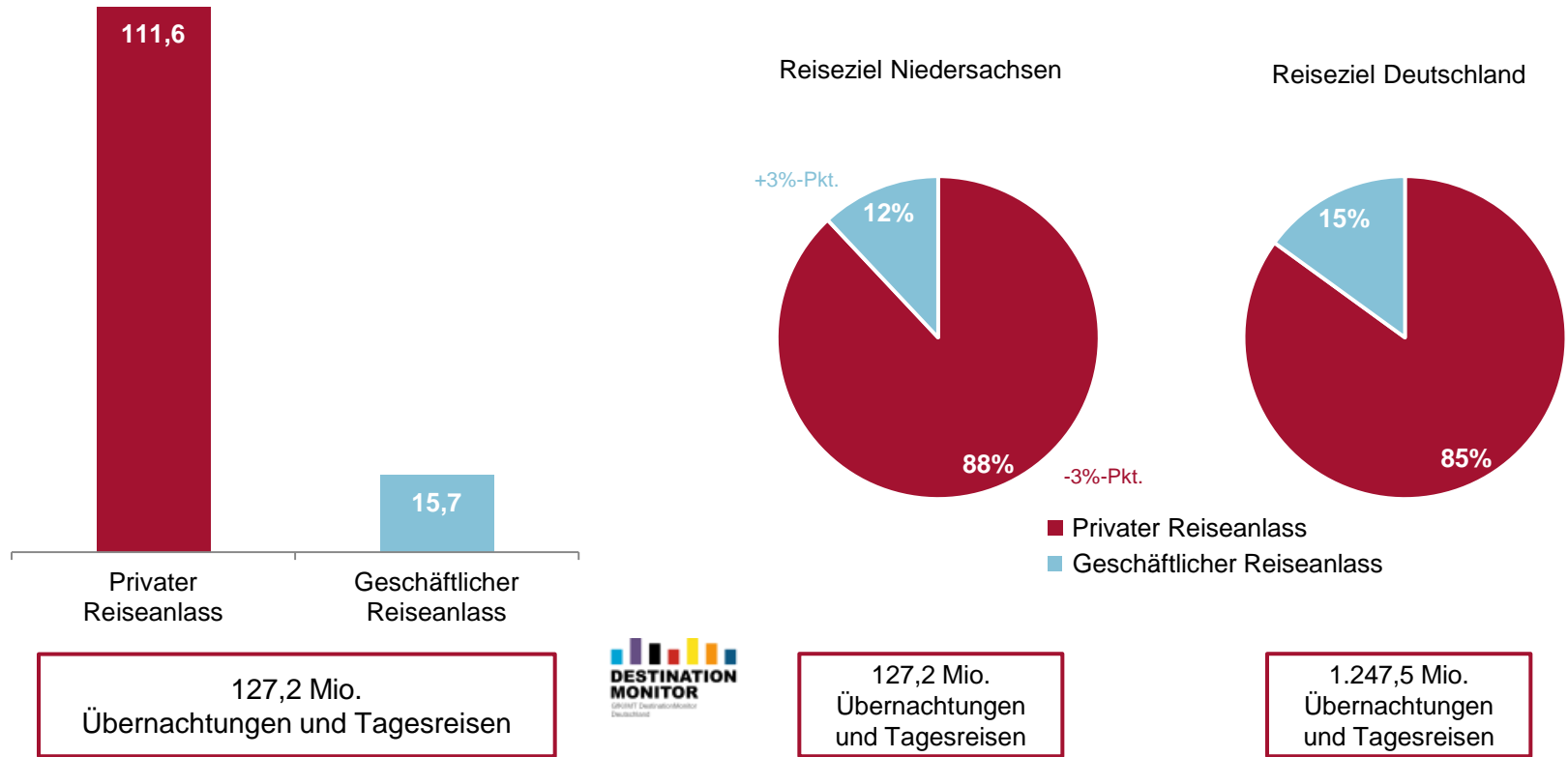
Mögliche Abweichungen sind rundungsbedingt.

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland, Statistisches Bundesamt





Wachstum im Geschäftsreisesegment



Auch in der Gesamtbetrachtung von Übernachtungen und Tagesreisen zeigt sich die Dominanz der privat motivierten Aufenthalte in Niedersachsen. Auf einen geschäftlichen Aufenthaltstag entfallen etwa sieben private Aufenthaltstage. Dies entspricht einem absoluten Volumen von 111,6 Mio. privaten Aufenthaltstagen. Im Vergleich zu 2012 hat sich der Anteil der geschäftlichen Reisen in Niedersachsen aber um drei Prozentpunkte erhöht.

\* 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

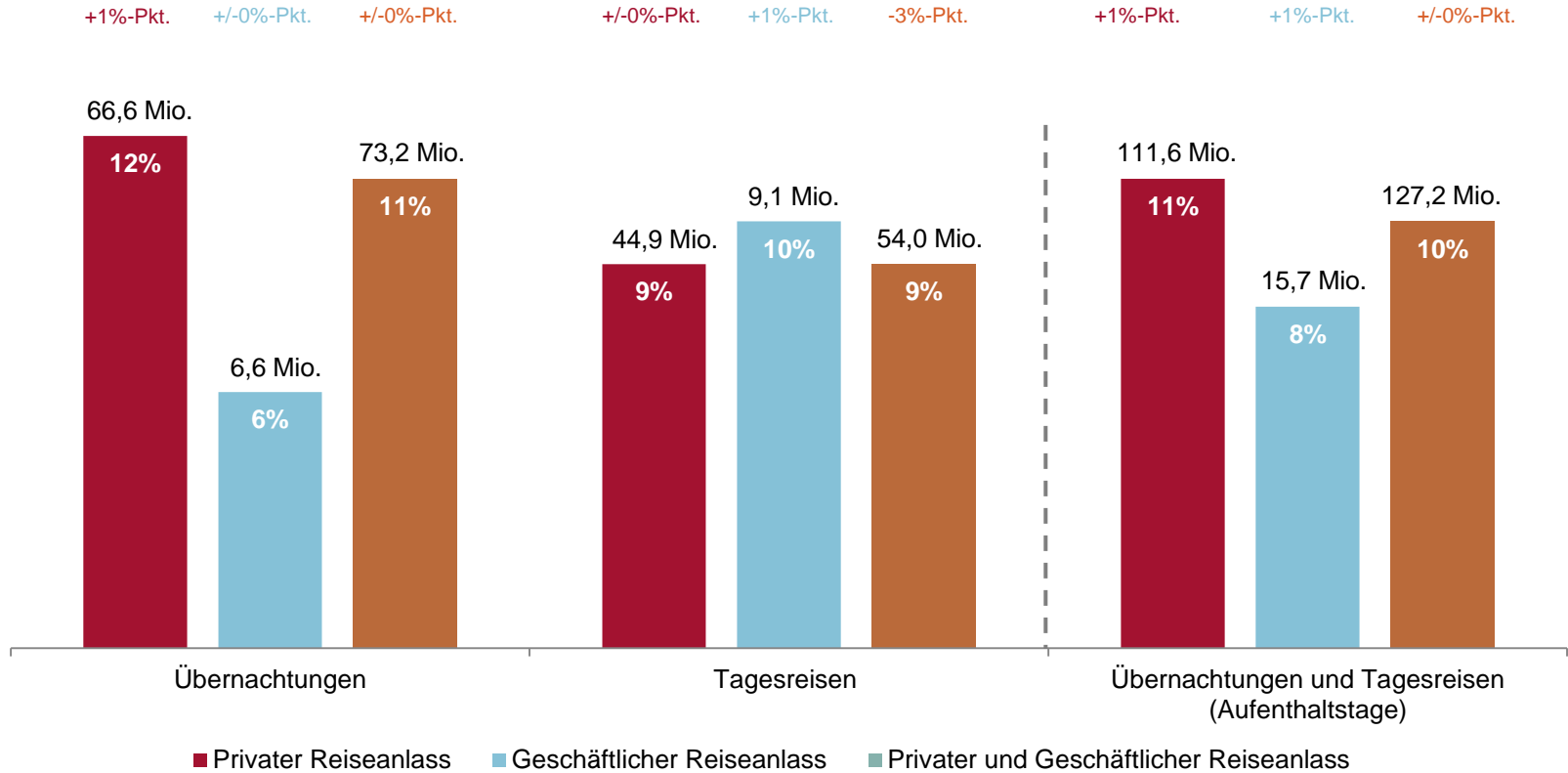




# Marktanteile



## Verbesserung des Marktanteils der privaten Übernachtungen



Mit dem gesamten touristischen Aufkommen im Jahr 2013 verzeichnet Niedersachsen einen Marktanteil am bundesweiten Markt in Höhe von 10%. Dies entspricht dem gleichen Anteil wie im Vorjahr. Die Dominanz der privaten Übernachtungen spiegelt sich ebenfalls in den Marktanteilen wider. So kann Niedersachsen in diesem Segment einen Marktanteil von 12% (absolut 66,6 Mio.) erreichen und seinen Marktanteil um 1%-Pkt. steigern. Die 54 Mio. Tagesgäste entsprechen einem bundesweiten Marktanteil von 9%.

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

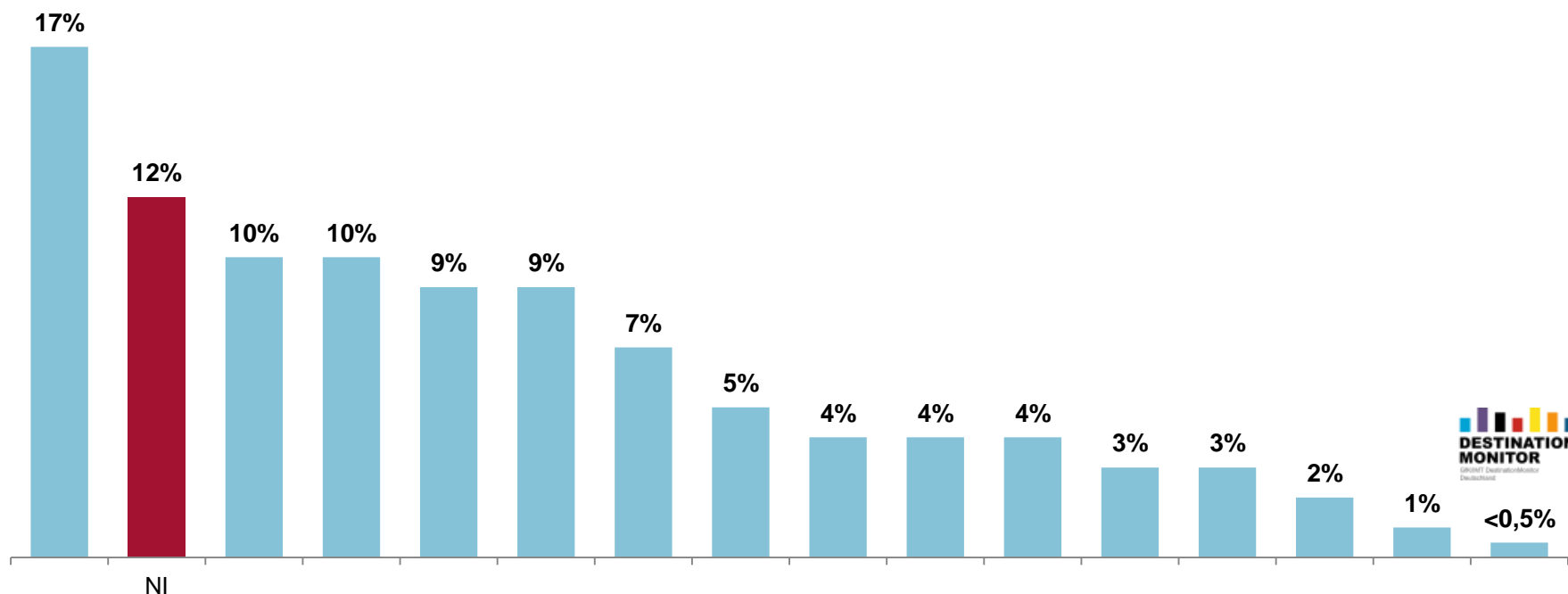
Mögliche Abweichungen sind rundungsbedingt.

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland, Statistisches Bundesamt





12% Marktanteil bedeutet Rang 2 im Bundeslandvergleich für Niedersachsen



Mit dem Marktanteil von 12% (2012: 11%) an den inländischen Übernachtungen sichert sich Niedersachsen im Bundeslandvergleich den zweiten Platz. Auffällig ist der Abstand zum erstplatzierten Bundesland (17%). Dieser Abstand hat sich im Vergleich mit dem Vorjahr aber um zwei Prozentpunkte auf nunmehr fünf Prozentpunkte verringert.

\* 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



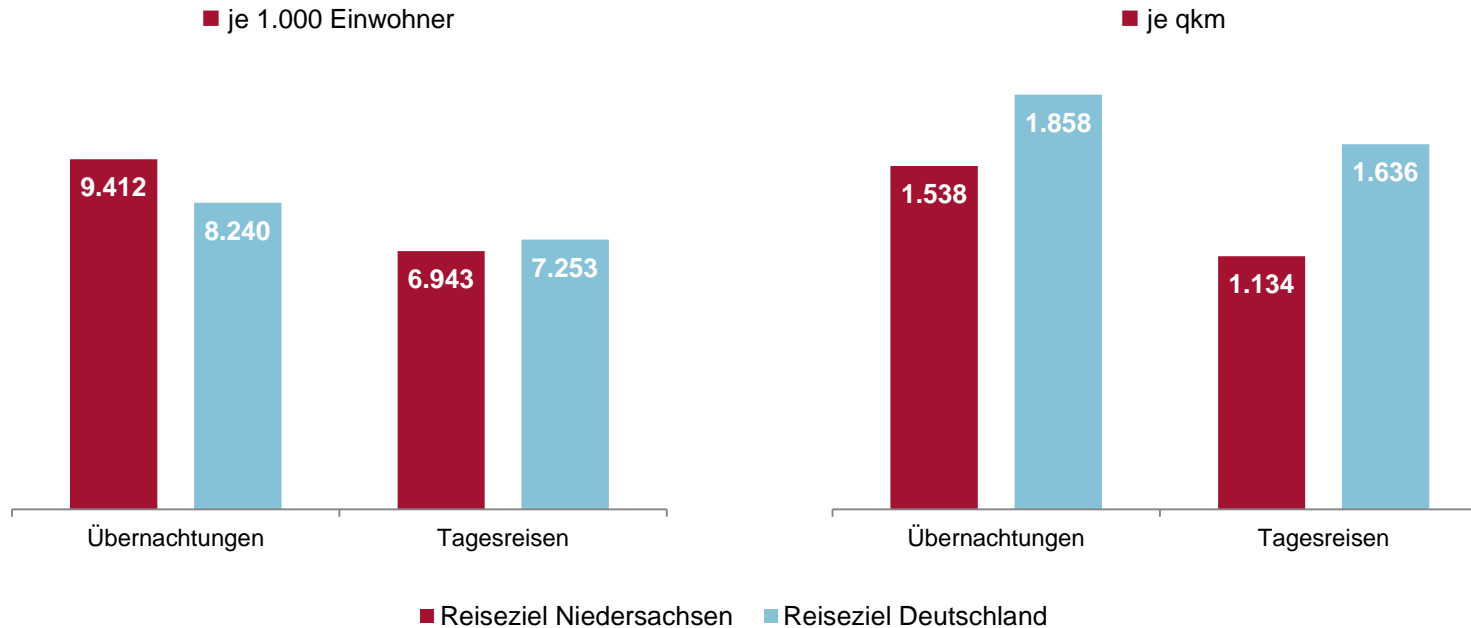




# Tourismusintensitäten



## 9.412 Übernachtungen je 1.000 Einwohner – 1.538 je Quadratkilometer

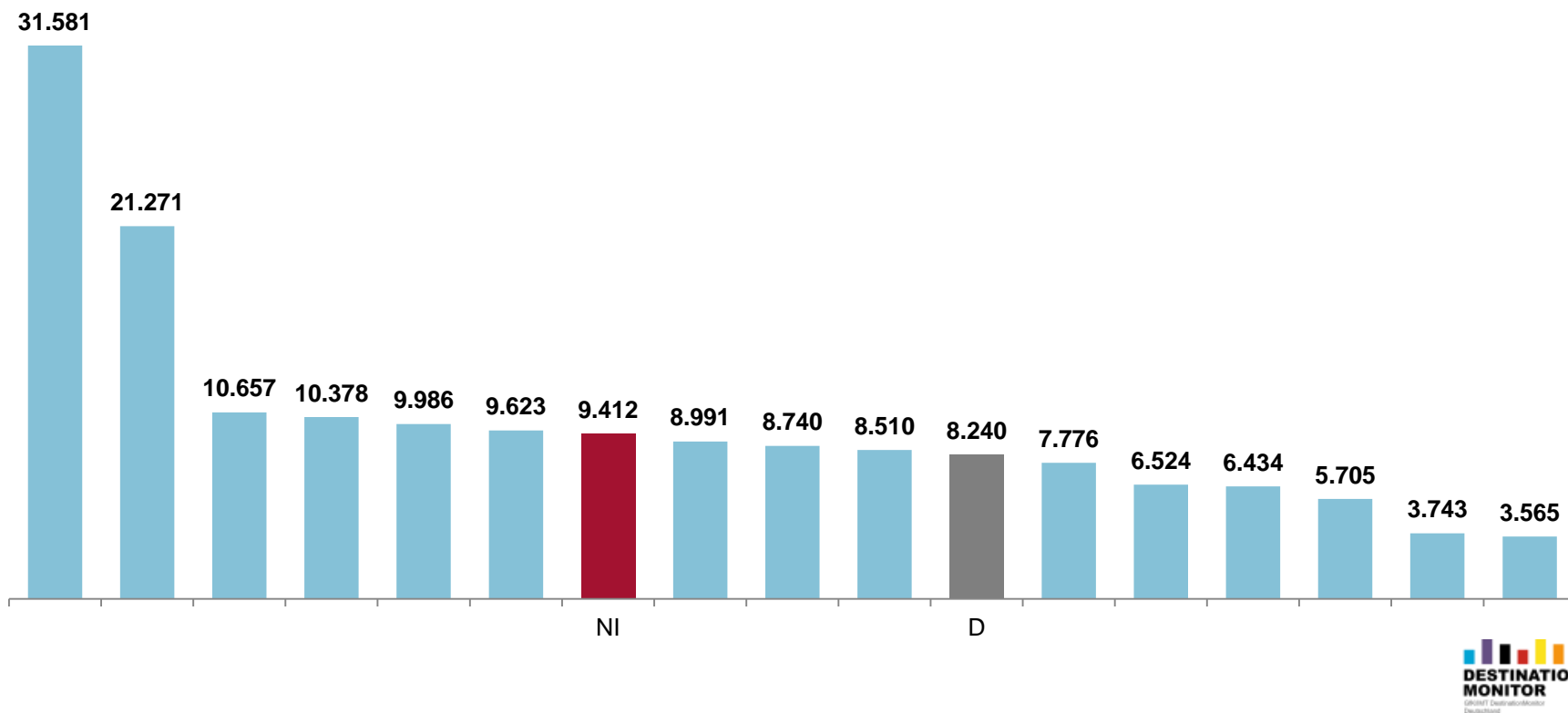


Niedersachsen liegt mit rund 9.400 Übernachtungen je 1.000 Einwohner deutlich über dem Bundesschnitt, bei Tagesreisen mit knapp 6.950 je 1.000 Einwohnern knapp hinter dem bundesweiten Durchschnitt. Hinsichtlich der Übernachtungen und Tagesreisen je Quadratkilometer liegt Niedersachsen jeweils unterhalb des Bundesschnitts.

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



## Übernachtungen je 1.000 Einwohner – Niedersachsen auf Platz 7



Im Bundeslandvergleich liegt Niedersachsen mit den über 9.400 Übernachtungen je 1.000 Einwohner auf Platz sieben – 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.

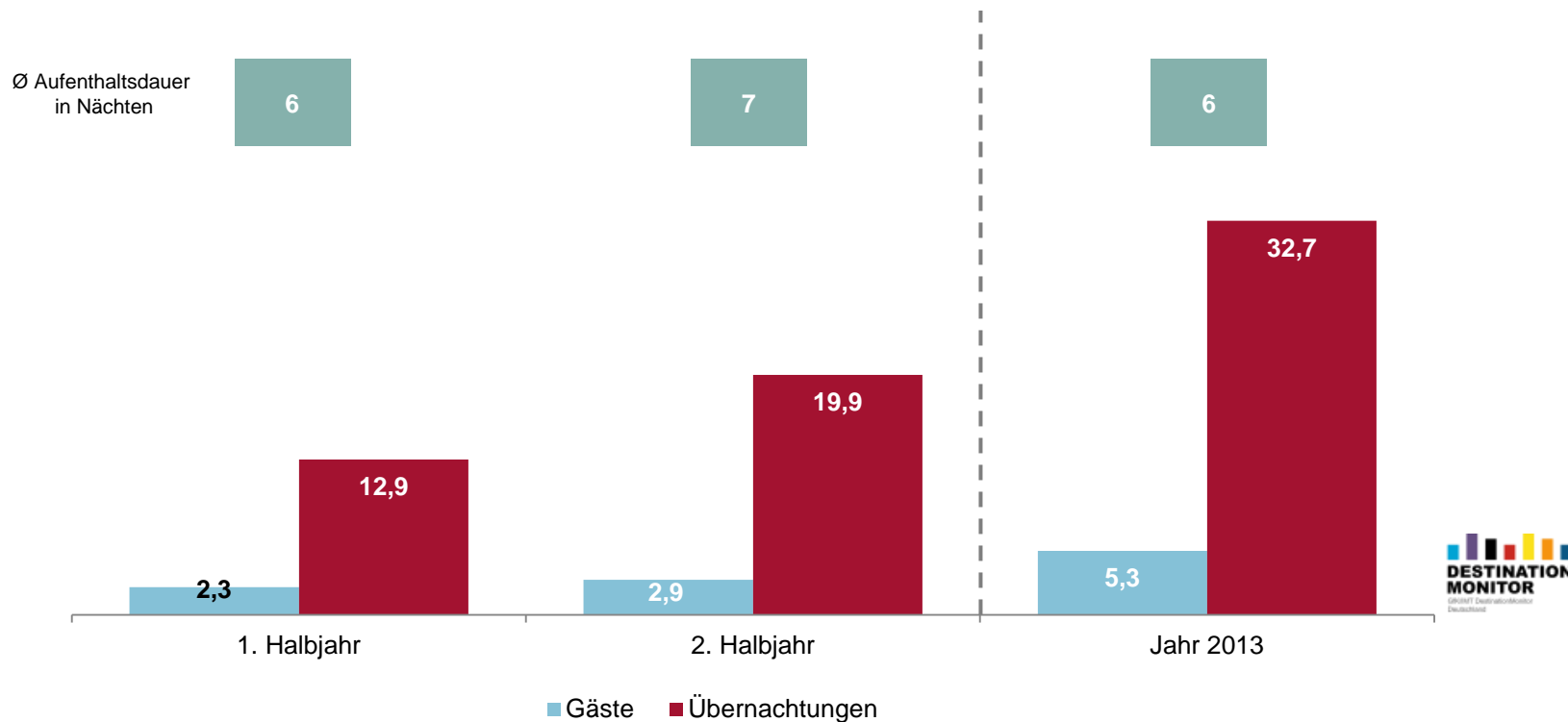
\* Die Übernachtungen der Inländer in Vorsorge- und Rehakliniken (amtlich erfasst) sind in den ausgewiesenen Marktanteilswerten an Übernachtungen inbegriffen.  
 Ausnahmen aufgrund von Datenanonymität: Berlin, Bremen, Hamburg



# Urlaubsreisen: Volumen und Marktanteile



Zweites Halbjahr bei Übernachtungen durch Urlaubsreisen deutlich stärker als erstes Halbjahr

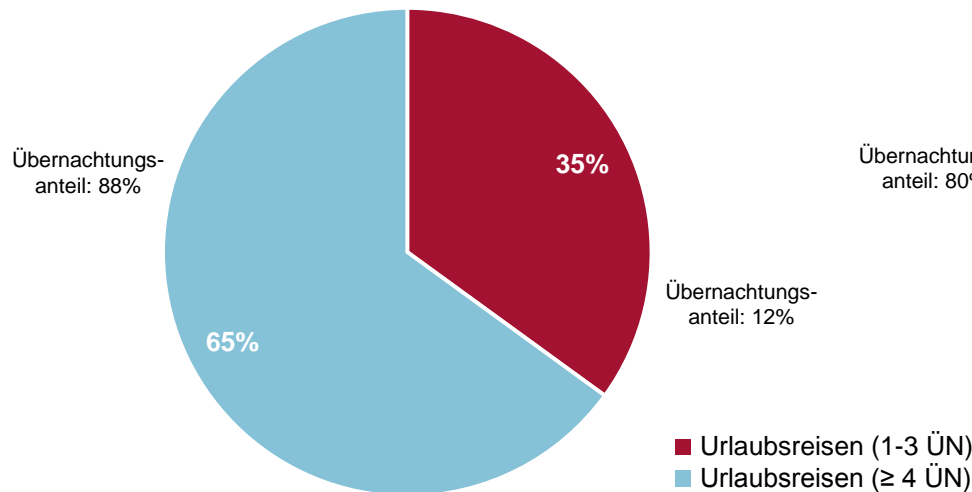


Dargestellt sind die Übernachtungsreisen ab einer Übernachtung mit einem Urlaubsreiseanlass im Jahr 2013. Im zweiten Halbjahr verzeichnete Niedersachsen mit knapp 3 Mio. Urlaubsgästen und knapp 20 Mio. Übernachtungen den Höchstwert, das erste Halbjahr fällt dem gegenüber stark ab. In Summe wurden für das Jahr im Segment der Urlaubsreisen 5,3 Mio. Urlaubsgäste (2012: 5,4 Mio.) mit 32,7 Mio. getätigten Übernachtungen (2012: 32,2 Mio.) ermittelt.



Längere Urlaubsreisen in Niedersachsen im Vergleich zu Deutschland deutlich überrepräsentiert

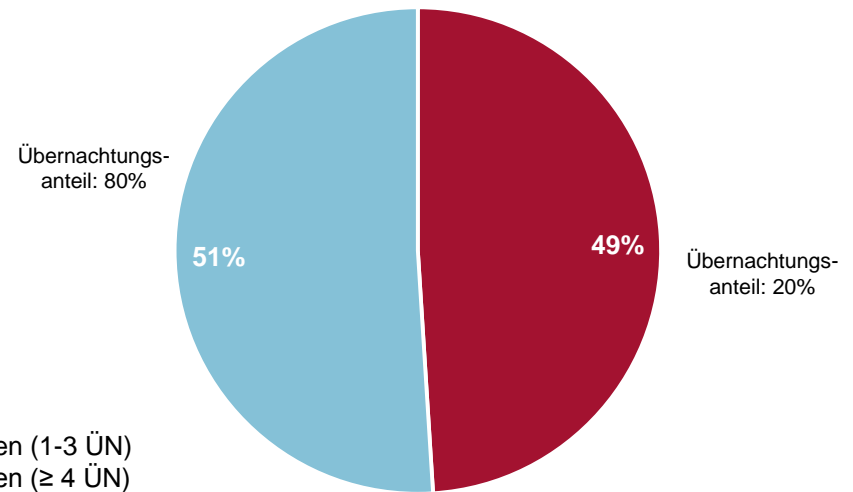
Reiseziel Niedersachsen



5,3 Mio. Urlaubsreisen



Reiseziel Deutschland

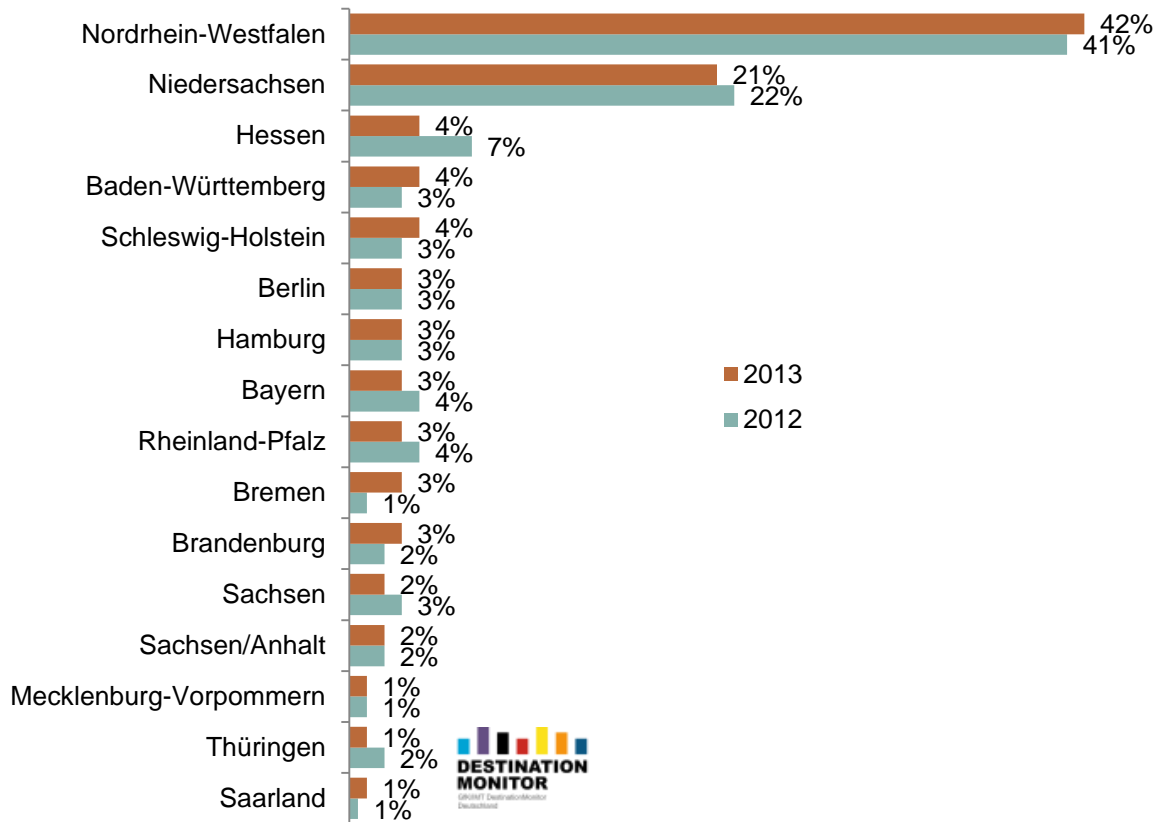


46,9 Mio. Urlaubsreisen

Bei Betrachtung der Reisedauer von Urlaubsreisen wird deutlich, dass es sich im Jahr 2013 bei knapp 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 (65% gegenüber 51% im Bundesmittel; 2012 mit 66% Anteil Niedersachsens nur geringfügig höher).



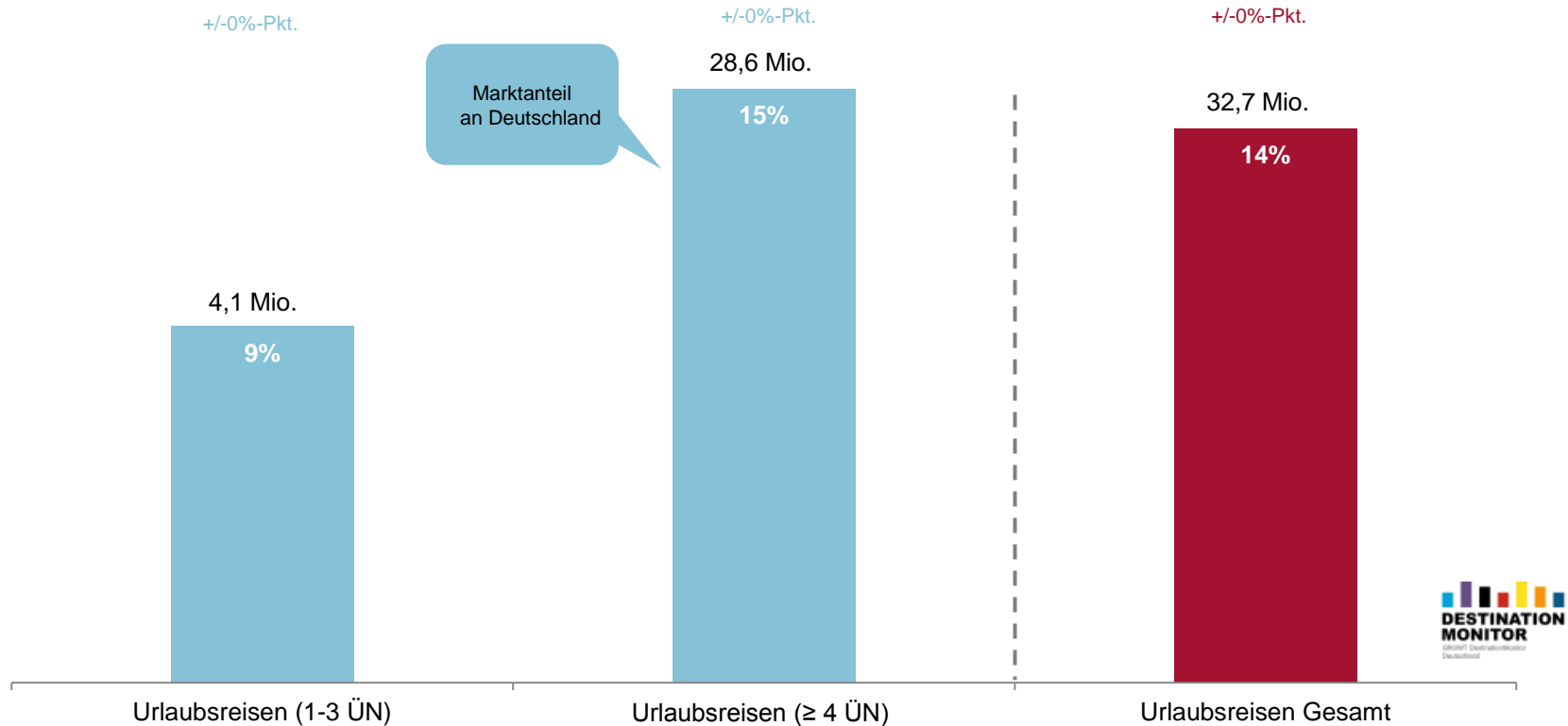
## Nordrhein-Westfalen und Niedersachsen mit Abstand Top-Quellmärkte der Urlaubsgäste



Rund zwei Drittel der Urlaubsgäste ab einer Übernachtung kommen aus den Bundesländern Nordrhein-Westfalen (42%), Niedersachsen (21%) und Hessen (4%). Nordrhein-Westfalen stellt mit 42% aller Urlaubsgäste den größten Quellmarkt für Niedersachsen dar. Der Anteil Hessens hat sich im Vergleich mit dem Vorjahr fast halbiert. Eine deutlich geringe 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 2013

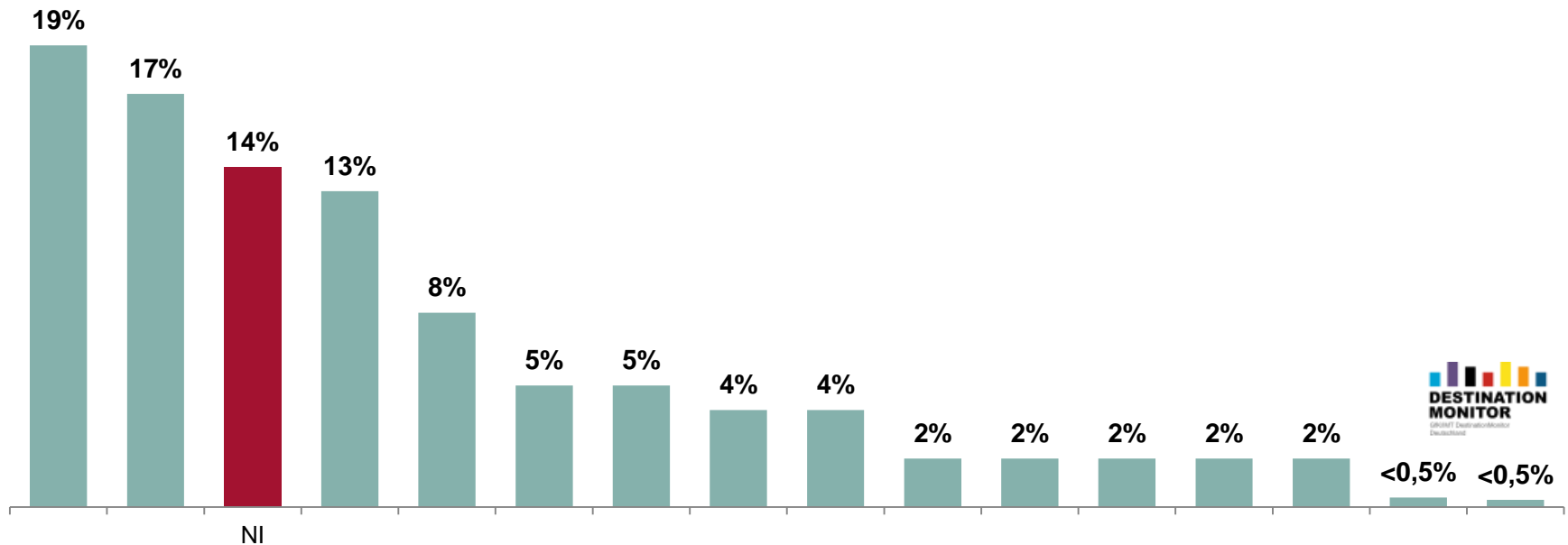


Die Bedeutung als Urlaubsziel für längere Urlaubsreisen spiegelt sich auch in den Marktanteilen der Übernachtungen durch Urlaubsreisen wider. Die 28,6 Mio. Übernachtungen durch längere Urlaubsreisen ergeben einen Marktanteil von 15%. Insgesamt konnte im Jahr 2013 mit den Übernachtungen durch Urlaubsreisen ein Marktanteil an Deutschland von 14% erreicht werden.





Platz 3 im Bundesland-Ranking für Marktanteil an Übernachtungen durch Urlaubsreisen



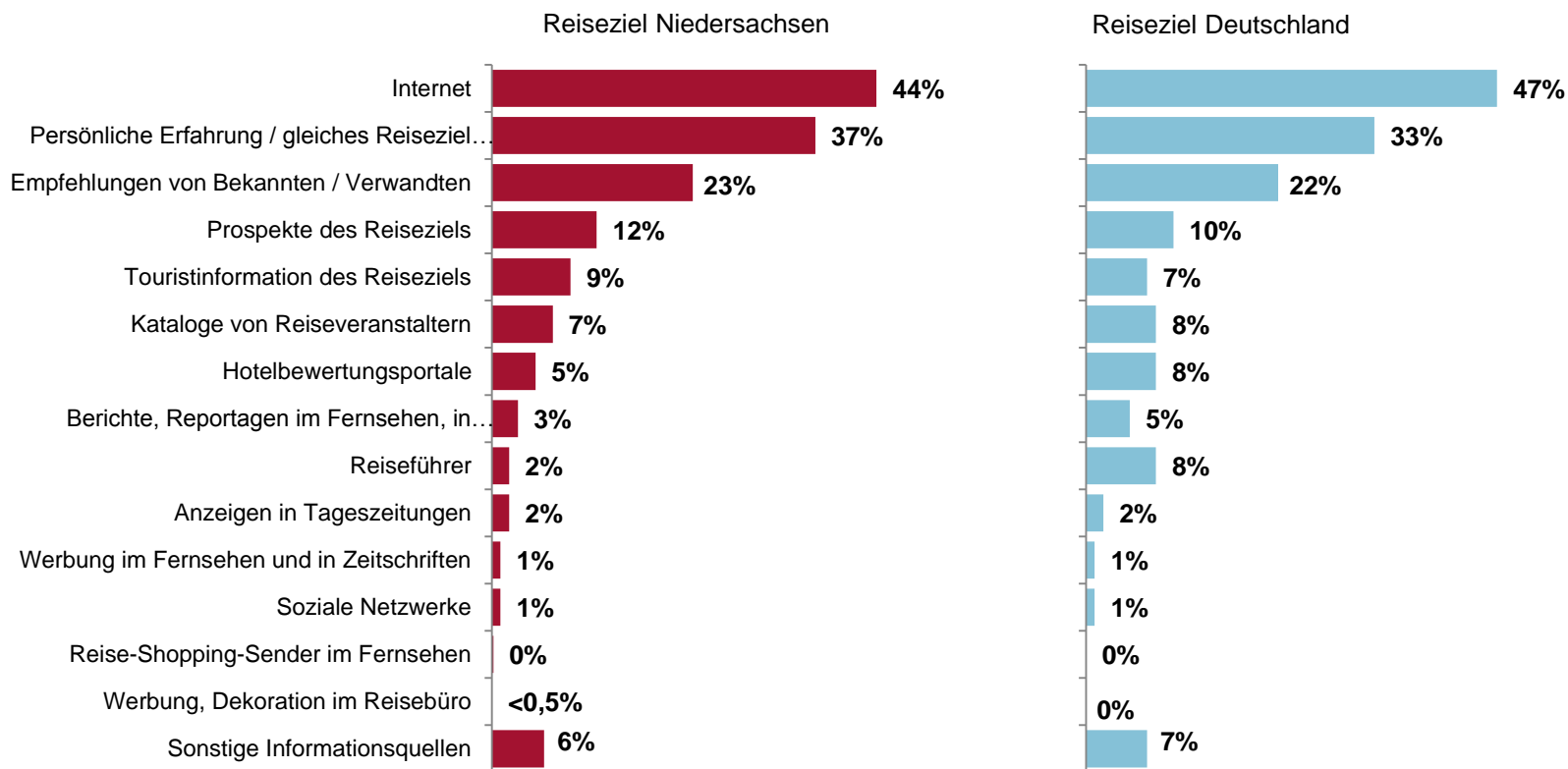
Die Analyse der Marktanteile der Übernachtungen in Folge von Urlaubsreisen im Vergleich der Bundesländer macht besonders deutlich, dass Niedersachsen zu den klassischen innerdeutschen Urlaubsreisezielen gehört. Mit dem erreichten Marktanteil von 14% steht das Land wie 2012 auf Platz 3.



# Urlaubsreisen: Reiseorganisation und Reiseprodukt



## Hauptinformationsquelle Internet vor eigenen Erfahrungen und Empfehlungen von Bekannten



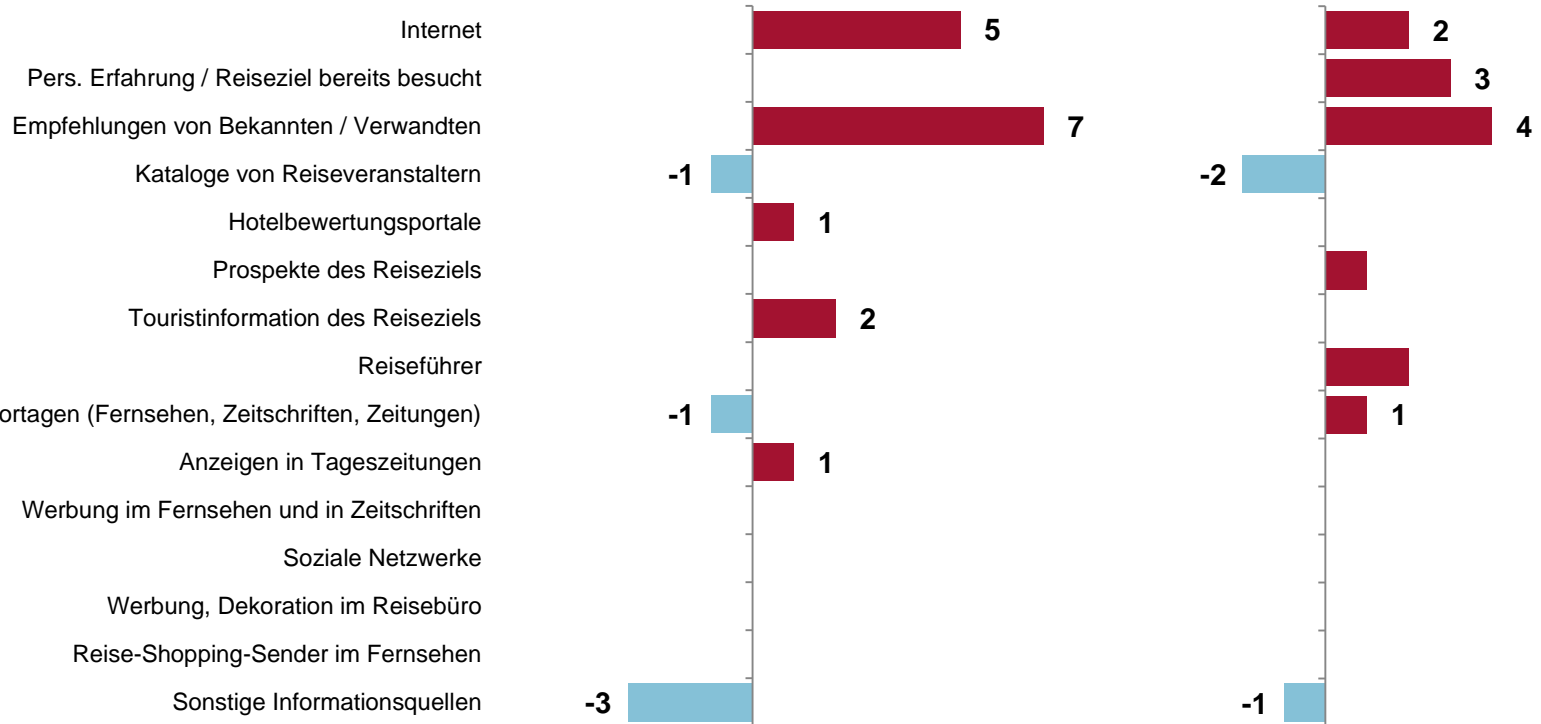
44% der Urlaubsgäste informieren sich vor der Reise via Internet über ihre Reise nach Niedersachsen, im Vorjahr mit 38% noch erkennbar weniger. Der aktuelle Wert für das Internet als Informationsquelle liegt leicht unter dem Bundesschnitt. Einen leicht höheren Anteil als Informationsquelle für das Reiseland Niedersachsen im Vergleich mit dem Bundesdurchschnitt weisen jeweils persönlichen Erfahrungen, das Prospekt des Reiseziels und die jeweiligen Touristinformationen der Reiseziele auf. Auffällig ist, dass Reiseführer für Niedersachsen einen deutlich geringeren Wert als Informationsquelle aufweisen als im Bundesschnitt (2% zu 8%). Keine Rolle spielen Fernseh- und Magazinwerbung, soziale Netzwerke, Reise-Shopping-Fernsehsendungen sowie Werbung unmittelbar im Reisebüro.



Informationsquelle Internet gewinnt weiter an Bedeutung, Empfehlungen von Bekannten ebenso

Reiseziel Niedersachsen (2012/2013)

Reiseziel Deutschland (2012/2013)



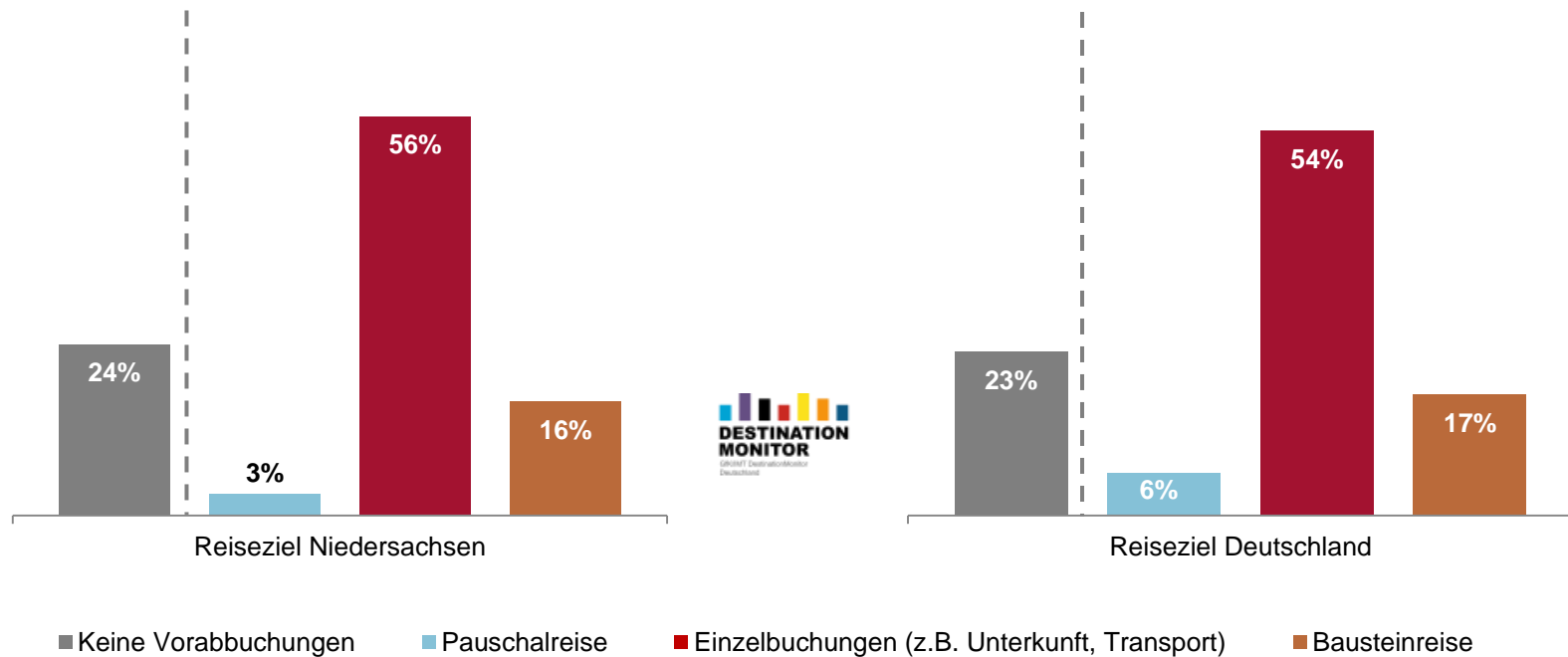
Betrachtet man die genannten Informationsquellen für das Reiseland Niedersachsen im Vergleich der Jahre 2012 und 2013, fallen die deutlichen Zuwächse bei Empfehlungen von Bekannten und Verwandten (plus sieben Prozentpunkte) und beim Internet als Informationsquelle (plus fünf Prozentpunkte) auf. Diese Zuwächse liegen deutlich über den jeweils deutschlandweit gemessenen Zuwächsen bei diesen Informationsquellen. Der Anteil derer, die persönliche Erfahrungen als Informationsquelle genannt haben, erfährt in Niedersachsen im Vorjahresvergleich keine Zuwächse und bleibt somit auf einem konstant hohen Niveau.

\* Mehrfachantworten möglich; Informationsquellen bei vorabgebuchten Leistungen

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland



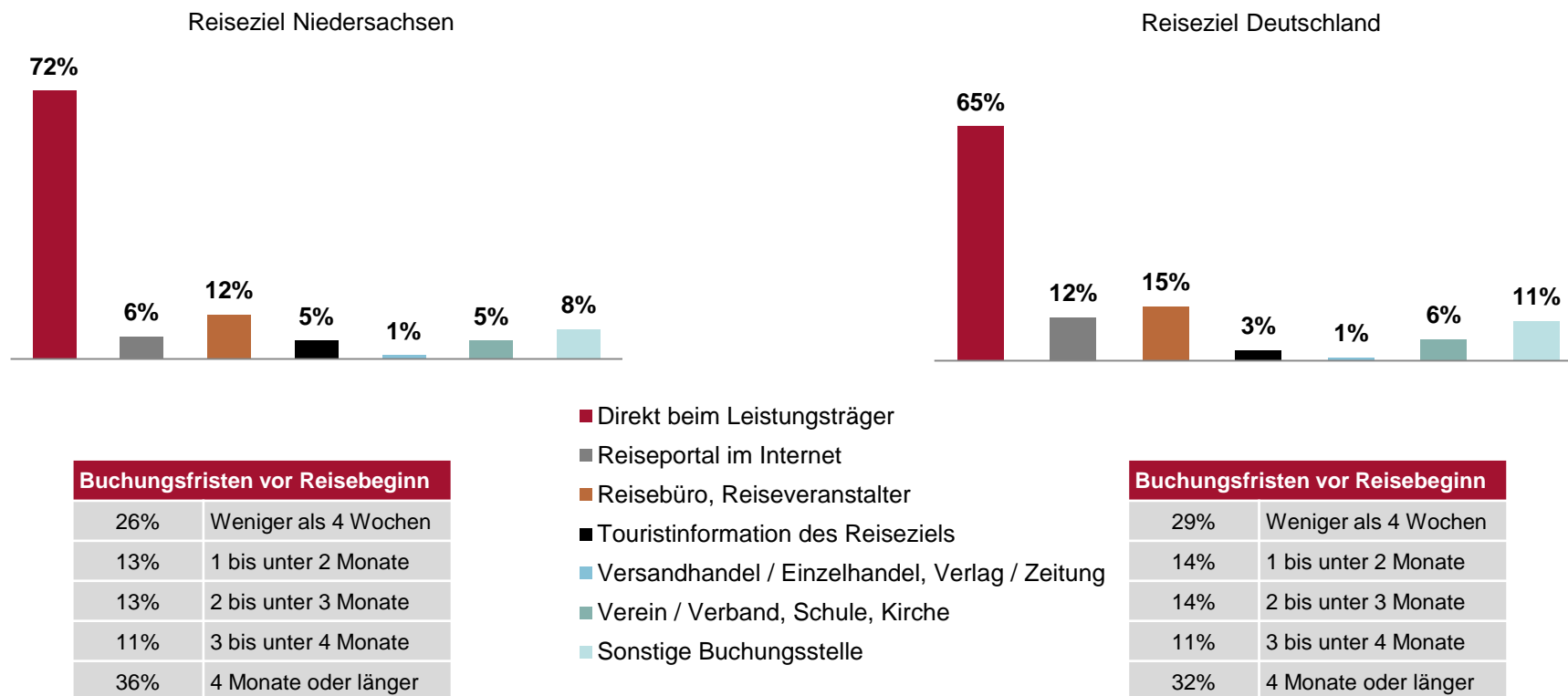
## Knapp ein Viertel der Urlaubsgäste bucht keine Leistungen vorab



Drei Viertel der Urlaubsgäste in Niedersachsen haben im Jahr 2013 Vorabbuchungen getätigt. Dieser Anteilswert ist im Vergleich mit dem Vorjahr leicht angestiegen. Im Vergleich mit dem bundesweiten Durchschnitt rangiert der Anteil der Vorabbucher in Niedersachsen leicht unterdurchschnittlich. 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 3% der Niedersachsen-Urlaubsgäste buchte im vergangenen Jahr eine Pauschalreise (2012: 4%).



Anteil der Buchungen direkt beim Leistungsträger in Niedersachsen deutlich höher als im Bundesschnitt

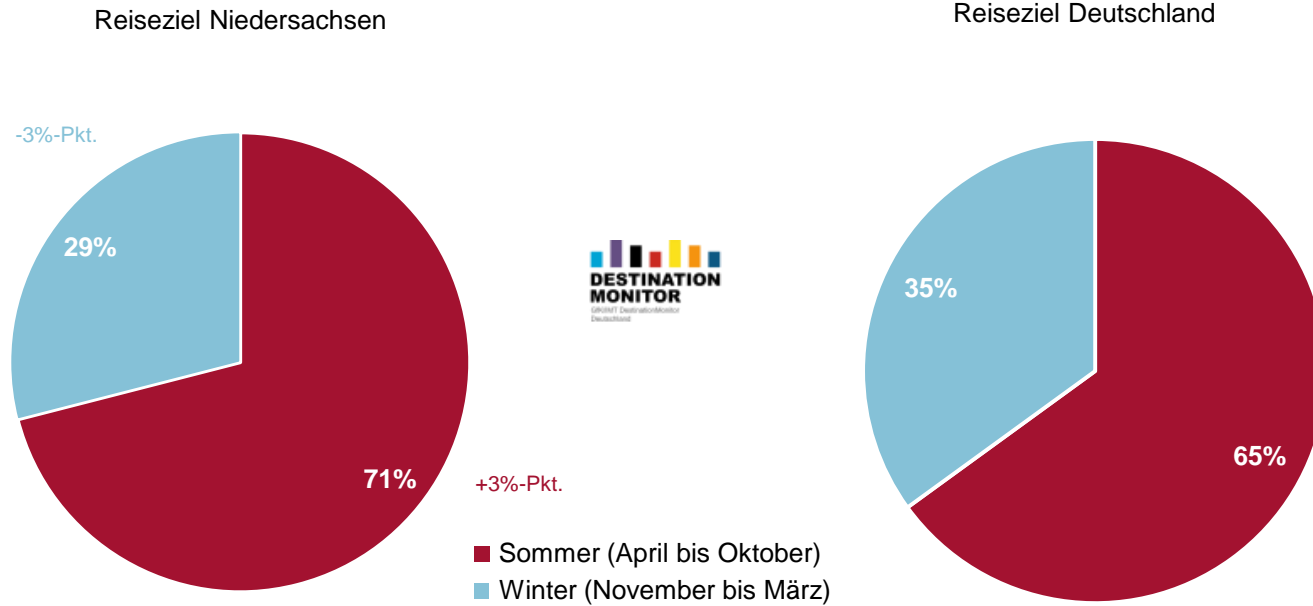


Von den Urlaubsgästen, die im Zuge ihrer Reise nach Niedersachsen im Jahr 2013 Vorabbuchungen vorgenommen haben, haben 72% Leistungen direkt beim Leistungsträger gebucht. Dieser Wert lag 2012 noch bei 66% und liegt deutschlandweit 2013 auch nur bei 65%. Die Buchungsfristen bei Reisen nach Niedersachsen sind etwas länger als im Bundesschnitt (47% der Leistungen werden wie im Vorjahreszeitraum 3 Monate und länger im Voraus gebucht).

\* Mehrfachantworten möglich



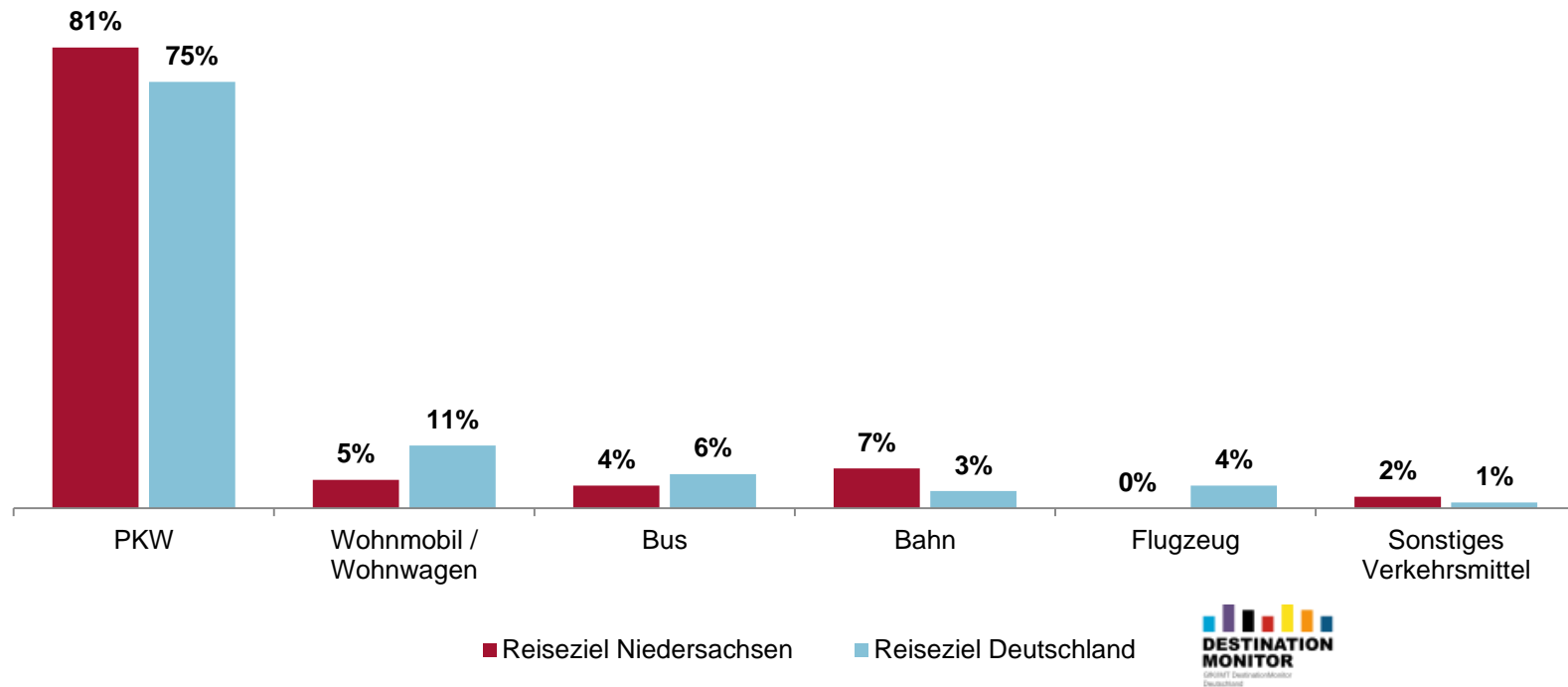
Wachstum im Sommer: Niedersachsen im Vergleich zum Bundesschnitt ein Sommerreiseland



Die Hauptreisezeit für Urlaubsreisen nach Niedersachsen ist ganz eindeutig der Sommer: 71% der Urlaubsgäste des Jahres 2013 besuchten Niedersachsen in den Monaten April bis September (2012: 68%). – ein im Vergleich zum Bundesschnitt überdurchschnittlicher Wert.



## PKW überrepräsentiert, Wohnmobil und Wohnwagen leicht unterdurchschnittlich

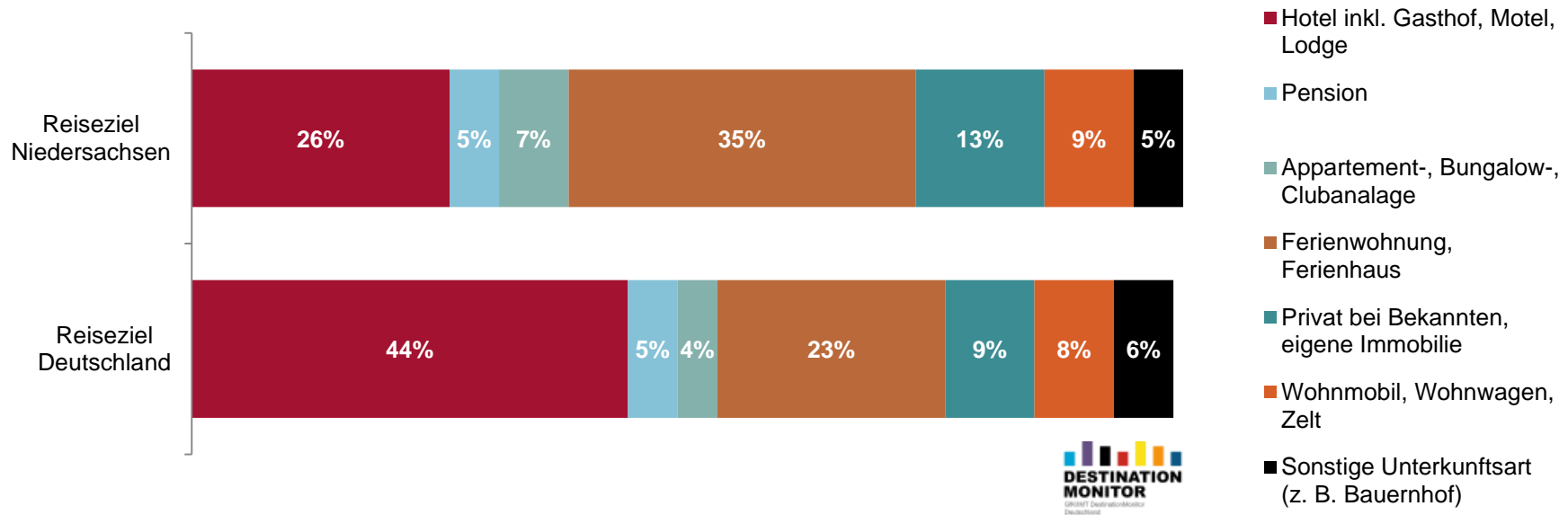


Der PKW ist – wie auch bei den innerdeutschen Urlaubsreisen insgesamt – das mit Abstand beliebteste Verkehrsmittel der Deutschen zur Anreise nach Niedersachsen. Untergeordnete Rollen bei der Anreise spielen in Niedersachsen die Bahn (7%, Vorjahr 7%), Wohnmobil und –Wagen (5%, Vorjahr 5%) und der Bus (4%, Vorjahr 5%). Im Vergleich zwischen Niedersachsen und dem Bundesschnitt ist in Niedersachsen die Anreise per PKW und Bahn überrepräsentiert, via Bus und vor allem via Wohnmobil bzw. Wohnwagen unterrepräsentiert. Bei Reisen nach Niedersachsen spielt das Flugzeug keine Rolle.





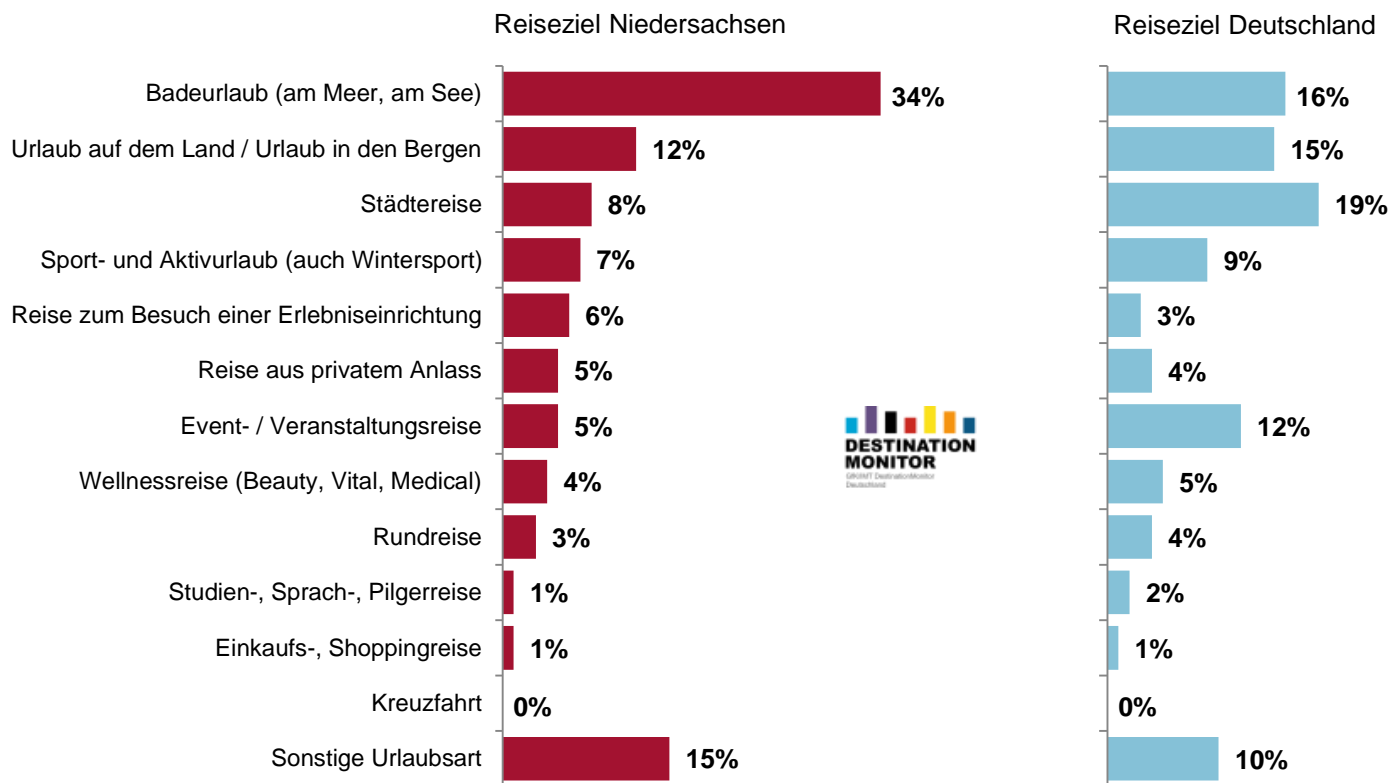
Bei jeder 3. Urlaubsreise wird in einem Ferienhaus oder -wohnung übernachtet – Hotellerie unterdurchschnittlich



Im Jahr 2013 übernachteten 35% (2012: 32%) der niedersächsischen Urlaubsgäste in einer Ferienwohnung bzw. einem Ferienhaus. Im Vergleich zum Bundesschnitt (23%) ein deutlich überdurchschnittlicher Wert und ein Hinweis auf die große Anzahl an Ferienwohnungen in den Reisegebieten an der deutschen Küste. 13% (2012: 14%) der Urlaubsgäste übernachteten privat bei Bekannten oder in der eigenen Immobilie. Nur 26% (2012: noch 30%) der Urlaubsgäste übernachteten im Hotel, im Vergleich zum bundesweiten Durchschnitt ein stark unterdurchschnittlicher Wert.



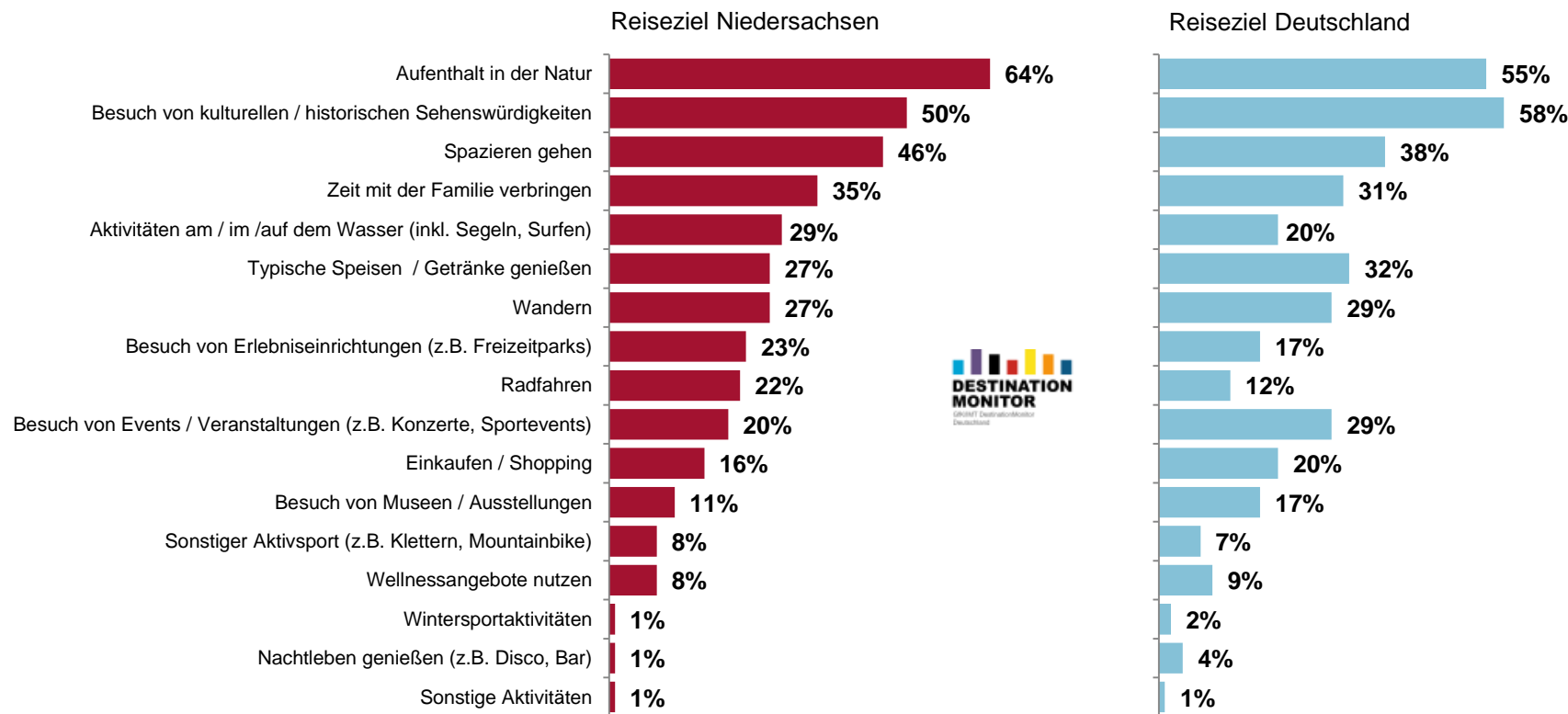
## Niedersachsen weiterhin klassisches innerdeutsches Badereiseziel



Bei 34% der Urlaubsreisen von Inländern nach Niedersachsen handelt es sich um einen Badeurlaub (2012: 32%). Der Badurlaub ist damit mit Abstand Niedersachsens Hauptreiseanlass. Es folgen deutlich dahinter der Urlaub auf dem Land/ in den Bergen (12%), Städtereisen (8%) und der Sport- bzw. Aktivurlaub (8%). Naturgemäß nimmt der Reiseanlass Badeurlaub bundesweit nicht den Spitzenwert ein, hier liegen Städtereisen mit 19% (doppelt so hoher Wert wie für Niedersachsen ermittelt) vor dem Badeurlaub.



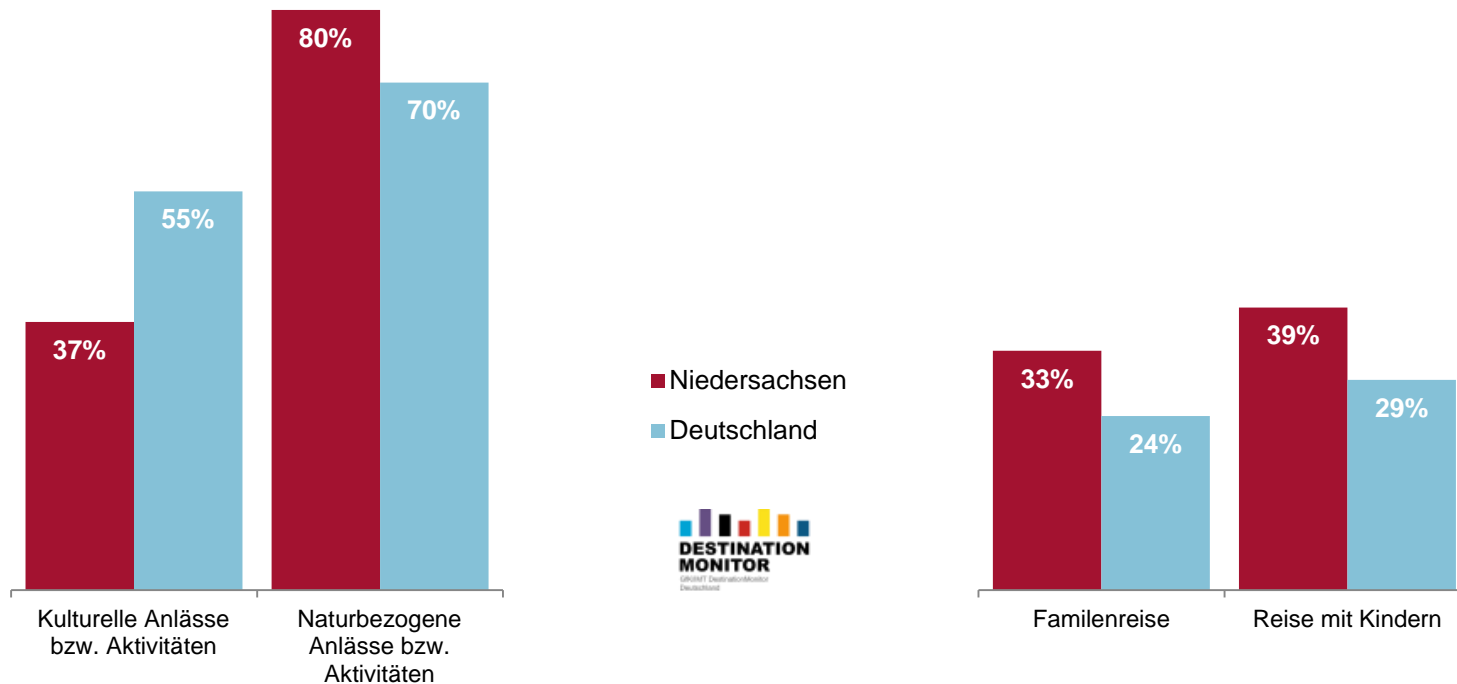
## Naturaufenthalt deutlich überrepräsentiert im Vergleich zum Bundesschnitt



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. Diese Antworten stellen auch die beiden Top-Antworten bundesweit dar, wenn auch in umgekehrter Reihenfolge. Im Deutschlandvergleich wird deutlich, dass überdurchschnittlich häufig Rad gefahren wird und Spaziergänge unternommen werden.



## Niedersachsen ist Natur- und Familienreiseziel



Reisen mit kulturellem bzw. naturbezogenem Anlass bzw. Aktivitäten: Kombination der Fragestellungen:  
 „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 Reiseteilnehmer  
 Familienreise: mindestens ein begleitender Elternteil für ein Kind unter 14 Jahre ist Reiseteilnehmer

Das Erleben in der Natur spielt in Niedersachsen eine bedeutende Rolle. Bei 80% (2012: 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 deutlich untergeordnete Rolle. Die Ausrichtung Niedersachsens als Familienreiseziel (33%) und als Reiseziel für Reisen mit Kindern (39%) wird im Vergleich mit den bundesweiten Durchschnittswerten deutlich.

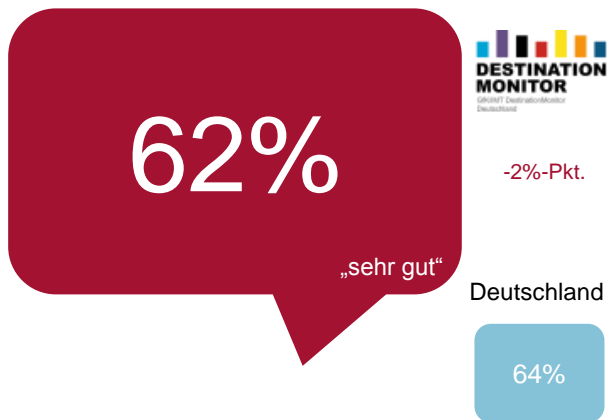


# Urlaubsreisen: Kennzahlen zur Qualitätseinschätzung



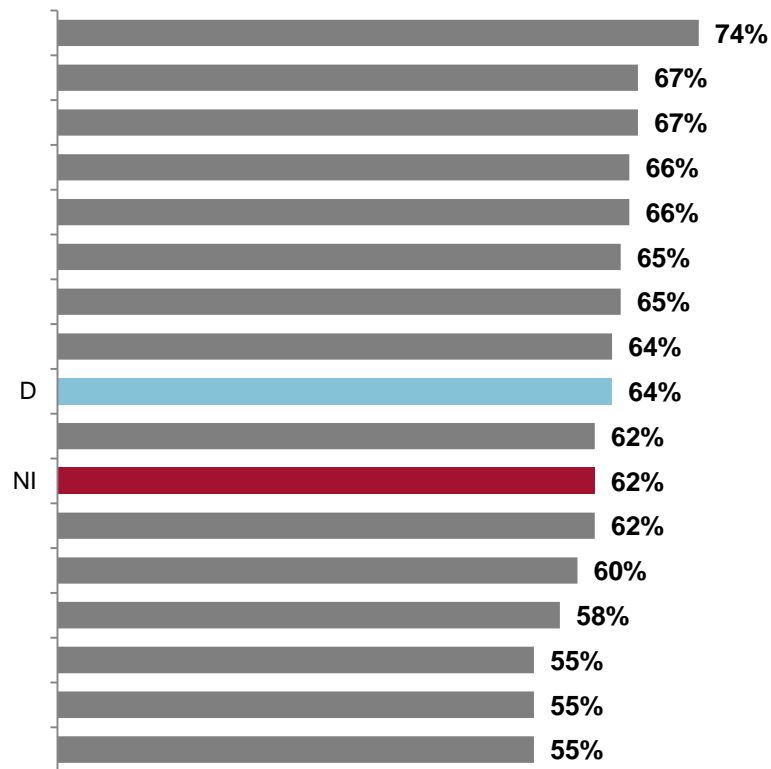
62% der inländischen Urlaubsgäste bewerten ihren Aufenthalt im Jahr 2013 mit „sehr gut“

■ Gesamtbewertung des Aufenthaltes



Skala Gesamtbewertung

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

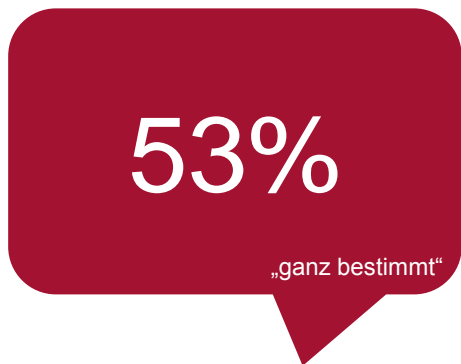


Zwar bewerteten 62% (2012: noch 64%) der Urlaubsgäste ihren Aufenthalt in Niedersachsen mit „sehr gut“, im Vergleich der Bundesländer liegt Niedersachsen jedoch nur im Mittelfeld, knapp unter dem Bundesschnitt (64%). Unter Einbezug der zweibesten Ausprägung der Skala bewerteten 96% der Gäste ihren Aufenthalt in Niedersachsen mit „sehr gut“ oder „gut“. Dies entspricht dem Ergebnis aus dem Vorjahr.



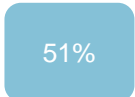
Mehr als jeder 2. Urlaubsgast möchte „ganz bestimmt“ wiederkommen

■ Wiederbesuchsabsicht



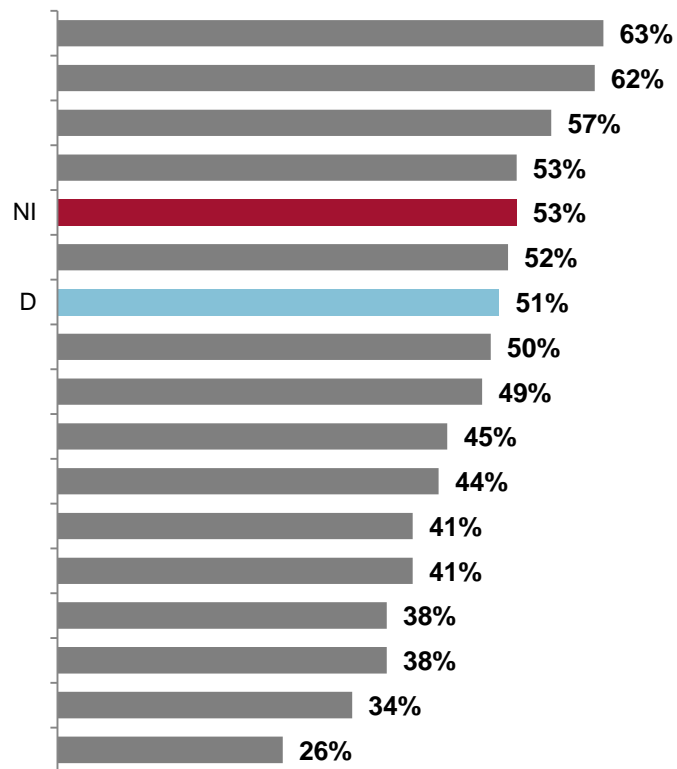
-1%-Pkt.

Deutschland



Skala Wiederbesuchsabsicht

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

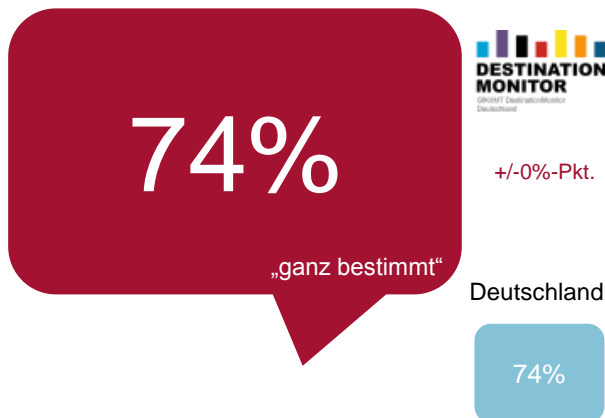


Überdurchschnittliche Werte erreicht das Land bei der Betrachtung derjenigen Gäste, die angaben Niedersachsen „ganz bestimmt“ wiederbesuchen zu wollen – 53% (2012: 54%) der Urlaubsgäste möchten definitiv wiederkommen. Mit diesen Werten liegt Niedersachsen auf Platz 5 im Ranking der Bundesländer (2012: 4.) und über dem Bundesschnitt. Auffallend ist, dass die Wiederbesuchsabsicht unter dem Niveau der Gesamtzufriedenheit liegt – ein Indikator für den starken Wettbewerb unter den Destinationen.



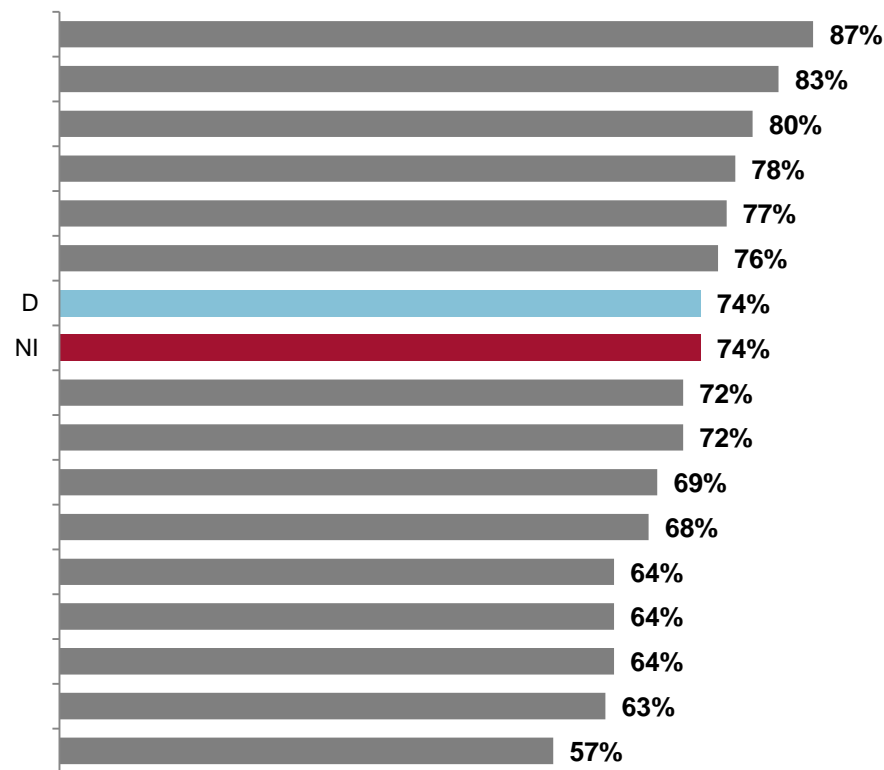
74% wollen Urlaubsreiseziel „ganz bestimmt“ weiterempfehlen

■ Weiterempfehlungsbereitschaft



Skala Weiterempfehlungsbereitschaft

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



Niedersachsen verzeichnet mit 74% eine hohe Weiterempfehlungsrate – dies entspricht 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 konstant hohen Weiterempfehlungsbereitschaft der Urlaubsgäste.





## 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
Gäste	Anzahl der Gäste (Reisen) in der (die) Destination, absolut
Durchschnittliche Aufenthaltsdauer	Durchschnittliche Aufenthaltsdauer in der Destination, Nächte (rechnerischer Wert)
Aufenthaltstage	Summe aus Übernachtungen und Tagesreisen in der bzw. in die Destination, absolut (rechnerischer Wert)
Tourismusintensität Einwohner	Übernachtungen bzw. Tagesreisen je 1.000 Einwohner der Destination, absolut (rechnerischer Wert)
Tourismusintensität Fläche	Übernachtungen bzw. Tagesreisen je Quadratkilometer 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.- Geogr. Julian Reif**  
Projektleitung  
GfK/IMT DestinationMonitor  
reif@fh-westkueste.de  
Tel.: 0481/8555573

**Rebekka Schmulde, M.A.**  
Projektbearbeitung  
GfK/IMT DestinationMonitor  
schmulde@fh-westkueste.de  
Tel.: 0481/8555572



## 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





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:

**Kristin Knobloch**  
Projektleitung  
Marktanalyse/Monitoring

TourismusMarketing Niedersachsen GmbH  
Essener Str. 1  
30173 Hannover

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

[knobloch@tourismusniedersachsen.de](mailto:knobloch@tourismusniedersachsen.de)



TourismusMarketing  
niedersachsen

[www.reiseland-niedersachsen.de](http://www.reiseland-niedersachsen.de)  
[www.tourismuspartner-niedersachsen.de](http://www.tourismuspartner-niedersachsen.de)



**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](http://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.

