



GfK/IMT DestinationMonitor für Niedersachsen

Ergebnisse für das Bundesland Niedersachsen
Berichtsperiode: 1. Halbjahr 2013



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

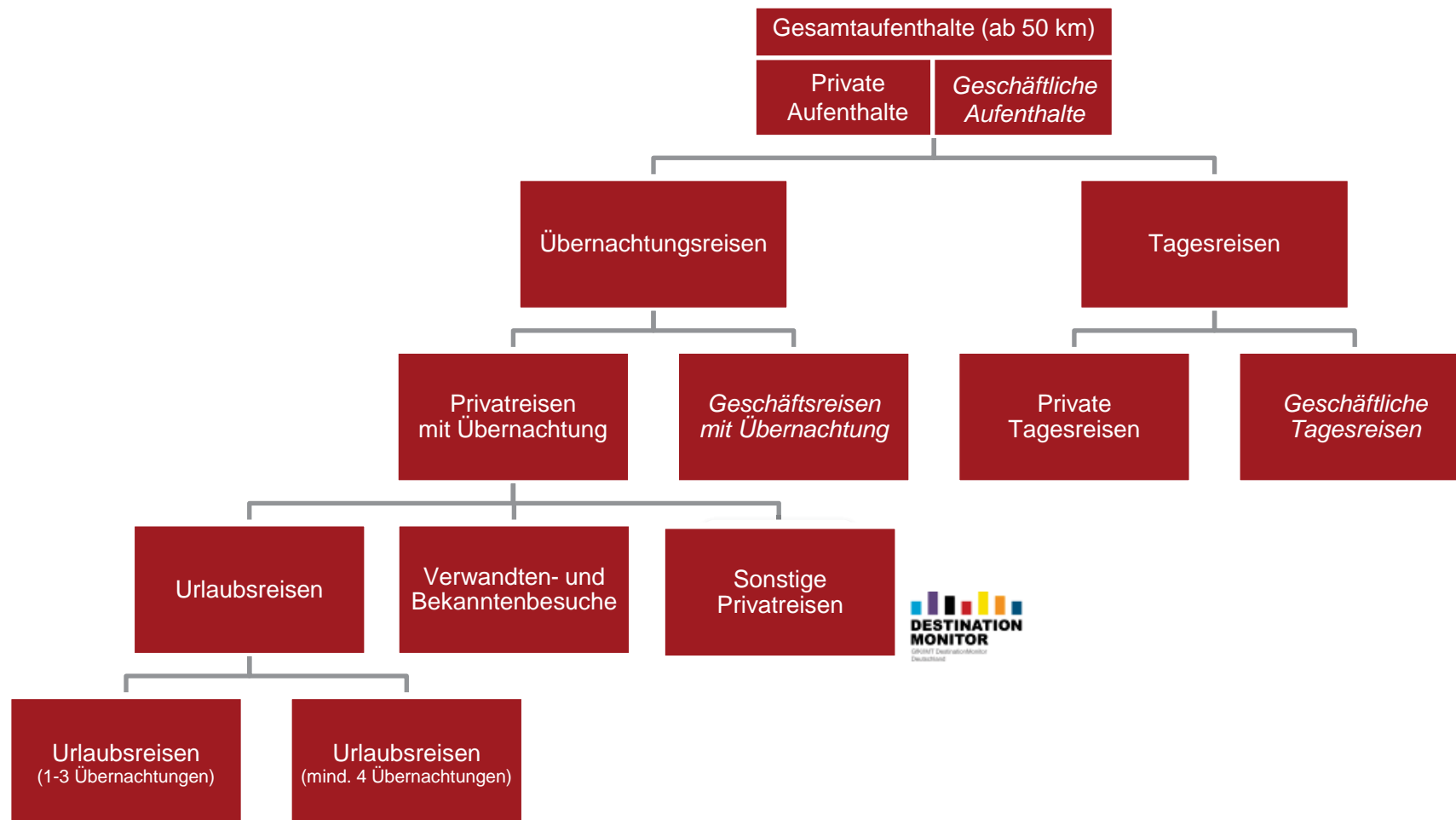
Panelstichprobe mit Quotenvorgaben

► Erhebungsart

schriftlich (online/offline)



Überblick über die Marktsegmente



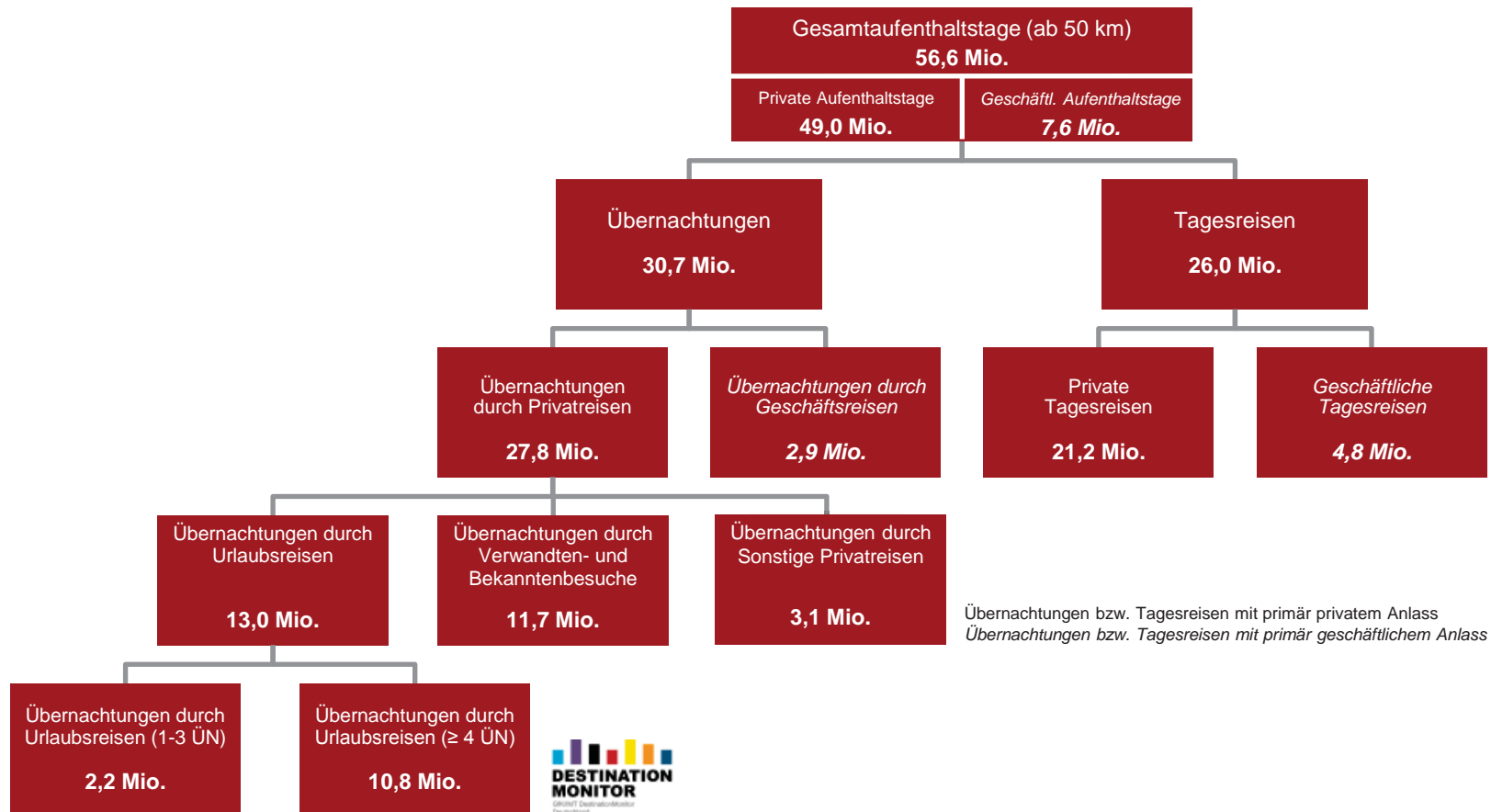
Reisen mit primär privatem Anlass
 Reisen mit primär geschäftlichem Anlass



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

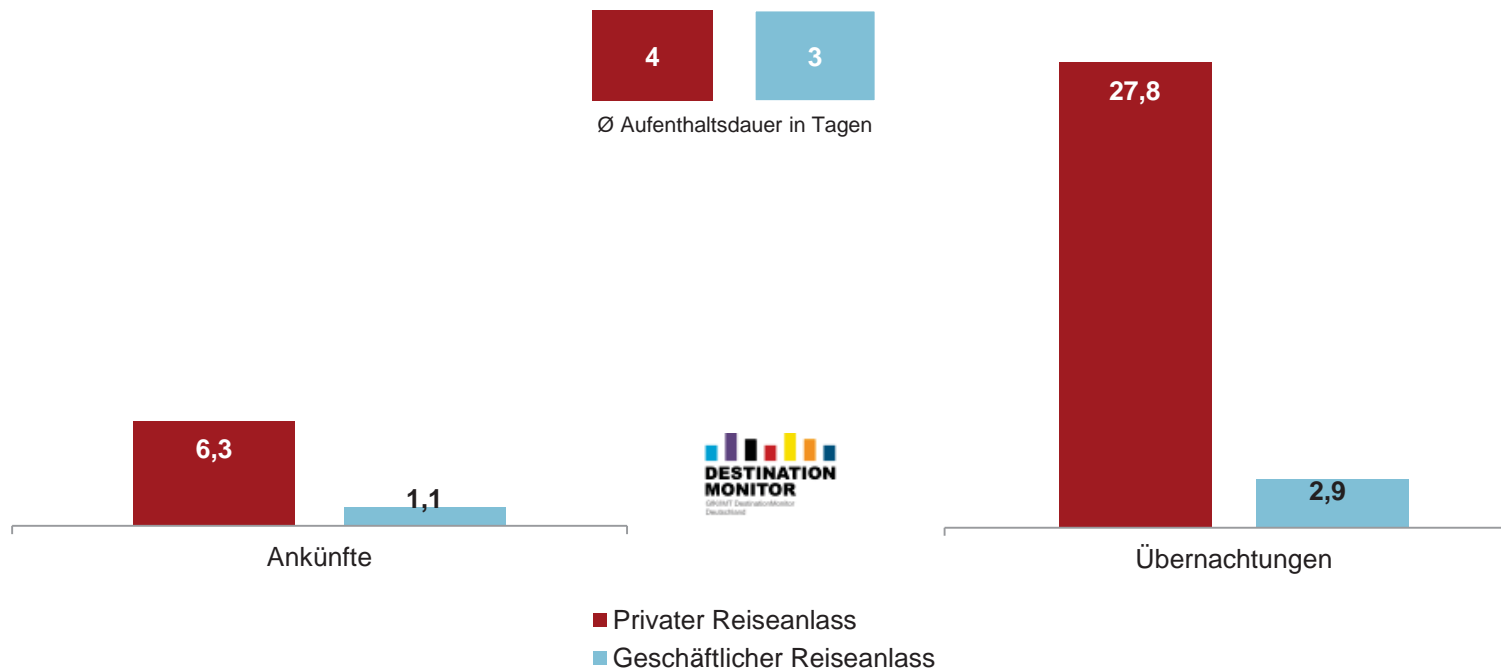




Übernachtungsreisen



Knapp 28 Mio. private Übernachtungen im 1. Halbjahr 2013



Bei der Auswertung der Reiseanlässe im 1. Halbjahr 2013 wird die Dominanz der privaten Reiseanlässe besonders deutlich. Auf knapp 3 Mio. Übernachtungen durch Geschäftsreisen entfallen knapp 28 Mio. Übernachtungen im Zuge von Privatreisen. Im Schnitt bleiben die 6,3 Mio. privaten Übernachtungsgäste 4 Tage vor Ort, einen Tag länger als die 1,1 Mio. geschäftlichen Übernachtungsgäste.

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

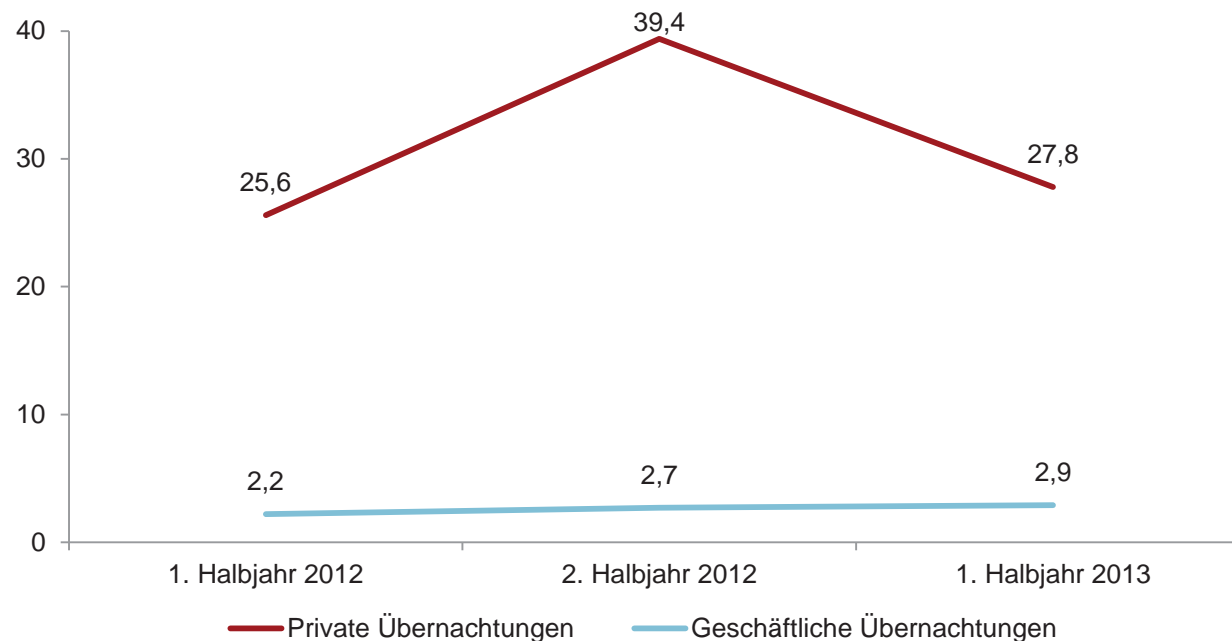
Mögliche Abweichungen sind rundungsbedingt.

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland, Statistisches Bundesamt





Übernachtungsvolumen im Zeitverlauf: Private Übernachtungen mit Höhepunkt im 2. Halbjahr 2012



Bei der Betrachtung des Übernachtungsvolumens im Zeitverlauf wird deutlich, dass die Übernachtungen im Zuge von Geschäftsreisen über die Halbjahre kontinuierlich zugenommen haben und zwar von 2,2 Mio. Übernachtungen im 1. Halbjahr 2012 auf 2,9 Mio. Übernachtungen im 1. Halbjahr 2013. Bei den Übernachtungen im Zuge von Privatreisen weist das 2. Halbjahr 2012 mit 39,4 Mio. das höchste Übernachtungsvolumen auf. Im Gegensatz zum 1. Halbjahr 2012 konnte das private Übernachtungsvolumen von 25,6 Mio. auf 27,8 Mio. in der aktuellen Berichtsperiode gesteigert werden.

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

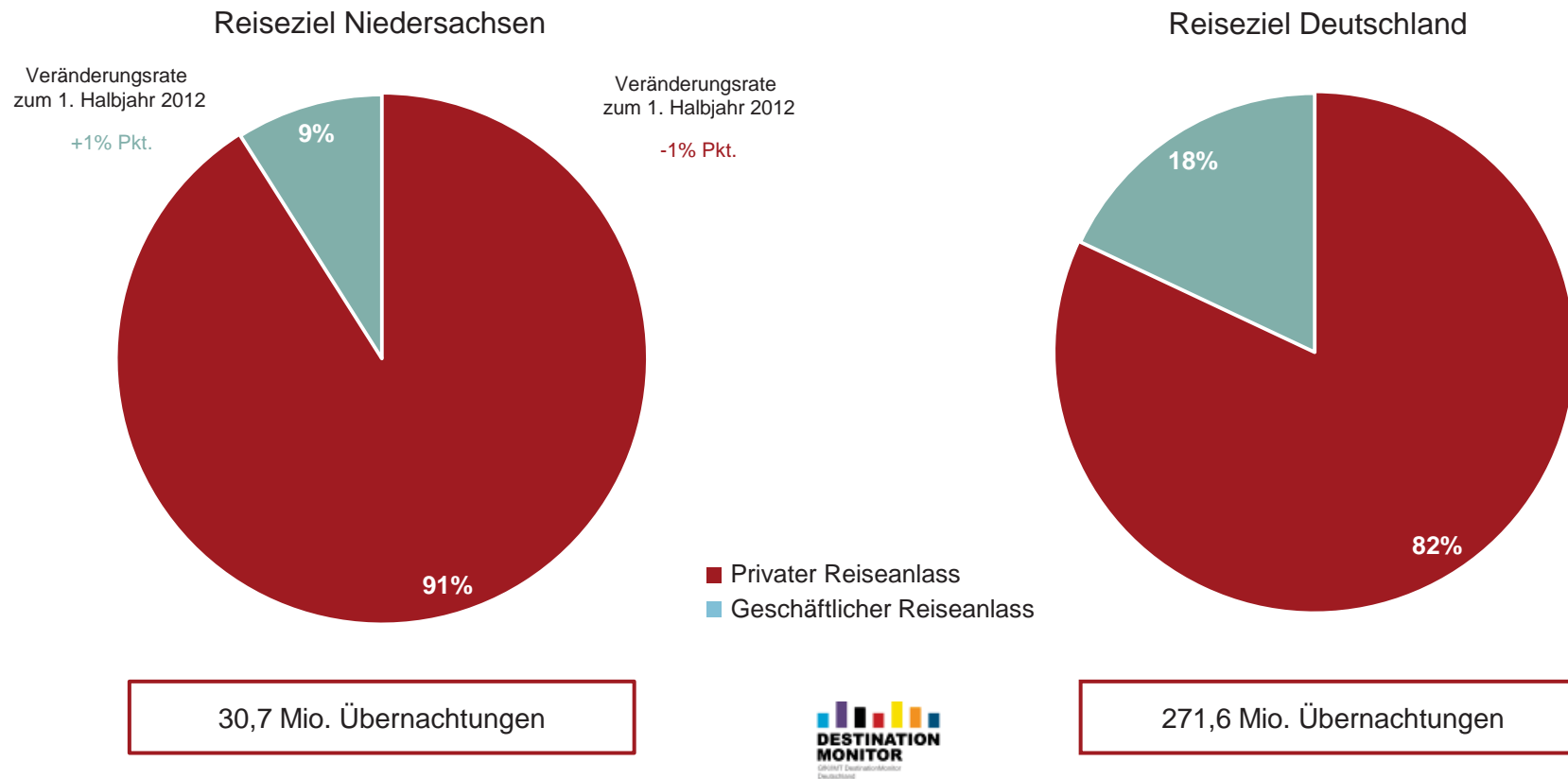
Mögliche Abweichungen sind rundungsbedingt.

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland, Statistisches Bundesamt





Verhältnis zwischen geschäftlichen und privaten Übernachtungen ist 1 zu 10



Die im 1. Halbjahr 2013 ermittelten 27,8 Mio. privaten Übernachtungen entsprechen einem Anteil von 91% an allen Übernachtungen in Niedersachsen. Im Vergleich zum 1. Halbjahr 2012 hat der Anteil der Übernachtungen durch Privatreisen einen Prozentpunkt zu Gunsten des Anteils an geschäftlichen Übernachtungen verloren. Der Vergleich zum Bundesschnitt unterstreicht die große Bedeutung der privaten Reiseanlässe für den inländischen Tourismus in Niedersachsen.

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

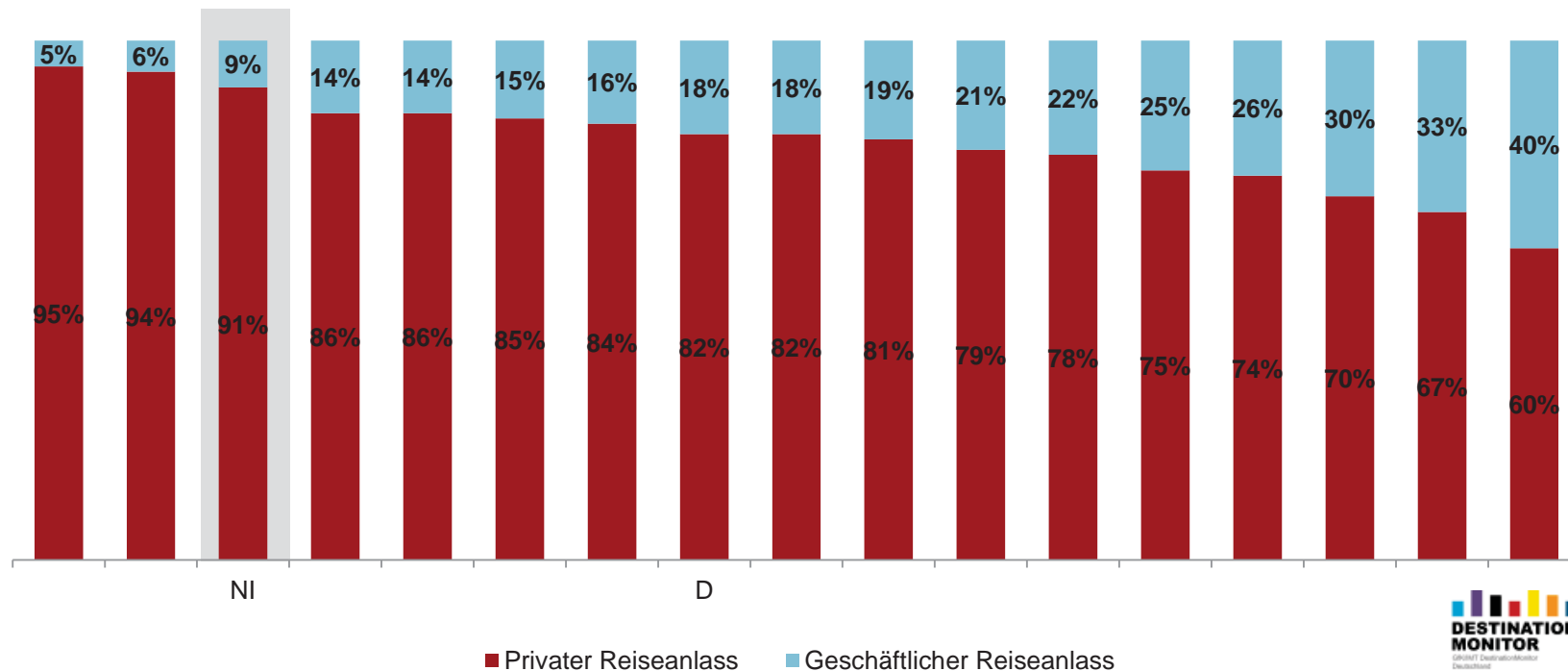
Mögliche Abweichungen sind rundungsbedingt.

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland, Statistisches Bundesamt





Niedersachsen mit dem drittgrößten Anteil an Übernachtungen durch Privatreisen



Auch im Bundeslandvergleich zeigt sich die besondere Bedeutung der privaten Übernachtungen. Niedersachsen besitzt mit dem privaten Übernachtungsanteil von 91% den drittgrößten Anteil im Vergleich aller Bundesländer.

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

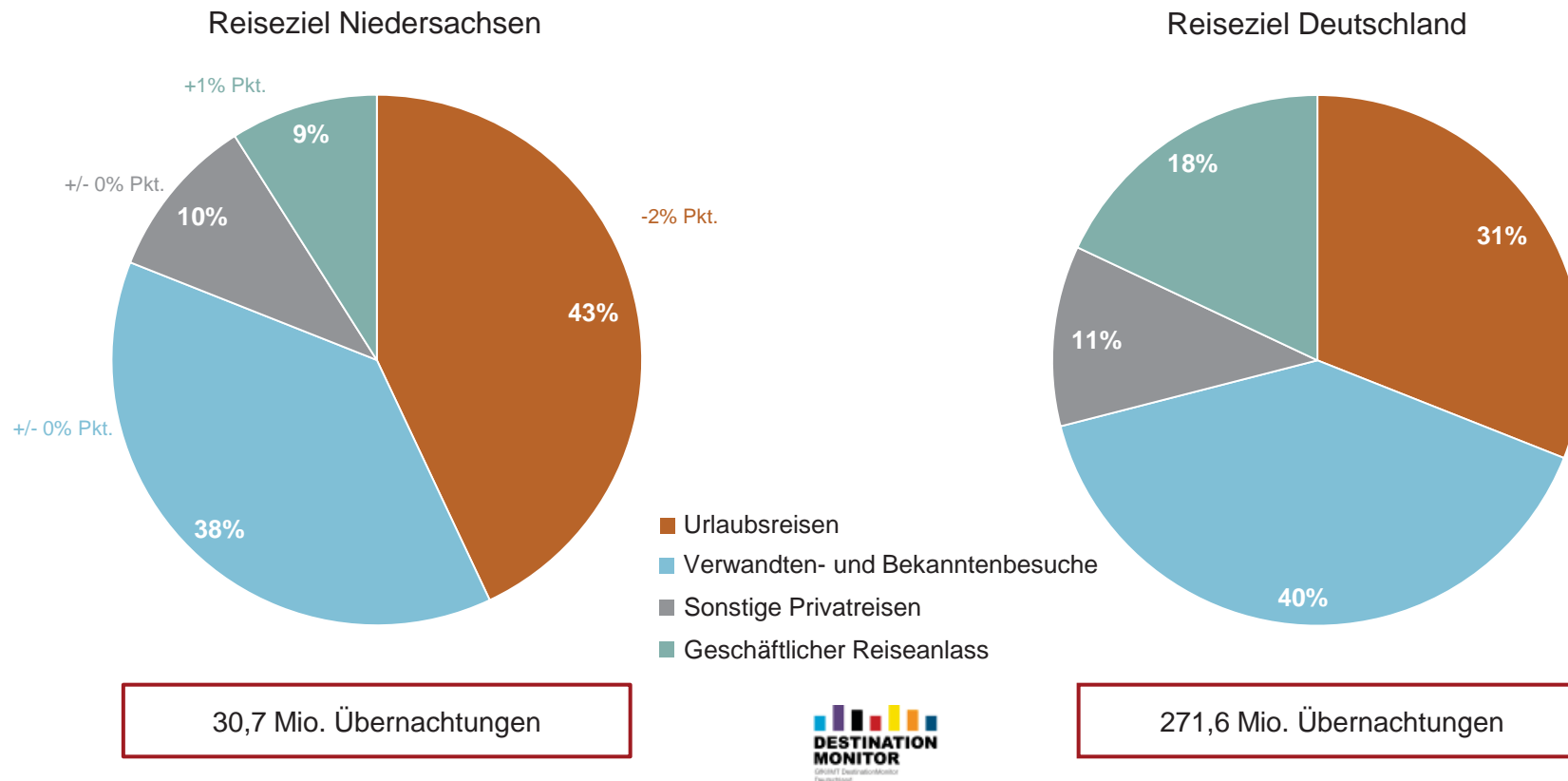
Mögliche Abweichungen sind rundungsbedingt.

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland, Statistisches Bundesamt





Urlaubsreisen als dominierendes Segment im 1. Halbjahr 2013



Bei der Betrachtung der Anlässe der inländischen Übernachtungen im 1. Halbjahr 2013 wird deutlich, dass die Urlaubsreisen mit 43% zum größten Teil des niedersächsischen Übernachtungsvolumen beitragen. Der Anteil ist jedoch im Vergleich zum 1. Halbjahr 2012 um zwei Prozentpunkte leicht zurückgegangen. Bei etwas mehr als jeder dritten Übernachtung handelt es sich um eine Übernachtung im Zuge von Verwandten- und Bekanntenbesuchen, während jede zehnte Übernachtung einen sonstigen privaten Reiseanlass hat. Im Vergleich zu Deutschland ist der Anteil der Übernachtungen im Zuge von Urlaubsreisen deutlich überrepräsentiert.

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

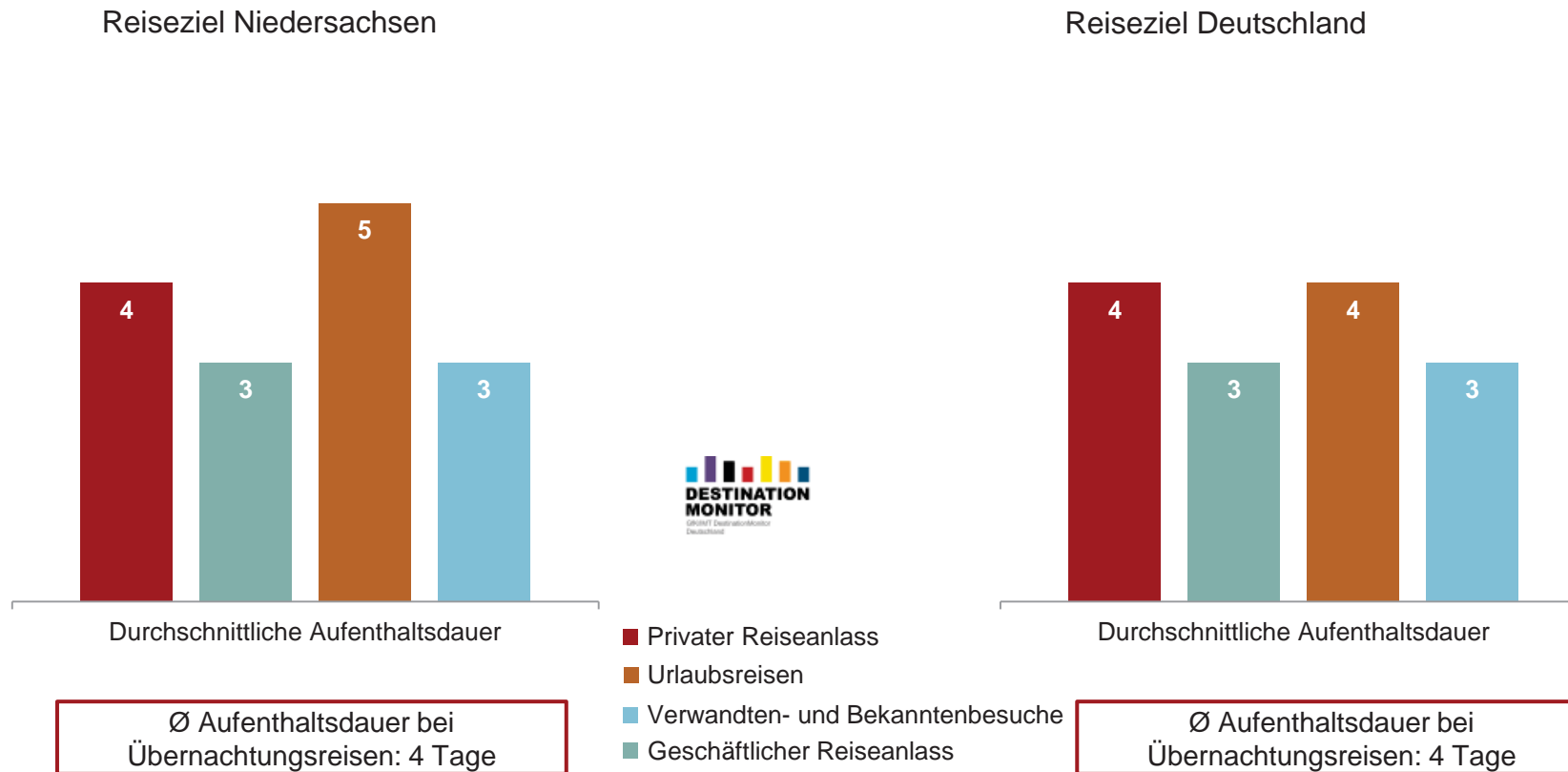
Mögliche Abweichungen sind rundungsbedingt.

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland, Statistisches Bundesamt





Urlaubsreisende verweilen in Niedersachsen einen Tag länger



Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer in Niedersachsen beträgt vier Tage und liegt damit im Bundesschnitt. Urlaubsreisende verbleiben mit fünf Tagen am längsten in Niedersachsen vor Ort und im Vergleich zum Bundesschnitt einen Tag länger. Die durchschnittliche Verweildauer bei Geschäftsreisen sowie bei Verwandten- und Bekanntenbesuchen liegt bei drei Tagen und entspricht dem Durchschnitt auf Bundesebene.

* 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

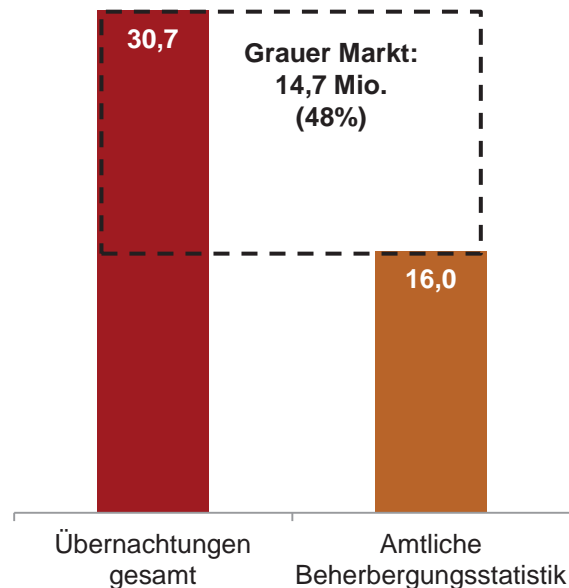




Verhältnis GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland zur
Amtlichen Statistik – „Grauer Markt“



14,7 Mio. Übernachtungen im grauen Beherbergungsmarkt im 1. Halbjahr 2013



In Niedersachsen fallen dem gewerblichen Beherbergungsmarkt im 1. Halbjahr 2013 mehr Übernachtungen zu als dem „Grauen Markt“. Den 16,0 Mio. inländischen Übernachtungen aus der amtlichen Beherbergungsstatistik stehen 14,7 Mio. Übernachtungen im „Grauen Markt“ gegenüber, welche sich aus der Differenz der insgesamt gemessenen 30,7 Mio. inländischen Übernachtungen und der amtlichen Beherbergungsstatistik ergeben. Der „Graue Markt“ hat somit einen Anteil am Gesamtübernachtungsvolumen im 1. Halbjahr 2013 von 48%.

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

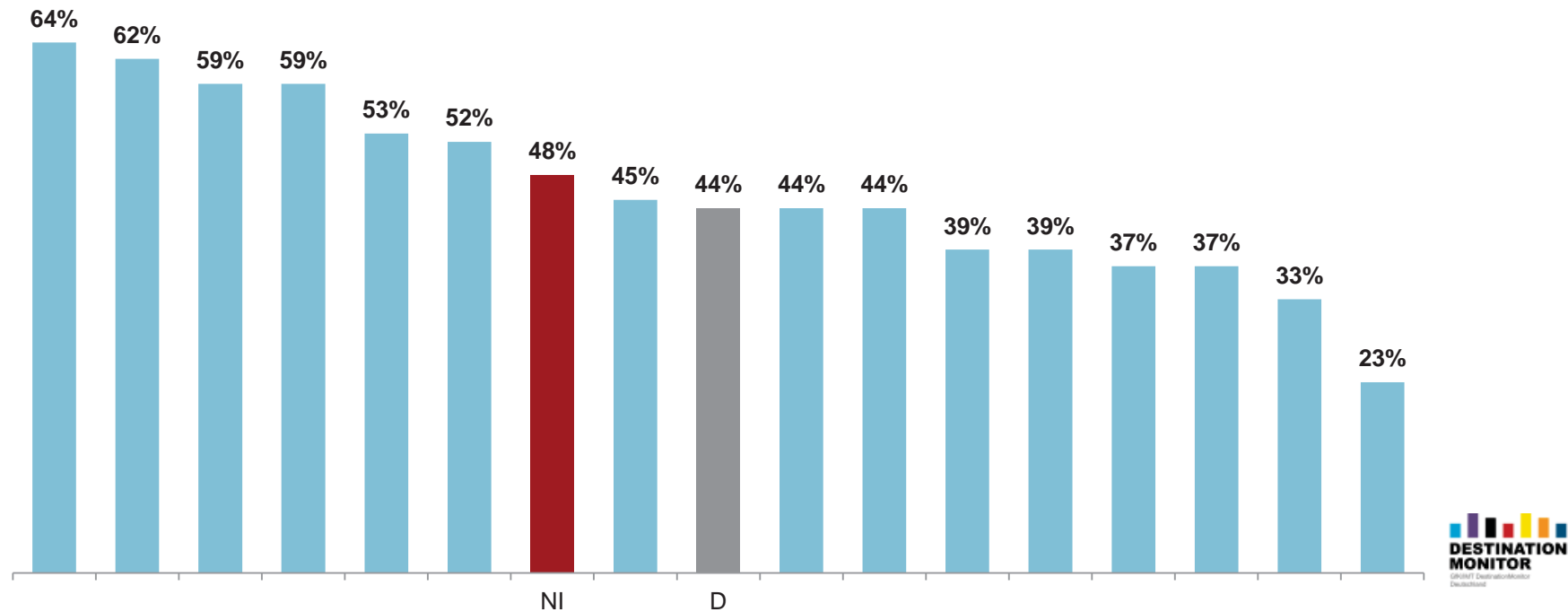
Mögliche Abweichungen sind rundungsbedingt.

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland, Statistisches Bundesamt





Knapp die Hälfte aller Übernachtungen in Niedersachsen finden im Grauen Markt statt



Im Bundeslandvergleich ordnet sich Niedersachsen mit dem gemessenen Anteil von 48% Übernachtungen im „Grauen Markt“ an allen Übernachtungen auf Platz 7 ein. Deutschlandweit werden 44% aller Übernachtungen dem grauen Beherbergungsmarkt zugerechnet.

* 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





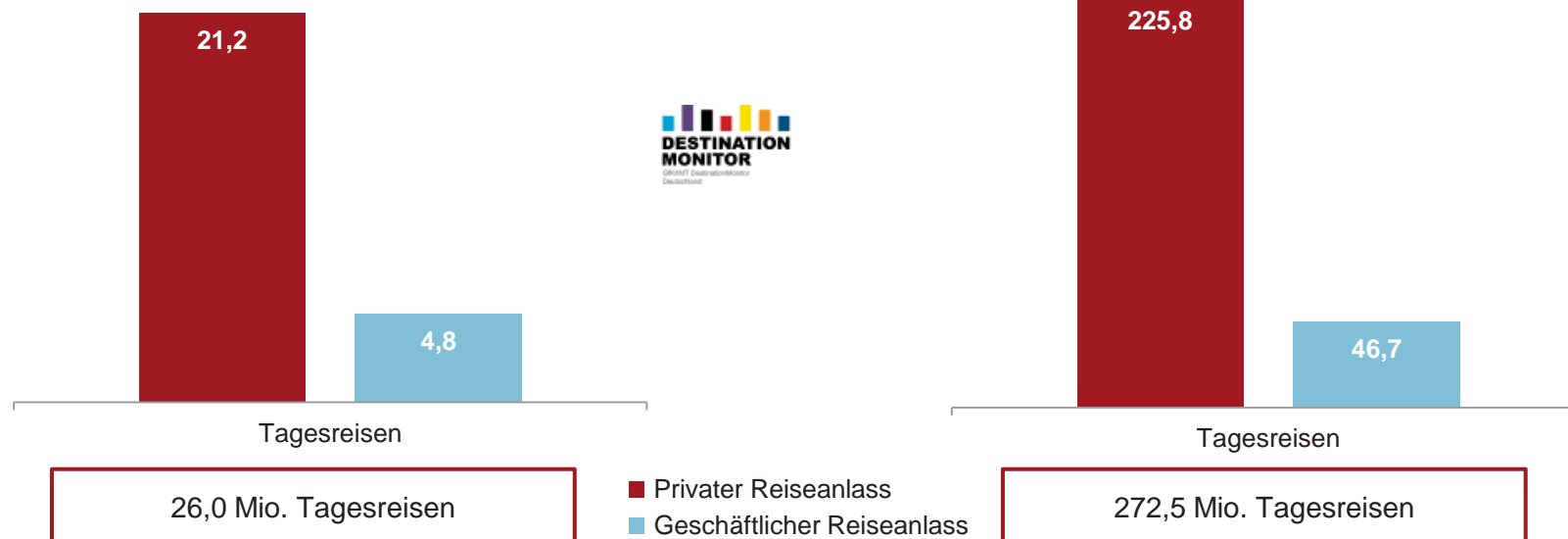
Tagesreisen



Tagesreisen im 1. Halbjahr 2013: Deutlich mehr private als geschäftliche Tagesreisen

Reiseziel Niedersachsen

Reiseziel Deutschland



Analog zum Übernachtungstourismus überwiegen beim niedersächsischen Tagestourismus (Tagesreisen ab 50 km) die privaten Reiseanlässe. Den 21,2 Mio. privaten Tagesreisen stehen 4,8 Mio. Tagesgeschäftsreisen gegenüber. Auf Bundesebene dominieren ebenfalls die privaten Tagesreisen mit 225,8 Mio. privaten Tagesreisen ab 50 km.

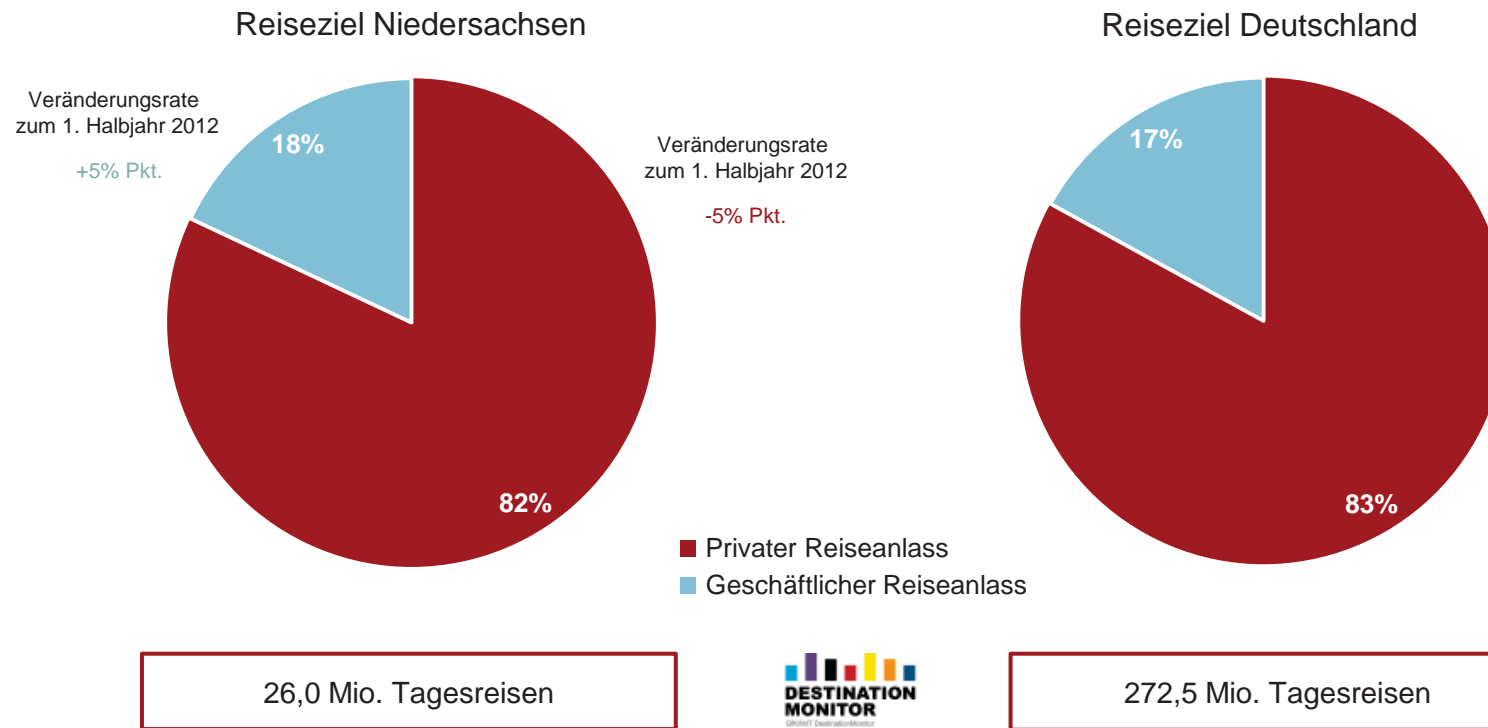
Mögliche Abweichungen sind rundungsbedingt.

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland





Anteil der privaten Tagesreisen im 1. Halbjahr 2013 leicht unter dem Bundesschnitt



Die gemessenen 21,2 Mio. privaten Tagesreisen entsprechen 82% aller Tagesreisen ab 50 km im 1. Halbjahr 2013. Das Verhältnis zwischen privaten und geschäftlichen Tagesreisen liegt in etwa im Bundesschnitt. Im Vergleich zum 1. Halbjahr 2013 ist der Anteil der geschäftlichen Tagesreisen um fünf Prozentpunkte auf 18% gestiegen.

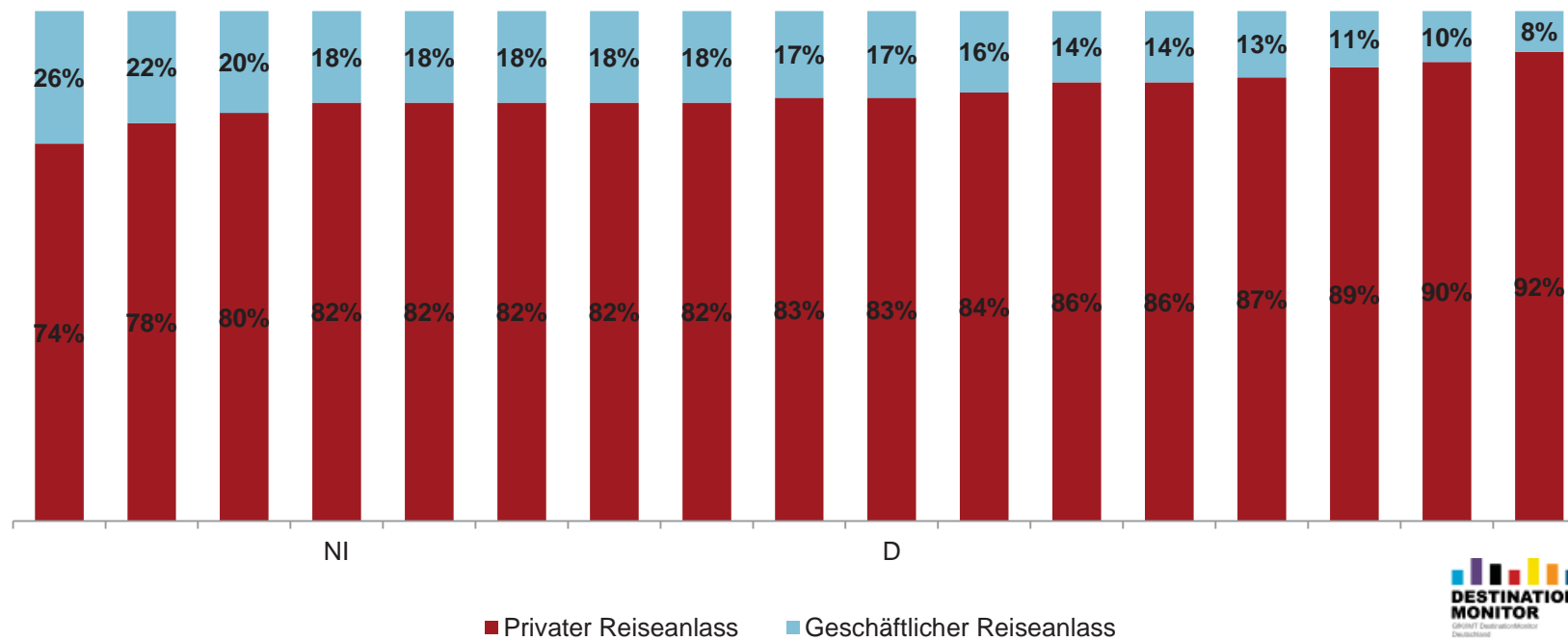
Mögliche Abweichungen sind rundungsbedingt.

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland





Niedersachsen im Vergleich mit dem viertgrößten Anteil geschäftlicher Tagesreisen an allen Tagesreisen



Bei der Analyse der Tagesreiseanlässe der Inländer im Bundeslandvergleich weist Niedersachsen den viertgrößten Anteil an geschäftlichen Tagesreisen auf.

Mögliche Abweichungen sind rundungsbedingt.

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland

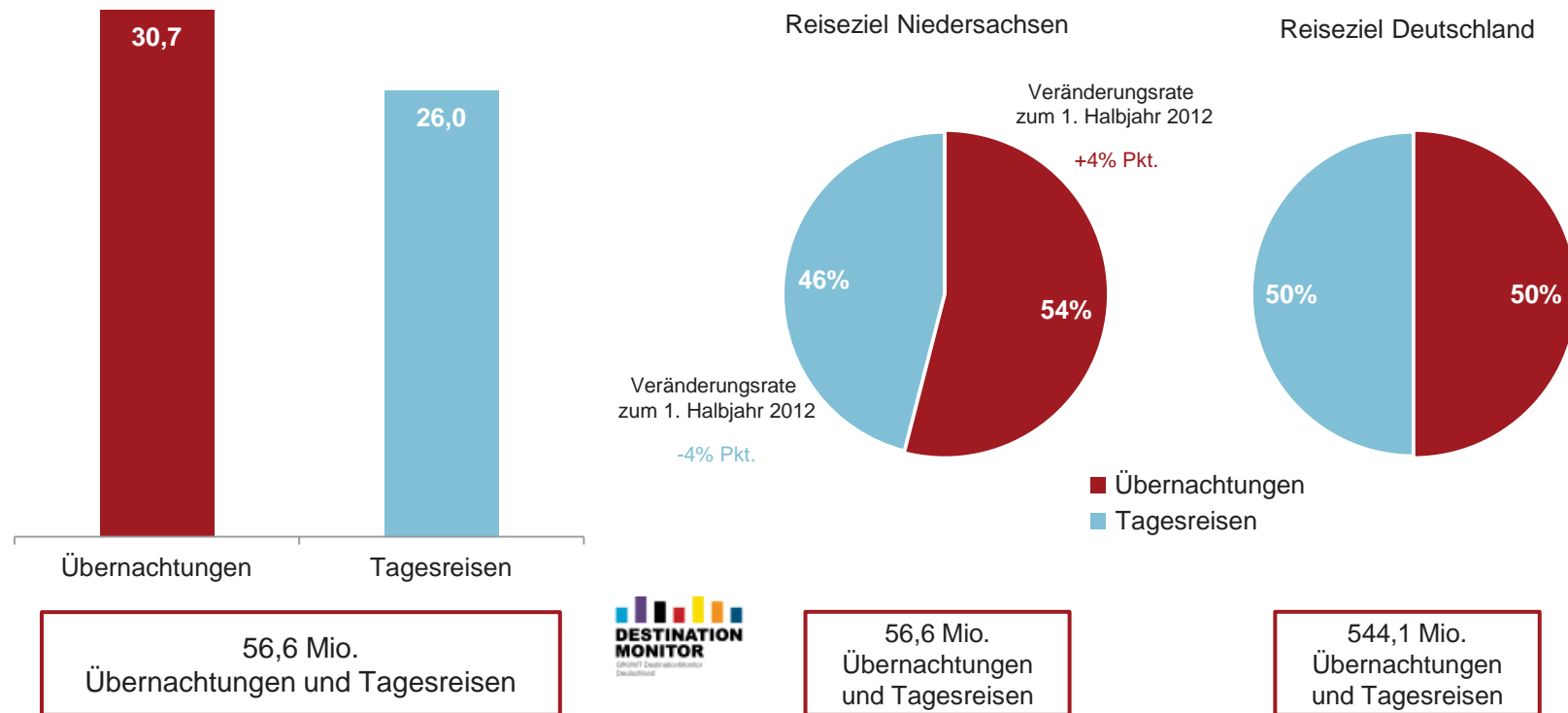




Verhältnis von Übernachtungen und Tagesreisen sowie
Privat- und Geschäftsreisen



Übernachtungstourismus im 1. Halbjahr 2013 bedeutender als Tagestourismus



Bei detaillierter Betrachtung des gesamten touristischen Aufkommens in Niedersachsen im 1. Halbjahr 2013 ist der Übernachtungstourismus der größere Volumenbringer. Er trägt mit 54% zum größeren Teil der insgesamt ermittelten 56,6 Mio. Aufenthalte bei. Im Vergleich zum gleichen Zeitraum ein Jahr zuvor, konnte der Anteil um vier Prozentpunkte gesteigert werden. Im Bundesschnitt tragen Tages- und Übernachtungstourismus zu gleichen Teilen zum Gesamtvolumen bei.

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

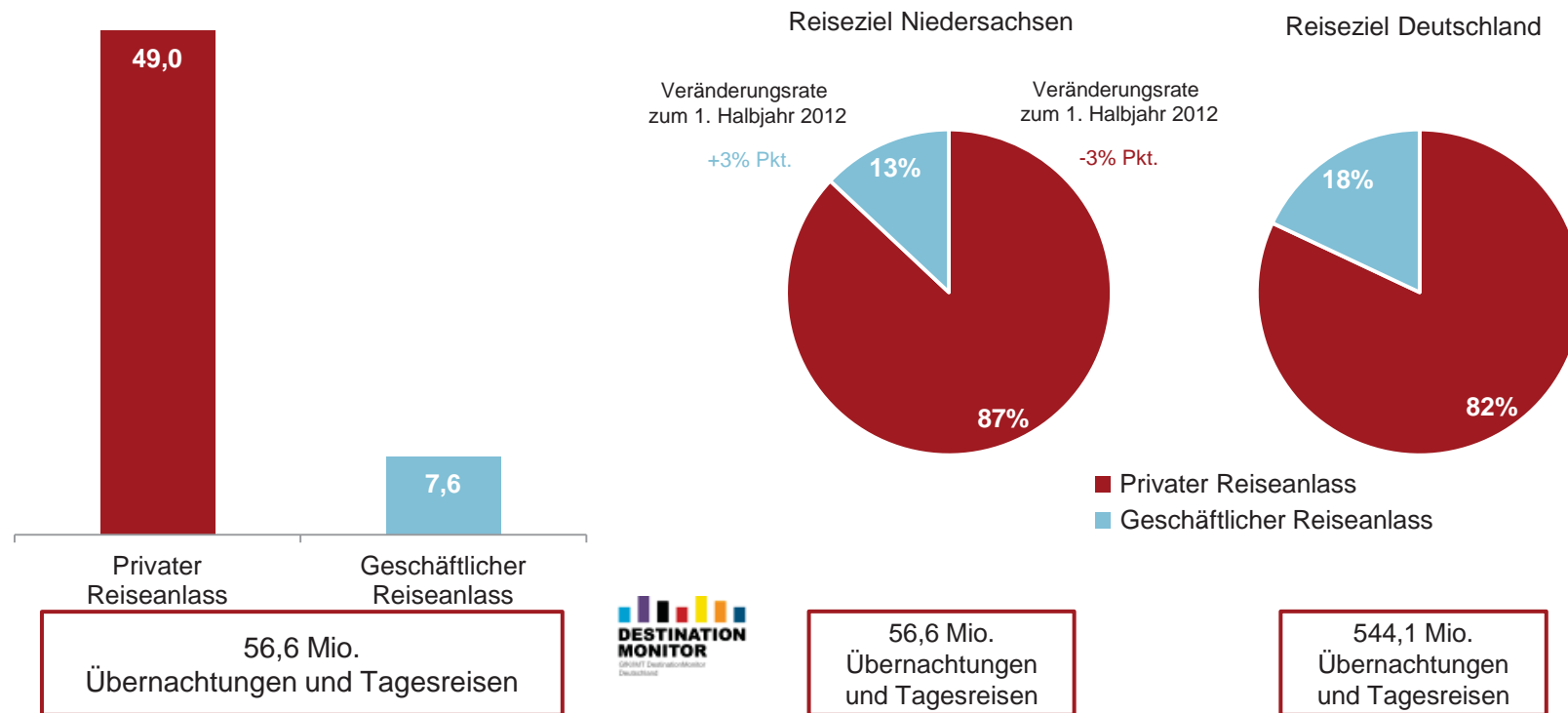
Mögliche Abweichungen sind rundungsbedingt.

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland, Statistisches Bundesamt





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



Auch in der Gesamtschau des touristischen Aufkommens der Inländer im 1. Halbjahr 2013 dominieren die privaten Aufenthalte (Summe aus den Übernachtungen der Privatreisenden und den Aufenthalten der privaten Tagesgäste). 87% der Aufenthalte hatten einen privaten Hintergrund. Auch aufgrund des Wachstums des Anteils der geschäftlichen Tagesreisen stieg jedoch der Anteil der geschäftlichen Aufenthalte im Gegensatz zum gleichen Zeitraum ein Jahr zuvor um drei Prozentpunkte.

* 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

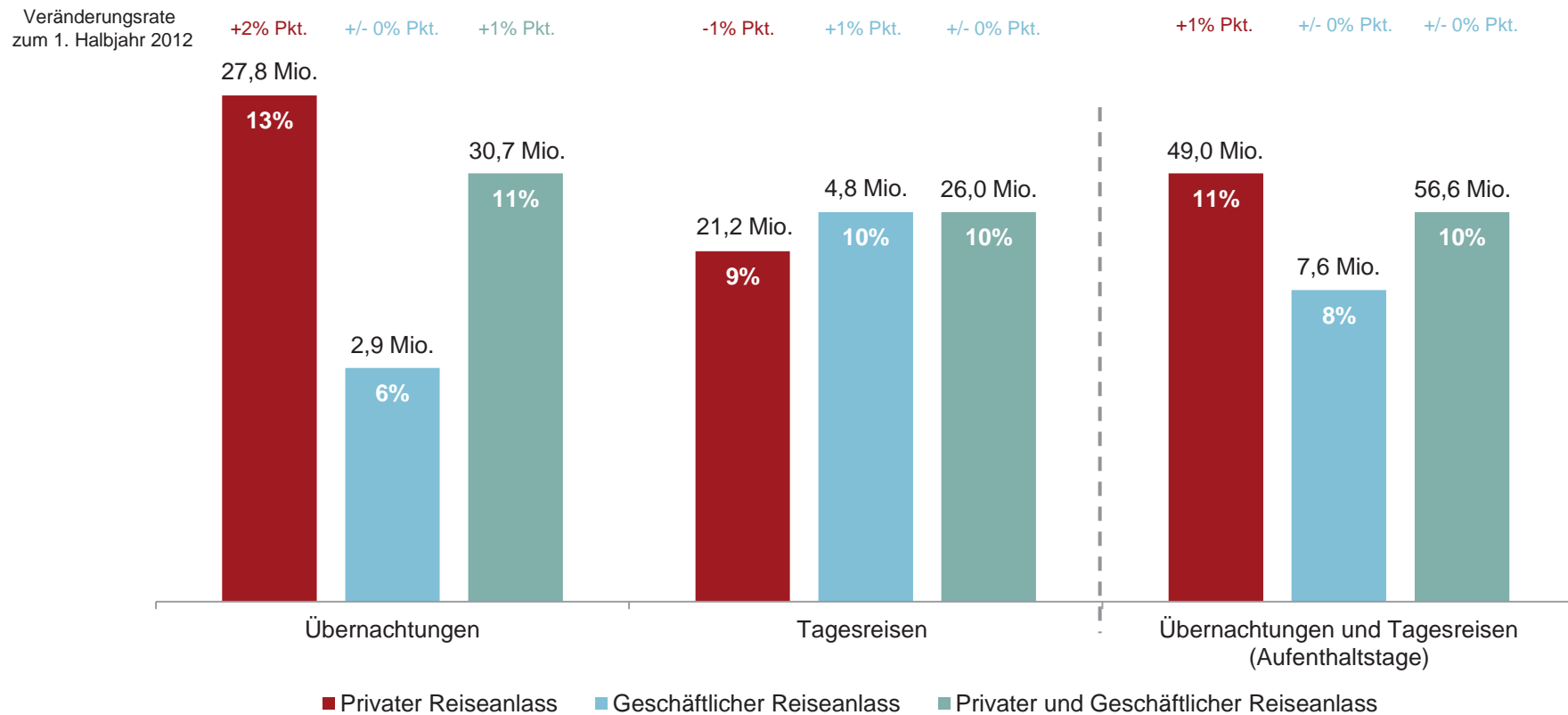




Marktanteile



13% Marktanteil bei privaten Übernachtungen in der ersten Jahreshälfte



Die große Bedeutung des Privatsektors in Niedersachsen spiegelt sich auch in den Marktanteilen im 1. Halbjahr 2013 wider. Mit den 13% Marktanteil an Deutschland liegt Niedersachsen auf Platz 2 im Bundeslandvergleich. Zudem konnte der Marktanteil der privaten Übernachtungen im Vergleich zum 1. Halbjahr 2012 um zwei Prozentpunkte gesteigert werden. Bei der Betrachtung des touristischen Gesamtaufkommens kommt Niedersachsen in der ersten Jahreshälfte auf einen Marktanteil von 10% und erreicht somit den Wert aus dem Vergleichszeitraum.

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

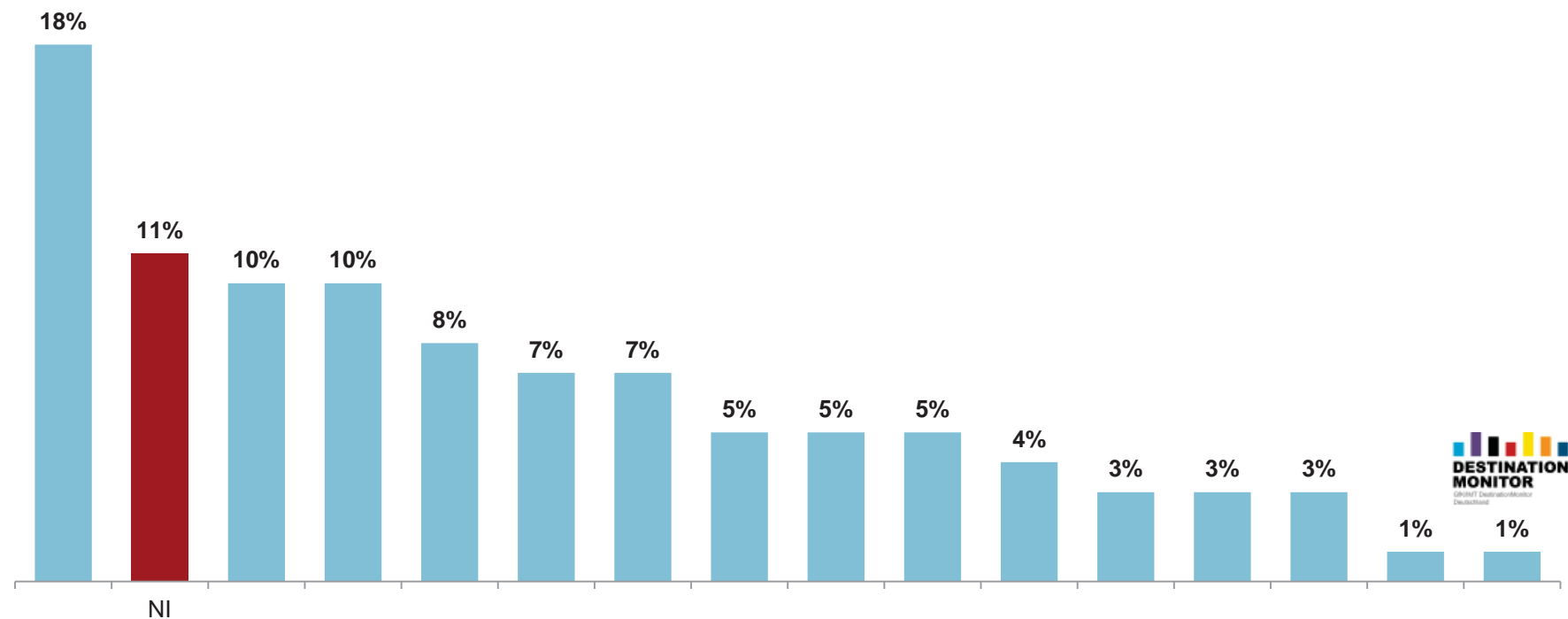
Mögliche Abweichungen sind rundungsbedingt.

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland, Statistisches Bundesamt





Platz 2 beim Marktanteil inländischer Übernachtungen im 1. Halbjahr 2013



Mit den 30,7 Mio. gemessenen inländischen Übernachtungen im 1. Halbjahr 2013 erreicht Niedersachsen einen Marktanteil an Deutschland von 11% und liegt damit auf Platz 2 im Bundeslandvergleich. Ein Bundesland kann fast ein Fünftel des gesamten inländischen Übernachtungsvolumens im 1. Halbjahr auf sich vereinen und liegt damit an erster Stelle.

* 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

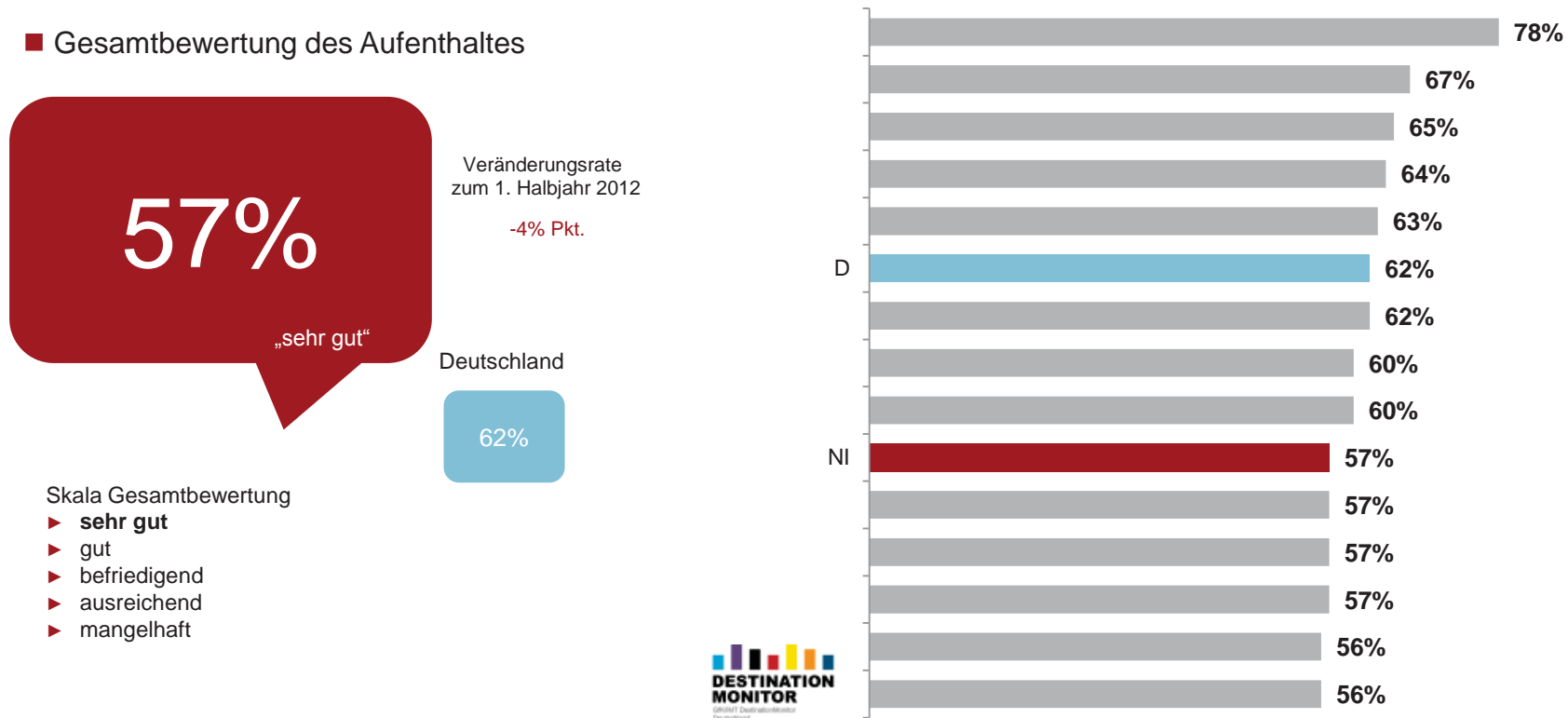




Urlaubsreisen:
Kennzahlen zur Qualitätseinschätzung



57% der inländischen Urlaubsgäste bewerten ihren Aufenthalt im 1. Halbjahr 2013 mit „sehr gut“



Mehr als jeder zweite Urlaubsgast bewertet seinen niedersächsischen Urlaubsaufenthalt im 1. Halbjahr 2013 mit sehr gut. Mit diesem Wert liegt Niedersachsen im Bundeslandvergleich auf den hinteren Plätzen, unterhalb des Deutschland Wertes. Im Vergleich zum 1. Halbjahr 2012 ist der Wert zudem um vier Prozentpunkte gefallen. Der Wert derjenigen, die den Urlaubsaufenthalt mit „gut“ bewerten liegt bei 38% und konnte im Vergleich zum 1. Halbjahr 2013 um vier Prozentpunkte gesteigert werden (hier nicht aufgeführt).

nicht dargestellte Bundesländer: geringe Fallzahl



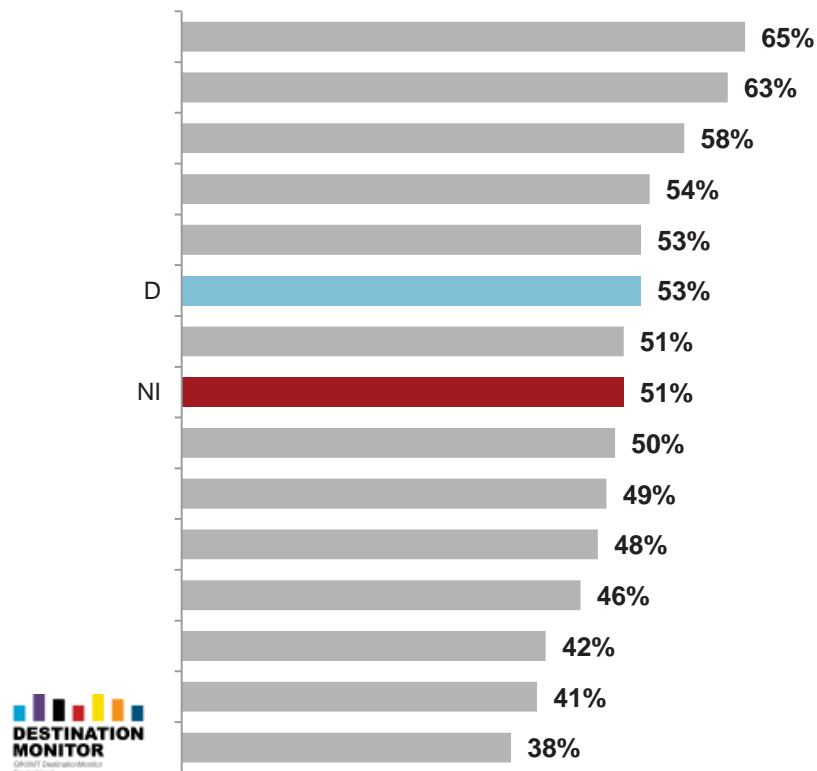
Jeder zweite Urlaubsgast möchte Niedersachsen „ganz bestimmt“ wiederbesuchen

■ Wiederbesuchsabsicht



Skala Wiederbesuchsabsicht

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



Jeder zweite Urlaubsgast möchte Niedersachsen „ganz bestimmt“ wiederbesuchen. Mit der gemessenen Wiederbesuchsabsicht von 51% liegt Niedersachsen im Benchmark der Bundesländer knapp unter dem Bundesschnitt von 53% im Mittelfeld. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum hat sich der Wert um drei Prozentpunkte verringert. Auffallend ist, dass bei fast allen Bundesländern trotz der recht hohen Werte zur Gesamtzufriedenheit, die Wiederbesuchsabsicht deutlich geringer ist.

nicht dargestellte Bundesländer: geringe Fallzahl

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland





Weiterempfehlungsbereitschaft hoch, jedoch im Vergleich unterdurchschnittlich



Die Weiterempfehlungsbereitschaft liegt mit 69% im 1. Halbjahr 2013 wieder auf einem höheren Niveau jedoch unter dem Bundesschnitt von 73%. Auch die Quote zur Weiterempfehlung hat sich im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um vier Prozentpunkte verringert. Der Wert für die Urlaubsgäste die Niedersachsen als Urlaubsreiseziel „wahrscheinlich“ weiterempfehlen liegt bei 22% und konnte um drei Prozentpunkte gesteigert werden (hier nicht aufgeführt).

nicht dargestellte Bundesländer: geringe Fallzahl



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.

