

# DESTINATION BRAND 16

## DIE THEMENKOMPETENZ DEUTSCHER REISEZIELE

*Berichtsband für das Reiseziel Uckermark*

Kundenorientierte Themenstudie | Insgesamt 17.000 Befragte | Bevölkerungsrepräsentativ  
Untersuchung der Themeneignung von 172 deutschen Reisezielen

Projektdurchführung  
und -weiterentwicklung:



Konzepte | Studien      Management | Prozessbegleitung  
Marktforschung | Destination Brand      Trainings | Coaching

Wissenschaftlicher  
Kooperationspartner:



Führendes Hochschulinstitut im Tourismus

Datenerhebung:



Das größte deutsche Marktforschungsinstitut

## Rechtlicher Hinweis:

Die Ergebnisse der Themenstudie Destination Brand 16 werden durch die inspektour GmbH herausgegeben. Das Institut für Management und Tourismus (IMT) der FH Westküste flankiert als wissenschaftlicher Kooperationspartner.

inspektour und das IMT sind generell daran interessiert, ausgewählte Ergebnisse in Form von Publikationen zu veröffentlichen. Die Urheberrechte, sofern nicht gesondert gekennzeichnet, liegen bei der inspektour GmbH.

Die Auswertungsrechte liegen bei der inspektour GmbH. Eine uneingeschränkte Nutzung der Auswertungsergebnisse ist nicht gestattet. Es ist den Beziehern jedoch erlaubt, einzelne Resultate im Rahmen eigener Werke unter Nennung der Bezugsquelle der Erhebung/Auswertung und zwar wie folgt: „inspektour GmbH“ weiterzugeben oder zu veröffentlichen. In jeglichen Zweifelsfällen ist vorher die Zustimmung der inspektour GmbH einzuholen.

Die Weitergabe des Berichtsbandes oder von Teilen daraus ist ohne schriftliche Genehmigung durch den Herausgeber nicht gestattet.

## Gliederung

|   |            |
|---|------------|
| <b>1 MANAGEMENT SUMMARY INKL. ANALYSE-QUADRANT</b>                            | <b>5</b>   |
| <b>2 GRAFISCHER ERGEBNISÜBERBLICK – DESTINATION BRAND 16 IM ZEITVERGLEICH</b> | <b>13</b>  |
| 2.1 Kurzüberblick zur Methodik  | 14         |
| 2.2 Nachfrage: Allgemeines Interessentenpotenzial                             | 16         |
| 2.3 Angebot: Gestützte Themeneignung  | 22         |
| 2.4 Konkurrenz: Vergleich mit Wettbewerbern je Thema                          | 30         |
| 2.5 Fact Sheets zur Wettbewerbssituation je Thema                             | 39         |
| <b>3 ÜBERBLICK ÜBER STUDIENREIHE DESTINATION BRAND</b>                        | <b>51</b>  |
| <b>4 DESIGN DER STUDIE DESTINATION BRAND 16</b>                               | <b>56</b>  |
| 4.1 Methodik der Studie Destination Brand 16                                  | 57         |
| 4.2 Übersicht der untersuchten touristischen Themen                           | 60         |
| 4.3 Übersicht der untersuchten Destinationen                                  | 61         |
| <b>5 NACHFRAGE: ALLGEMEINES INTERESSENTENPOTENZIAL JE THEMA IM DETAIL</b>     | <b>63</b>  |
| <b>6 ANGEBOT: BEURTEILUNG DER GESTÜTZTEN THEMENEIGNUNG IM DETAIL</b>          | <b>75</b>  |
| 6.1 Univariate Auswertungsergebnisse  | 76         |
| 6.2 Soziodemografische Differenzierungen                                      | 88         |
| 6.3 Zielgruppenanalyse  | 105        |
| <b>7 KONKURRENZ: VERGLEICH MIT WETTBEWERBERN JE THEMA</b>                     | <b>118</b> |
| 7.1 Top 10 Destinationen zur ungestützten Themeneignung (Top of Mind)         | 119        |
| 7.2 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung                            | 141        |
| 7.2.1 Kategorie 1: Regionen allgemein   | 142        |
| 7.2.2 Kategorie 2: Alle untersuchten Destinationen                            | 167        |

## Gliederung

|   |            |
|---|------------|
| <b>8 BETEILIGTE INSTITUTE UND ANSPRECHPARTNER</b>                                   | <b>207</b> |
| 8.1 inspektour GmbH – Tourismus und Regionalentwicklung                             | 208        |
| 8.2 GfK – Growth from Knowledge   | 210        |
| 8.3 Institut für Management und Tourismus (IMT)                                     | 212        |
| 8.4 analytix – Institut für quantitative Marktforschung & statistische Datenanalyse | 214        |
| 8.5 Ansprechpartner zur Destination Brand-Studienreihe                              | 216        |
| <b>9 ANHANG</b>   | <b>217</b> |
| 9.1 Lesebeispiele   | 218        |
| 9.2 Glossar   | 228        |
| 9.3 Fehlerspannen-Nannogramm  | 236        |
| 9.4 Literaturangaben zum Überblick über Studienreihe Destination Brand              | 239        |
| <b>IMPRESSUM</b>  | <b>241</b> |

## Gliederung

|  |     |
|--|-----|
| 1 MANAGEMENT SUMMARY INKL. ANALYSE-QUADRANT                            | 5   |
| 2 GRAFISCHER ERGEBNISÜBERBLICK – DESTINATION BRAND 16 IM ZEITVERGLEICH | 13  |
| 3 ÜBERBLICK ÜBER STUDIENREIHE DESTINATION BRAND                        | 51  |
| 4 DESIGN DER STUDIE DESTINATION BRAND 16                               | 56  |
| 5 NACHFRAGE: ALLGEMEINES INTERESSENTENPOTENZIAL JE THEMA IM DETAIL     | 63  |
| 6 ANGEBOT: BEURTEILUNG DER GESTÜTZTEN THEMENEIGNUNG IM DETAIL          | 75  |
| 7 KONKURRENZ: VERGLEICH MIT WETTBEWERBERN JE THEMA                     | 118 |
| 8 BETEILIGTE INSTITUTE UND ANSPRECHPARTNER                             | 207 |
| 9 ANHANG   | 217 |
| IMPRESSUM  | 241 |

## 1. Management Summary

Der vorliegende Berichtsband beinhaltet eine Detailauswertung der Studie „**Destination Brand 16 – Die Themenkompetenz deutscher Reiseziele**“ für das Reiseziel Uckermark. Das Management Summary gibt einen Kurzüberblick über die Studie und fasst die Kernergebnisse des umfassenden Berichtsbands für die Uckermark zusammen.

Für die Erstellung der Studienreihe Destination Brand arbeitet inspektour mit einem kompetenten Partnernetzwerk zusammen, das eine ganzheitliche Methodenkompetenz bietet. Das Institut für Management und Tourismus (IMT) der FH Westküste ist als wissenschaftliche Beratung tätig. Die Datenbasis der etablierten Studie wird in Zusammenarbeit mit dem Marktforschungsunternehmen GfK erhoben.

Mit **Destination Brand 16** wird für Reiseziele des deutschen Inlandstourismus die Themeneignung aus Sicht der deutschen Bevölkerung ermittelt. Dabei wurden im Rahmen der Studie insgesamt 63 Urlaubsorten / -aktivitäten berücksichtigt, welche sich in sechs Allgemeine Themen sowie 57 weitere Spezialthemen unterteilen. Die Allgemeinen Themen „Gesundheit“, „Kulinarik“, „Kultur“, „Natur“, „Wellness“ und „Landurlaub“ wurden für alle untersuchten Reiseziele abgefragt. Im Falle der Spezialthemen konnten durch die jeweiligen Destinationsverantwortlichen fünf relevante Themen ausgewählt werden bzw. wurden durch inspektour auf Basis einer fundierten Recherche festgelegt. Hinsichtlich des Reiseziels Uckermark entfiel die Auswahl durch die tmu Tourismus Marketing Uckermark auf die Themen „Familienurlaub“, „Nachhaltiger Urlaub“, „Rad fahren“, „Wandern“ sowie „Wassersport“.

Den Grundansatz des strategischen Managements aufgreifend, wird im Rahmen des Berichtsbands die Themenkompetenz der Uckermark in Form einer **dreidimensionalen Wettbewerbsanalyse** untersucht:

- **1. Dimension „Nachfrage“:** allgemeines (d.h. reisezielunabhängiges) Interessentenpotenzial je Thema
- **2. Dimension „Angebot“:** zugesprochene Themeneignung der jeweiligen Destination
- **3. Dimension „Konkurrenz“:** relative Wettbewerbsplatzierung der jeweiligen Destination in verschiedenen Kategorien

Aufgrund der identischen Methodik zu den Vorgängerstudien Destination Brand 10 und 13 sind zudem für 81 deutsche Inlandsreiseziele dreistufige Zeitvergleiche über einen 6-Jahreszeitraum über alle Untersuchungsdimensionen möglich.

## 1. Management Summary

### Kernergebnisse Dimension „Nachfrage“ (vgl. Kap. 2.2 + 5)

Das allgemeine Interessentenpotenzial der repräsentierten deutschen Bevölkerung wurde in **Destination Brand 16** für insgesamt 61 Urlaubsarten / -aktivitäten ermittelt (Anmerkung: keine Abfrage des allgemeinen Interessentenpotenzials für die zwei Themen „Ärztlich verschriebene Kur“ und „Geschäftsreise (MICE)“). Das allgemeine Interessentenpotenzial ergibt sich dabei aus dem prozentualen Anteil der Top-Two-Box auf der Skala von „5 = sehr großes Interesse“ bis „1 = gar kein Interesse“.

Unter den untersuchten Themen des Uckermark-Portfolios liegt für die Urlaubsaktivitäten „Sich in der Natur aufhalten“ (67%) und „Kulinarische / gastronomische Spezialitäten genießen“ (60%) das höchste allgemeine Interesse vor. Daraufhin folgen die Urlaubsthemen „Wellnessangebote nutzen“ (48%), „Familienurlaub“ (46%), „Wandern“ (44%) und „Kult. Einrichtungen besuchen / Kulturangebote nutzen“ (41%). Unter den Themen des Uckermark-Portfolios liegt für die Urlaubsarten / -aktivitäten „Rad fahren (nicht Mountainbike fahren)“ (35%), „Nachhaltiger Urlaub / Nachhaltige Reise“ (31%), „Landurlaub / Urlaub auf dem Bauern- bzw. Winzerhof“ (29%), „Gesundheitsangebote nutzen (selbstzahlend, nicht Kur)“ (25%) und „Wassersport ausüben (nicht Segeln)“ (21%) das geringste allgemeine Interesse vor.

### Kernergebnisse Dimension „Angebot“ (vgl. Kap. 2.3 + 6)

Im Zuge dieses zentralen Untersuchungsschwerpunktes in **Destination Brand 16** wurde erhoben, für wie geeignet die deutsche Bevölkerung die berücksichtigten Reiseziele für die jeweils untersuchten Urlaubsarten hält (ganz unabhängig von dem eigenen Interesse an den Urlaubsarten bzw. -aktivitäten). Die Eignungsbeurteilung erfolgte jeweils durch diejenigen Befragten, denen die jeweilige Destination bekannt ist – wenn auch nur dem Namen nach („Gestützte Themenkompetenz“). Gemessen wird der „Eignungszuspruch“ anhand des Anteils der Top-Two-Box auf einer mehrstufigen Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“.

Allgemein weist die Uckermark ein verhältnismäßig ausgeglichenes Themeneignungsprofil auf. Unter den elf berücksichtigten Themen für die Uckermark wird der brandenburgischen Region durch die repräsentierte deutsche Bevölkerung die größte Eignung für das Thema „Natururlaub“ (34%) zugesprochen. Ähnlich hoch fällt der Eignungszuspruch der Uckermark für die Aktivitäten „Wandern“ und „Rad fahren (nicht Mountainbike fahren)“ (jeweils 30%) aus. Für alle weiteren Themen der Uckermark liegen die Zustimmungswerte zwischen 15% im Falle des Themas „Kultururlaub / Kulturreise“ und 28% für „Landurlaub / Urlaub auf dem Bauern- bzw. Winzerhof“ und „Familienurlaub“.

#### NACHFRAGE

Höchstes allgemeines  
Interessentenpotenzial für  
„Sich in der Natur  
aufhalten“:  
**67%**

#### ANGEBOT

Höchste gestützte  
Themenkompetenz für  
„Natururlaub“:  
**34%**

## 1. Management Summary

Neben der vorgestellten Eignungsbeurteilung durch die deutsche Bevölkerung insgesamt wurde für das Reiseziel Uckermark im Rahmen der Zielgruppenanalyse (vgl. Kap. 6.3) die Themeneignung differenziert nach ausgewählten Zielgruppen der Tourismus Marketing Uckermark GmbH („Familien mit Kindern“, „Best Ager“, „Neue Bundesländer“ und „Alte Bundesländer“) ausgewertet.

Aufgrund der definitionsbedingten Überschneidungen zwischen den Zielgruppen konnte der Unabhängigkeitstest zur Signifikanz-Überprüfung (Kruskal-Wallis-Test) im Falle der Zielgruppenanalyse ausschließlich hinsichtlich der Fragestellung angewendet werden, ob signifikante Unterschiede zur jeweiligen „Gegengruppe“ bestehen (in der „Gegengruppe“ sind all diejenigen Befragten enthalten, die nicht zu der betreffenden Zielgruppe gehören). Die Ergebnisse der Tests sind auf Seite 106 zusammengefasst.

So ist beispielsweise die erreichte gestützte Themeneignung des Reiseziels Uckermark hinsichtlich des Themas „Wandern“ bei den Zielgruppen „Neue Bundesländer“ (46%) und „Best Ager“ (40%) gegenüber der Gesamtheit der Befragten (30%) jeweils deutlich überdurchschnittlich ausgeprägt, während die erreichten Zustimmungswerte durch die „Alten Bundesländer“ (26%) und „Familien mit Kindern“ (21%) relativ deutlich unter dem Niveau aller Befragten liegen.

Ergänzend zur Zielgruppenanalyse umfasst der Berichtsband für die Uckermark weitere bivariate Auswertungen (vgl. Kap. 6.2), im Zuge derer die Themeneignung der Region differenziert nach folgenden acht Soziodemografie-Kategorien aufgezeigt wird: Geschlecht, Altersklassen, Schulbildung, Haushaltsgröße, Anzahl der Kinder unter 14 Jahren im Haushalt, Haushaltsnettoeinkommen, Ortsgröße und Herkunft der Befragten (Nielsen-Gebiete). Diese Auswertungen bieten eine umfangreiche Grundlage für die Identifizierung weiterer attraktiver Marktpotenziale.

### Kernergebnisse Dimension „Konkurrenz“ (vgl. Kap. 2.4 + 7)

Als ein weiterer zentraler Bestandteil des Berichtsbands wurde eine umfangreiche Konkurrenzanalyse für die Uckermark durchgeführt. In diesem Zuge erfolgte ein Vergleich mit den Wettbewerbern sowohl hinsichtlich der „Themenkompetenz Top of Mind“ (Top 10-Rankings: vgl. Kap. 7.1) als auch bezüglich der „Gestützten Themeneignung“ (vgl. Kap. 7.2). Ergänzend zur Konkurrenzanalyse auf Basis aller Befragten wurden die Auswertungen jeweils auch auf Basis der „Themen-Interessenten“ vorgenommen.

#### ZIELGRUPPEN-ANALYSE

„Wandern“

Überdurchschnittliche  
Eignungsbeurteilung  
durch „Neue  
Bundesländer“  
(46%)



## 1. Management Summary

Im Falle der Konkurrenzanalyse zur „Gestützten Themenkompetenz“ wurde für die Uckermark auf Basis der jeweils erzielten Top-Two-Box-Werte ein Vergleich zu folgenden relevanten Destinationskategorien vorgenommen:

- **Kategorie 1:** „Regionen allgemein“ (103 Destinationen) – Bericht beinhaltet Einzelübersicht für die Uckermark (vgl. Kap. 2.4) und Detailrankings zu den Allgemeinen Themen (vgl. Kap. 7.2.1)
- **Kategorie 2:** „alle untersuchten Destinationen“ (172 Destinationen) – Bericht beinhaltet Einzelübersicht für die Uckermark (vgl. Kap. 2.4) und Detailrankings zu den Allgemeinen Themen sowie den Spezialthemen (vgl. Kap. 7.2.2)
- **Kategorie 3:** „alle in Destination Brand 10 / 13 / 16 durchgängig untersuchten Reiseziele“ (81 Destinationen) – Bericht beinhaltet Einzelübersicht für die Uckermark (vgl. Kap. 2.4)

Die Konkurrenzanalyse je Destinationskategorie enthält für die betreffenden Themen des Uckermark-Portfolios das Ranking der Konkurrenzdestinationen (ohne Ausweisung der Auswertungsergebnisse der Konkurrenten) und den arithmetischen Mittelwert der Destinationskategorie. Die im Folgenden dargestellten Auswertungsergebnisse beziehen sich jeweils auf die Kategorie 2 „alle untersuchten Destinationen je Thema“ auf Basis aller Befragten, da diese für einen umfassenden Gesamtüberblick besonders geeignet ist.

Die Anzahl der berücksichtigten Reiseziele beim Konkurrenzvergleich hinsichtlich der Allgemeinen Themen beträgt jeweils 172. Im Falle der Urlaubsthemen „Landurlaub / Urlaub auf dem Bauern- bzw. Winzerhof“ (Rang 69), „Natururlaub“ (Rang 81) und „Gesundheitsurlaub / -reise (selbstzahlend, nicht Kur)“ (Rang 88) erzielt die Uckermark jeweils Wettbewerbsplatzierungen im oberen Mittelfeld. Hinsichtlich des Themas „Wellnessurlaub / Wellnessreise“ (Platz 109) ist die Uckermark im unteren Mittelfeld des Konkurrenzvergleichs platziert und mit den Themen „Kulinarische Reise“ (Platz 135) und „Kultururlaub / Kulturreise“ (Platz 137) im hinteren Drittel.

Bei den Spezialthemen der Uckermark ist die Anzahl der untersuchten Destinationen je nach Wahl der Destinationsverantwortlichen bzw. der recherche-basierten Festlegung durch inspektour sehr unterschiedlich. Hinsichtlich der Themen „Wassersport ausüben (nicht Segeln)“ (Platz 14 von 22), „Nachhaltigen Urlaub / nachhaltige Reise machen“ (Platz 14 von 23) und „Rad fahren (nicht Mountainbike fahren)“ (Platz 43 von 110) rangiert die Uckermark jeweils im Mittelfeld. Mit den weiteren untersuchten Spezialthemen „Wandern“ (Rang 68 von 100) und „Familienurlaub“ (Rang 61 von 87) nimmt die Uckermark zudem Platzierungen im hinteren Drittel ein.

**KONKURRENZ**  
Nach relevanten  
Destinations-  
kategorien

**KONKURRENZ**  
Allgemeine Themen  
Beste Platzierung  
„Landurlaub / Urlaub auf  
dem Bauern- bzw.  
Winzerhof“  
(Rang 69 von 172)

## 1. Management Summary

Ergänzend kann herausgestellt werden, dass zwischen dem Abschneiden der Uckermark beim Konkurrenzvergleich auf Basis aller Befragten (siehe zuvor vorgestellte Ergebnisse) und auf Basis der „Themen-Interessenten“ nur wenige Unterschiede bestehen. Eine etwas stärkere Abweichung ergibt sich lediglich hinsichtlich der erreichten Platzierung bei dem Thema „Gesundheitsurlaub / -reise (selbstzahlend, nicht Kur)“. Somit sind die vorgestellten Kernaussagen der Konkurrenzanalyse zur „Gestützten Themenkompetenz“ auf Basis aller Befragten auch auf den Konkurrenzvergleich auf Basis der „Themen-Interessenten“ übertragbar.

### Zusammenfassung der dreidimensionalen Wettbewerbsanalyse

Abschließend werden mittels des folgenden Analyse-Quadranten die Kernergebnisse der dreidimensionalen Wettbewerbsanalyse zur Themenkompetenz der Uckermark zusammenfassend visualisiert.

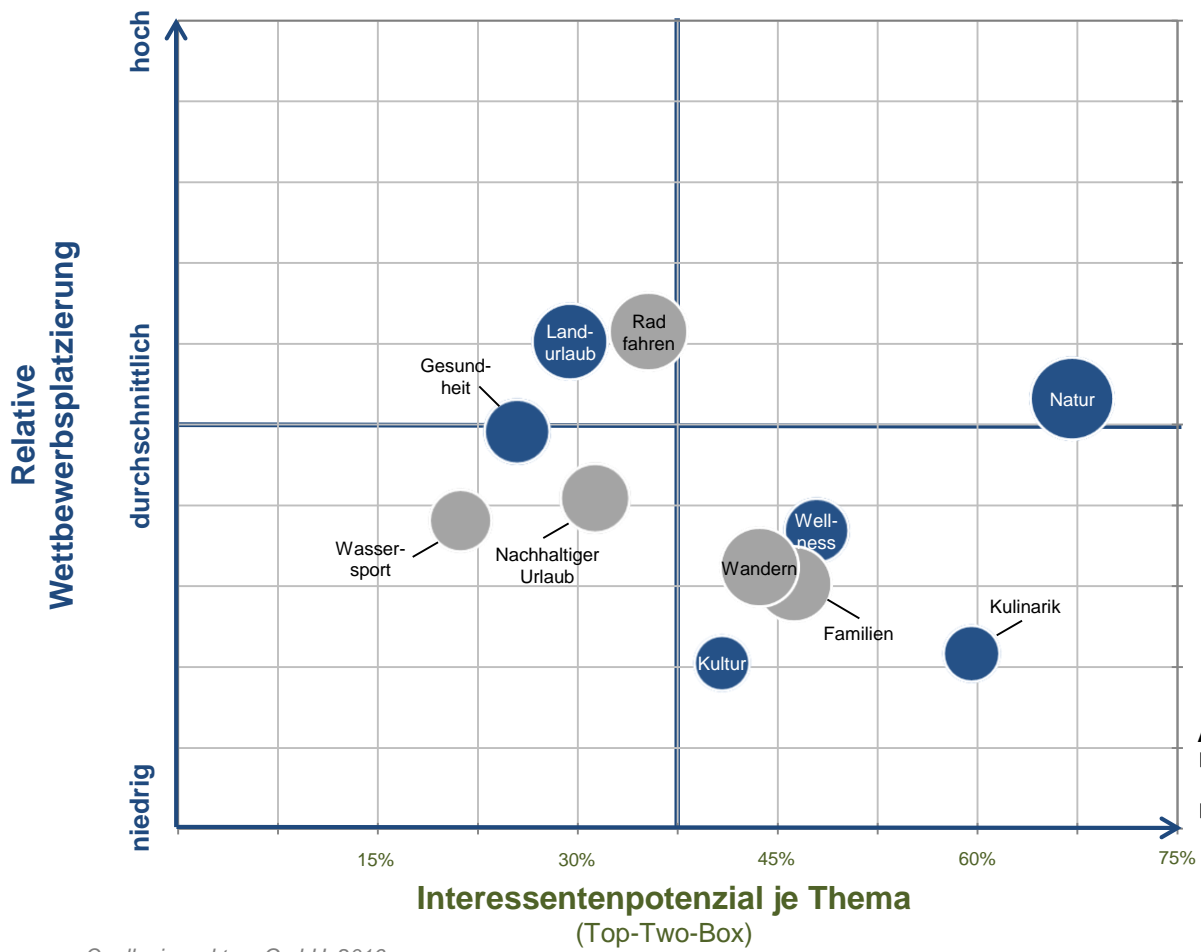
Dabei sind die drei vorgestellten Untersuchungsdimensionen in dem Analyse-Quadranten folgendermaßen berücksichtigt (siehe Folgechart):

- **„Nachfrage“:** Das allgemeine Interessentenpotenzial je Thema wird durch die Position auf der X-Achse (waagrecht) veranschaulicht. Je größer das Interesse der repräsentierten deutschen Bevölkerung an den jeweiligen Urlaubsarten / -aktivitäten ist, umso weiter rechts ordnet sich das jeweilige Thema in dem Quadranten ein.
- **„Angebot“:** Die zugesprochene Themeneignung der Uckermark wird durch die jeweilige Größe der „Themenkreise“ dargestellt. Je größer der jeweilige „Themenkreis“ ist, desto mehr wird der Uckermark von den Befragten für das betreffende Thema für geeignet gehalten.
- **„Konkurrenz“:** Die relative Wettbewerbsplatzierung der Uckermark in der Kategorie 2 „alle untersuchten Destinationen je Thema“ wird durch die Position des jeweiligen Themas auf der Y-Achse (senkrecht) verdeutlicht. Je besser die Uckermark beim Konkurrenzvergleich je Thema abschneidet, umso weiter oben ist das jeweilige Thema in dem Quadranten platziert.

## Analyse-Quadrant Uckermark

> Kategorie für relative Wettbewerbsplatzierung:  
Alle untersuchten Destinationen (bis zu 172 Reiseziele je Thema)

■ Uckermark  
Basis: Alle Befragte  
Anzahl der Befragten: 1.000



● Allgemeine Themen  
● Spezialthemen

**Anmerkungen:**  
 ▶ Größe der Themenkreise = Gestützte Themeneignung des Reiseziels Uckermark  
 ▶ Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016



Quelle: inspektour GmbH, 2016

## 1. Management Summary

Durch den Quadranten wird eine inhaltliche Gesamtbeurteilung der Themen des Uckermark-Portfolios ermöglicht, deren Vorgehensweise exemplarisch anhand der Themen „Natur“ und „Wassersport“ erläutert wird.

Das Thema „Natur“ zeichnet sich durch ein sehr hohes allgemeines Interessentenpotenzial aus (siehe Position weit rechts auf der X-Achse). Auch wird der Uckermark für das Thema „Natur“ eine verhältnismäßig hohe Themeneignung zugesprochen (siehe großer „Themenkreis“), womit das brandenburgische Reiseziel jedoch lediglich eine leicht überdurchschnittliche relative Wettbewerbsplatzierung erreicht (siehe Position im mittleren Bereich auf der Y-Achse).

Demgegenüber fällt das allgemeine Interessentenpotenzial der deutschen Bevölkerung für das Thema „Wassersport“ deutlich geringer aus (siehe Position im linken Bereich auf der X-Achse). Zudem sind die Zustimmungswerte der Uckermark für dieses Thema niedriger ausgeprägt (siehe kleinerer „Themenkreis“). Damit erreicht die Region beim Thema „Wassersport“ eine unterdurchschnittliche relative Wettbewerbsplatzierung (siehe Position im unteren Bereich auf der Y-Achse).

## Gliederung

|   |            |
|---|------------|
| <b>1 MANAGEMENT SUMMARY INKL. ANALYSE-QUADRANT</b>                            | <b>5</b>   |
| <b>2 GRAFISCHER ERGEBNISÜBERBLICK – DESTINATION BRAND 16 IM ZEITVERGLEICH</b> | <b>13</b>  |
| <b>2.1 Kurzübersicht zur Methodik</b>   | <b>14</b>  |
| <b>2.2 Nachfrage: Allgemeines Interessentenpotenzial</b>                      | <b>16</b>  |
| <b>2.3 Angebot: Gestützte Themeneignung</b>                                   | <b>22</b>  |
| <b>2.4 Konkurrenz: Vergleich mit Wettbewerbern je Thema</b>                   | <b>30</b>  |
| <b>2.5 Fact Sheets zur Wettbewerbssituation je Thema</b>                      | <b>39</b>  |
| <b>3 ÜBERBLICK ÜBER STUDIENREIHE DESTINATION BRAND</b>                        | <b>51</b>  |
| <b>4 DESIGN DER STUDIE DESTINATION BRAND 16</b>                               | <b>56</b>  |
| <b>5 NACHFRAGE: ALLGEMEINES INTERESSENTENPOTENZIAL JE THEMA IM DETAIL</b>     | <b>63</b>  |
| <b>6 ANGEBOT: BEURTEILUNG DER GESTÜTZTEN THEMENEIGNUNG IM DETAIL</b>          | <b>75</b>  |
| <b>7 KONKURRENZ: VERGLEICH MIT WETTBEWERBERN JE THEMA</b>                     | <b>118</b> |
| <b>8 BETEILIGTE INSTITUTE UND ANSPRECHPARTNER</b>                             | <b>207</b> |
| <b>9 ANHANG</b>   | <b>217</b> |
| <b>IMPRESSUM</b>  | <b>241</b> |

## 2.1 Kurzübersicht zur Methodik Destination Brand 16

|  |   |
|--|---|
| <p><b>Untersuchungsziel</b></p>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Studie zur <b>Themenkompetenz</b> von deutschen Reisezielen</li> </ul>   |
| <p><b>Untersuchungsschwerpunkte</b></p>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Allgemeines <b>Interesse an Urlaubsthemen</b> (reisezielunabhängig)</li> <li>– <b>Themeneignung je Destination</b> (gestützt und Top of Mind)</li> <li>– <b>Themen- / Zielgruppen-Kombinationen</b> als Produkt- / Marktsegmente</li> </ul>  |
| <p><b>Untersuchungsdesign</b><br/>(analog zu Vorgängerstudien DB 10 + 13!)</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>172 deutsche Zielgebiete</b></li> <li>– <b>Gesamt-Stichprobenumfang:</b> 17.000;<br/>je Destination: 1.000 zur gestützten Themeneignung</li> <li>– Online-Erhebung; Quotenstichprobe</li> <li>– <b>repräsentativ</b> für in Privathaushalten lebende deutschsprachige Bevölkerung im Alter von 14-74 Jahren (56,716 Mio. Personen)</li> </ul> |
| <p><b>Laufzeit</b></p>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Erhebungszeitraum: <b>November / Dezember 2016</b></li> </ul>  |

## Gliederung

|   |            |
|---|------------|
| <b>1 MANAGEMENT SUMMARY INKL. ANALYSE-QUADRANT</b>                            | <b>5</b>   |
| <b>2 GRAFISCHER ERGEBNISÜBERBLICK – DESTINATION BRAND 16 IM ZEITVERGLEICH</b> | <b>13</b>  |
| <b>2.1 Kurzübersicht zur Methodik</b>   | <b>14</b>  |
| <b>2.2 Nachfrage: Allgemeines Interessentenpotenzial</b>                      | <b>16</b>  |
| <b>2.3 Angebot: Gestützte Themeneignung</b>                                   | <b>22</b>  |
| <b>2.4 Konkurrenz: Vergleich mit Wettbewerbern je Thema</b>                   | <b>30</b>  |
| <b>2.5 Fact Sheets zur Wettbewerbssituation je Thema</b>                      | <b>39</b>  |
| <b>3 ÜBERBLICK ÜBER STUDIENREIHE DESTINATION BRAND</b>                        | <b>51</b>  |
| <b>4 DESIGN DER STUDIE DESTINATION BRAND 16</b>                               | <b>56</b>  |
| <b>5 NACHFRAGE: ALLGEMEINES INTERESSENTENPOTENZIAL JE THEMA IM DETAIL</b>     | <b>63</b>  |
| <b>6 ANGEBOT: BEURTEILUNG DER GESTÜTZTEN THEMENEIGNUNG IM DETAIL</b>          | <b>75</b>  |
| <b>7 KONKURRENZ: VERGLEICH MIT WETTBEWERBERN JE THEMA</b>                     | <b>118</b> |
| <b>8 BETEILIGTE INSTITUTE UND ANSPRECHPARTNER</b>                             | <b>207</b> |
| <b>9 ANHANG</b>   | <b>217</b> |
| <b>IMPRESSUM</b>  | <b>241</b> |

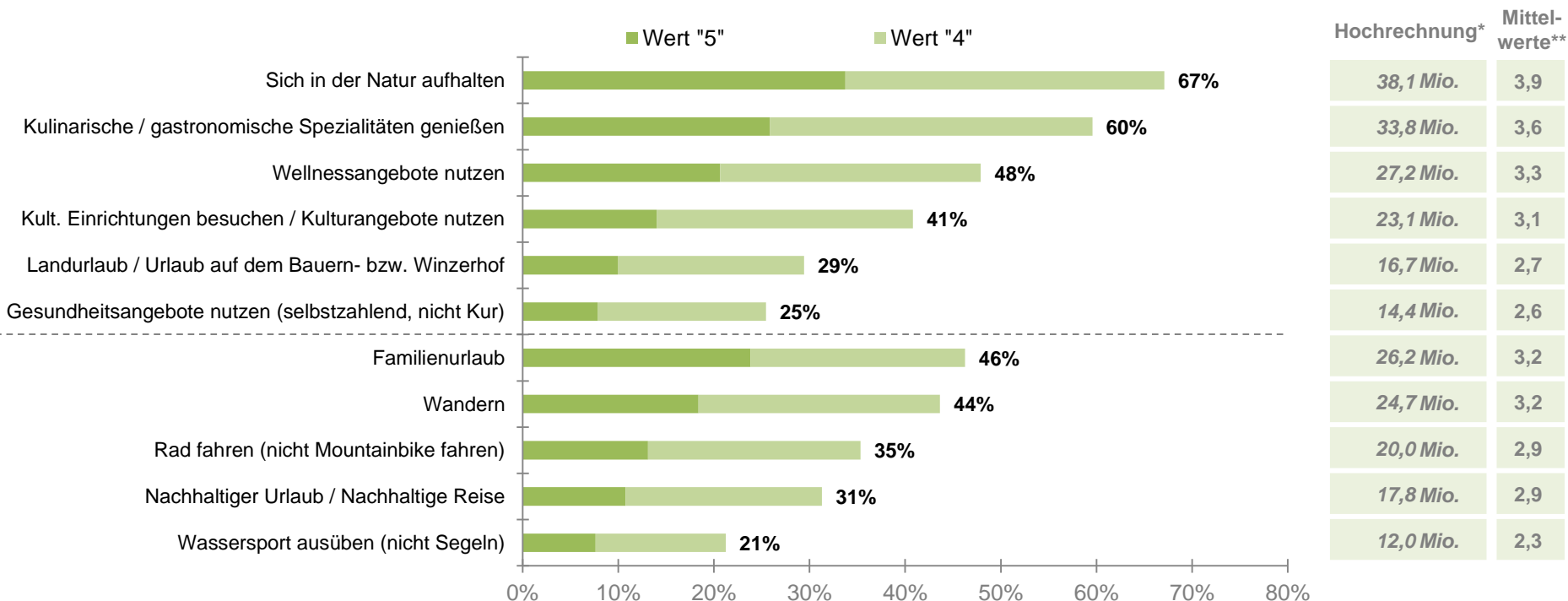
## 2.2 Nachfrage: Allgemeines Interessentenpotenzial

### Allgemeines Interessentenpotenzial der destinationsspezifischen Themen

> Wie groß ist Ihr Interesse an folgenden Urlaubsarten / -aktivitäten (für einen Urlaub mit mindestens einer Übernachtung)?  
> Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr großes Interesse“ bis „1 = gar kein Interesse“ (Angabe in % der Fälle)

### ■ Urlaubsarten / -aktivitäten der Uckermark im Vergleich

Basis: Alle Befragte  
Anzahl der Befragten: 17.000



\* Hochrechnung des absoluten Volumens des Interessentenpotenzials (Anzahl der Personen).

\*\* Skalierung von „5 = sehr großes Interesse“ bis „1 = gar kein Interesse“.





### Ranking der untersuchten Urlaubsthemen zum allgemeinen Interessentenpotenzial auf Basis aller Befragten (Ø = 32%)

Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr großes Interesse“ bis „1 = gar kein Interesse“

|   | % der Fälle | Hochrechnung* |    | % der Fälle  | Hochrechnung* |                  | % der Fälle | Hochrechnung*                                     |     |                  |
|---|-------------|---------------|----|--|---------------|------------------|-------------|---|-----|------------------|
| 1 <b>Sich in der Natur aufhalten</b>                                | 67%         | 38,1 Mio.     | 22 | Events besuchen  | 37%           | 20,9 Mio.        | 43          | E-Bikes / Pedellecs / Elektroräder nutzen         | 22% | 12,2 Mio.        |
| 2 Städtereise   | 66%         | 37,7 Mio.     | 23 | Lebendige „Szene“ erleben                                    | 36%           | 20,5 Mio.        | 44          | Campingurlaub / Caravaningurlaub                  | 21% | 12,1 Mio.        |
| 3 Spektakuläre Landschaft erleben                                   | 66%         | 37,4 Mio.     | 24 | Fähr- und Kreuzfahrturlaub                                   | 36%           | 20,4 Mio.        | 45          | <b>Wassersport ausüben (nicht Segeln)</b>         | 21% | <b>12,0 Mio.</b> |
| 4 Bade- / Strandurlaub  | 63%         | 35,6 Mio.     | 25 | <b>Rad fahren (nicht Mountainbike fahren)</b>                | 35%           | <b>20,0 Mio.</b> | 46          | Bierreise (Besuch von Brauhäusern und Brauereien) | 18% | 10,2 Mio.        |
| 5 <b>Kulinarische / gastronomische Spezialitäten genießen</b>       | 60%         | 33,8 Mio.     | 26 | Freizeitparks besuchen                                       | 35%           | 19,6 Mio.        | 47          | Yoga / Meditation                                 | 17% | 9,8 Mio.         |
| 6 Angebote in der Nebensaison nutzen                                | 59%         | 33,4 Mio.     | 27 | Kultur- / Musikfestivals besuchen                            | 34%           | 19,4 Mio.        | 48          | Bergbau erleben                                   | 17% | 9,8 Mio.         |
| 7 Burgen, Schlösser, Dome besuchen                                  | 50%         | 28,5 Mio.     | 28 | „Winter am Meer“ erleben                                     | 33%           | 18,7 Mio.        | 49          | Martin Luthers Spuren entdecken                   | 17% | 9,7 Mio.         |
| 8 Sich aktiv im und am Wasser aufhalten                             | 48%         | 27,4 Mio.     | 29 | Luxusurlaub / Luxusreise                                     | 33%           | 18,6 Mio.        | 50          | Filmtourismus (z.B. Drehorte besuchen)            | 17% | 9,7 Mio.         |
| 9 <b>Wellnessangebote nutzen</b>                                    | 48%         | 27,2 Mio.     | 30 | Kirchen und Klöster der Backsteingotik besuchen              | 32%           | 18,2 Mio.        | 51          | Thalassoangebote nutzen                           | 16% | 9,3 Mio.         |
| 10 Gärten / Parks besuchen  | 46%         | 26,3 Mio.     | 31 | <b>Nachhaltiger Urlaub / Nachhaltige Reise</b>               | 31%           | <b>17,8 Mio.</b> | 52          | Mountainbike fahren                               | 16% | 9,1 Mio.         |
| 11 <b>Familienurlaub</b>  | 46%         | 26,2 Mio.     | 32 | <b>Landurlaub / Urlaub auf dem Bauern- bzw. Winzerhof</b>    | 29%           | <b>16,7 Mio.</b> | 53          | Nordic Walking                                    | 15% | 8,5 Mio.         |
| 12 Schlösser, Herrenhäuser, Parks & Gärten besuchen                 | 46%         | 26,2 Mio.     | 33 | Winterurlaub   | 29%           | 16,5 Mio.        | 54          | Barrierefreier Urlaub / Barrierefreie Reise       | 15% | 8,3 Mio.         |
| 13 Informationen über die Natur erhalten                            | 44%         | 25,0 Mio.     | 34 | <b>Gesundheitsangebote nutzen (selbstzahlend, nicht Kur)</b> | 25%           | <b>14,4 Mio.</b> | 55          | Motorrad fahren                                   | 14% | 8,2 Mio.         |
| 14 Romantik erleben   | 44%         | 24,9 Mio.     | 35 | Angebote zur Industriekultur besuchen                        | 25%           | 13,9 Mio.        | 56          | Klettern  | 14% | 7,9 Mio.         |
| 15 Weihnachtsmärkte besuchen  | 44%         | 24,8 Mio.     | 36 | Weinreise  | 24%           | 13,7 Mio.        | 57          | Segeln  | 14% | 7,7 Mio.         |
| 16 <b>Wandern</b>   | 44%         | 24,7 Mio.     | 37 | Sportveranstaltungen besuchen (aktiv & passiv)               | 24%           | 13,6 Mio.        | 58          | Reiten  | 13% | 7,4 Mio.         |
| 17 <b>Kulturelle Einrichtungen besuchen / Kulturangebote nutzen</b> | 41%         | 23,1 Mio.     | 38 | Bauhaus und Architektur der klassischen Moderne erleben      | 24%           | 13,5 Mio.        | 59          | Surfen / Kiten                                    | 12% | 6,6 Mio.         |
| 18 UNESCO Welterbestätten besuchen                                  | 40%         | 22,9 Mio.     | 39 | Märchen und Sagen erleben                                    | 22%           | 12,6 Mio.        | 60          | Angeln  | 10% | 5,8 Mio.         |
| 19 Shoppingmöglichkeiten nutzen                                     | 40%         | 22,8 Mio.     | 40 | Wintersport ausüben (z.B. Langlauf, Abfahrt)                 | 22%           | 12,6 Mio.        | 61          | Golf spielen (nicht Minigolf)                     | 9%  | 5,4 Mio.         |
| 20 Zoos besuchen  | 38%         | 21,7 Mio.     | 41 | Sporturlaub  | 22%           | 12,4 Mio.        |             |   |     |                  |
| 21 Museen, Ausstellungen oder Kunstmuseen besuchen                  | 37%         | 21,1 Mio.     | 42 | Brauchtumsveranstaltungen besuchen                           | 22%           | 12,2 Mio.        |             |   |     |                  |

\* Hochrechnung des absoluten Volumens des Interessentenpotenzials (Anzahl der Personen).

► **Anmerkung:** Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016



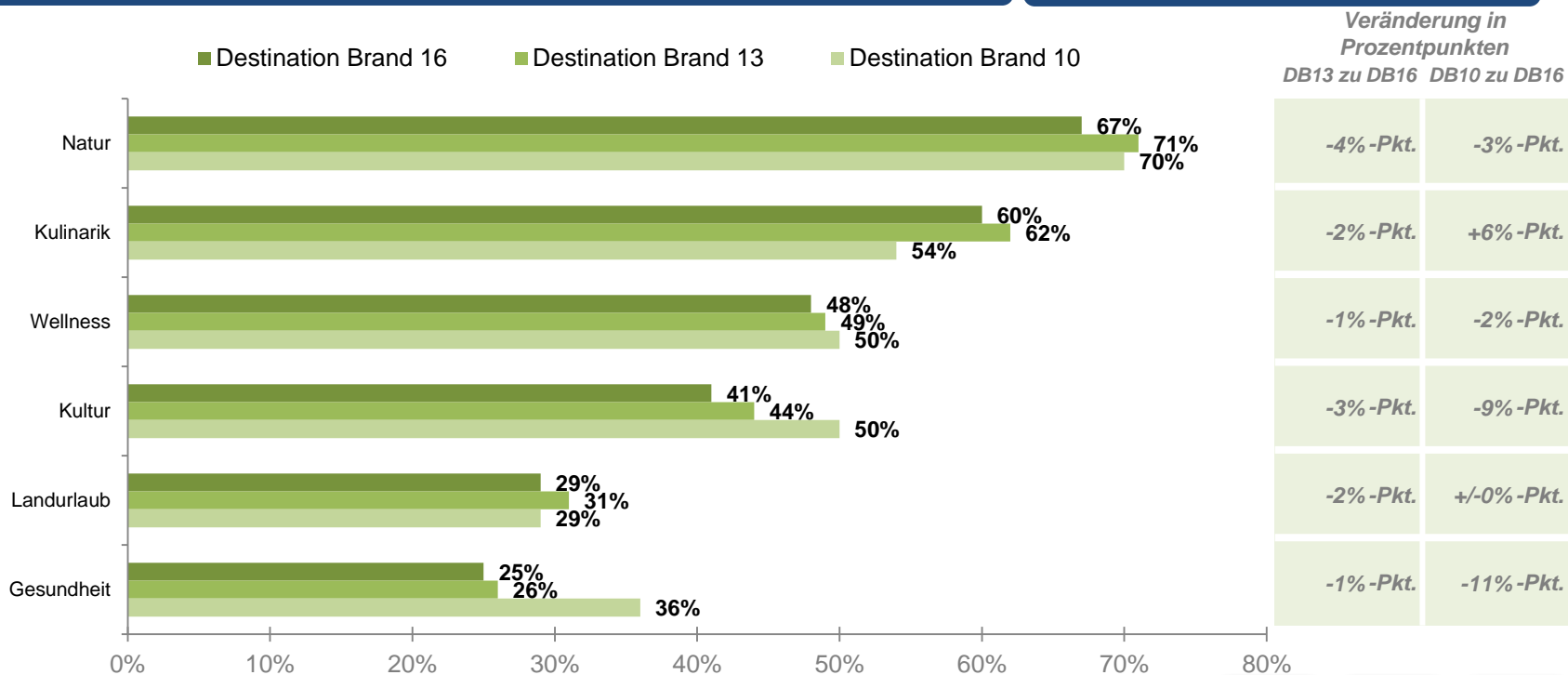
## 2.2 Nachfrage: Allgemeines Interessentenpotenzial

### Allgemeines Interessentenpotenzial der Allgemeinen Themen

- > Wie groß ist Ihr Interesse an folgenden Urlaubsarten / -aktivitäten (für einen Urlaub mit mindestens einer Übernachtung)?
- > Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr großes Interesse“ bis „1 = gar kein Interesse“ (Angabe in % der Fälle)

### ■ Urlaubsarten / -aktivitäten der Uckermark im Vergleich

**Basis:** Alle Befragte  
**Anzahl der Befragten:** mind. 8.200



**Anmerkung:** Das Thema „Gesundheit“ wurde im Rahmen der Studie Destination Brand 10 als „Gesundheitsurlaub / -reise (nicht Kur)“ abgefragt, im Rahmen der Studien Destination Brand 13 und 16 erfolgte die Abfrage als „Gesundheitsurlaube / Gesundheitsreise (nicht Kur, selbstzahlend)“.

Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2010 / 2013; inspektour GmbH, 2016



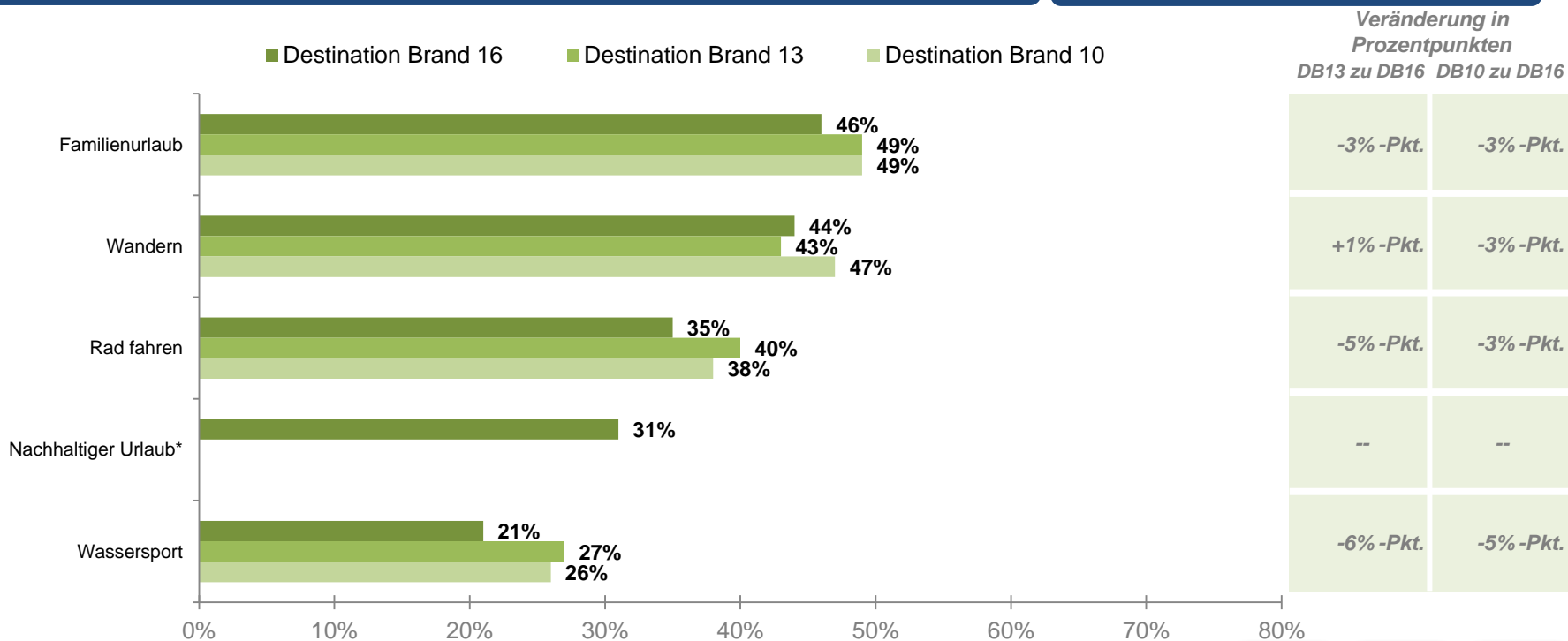
## 2.2 Nachfrage: Allgemeines Interessentenpotenzial

### Allgemeines Interessentenpotenzial der Spezialthemen

- > Wie groß ist Ihr Interesse an folgenden Urlaubsarten / -aktivitäten (für einen Urlaub mit mindestens einer Übernachtung)?
- > Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr großes Interesse“ bis „1 = gar kein Interesse“ (Angabe in % der Fälle)

### ■ Urlaubsarten / -aktivitäten der Uckermark im Vergleich

**Basis:** Alle Befragte  
**Anzahl der Befragten:** mind. 8.200



\* Thema wurde im Rahmen der Vorgängerstudien Destination Brand 10 und 13 nicht erhoben.



## 2.2 Nachfrage: Allgemeines Interessentenpotenzial

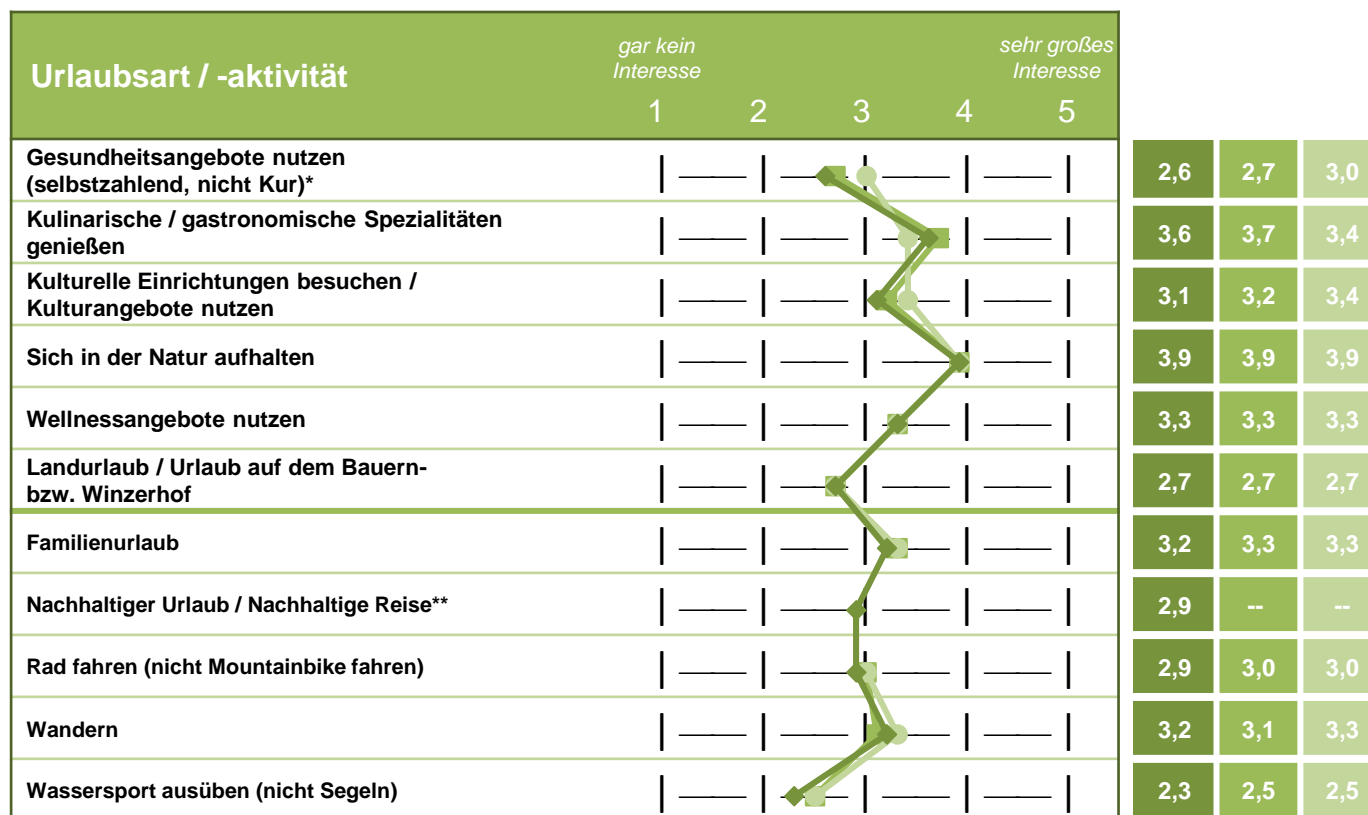
### Interessentenpotenzial – Polaritätsprofil

> Mittelwerte (Skala von „5 = sehr großes Interesse“ bis „1 = gar kein Interesse“)

### ■ Urlaubsarten / -aktivitäten der Uckermark im Vergleich

Basis: Alle Befragte  
Anzahl der Befragten: mind. 8.200

- Interessentenpotenzial Destination Brand 16
- Interessentenpotenzial Destination Brand 13
- Interessentenpotenzial Destination Brand 10



\* Das Thema „Gesundheit“ wurde im Rahmen der Studie Destination Brand 10 als „Gesundheitsurlaub / -reise (nicht Kur)“ abgefragt, im Rahmen der Studie Destination Brand 13 erfolgte die Abfrage als „Gesundheitsurlaube / Gesundheitsreise (nicht Kur, selbstzahlend)“.

\*\* Das Thema wurde im Rahmen der Vorgängerstudien Destination Brand 10 und 13 nicht erhoben.



## Gliederung

|   |            |
|---|------------|
| <b>1 MANAGEMENT SUMMARY INKL. ANALYSE-QUADRANT</b>                            | <b>5</b>   |
| <b>2 GRAFISCHER ERGEBNISÜBERBLICK – DESTINATION BRAND 16 IM ZEITVERGLEICH</b> | <b>13</b>  |
| 2.1 Kurzübersicht zur Methodik  | 14         |
| 2.2 Nachfrage: Allgemeines Interessentenpotenzial                             | 16         |
| 2.3 Angebot: Gestützte Themeneignung  | 22         |
| 2.4 Konkurrenz: Vergleich mit Wettbewerbern je Thema                          | 30         |
| 2.5 Fact Sheets zur Wettbewerbssituation je Thema                             | 39         |
| <b>3 ÜBERBLICK ÜBER STUDIENREIHE DESTINATION BRAND</b>                        | <b>51</b>  |
| <b>4 DESIGN DER STUDIE DESTINATION BRAND 16</b>                               | <b>56</b>  |
| <b>5 NACHFRAGE: ALLGEMEINES INTERESSENTENPOTENZIAL JE THEMA IM DETAIL</b>     | <b>63</b>  |
| <b>6 ANGEBOT: BEURTEILUNG DER GESTÜTZTEN THEMENEIGNUNG IM DETAIL</b>          | <b>75</b>  |
| <b>7 KONKURRENZ: VERGLEICH MIT WETTBEWERBERN JE THEMA</b>                     | <b>118</b> |
| <b>8 BETEILIGTE INSTITUTE UND ANSPRECHPARTNER</b>                             | <b>207</b> |
| <b>9 ANHANG</b>   | <b>217</b> |
| <b>IMPRESSUM</b>  | <b>241</b> |

## 2.3 Angebot: Gestützte Themeneignung

### Gestützte Themeneignung für die jeweiligen Urlaubsarten / -aktivitäten

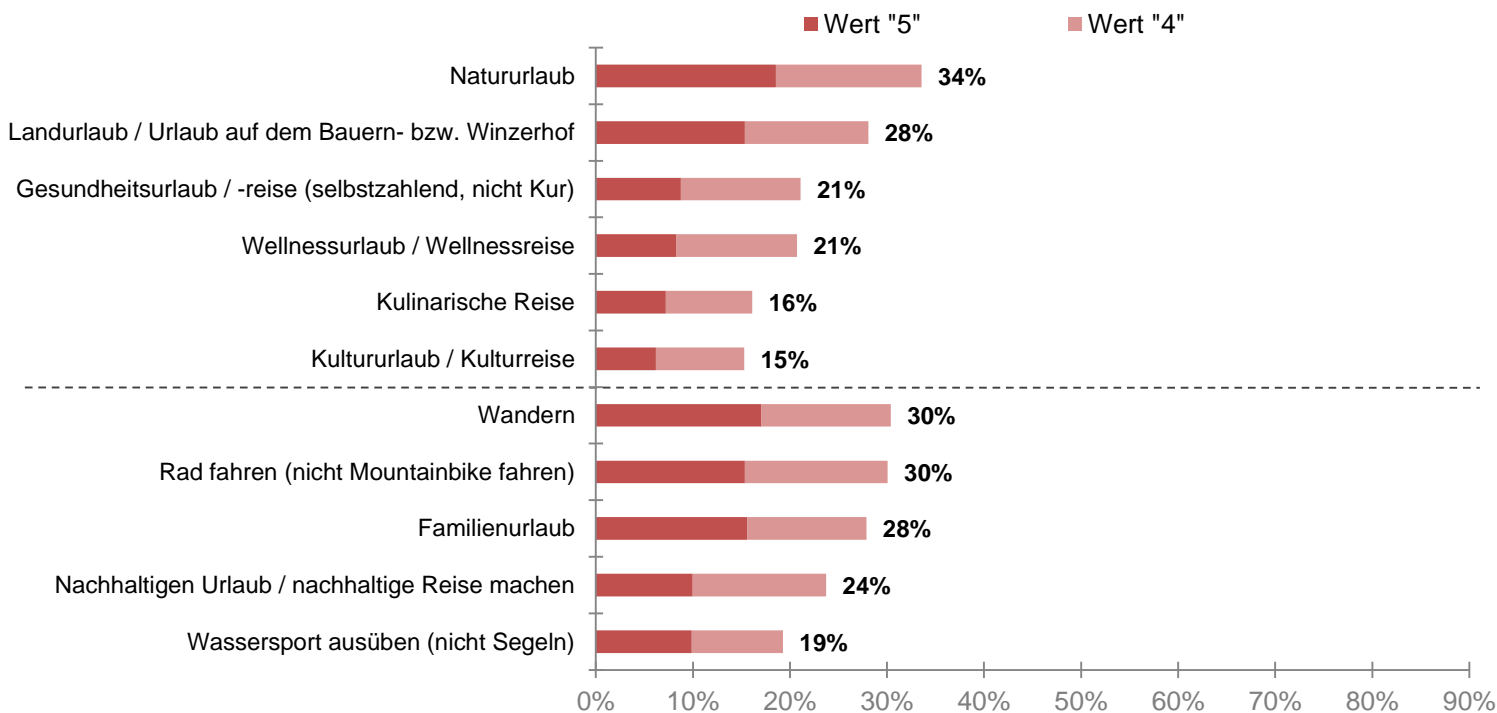
> Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?

> Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)

### Uckermark

Basis: Alle Befragte

Anzahl der Befragten: 1.000



| Hochrechnung* | Mittelwerte** |
|---------------|---------------|
| 19,0 Mio.     | 4,3           |
| 15,9 Mio.     | 4,1           |
| 12,0 Mio.     | 3,7           |
| 11,7 Mio.     | 3,7           |
| 9,1 Mio.      | 3,4           |
| 8,7 Mio.      | 3,3           |
| 17,2 Mio.     | 4,1           |
| 17,1 Mio.     | 4,1           |
| 15,8 Mio.     | 4,1           |
| 13,5 Mio.     | 3,8           |
| 10,9 Mio.     | 3,6           |

\* Hochrechnung des absoluten Volumens der zugesprochenen Themeneignung (Anzahl der Personen).

\*\* Skalierung von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“.



## 2.3 Angebot: Gestützte Themeneignung – Allgemeine Themen nach Teilgruppen

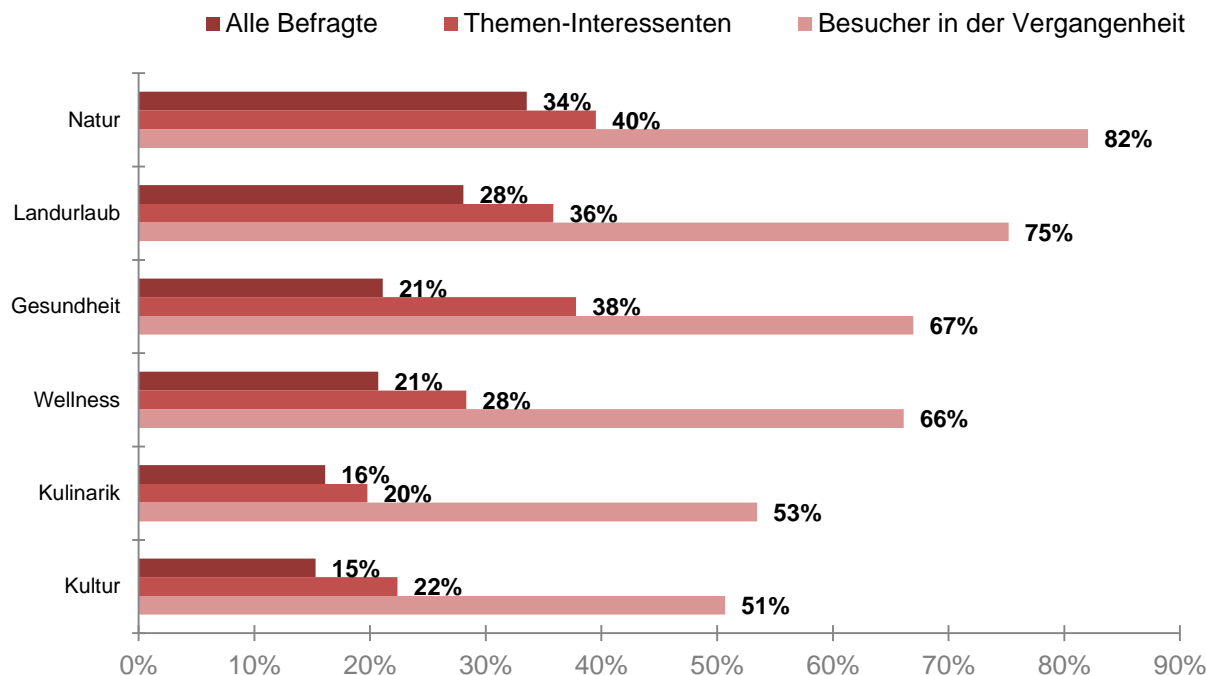
### Gestützte Themeneignung für die Allgemeinen Themen

> Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?

> Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)

### ■ Uckermark

**Basis:** Alle Befragte nach Teilgruppen  
**Anzahl der Befragten:** 1.000



### Hochrechnung\*

| Alle Befragte | Themen-Interessenten | Besucher i.d. Vergangenheit |
|---------------|----------------------|-----------------------------|
| 19,0 Mio.     | 15,0 Mio.            | 5,2 Mio.                    |
| 15,9 Mio.     | 5,8 Mio.             | 4,8 Mio.                    |
| 12,0 Mio.     | 5,0 Mio.             | 4,3 Mio.                    |
| 11,7 Mio.     | 7,6 Mio.             | 4,2 Mio.                    |
| 9,1 Mio.      | 6,7 Mio.             | 3,4 Mio.                    |
| 8,7 Mio.      | 5,0 Mio.             | 3,2 Mio.                    |

\* Hochrechnung des absoluten Volumens der zugesprochenen Themeneignung (Anzahl der Personen).



## 2.3 Angebot: Gestützte Themeneignung – Spezialthemen nach Teilgruppen

### Gestützte Themeneignung für die Spezialthemen

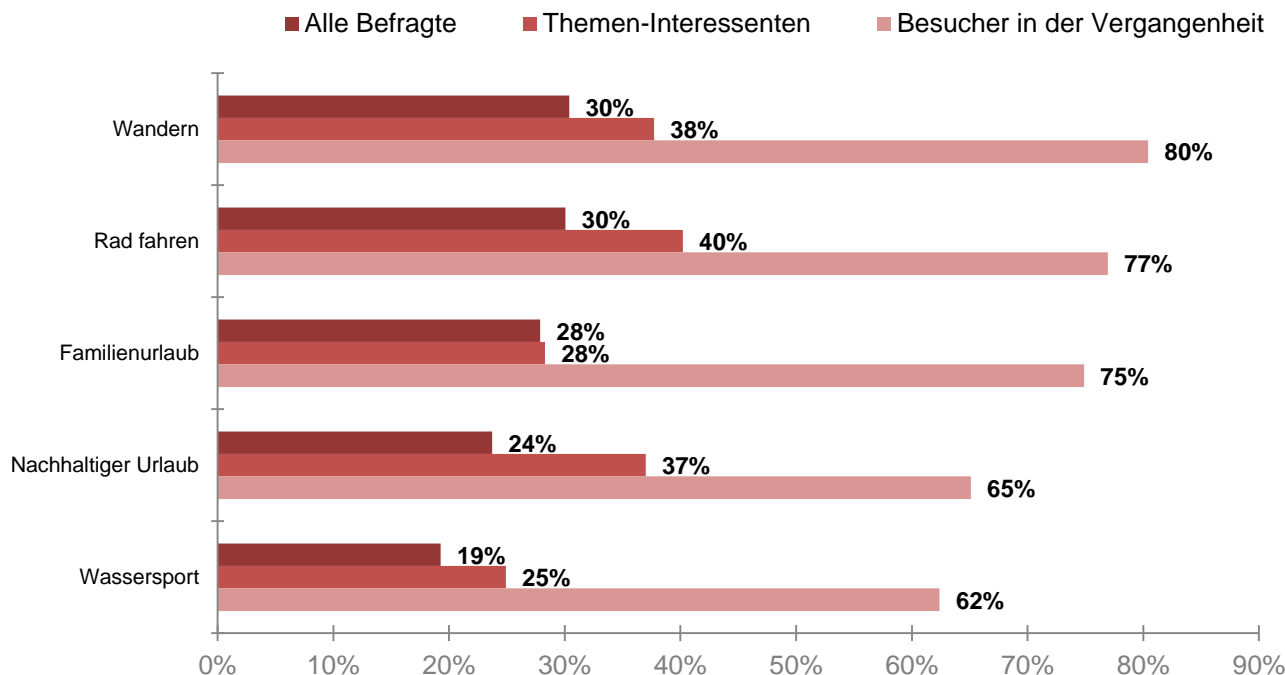
> Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?

> Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)

### Uckermark

**Basis:** Alle Befragte nach Teilgruppen  
**Anzahl der Befragten:** 1.000

### Hochrechnung\*



| Alle Befragte | Themen-Interessenten | Besucher i.d. Vergangenheit |
|---------------|----------------------|-----------------------------|
| 17,2 Mio.     | 8,8 Mio.             | 5,1 Mio.                    |
| 17,1 Mio.     | 7,9 Mio.             | 4,9 Mio.                    |
| 15,8 Mio.     | 7,9 Mio.             | 4,8 Mio.                    |
| 13,5 Mio.     | 6,5 Mio.             | 4,1 Mio.                    |
| 10,9 Mio.     | 3,2 Mio.             | 4,0 Mio.                    |

\* Hochrechnung des absoluten Volumens der zugesprochenen Themeneignung (Anzahl der Personen).





## 2.3 Angebot: Gestützte Themeneignung – Allgemeine Themen im Zeitvergleich

### Gestützte Themeneignung für die Allgemeinen Themen

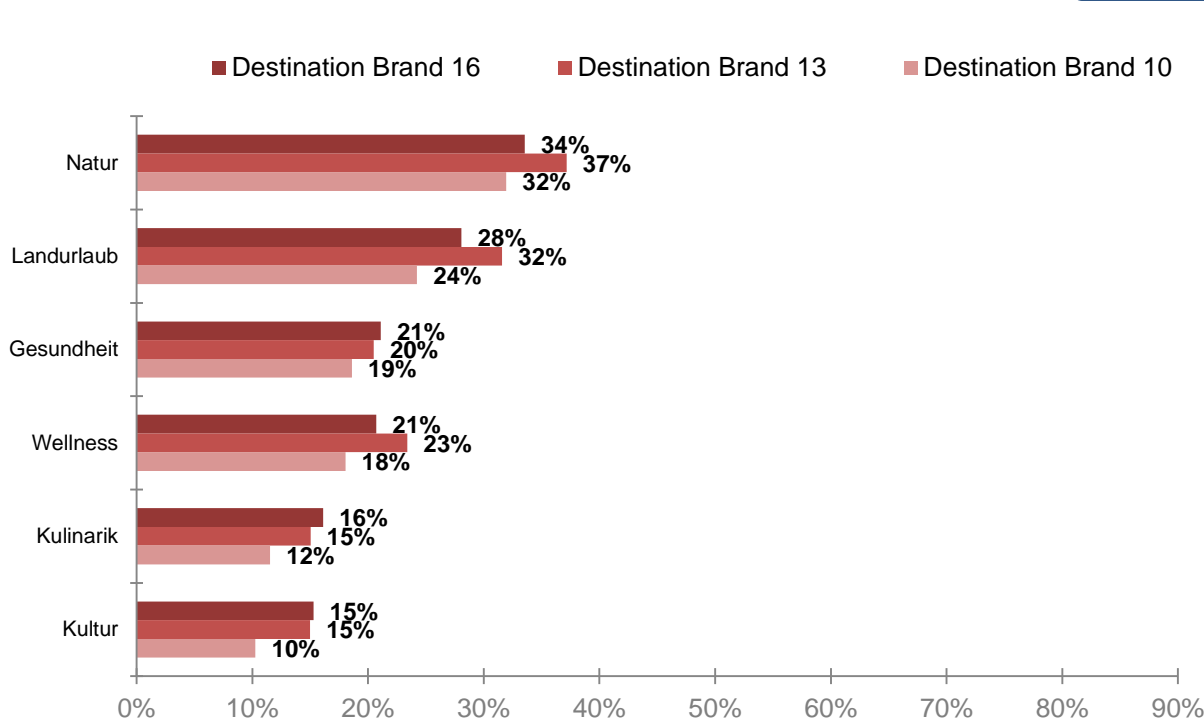
> Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?

> Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)

### ■ Uckermark

**Basis:** Alle Befragte

**Anzahl der Befragten:** mind. 400



Veränderung in Prozentpunkten

| DB13 zu DB16 | DB10 zu DB16 |
|--------------|--------------|
| -3%-Pkt.     | +2%-Pkt.     |
| -4%-Pkt.     | +4%-Pkt.     |
| +1%-Pkt.     | +2%-Pkt.     |
| -2%-Pkt.     | +3%-Pkt.     |
| +1%-Pkt.     | +4%-Pkt.     |
| +/-0%-Pkt.   | +5%-Pkt.     |



Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2010 / 2013; inspektour GmbH, 2016

## 2.3 Angebot: Gestützte Themeneignung – Spezialthemen im Zeitvergleich

### Gestützte Themeneignung für die Spezialthemen

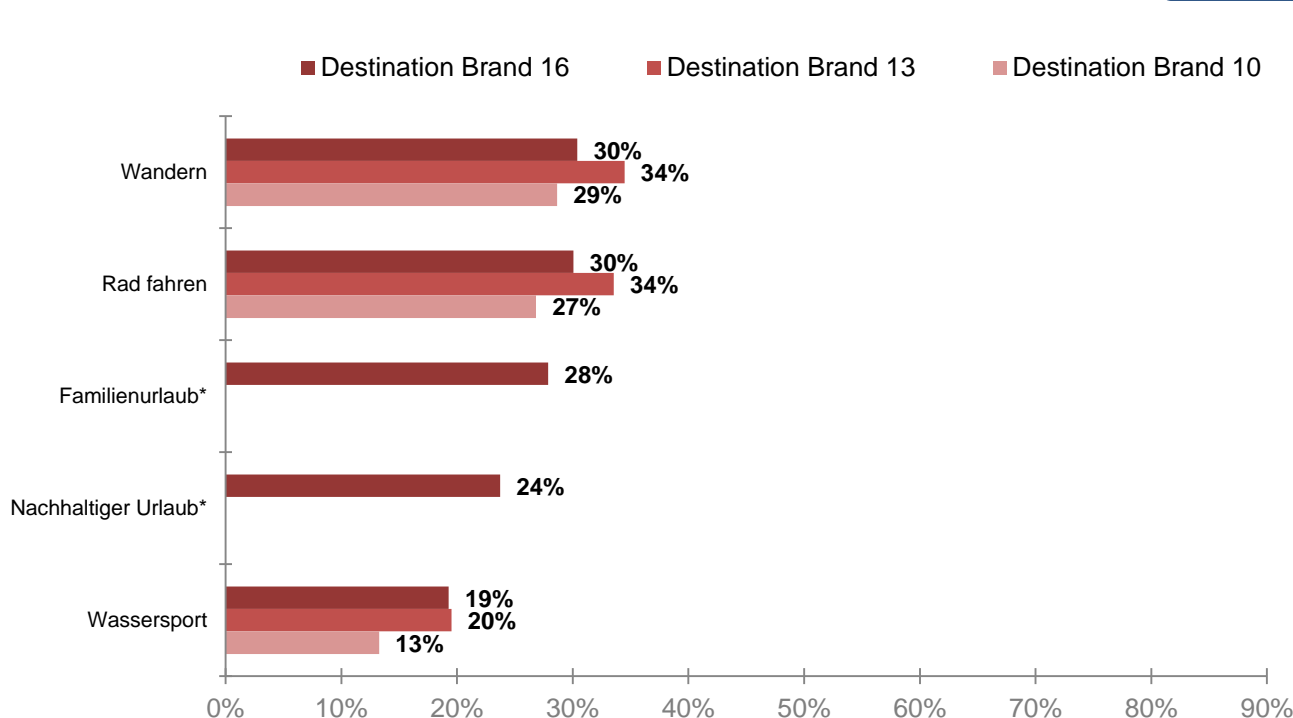
> Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?

> Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)

### Uckermark

Basis: Alle Befragte

Anzahl der Befragten: mind. 400



Veränderung in Prozentpunkten

| DB13 zu DB16 | DB10 zu DB16 |
|--------------|--------------|
| -4%-Pkt.     | +1%-Pkt.     |
| -4%-Pkt.     | +3%-Pkt.     |
| --           | --           |
| --           | --           |
| -1%-Pkt.     | +6%-Pkt.     |

\* Das Thema wurde in den beiden Vorgängerstudien DB10 und DB13 nicht für die Uckermark untersucht bzw. in den Studien nicht erhoben.



## 2.3 Angebot: Gestützte Themeneignung – Teilgruppen

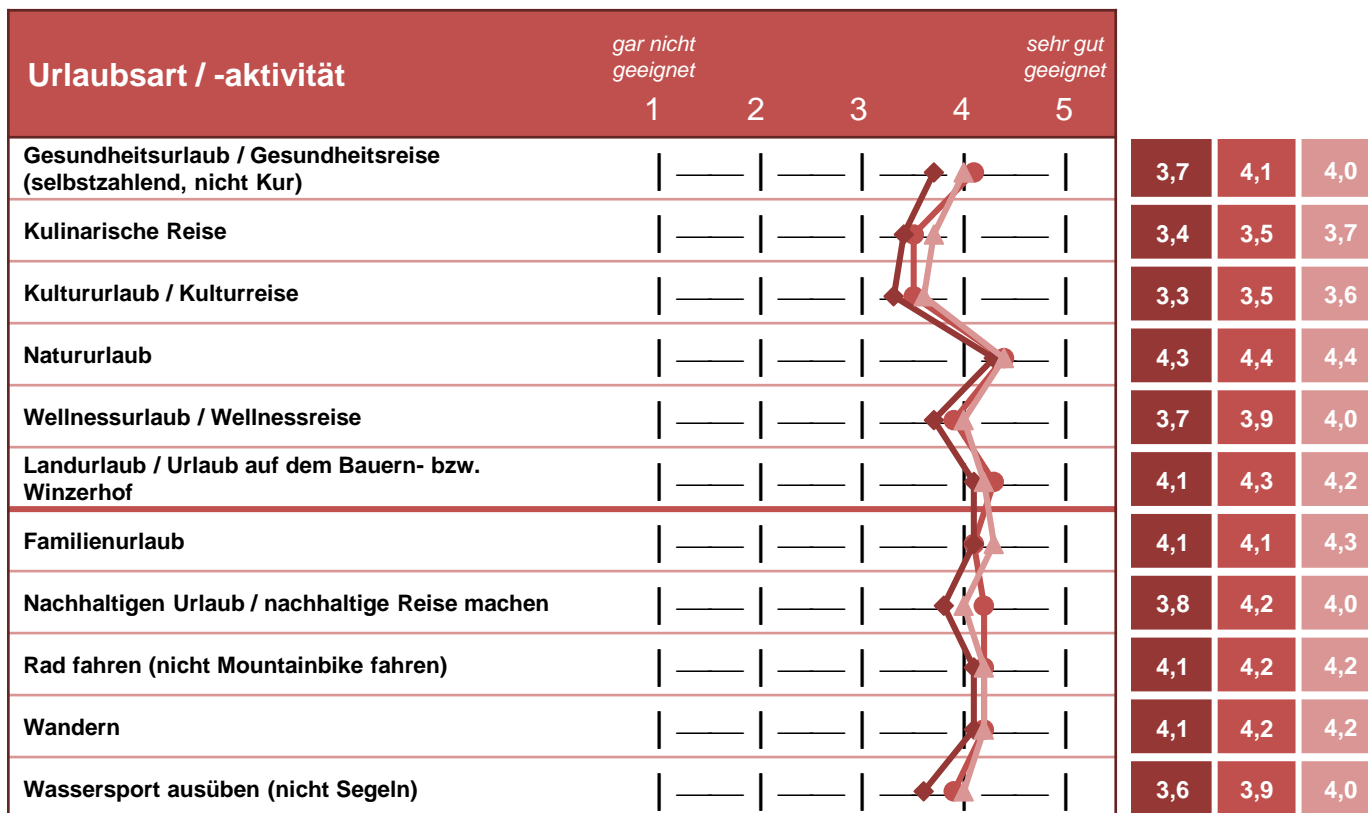
### Gestützte Themeneignung – Polaritätsprofil

> Mittelwerte (Skalierung von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“)

#### ■ Gestützte Themeneignung Uckermark

Basis: Alle Befragte nach Teilgruppen  
Anzahl der Befragten: 1.000

- ◆ Alle Befragte
- Themen-Interessenten
- ◀ Besucher der Vergangenheit



## 2.3 Angebot: Gestützte Themeneignung – destinationsspezifische Themen im Zeitvergleich

### Gestützte Themeneignung – Polaritätsprofil

> Mittelwerte (Skalierung von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“)

### ■ Gestützte Themeneignung Uckermark

Basis: Alle Befragte  
Anzahl der Befragten: mind. 400

- Destination Brand 16
- Destination Brand 13
- Destination Brand 10

| Urlaubsart / -aktivität   | gar nicht geeignet |   |   |   |   | sehr gut geeignet |   |   |   |   |     |     |     |
|---|--------------------|---|---|---|---|-------------------|---|---|---|---|-----|-----|-----|
|   | 1                  | 2 | 3 | 4 | 5 | 1                 | 2 | 3 | 4 | 5 |     |     |     |
| Gesundheitsurlaub / Gesundheitsreise (selbstzahlend, nicht Kur) |                    |   |   |   |   |                   |   |   |   |   | 3,7 | 3,9 | 3,9 |
| Kulinarische Reise  |                    |   |   |   |   |                   |   |   |   |   | 3,4 | 3,5 | 3,3 |
| Kultururlaub / Kulturreise                                      |                    |   |   |   |   |                   |   |   |   |   | 3,3 | 3,3 | 3,1 |
| Natururlaub   |                    |   |   |   |   |                   |   |   |   |   | 4,3 | 4,4 | 4,5 |
| Wellnessurlaub / Wellnessreise                                  |                    |   |   |   |   |                   |   |   |   |   | 3,7 | 3,9 | 3,8 |
| Landurlaub / Urlaub auf dem Bauern- bzw. Winzerhof              |                    |   |   |   |   |                   |   |   |   |   | 4,1 | 4,2 | 4,1 |
| Familienurlaub*   |                    |   |   |   |   |                   |   |   |   |   | 4,1 | --  | --  |
| Nachhaltigen Urlaub / nachhaltige Reise machen*                 |                    |   |   |   |   |                   |   |   |   |   | 3,8 | --  | --  |
| Rad fahren (nicht Mountainbike fahren)                          |                    |   |   |   |   |                   |   |   |   |   | 4,1 | 4,2 | 4,2 |
| Wandern   |                    |   |   |   |   |                   |   |   |   |   | 4,1 | 4,3 | 4,2 |
| Wassersport ausüben (nicht Segeln)                              |                    |   |   |   |   |                   |   |   |   |   | 3,6 | 3,7 | 3,5 |

\* Das Thema wurde in den beiden Vorgängerstudien DB10 und DB13 nicht für die Uckermark untersucht bzw. in den Studien nicht erhoben.



## Gliederung

|   |            |
|---|------------|
| <b>1 MANAGEMENT SUMMARY INKL. ANALYSE-QUADRANT</b>                            | <b>5</b>   |
| <b>2 GRAFISCHER ERGEBNISÜBERBLICK – DESTINATION BRAND 16 IM ZEITVERGLEICH</b> | <b>13</b>  |
| 2.1 Kurzübersicht zur Methodik  | 14         |
| 2.2 Nachfrage: Allgemeines Interessentenpotenzial                             | 16         |
| 2.3 Angebot: Gestützte Themeneignung  | 22         |
| 2.4 Konkurrenz: Vergleich mit Wettbewerbern je Thema                          | 30         |
| 2.5 Fact Sheets zur Wettbewerbssituation je Thema                             | 39         |
| <b>3 ÜBERBLICK ÜBER STUDIENREIHE DESTINATION BRAND</b>                        | <b>51</b>  |
| <b>4 DESIGN DER STUDIE DESTINATION BRAND 16</b>                               | <b>56</b>  |
| <b>5 NACHFRAGE: ALLGEMEINES INTERESSENTENPOTENZIAL JE THEMA IM DETAIL</b>     | <b>63</b>  |
| <b>6 ANGEBOT: BEURTEILUNG DER GESTÜTZTEN THEMENEIGNUNG IM DETAIL</b>          | <b>75</b>  |
| <b>7 KONKURRENZ: VERGLEICH MIT WETTBEWERBERN JE THEMA</b>                     | <b>118</b> |
| <b>8 BETEILIGTE INSTITUTE UND ANSPRECHPARTNER</b>                             | <b>207</b> |
| <b>9 ANHANG</b>   | <b>217</b> |
| <b>IMPRESSUM</b>  | <b>241</b> |

## 2.4 Konkurrenzvergleich Kat. 1: Regionen allgemein Destination Brand 16

| DESTINATION BRAND 16                                     |   | Gestützte Themeneignung |                   | Kategorie 1: Regionen allgemein |             |                             |                   |                    |             |
|--|---|-------------------------|-------------------|---------------------------------|-------------|-----------------------------|-------------------|--------------------|-------------|
| Uckermark<br>(N = 1.000)                                 | Anzahl<br>Destinationen in<br>Kategorie | Basis: Alle Befragte    |                   |                                 |             | Basis: Themen-Interessenten |                   |                    |             |
|  |   | Eigener Wert            |                   | Ø der<br>Kategorie              | Platzierung | Eigener Wert                |                   | Ø der<br>Kategorie | Platzierung |
|  |   | In Prozent              | Hoch-<br>rechnung |                                 |             | In Prozent                  | Hoch-<br>rechnung |                    |             |
| Gesundheitsurlaub / -reise (selbstzahlend,<br>nicht Kur) | 103                                     | 21%                     | 12,0 Mio.         | 29%                             | 65.         | 38%                         | 5,0 Mio.          | 41%                | 57.         |
| Kulinarische Reise                                       |   | 16%                     | 9,1 Mio.          | 27%                             | 82.         | 20%                         | 6,7 Mio.          | 33%                | 84.         |
| Kultururlaub / Kulturreise                               |   | 15%                     | 8,7 Mio.          | 25%                             | 81.         | 22%                         | 5,0 Mio.          | 35%                | 82.         |
| Natururlaub  |   | 34%                     | 19,0 Mio.         | 41%                             | 63.         | 40%                         | 15,0 Mio.         | 47%                | 63.         |
| Wellnessurlaub / Wellnessreise                           |   | 21%                     | 11,7 Mio.         | 30%                             | 74.         | 28%                         | 7,6 Mio.          | 38%                | 67.         |
| Landurlaub / Urlaub auf dem Bauern-<br>bzw. Winzerhof    |   | 28%                     | 15,9 Mio.         | 33%                             | 62.         | 36%                         | 5,8 Mio.          | 42%                | 66.         |

► **Anmerkung:** Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016



## 2.4 Konkurrenzvergleich Kat. 2: Alle untersuchten Destinationen (Allgemeine Themen) Destination Brand 16

| DESTINATION BRAND 16                                     |   | Gestützte Themeneignung |                   | Kategorie 2: Alle untersuchten Destinationen (Allgemeine Themen) |             |                             |                   |                    |             |
|--|---|-------------------------|-------------------|--|-------------|-----------------------------|-------------------|--------------------|-------------|
| Uckermark<br>(N = 1.000)                                 | Anzahl<br>Destinationen in<br>Kategorie | Basis: Alle Befragte    |                   |  |             | Basis: Themen-Interessenten |                   |                    |             |
|  |   | Eigener Wert            |                   | Ø der<br>Kategorie   | Platzierung | Eigener Wert                |                   | Ø der<br>Kategorie | Platzierung |
|  |   | In Prozent              | Hoch-<br>rechnung |  |             | In Prozent                  | Hoch-<br>rechnung |                    |             |
| Gesundheitsurlaub / -reise (selbstzahlend,<br>nicht Kur) | 172                                     | 21%                     | 12,0 Mio.         | 26%  | 88.         | 38%                         | 5,0 Mio.          | 38%                | 78.         |
| Kulinarische Reise                                       |   | 16%                     | 9,1 Mio.          | 26%  | 135.        | 20%                         | 6,7 Mio.          | 33%                | 140.        |
| Kultururlaub / Kulturreise                               |   | 15%                     | 8,7 Mio.          | 26%  | 137.        | 22%                         | 5,0 Mio.          | 37%                | 138.        |
| Natururlaub  |   | 34%                     | 19,0 Mio.         | 34%  | 81.         | 40%                         | 15,0 Mio.         | 40%                | 82.         |
| Wellnessurlaub / Wellnessreise                           |   | 21%                     | 11,7 Mio.         | 27%  | 109.        | 28%                         | 7,6 Mio.          | 35%                | 101.        |
| Landurlaub / Urlaub auf dem Bauern-<br>bzw. Winzerhof    |   | 28%                     | 15,9 Mio.         | 26%  | 69.         | 36%                         | 5,8 Mio.          | 35%                | 76.         |

► Anmerkung: Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016



## 2.4 Konkurrenzvergleich Kat. 2: Alle untersuchten Destinationen (Spezialthemen) Destination Brand 16

| DESTINATION BRAND 16                           |   | Gestützte Themeneignung |                   | Kategorie 2: Alle untersuchten Destinationen (Spezialthemen) |             |                             |                   |                    |             |
|--|---|-------------------------|-------------------|--|-------------|-----------------------------|-------------------|--------------------|-------------|
| Uckermark<br>(N = 1.000)                       | Anzahl<br>Destinationen in<br>Kategorie | Basis: Alle Befragte    |                   |  |             | Basis: Themen-Interessenten |                   |                    |             |
|  |   | Eigener Wert            |                   | Ø der<br>Kategorie   | Platzierung | Eigener Wert                |                   | Ø der<br>Kategorie | Platzierung |
|  |   | In Prozent              | Hoch-<br>rechnung |  |             | In Prozent                  | Hoch-<br>rechnung |                    |             |
| Familienurlaub                                 | 87                                      | 28%                     | 15,8 Mio.         | 37%  | 61.         | 28%                         | 7,9 Mio.          | 42%                | 63.         |
| Nachhaltigen Urlaub / nachhaltige Reise machen | 23                                      | 24%                     | 13,5 Mio.         | 27%  | 14.         | 37%                         | 6,5 Mio.          | 39%                | 14.         |
| Rad fahren (nicht Mountainbike fahren)         | 110                                     | 30%                     | 17,1 Mio.         | 29%  | 43.         | 40%                         | 7,9 Mio.          | 38%                | 45.         |
| Wandern  | 100                                     | 30%                     | 17,2 Mio.         | 39%  | 68.         | 38%                         | 8,8 Mio.          | 48%                | 71.         |
| Wassersport ausüben (nicht Segeln)             | 22                                      | 19%                     | 10,9 Mio.         | 34%  | 14.         | 25%                         | 3,2 Mio.          | 41%                | 15.         |

► Anmerkung: Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016





### Übersicht der untersuchten Themen im Zeitverlauf für das Reiseziel: Uckermark

| Destination Brand 16  | Destination Brand 13  | Destination Brand 10                                       | Zeitvergleichskategorie   |
|---|---|--|---|
| Gesundheitsurlaub / Gesundheitsreise (selbstzahlend, nicht Kur) | Gesundheitsurlaub / Gesundheitsreise (selbstzahlend, nicht Kur) | Gesundheitsurlaub / -reise (nicht Kur)                     | alle durchgängig untersuchten Destinationen in DB10 / DB13 / DB16 |
| Kulinarische Reise  | Kulinarische Reise  | Kulinarische Reise (zum Genießen gastronomischer Angebote) | alle durchgängig untersuchten Destinationen in DB10 / DB13 / DB16 |
| Kultururlaub / Kulturreise                                      | Kultururlaub / Kulturreise                                      | Kulturreise / Kultururlaub                                 | alle durchgängig untersuchten Destinationen in DB10 / DB13 / DB16 |
| Natururlaub   | Natururlaub   | Natururlaub  | alle durchgängig untersuchten Destinationen in DB10 / DB13 / DB16 |
| Wellnessurlaub / Wellnessreise                                  | Wellnessurlaub / Wellnessreise                                  | Wellnessurlaub / Wellnessreise                             | alle durchgängig untersuchten Destinationen in DB10 / DB13 / DB16 |
| Landurlaub / Urlaub auf dem Bauern- bzw. Winzerhof              | Landurlaub / Urlaub auf dem Bauern- bzw. Winzerhof              | Landurlaub / Urlaub auf dem Bauern- bzw. Winzerhof         | alle durchgängig untersuchten Destinationen in DB10 / DB13 / DB16 |
| Familienurlaub  | Thema für die Uckermark in DB13 nicht untersucht                | Thema für die Uckermark in DB10 nicht untersucht           | kein Zeitvergleich möglich  |
| Nachhaltigen Urlaub / nachhaltige Reise machen                  | Thema in DB13 nicht erhoben                                     | Thema in DB10 nicht erhoben                                | kein Zeitvergleich möglich  |
| Rad fahren (nicht Mountainbike fahren)                          | Rad fahren (nicht Mountainbike fahren)                          | Rad fahren (nicht Mountainbike fahren)                     | alle durchgängig untersuchten Destinationen in DB10 / DB13 / DB16 |
| Wandern   | Wandern   | Wandern  | alle durchgängig untersuchten Destinationen in DB10 / DB13 / DB16 |
| Wassersport ausüben (nicht Segeln)                              | Wassersport ausüben (nicht Segeln)                              | Wassersport (nicht Segeln)                                 | alle durchgängig untersuchten Destinationen in DB10 / DB13 / DB16 |

- ▶ **Anmerkung Destination Brand 10:** Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2011
- ▶ **Anmerkung Destination Brand 13:** Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2013
- ▶ **Anmerkung Destination Brand 16:** Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016



Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2010 / 2011 / 2013; inspektour GmbH, 2016

## 2.4 Konkurrenzvergleich Kat. 3:

### Alle in Destination Brand 10 / 13 / 16 durchgängig untersuchten Reiseziele (Allgemeine Themen)

DESTINATION BRAND 10 / 13 / 16 Kategorie 3: Alle in Destination Brand 10 / 13 / 16 durchgängig untersuchten Reiseziele (Allg. Themen) Basis: alle Befragte

| Uckermark<br>(N = mind. 400)                             | Anzahl<br>in Kat. | DESTINATION<br>BRAND 16 |                   |              | DESTINATION<br>BRAND 13 |                   |              | Veränderung<br>DB 13 zu DB 16 |                    | DESTINATION<br>BRAND 10 |                   |              | Veränderung<br>DB 10 zu DB 16 |                    |
|--|-------------------|-------------------------|-------------------|--------------|-------------------------|-------------------|--------------|-------------------------------|--------------------|-------------------------|-------------------|--------------|-------------------------------|--------------------|
|  |                   | Eigener Wert            |                   | Ø d.<br>Kat. | Eigener Wert            |                   | Ø d.<br>Kat. | Uckermark                     | Ø der<br>Kategorie | Eigener Wert            |                   | Ø d.<br>Kat. | Uckermark                     | Ø der<br>Kategorie |
|  |                   | In %                    | Hoch-<br>rechnung |              | In %                    | Hoch-<br>rechnung |              | in %-Punkten                  |                    | In %                    | Hoch-<br>rechnung |              | in %-Punkten                  |                    |
|  |                   |                         |                   |              |                         |                   |              |                               |                    |                         |                   |              |                               |                    |
| Gesundheitsurlaub / -reise<br>(selbstzahlend, nicht Kur) | 81                | 21%                     | 12,0 Mio.         | 29%          | 20%                     | 11,8 Mio.         | 30%          | +1% -Pkt.                     | -1% -Pkt.          | 19%                     | 10,9 Mio.         | 32%          | +2% -Pkt.                     | -3% -Pkt.          |
| Kulinarische Reise                                       |                   | 16%                     | 9,1 Mio.          | 30%          | 15%                     | 8,7 Mio.          | 30%          | +1% -Pkt.                     | +/-0% -Pkt.        | 12%                     | 6,8 Mio.          | 31%          | +4% -Pkt.                     | -1% -Pkt.          |
| Kultururlaub / Kulturreise                               |                   | 15%                     | 8,7 Mio.          | 30%          | 15%                     | 8,6 Mio.          | 31%          | +/-0% -Pkt.                   | -1% -Pkt.          | 10%                     | 6,0 Mio.          | 31%          | +5% -Pkt.                     | -1% -Pkt.          |
| Natururlaub  |                   | 34%                     | 19,0 Mio.         | 39%          | 37%                     | 21,4 Mio.         | 40%          | -3% -Pkt.                     | -1% -Pkt.          | 32%                     | 18,8 Mio.         | 41%          | +2% -Pkt.                     | -2% -Pkt.          |
| Wellnessurlaub / Wellnessreise                           |                   | 21%                     | 11,7 Mio.         | 31%          | 23%                     | 13,5 Mio.         | 31%          | -2% -Pkt.                     | +/-0% -Pkt.        | 18%                     | 10,6 Mio.         | 32%          | +3% -Pkt.                     | -1% -Pkt.          |
| Landurlaub / Urlaub auf dem Bauern-<br>bzw. Winzerhof    | 12                | 28%                     | 15,9 Mio.         | 30%          | 32%                     | 18,2 Mio.         | 32%          | -4% -Pkt.                     | -2% -Pkt.          | 24%                     | 14,2 Mio.         | 32%          | +4% -Pkt.                     | -2% -Pkt.          |

- ▶ Anmerkung Destination Brand 10: Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2011
- ▶ Anmerkung Destination Brand 13: Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2013
- ▶ Anmerkung Destination Brand 16: Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016



## 2.4 Konkurrenzvergleich Kat. 3:

### Alle in Destination Brand 10 / 13 / 16 durchgängig untersuchten Reiseziele (Spezialthemen)

| DESTINATION BRAND 10 / 13 / 16 Kategorie 3: Alle in Destination Brand 10 / 13 / 16 durchgängig untersuchten Reiseziele (Spezialthemen) Basis: alle Befragte |                   |                      |                   |              |                      |                   |              |                               |                    |                      |                   |              |                               |                    |
|---|-------------------|----------------------|-------------------|--------------|----------------------|-------------------|--------------|-------------------------------|--------------------|----------------------|-------------------|--------------|-------------------------------|--------------------|
| Uckermark<br>(N = mind. 400)  | Anzahl<br>in Kat. | DESTINATION BRAND 16 |                   |              | DESTINATION BRAND 13 |                   |              | Veränderung<br>DB 13 zu DB 16 |                    | DESTINATION BRAND 10 |                   |              | Veränderung<br>DB 10 zu DB 16 |                    |
|   |                   | Eigener Wert         |                   | Ø d.<br>Kat. | Eigener Wert         |                   | Ø d.<br>Kat. | Uckermark                     | Ø der<br>Kategorie | Eigener Wert         |                   | Ø d.<br>Kat. | Uckermark                     | Ø der<br>Kategorie |
|   |                   | In %                 | Hoch-<br>rechnung |              | In %                 | Hoch-<br>rechnung |              | in %-Punkten                  |                    | In %                 | Hoch-<br>rechnung |              | in %-Punkten                  |                    |
|   |                   | in %-Punkten         |                   |              |                      |                   |              |                               |                    |                      |                   |              |                               |                    |
| Rad fahren<br>(nicht Mountainbike fahren)   | 53                | 30%                  | 17,1 Mio.         | 34%          | 19,3 Mio.            | 32%               | -4% -Pkt.    | +2% -Pkt.                     | 27%                | 15,8 Mio.            | 33%               | +3% -Pkt.    | +1% -Pkt.                     |                    |
| Wandern   | 44                | 30%                  | 17,2 Mio.         | 34%          | 19,9 Mio.            | 44%               | -4% -Pkt.    | +/-0% -Pkt.                   | 29%                | 16,8 Mio.            | 46%               | +1% -Pkt.    | -2% -Pkt.                     |                    |
| Wassersport ausüben (nicht Segeln)  | 10                | 19%                  | 10,9 Mio.         | 20%          | 11,2 Mio.            | 37%               | -1% -Pkt.    | +1% -Pkt.                     | 13%                | 7,8 Mio.             | 37%               | +6% -Pkt.    | +1% -Pkt.                     |                    |

- ▶ **Anmerkung Destination Brand 10:** Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2011
- ▶ **Anmerkung Destination Brand 13:** Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2013
- ▶ **Anmerkung Destination Brand 16:** Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016
- ▶ Für die Uckermark ist für nicht abgebildete Themen kein Zeitvergleich DB 10 / 13 / 16 möglich (siehe „Übersicht der untersuchten Themen im Zeitverlauf“).



## 2.4 Konkurrenzvergleich Kat. 3:

### Alle in Destination Brand 10 / 13 / 16 durchgängig untersuchten Reiseziele (Allgemeine Themen)

DESTINATION BRAND 10 / 13 / 16 Kategorie 3: Alle in Destination Brand 10 / 13 / 16 durchgängig untersuchten Reiseziele (Allg. Themen) Basis: alle Befragte

| Uckermark<br>(N = mind. 400)                             | Anzahl<br>in Kat. | DESTINATION<br>BRAND 16 |              |      | DESTINATION<br>BRAND 13 |              |      | Veränderung<br>Uckermark<br>DB 13 zu DB 16<br>(Angabe in<br>Rangplätzen) | DESTINATION<br>BRAND 10 |              |      | Veränderung<br>Uckermark<br>DB 10 zu DB 16<br>(Angabe in<br>Rangplätzen) |
|--|-------------------|-------------------------|--------------|------|-------------------------|--------------|------|--|-------------------------|--------------|------|--|
|  |                   | Eigener<br>Wert         | Ø d.<br>Kat. | Rang | Eigener<br>Wert         | Ø d.<br>Kat. | Rang |  | Eigener<br>Wert         | Ø d.<br>Kat. | Rang |  |
|  |                   | In %                    |              |      | In %                    |              |      |  | In %                    |              |      |  |
| Gesundheitsurlaub / -reise<br>(selbstzahlend, nicht Kur) | 81                | 21%                     | 29%          | 52.  | 20%                     | 30%          | 53.  | +1 Rang  | 19%                     | 32%          | 53.  | +1 Rang  |
| Kulinarische Reise                                       |                   | 16%                     | 30%          | 72.  | 15%                     | 30%          | 71.  | -1 Rang  | 12%                     | 31%          | 74.  | +2 Ränge   |
| Kultururlaub / Kulturreise                               |                   | 15%                     | 30%          | 70.  | 15%                     | 31%          | 69.  | -1 Rang  | 10%                     | 31%          | 75.  | +5 Ränge   |
| Natururlaub  |                   | 34%                     | 39%          | 48.  | 37%                     | 40%          | 45.  | -3 Ränge   | 32%                     | 41%          | 51.  | +3 Ränge   |
| Wellnessurlaub / Wellnessreise                           |                   | 21%                     | 31%          | 61.  | 23%                     | 31%          | 52.  | -9 Ränge   | 18%                     | 32%          | 64.  | +3 Ränge   |
| Landurlaub / Urlaub auf dem Bauern-<br>bzw. Winzerhof    | 12                | 28%                     | 30%          | 5.   | 32%                     | 32%          | 6.   | +1 Rang  | 24%                     | 32%          | 7.   | +2 Ränge   |

- ▶ Anmerkung Destination Brand 10: Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2011
- ▶ Anmerkung Destination Brand 13: Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2013
- ▶ Anmerkung Destination Brand 16: Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016



## 2.4 Konkurrenzvergleich Kat. 3:

### Alle in Destination Brand 10 / 13 / 16 durchgängig untersuchten Reiseziele (Spezialthemen)

DESTINATION BRAND 10 / 13 / 16 Kategorie 3: Alle in Destination Brand 10 / 13 / 16 durchgängig untersuchten Reiseziele (Spezialthemen) Basis: alle Befragte

| Uckermark<br>(N = mind. 400)              | Anzahl<br>in Kat. | DESTINATION<br>BRAND 16 |              |      | DESTINATION<br>BRAND 13 |              |      | Veränderung<br>Uckermark<br>DB 13 zu DB 16<br>(Angabe in<br>Rangplätzen) | DESTINATION<br>BRAND 10 |              |      | Veränderung<br>Uckermark<br>DB 10 zu DB 16<br>(Angabe in<br>Rangplätzen) |
|---|-------------------|-------------------------|--------------|------|-------------------------|--------------|------|--|-------------------------|--------------|------|--|
|   |                   | Eigener<br>Wert         | Ø d.<br>Kat. | Rang | Eigener<br>Wert         | Ø d.<br>Kat. | Rang |  | Eigener<br>Wert         | Ø d.<br>Kat. | Rang |  |
|   |                   | In %                    |              |      | In %                    |              |      |  | In %                    |              |      |  |
| Rad fahren<br>(nicht Mountainbike fahren) | 53                | 30%                     | 34%          | 30.  | 34%                     | 32%          | 23.  | -7 Ränge   | 27%                     | 33%          | 34.  | +4 Ränge   |
| Wandern                                   | 44                | 30%                     | 44%          | 35.  | 34%                     | 44%          | 31.  | -4 Ränge   | 29%                     | 46%          | 37.  | +2 Ränge   |
| Wassersport ausüben (nicht Segeln)        | 10                | 19%                     | 38%          | 7.   | 20%                     | 37%          | 7.   | +/-0 Ränge   | 13%                     | 37%          | 8.   | +1 Rang  |

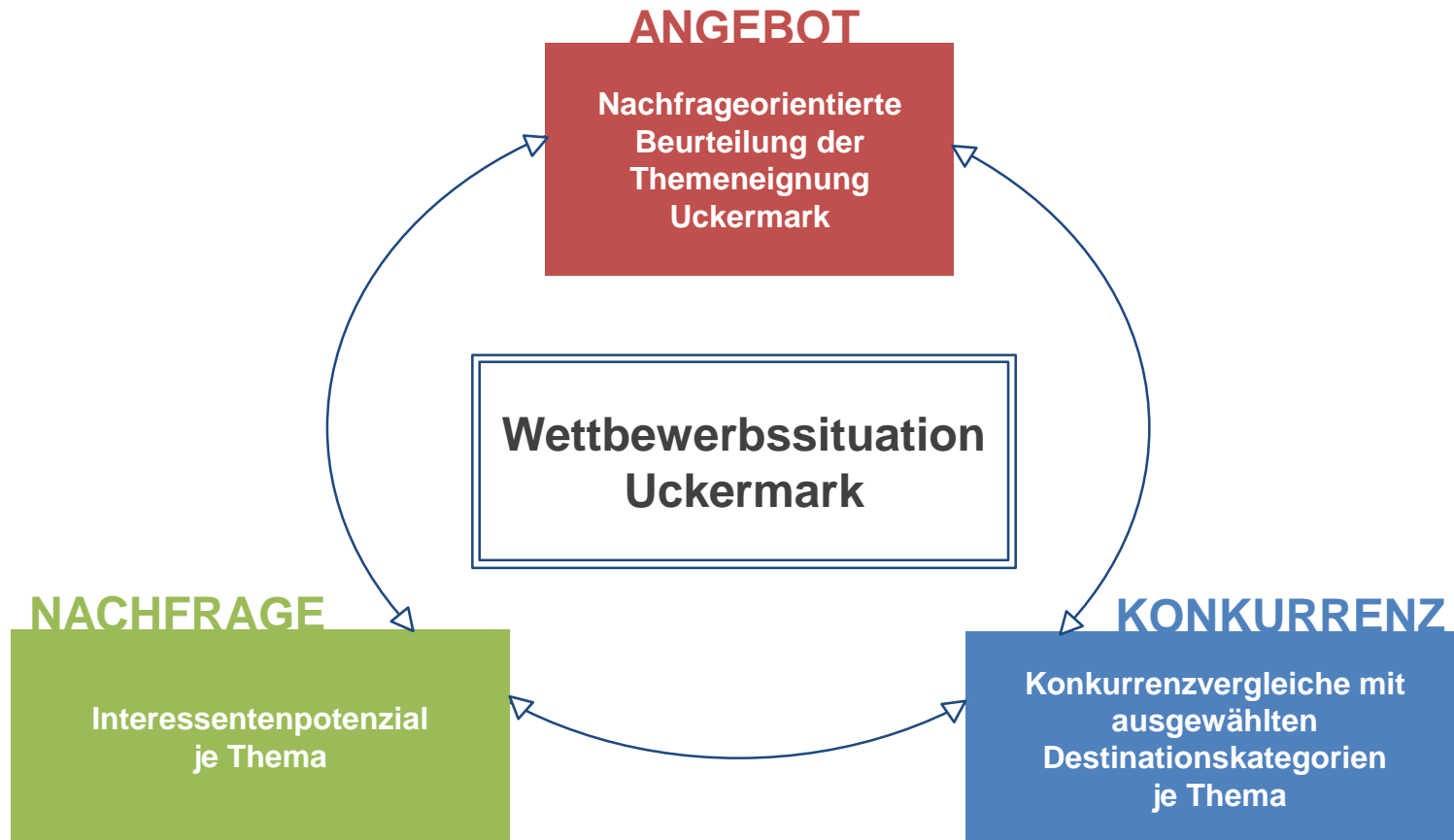
- ▶ **Anmerkung Destination Brand 10:** Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2011
- ▶ **Anmerkung Destination Brand 13:** Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2013
- ▶ **Anmerkung Destination Brand 16:** Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016
- ▶ Für die Uckermark ist für nicht abgebildete Themen kein Zeitvergleich DB 10 / 13 / 16 möglich (siehe „Übersicht der untersuchten Themen im Zeitverlauf“).



## Gliederung

|   |            |
|---|------------|
| <b>1 MANAGEMENT SUMMARY INKL. ANALYSE-QUADRANT</b>                            | <b>5</b>   |
| <b>2 GRAFISCHER ERGEBNISÜBERBLICK – DESTINATION BRAND 16 IM ZEITVERGLEICH</b> | <b>13</b>  |
| 2.1 Kurzübersicht zur Methodik  | 14         |
| 2.2 Nachfrage: Allgemeines Interessentenpotenzial                             | 16         |
| 2.3 Angebot: Gestützte Themeneignung  | 22         |
| 2.4 Konkurrenz: Vergleich mit Wettbewerbern je Thema                          | 30         |
| 2.5 Fact Sheets zur Wettbewerbssituation je Thema                             | 39         |
| <b>3 ÜBERBLICK ÜBER STUDIENREIHE DESTINATION BRAND</b>                        | <b>51</b>  |
| <b>4 DESIGN DER STUDIE DESTINATION BRAND 16</b>                               | <b>56</b>  |
| <b>5 NACHFRAGE: ALLGEMEINES INTERESSENTENPOTENZIAL JE THEMA IM DETAIL</b>     | <b>63</b>  |
| <b>6 ANGEBOT: BEURTEILUNG DER GESTÜTZTEN THEMENEIGNUNG IM DETAIL</b>          | <b>75</b>  |
| <b>7 KONKURRENZ: VERGLEICH MIT WETTBEWERBERN JE THEMA</b>                     | <b>118</b> |
| <b>8 BETEILIGTE INSTITUTE UND ANSPRECHPARTNER</b>                             | <b>207</b> |
| <b>9 ANHANG</b>   | <b>217</b> |
| <b>IMPRESSUM</b>  | <b>241</b> |

## 2.5 Fact Sheets zur Wettbewerbssituation Uckermark





## ANGEBOT

- 21% der Deutschen halten das Reiseziel Uckermark für das Thema „Gesundheit“\* für geeignet (= 12,0 Mio. Personen)
- Wert „Themen-Interessenten“: **38%**
- Wert „Besucher i.d. Vergangenheit“: **67%**
- Wert „Alle Befragte DB 10“: **19%**
- Wert „Alle Befragte DB 13“: **20%**

## Wettbewerbssituation Uckermark

## NACHFRAGE

- 25% der deutschen Bevölkerung haben Interesse am Nutzen von Gesundheitsangeboten als Urlaubsart / -aktivität (= 14,4 Mio. Personen)\*
- Vorgängerstudien: 36% (DB10) bzw. 26% (DB13) d. Bevölkerung mit Interesse an diesem Urlaubsthema

|                                 | DB 16     | DB 13     | DB 10     |
|---------------------------------|-----------|-----------|-----------|
| Rang unter allen Themen         | 34. v. 61 | 32. v. 53 | 11. v. 28 |
| Rang unter Themen der Uckermark | 10. v. 11 |           |           |

\* Das Thema „Gesundheit“ wurde im Rahmen der Studie Destination Brand 10 als „Gesundheitsurlaub / -reise (nicht Kur)“ abgefragt, im Rahmen der Studie Destination Brand 13 und 16 erfolgte die Abfrage als „Gesundheitsurlaube / Gesundheitsreise (nicht Kur, selbstzahlend)\*“.

## KONKURRENZ

| Platzierungen DB 16                      | Anzahl Konkurrenz | Platz |
|--|-------------------|-------|
| <b>Basis „Alle Befragte“</b>             |                   |       |
| – „Alle Destinationen“                   | 172               | 88.   |
| – „Regionen allgemein“                   | 103               | 65.   |
| <b>Basis „jew. Themen-Interessenten“</b> |                   |       |
| – „Alle Destinationen“                   | 172               | 78.   |
| – „Regionen allgemein“                   | 103               | 57.   |

### Anmerkungen:

- ▶ Destination Brand 16: Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016
- ▶ Destination Brand 13: Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2013
- ▶ Destination Brand 10: Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2011





### ANGEBOT

- 16% der Deutschen halten das Reiseziel Uckermark für das Thema „Kulinarik“ für geeignet (= 9,1 Mio. Personen)
- Wert „Themen-Interessenten“: **20%**
- Wert „Besucher i.d. Vergangenheit“: **53%**
- Wert „Alle Befragte DB 10“: **12%**
- Wert „Alle Befragte DB 13“: **15%**

**Wettbewerbssituation  
Uckermark**

### NACHFRAGE

- 60% der deutschen Bevölkerung haben Interesse am Genuss von kulinarischen Spezialitäten als Urlaubsart / -aktivität (= 33,8 Mio. Personen)
- Vorgängerstudien: 54% (DB10) bzw. 62% (DB13) d. Bevölkerung mit Interesse an diesem Urlaubsthema

|                                 | DB 16    | DB 13    | DB 10    |
|---------------------------------|----------|----------|----------|
| Rang unter allen Themen         | 5. v. 61 | 6. v. 53 | 4. v. 28 |
| Rang unter Themen der Uckermark | 2. v. 11 |          |          |

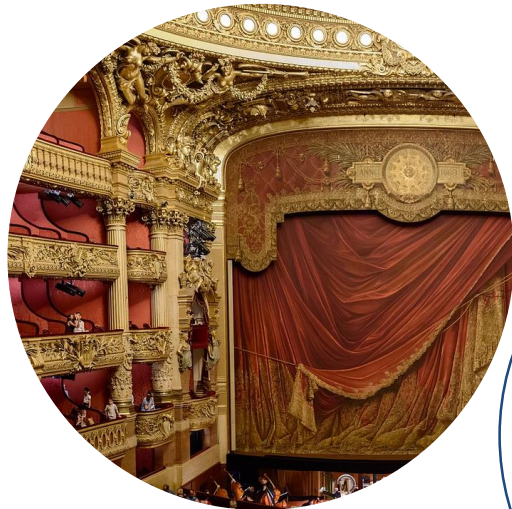
### KONKURRENZ

| Platzierungen DB 16                      | Anzahl Konkurrenz | Platz |
|--|-------------------|-------|
| <b>Basis „Alle Befragte“</b>             |                   |       |
| – „Alle Destinationen“                   | 172               | 135.  |
| – „Regionen allgemein“                   | 103               | 82.   |
| <b>Basis „jew. Themen-Interessenten“</b> |                   |       |
| – „Alle Destinationen“                   | 172               | 140.  |
| – „Regionen allgemein“                   | 103               | 84.   |

**Anmerkungen:**

- ▶ Destination Brand 16: Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016
- ▶ Destination Brand 13: Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2013
- ▶ Destination Brand 10: Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2011

Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2010 / 2011 / 2013; inspektour GmbH, 2016



## ANGEBOT

- 15% der Deutschen halten das Reiseziel Uckermark für das Thema „Kultur“ für geeignet (= 8,7 Mio. Personen)
- Wert „Themen-Interessenten“: **22%**
- Wert „Besucher i.d. Vergangenheit“: **51%**
- Wert „Alle Befragte DB 10“: **10%**
- Wert „Alle Befragte DB 13“: **15%**

**Wettbewerbssituation  
Uckermark**

## NACHFRAGE

- 41% der deutschen Bevölkerung haben Interesse am Besuch von kulturellen Einrichtungen als Urlaubsart / -aktivität (= 23,1 Mio. Personen)
- Vorgängerstudien: 50% (DB10) bzw. 44% (DB13) d. Bevölkerung mit Interesse an diesem Urlaubsthema

|                                 | DB 16     | DB 13     | DB 10    |
|---------------------------------|-----------|-----------|----------|
| Rang unter allen Themen         | 17. v. 61 | 15. v. 53 | 6. v. 28 |
| Rang unter Themen der Uckermark | 6. v. 11  |           |          |

## KONKURRENZ

| Platzierungen DB 16                      | Anzahl Konkurrenz | Platz |
|--|-------------------|-------|
| <b>Basis „Alle Befragte“</b>             |                   |       |
| – „Alle Destinationen“                   | 172               | 137.  |
| – „Regionen allgemein“                   | 103               | 81.   |
| <b>Basis „jew. Themen-Interessenten“</b> |                   |       |
| – „Alle Destinationen“                   | 172               | 138.  |
| – „Regionen allgemein“                   | 103               | 82.   |

**Anmerkungen:**

- ▶ Destination Brand 16: Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016
- ▶ Destination Brand 13: Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2013
- ▶ Destination Brand 10: Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2011



### ANGEBOT

- 34% der Deutschen halten das Reiseziel Uckermark für das Thema „Natur“ für geeignet (= 19,0 Mio. Personen)
- Wert „Themen-Interessenten“: **40%**
- Wert „Besucher i.d. Vergangenheit“: **82%**
- Wert „Alle Befragte DB 10“: **32%**
- Wert „Alle Befragte DB 13“: **37%**

**Wettbewerbssituation  
Uckermark**

### NACHFRAGE

- 67% der deutschen Bevölkerung haben Interesse am Aufenthalt in der Natur als Urlaubsart / -aktivität (= 38,1 Mio. Personen)
- Vorgängerstudien: 70% (DB10) bzw. 71% (DB13) d. Bevölkerung mit Interesse an diesem Urlaubsthema

|                                 | DB 16    | DB 13    | DB 10    |
|---------------------------------|----------|----------|----------|
| Rang unter allen Themen         | 1. v. 61 | 2. v. 53 | 1. v. 28 |
| Rang unter Themen der Uckermark | 1. v. 11 |          |          |

### KONKURRENZ

| Platzierungen DB 16                      | Anzahl Konkurrenz | Platz |
|--|-------------------|-------|
| <b>Basis „Alle Befragte“</b>             |                   |       |
| – „Alle Destinationen“                   | 172               | 81.   |
| – „Regionen allgemein“                   | 103               | 63.   |
| <b>Basis „jew. Themen-Interessenten“</b> |                   |       |
| – „Alle Destinationen“                   | 172               | 82.   |
| – „Regionen allgemein“                   | 103               | 63.   |

**Anmerkungen:**

- ▶ Destination Brand 16: Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016
- ▶ Destination Brand 13: Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2013
- ▶ Destination Brand 10: Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2011

Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2010 / 2011 / 2013; inspektour GmbH, 2016



## ANGEBOT

- 21% der Deutschen halten das Reiseziel Uckermark für das Thema „Wellness“ für geeignet (= 11,7 Mio. Personen)
- Wert „Themen-Interessenten“: **28%**
- Wert „Besucher i.d. Vergangenheit“: **66%**
- Wert „Alle Befragte DB 10“: **18%**
- Wert „Alle Befragte DB 13“: **23%**

**Wettbewerbssituation  
Uckermark**

## NACHFRAGE

- 48% der deutschen Bevölkerung haben Interesse am Nutzen von Wellnessangeboten als Urlaubsart / -aktivität (= 27,2 Mio. Personen)
- Vorgängerstudien: 50% (DB10) bzw. 49% (DB13) d. Bevölkerung mit Interesse an diesem Urlaubsthema

|                                 | DB 16    | DB 13     | DB 10    |
|---------------------------------|----------|-----------|----------|
| Rang unter allen Themen         | 9. v. 61 | 11. v. 53 | 5. v. 28 |
| Rang unter Themen der Uckermark | 3. v. 11 |           |          |

## KONKURRENZ

| Platzierungen DB 16                      | Anzahl Konkurrenz | Platz |
|--|-------------------|-------|
| <b>Basis „Alle Befragte“</b>             |                   |       |
| – „Alle Destinationen“                   | 172               | 109.  |
| – „Regionen allgemein“                   | 103               | 74.   |
| <b>Basis „jew. Themen-Interessenten“</b> |                   |       |
| – „Alle Destinationen“                   | 172               | 101.  |
| – „Regionen allgemein“                   | 103               | 67.   |

**Anmerkungen:**

- ▶ Destination Brand 16: Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016
- ▶ Destination Brand 13: Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2013
- ▶ Destination Brand 10: Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2011



## ANGEBOT

- 28% der Deutschen halten das Reiseziel Uckermark für das Thema „Landurlaub“ für geeignet (= 15,9 Mio. Personen)
- Wert „Themen-Interessenten“: **36%**
- Wert „Besucher i.d. Vergangenheit“: **75%**
- Wert „Alle Befragte DB 10“: **24%**
- Wert „Alle Befragte DB 13“: **32%**

**Wettbewerbssituation  
Uckermark**

## NACHFRAGE

- 29% der deutschen Bevölkerung haben Interesse am Landurlaub / Urlaub auf dem Bauern- bzw. Winzerhof als Urlaubsart / -aktivität (= 16,7 Mio. Personen)
- Vorgängerstudien: 29% (DB10) bzw. 31% (DB13) d. Bevölkerung mit Interesse an diesem Urlaubsthema

|                                 | DB 16     | DB 13     | DB 10     |
|---------------------------------|-----------|-----------|-----------|
| Rang unter allen Themen         | 32. v. 61 | 28. v. 53 | 17. v. 28 |
| Rang unter Themen der Uckermark | 9. v. 11  |           |           |

## KONKURRENZ

| Platzierungen DB 16                      | Anzahl Konkurrenz | Platz |
|--|-------------------|-------|
| <b>Basis „Alle Befragte“</b>             |                   |       |
| – „Alle Destinationen“                   | 172               | 69.   |
| – „Regionen allgemein“                   | 103               | 62.   |
| <b>Basis „jew. Themen-Interessenten“</b> |                   |       |
| – „Alle Destinationen“                   | 172               | 76.   |
| – „Regionen allgemein“                   | 103               | 66.   |

**Anmerkungen:**

- ▶ Destination Brand 16: Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016
- ▶ Destination Brand 13: Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2013
- ▶ Destination Brand 10: Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2011

Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2010 / 2011 / 2013; inspektour GmbH, 2016





### ANGEBOT

- 28% der Deutschen halten das Reiseziel Uckermark für das Thema „Familienurlaub“ für geeignet (= 15,8 Mio. Personen)
- Wert „Themen-Interessenten“: **28%**
- Wert „Besucher i.d. Vergangenheit“: **75%**
- DB 10: Thema für Reiseziel nicht untersucht
- DB 13: Thema für Reiseziel nicht untersucht

**Wettbewerbssituation  
Uckermark**

### NACHFRAGE

- 46% der deutschen Bevölkerung haben Interesse am Familienurlaub als Urlaubsart / -aktivität (= 26,2 Mio. Personen)
- Vorgängerstudien: 49% (DB10) bzw. 49% (DB13) d. Bevölkerung mit Interesse an diesem Urlaubsthema

|                                 | DB 16     | DB 13     | DB 10    |
|---------------------------------|-----------|-----------|----------|
| Rang unter allen Themen         | 11. v. 61 | 10. v. 53 | 7. v. 28 |
| Rang unter Themen der Uckermark | 4. v. 11  |           |          |

### KONKURRENZ

| Platzierungen DB 16                      | Anzahl Konkurrenz | Platz |
|--|-------------------|-------|
| <b>Basis „Alle Befragte“</b>             |                   |       |
| – „Alle Destinationen“                   | 87                | 61.   |
| <b>Basis „jew. Themen-Interessenten“</b> |                   |       |
| – „Alle Destinationen“                   | 87                | 63.   |

**Anmerkungen:**

- ▶ Destination Brand 16: Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016
- ▶ Destination Brand 13: Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2013
- ▶ Destination Brand 10: Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2011

Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2010 / 2011 / 2013; inspektour GmbH, 2016



## ANGEBOT

- 24% der Deutschen halten das Reiseziel Uckermark für das Thema „Nachhaltiger Urlaub“ für geeignet (= 13,5 Mio. Personen)
- Wert „Themen-Interessenten“: **37%**
- Wert „Besucher i.d. Vergangenheit“: **65%**
- DB 10: Thema wurde nicht erhoben
- DB 13: Thema wurde nicht erhoben

**Wettbewerbssituation  
Uckermark**

## NACHFRAGE

- 31% der deutschen Bevölkerung haben Interesse an einem nachhaltigen Urlaub / nachhaltiger Reise als Urlaubsart / -aktivität (= 17,8 Mio. Personen)
- Vorgängerstudien (DB10 + DB13): Thema „Nachhaltiger Urlaub“ wurde nicht erhoben

|                                 | DB 16     | DB 13 | DB 10 |
|---------------------------------|-----------|-------|-------|
| Rang unter allen Themen         | 31. v. 61 | --    | --    |
| Rang unter Themen der Uckermark | 8. v. 11  |       |       |

## KONKURRENZ

| Platzierungen DB 16                      | Anzahl Konkurrenz | Platz |
|--|-------------------|-------|
| <b>Basis „Alle Befragte“</b>             |                   |       |
| – „Alle Destinationen“                   | 23                | 14.   |
| <b>Basis „jew. Themen-Interessenten“</b> |                   |       |
| – „Alle Destinationen“                   | 23                | 14.   |



## ANGEBOT

- 30% der Deutschen halten das Reiseziel Uckermark für das Thema „Rad fahren“ für geeignet (= 17,1 Mio. Personen)
- Wert „Themen-Interessenten“: **40%**
- Wert „Besucher i.d. Vergangenheit“: **77%**
- Wert „Alle Befragte DB 10“: **27%**
- Wert „Alle Befragte DB 13“: **34%**

**Wettbewerbssituation  
Uckermark**

## NACHFRAGE

- 35% der deutschen Bevölkerung haben Interesse am Radfahren (nicht Mountainbike fahren) als Urlaubsart / -aktivität (= 20,0 Mio. Personen)
- Vorgängerstudien: 38% (DB10) bzw. 40% (DB13) d. Bevölkerung mit Interesse an diesem Urlaubsthema

|                                 | DB 16     | DB 13     | DB 10     |
|---------------------------------|-----------|-----------|-----------|
| Rang unter allen Themen         | 25. v. 61 | 18. v. 53 | 10. v. 28 |
| Rang unter Themen der Uckermark | 7. v. 11  |           |           |

## KONKURRENZ

| Platzierungen DB 16                      | Anzahl Konkurrenz | Platz |
|--|-------------------|-------|
| <b>Basis „Alle Befragte“</b>             |                   |       |
| – „Alle Destinationen“                   | 110               | 43.   |
| <b>Basis „jew. Themen-Interessenten“</b> |                   |       |
| – „Alle Destinationen“                   | 110               | 45.   |

**Anmerkungen:**

- ▶ Destination Brand 16: Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016
- ▶ Destination Brand 13: Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2013
- ▶ Destination Brand 10: Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2011





### ANGEBOT

- 30% der Deutschen halten das Reiseziel Uckermark für das Thema „Wandern“ für geeignet (= 17,2 Mio. Personen)
- Wert „Themen-Interessenten“: **38%**
- Wert „Besucher i.d. Vergangenheit“: **80%**
- Wert „Alle Befragte DB 10“: **29%**
- Wert „Alle Befragte DB 13“: **34%**

**Wettbewerbssituation  
Uckermark**

### NACHFRAGE

- 44% der deutschen Bevölkerung haben Interesse am Wandern als Urlaubsart / -aktivität (= 24,7 Mio. Personen)
- Vorgängerstudien: 47% (DB10) bzw. 43% (DB13) d. Bevölkerung mit Interesse an diesem Urlaubsthema

|                                 | DB 16     | DB 13     | DB 10    |
|---------------------------------|-----------|-----------|----------|
| Rang unter allen Themen         | 16. v. 61 | 16. v. 53 | 9. v. 28 |
| Rang unter Themen der Uckermark | 5. v. 11  |           |          |

### KONKURRENZ

| Platzierungen DB 16                      | Anzahl Konkurrenz | Platz |
|--|-------------------|-------|
| <b>Basis „Alle Befragte“</b>             |                   |       |
| – „Alle Destinationen“                   | 100               | 68.   |
| <b>Basis „jew. Themen-Interessenten“</b> |                   |       |
| – „Alle Destinationen“                   | 100               | 71.   |

**Anmerkungen:**

- ▶ Destination Brand 16: Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016
- ▶ Destination Brand 13: Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2013
- ▶ Destination Brand 10: Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2011

Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2010 / 2011 / 2013; inspektour GmbH, 2016



## ANGEBOT

- 19% der Deutschen halten das Reiseziel Uckermark für das Thema „Wassersport“ für geeignet (= 10,9 Mio. Personen)
- Wert „Themen-Interessenten“: **25%**
- Wert „Besucher i.d. Vergangenheit“: **62%**
- Wert „Alle Befragte DB 10“: **13%**
- Wert „Alle Befragte DB 13“: **20%**

**Wettbewerbssituation  
Uckermark**

## NACHFRAGE

- 21% der deutschen Bevölkerung haben Interesse am Ausüben von Wassersport (nicht Segeln) als Urlaubsart / -aktivität (= 12,0 Mio. Personen)
- Vorgängerstudien: 26% (DB10) bzw. 27% (DB13) d. Bevölkerung mit Interesse an diesem Urlaubsthema

|                                 | DB 16     | DB 13     | DB 10     |
|---------------------------------|-----------|-----------|-----------|
| Rang unter allen Themen         | 45. v. 61 | 31. v. 53 | 20. v. 28 |
| Rang unter Themen der Uckermark | 11. v. 11 |           |           |

## KONKURRENZ

| Platzierungen DB 16                      | Anzahl Konkurrenz | Platz |
|--|-------------------|-------|
| <b>Basis „Alle Befragte“</b>             |                   |       |
| – „Alle Destinationen“                   | 22                | 14.   |
| <b>Basis „jew. Themen-Interessenten“</b> |                   |       |
| – „Alle Destinationen“                   | 22                | 15.   |

**Anmerkungen:**

- ▶ Destination Brand 16: Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016
- ▶ Destination Brand 13: Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2013
- ▶ Destination Brand 10: Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2011

Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2010 / 2011 / 2013; inspektour GmbH, 2016

## Gliederung

|  |     |
|--|-----|
| 1 MANAGEMENT SUMMARY INKL. ANALYSE-QUADRANT                            | 5   |
| 2 GRAFISCHER ERGEBNISÜBERBLICK – DESTINATION BRAND 16 IM ZEITVERGLEICH | 13  |
| 3 ÜBERBLICK ÜBER STUDIENREIHE DESTINATION BRAND                        | 51  |
| 4 DESIGN DER STUDIE DESTINATION BRAND 16                               | 56  |
| 5 NACHFRAGE: ALLGEMEINES INTERESSENTENPOTENZIAL JE THEMA IM DETAIL     | 63  |
| 6 ANGEBOT: BEURTEILUNG DER GESTÜTZTEN THEMENEIGNUNG IM DETAIL          | 75  |
| 7 KONKURRENZ: VERGLEICH MIT WETTBEWERBERN JE THEMA                     | 118 |
| 8 BETEILIGTE INSTITUTE UND ANSPRECHPARTNER                             | 207 |
| 9 ANHANG   | 217 |
| IMPRESSUM  | 241 |

### 3. Überblick über Studienreihe Destination Brand

Der folgende Überblick stellt einen Auszug aus einer ausführlichen wissenschaftlich-fundierten Vorstellung der Destination Brand-Studienreihe der Autoren Prof. Dr. Bernd Eisenstein, Alexander Koch, Dr. Petra Trimborn und Sylvia Müller dar, welche im Rahmen eines von Prof. Dr. Bernd Eisenstein im Jahr 2017 herausgegebenen Sammelbands zum Thema Marktforschung für Destinationen erschienen ist (nähere Informationen in Kap. 9.4).

Seit dem Jahr 2009 liefert die Destination Brand-Studienreihe jährlich Informationen zur Wahrnehmung von über 130 Destinationsmarken in Deutschland. Hintergrund der Einführung der Studienreihe ist die im Rahmen der Wettbewerbsstrategien der Reiseziele deutliche Relevanzsteigerung von Informationen zur Markenführung. Als touristisches Marktforschungsinstrument leistet die Studienreihe in Deutschland einen **einzigartigen Beitrag zur vergleichenden Erfassung der nachfrageseitigen Wahrnehmung inländischer Destinationsmarken** auf dem deutschen Quellmarkt. Die Studienreihe besteht aus drei getrennten, thematischen Modulen, die als Einzelstudien jeweils einen spezifischen Schwerpunkt der Destinationsmarken beleuchten.

Theoretischer Ausgangspunkt und konzeptionelle Basis der Studienreihe ist dabei das **Konzept der identitätsbasierten Markenführung**. Das Konzept der identitätsbasierten Markenführung (siehe folgende Abbildung) berücksichtigt sowohl die interne Selbstreflexion der Marke aus Anbietersicht (Markenidentität) als auch die externe Markenwahrnehmung aus Nachfragesicht (Markenimage).<sup>1</sup> Die Destination Brand-Studienreihe beschränkt sich bislang ausschließlich auf die Destinationsmarkenwahrnehmung aus Nachfragesicht.

Die professionelle Führung einer Destinationsmarke bedingt die **Kenntnis der nachfrageseitigen Wahrnehmung der Marke**. Es ist kaum vorstellbar, wie die kompetente Einführung und Weiterentwicklung einer Destinationsmarke erfolgen sollte, ohne dass die für die Führung der Destinationsmarke Verantwortlichen das Markenimage<sup>2</sup> der Destination kennen.

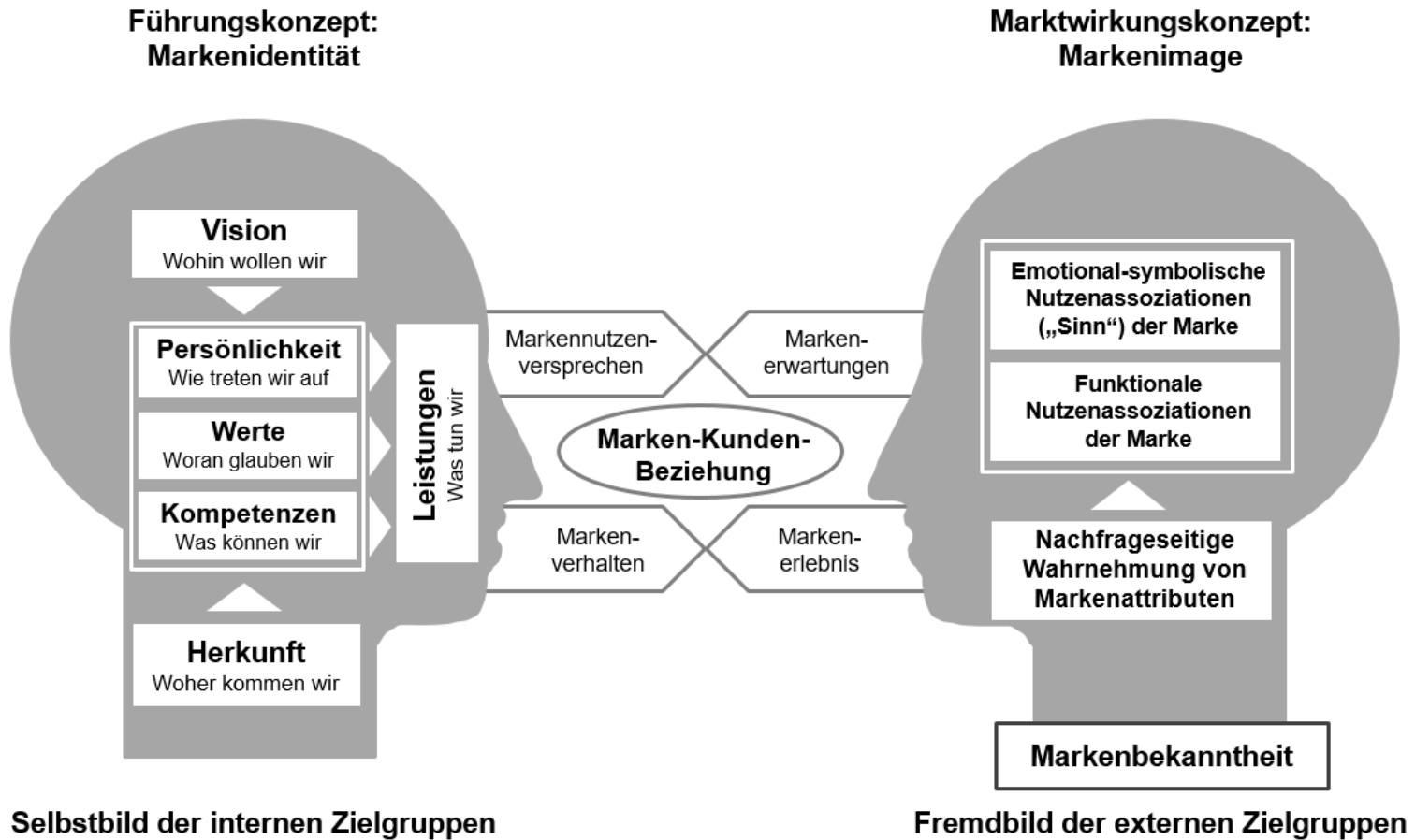
Grundvoraussetzung der Markenwirkung ist, dass die Marke über einen (zielgruppenspezifischen) Bekanntheitsgrad verfügt – also in das Bewusstsein der potenziellen Kunden gelangt ist (Markenbekanntheit; siehe folgende Abbildung). Hier setzt die erste der drei Destination Brand-Studien an: Diese misst die **Bekanntheit von Destinationsmarken** in Deutschland.

Die zweite und dritte Studie der Reihe zielen auf die **Nutzendimensionen der Destinationsmarken** ab: Entscheidend für einen erfolgreichen Markenaufbau im Sinne einer dominierenden Stellung in der Psyche der Nachfrager und einer Differenzierung gegenüber den Wettbewerbern ist die Formulierung eines Nutzenversprechens, mithilfe dessen die Marke<sup>3</sup> am Markt positioniert wird.<sup>4</sup> Im Zuge dieser Positionierung gilt es, die Markenidentität zu einem Nutzenbündel zu verdichten, welches sich klar auf wenige, aus Konsumentensicht verhaltens- bzw. kaufrelevante Nutzendimensionen fokussiert, wobei sowohl die funktionale als auch die emotional-symbolische Nutzenebene zu berücksichtigen sind.<sup>5</sup>

Seit 2009 jährlich  
Informationen zur  
Wahrnehmung von  
über 130 Destinationsmarken  
in Deutschland

Theoretischer Ausgangspunkt:  
Konzept der identitätsbasierten  
Markenführung

## Grundkonzept der identitätsorientierten Markenführung



Quelle: basierend auf Burmann, Halaszovich und Hemmann (2012), S. 74; leicht verändert.

### 3. Überblick über Studienreihe Destination Brand

Dies trifft auch für Destinationsmarken zu: Das Image der Destinationsmarke entsteht aus den Nutzenassoziationen, die die potenziellen Gäste mit der jeweiligen Destination verknüpfen.

Den **funktionalen Nutzendimensionen** von Destinationsmarken widmet sich die Zweite der Destination Brand-Studien, indem die nachfrageseitig den Destinationsmarken jeweils **zugeschriebenen Themenkompetenzen** gemessen werden.

Der dritte Teil der Destination Brand-Studienreihe zielt verstärkt auf die **emotional-symbolische Nutzendimension** der Destinationsmarken ab. Die Studie misst die von der Nachfrageseite den Destinationsmarken jeweils zugeschriebenen **Eigenschaften und Charakteristika**. Die Bedeutung der emotional-symbolischen Nutzendimension hat in jüngerer Vergangenheit deutlich zugenommen: Die im Wettbewerb der Destinationen – wie in vielen Branchen – beobachtbare Angleichung von Produkten und Dienstleistungen manifestiert sich insbesondere durch die stetige Annäherung der funktionalen Nutzendimension. Dies geht einher mit abnehmenden – mittels des funktionalen Nutzens begründeten – Differenzierungsmöglichkeiten der Destinationsmarken. Stattdessen gewinnt der emotional-symbolische Nutzenbereich für die Differenzierung eine vorrangige Bedeutung, mit der Konsequenz, dass Marken zusätzlich identitätsspezifisch emotionalisiert werden sollten<sup>6</sup>.

Die drei Teilstudien setzen zwar unterschiedliche inhaltliche Schwerpunkte, doch handelt es sich bei allen um Stichprobenerhebungen in Form von **Online-Befragungen**. Die Feldarbeit erfolgt durch die GfK (Nürnberg) und die hierdurch gewonnenen Ergebnisse sind **repräsentativ für die in Privathaushalten lebende, deutschsprachige Bevölkerung im Alter von 14 bis 74 Jahren**. Die Fallzahl je untersuchtem Reiseziel beträgt mindestens 1.000 Befragte. Dies erlaubt i.d.R. weitergehende, statistisch belastbare Analysen – z.B. soziodemografische oder zielgruppenbezogene Differenzierungen.

Pro Studie werden jeweils **mehr als 130 deutsche Destinationsmarken** in die Erhebung aufgenommen. Der damit zusammengestellte umfangreiche Destinationspool erlaubt – als Alleinstellungsmerkmal der Destination Brand-Studienreihe – für jede der untersuchten Destinationsmarken **umfassende Konkurrenzvergleiche** zum Gesamtmarkt und zum jeweils relevanten, auswählbaren Wettbewerbsumfeld.

Die periodische Messung (bei gleichbleibender Methodik) erlaubt die Durchführung von **umfangreichen Zeitvergleichen**, die sich nicht mit dem Zeitvergleich der Markenwerte der Destination erschöpfen, sondern zudem die Überprüfung von Veränderungen im Hinblick auf die Platzierung im Wettbewerbsumfeld erlauben. Letzteres ist von Relevanz, da von einer Verbesserung der Destinationsmarkenwerte nicht unmittelbar auf eine Verbesserung der Wettbewerbsposition geschlossen werden kann.

Bevölkerungsrepräsentative  
Online-Befragung

Alleinstellungsmerkmale:  
Umfangreiche Konkurrenz-  
und Zeitvergleiche

### 3. Überblick über Studienreihe Destination Brand

|   | <b>Markenstudie</b>   | <b>Themenstudie</b>  | <b>Profilstudie</b>  |                         |                         |                         |                             |                             |                                 |
|---|---|--|--|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-----------------------------|-----------------------------|---------------------------------|
| <b>Ziel</b>                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>kundenorientierte <b>Markenwertmessung</b> von dt. Reisezielen</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>kundenorientierte Ermittlung der <b>Themenkompetenz</b> von dt. Reisezielen (≙ „funktionale Nutzenassoziationen“ mit den Destinationsmarken)</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>kundenorientierte Ermittlung der <b>Profileigenschaften</b> von dt. Reisezielen (≙ „emotional-symbolische Nutzenassoziationen“ mit den Destinationsmarken)</li> </ul>   |                         |                         |                         |                             |                             |                                 |
| <b>Untersuchungsschwerpunkte</b>          | <ul style="list-style-type: none"> <li>in Anlehnung an den „Markenvierklang“: Bekanntheit (gestützt und ungestützt), Sympathie, Relevanz für zukünftige Kurzurlaube und längere Urlaubsreisen, Nutzung / persönliche Bindung je Destination</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>allgemeines Interesse an Urlaubsthemen (d.h. reisezielunabhängig)</li> <li>gestützte Themenkompetenz je Destination (für 6 Allg. Themen &amp; 5 Spezialthemen)</li> <li>Themeneignung Top of Mind je Destination</li> <li>Themen-Zielgruppen-Kombinationen als Produkt-Marktsegmente</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Modul 1:</b> gestützte Eigenschaftsbeurteilung je Destination (für 6 Allg. Eigenschaften &amp; 5 Spezialeigenschaften)</li> <li><b>Modul 2:</b> Spontan-Assoziationen je Destination (nur auf Bestellung)</li> </ul> |                         |                         |                         |                             |                             |                                 |
| <b>Teilstudienübergreifend</b>            | <ul style="list-style-type: none"> <li>Online-Erhebung; Quotenstichprobe (unter Anwendung der Quotierungsmerkmale Alter und Geschlecht als Kreuzquote pro Subsample)</li> <li>repräsentativ für in Privathaushalten lebende deutschsprachige Bevölkerung im Alter von 14-74 Jahren</li> <li>auf Grundlage des jeweils großen Destinationspools umfangreiche Konkurrenzvergleichsmöglichkeiten</li> <li>auf Grundlage des gleichbleibenden Untersuchungsdesigns dreistufige Zeitvergleichsmöglichkeiten über einen 6-Jahreszeitraum</li> </ul> |  |  |                         |                         |                         |                             |                             |                                 |
| <b>Teilstudien-spezifisch</b>             |   |  |  |                         |                         |                         |                             |                             |                                 |
| <b>– Gesamtfallzahl</b>                   | 8.900   | 15.000   | 17.000   | 10.500                  | 13.000                  | 17.000                  | 10.000                      | 11.000                      | Erhebung erfolgt im Herbst 2017 |
| <b>– Fallzahl je Destination</b>          | 1.200-2.400   | 1.000  | 1.000  | 400-1.250               | 1.000                   | 1.000                   | 1.000                       | 1.000                       |                                 |
| <b>– Anzahl der dt. Reiseziele</b>        | 141   | 160  | 172  | 141                     | 137                     | 172                     | Modul 1: 104<br>Modul 2: 22 | Modul 1: 115<br>Modul 2: 21 |                                 |
| <b>– Anzahl d. Themen / Eigenschaften</b> | --  | --   | --   | 5 Allg. +<br>25 Spezial | 5 Allg. +<br>50 Spezial | 6 Allg. +<br>57 Spezial | 6 Allg. +<br>50 Spezial     | 6 Allg. +<br>56 Spezial     |                                 |



## Gliederung

|     |  |     |
|-----|--|-----|
| 1   | MANAGEMENT SUMMARY INKL. ANALYSE-QUADRANT                            | 5   |
| 2   | GRAFISCHER ERGEBNISÜBERBLICK – DESTINATION BRAND 16 IM ZEITVERGLEICH | 13  |
| 3   | ÜBERBLICK ÜBER STUDIENREIHE DESTINATION BRAND                        | 51  |
| 4   | DESIGN DER STUDIE DESTINATION BRAND 16                               | 56  |
| 4.1 | Methodik der Studie Destination Brand 16                             | 57  |
| 4.2 | Übersicht der untersuchten touristischen Themen                      | 60  |
| 4.3 | Übersicht der untersuchten Destinationen                             | 61  |
| 5   | NACHFRAGE: ALLGEMEINES INTERESSENTENPOTENZIAL JE THEMA IM DETAIL     | 63  |
| 6   | ANGEBOT: BEURTEILUNG DER GESTÜTZTEN THEMENEIGNUNG IM DETAIL          | 75  |
| 7   | KONKURRENZ: VERGLEICH MIT WETTBEWERBERN JE THEMA                     | 118 |
| 8   | BETEILIGTE INSTITUTE UND ANSPRECHPARTNER                             | 207 |
| 9   | ANHANG   | 217 |
|     | IMPRESSUM  | 241 |



## 4.1 Methodik der Studie Destination Brand 16

Für die deutschen Inlandsreiseziele sind angesichts der hohen Relevanz touristischer Themen für das strategische Destinationsmarketing tourismus-wissenschaftlich abgesicherte Kenntnisse über die Beurteilung ihrer Themeneignung durch den deutschen Quellmarkt von entscheidender Bedeutung.

Vor diesem Hintergrund wird mit der **Studie Destination Brand 16** zum dritten Mal nahezu flächendeckend für Reiseziele des deutschen Inlandstourismus eine kundenorientierte Themeneignungsmessung auf Grundlage einer bevölkerungsrepräsentativen Online-Befragung vorgenommen.

Durchgeführt wird **Destination Brand 16** von der inspektour GmbH in Hamburg in Zusammenarbeit mit dem Marktforschungsunternehmen GfK in Nürnberg, der analytix GmbH (Institut für quantitative Marktforschung & statistische Datenanalyse) und als wissenschaftliche Begleitung dem Institut für Management und Tourismus (IMT) der Fachhochschule Westküste in Heide (Holstein).

Insgesamt konnten im Zuge der im November / Dezember 2016 laufenden Erhebung **172 deutsche Reiseziele** in die Studie **Destination Brand 16** aufgenommen werden. Die Auswahl der berücksichtigten Reiseziele erfolgte durch inspektour. Um eine weitest mögliche Abdeckung der deutschen Inlandsreiseziele sicherzustellen, werden neben allen Bundesländern und Landeshauptstädten auch zahlreiche Reisegebiete und Städte aus den unterschiedlichen Landesteilen berücksichtigt. Dabei haben gezielt verschiedene Destinationskategorien wie „Küstenziele“, „Mittelgebirgs- und Berglandschaften“, „(ländliche) Regionen“ und Gemeinden unterschiedlicher Größe (unterteilt nach Groß-, Mittel- und Kleinstädten) in den Destinationspool Eingang gefunden.

Basierend auf einer identischer Methodik im Vergleich zu den beiden **Vorgängerstudien Destination Brand 10 und 13** wird damit erstmals als besonderer auswertungstechnischer Mehrwert für eine Vielzahl an Reisezielen (81 Destinationen) zusätzlich auch ein **dreistufiger Zeitvergleich über einen 6-Jahreszeitraum** hinsichtlich ihrer Themenkompetenz ermöglicht. In dem Bestreben die Eignung für Urlaubarten und -aktivitäten kontinuierlich auszubauen, ist diese wissenschaftlich fundierte Evaluierung der **zeitlichen Entwicklung** höchst bedeutsam.

Befragt wurde ein **repräsentativer Querschnitt der deutschen Bevölkerung** im Alter von 14 bis 74 Jahren (Grundgesamtheit entspricht 56,716 Mio. Personen). Die Methode der Studie ist wissenschaftlich abgesichert: Insgesamt wurden rund **17.000 Personen von der GfK online befragt**. Dabei kamen verschiedene Teilstichproben zum Einsatz, die jede für sich für die in Privathaushalten lebende deutsche Bevölkerung der genannten Altersgruppe repräsentativ ist. In Bezug auf die gestützte Themeneignung liegt die Fallzahl für alle untersuchten Destinationen bei 1.000.

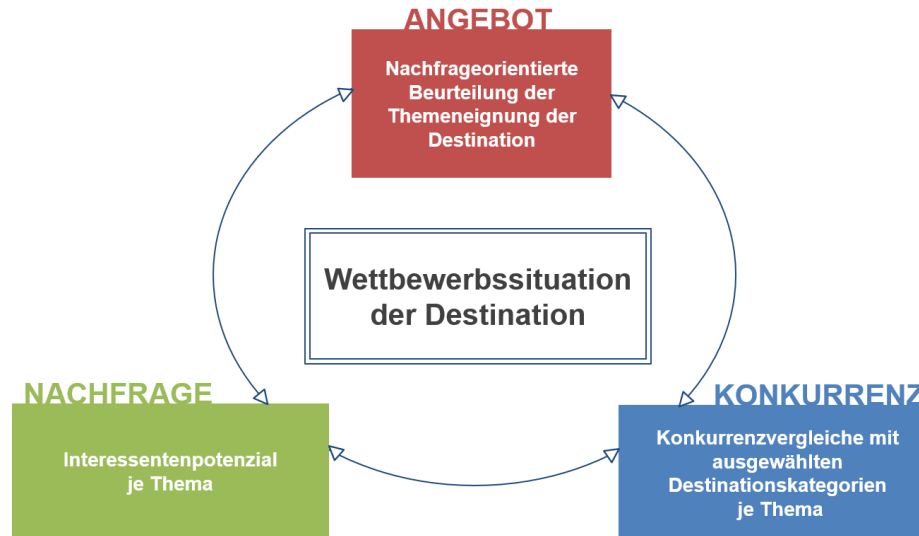
### Fakten auf einen Blick

- ▶ **Untersuchungsinhalt:**  
Kundenorientierte Themeneignungsermittlung
- ▶ **Untersuchungsobjekte:**  
172 Reiseziele in Deutschland
- ▶ **Anzahl der Befragten:**  
17.000 gesamt  
1.000 je Reiseziel
- ▶ **Repräsentativität:**  
in Privathaushalten lebende deutschsprachige Bevölkerung im Alter von 14-74 Jahren
- ▶ **Stichprobenart:**  
Quotenstichprobe
- ▶ **Erhebungsart:**  
Online-Befragung

## 4.1 Methodik der Studie Destination Brand 16

Die Feldarbeiten wurden von der GfK durchgeführt, geleitet und kontrolliert. Die aus den jeweiligen Stichprobengrößen resultierenden Vertrauensintervalle finden Sie im Anhang.

Den Ansatz des strategischen Managements aufgreifend, ermöglichen die Auswertungen der so gewonnenen Daten die Durchführung einer **dreidimensionalen Wettbewerbsanalyse** für das jeweilige Reiseziel. Dabei werden das allgemeine Interessentenpotenzial je Urlaubsart / -aktivität (1. Dimension „Nachfrage“, vgl. Kap. 2.2 + 5), die Beurteilung der Themeneignung der Destination (2. Dimension „Angebot“, vgl. Kap. 2.3 + 6) sowie das Abschneiden des Reiseziels im Vergleich mit den Wettbewerbern je Thema (3. Dimension „Konkurrenz“, vgl. Kap. 2.4 + 7) umfassend analysiert.



Ergänzend können dem Anhang einige Lesebeispiele sowie ein Glossar der wichtigsten Begriffe entnommen werden.

Abschließend soll bezüglich der Auswertungsergebnisse darauf hingewiesen werden, dass im Falle von Abweichungen der Summe von addierten Prozent-Werten dies auf Rundungsdifferenzen zurückzuführen ist.

Dreidimensionale Wettbewerbsanalyse

Lesebeispiele und Glossar im Anhang

## Gliederung

|     |  |     |
|-----|--|-----|
| 1   | MANAGEMENT SUMMARY INKL. ANALYSE-QUADRANT                            | 5   |
| 2   | GRAFISCHER ERGEBNISÜBERBLICK – DESTINATION BRAND 16 IM ZEITVERGLEICH | 13  |
| 3   | ÜBERBLICK ÜBER STUDIENREIHE DESTINATION BRAND                        | 51  |
| 4   | DESIGN DER STUDIE DESTINATION BRAND 16                               | 56  |
| 4.1 | Methodik der Studie Destination Brand 16                             | 57  |
| 4.2 | Übersicht der untersuchten touristischen Themen                      | 60  |
| 4.3 | Übersicht der untersuchten Destinationen                             | 61  |
| 5   | NACHFRAGE: ALLGEMEINES INTERESSENTENPOTENZIAL JE THEMA IM DETAIL     | 63  |
| 6   | ANGEBOT: BEURTEILUNG DER GESTÜTZTEN THEMENEIGNUNG IM DETAIL          | 75  |
| 7   | KONKURRENZ: VERGLEICH MIT WETTBEWERBERN JE THEMA                     | 118 |
| 8   | BETEILIGTE INSTITUTE UND ANSPRECHPARTNER                             | 207 |
| 9   | ANHANG   | 217 |
|     | IMPRESSUM  | 241 |

## 4.2 Übersicht der untersuchten touristischen Themen

### ► **Allgemeine Themen**

(für alle Destinationen)

1. Gesundheit (Selbstzahler)
2. Kulinarik
3. Kultur
4. Natur
5. Wellness
- 
6. Landurlaub / Urlaub auf dem Bauern- bzw. Winzerhof\*

\* *Zusätzliches Sonderthema für alle Reiseziele*



### ► **Spezialthemen**

(hervorgehoben ist die individuelle Auswahl für das Reiseziel Uckermark)

7. Angeln
8. Backsteingotik
9. Bade- / Strandurlaub
10. Barrierefreier Urlaub
11. Bauhaus und Architektur der klassischen Moderne
12. Bergbautourismus
13. Bierreise
14. Brauchtumsveranstaltungen
15. Burgen
16. Camping
17. E-Bikes
18. Events
19. Fähr- und Kreuzfahrten
20. **Familienurlaub**
21. Filmtourismus
22. Freizeitparks
23. Gärten / Parks
24. Geschäftsreise
25. Golf
26. Industriekultur
27. Klettern
28. Kultur- / Musikfestivals
29. Kur
30. Spektakuläre Landschaft
31. Lebendige ‚Szene‘
32. Auf den Spuren Luthers
33. Luxusurlaub
34. Märchen / Sagen
35. Motorrad fahren
36. Mountainbike
37. Museen / Ausstellungen
38. **Nachhaltiger Urlaub**
39. Informationen über Natur
40. Nebensaison
41. Nordic Walking
42. **Rad fahren**
43. Reiten
44. Romantik
45. Schlösser, Herrenhäuser
46. Segeln
47. Shopping
48. Sporturlaub
49. Sportveranstaltungen (aktiv & passiv)
50. Städtereise
51. Surfen / Kiten
52. Thalassoangebote
53. UNESCO Welterbestätte
54. **Wandern**
55. Aktiv im und am Wasser
56. **Wassersport**
57. Weihnachtsmarkt
58. Weinreise
59. Winter am Meer
60. Wintersport
61. Winterurlaub
62. Yoga / Meditation
63. Zoobesuch

**Anmerkung:** Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016

## Gliederung

|     |  |     |
|-----|--|-----|
| 1   | MANAGEMENT SUMMARY INKL. ANALYSE-QUADRANT                            | 5   |
| 2   | GRAFISCHER ERGEBNISÜBERBLICK – DESTINATION BRAND 16 IM ZEITVERGLEICH | 13  |
| 3   | ÜBERBLICK ÜBER STUDIENREIHE DESTINATION BRAND                        | 51  |
| 4   | DESIGN DER STUDIE DESTINATION BRAND 16                               | 56  |
| 4.1 | Methodik der Studie Destination Brand 16                             | 57  |
| 4.2 | Übersicht der untersuchten touristischen Themen                      | 60  |
| 4.3 | Übersicht der untersuchten Destinationen                             | 61  |
| 5   | NACHFRAGE: ALLGEMEINES INTERESSENTENPOTENZIAL JE THEMA IM DETAIL     | 63  |
| 6   | ANGEBOT: BEURTEILUNG DER GESTÜTZTEN THEMENEIGNUNG IM DETAIL          | 75  |
| 7   | KONKURRENZ: VERGLEICH MIT WETTBEWERBERN JE THEMA                     | 118 |
| 8   | BETEILIGTE INSTITUTE UND ANSPRECHPARTNER                             | 207 |
| 9   | ANHANG   | 217 |
|     | IMPRESSUM  | 241 |

## 4.3 Übersicht der untersuchten Destinationen

- |   |  |  |  |
|---|--|--|--|
| 1. Aachen                                 | 44. Franken                                    | 87. Metropolregion Hamburg                 | 130. Ruppiner Seenland                       |
| 2. Ahrtal                                 | 45. Frankenwald                                | 88. Metropolregion München                 | 131. Saale-Unstrut                           |
| 3. Allgäu                                 | 46. Frankfurt am Main                          | 89. Mittelrhein                            | 132. Saarbrücken                             |
| 4. Alpenregion Tegernsee-Schliersee       | 47. Fränkisches Weinland                       | 90. Mosel                                  | 133. Saarland                                |
| 5. Alpenwelt Karwendel                    | 48. Freiburg im Breisgau                       | 91. München                                | 134. Sachsen                                 |
| 6. Altmark                                | 49. Friedrichskoog                             | 92. Münsterland                            | 135. Sachsen-Anhalt                          |
| 7. Ammergauer Alpen                       | 50. Füssen                                     | 93. Nahe                                   | 136. Sächsische Schweiz-Elbsandsteingebirge  |
| 8. Bad Frankenhausen                      | 51. Füssen im Allgäu                           | 94. Naheland                               | 137. Sächsisches Elbland                     |
| 9. Bad Wildungen                          | 52. Garmisch-Partenkirchen                     | 95. Naturgarten Kaiserstuhl                | 138. Sauerland                               |
| 10. Baden                                 | 53. Görlitz                                    | 96. Naturpark Altmühltal                   | 139. Schleswig-Holstein                      |
| 11. Baden-Baden                           | 54. GrimmHeimat NordHessen                     | 97. neanderland / Kreis Mettmann           | 140. Schwäbische Alb                         |
| 12. Baden-Württemberg                     | 55. Grömitz                                    | 98. Niederrhein                            | 141. Schwarzwald                             |
| 13. Baiersbronn im Schwarzwald            | 56. Hamburg                                    | 99. Niedersachsen                          | 142. Schwerin                                |
| 14. Bamberg                               | 57. Hannover                                   | 100. Norderney                             | 143. Seenland Oder-Spree                     |
| 15. Bayerischer Wald                      | 58. Harz                                       | 101. Nordrhein-Westfalen                   | 144. Siegerland-Wittgenstein                 |
| 16. Bayern                                | 59. Havelland                                  | 102. Nordsee                               | 145. Spessart                                |
| 17. Bayreuth                              | 60. Heidelberg                                 | 103. Nordsee Niedersachsen                 | 146. Spessart-Mainland                       |
| 18. Berchtesgadener Land                  | 61. Helgoland                                  | 104. Nordsee Schleswig-Holstein            | 147. Spreewald                               |
| 19. Bergisches Land                       | 62. Hessen                                     | 105. Nordseeinsel Juist                    | 148. St. Peter-Ording                        |
| 20. Berlin                                | 63. Hessische Bergstraße                       | 106. Nordseeland Dithmarschen              | 149. Stadt Oberhausen in Nordrhein-Westfalen |
| 21. Bingen am Rhein                       | 64. Hochschwarzwald, die Region um Feldberg,   | 107. Nürnberg                              | 150. Stralsund                               |
| 22. Bodensee                              | 65. Titisee, Schluchsee und Hinterzarten       | 108. Nürnberger Land                       | 151. Stuttgart                               |
| 23. Bonn                                  | 66. Hunsrück                                   | 109. Oberbayern                            | 152. Sylt                                    |
| 24. Brandenburg                           | 67. Insel Rügen                                | 110. Oberstdorf                            | 153. Taunus                                  |
| 25. Braunschweiger Land                   | 68. Insel Usedom                               | 111. Odenwald                              | 154. Teutoburger Wald                        |
| 26. Bremen                                | 69. Kaiserbäder Ahlbeck · Heringsdorf · Bansin | 112. Osnabrück                             | 155. Thüringen                               |
| 27. Büsum                                 | 70. Karlsruhe                                  | 113. Ostsee                                | 156. Thüringer Wald                          |
| 28. Celle                                 | 71. Kassel                                     | 114. Ostsee Schleswig-Holstein             | 157. Timmendorfer Strand                     |
| 29. Chiemgau                              | 72. Kiel                                       | 115. Ostseebad Kühlungsborn                | 158. Travemünde                              |
| 30. Chiemsee                              | 73. Köln                                       | 116. Pfalz                                 | 159. Trier                                   |
| 31. Dessau                                | 74. Konstanz am Bodensee                       | 117. Pfälzerwald                           | 160. <b>Uckermark</b>                        |
| 32. Die Bergischen Drei - Tourismusregion | 75. Lahntal                                    | 118. Potsdam                               | 161. Vogelsberg                              |
| 33. Remscheid - Solingen - Wuppertal      | 76. Langeoog                                   | 119. Regensburg                            | 162. Vogtland                                |
| 34. Dresden                               | 77. Lausitzer Seenland                         | 120. Region Südharz Kyffhäuser             | 163. weimar Kulturstadt Europas              |
| 35. Düsseldorf                            | 78. Leipzig                                    | 121. Rheingau                              | 164. Weserbergland                           |
| 36. Eifel                                 | 79. Lübeck                                     | 122. Rheinhessen                           | 165. Westerwald                              |
| 37. Erfurt                                | 80. Lüneburg                                   | 123. Rheinland-Pfalz                       | 166. Wiesbaden                               |
| 38. Erlebnisregion Edersee                | 81. Lüneburger Heide                           | 124. Rhön                                  | 167. Willingen                               |
| 39. Erzgebirge                            | 82. Magdeburg                                  | 125. Romantischer Rhein                    | 168. Wolfsburg                               |
| 40. Essen                                 | 83. Magdeburg Elbe-Börde-Heide                 | 126. Rostock-Warnemünde                    | 169. Worms                                   |
| 41. Fehmarn                               | 84. Mainz                                      | 127. Rothenburg ob der Tauber              | 170. Worpswede                               |
| 42. Fichtelgebirge                        | 85. Mannheim                                   | 128. Rüdesheim und Assmannshausen am Rhein | 171. Württemberg                             |
| 43. Fläming                               | 86. Mecklenburgische Seenplatte                | 129. Ruhrgebiet                            | 172. Zugspitzregion                          |
| 44. Föhr                                  |  |  |  |

## Gliederung

|  |     |
|--|-----|
| 1 MANAGEMENT SUMMARY INKL. ANALYSE-QUADRANT                            | 5   |
| 2 GRAFISCHER ERGEBNISÜBERBLICK – DESTINATION BRAND 16 IM ZEITVERGLEICH | 13  |
| 3 ÜBERBLICK ÜBER STUDIENREIHE DESTINATION BRAND                        | 51  |
| 4 DESIGN DER STUDIE DESTINATION BRAND 16                               | 56  |
| 5 NACHFRAGE: ALLGEMEINES INTERESSENTENPOTENZIAL JE THEMA IM DETAIL     | 63  |
| 6 ANGEBOT: BEURTEILUNG DER GESTÜTZTEN THEMENEIGNUNG IM DETAIL          | 75  |
| 7 KONKURRENZ: VERGLEICH MIT WETTBEWERBERN JE THEMA                     | 118 |
| 8 BETEILIGTE INSTITUTE UND ANSPRECHPARTNER                             | 207 |
| 9 ANHANG   | 217 |
| IMPRESSUM  | 241 |

## 5. Allgemeines Interessentenpotenzial der destinationsspezifischen Themen im Detail

### Interessentenpotenzial für die Urlaubsart / -aktivität:

#### „Gesundheitsangebote nutzen (selbstzahlend, nicht Kur)“

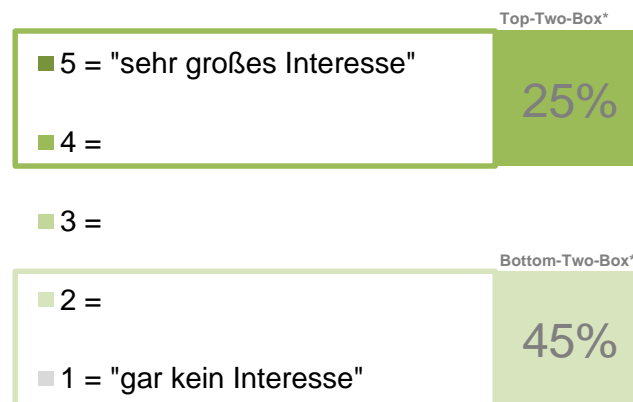
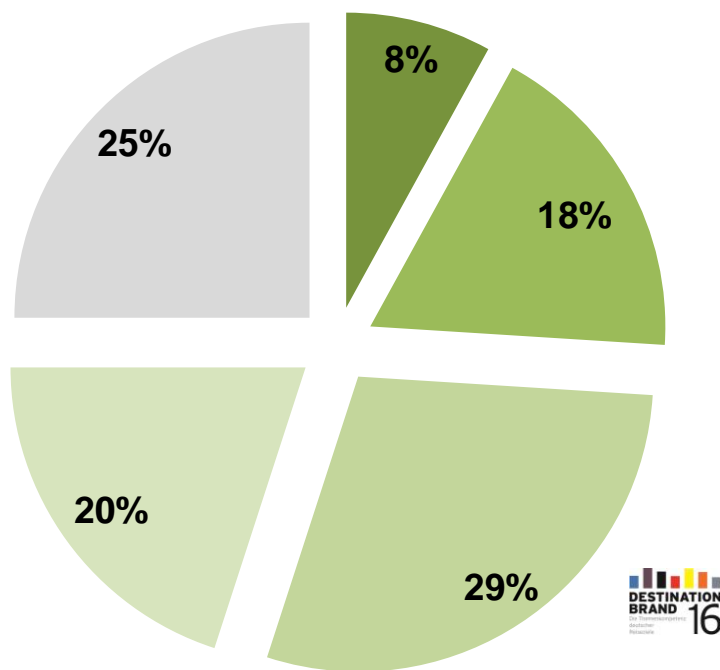
> Wie groß ist Ihr Interesse an folgenden Urlaubsarten / -aktivitäten (für einen Urlaub mit mindestens einer Übernachtung)?

> Anteilswerte (Angabe in % der Fälle)

### ■ **Gesundheit**

Basis: Alle Befragte

Anzahl der Befragten: 17.000



Ø\*\* = 2,6

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

\*\*Skalierung von „5 = sehr großes Interesse“ bis „1= gar kein Interesse“



## 5. Allgemeines Interessentenpotenzial der destinationsspezifischen Themen im Detail

### Interessentenpotenzial für die Urlaubsart / -aktivität:

#### „Kulinarische / gastronomische Spezialitäten genießen“

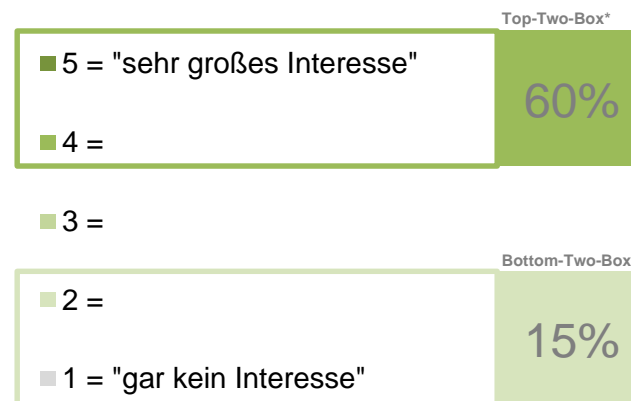
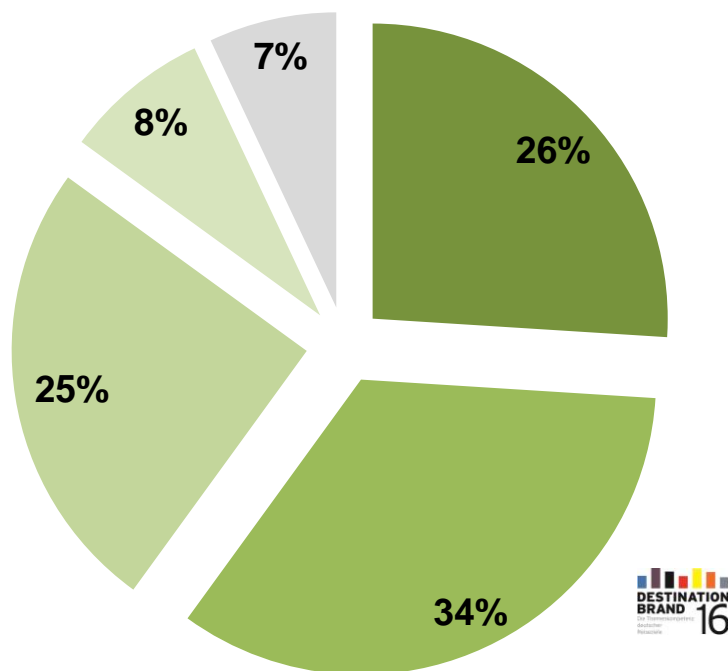
> Wie groß ist Ihr Interesse an folgenden Urlaubsarten / -aktivitäten (für einen Urlaub mit mindestens einer Übernachtung)?

> Anteilswerte (Angabe in % der Fälle)

### ■ Kulinarik

Basis: Alle Befragte

Anzahl der Befragten: 17.000



Ø\*\* = 3,6

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

\*\*Skalierung von „5 = sehr großes Interesse“ bis „1= gar kein Interesse“

## 5. Allgemeines Interessentenpotenzial der destinationsspezifischen Themen im Detail

### Interessentenpotenzial für die Urlaubsart / -aktivität:

#### „Kulturelle Einrichtungen besuchen / Kulturangebote nutzen“

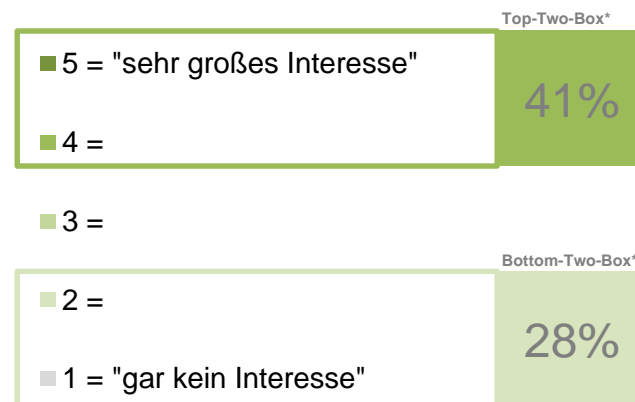
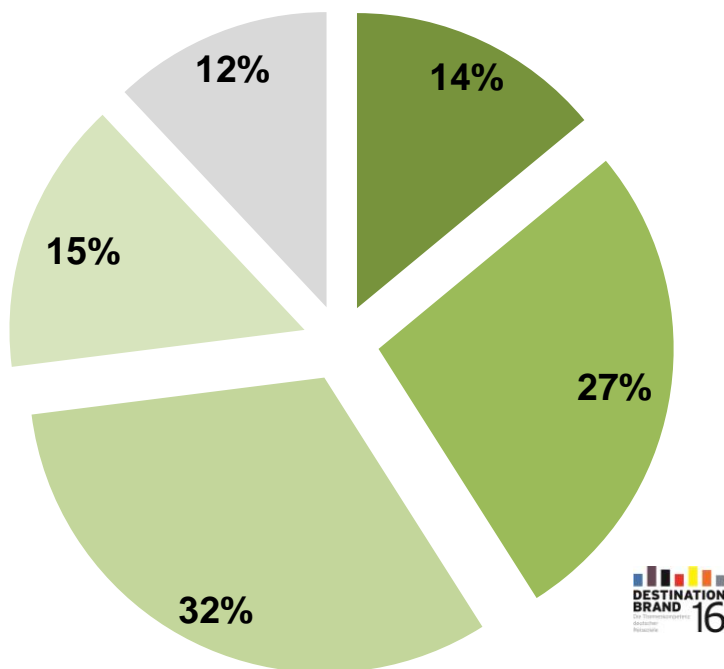
> Wie groß ist Ihr Interesse an folgenden Urlaubsarten / -aktivitäten (für einen Urlaub mit mindestens einer Übernachtung)?

> Anteilswerte (Angabe in % der Fälle)

### ■ Kultur

Basis: Alle Befragte

Anzahl der Befragten: 17.000



Ø\*\* = 3,1

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

\*\*Skalierung von „5 = sehr großes Interesse“ bis „1= gar kein Interesse“

## 5. Allgemeines Interessentenpotenzial der destinationsspezifischen Themen im Detail

### Interessentenpotenzial für die Urlaubsart / -aktivität:

#### „Sich in der Natur aufhalten“

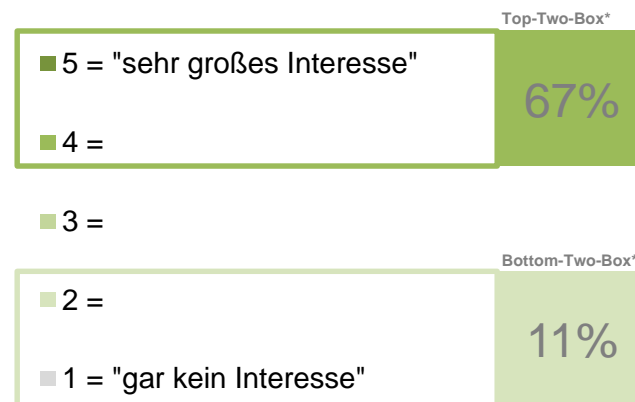
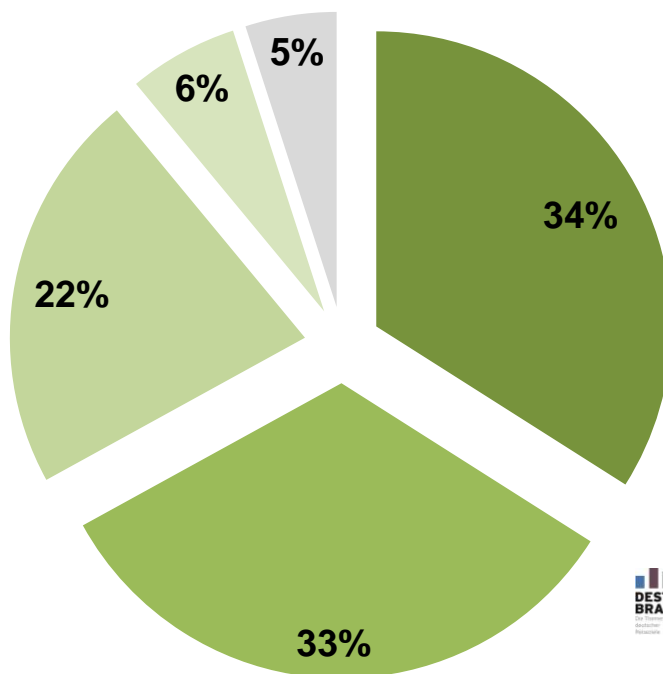
> Wie groß ist Ihr Interesse an folgenden Urlaubsarten / -aktivitäten (für einen Urlaub mit mindestens einer Übernachtung)?

> Anteilswerte (Angabe in % der Fälle)

#### ■ Natur

Basis: Alle Befragte

Anzahl der Befragten: 17.000



Ø\*\* = 3,9

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

\*\*Skalierung von „5 = sehr großes Interesse“ bis „1= gar kein Interesse“

## 5. Allgemeines Interessentenpotenzial der destinationsspezifischen Themen im Detail

### Interessentenpotenzial für die Urlaubsart / -aktivität:

#### „Wellnessangebote nutzen“

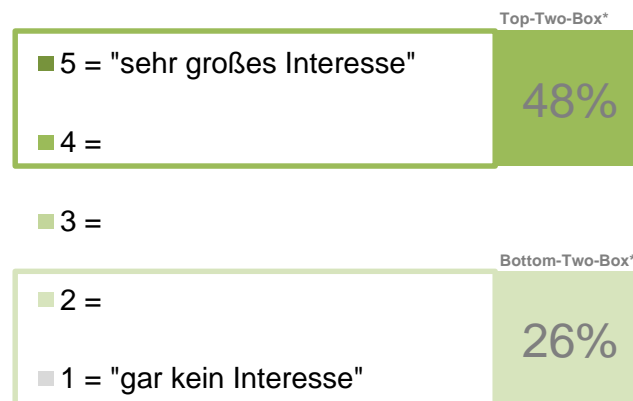
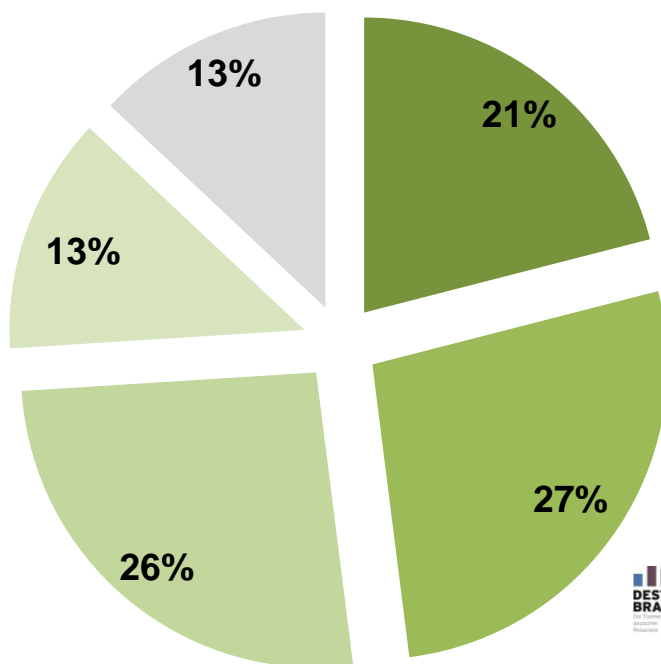
> Wie groß ist Ihr Interesse an folgenden Urlaubsarten / -aktivitäten (für einen Urlaub mit mindestens einer Übernachtung)?

> Anteilswerte (Angabe in % der Fälle)

#### Wellness

Basis: Alle Befragte

Anzahl der Befragten: 17.000



Ø\*\* = 3,3

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

\*\*Skalierung von „5 = sehr großes Interesse“ bis „1= gar kein Interesse“

## 5. Allgemeines Interessentenpotenzial der destinationsspezifischen Themen im Detail

### Interessentenpotenzial für die Urlaubsart / -aktivität:

#### „Landurlaub / Urlaub auf dem Bauern- bzw. Winzerhof“

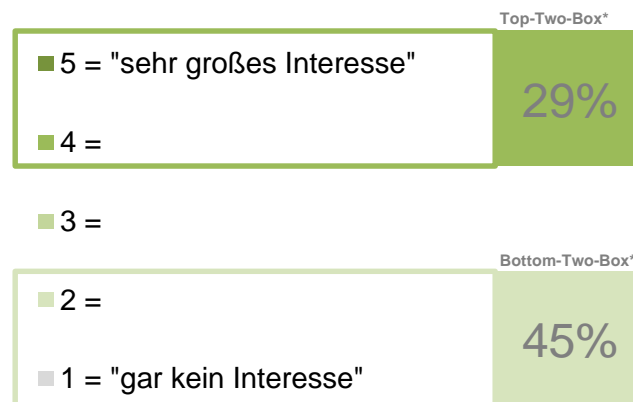
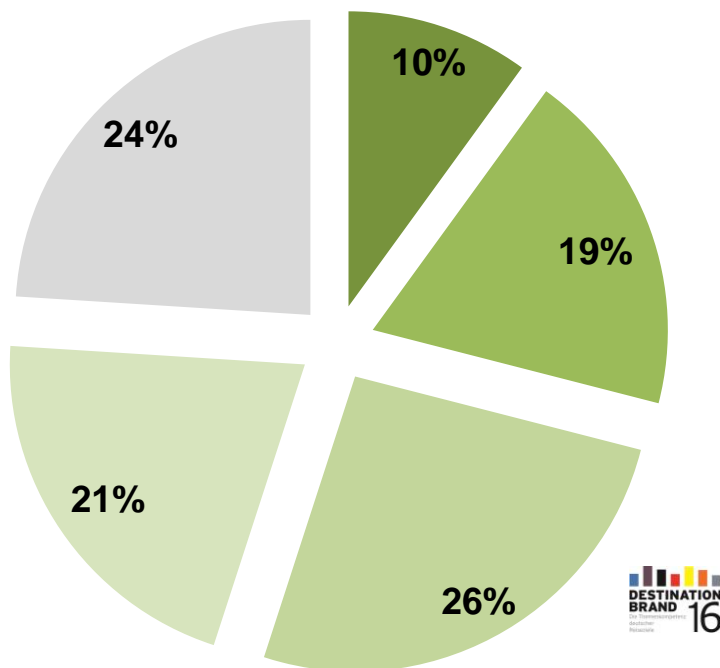
> Wie groß ist Ihr Interesse an folgenden Urlaubsarten / -aktivitäten (für einen Urlaub mit mindestens einer Übernachtung)?

> Anteilswerte (Angabe in % der Fälle)

#### ■ Landurlaub

Basis: Alle Befragte

Anzahl der Befragten: 17.000



Ø\*\* = 2,7

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

\*\*Skalierung von „5 = sehr großes Interesse“ bis „1= gar kein Interesse“

## 5. Allgemeines Interessentenpotenzial der destinationsspezifischen Themen im Detail

### Interessentenpotenzial für die Urlaubsart / -aktivität:

#### „Familienurlaub“

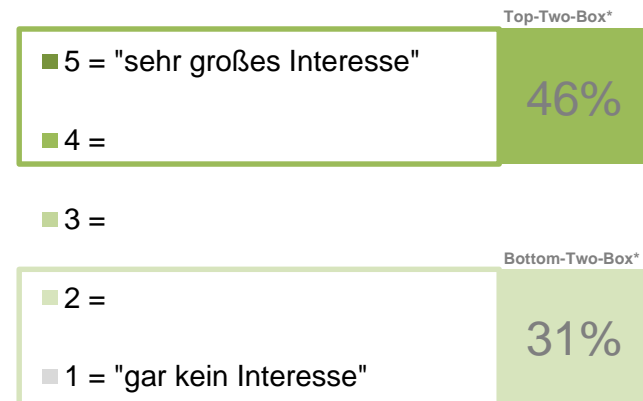
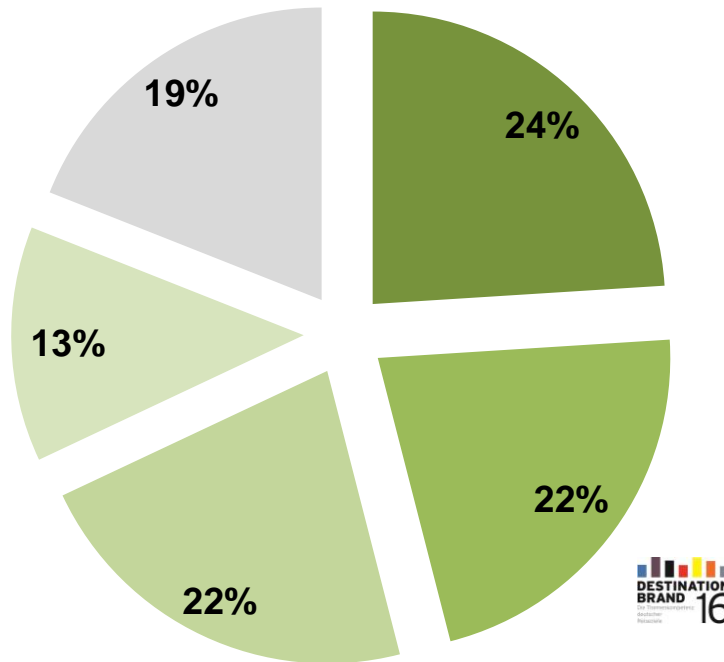
> Wie groß ist Ihr Interesse an folgenden Urlaubsarten / -aktivitäten (für einen Urlaub mit mindestens einer Übernachtung)?

> Anteilswerte (Angabe in % der Fälle)

#### ■ Familienurlaub

Basis: Alle Befragte

Anzahl der Befragten: 17.000



Ø\*\* = 3,2

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

\*\*Skalierung von „5 = sehr großes Interesse“ bis „1= gar kein Interesse“

## 5. Allgemeines Interessentenpotenzial der destinationsspezifischen Themen im Detail

### Interessentenpotenzial für die Urlaubsart / -aktivität: „Nachhaltiger Urlaub / Nachhaltige Reise (natur- / umweltschonend, wirtschaftlich fair, sozial gerecht)“

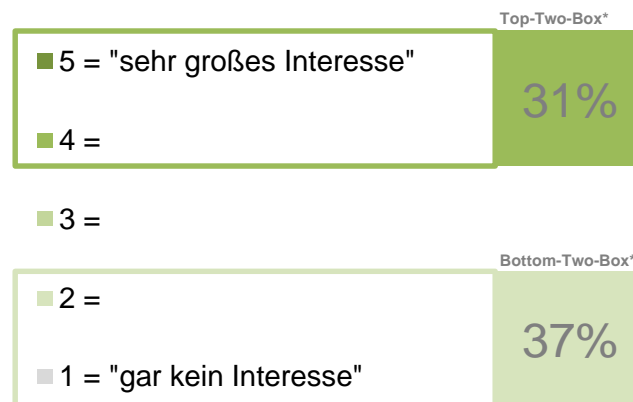
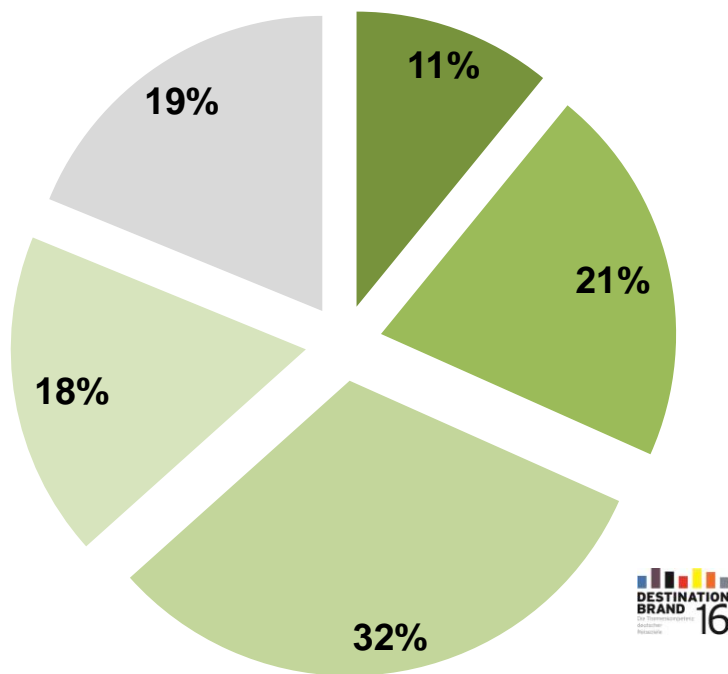
> Wie groß ist Ihr Interesse an folgenden Urlaubsarten / -aktivitäten (für einen Urlaub mit mindestens einer Übernachtung)?

> Anteilswerte (Angabe in % der Fälle)

#### ■ Nachhaltiger Urlaub

Basis: Alle Befragte

Anzahl der Befragten: 17.000



Ø\*\* = 2,9

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

\*\*Skalierung von „5 = sehr großes Interesse“ bis „1= gar kein Interesse“

## 5. Allgemeines Interessentenpotenzial der destinationsspezifischen Themen im Detail

### Interessentenpotenzial für die Urlaubsart / -aktivität:

#### „Rad fahren (nicht Mountainbike fahren)“

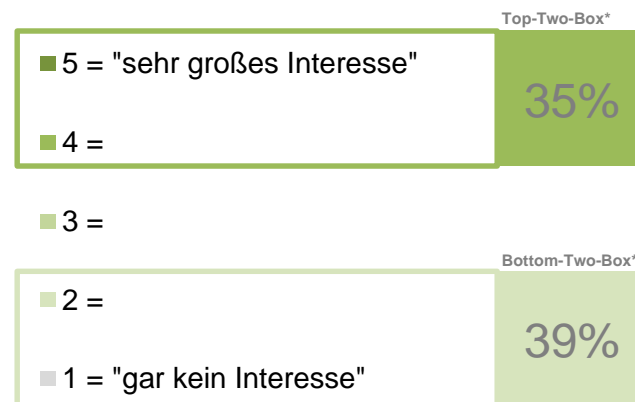
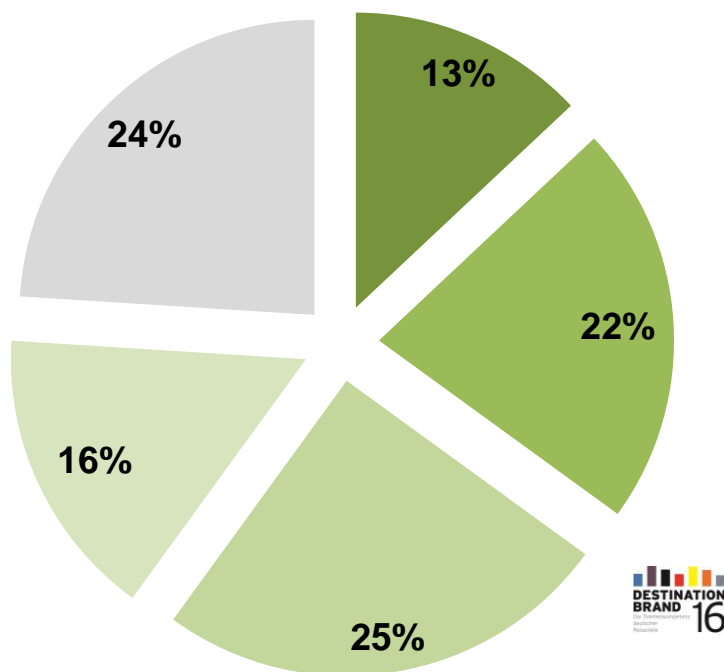
> Wie groß ist Ihr Interesse an folgenden Urlaubsarten / -aktivitäten (für einen Urlaub mit mindestens einer Übernachtung)?

> Anteilswerte (Angabe in % der Fälle)

#### ■ Rad fahren

Basis: Alle Befragte

Anzahl der Befragten: 17.000



Ø\*\* = 2,9

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

\*\*Skalierung von „5 = sehr großes Interesse“ bis „1= gar kein Interesse“



## 5. Allgemeines Interessentenpotenzial der destinationsspezifischen Themen im Detail

### Interessentenpotenzial für die Urlaubsart / -aktivität:

#### „Wandern“

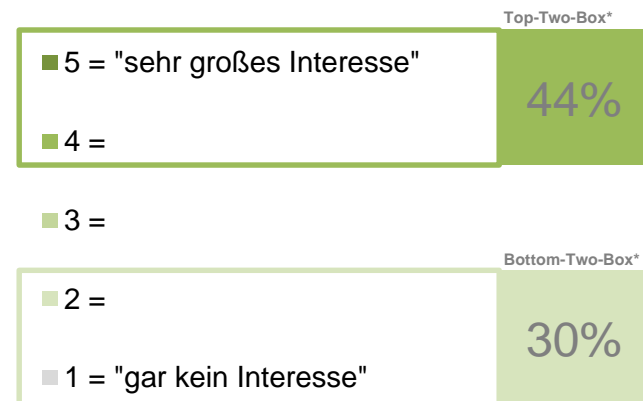
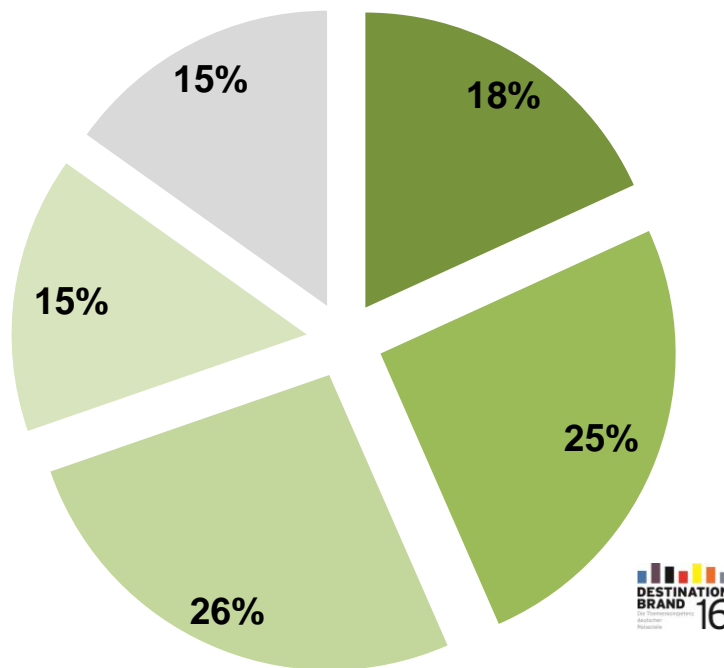
> Wie groß ist Ihr Interesse an folgenden Urlaubsarten / -aktivitäten (für einen Urlaub mit mindestens einer Übernachtung)?

> Anteilswerte (Angabe in % der Fälle)

#### ■ Wandern

Basis: Alle Befragte

Anzahl der Befragten: 17.000



Ø\*\* = 3,2

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

\*\*Skalierung von „5 = sehr großes Interesse“ bis „1= gar kein Interesse“

## 5. Allgemeines Interessentenpotenzial der destinationsspezifischen Themen im Detail

### Interessentenpotenzial für die Urlaubsart / -aktivität:

#### „Wassersport ausüben (nicht Segeln)“

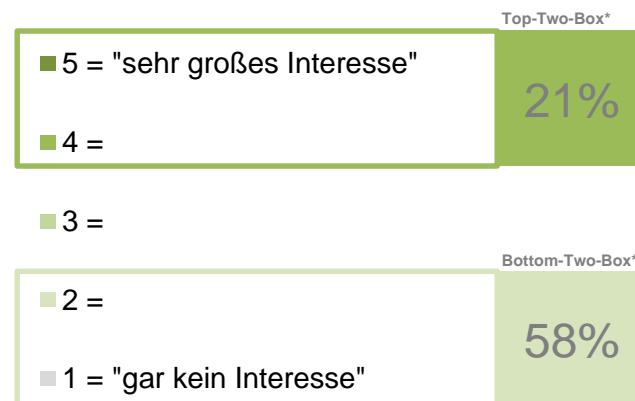
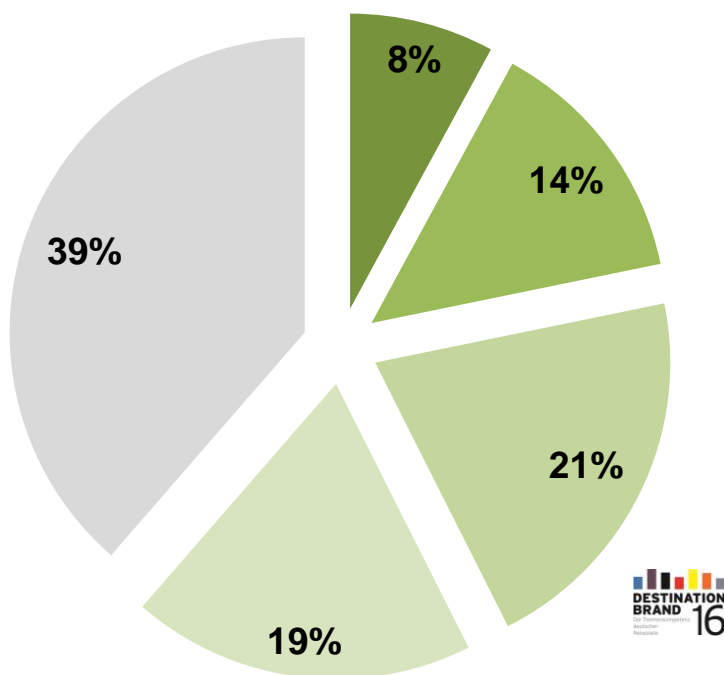
> Wie groß ist Ihr Interesse an folgenden Urlaubsarten / -aktivitäten (für einen Urlaub mit mindestens einer Übernachtung)?

> Anteilswerte (Angabe in % der Fälle)

#### ■ Wassersport

Basis: Alle Befragte

Anzahl der Befragten: 17.000



Ø\*\* = 2,3

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

\*\*Skalierung von „5 = sehr großes Interesse“ bis „1= gar kein Interesse“

## Gliederung

|  |     |
|--|-----|
| 1 MANAGEMENT SUMMARY INKL. ANALYSE-QUADRANT                            | 5   |
| 2 GRAFISCHER ERGEBNISÜBERBLICK – DESTINATION BRAND 16 IM ZEITVERGLEICH | 13  |
| 3 ÜBERBLICK ÜBER STUDIENREIHE DESTINATION BRAND                        | 51  |
| 4 DESIGN DER STUDIE DESTINATION BRAND 16                               | 56  |
| 5 NACHFRAGE: ALLGEMEINES INTERESSENTENPOTENZIAL JE THEMA IM DETAIL     | 63  |
| 6 ANGEBOT: BEURTEILUNG DER GESTÜTZTEN THEMENEIGNUNG IM DETAIL          | 75  |
| 6.1 Univariate Auswertungsergebnisse                                   | 76  |
| 6.2 Soziodemografische Differenzierungen                               | 88  |
| 6.3 Zielgruppenanalyse   | 105 |
| 7 KONKURRENZ: VERGLEICH MIT WETTBEWERBERN JE THEMA                     | 118 |
| 8 BETEILIGTE INSTITUTE UND ANSPRECHPARTNER                             | 207 |
| 9 ANHANG   | 217 |
| IMPRESSUM  | 241 |

## 6.1 Univariate Auswertungsergebnisse

### Gestützte Themeneignung für die Urlaubsart / -aktivität:

#### „Gesundheitsurlaub / Gesundheitsreise (selbstzahlend, nicht Kur)“

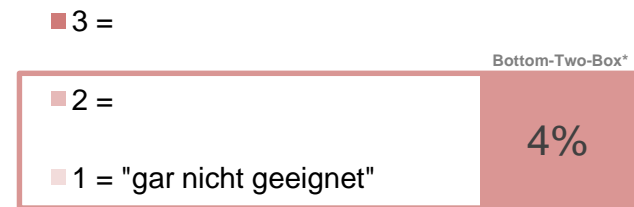
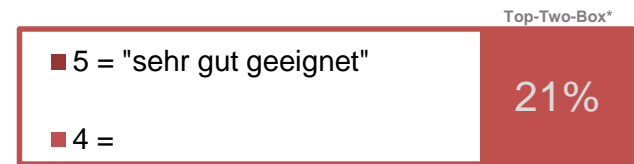
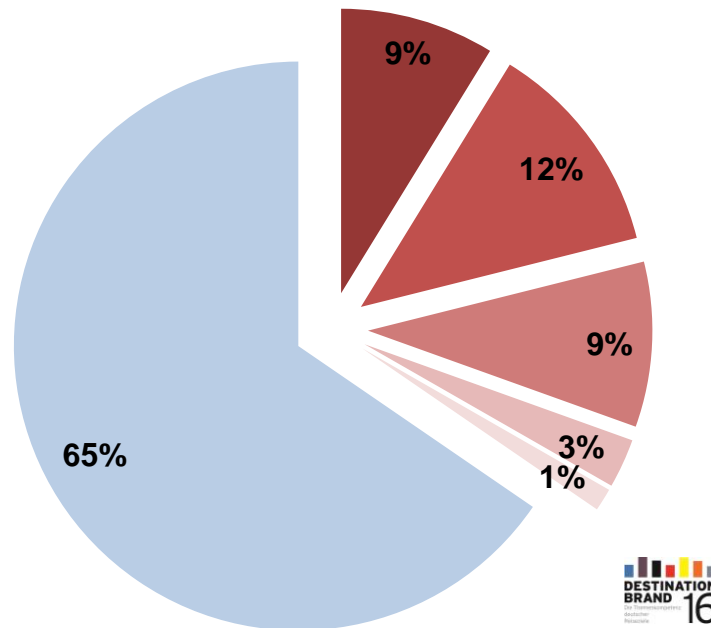
> Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?

> Anteilswerte (Angabe in % der Fälle)

### Uckermark

Basis: Alle Befragte

Anzahl der Befragten: 1.000



weiß nicht

Ø\*\* = 3,7

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

\*\* Skalierung von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“

## 6.1 Univariate Auswertungsergebnisse

### Gestützte Themeneignung für die Urlaubsart / -aktivität:

#### „Kulinarische Reise“

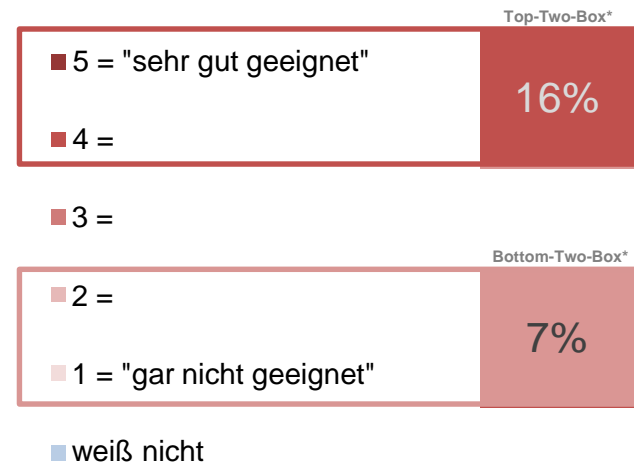
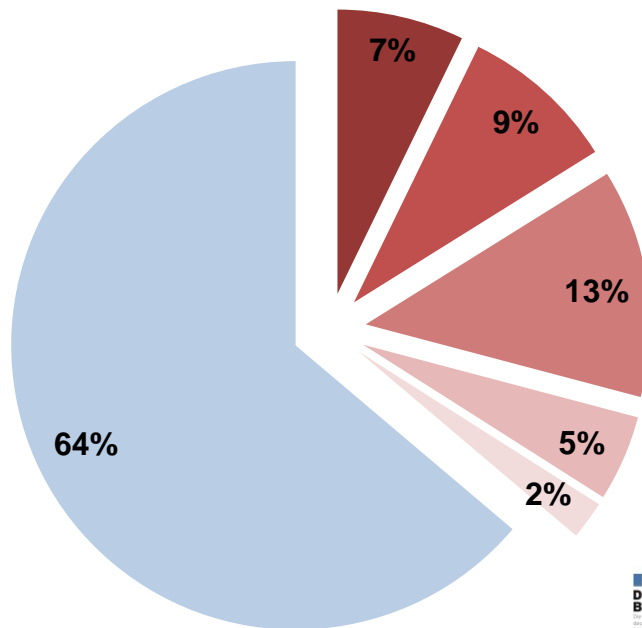
> Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?

> Anteilswerte (Angabe in % der Fälle)

#### ■ Uckermark

Basis: Alle Befragte

Anzahl der Befragten: 1.000



Ø\*\* = 3,4

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

\*\* Skalierung von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“

## 6.1 Univariate Auswertungsergebnisse

### Gestützte Themeneignung für die Urlaubsart / -aktivität:

#### „Kultururlaub / Kulturreise“

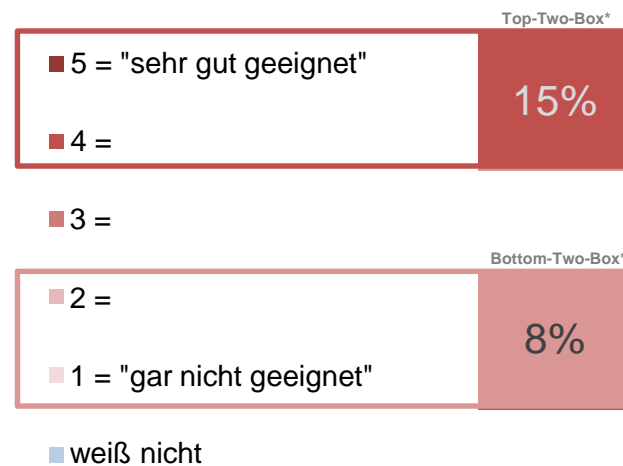
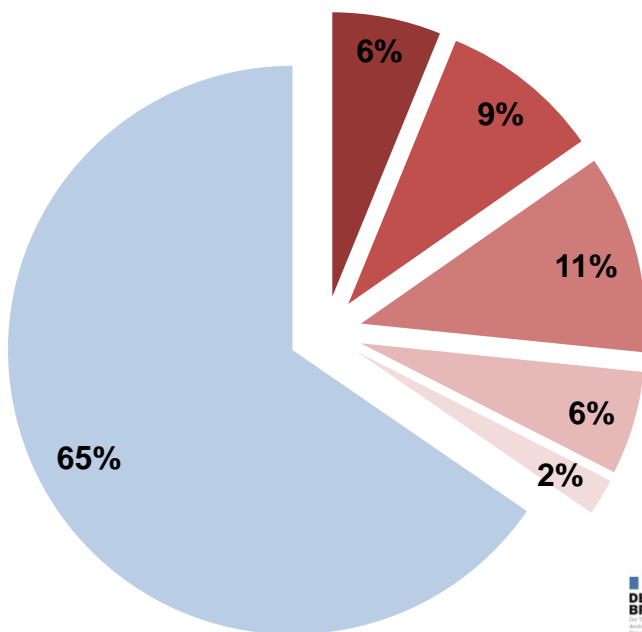
> Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?

> Anteilswerte (Angabe in % der Fälle)

### Uckermark

Basis: Alle Befragte

Anzahl der Befragten: 1.000



Ø\*\* = 3,3

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

\*\* Skalierung von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“

## 6.1 Univariate Auswertungsergebnisse

### Gestützte Themeneignung für die Urlaubsart / -aktivität:

#### „Natururlaub“

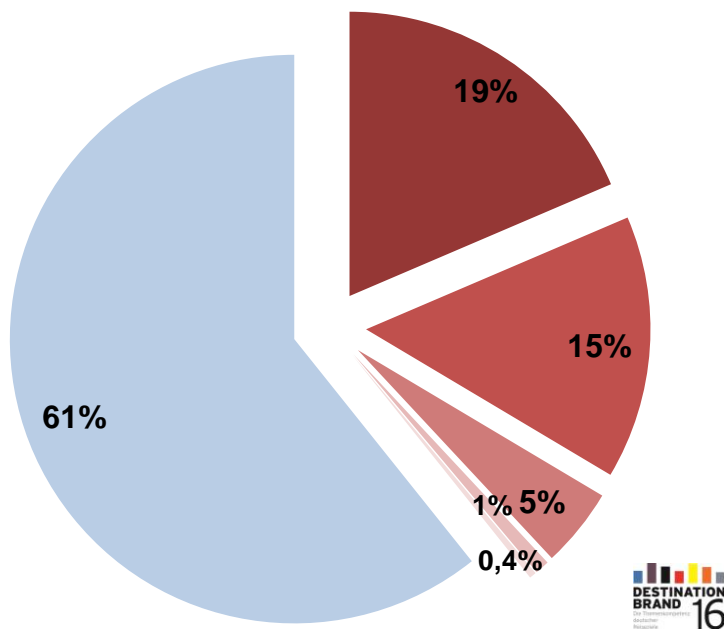
> Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?

> Anteilswerte (Angabe in % der Fälle)

#### ■ Uckermark

Basis: Alle Befragte

Anzahl der Befragten: 1.000



■ weiß nicht

Ø\*\* = 4,3

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

\*\* Skalierung von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“

## 6.1 Univariate Auswertungsergebnisse

### Gestützte Themeneignung für die Urlaubsart / -aktivität:

#### „Wellnessurlaub / Wellnessreise“

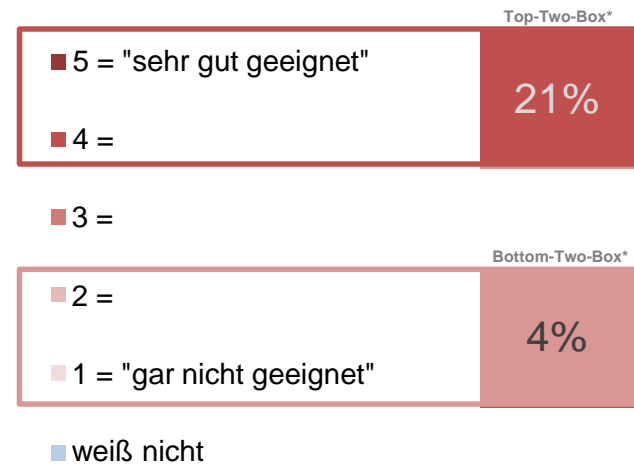
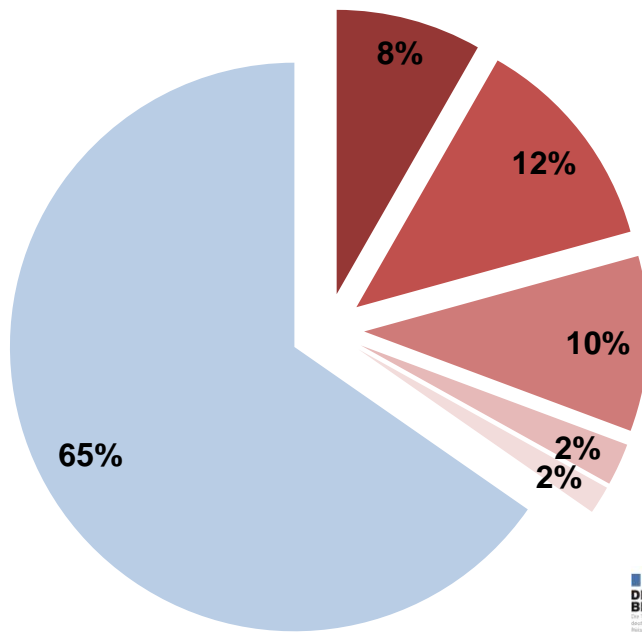
> Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?

> Anteilswerte (Angabe in % der Fälle)

### ■ Uckermark

Basis: Alle Befragte

Anzahl der Befragten: 1.000



Ø\*\* = 3,7

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

\*\* Skalierung von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“



## 6.1 Univariate Auswertungsergebnisse

### Gestützte Themeneignung für die Urlaubsart / -aktivität:

#### „Landurlaub / Urlaub auf dem Bauern- bzw. Winzerhof“

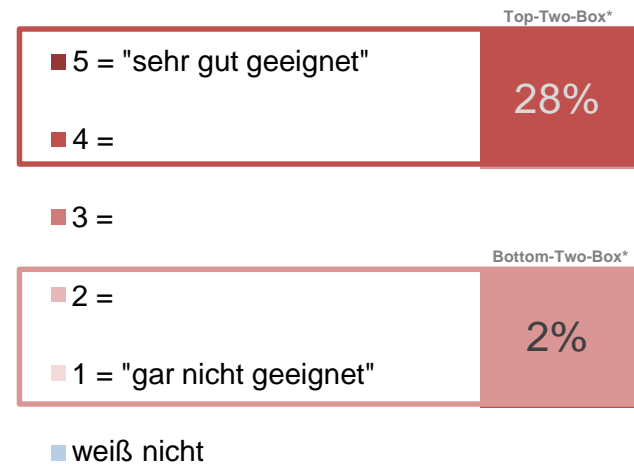
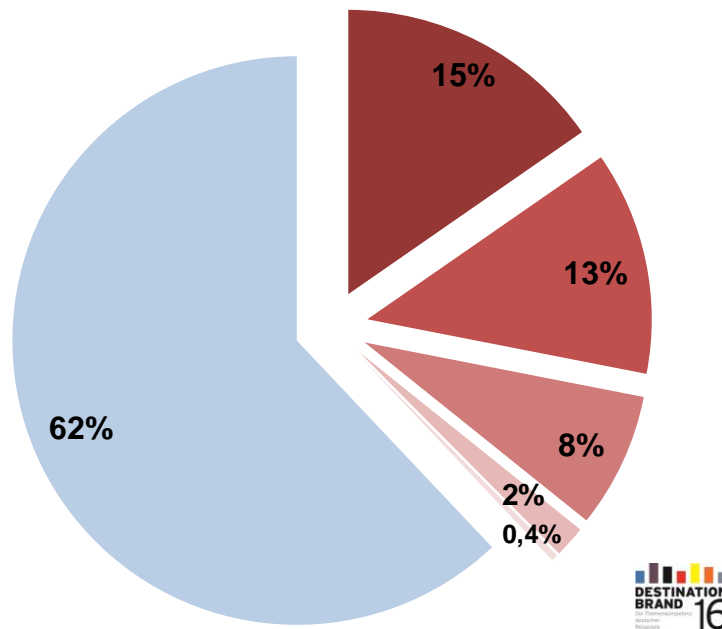
> Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?

> Anteilswerte (Angabe in % der Fälle)

### Uckermark

Basis: Alle Befragte

Anzahl der Befragten: 1.000



Ø\*\* = 4,1

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

\*\* Skalierung von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“

## 6.1 Univariate Auswertungsergebnisse

### Gestützte Themeneignung für die Urlaubsart / -aktivität:

#### „Familienurlaub“

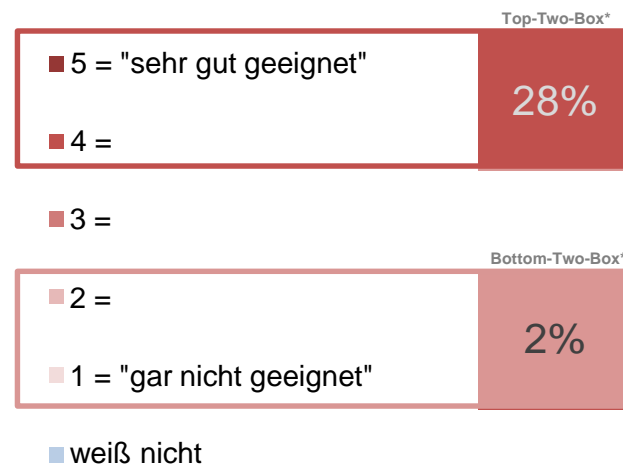
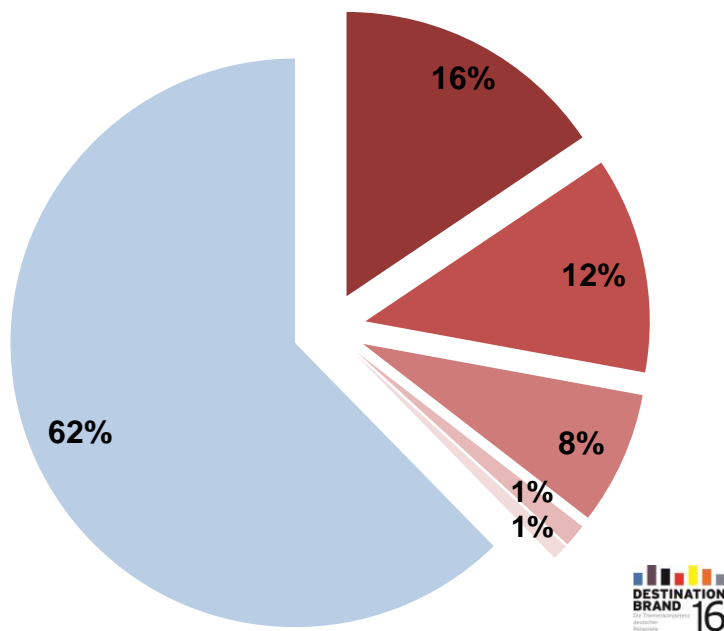
> Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?

> Anteilswerte (Angabe in % der Fälle)

### Uckermark

Basis: Alle Befragte

Anzahl der Befragten: 1.000



Ø\*\* = 4,1

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

\*\* Skalierung von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“

## 6.1 Univariate Auswertungsergebnisse

### Gestützte Themeneignung für die Urlaubsart / -aktivität: „Nachhaltiger Urlaub / nachhaltige Reise (natur- / umweltschonend, wirtschaftlich fair, sozial gerecht)“

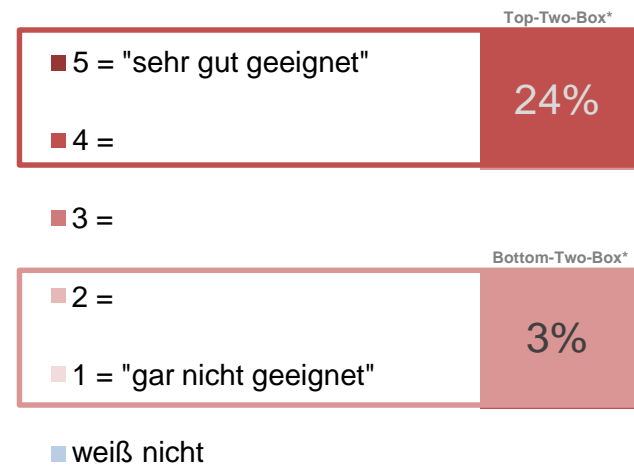
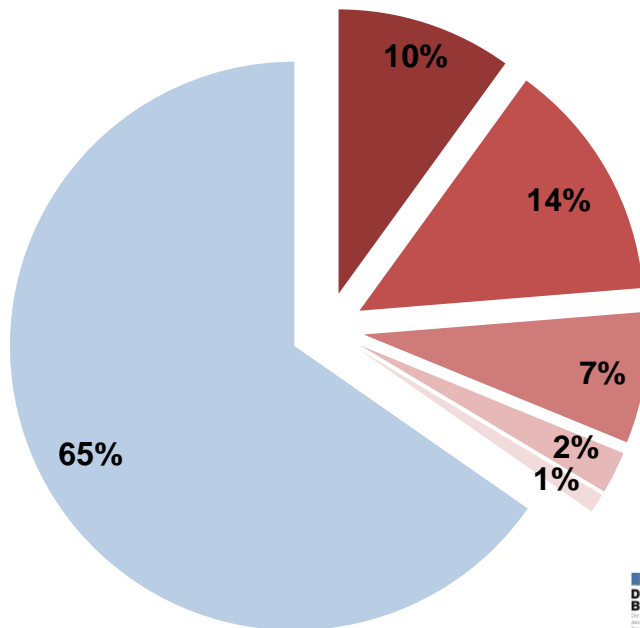
> Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?

> Anteilswerte (Angabe in % der Fälle)

#### Uckermark

Basis: Alle Befragte

Anzahl der Befragten: 1.000



Ø\*\* = 3,8

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

\*\* Skalierung von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“

## 6.1 Univariate Auswertungsergebnisse

### Gestützte Themeneignung für die Urlaubsart / -aktivität:

#### „Rad fahren (nicht Mountainbike fahren)“

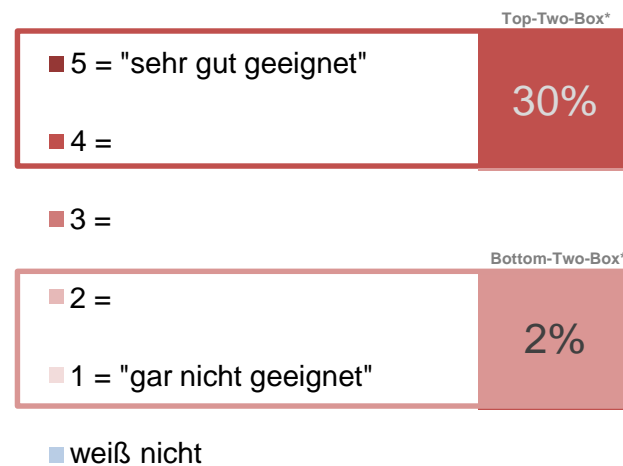
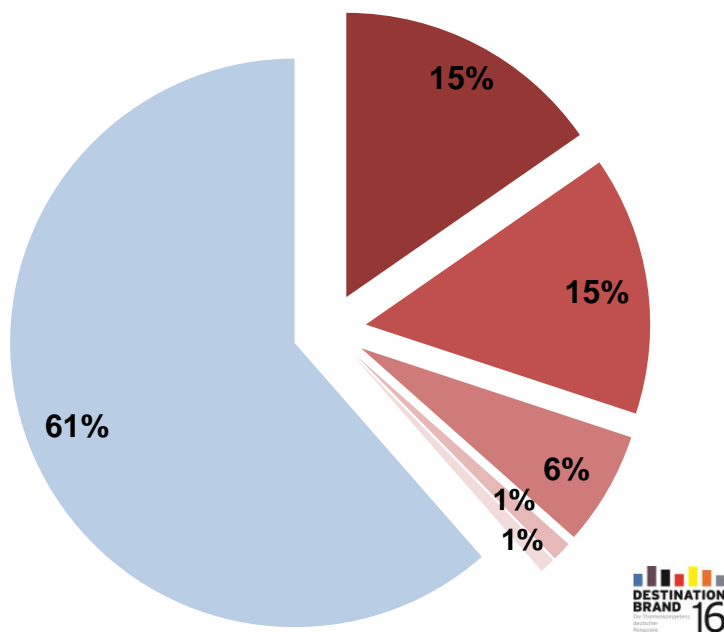
> Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?

> Anteilswerte (Angabe in % der Fälle)

### Uckermark

Basis: Alle Befragte

Anzahl der Befragten: 1.000



Ø\*\* = 4,1

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

\*\* Skalierung von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“

## 6.1 Univariate Auswertungsergebnisse

### Gestützte Themeneignung für die Urlaubsart / -aktivität:

#### „Wandern“

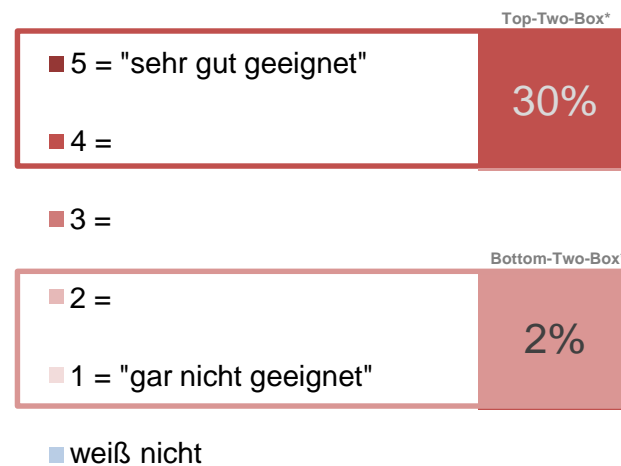
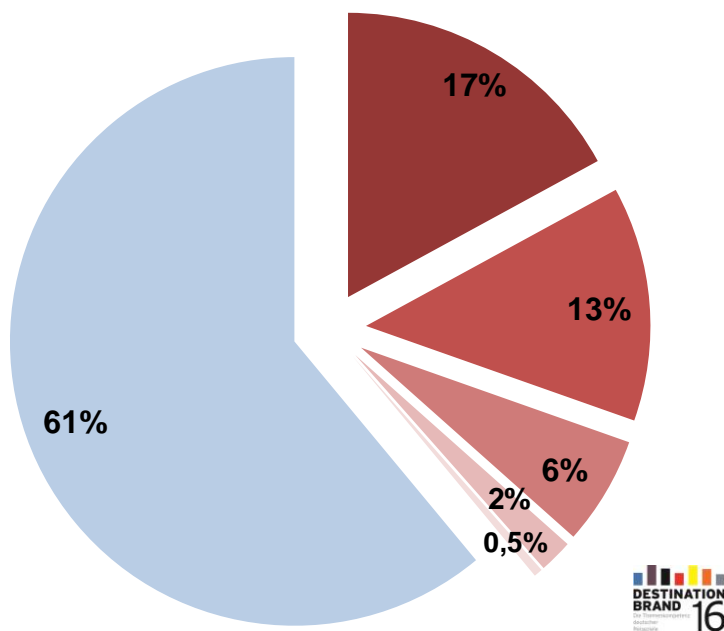
> Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?

> Anteilswerte (Angabe in % der Fälle)

#### ■ Uckermark

Basis: Alle Befragte

Anzahl der Befragten: 1.000



Ø\*\* = 4,1

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

\*\* Skalierung von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“

## 6.1 Univariate Auswertungsergebnisse

### Gestützte Themeneignung für die Urlaubsart / -aktivität:

#### „Wassersport ausüben (nicht Segeln)“

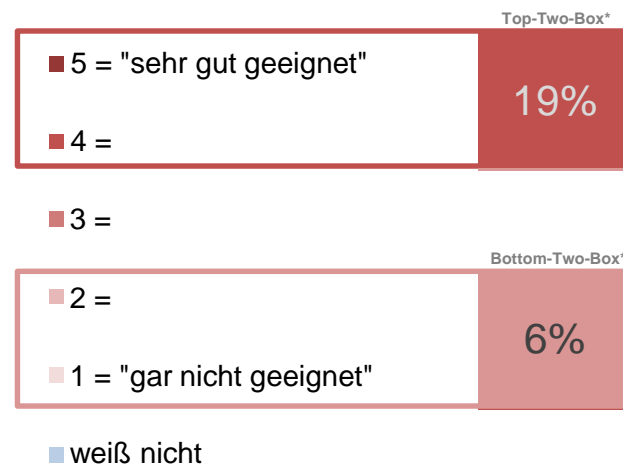
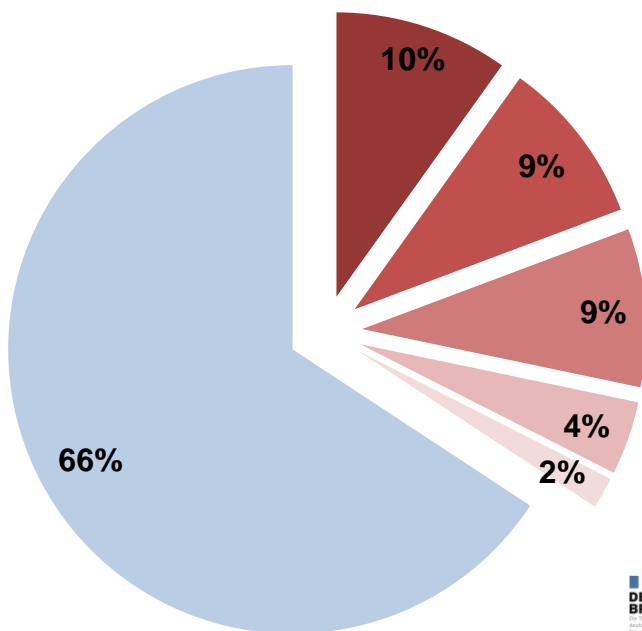
> Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?

> Anteilswerte (Angabe in % der Fälle)

### Uckermark

Basis: Alle Befragte

Anzahl der Befragten: 1.000



Ø\*\* = 3,6

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

\*\* Skalierung von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“

## Gliederung

|     |  |     |
|-----|--|-----|
| 1   | MANAGEMENT SUMMARY INKL. ANALYSE-QUADRANT                            | 5   |
| 2   | GRAFISCHER ERGEBNISÜBERBLICK – DESTINATION BRAND 16 IM ZEITVERGLEICH | 13  |
| 3   | ÜBERBLICK ÜBER STUDIENREIHE DESTINATION BRAND                        | 51  |
| 4   | DESIGN DER STUDIE DESTINATION BRAND 16                               | 56  |
| 5   | NACHFRAGE: ALLGEMEINES INTERESSENTENPOTENZIAL JE THEMA IM DETAIL     | 63  |
| 6   | ANGEBOT: BEURTEILUNG DER GESTÜTZTEN THEMENEIGNUNG IM DETAIL          | 75  |
| 6.1 | Univariate Auswertungsergebnisse                                     | 76  |
| 6.2 | Soziodemografische Differenzierungen                                 | 88  |
| 6.3 | Zielgruppenanalyse   | 105 |
| 7   | KONKURRENZ: VERGLEICH MIT WETTBEWERBERN JE THEMA                     | 118 |
| 8   | BETEILIGTE INSTITUTE UND ANSPRECHPARTNER                             | 207 |
| 9   | ANHANG   | 217 |
|     | IMPRESSUM  | 241 |

## 6.2 Soziodemografische Differenzierungen – Allgemeine Themen

### Gestützte Themeneignung für die Allgemeinen Themen

> Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?

> Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)

### Uckermark

**Soziodemografie:** Geschlecht

**Basis:** Alle Befragte

**Anzahl der Befragten:** 1.000

| Allgemeine Themen   | Gesamt | Geschlecht |          | Signifikanz*<br>(Kruskal-Wallis-Test) |
|---|--------|------------|----------|---------------------------------------|
|   |        | männlich   | weiblich |                                       |
| Gesundheitsurlaub / Gesundheitsreise (selbstzahlend, nicht Kur) | 21%    | 19%        | 23%      | sig.                                  |
| Kulinarische Reise  | 16%    | 14%        | 18%      | sig.                                  |
| Kultururlaub / Kulturreise                                      | 15%    | 15%        | 16%      | sig.                                  |
| Natururlaub   | 34%    | 34%        | 33%      | sig.                                  |
| Wellnessurlaub / Wellnessreise                                  | 21%    | 19%        | 22%      | sig.                                  |
| Landurlaub / Urlaub auf dem Bauern- bzw. Winzerhof              | 28%    | 27%        | 29%      | sig.                                  |



\*Signifikanzniveau mind. 0,05 (Abkürzungen: sig. = signifikant / n.s. = nicht signifikant, zur Erläuterung siehe Glossar im Anhang)



## 6.2 Soziodemografische Differenzierungen – Spezialthemen

### Gestützte Themeneignung für die Spezialthemen

> Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?

> Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)

### Uckermark

**Soziodemografie:** Geschlecht

**Basis:** Alle Befragte

**Anzahl der Befragten:** 1.000

| Spezialthemen                                  | Gesamt | Geschlecht |          | Signifikanz*<br>(Kruskal-Wallis-Test) |
|--|--------|------------|----------|---------------------------------------|
|  |        | männlich   | weiblich |                                       |
| Familienurlaub                                 | 28%    | 26%        | 29%      | sig.                                  |
| Nachhaltigen Urlaub / nachhaltige Reise machen | 24%    | 21%        | 26%      | sig.                                  |
| Rad fahren (nicht Mountainbike fahren)         | 30%    | 31%        | 29%      | sig.                                  |
| Wandern  | 30%    | 30%        | 31%      | sig.                                  |
| Wassersport ausüben (nicht Segeln)             | 19%    | --         | --       | n.s.                                  |



\*Signifikanzniveau mind. 0,05 (Abkürzungen: sig. = signifikant / n.s. = nicht signifikant, zur Erläuterung siehe Glossar im Anhang)

## 6.2 Soziodemografische Differenzierungen – Allgemeine Themen

### Gestützte Themeneignung für die Allgemeinen Themen

> Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?

> Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)

### Uckermark

**Soziodemografie:** Altersklasse

**Basis:** Alle Befragte

**Anzahl der Befragten:** 1.000

| Allgemeine Themen   | Gesamt | Altersklasse |          |          |          |          |          | Signifikanz*<br>(Kruskal-Wallis-Test) |
|---|--------|--------------|----------|----------|----------|----------|----------|---------------------------------------|
|   |        | < 25 J.      | 25-34 J. | 35-44 J. | 45-54 J. | 55-64 J. | ab 65 J. |                                       |
| Gesundheitsurlaub / Gesundheitsreise (selbstzahlend, nicht Kur) | 21%    | --           | --       | --       | --       | --       | --       | n.s.                                  |
| Kulinarische Reise  | 16%    | --           | --       | --       | --       | --       | --       | n.s.                                  |
| Kultururlaub / Kulturreise                                      | 15%    | --           | --       | --       | --       | --       | --       | n.s.                                  |
| Natururlaub   | 34%    | 20%          | 23%      | 29%      | 39%      | 43%      | 42%      | sig.                                  |
| Wellnessurlaub / Wellnessreise                                  | 21%    | --           | --       | --       | --       | --       | --       | n.s.                                  |
| Landurlaub / Urlaub auf dem Bauern- bzw. Winzerhof              | 28%    | --           | --       | --       | --       | --       | --       | n.s.                                  |



\*Signifikanzniveau mind. 0,05 (Abkürzungen: sig. = signifikant / n.s. = nicht signifikant, zur Erläuterung siehe Glossar im Anhang)

## 6.2 Soziodemografische Differenzierungen – Spezialthemen

### Gestützte Themeneignung für die Spezialthemen

> Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?

> Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)

### ■ Uckermark

**Soziodemografie:** Altersklasse

**Basis:** Alle Befragte

**Anzahl der Befragten:** 1.000

| Spezialthemen                                  | Gesamt | Altersklasse |          |          |          |          |          | Signifikanz*<br>(Kruskal-Wallis-Test) |
|--|--------|--------------|----------|----------|----------|----------|----------|---------------------------------------|
|  |        | < 25 J.      | 25-34 J. | 35-44 J. | 45-54 J. | 55-64 J. | ab 65 J. |                                       |
| Familienurlaub                                 | 28%    | 18%          | 16%      | 23%      | 30%      | 38%      | 38%      | sig.                                  |
| Nachhaltigen Urlaub / nachhaltige Reise machen | 24%    | --           | --       | --       | --       | --       | --       | n.s.                                  |
| Rad fahren (nicht Mountainbike fahren)         | 30%    | 19%          | 19%      | 25%      | 36%      | 39%      | 37%      | sig.                                  |
| Wandern  | 30%    | 20%          | 23%      | 22%      | 34%      | 41%      | 38%      | sig.                                  |
| Wassersport ausüben (nicht Segeln)             | 19%    | --           | --       | --       | --       | --       | --       | n.s.                                  |



\*Signifikanzniveau mind. 0,05 (Abkürzungen: sig. = signifikant / n.s. = nicht signifikant, zur Erläuterung siehe Glossar im Anhang)

## 6.2 Soziodemografische Differenzierungen – Allgemeine Themen

### Gestützte Themeneignung für die Allgemeinen Themen

> Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?

> Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)

### Uckermark

**Soziodemografie:** Schulbildung

**Basis:** Alle Befragte

**Anzahl der Befragten:** 1.000

| Allgemeine Themen   | Gesamt | Schulbildung** |                |        |                               | Signifikanz*<br>(Kruskal-Wallis-Test) |
|---|--------|----------------|----------------|--------|-------------------------------|---------------------------------------|
|   |        | Hauptschule    | Mittlere Reife | Abitur | Fachhochschule / Staatsexamen |                                       |
| Gesundheitsurlaub / Gesundheitsreise (selbstzahlend, nicht Kur) | 21%    | --             | --             | --     | --                            | n.s.                                  |
| Kulinarische Reise  | 16%    | --             | --             | --     | --                            | n.s.                                  |
| Kultururlaub / Kulturreise                                      | 15%    | 13%            | 17%            | 15%    | 16%                           | sig.                                  |
| Natururlaub   | 34%    | --             | --             | --     | --                            | n.s.                                  |
| Wellnessurlaub / Wellnessreise                                  | 21%    | --             | --             | --     | --                            | n.s.                                  |
| Landurlaub / Urlaub auf dem Bauern- bzw. Winzerhof              | 28%    | --             | --             | --     | --                            | n.s.                                  |



\*Signifikanzniveau mind. 0,05 (Abkürzungen: sig. = signifikant / n.s. = nicht signifikant, zur Erläuterung siehe Glossar im Anhang)

## 6.2 Soziodemografische Differenzierungen – Spezialthemen

### Gestützte Themeneignung für die Spezialthemen

> Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?

> Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)

### Uckermark

**Soziodemografie:** Schulbildung

**Basis:** Alle Befragte

**Anzahl der Befragten:** 1.000

| Spezialthemen                                  | Gesamt | Schulbildung** |                |        |                               | Signifikanz*<br>(Kruskal-Wallis-Test) |
|--|--------|----------------|----------------|--------|-------------------------------|---------------------------------------|
|  |        | Hauptschule    | Mittlere Reife | Abitur | Fachhochschule / Staatsexamen |                                       |
| Familienurlaub                                 | 28%    | --             | --             | --     | --                            | n.s.                                  |
| Nachhaltigen Urlaub / nachhaltige Reise machen | 24%    | --             | --             | --     | --                            | n.s.                                  |
| Rad fahren (nicht Mountainbike fahren)         | 30%    | --             | --             | --     | --                            | n.s.                                  |
| Wandern  | 30%    | --             | --             | --     | --                            | n.s.                                  |
| Wassersport ausüben (nicht Segeln)             | 19%    | --             | --             | --     | --                            | n.s.                                  |



\*Signifikanzniveau mind. 0,05 (Abkürzungen: sig. = signifikant / n.s. = nicht signifikant, zur Erläuterung siehe Glossar im Anhang)

## 6.2 Soziodemografische Differenzierungen – Allgemeine Themen

### Gestützte Themeneignung für die Allgemeinen Themen

> Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?

> Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)

### Uckermark

**Soziodemografie:** Haushaltsgröße

**Basis:** Alle Befragte

**Anzahl der Befragten:** 1.000

| Allgemeine Themen   | Gesamt | Haushaltsgröße      |                     |                     |                                 | Signifikanz*<br>(Kruskal-Wallis-Test) |
|---|--------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------------------|---------------------------------------|
|   |        | 1-Personen-Haushalt | 2-Personen-Haushalt | 3-Personen-Haushalt | 4-Personen und mehr im Haushalt |                                       |
| Gesundheitsurlaub / Gesundheitsreise (selbstzahlend, nicht Kur) | 21%    | --                  | --                  | --                  | --                              | n.s.                                  |
| Kulinarische Reise  | 16%    | --                  | --                  | --                  | --                              | n.s.                                  |
| Kultururlaub / Kulturreise                                      | 15%    | --                  | --                  | --                  | --                              | n.s.                                  |
| Natururlaub   | 34%    | 35%                 | 38%                 | 26%                 | 27%                             | sig.                                  |
| Wellnessurlaub / Wellnessreise                                  | 21%    | --                  | --                  | --                  | --                              | n.s.                                  |
| Landurlaub / Urlaub auf dem Bauern- bzw. Winzerhof              | 28%    | --                  | --                  | --                  | --                              | n.s.                                  |



\*Signifikanzniveau mind. 0,05 (Abkürzungen: sig. = signifikant / n.s. = nicht signifikant, zur Erläuterung siehe Glossar im Anhang)

## 6.2 Soziodemografische Differenzierungen – Spezialthemen

### Gestützte Themeneignung für die Spezialthemen

> Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?

> Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)

### ■ Uckermark

**Soziodemografie:** Haushaltsgröße

**Basis:** Alle Befragte

**Anzahl der Befragten:** 1.000

| Spezialthemen                                  | Gesamt | Haushaltsgröße      |                     |                     |                                 | Signifikanz*<br>(Kruskal-Wallis-Test) |
|--|--------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------------------|---------------------------------------|
|  |        | 1-Personen-Haushalt | 2-Personen-Haushalt | 3-Personen-Haushalt | 4-Personen und mehr im Haushalt |                                       |
| Familienurlaub                                 | 28%    | 29%                 | 32%                 | 24%                 | 20%                             | sig.                                  |
| Nachhaltigen Urlaub / nachhaltige Reise machen | 24%    | --                  | --                  | --                  | --                              | n.s.                                  |
| Rad fahren (nicht Mountainbike fahren)         | 30%    | --                  | --                  | --                  | --                              | n.s.                                  |
| Wandern  | 30%    | 31%                 | 36%                 | 24%                 | 23%                             | sig.                                  |
| Wassersport ausüben (nicht Segeln)             | 19%    | --                  | --                  | --                  | --                              | n.s.                                  |



\*Signifikanzniveau mind. 0,05 (Abkürzungen: sig. = signifikant / n.s. = nicht signifikant, zur Erläuterung siehe Glossar im Anhang)

## 6.2 Soziodemografische Differenzierungen – Allgemeine Themen

### Gestützte Themeneignung für die Allgemeinen Themen

> Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?

> Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)

### ■ Uckermark

**Soziodemografie:** Kinder < 14 Jahren im HH

**Basis:** Alle Befragte

**Anzahl der Befragten:** 1.000

| Allgemeine Themen   | Gesamt | Kinder < 14 Jahren im Haushalt |                               |   | Signifikanz*<br>(Kruskal-Wallis-Test) |
|---|--------|--------------------------------|-------------------------------|---|---------------------------------------|
|   |        | HH ohne Kinder unter 14 Jahren | HH mit 1 Kind unter 14 Jahren | HH mit 2 und mehr Kindern unter 14 J.** |                                       |
| Gesundheitsurlaub / Gesundheitsreise (selbstzahlend, nicht Kur) | 21%    | 22%                            | 19%                           | 11%                                     | sig.                                  |
| Kulinarische Reise  | 16%    | 17%                            | 14%                           | 7%                                      | sig.                                  |
| Kultururlaub / Kulturreise                                      | 15%    | --                             | --                            | --                                      | n.s.                                  |
| Natururlaub   | 34%    | --                             | --                            | --                                      | n.s.                                  |
| Wellnessurlaub / Wellnessreise                                  | 21%    | --                             | --                            | --                                      | n.s.                                  |
| Landurlaub / Urlaub auf dem Bauern- bzw. Winzerhof              | 28%    | --                             | --                            | --                                      | n.s.                                  |



\*Signifikanzniveau mind. 0,05 (Abkürzungen: sig. = signifikant / n.s. = nicht signifikant, zur Erläuterung siehe Glossar im Anhang)



## 6.2 Soziodemografische Differenzierungen – Spezialthemen

### Gestützte Themeneignung für die Spezialthemen

> Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?

> Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)

### Uckermark

**Soziodemografie:** Kinder < 14 Jahren im HH

**Basis:** Alle Befragte

**Anzahl der Befragten:** 1.000

| Spezialthemen                                  | Gesamt | Kinder < 14 Jahren im Haushalt |                               |   | Signifikanz*<br>(Kruskal-Wallis-Test) |
|--|--------|--------------------------------|-------------------------------|---|---------------------------------------|
|  |        | HH ohne Kinder unter 14 Jahren | HH mit 1 Kind unter 14 Jahren | HH mit 2 und mehr Kindern unter 14 J.** |                                       |
| Familienurlaub                                 | 28%    | 30%                            | 23%                           | 14%                                     | sig.                                  |
| Nachhaltigen Urlaub / nachhaltige Reise machen | 24%    | --                             | --                            | --                                      | n.s.                                  |
| Rad fahren (nicht Mountainbike fahren)         | 30%    | --                             | --                            | --                                      | n.s.                                  |
| Wandern  | 30%    | 33%                            | 21%                           | 19%                                     | sig.                                  |
| Wassersport ausüben (nicht Segeln)             | 19%    | --                             | --                            | --                                      | n.s.                                  |



\*Signifikanzniveau mind. 0,05 (Abkürzungen: sig. = signifikant / n.s. = nicht signifikant, zur Erläuterung siehe Glossar im Anhang)

## 6.2 Soziodemografische Differenzierungen – Allgemeine Themen

### Gestützte Themeneignung für die Allgemeinen Themen

> Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?

> Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)

### Uckermark

**Soziodemografie:** HH-Nettoeinkommen

**Basis:** Alle Befragte

**Anzahl der Befragten:** 1.000

| Allgemeine Themen   | Gesamt | Haushaltsnettoeinkommen ** |                            |                     | Signifikanz*<br>(Kruskal-Wallis-Test) |
|---|--------|----------------------------|----------------------------|---------------------|---------------------------------------|
|   |        | unter 1.500 Euro           | 1.500 bis unter 2.500 Euro | 2.500 Euro und mehr |                                       |
| Gesundheitsurlaub / Gesundheitsreise (selbstzahlend, nicht Kur) | 21%    | --                         | --                         | --                  | n.s.                                  |
| Kulinarische Reise  | 16%    | --                         | --                         | --                  | n.s.                                  |
| Kultururlaub / Kulturreise                                      | 15%    | --                         | --                         | --                  | n.s.                                  |
| Natururlaub   | 34%    | --                         | --                         | --                  | n.s.                                  |
| Wellnessurlaub / Wellnessreise                                  | 21%    | --                         | --                         | --                  | n.s.                                  |
| Landurlaub / Urlaub auf dem Bauern- bzw. Winzerhof              | 28%    | --                         | --                         | --                  | n.s.                                  |



\*Signifikanzniveau mind. 0,05 (Abkürzungen: sig. = signifikant / n.s. = nicht signifikant, zur Erläuterung siehe Glossar im Anhang)

## 6.2 Soziodemografische Differenzierungen – Spezialthemen

### Gestützte Themeneignung für die Spezialthemen

> Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?

> Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)

### Uckermark

**Soziodemografie:** HH-Nettoeinkommen

**Basis:** Alle Befragte

**Anzahl der Befragten:** 1.000

| Spezialthemen                                  | Gesamt | Haushaltsnettoeinkommen ** |                            |                     | Signifikanz*<br>(Kruskal-Wallis-Test) |
|--|--------|----------------------------|----------------------------|---------------------|---------------------------------------|
|  |        | unter 1.500 Euro           | 1.500 bis unter 2.500 Euro | 2.500 Euro und mehr |                                       |
| Familienurlaub                                 | 28%    | --                         | --                         | --                  | n.s.                                  |
| Nachhaltigen Urlaub / nachhaltige Reise machen | 24%    | --                         | --                         | --                  | n.s.                                  |
| Rad fahren (nicht Mountainbike fahren)         | 30%    | --                         | --                         | --                  | n.s.                                  |
| Wandern  | 30%    | --                         | --                         | --                  | n.s.                                  |
| Wassersport ausüben (nicht Segeln)             | 19%    | --                         | --                         | --                  | n.s.                                  |



\*Signifikanzniveau mind. 0,05 (Abkürzungen: sig. = signifikant / n.s. = nicht signifikant, zur Erläuterung siehe Glossar im Anhang)

## 6.2 Soziodemografische Differenzierungen – Allgemeine Themen

### Gestützte Themeneignung für die Allgemeinen Themen

> Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?

> Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)

### Uckermark

**Soziodemografie:** Ortsgröße

**Basis:** Alle Befragte

**Anzahl der Befragten:** 1.000

| Allgemeine Themen   | Gesamt | Ortsgröße          |                            |                             |                  | Signifikanz*<br>(Kruskal-Wallis-Test) |
|---|--------|--------------------|----------------------------|-----------------------------|------------------|---------------------------------------|
|   |        | unter 20.000 Einw. | 20.000 bis < 100.000 Einw. | 100.000 bis < 500.000 Einw. | ab 500.000 Einw. |                                       |
| Gesundheitsurlaub / Gesundheitsreise (selbstzahlend, nicht Kur) | 21%    | --                 | --                         | --                          | --               | n.s.                                  |
| Kulinarische Reise  | 16%    | --                 | --                         | --                          | --               | n.s.                                  |
| Kultururlaub / Kulturreise                                      | 15%    | --                 | --                         | --                          | --               | n.s.                                  |
| Natururlaub   | 34%    | --                 | --                         | --                          | --               | n.s.                                  |
| Wellnessurlaub / Wellnessreise                                  | 21%    | --                 | --                         | --                          | --               | n.s.                                  |
| Landurlaub / Urlaub auf dem Bauern- bzw. Winzerhof              | 28%    | --                 | --                         | --                          | --               | n.s.                                  |



\*Signifikanzniveau mind. 0,05 (Abkürzungen: sig. = signifikant / n.s. = nicht signifikant, zur Erläuterung siehe Glossar im Anhang)

## 6.2 Soziodemografische Differenzierungen – Spezialthemen

### Gestützte Themeneignung für die Spezialthemen

> Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?

> Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)

### ■ Uckermark

**Soziodemografie:** Ortsgröße

**Basis:** Alle Befragte

**Anzahl der Befragten:** 1.000

| Spezialthemen                                  | Gesamt | Ortsgröße          |                            |                             |                  | Signifikanz*<br>(Kruskal-Wallis-Test) |
|--|--------|--------------------|----------------------------|-----------------------------|------------------|---------------------------------------|
|  |        | unter 20.000 Einw. | 20.000 bis < 100.000 Einw. | 100.000 bis < 500.000 Einw. | ab 500.000 Einw. |                                       |
| Familienurlaub                                 | 28%    | 28%                | 29%                        | 26%                         | 27%              | sig.                                  |
| Nachhaltigen Urlaub / nachhaltige Reise machen | 24%    | --                 | --                         | --                          | --               | n.s.                                  |
| Rad fahren (nicht Mountainbike fahren)         | 30%    | --                 | --                         | --                          | --               | n.s.                                  |
| Wandern  | 30%    | --                 | --                         | --                          | --               | n.s.                                  |
| Wassersport ausüben (nicht Segeln)             | 19%    | --                 | --                         | --                          | --               | n.s.                                  |



\*Signifikanzniveau mind. 0,05 (Abkürzungen: sig. = signifikant / n.s. = nicht signifikant, zur Erläuterung siehe Glossar im Anhang)

## 6.2 Soziodemografische Differenzierungen – Allgemeine Themen

### Gestützte Themeneignung für die Allgemeinen Themen

> Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?

> Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)

### Uckermark

**Soziodemografie:** Nielsen-Gebiete

**Basis:** Alle Befragte

**Anzahl der Befragten:** 1.000

| Allgemeine Themen   | Gesamt | Herkunft differenziert nach Nielsen-Gebieten |      |        |        |      |       |        |         | Signifikanz*<br>(Kruskal-Wallis-Test) |   |
|---|--------|--|------|--------|--------|------|-------|--------|---------|---------------------------------------|---|
|   |        | N I  | N II | N IIIa | N IIIb | N IV | N V** | N VI** | N VII** |                                       |   |
| Gesundheitsurlaub / Gesundheitsreise (selbstzahlend, nicht Kur) | 21%    | --   | --   | --     | --     | --   | --    | --     | --      | n.s.                                  | Nielsen 1: Hamburg<br>Bremen<br>Schleswig-Holstein<br>Niedersachsen |
| Kulinarische Reise  | 16%    | --   | --   | --     | --     | --   | --    | --     | --      | n.s.                                  | Nielsen 2: Nordrhein-Westfalen                                      |
| Kultururlaub / Kulturreise                                      | 15%    | --   | --   | --     | --     | --   | --    | --     | --      | n.s.                                  | Nielsen 3a: Hessen<br>Rheinland-Pfalz<br>Saarland                   |
| Natururlaub   | 34%    | --   | --   | --     | --     | --   | --    | --     | --      | n.s.                                  | Nielsen 3b: Baden-Württemberg                                       |
| Wellnessurlaub / Wellnessreise                                  | 21%    | --   | --   | --     | --     | --   | --    | --     | --      | n.s.                                  | Nielsen 4: Bayern   |
| Landurlaub / Urlaub auf dem Bauern- bzw. Winzerhof              | 28%    | 30%  | 27%  | 15%    | 24%    | 17%  | 49%   | 49%    | 39%     | sig.                                  | Nielsen 5: Berlin   |
|   |        |  |      |        |        |      |       |        |         |                                       | Nielsen 6: Mecklenburg-Vorpommern<br>Brandenburg<br>Sachsen-Anhalt  |
|   |        |  |      |        |        |      |       |        |         |                                       | Nielsen 7: Thüringen<br>Sachsen                                     |



\*Signifikanzniveau mind. 0,05 (Abkürzungen: sig. = signifikant / n.s. = nicht signifikant, zur Erläuterung siehe Glossar im Anhang)

\*\* Fallzahl unter 100 – folglich höhere statistische Unsicherheit zu berücksichtigen.

## 6.2 Soziodemografische Differenzierungen – Spezialthemen

### Gestützte Themeneignung für die Spezialthemen

> Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?

> Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)

### ■ Uckermark

**Soziodemografie:** Nielsen-Gebiete

**Basis:** Alle Befragte

**Anzahl der Befragten:** 1.000

| Spezialthemen                                  | Gesamt | Herkunft differenziert nach Nielsen-Gebieten |      |        |        |      |       |        |         | Signifikanz*<br>(Kruskal-Wallis-Test) |   |
|--|--------|--|------|--------|--------|------|-------|--------|---------|---------------------------------------|---|
|  |        | N I  | N II | N IIIa | N IIIb | N IV | N V** | N VI** | N VII** |                                       |   |
| Familienurlaub                                 | 28%    | --   | --   | --     | --     | --   | --    | --     | --      | n.s.                                  | Nielsen 1: Hamburg<br>Bremen<br>Schleswig-Holstein<br>Niedersachsen |
| Nachhaltigen Urlaub / nachhaltige Reise machen | 24%    | --   | --   | --     | --     | --   | --    | --     | --      | n.s.                                  | Nielsen 2: Nordrhein-Westfalen                                      |
| Rad fahren (nicht Mountainbike fahren)         | 30%    | --   | --   | --     | --     | --   | --    | --     | --      | n.s.                                  | Nielsen 3a: Hessen<br>Rheinland-Pfalz<br>Saarland                   |
| Wandern  | 30%    | --   | --   | --     | --     | --   | --    | --     | --      | n.s.                                  | Nielsen 3b: Baden-Württemberg                                       |
| Wassersport ausüben (nicht Segeln)             | 19%    | --   | --   | --     | --     | --   | --    | --     | --      | n.s.                                  | Nielsen 4: Bayern   |
|  |        |  |      |        |        |      |       |        |         |                                       | Nielsen 5: Berlin   |
|  |        |  |      |        |        |      |       |        |         |                                       | Nielsen 6: Mecklenburg-Vorpommern<br>Brandenburg<br>Sachsen-Anhalt  |
|  |        |  |      |        |        |      |       |        |         |                                       | Nielsen 7: Thüringen<br>Sachsen                                     |



\*Signifikanzniveau mind. 0,05 (Abkürzungen: sig. = signifikant / n.s. = nicht signifikant, zur Erläuterung siehe Glossar im Anhang)

## Gliederung

|     |  |     |
|-----|--|-----|
| 1   | MANAGEMENT SUMMARY INKL. ANALYSE-QUADRANT                            | 5   |
| 2   | GRAFISCHER ERGEBNISÜBERBLICK – DESTINATION BRAND 16 IM ZEITVERGLEICH | 13  |
| 3   | ÜBERBLICK ÜBER STUDIENREIHE DESTINATION BRAND                        | 51  |
| 4   | DESIGN DER STUDIE DESTINATION BRAND 16                               | 56  |
| 5   | NACHFRAGE: ALLGEMEINES INTERESSENTENPOTENZIAL JE THEMA IM DETAIL     | 63  |
| 6   | ANGEBOT: BEURTEILUNG DER GESTÜTZTEN THEMENEIGNUNG IM DETAIL          | 75  |
| 6.1 | Univariate Auswertungsergebnisse                                     | 76  |
| 6.2 | Soziodemografische Differenzierungen                                 | 88  |
| 6.3 | Zielgruppenanalyse   | 105 |
| 7   | KONKURRENZ: VERGLEICH MIT WETTBEWERBERN JE THEMA                     | 118 |
| 8   | BETEILIGTE INSTITUTE UND ANSPRECHPARTNER                             | 207 |
| 9   | ANHANG   | 217 |
|     | IMPRESSUM  | 241 |



## Zielgruppen-Definition – *in Abstimmung mit der Tourismus Marketing Uckermark GmbH (tmu)*

### „Familien mit Kindern“

- Haushalte mit mindestens 1 Kind unter 14 Jahren im Haushalt lebend

### „Best Ager“

- Alter der Befragten: 55 bis 74 Jahre und
- Keine Kinder unter 14 Jahren im Haushalt lebend

### „Neue Bundesländer“

- Herkunft der Befragten aus den Nielsen-Gebieten 5 bis 7

### „Alte Bundesländer“

- Herkunft der Befragten aus den Nielsen-Gebieten 1 bis 4

## Übersicht Signifikanztest\*: Zielgruppen des Reiseziels Uckermark

| Untersuchte Themen<br>Uckermark (N = 1.000)             | Familien mit Kindern | Best Ager          | Neue Bundesländer  | Alte Bundesländer  |
|---|----------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| ■ Gesundheitsurlaub / -reise (selbstzahlend, nicht Kur) | nicht signifikant    | nicht signifikant  | nicht signifikant  | nicht signifikant  |
| ■ Kulinarische Reise                                    | nicht signifikant    | nicht signifikant  | nicht signifikant  | nicht signifikant  |
| ■ Kultururlaub / Kulturreise                            | nicht signifikant    | nicht signifikant  | nicht signifikant  | nicht signifikant  |
| ■ Natururlaub   | nicht signifikant    | <b>signifikant</b> | nicht signifikant  | nicht signifikant  |
| ■ Wellnessurlaub / Wellnessreise                        | nicht signifikant    | nicht signifikant  | nicht signifikant  | nicht signifikant  |
| ■ Landurlaub / Urlaub auf dem Bauern- bzw. Winzerhof    | nicht signifikant    | nicht signifikant  | nicht signifikant  | nicht signifikant  |
| ■ Familienurlaub  | nicht signifikant    | <b>signifikant</b> | <b>signifikant</b> | <b>signifikant</b> |
| ■ Nachhaltigen Urlaub / nachhaltige Reise machen        | nicht signifikant    | nicht signifikant  | nicht signifikant  | nicht signifikant  |
| ■ Rad fahren (nicht Mountainbike fahren)                | nicht signifikant    | <b>signifikant</b> | nicht signifikant  | nicht signifikant  |
| ■ Wandern   | <b>signifikant</b>   | <b>signifikant</b> | nicht signifikant  | nicht signifikant  |
| ■ Wassersport ausüben (nicht Segeln)                    | nicht signifikant    | <b>signifikant</b> | nicht signifikant  | nicht signifikant  |



\* Angewendetes Testverfahren: Kruskal-Wallis-Test; Signifikanzniveau mind. 0,05 (zur Erläuterung siehe auch Glossar im Anhang)

Quelle: inspektour GmbH, 2016

## 6.3 Zielgruppenanalyse

### Gestützte Themeneignung für die Urlaubsart / -aktivität:

#### „Gesundheitsurlaub / Gesundheitsreise (selbstzahlend, nicht Kur)“

> Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?

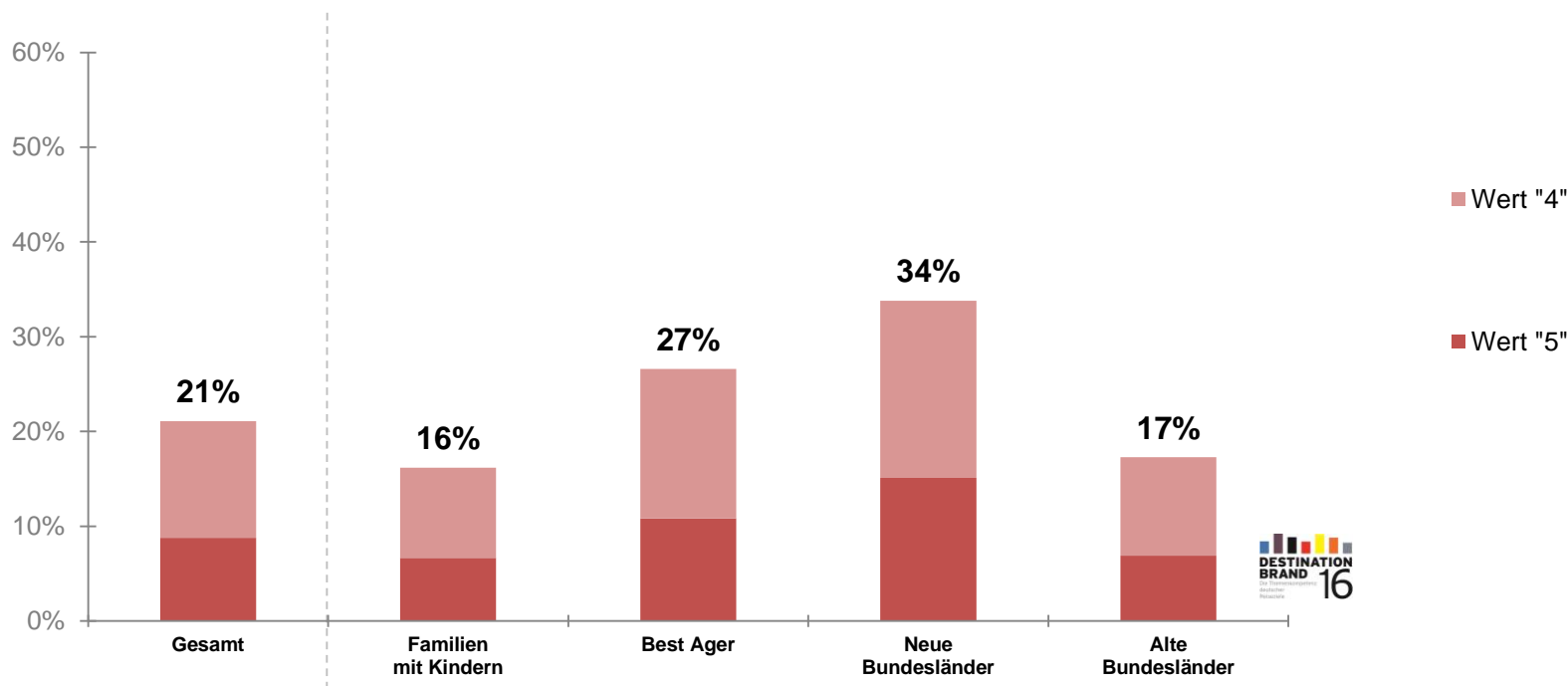
> Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)

#### ■ Uckermark

Soziodemografie: Zielgruppen Uckermark

Basis: Alle Befragte

Anzahl der Befragten: 1.000



Quelle: inspektour GmbH, 2016

## 6.3 Zielgruppenanalyse

### Gestützte Themeneignung für die Urlaubsart / -aktivität:

#### „Kulinarische Reise“

> Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?

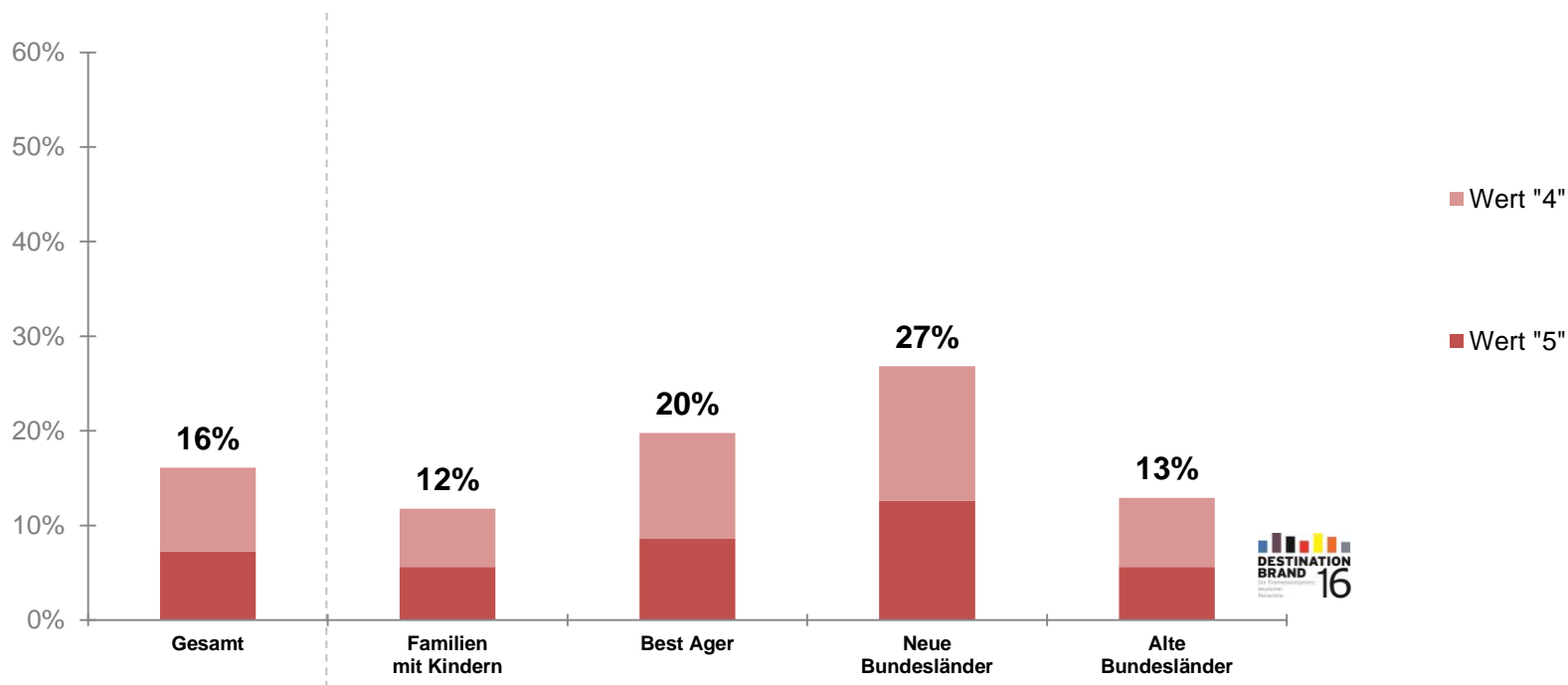
> Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)

#### ■ Uckermark

**Soziodemografie:** Zielgruppen Uckermark

**Basis:** Alle Befragte

**Anzahl der Befragten:** 1.000



Quelle: inspektour GmbH, 2016

## 6.3 Zielgruppenanalyse

### Gestützte Themeneignung für die Urlaubsart / -aktivität:

#### „Kultururlaub / Kulturreise“

> Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?

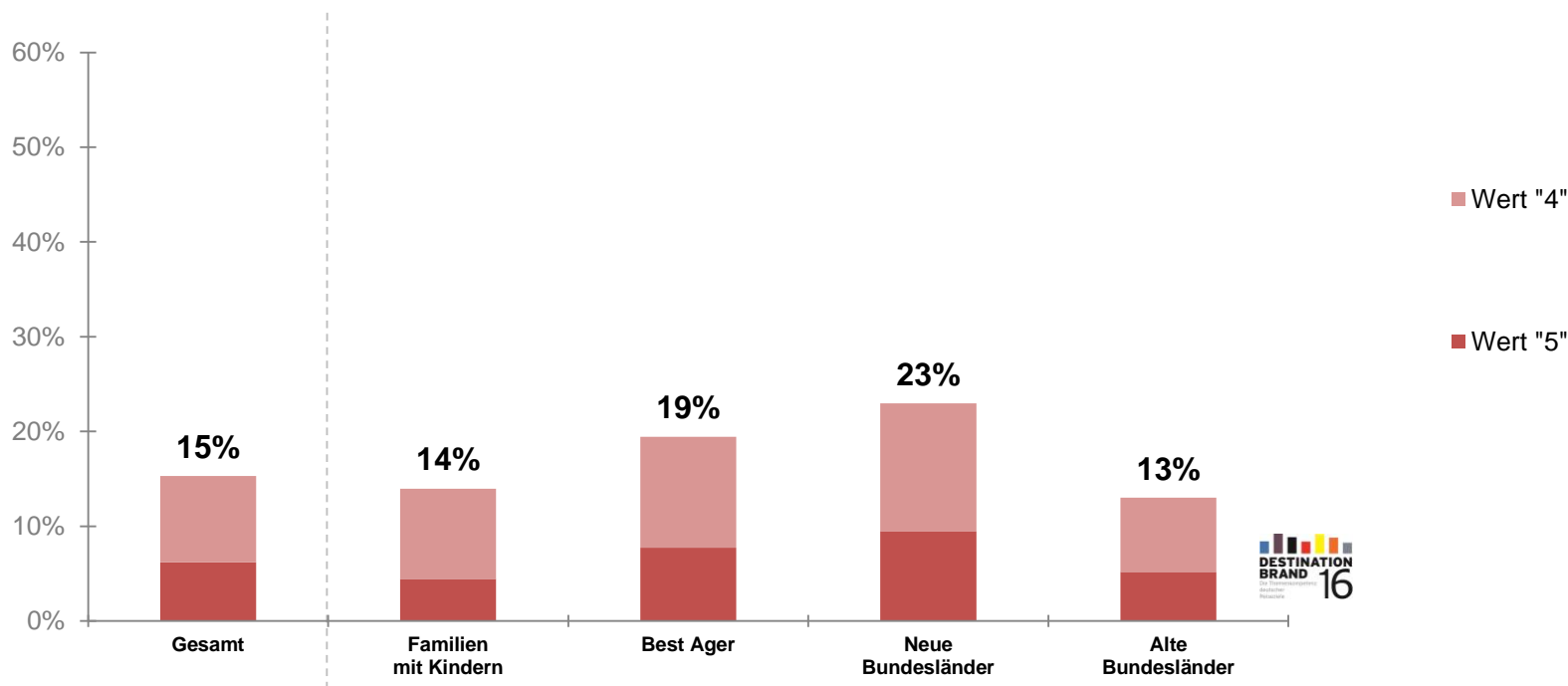
> Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)

#### ■ Uckermark

**Soziodemografie:** Zielgruppen Uckermark

**Basis:** Alle Befragte

**Anzahl der Befragten:** 1.000



Quelle: inspektour GmbH, 2016

## 6.3 Zielgruppenanalyse

### Gestützte Themeneignung für die Urlaubsart / -aktivität:

#### „Natururlaub“

> Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?

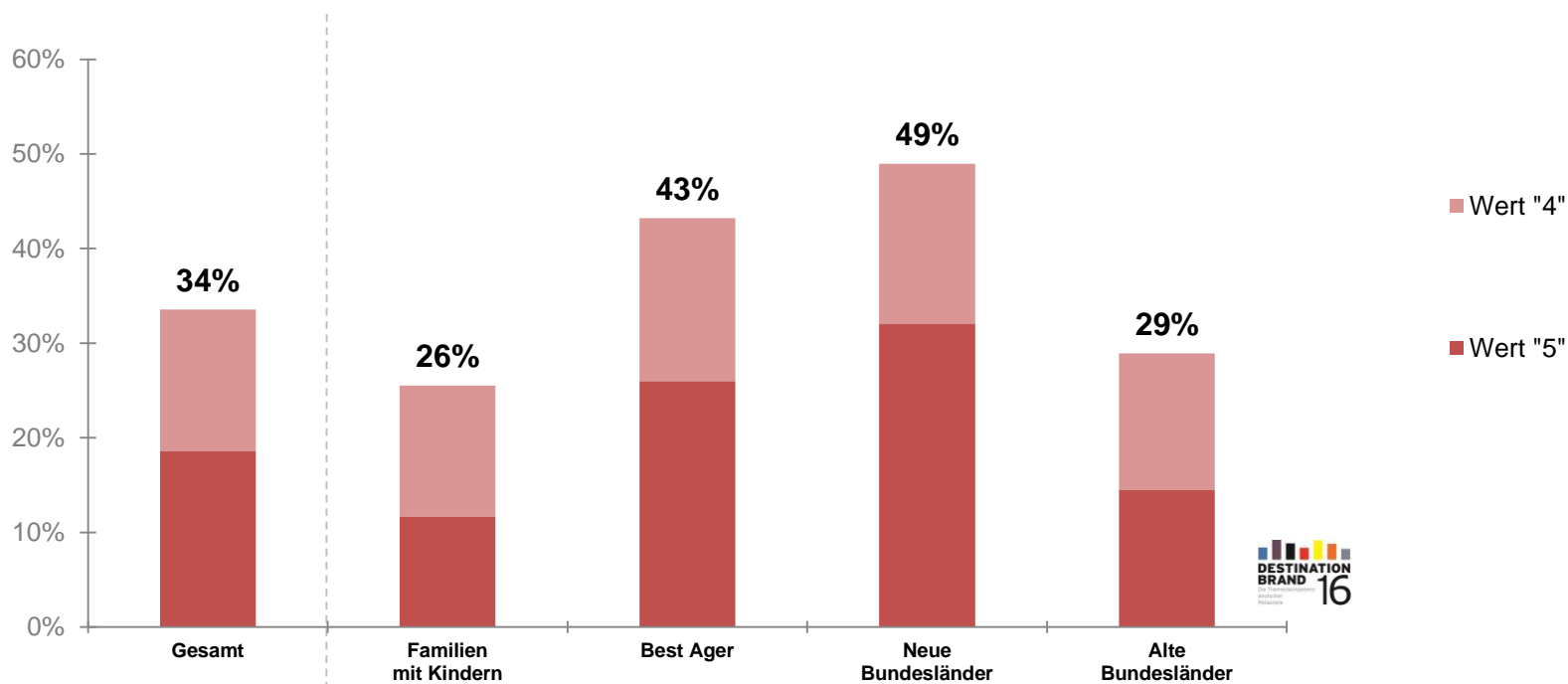
> Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)

#### ■ Uckermark

**Soziodemografie:** Zielgruppen Uckermark

**Basis:** Alle Befragte

**Anzahl der Befragten:** 1.000



Quelle: inspektour GmbH, 2016

## 6.3 Zielgruppenanalyse

### Gestützte Themeneignung für die Urlaubsart / -aktivität:

#### „Wellnessurlaub / Wellnessreise“

> Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?

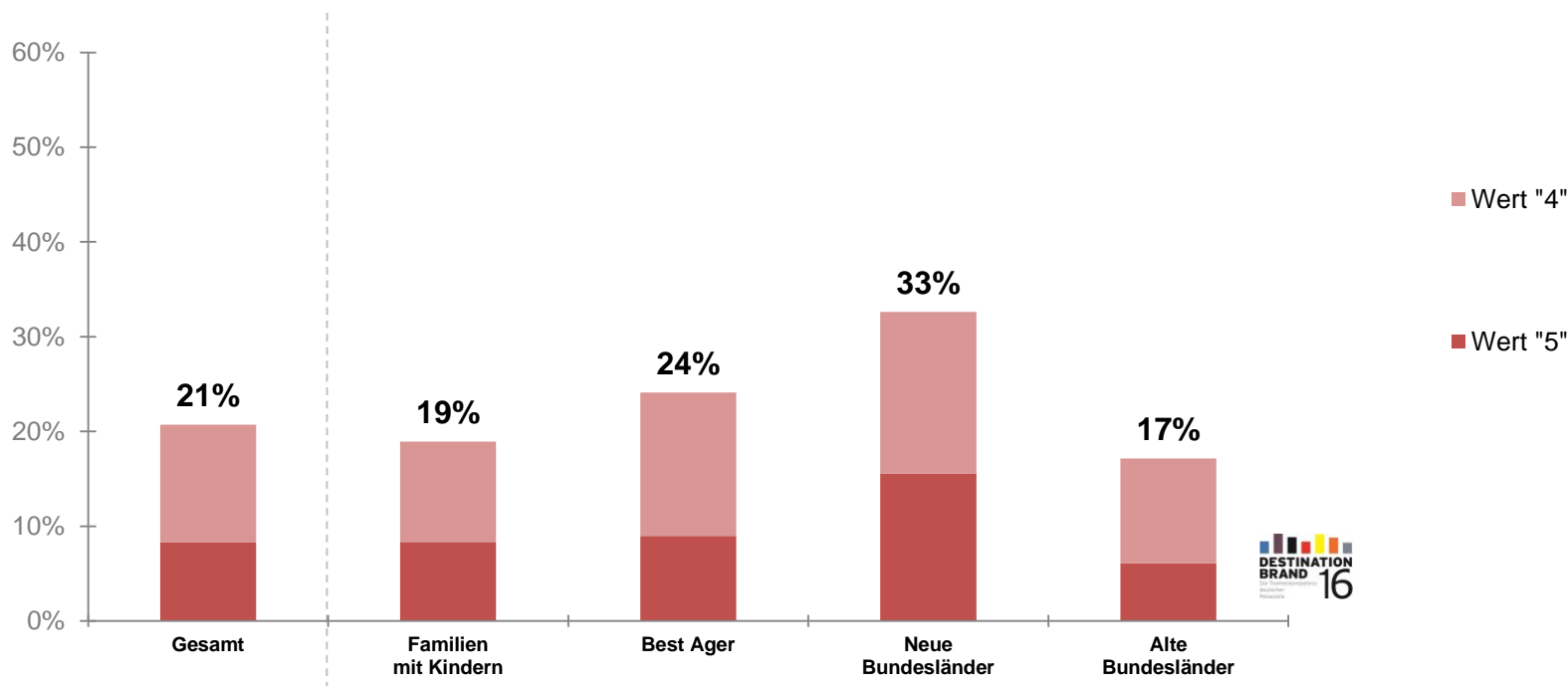
> Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)

#### ■ Uckermark

**Soziodemografie:** Zielgruppen Uckermark

**Basis:** Alle Befragte

**Anzahl der Befragten:** 1.000



Quelle: inspektour GmbH, 2016

## 6.3 Zielgruppenanalyse

### Gestützte Themeneignung für die Urlaubsart / -aktivität:

#### „Landurlaub / Urlaub auf dem Bauern- bzw. Winzerhof“

> Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?

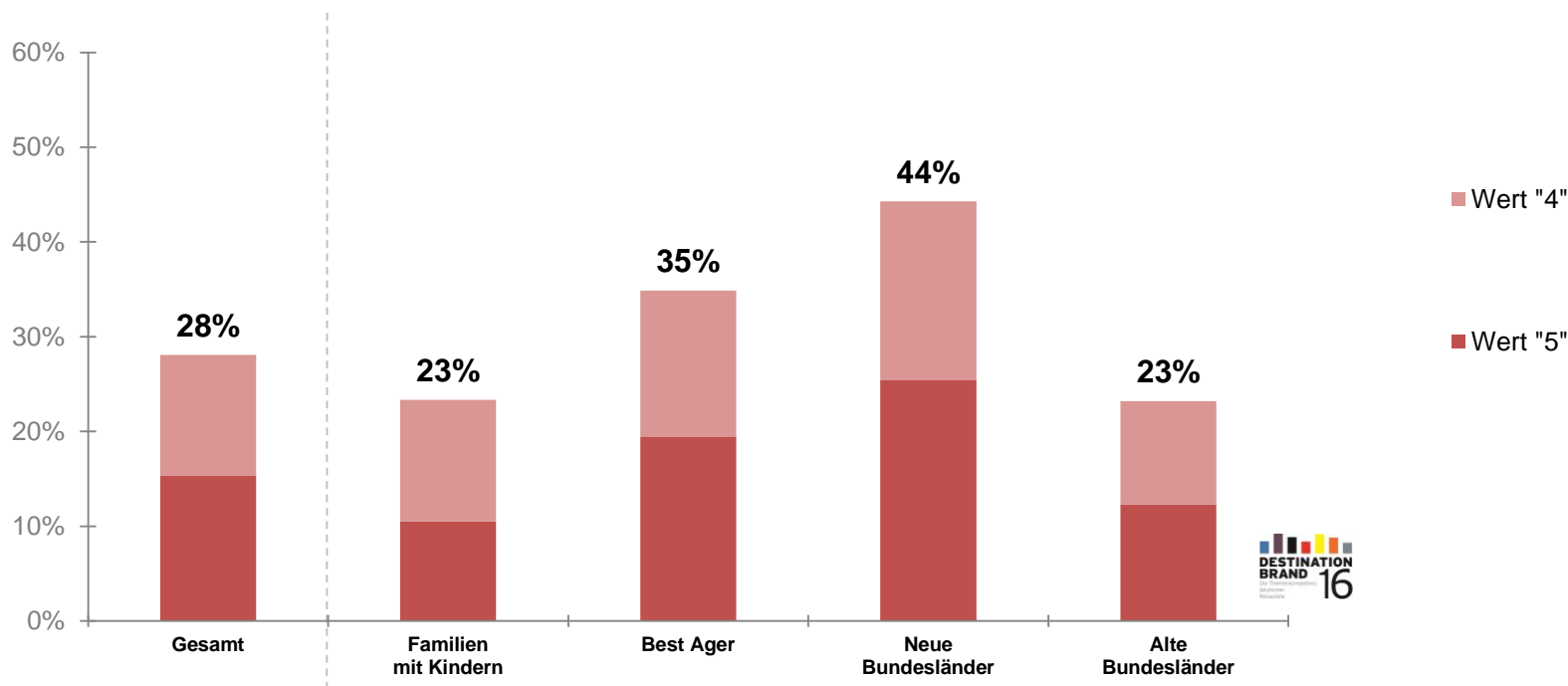
> Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)

### ■ Uckermark

Soziodemografie: Zielgruppen Uckermark

Basis: Alle Befragte

Anzahl der Befragten: 1.000



Quelle: inspektour GmbH, 2016



## 6.3 Zielgruppenanalyse

### Gestützte Themeneignung für die Urlaubsart / -aktivität:

#### „Familienurlaub“

> Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?

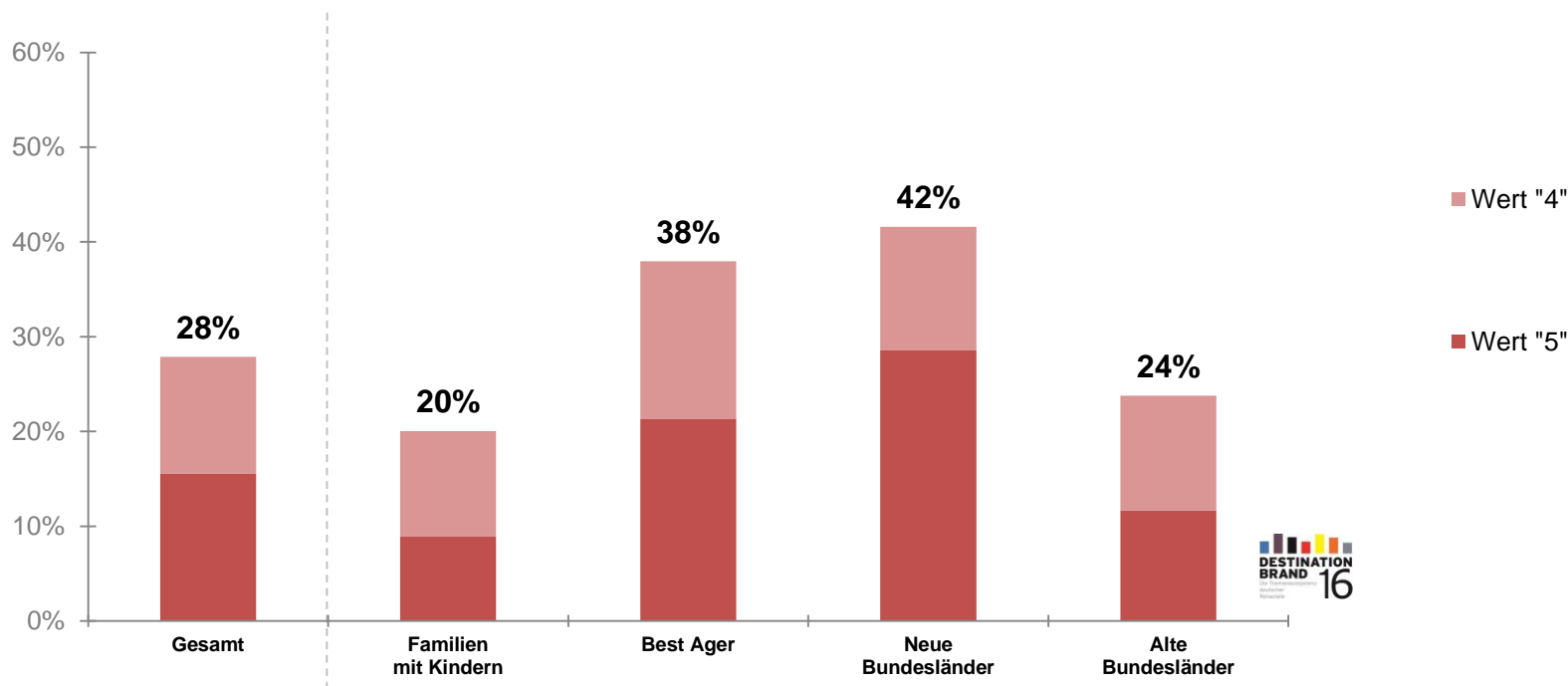
> Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)

#### ■ Uckermark

**Soziodemografie:** Zielgruppen Uckermark

**Basis:** Alle Befragte

**Anzahl der Befragten:** 1.000



Quelle: inspektour GmbH, 2016

## 6.3 Zielgruppenanalyse

### Gestützte Themeneignung für die Urlaubsart / -aktivität: „Nachhaltiger Urlaub / nachhaltige Reise (natur- / umweltschonend, wirtschaftlich fair, sozial gerecht)“

> Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?

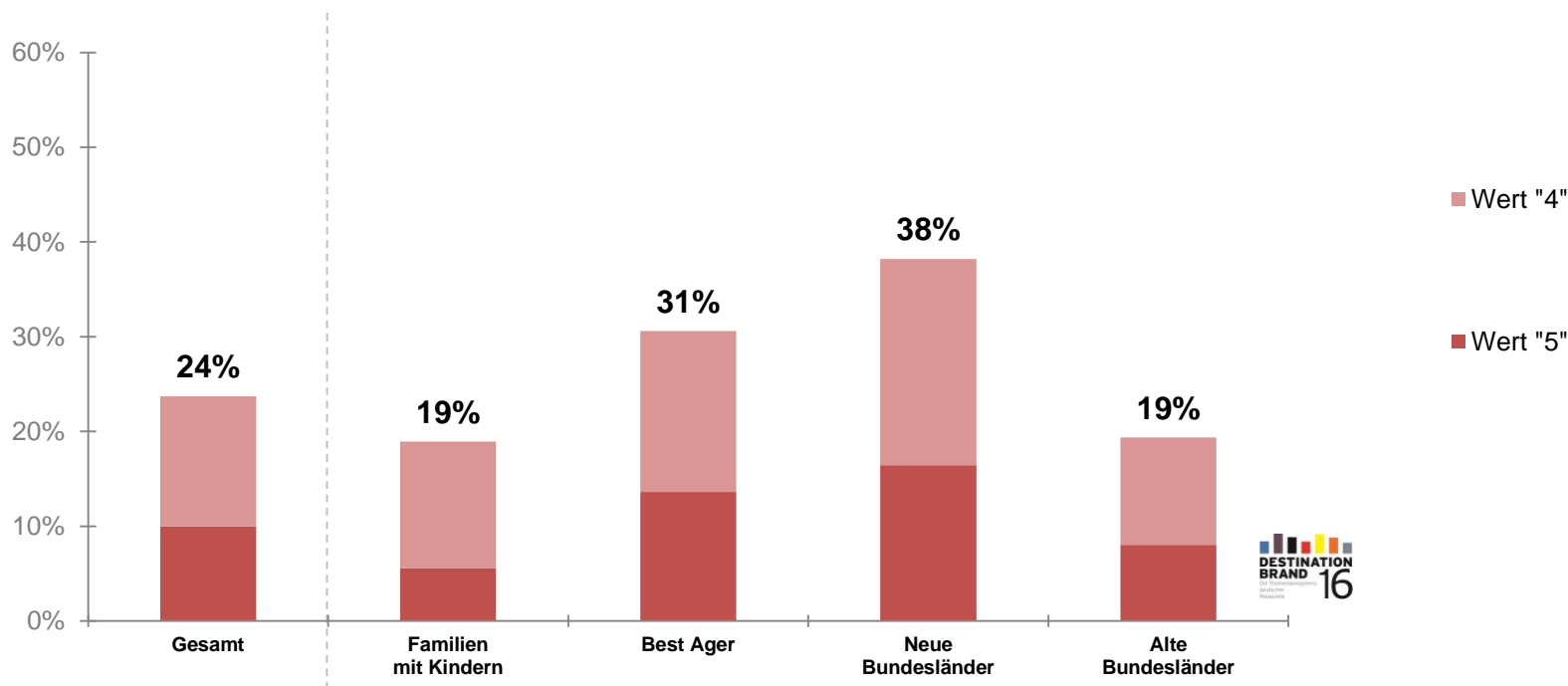
> Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)

#### Uckermark

Soziodemografie: Zielgruppen Uckermark

Basis: Alle Befragte

Anzahl der Befragten: 1.000



Quelle: inspektour GmbH, 2016

## 6.3 Zielgruppenanalyse

### Gestützte Themeneignung für die Urlaubsart / -aktivität:

#### „Rad fahren (nicht Mountainbike fahren)“

> Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?

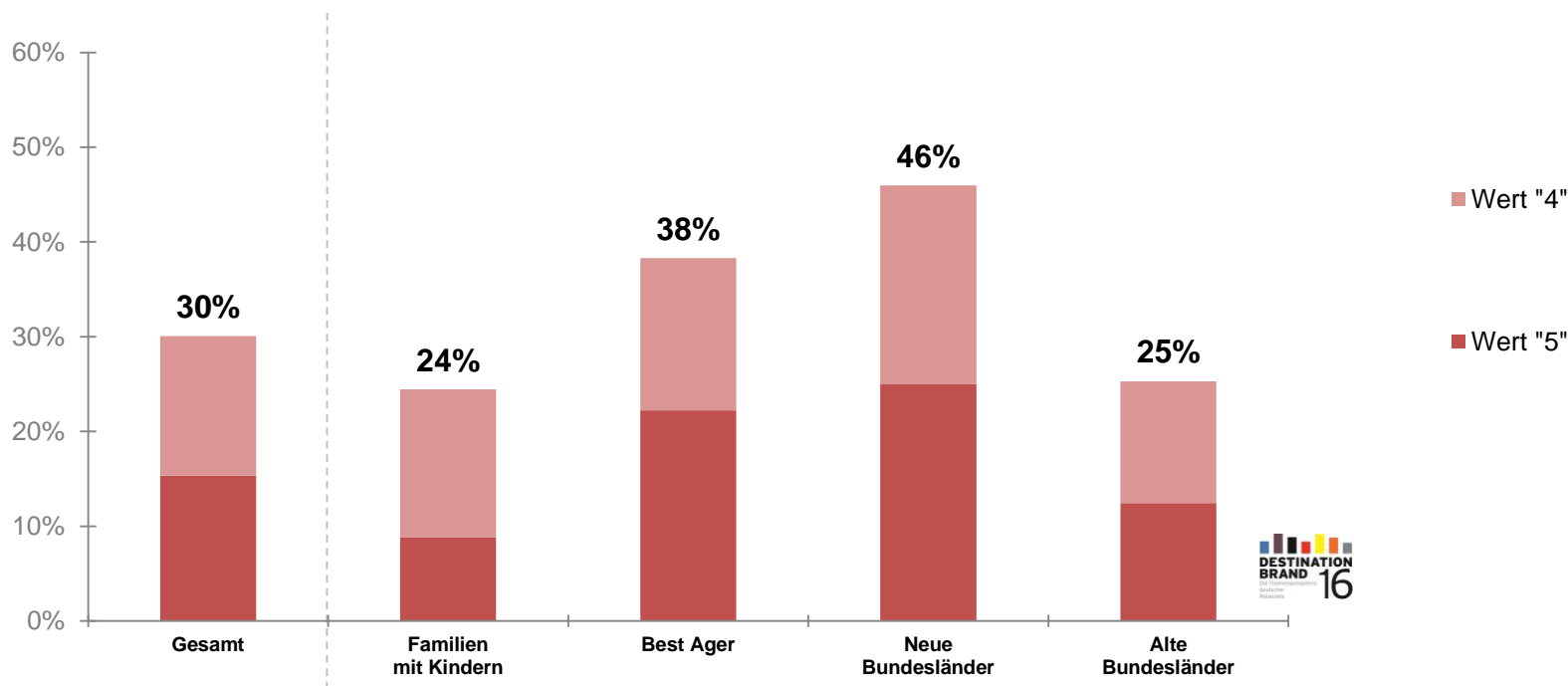
> Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)

#### ■ Uckermark

**Soziodemografie:** Zielgruppen Uckermark

**Basis:** Alle Befragte

**Anzahl der Befragten:** 1.000



Quelle: inspektour GmbH, 2016

## 6.3 Zielgruppenanalyse

### Gestützte Themeneignung für die Urlaubsart / -aktivität:

#### „Wandern“

> Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?

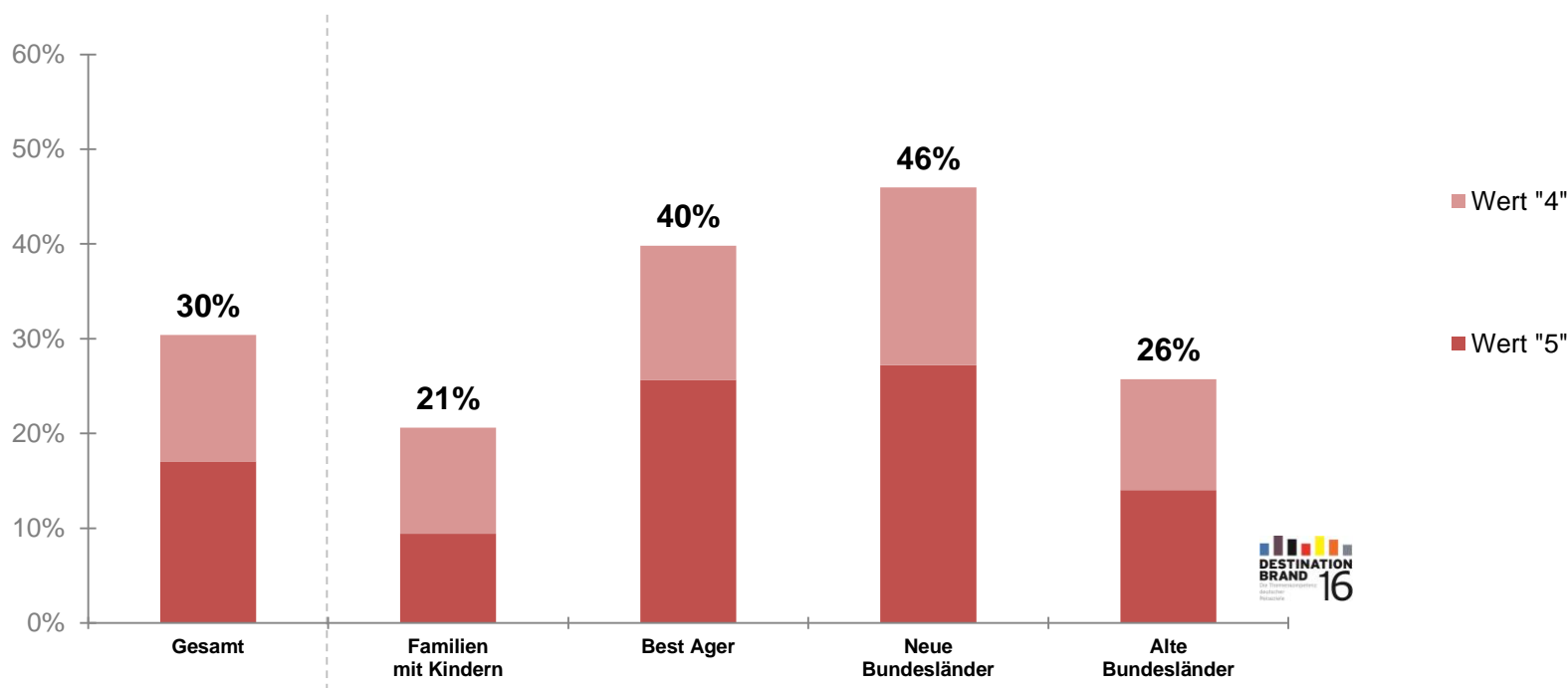
> Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)

#### ■ Uckermark

**Soziodemografie:** Zielgruppen Uckermark

**Basis:** Alle Befragte

**Anzahl der Befragten:** 1.000



Quelle: inspektour GmbH, 2016

## 6.3 Zielgruppenanalyse

### Gestützte Themeneignung für die Urlaubsart / -aktivität:

#### „Wassersport ausüben (nicht Segeln)“

> Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?

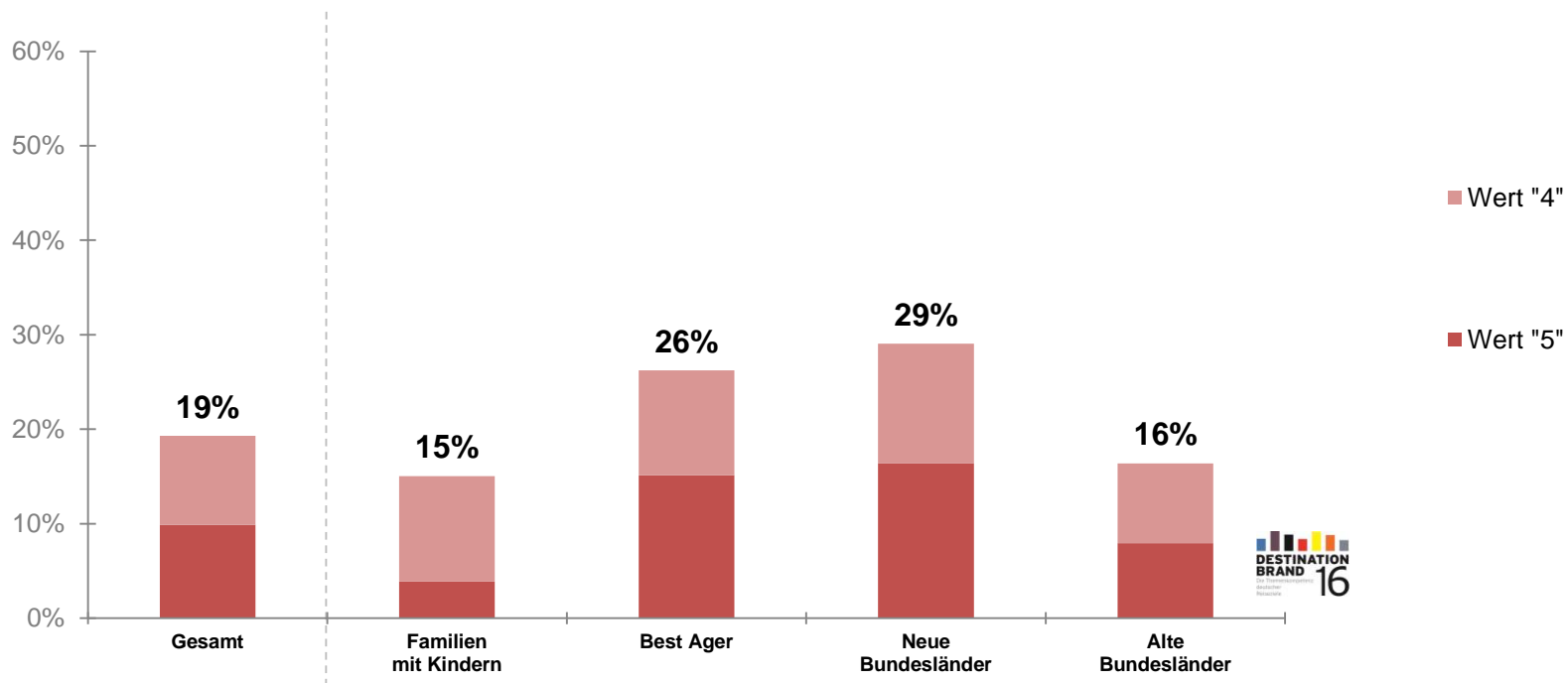
> Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)

### ■ Uckermark

**Soziodemografie:** Zielgruppen Uckermark

**Basis:** Alle Befragte

**Anzahl der Befragten:** 1.000



Quelle: inspektour GmbH, 2016

## Gliederung

|  |     |
|--|-----|
| 1 MANAGEMENT SUMMARY INKL. ANALYSE-QUADRANT                            | 5   |
| 2 GRAFISCHER ERGEBNISÜBERBLICK – DESTINATION BRAND 16 IM ZEITVERGLEICH | 13  |
| 3 ÜBERBLICK ÜBER STUDIENREIHE DESTINATION BRAND                        | 51  |
| 4 DESIGN DER STUDIE DESTINATION BRAND 16                               | 56  |
| 5 NACHFRAGE: ALLGEMEINES INTERESSENTENPOTENZIAL JE THEMA IM DETAIL     | 63  |
| 6 ANGEBOT: BEURTEILUNG DER GESTÜTZTEN THEMENEIGNUNG IM DETAIL          | 75  |
| 7 KONKURRENZ: VERGLEICH MIT WETTBEWERBERN JE THEMA                     | 118 |
| 7.1 Top 10 Destinationen zur ungestützten Themeneignung (Top of Mind)  | 119 |
| 7.2 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung                     | 141 |
| 7.2.1 Kategorie 1: Regionen allgemein                                  | 142 |
| 7.2.2 Kategorie 2: Alle untersuchten Destinationen                     | 167 |
| 8 BETEILIGTE INSTITUTE UND ANSPRECHPARTNER                             | 207 |
| 9 ANHANG   | 217 |
| IMPRESSUM  | 241 |

## 7.1 Top 10 zur ungestützten Themeneignung (Top of Mind) – Alle Befragte

Stellen Sie sich bitte vor, Sie wollen **einen Gesundheitsurlaub / eine Gesundheitsreise (selbstzahlend, nicht Kur) machen**.

Welche Urlaubsziele (Orte, Regionen usw.) in Deutschland halten Sie hierfür für besonders geeignet? (max. 3 Nennungen)

### ■ Gesundheit

Anzahl der Befragten: 567  
 Anzahl der Nennungen: 1.351  
 Basis: Alle Befragte mit gültigen Nennungen

| <b>Themeneignung Top of Mind „Gesundheitsurlaub“:<br/>                     Top 10 Destinationen</b> |                                  | % der Befragten* | % der Nennungen | Anzahl der Nennungen |
|---|----------------------------------|------------------|-----------------|----------------------|
| 1   | Nordsee (250) / Nordseeküste (7) | 45,3%            | 19,0%           | 257                  |
| 2   | Ostsee (240) / Ostseeküste (7)   | 43,6%            | 18,3%           | 247                  |
| 3   | Bayern                           | 17,3%            | 7,3%            | 98                   |
| 4   | Schwarzwald                      | 12,2%            | 5,1%            | 69                   |
| 5   | Allgäu                           | 9,5%             | 4,0%            | 54                   |
| 6   | Alpen (42) / Alpenregion (1)     | 7,6%             | 3,2%            | 43                   |
| 7   | Harz                             | 6,2%             | 2,6%            | 35                   |
| 8   | Bayerischer Wald                 | 5,8%             | 2,4%            | 33                   |
| 9   | Rügen                            | 5,3%             | 2,2%            | 30                   |
| 10  | Bodensee                         | 4,6%             | 1,9%            | 26                   |

\* Mehrfachnennungen möglich.

## 7.1 Top 10 zur ungestützten Themeneignung (Top of Mind) – Themen-Interessenten

Stellen Sie sich bitte vor, Sie wollen **einen Gesundheitsurlaub / eine Gesundheitsreise (selbstzahlend, nicht Kur) machen**.

Welche Urlaubsziele (Orte, Regionen usw.) in Deutschland halten Sie hierfür für besonders geeignet? (max. 3 Nennungen)

### ■ Gesundheit

Anzahl der Befragten: 154  
Anzahl der Nennungen: 374  
Basis: Themen-Interessenten mit gültigen Nennungen

|  <b>Themeneignung Top of Mind „Gesundheitsurlaub“:<br/>Top 10 Destinationen</b> |                               | % der Befragten* | % der Nennungen | Anzahl der Nennungen |
|--|-------------------------------|------------------|-----------------|----------------------|
| 1  | Ostsee (63) / Ostseeküste (1) | 41,6%            | 17,1%           | 64                   |
| 2  | Nordsee                       | 40,3%            | 16,6%           | 62                   |
| 3  | Bayern                        | 16,2%            | 6,7%            | 25                   |
| 4  | Schwarzwald                   | 9,7%             | 4,0%            | 15                   |
| 5  | Harz                          | 8,4%             | 3,5%            | 13                   |
| 5  | Rügen                         | 8,4%             | 3,5%            | 13                   |
| 7  | Allgäu                        | 7,8%             | 3,2%            | 12                   |
| 8  | Bayerischer Wald              | 7,1%             | 2,9%            | 11                   |
| 9  | Alpen                         | 5,2%             | 2,1%            | 8                    |
| 9  | Sylt                          | 5,2%             | 2,1%            | 8                    |

\* Mehrfachnennungen möglich.




## 7.1 Top 10 zur ungestützten Themeneignung (Top of Mind) – Alle Befragte

Stellen Sie sich bitte vor, Sie wollen **eine kulinarische Reise machen**.

Welche Urlaubsziele (Orte, Regionen usw.) in Deutschland halten Sie hierfür für besonders geeignet? (max. 3 Nennungen)

### ■ Kulinarik

Anzahl der Befragten: 520  
Anzahl der Nennungen: 1.251  
Basis: Alle Befragte mit gültigen Nennungen

|  <b>Themeneignung Top of Mind „Kulinarische Reise“:<br/>Top 10 Destinationen</b> |   | % der Befragten* | % der Nennungen | Anzahl der Nennungen |
|---|---|------------------|-----------------|----------------------|
| 1   | Bayern  | 30,4%            | 12,6%           | 158                  |
| 2   | Nordsee (88) / Nordseeküste (2) / Nordseeregion (1) | 17,5%            | 7,3%            | 91                   |
| 3   | Hamburg   | 15,4%            | 6,4%            | 80                   |
| 4   | Ostsee (71) / Ostseeküste (2)                       | 14,0%            | 5,8%            | 73                   |
| 5   | München   | 13,8%            | 5,8%            | 72                   |
| 6   | Berlin  | 13,1%            | 5,4%            | 68                   |
| 7   | Schwarzwald   | 11,9%            | 5,0%            | 62                   |
| 8   | Mosel (39) / Moselregion (1) / Moseltal (1)         | 7,9%             | 3,3%            | 41                   |
| 9   | Franken (35) / Frankenland (4)                      | 7,5%             | 3,1%            | 39                   |
| 10  | Pfalz   | 7,1%             | 3,0%            | 37                   |

\* Mehrfachnennungen möglich.


## 7.1 Top 10 zur ungestützten Themeneignung (Top of Mind) – Themen-Interessenten

Stellen Sie sich bitte vor, Sie wollen **eine kulinarische Reise machen**.

Welche Urlaubsziele (Orte, Regionen usw.) in Deutschland halten Sie hierfür für besonders geeignet? (max. 3 Nennungen)

### ■ Kulinarik

Anzahl der Befragten: 354  
Anzahl der Nennungen: 859  
Basis: Themen-Interessenten mit gültigen Nennungen

|  <b>Themeneignung Top of Mind „Kulinarische Reise“:<br/>Top 10 Destinationen</b> |   | % der Befragten* | % der Nennungen | Anzahl der Nennungen |
|---|---|------------------|-----------------|----------------------|
| 1   | Bayern  | 31,9%            | 13,2%           | 113                  |
| 2   | Nordsee (59) / Nordseeküste (1) / Nordseeregion (1) | 17,2%            | 7,1%            | 61                   |
| 3   | Berlin  | 14,1%            | 5,8%            | 50                   |
| 4   | Hamburg   | 13,3%            | 5,5%            | 47                   |
| 5   | München   | 13,0%            | 5,4%            | 46                   |
| 6   | Ostsee (43) / Ostseeküste (2)                       | 12,7%            | 5,2%            | 45                   |
| 7   | Schwarzwald   | 10,7%            | 4,4%            | 38                   |
| 8   | Mosel (31) / Moselregion (1)                        | 9,0%             | 3,7%            | 32                   |
| 9   | Franken (28) / Frankenland (3)                      | 8,8%             | 3,6%            | 31                   |
| 10  | Pfalz   | 8,2%             | 3,4%            | 29                   |

\* Mehrfachnennungen möglich.


## 7.1 Top 10 zur ungestützten Themeneignung (Top of Mind) – Alle Befragte

Stellen Sie sich bitte vor, Sie wollen **einen Kultururlaub / eine Kulturreise machen**.

Welche Urlaubsziele (Orte, Regionen usw.) in Deutschland halten Sie hierfür für besonders geeignet? (max. 3 Nennungen)

### ■ Kultur

Anzahl der Befragten: 580  
Anzahl der Nennungen: 1.455  
Basis: Alle Befragte mit gültigen Nennungen

|  <b>Themeneignung Top of Mind „Kultururlaub“:<br/>Top 10 Destinationen</b> |                                 | % der Befragten* | % der Nennungen | Anzahl der Nennungen |
|---|---------------------------------|------------------|-----------------|----------------------|
| 1   | Berlin                          | 39,0%            | 15,5%           | 226                  |
| 2   | Hamburg                         | 25,9%            | 10,3%           | 150                  |
| 3   | Dresden                         | 22,6%            | 9,0%            | 131                  |
| 3   | München                         | 20,5%            | 8,2%            | 119                  |
| 5   | Bayern                          | 13,6%            | 5,4%            | 79                   |
| 6   | Nordsee (54) / Nordseeküste (1) | 9,5%             | 3,8%            | 55                   |
| 6   | Ostsee (54) / Ostseeküste (1)   | 9,5%             | 3,8%            | 55                   |
| 8   | Köln                            | 7,9%             | 3,2%            | 46                   |
| 9   | Weimar                          | 5,3%             | 2,1%            | 31                   |
| 10  | Schwarzwald                     | 3,6%             | 1,4%            | 21                   |
| 10  | Trier                           | 3,6%             | 1,4%            | 21                   |

\* Mehrfachnennungen möglich.

## 7.1 Top 10 zur ungestützten Themeneignung (Top of Mind) – Themen-Interessenten

Stellen Sie sich bitte vor, Sie wollen **einen Kultururlaub / eine Kulturreise machen**.

Welche Urlaubsziele (Orte, Regionen usw.) in Deutschland halten Sie hierfür für besonders geeignet? (max. 3 Nennungen)

### ■ Kultur

Anzahl der Befragten: 273  
Anzahl der Nennungen: 712  
Basis: Themen-Interessenten mit gültigen Nennungen

| <b>Themeneignung Top of Mind „Kultururlaub“:<br/>Top 10 Destinationen</b> |                                 | % der Befragten* | % der Nennungen | Anzahl der Nennungen |
|---|---------------------------------|------------------|-----------------|----------------------|
| 1   | Berlin                          | 39,6%            | 15,2%           | 108                  |
| 2   | Hamburg                         | 29,3%            | 11,2%           | 80                   |
| 3   | Dresden                         | 21,2%            | 8,1%            | 58                   |
| 4   | München                         | 21,2%            | 8,1%            | 58                   |
| 5   | Bayern                          | 14,7%            | 5,6%            | 40                   |
| 6   | Nordsee (29) / Nordseeküste (1) | 11,0%            | 4,2%            | 30                   |
| 7   | Ostsee (26) / Ostseeküste (1)   | 9,9%             | 3,8%            | 27                   |
| 8   | Köln                            | 8,8%             | 3,4%            | 24                   |
| 9   | Weimar                          | 6,6%             | 2,5%            | 18                   |
| 10  | Harz                            | 5,1%             | 2,0%            | 14                   |

\* Mehrfachnennungen möglich.


## 7.1 Top 10 zur ungestützten Themeneignung (Top of Mind) – Alle Befragte

Stellen Sie sich bitte vor, Sie wollen **einen Natururlaub machen**.

Welche Urlaubsziele (Orte, Regionen usw.) in Deutschland halten Sie hierfür für besonders geeignet? (max. 3 Nennungen)

### ■ Natur

Anzahl der Befragten: 628  
Anzahl der Nennungen: 1.597  
Basis: Alle Befragte mit gültigen Nennungen

|  <b>Themeneignung Top of Mind „Natururlaub“:<br/>Top 10 Destinationen</b> |                                  | % der Befragten* | % der Nennungen | Anzahl der Nennungen |
|--|----------------------------------|------------------|-----------------|----------------------|
| 1  | Nordsee (166) / Nordseeküste (7) | 27,5%            | 10,8%           | 173                  |
| 2  | Ostsee (161) / Ostseeküste (8)   | 26,9%            | 10,6%           | 169                  |
| 3  | Schwarzwald                      | 22,0%            | 8,6%            | 138                  |
| 4  | Bayern                           | 19,9%            | 7,8%            | 125                  |
| 5  | Bayerischer Wald                 | 12,1%            | 4,8%            | 76                   |
| 6  | Allgäu                           | 11,8%            | 4,6%            | 74                   |
| 7  | Alpen                            | 11,5%            | 4,5%            | 72                   |
| 8  | Harz                             | 9,9%             | 3,9%            | 62                   |
| 9  | Rügen                            | 7,0%             | 2,8%            | 44                   |
| 10   | Bodensee                         | 6,2%             | 2,4%            | 39                   |

\* Mehrfachnennungen möglich.


## 7.1 Top 10 zur ungestützten Themeneignung (Top of Mind) – Themen-Interessenten

Stellen Sie sich bitte vor, Sie wollen **einen Natururlaub machen**.

Welche Urlaubsziele (Orte, Regionen usw.) in Deutschland halten Sie hierfür für besonders geeignet? (max. 3 Nennungen)

### ■ Natur

Anzahl der Befragten: 468  
Anzahl der Nennungen: 1.225  
Basis: Themen-Interessenten mit gültigen Nennungen

|  <b>Themeneignung Top of Mind „Natururlaub“:<br/>Top 10 Destinationen</b> |                                  | % der Befragten* | % der Nennungen | Anzahl der Nennungen |
|--|----------------------------------|------------------|-----------------|----------------------|
| 1  | Ostsee (129) / Ostseeküste (4)   | 28,4%            | 10,9%           | 133                  |
| 2  | Nordsee (126) / Nordseeküste (4) | 27,8%            | 10,6%           | 130                  |
| 3  | Schwarzwald                      | 20,5%            | 7,8%            | 96                   |
| 4  | Bayern                           | 19,4%            | 7,4%            | 91                   |
| 5  | Alpen                            | 13,7%            | 5,2%            | 64                   |
| 6  | Allgäu                           | 13,5%            | 5,1%            | 63                   |
| 7  | Bayerischer Wald                 | 12,6%            | 4,8%            | 59                   |
| 8  | Harz                             | 10,9%            | 4,2%            | 51                   |
| 9  | Rügen                            | 7,7%             | 2,9%            | 36                   |
| 10   | Bodensee                         | 6,2%             | 2,4%            | 29                   |

\* Mehrfachnennungen möglich.

## 7.1 Top 10 zur ungestützten Themeneignung (Top of Mind) – Alle Befragte

Stellen Sie sich bitte vor, Sie wollen **einen Wellnessurlaub / eine Wellnessreise machen**.


Welche Urlaubsziele (Orte, Regionen usw.) in Deutschland halten Sie hierfür für besonders geeignet? (max. 3 Nennungen)

### Wellness

Anzahl der Befragten: 546

Anzahl der Nennungen: 1.292

Basis: Alle Befragte mit gültigen Nennungen

|  <b>Themeneignung Top of Mind „Wellnessurlaub“:<br/>Top 10 Destinationen</b> |  | % der Befragten* | % der Nennungen | Anzahl der Nennungen |
|---|--|------------------|-----------------|----------------------|
| 1   | Ostsee (191) / Ostseeküste (3)               | 35,5%            | 15,0%           | 194                  |
| 2   | Nordsee (159) / Nordseeküste (4)             | 29,9%            | 12,6%           | 163                  |
| 3   | Bayern                                       | 17,4%            | 7,4%            | 95                   |
| 4   | Schwarzwald                                  | 16,3%            | 6,9%            | 89                   |
| 5   | Allgäu                                       | 10,3%            | 4,3%            | 56                   |
| 6   | Bayerischer Wald                             | 8,1%             | 3,4%            | 44                   |
| 7   | Bodensee                                     | 6,2%             | 2,6%            | 34                   |
| 7   | Rügen  | 6,2%             | 2,6%            | 34                   |
| 9   | Alpen (29) / Alpenraum (2) / Alpenregion (1) | 5,9%             | 2,5%            | 32                   |
| 10  | Harz   | 5,5%             | 2,3%            | 30                   |

\* Mehrfachnennungen möglich.


## 7.1 Top 10 zur ungestützten Themeneignung (Top of Mind) – Themen-Interessenten

Stellen Sie sich bitte vor, Sie wollen **einen Wellnessurlaub / eine Wellnessreise machen**.

Welche Urlaubsziele (Orte, Regionen usw.) in Deutschland halten Sie hierfür für besonders geeignet? (max. 3 Nennungen)

### ■ Wellness

Anzahl der Befragten: 315  
Anzahl der Nennungen: 772  
Basis: Themen-Interessenten mit gültigen Nennungen

|  <b>Themeneignung Top of Mind „Wellnessurlaub“:<br/>Top 10 Destinationen</b> |                                 | % der Befragten* | % der Nennungen | Anzahl der Nennungen |
|---|---------------------------------|------------------|-----------------|----------------------|
| 1   | Ostsee (107) / Ostseeküste (1)  | 34,3%            | 14,0%           | 108                  |
| 2   | Nordsee (85) / Nordseeküste (3) | 27,9%            | 11,4%           | 88                   |
| 3   | Schwarzwald                     | 17,8%            | 7,3%            | 56                   |
| 4   | Bayern                          | 17,5%            | 7,1%            | 55                   |
| 5   | Allgäu                          | 11,7%            | 4,8%            | 37                   |
| 6   | Bayerischer Wald                | 9,5%             | 3,9%            | 30                   |
| 7   | Rügen                           | 7,6%             | 3,1%            | 24                   |
| 8   | Harz                            | 6,3%             | 2,6%            | 20                   |
| 9   | Bodensee                        | 5,7%             | 2,3%            | 18                   |
| 10  | Berlin                          | 5,4%             | 2,2%            | 17                   |

\* Mehrfachnennungen möglich.




## 7.1 Top 10 zur ungestützten Themeneignung (Top of Mind) – Alle Befragte

Stellen Sie sich bitte vor, Sie wollen **einen Urlaub auf dem Lande / auf dem Bauern- oder Winzerhof machen**.

Welche Urlaubsziele (Orte, Regionen usw.) in Deutschland halten Sie hierfür für besonders geeignet? (max. 3 Nennungen)

### ■ Landurlaub

Anzahl der Befragten: 550  
Anzahl der Nennungen: 1.284  
Basis: Alle Befragte mit gültigen Nennungen

|  <b>Themeneignung Top of Mind „Landurlaub“:<br/>Top 10 Destinationen</b> |   | % der Befragten* | % der Nennungen | Anzahl der Nennungen |
|---|---|------------------|-----------------|----------------------|
| 1   | Bayern  | 35,5%            | 15,2%           | 195                  |
| 2   | Mosel (91) / Moselregion (2) / Moseltal (2) / Moselgebiet (1) / Moselgend (1) | 17,6%            | 7,6%            | 97                   |
| 3   | Schwarzwald   | 14,4%            | 6,2%            | 79                   |
| 4   | Allgäu  | 13,6%            | 5,8%            | 75                   |
| 5   | Ostsee (39) / Ostseeküste (3)   | 7,6%             | 3,3%            | 42                   |
| 6   | Nordsee (33) / Nordseeküste (2)   | 6,4%             | 2,7%            | 35                   |
| 7   | Rhein (31) / Rheingebiet (2)  | 6,0%             | 2,6%            | 33                   |
| 7   | Schleswig-Holstein  | 6,0%             | 2,6%            | 33                   |
| 9   | Pfalz   | 5,3%             | 2,3%            | 29                   |
| 10  | Bayerischer Wald  | 4,7%             | 2,0%            | 26                   |
| 10  | Mecklenburg-Vorpommern  | 4,7%             | 2,0%            | 26                   |

\* Mehrfachnennungen möglich.

## 7.1 Top 10 zur ungestützten Themeneignung (Top of Mind) – Themen-Interessenten

Stellen Sie sich bitte vor, Sie wollen **einen Urlaub auf dem Lande / auf dem Bauern- oder Winzerhof machen**.

Welche Urlaubsziele (Orte, Regionen usw.) in Deutschland halten Sie hierfür für besonders geeignet? (max. 3 Nennungen)

### ■ Landurlaub

Anzahl der Befragten: 174  
Anzahl der Nennungen: 428  
Basis: Themen-Interessenten mit gültigen Nennungen

| <b>Themeneignung Top of Mind „Landurlaub“:<br/>Top 10 Destinationen</b> |                                 | % der Befragten* | % der Nennungen | Anzahl der Nennungen |
|---|---------------------------------|------------------|-----------------|----------------------|
| 1   | Bayern                          | 33,9%            | 13,8%           | 59                   |
| 2   | Mosel (31) / Moselgegend (1)    | 18,4%            | 7,5%            | 32                   |
| 2   | Schwarzwald                     | 18,4%            | 7,5%            | 32                   |
| 4   | Allgäu                          | 16,7%            | 6,8%            | 29                   |
| 5   | Ostsee (15) / Ostseeküste (1)   | 9,2%             | 3,7%            | 16                   |
| 6   | Nordsee (14) / Nordseeküste (1) | 8,6%             | 3,5%            | 15                   |
| 7   | Rhein                           | 6,3%             | 2,6%            | 11                   |
| 8   | Pfalz                           | 5,7%             | 2,3%            | 10                   |
| 9   | Hessen                          | 5,2%             | 2,1%            | 9                    |
| 10  | Bayerischer Wald                | 4,6%             | 1,9%            | 8                    |
| 10  | Lüneburger Heide                | 4,6%             | 1,9%            | 8                    |
| 10  | Schleswig-Holstein              | 4,6%             | 1,9%            | 8                    |

Quelle: inspektour GmbH, 2016

\* Mehrfachnennungen möglich.


## 7.1 Top 10 zur ungestützten Themeneignung (Top of Mind) – Alle Befragte

Stellen Sie sich bitte vor, Sie wollen **einen Familienurlaub machen**.

Welche Urlaubsziele (Orte, Regionen usw.) in Deutschland halten Sie hierfür für besonders geeignet? (max. 3 Nennungen)

### ■ Familienurlaub

Anzahl der Befragten: 611  
Anzahl der Nennungen: 1.459  
Basis: Alle Befragte mit gültigen Nennungen

|  <b>Themeneignung Top of Mind „Familienurlaub“:<br/>Top 10 Destinationen</b> |   | % der Befragten* | % der Nennungen | Anzahl der Nennungen |
|---|---|------------------|-----------------|----------------------|
| 1   | Ostsee (270) / Ostseeküste (5)                  | 45,0%            | 18,8%           | 275                  |
| 2   | Nordsee (236) / Nordseeküste (2)                | 39,0%            | 16,3%           | 238                  |
| 3   | Bayern  | 19,6%            | 8,2%            | 120                  |
| 4   | Schwarzwald (83) / Nationalpark Schwarzwald (1) | 13,7%            | 5,8%            | 84                   |
| 5   | Bodensee  | 8,7%             | 3,6%            | 53                   |
| 6   | Bayerischer Wald                                | 8,0%             | 3,4%            | 49                   |
| 7   | Alpen (41) / Alpenraum (1) / Alpenregion (1)    | 7,0%             | 2,9%            | 43                   |
| 8   | Allgäu  | 6,4%             | 2,7%            | 39                   |
| 9   | Hamburg   | 6,1%             | 2,5%            | 37                   |
| 10  | Berlin  | 5,6%             | 2,3%            | 34                   |

\* Mehrfachnennungen möglich.


## 7.1 Top 10 zur ungestützten Themeneignung (Top of Mind) – Themen-Interessenten

Stellen Sie sich bitte vor, Sie wollen **einen Familienurlaub machen**.

Welche Urlaubsziele (Orte, Regionen usw.) in Deutschland halten Sie hierfür für besonders geeignet? (max. 3 Nennungen)

### ■ Familienurlaub

Anzahl der Befragten: 335  
Anzahl der Nennungen: 808  
Basis: Themen-Interessenten mit gültigen Nennungen

|  <b>Themeneignung Top of Mind „Familienurlaub“:<br/>Top 10 Destinationen</b> |   | % der Befragten* | % der Nennungen | Anzahl der Nennungen |
|---|---|------------------|-----------------|----------------------|
| 1   | Ostsee (157) / Ostseeküste (3)                  | 47,8%            | 19,8%           | 160                  |
| 2   | Nordsee (137) / Nordseeküste (2)                | 41,5%            | 17,2%           | 139                  |
| 3   | Bayern  | 18,2%            | 7,5%            | 61                   |
| 4   | Schwarzwald (40) / Nationalpark Schwarzwald (1) | 12,2%            | 5,1%            | 41                   |
| 5   | Hamburg   | 8,1%             | 3,3%            | 27                   |
| 6   | Bodensee  | 7,5%             | 3,1%            | 25                   |
| 7   | Alpen (23) / Alpenregion (1)                    | 7,2%             | 3,0%            | 24                   |
| 8   | Berlin  | 6,9%             | 2,8%            | 23                   |
| 9   | Allgäu  | 6,3%             | 2,6%            | 21                   |
| 9   | Harz  | 6,3%             | 2,6%            | 21                   |

\* Mehrfachnennungen möglich.


## 7.1 Top 10 zur ungestützten Themeneignung (Top of Mind) – Alle Befragte

Stellen Sie sich bitte vor, Sie wollen **einen nachhaltigen Urlaub / eine nachhaltige Reise machen** (natur- / umweltschonend, wirtschaftlich fair, sozial gerecht).

Welche Urlaubsziele (Orte, Regionen usw.) in Deutschland halten Sie hierfür für besonders geeignet? (max. 3 Nennungen)

### ■ Nachhaltiger Urlaub

Anzahl der Befragten: 309  
Anzahl der Nennungen: 614  
Basis: Alle Befragte mit gültigen Nennungen

|  <b>Themeneignung Top of Mind „Nachhaltiger Urlaub“:<br/>Top 10 Destinationen</b> |                                 | % der Befragten* | % der Nennungen | Anzahl der Nennungen |
|--|---------------------------------|------------------|-----------------|----------------------|
| 1  | Schwarzwald                     | 18,1%            | 9,1%            | 56                   |
| 2  | Bayern                          | 17,2%            | 8,6%            | 53                   |
| 3  | Nordsee (38) / Nordseeküste (3) | 13,3%            | 6,7%            | 41                   |
| 4  | Bayerischer Wald                | 11,0%            | 5,5%            | 34                   |
| 4  | Ostsee (31) / Ostseeküste (3)   | 11,0%            | 5,5%            | 34                   |
| 6  | Harz                            | 9,1%             | 4,6%            | 28                   |
| 7  | Allgäu                          | 6,1%             | 3,1%            | 19                   |
| 8  | Lüneburger Heide                | 4,9%             | 2,4%            | 15                   |
| 9  | Rügen                           | 3,9%             | 2,0%            | 12                   |
| 9  | Thüringen                       | 3,9%             | 2,0%            | 12                   |

\* Mehrfachnennungen möglich.


## 7.1 Top 10 zur ungestützten Themeneignung (Top of Mind) – Themen-Interessenten

Stellen Sie sich bitte vor, Sie wollen **einen nachhaltigen Urlaub / eine nachhaltige Reise machen** (natur- / umweltschonend, wirtschaftlich fair, sozial gerecht).

Welche Urlaubsziele (Orte, Regionen usw.) in Deutschland halten Sie hierfür für besonders geeignet? (max. 3 Nennungen)

### ■ Nachhaltiger Urlaub

Anzahl der Befragten: 113  
Anzahl der Nennungen: 233  
Basis: Themen-Interessenten mit gültigen Nennungen

|  <b>Themeneignung Top of Mind „Nachhaltiger Urlaub“:<br/>Top 10 Destinationen</b> |                                 | % der Befragten* | % der Nennungen | Anzahl der Nennungen |
|--|---------------------------------|------------------|-----------------|----------------------|
| 1  | Bayern                          | 17,3%            | 9,9%            | 23                   |
| 1  | Schwarzwald                     | 17,3%            | 9,9%            | 23                   |
| 3  | Nordsee (17) / Nordseeküste (2) | 16,8%            | 8,2%            | 19                   |
| 4  | Bayerischer Wald                | 9,8%             | 5,6%            | 13                   |
| 4  | Ostsee (10) / Ostseeküste (3)   | 11,5%            | 5,6%            | 13                   |
| 6  | Allgäu                          | 6,0%             | 3,4%            | 8                    |
| 7  | Harz                            | 5,3%             | 3,0%            | 7                    |
| 7  | Lüneburger Heide                | 5,3%             | 3,0%            | 7                    |
| 9  | Rügen                           | 4,5%             | 2,6%            | 6                    |
| 10   | Alpen                           | 3,8%             | 2,1%            | 5                    |

\* Mehrfachnennungen möglich.


## 7.1 Top 10 zur ungestützten Themeneignung (Top of Mind) – Alle Befragte

Stellen Sie sich bitte vor, Sie wollen **einen Fahrradurlaub (nicht Mountainbike-Urlaub) machen**.

Welche Urlaubsziele (Orte, Regionen usw.) in Deutschland halten Sie hierfür für besonders geeignet? (max. 3 Nennungen)

### ■ Rad fahren

Anzahl der Befragten: 458  
Anzahl der Nennungen: 961  
Basis: Alle Befragte mit gültigen Nennungen

|  <b>Themeneignung Top of Mind „Fahrradurlaub“:<br/>Top 10 Destinationen</b> |   | % der Befragten* | % der Nennungen | Anzahl der Nennungen |
|--|---|------------------|-----------------|----------------------|
| 1  | Ostsee (81) / Ostseeküste (12)  | 20,3%            | 9,7%            | 93                   |
| 2  | Nordsee (72) / Nordseeküste (7) / Nordseeradwanderweg (1) / Nordseeregion (1) | 17,7%            | 8,4%            | 81                   |
| 3  | Bayern  | 7,2%             | 3,4%            | 33                   |
| 3  | Bodensee  | 7,2%             | 3,4%            | 33                   |
| 5  | Schleswig-Holstein  | 5,9%             | 2,8%            | 27                   |
| 6  | Mecklenburg-Vorpommern  | 5,5%             | 2,6%            | 25                   |
| 6  | Mosel (22) / Moseltal (2) / Moselgebiet (1)                                   | 5,5%             | 2,6%            | 25                   |
| 8  | Schwarzwald   | 5,2%             | 2,5%            | 24                   |
| 9  | Elbe (14) / Elberadweg (5) / Elbtal (4)                                       | 5,0%             | 2,4%            | 23                   |
| 10   | Lüneburger Heide  | 4,8%             | 2,3%            | 22                   |

\* Mehrfachnennungen möglich.

## 7.1 Top 10 zur ungestützten Themeneignung (Top of Mind) – Themen-Interessenten

Stellen Sie sich bitte vor, Sie wollen **einen Fahrradurlaub (nicht Mountainbike-Urlaub) machen**.

Welche Urlaubsziele (Orte, Regionen usw.) in Deutschland halten Sie hierfür für besonders geeignet? (max. 3 Nennungen)

### ■ Rad fahren

Anzahl der Befragten: 219  
 Anzahl der Nennungen: 509  
 Basis: Themen-Interessenten mit gültigen Nennungen

| <b>Themeneignung Top of Mind „Fahrradurlaub“:<br/>                     Top 10 Destinationen</b> |   | % der Befragten* | % der Nennungen | Anzahl der Nennungen |
|---|---|------------------|-----------------|----------------------|
| 1   | Ostsee (40) / Ostseeküste (6)                       | 21,0%            | 9,0%            | 46                   |
| 2   | Nordsee (39) / Nordseeküste (3) / Nordseeregion (1) | 19,6%            | 8,4%            | 43                   |
| 3   | Bayern  | 6,8%             | 2,9%            | 15                   |
| 3   | Bodensee  | 6,8%             | 2,9%            | 15                   |
| 3   | Schwarzwald   | 6,8%             | 2,9%            | 15                   |
| 6   | Elbe (7) / Elberadweg (4) / Elbtal (3)              | 6,4%             | 2,8%            | 14                   |
| 6   | Mecklenburg-Vorpommern                              | 6,4%             | 2,8%            | 14                   |
| 8   | Donau (12) / Donautal (1)                           | 5,9%             | 2,6%            | 13                   |
| 8   | Münsterland   | 5,9%             | 2,6%            | 13                   |
| 10  | Schleswig-Holstein                                  | 5,5%             | 2,4%            | 12                   |

\* Mehrfachnennungen möglich.



## 7.1 Top 10 zur ungestützten Themeneignung (Top of Mind) – Alle Befragte

Stellen Sie sich bitte vor, Sie wollen **einen Wanderurlaub machen**.

Welche Urlaubsziele (Orte, Regionen usw.) in Deutschland halten Sie hierfür für besonders geeignet? (max. 3 Nennungen)

### ■ Wandern

Anzahl der Befragten: 571

Anzahl der Nennungen: 1.260

Basis: Alle Befragte mit gültigen Nennungen

|  <b>Themeneignung Top of Mind „Wanderurlaub“:<br/>Top 10 Destinationen</b> |   | % der Befragten* | % der Nennungen | Anzahl der Nennungen |
|---|---|------------------|-----------------|----------------------|
| 1   | Harz  | 22,1%            | 10,0%           | 126                  |
| 1   | Schwarzwald   | 22,1%            | 10,0%           | 126                  |
| 3   | Bayern  | 18,7%            | 8,5%            | 107                  |
| 4   | Alpen (89) / Alpenregion (5)                              | 16,5%            | 7,5%            | 94                   |
| 5   | Allgäu  | 14,2%            | 6,4%            | 81                   |
| 6   | Bayerischer Wald (68) / Nationalpark Bayerischer Wald (1) | 12,1%            | 5,5%            | 69                   |
| 7   | Sächsische Schweiz (28) / Elbsandsteingebirge (15)        | 7,5%             | 3,4%            | 43                   |
| 8   | Eifel   | 7,0%             | 3,2%            | 40                   |
| 9   | Thüringen   | 6,7%             | 3,0%            | 38                   |
| 10  | Erzgebirge  | 6,3%             | 2,9%            | 36                   |

\* Mehrfachnennungen möglich.

## 7.1 Top 10 zur ungestützten Themeneignung (Top of Mind) – Themen-Interessenten

Stellen Sie sich bitte vor, Sie wollen **einen Wanderurlaub machen**.

Welche Urlaubsziele (Orte, Regionen usw.) in Deutschland halten Sie hierfür für besonders geeignet? (max. 3 Nennungen)

### ■ Wandern

Anzahl der Befragten: 305  
Anzahl der Nennungen: 707  
Basis: Themen-Interessenten mit gültigen Nennungen

|  <b>Themeneignung Top of Mind „Wanderurlaub“:<br/>Top 10 Destinationen</b> |   | % der Befragten* | % der Nennungen | Anzahl der Nennungen |
|---|---|------------------|-----------------|----------------------|
| 1   | Schwarzwald   | 23,3%            | 10,0%           | 71                   |
| 2   | Harz  | 20,3%            | 8,8%            | 62                   |
| 3   | Alpen (54) / Alpenregion (3)                              | 18,7%            | 8,1%            | 57                   |
| 4   | Allgäu  | 18,0%            | 7,8%            | 55                   |
| 5   | Bayern  | 16,7%            | 7,2%            | 51                   |
| 6   | Bayerischer Wald (40) / Nationalpark Bayerischer Wald (1) | 13,4%            | 5,8%            | 41                   |
| 7   | Sächsische Schweiz (20) / Elbsandsteingebirge (11)        | 10,2%            | 4,4%            | 31                   |
| 8   | Eifel   | 6,9%             | 3,0%            | 21                   |
| 9   | Erzgebirge  | 5,9%             | 2,5%            | 18                   |
| 9   | Sauerland   | 5,9%             | 2,5%            | 18                   |

\* Mehrfachnennungen möglich.


## 7.1 Top 10 zur ungestützten Themeneignung (Top of Mind) – Alle Befragte

Stellen Sie sich bitte vor, Sie wollen **einen Wassersport-Urlaub (nicht Segelurlaub) machen**.

Welche Urlaubsziele (Orte, Regionen usw.) in Deutschland halten Sie hierfür für besonders geeignet? (max. 3 Nennungen)

### ■ Wassersport

Anzahl der Befragten: 471  
Anzahl der Nennungen: 990  
Basis: Alle Befragte mit gültigen Nennungen

|  <b>Themeneignung Top of Mind „Wassersport-Urlaub“:<br/>Top 10 Destinationen</b> |   | % der Befragten* | % der Nennungen | Anzahl der Nennungen |
|---|---|------------------|-----------------|----------------------|
| 1   | Ostsee (251) / Ostseeküste (6)                                  | 54,6%            | 26,0%           | 257                  |
| 2   | Nordsee (202) / Nordseeküste (8)                                | 44,6%            | 21,2%           | 210                  |
| 3   | Bodensee  | 26,8%            | 12,7%           | 126                  |
| 4   | Sylt  | 7,4%             | 3,5%            | 35                   |
| 5   | Chiemsee  | 6,8%             | 3,2%            | 32                   |
| 6   | Rügen   | 5,5%             | 2,6%            | 26                   |
| 7   | Mecklenburgische Seenplatte (17) / Mecklenburger Seenplatte (8) | 5,3%             | 2,5%            | 25                   |
| 8   | Müritz (13) / Müritzsee (1)                                     | 3,0%             | 1,4%            | 14                   |
| 9   | Mecklenburg-Vorpommern  | 2,8%             | 1,3%            | 13                   |
| 10  | Bayern  | 2,3%             | 1,1%            | 11                   |
| 10  | Hamburg   | 2,3%             | 1,1%            | 11                   |
| 10  | Mecklenburg   | 2,3%             | 1,1%            | 11                   |
| 10  | Usedom  | 2,3%             | 1,1%            | 11                   |

\* Mehrfachnennungen möglich.


## 7.1 Top 10 zur ungestützten Themeneignung (Top of Mind) – Themen-Interessenten

Stellen Sie sich bitte vor, Sie wollen **einen Wassersport-Urlaub (nicht Segelurlaub) machen**.

Welche Urlaubsziele (Orte, Regionen usw.) in Deutschland halten Sie hierfür für besonders geeignet? (max. 3 Nennungen)

### ■ Wassersport

Anzahl der Befragten: 133  
Anzahl der Nennungen: 302  
Basis: Themen-Interessenten mit gültigen Nennungen

|  <b>Themeneignung Top of Mind „Wassersport-Urlaub“:<br/>Top 10 Destinationen</b> |  | % der Befragten* | % der Nennungen | Anzahl der Nennungen |
|---|--|------------------|-----------------|----------------------|
| 1   | Ostsee (64) / Ostseeküste (1)                                  | 48,9%            | 21,5%           | 65                   |
| 2   | Nordsee (58) / Nordseeküste (3)                                | 45,9%            | 20,2%           | 61                   |
| 3   | Bodensee   | 33,8%            | 14,9%           | 45                   |
| 4   | Rügen  | 8,3%             | 3,6%            | 11                   |
| 5   | Chiemsee   | 7,5%             | 3,3%            | 10                   |
| 6   | Sylt   | 6,8%             | 3,0%            | 9                    |
| 7   | Mecklenburgische Seenplatte (5) / Mecklenburger Seenplatte (1) | 4,5%             | 2,0%            | 6                    |
| 8   | Mecklenburg-Vorpommern   | 3,8%             | 1,7%            | 5                    |
| 8   | Usedom   | 3,8%             | 1,7%            | 5                    |

**Anmerkung:** Die Destination auf dem Rang 10 ist nicht dargestellt, da auf diese in der ungestützten Abfrage zur Themenkompetenz für einen „Wassersport-Urlaub“ weniger als 5 Einzelnennungen entfallen.

\* Mehrfachnennungen möglich.

## Gliederung

|       |  |     |
|-------|--|-----|
| 1     | MANAGEMENT SUMMARY INKL. ANALYSE-QUADRANT                            | 5   |
| 2     | GRAFISCHER ERGEBNISÜBERBLICK – DESTINATION BRAND 16 IM ZEITVERGLEICH | 13  |
| 3     | ÜBERBLICK ÜBER STUDIENREIHE DESTINATION BRAND                        | 51  |
| 4     | DESIGN DER STUDIE DESTINATION BRAND 16                               | 56  |
| 5     | NACHFRAGE: ALLGEMEINES INTERESSENTENPOTENZIAL JE THEMA IM DETAIL     | 63  |
| 6     | ANGEBOT: BEURTEILUNG DER GESTÜTZTEN THEMENEIGNUNG IM DETAIL          | 75  |
| 7     | KONKURRENZ: VERGLEICH MIT WETTBEWERBERN JE THEMA                     | 118 |
| 7.1   | Top 10 Destinationen zur ungestützten Themeneignung (Top of Mind)    | 119 |
| 7.2   | Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung                       | 141 |
| 7.2.1 | Kategorie 1: Regionen allgemein                                      | 142 |
| 7.2.2 | Kategorie 2: Alle untersuchten Destinationen                         | 167 |
| 8     | BETEILIGTE INSTITUTE UND ANSPRECHPARTNER                             | 207 |
| 9     | ANHANG   | 217 |
|       | IMPRESSUM  | 241 |

## 7.2.1 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: *Regionen allgemein*

|  |                             | <b>„Gesundheitsurlaub / Gesundheitsreise (selbstzahlend, nicht Kur)“</b><br><i>Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)</i> |                                  | <i>Basis:<br/>Alle Befragte</i> |                                     |
|---|-----------------------------|---|----------------------------------|---------------------------------|-------------------------------------|
| <b>Ranking der Kategorie 1: Regionen allgemein (Ø = 29%)</b>                      |                             |   |                                  |                                 |                                     |
| 1   | Nordsee                     | 19  | Lüneburger Heide                 | 37                              | Niedersachsen                       |
| 2   | Ostsee                      | 20  | Harz                             | 38                              | Mosel                               |
| 3   | Sylt                        | 21  | Mecklenburg-Vorpommern           | 39                              | Rheinland-Pfalz                     |
| 4   | Insel Usedom                | 22  | Fehmarn                          | 40                              | Baden                               |
| 5   | Insel Rügen                 | 23  | Thüringer Wald                   | 41                              | Württemberg                         |
| 6   | Bayern                      | 24  | Berchtesgadener Land             | 42                              | Hessen                              |
| 7   | Schwarzwald                 | 25  | Chiemgau                         | 43                              | Schwäbische Alb                     |
| 8   | Allgäu                      | 26  | Baden-Württemberg                | 44                              | Franken                             |
| 9   | Bayerischer Wald            | 27  | Föhr                             | 45                              | Rhön                                |
| 10  | Ostsee Schleswig-Holstein   | 28  | Alpenregion Tegernsee-Schliersee | 46                              | Brandenburg                         |
| 11  | Nordsee Schleswig-Holstein  | 29  | Erzgebirge                       | 47                              | Odenwald                            |
| 12  | Oberbayern                  | 30  | Sauerland                        | 48                              | Spessart                            |
| 13  | Chiemsee                    | 31  | Thüringen                        | 49                              | Taunus                              |
| 14  | Bodensee                    | 32  | Eifel                            | 50                              | Teutoburger Wald                    |
| 15  | Nordsee Niedersachsen       | 33  | Zugspitzregion                   | 51                              | Westerwald                          |
| 16  | Hochschwarzwald             | 34  | Spreewald                        | 52                              | Bergisches Land                     |
| 17  | Mecklenburgische Seenplatte | 35  | Fichtelgebirge                   | 53                              | Sächsische Schweiz-Elbsandsteingeb. |
| 18  | Schleswig-Holstein          | 36  | Pfalz                            | 54                              | Sachsen                             |

► **Anmerkung:** Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016

## 7.2.1 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: *Regionen allgemein*

|  „Gesundheitsurlaub / Gesundheitsreise (selbstzahlend, nicht Kur)“<br>Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle) |  |            | Basis:<br>Alle Befragte |                            |  |     |                              |  |
|---|--|------------|-------------------------|----------------------------|--|-----|------------------------------|--|
| Ranking der Kategorie 1: Regionen allgemein (Ø = 29%)   |  |            |                         |                            |  |     |                              |  |
| 55  | Nordrhein-Westfalen                    |            | 73                      | Region Südharz Kyffhäuser  |  | 91  | Ruhrgebiet                   |  |
| 56  | Pfälzerwald                            |            | 74                      | Saarland                   |  | 92  | Lausitzer Seenland           |  |
| 57  | Münsterland                            |            | 75                      | Mittelrhein                |  | 93  | Nahe                         |  |
| 58  | Metropolregion München                 |            | 76                      | Nürnberger Land            |  | 94  | Erlebnisregion Edersee       |  |
| 59  | Hunsrück                               |            | 77                      | Metropolregion Hamburg     |  | 95  | Vogelsberg                   |  |
| 60  | Nordseeland Dithmarschen               |            | 78                      | Seenland Oder-Spree        |  | 96  | Die Bergischen Drei          |  |
| 61  | Rheinhessen                            |            | 79                      | Sächsisches Elbland        |  | 97  | Ruppiner Seenland            |  |
| 62  | Niederrhein                            |            | 80                      | Alpenwelt Karwendel        |  | 98  | GrimmHeimat NordHessen       |  |
| 63  | Romantischer Rhein                     |            | 81                      | Spessart-Mainland          |  | 99  | Fläming                      |  |
| 64  | Vogtland                               |            | 82                      | Naturpark Altmühltal       |  | 100 | Siegerland-Wittgenstein      |  |
| <b>65</b>   | <b>Uckermark</b>                       | <b>21%</b> | 83                      | Ammergauer Alpen           |  | 101 | Braunschweiger Land          |  |
| 66  | Rheingau                               |            | 84                      | Altmark                    |  | 102 | Naheland                     |  |
| 67  | Kaiserbäder Ahlb. · Heringsd. · Bansin |            | 85                      | Hessische Bergstraße       |  | 103 | neanderland / Kreis Mettmann |  |
| 68  | Sachsen-Anhalt                         |            | 86                      | Naturgarten Kaiserstuhl    |  |     |                              |  |
| 69  | Frankenwald                            |            | 87                      | Magdeburg Elbe-Börde-Heide |  |     |                              |  |
| 70  | Havelland                              |            | 88                      | Lahntal                    |  |     |                              |  |
| 71  | Fränkisches Weinland                   |            | 89                      | Saale-Unstrut              |  |     |                              |  |
| 72  | Weserbergland                          |            | 90                      | Ahrtal                     |  |     |                              |  |

► **Anmerkung:** Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016

## 7.2.1 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: *Regionen allgemein*

|  „Gesundheitsurlaub / Gesundheitsreise (selbstzahlend, nicht Kur)“<br>Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle) |                            |  | Basis:<br>Themen-<br>Interessenten |                             |  |    |                  |  |
|---|----------------------------|--|------------------------------------|-----------------------------|--|----|------------------|--|
| Ranking der Kategorie 1: Regionen allgemein (Ø = 41%)   |                            |  |                                    |                             |  |    |                  |  |
| 1   | Nordsee                    |  | 19                                 | Fehmarn                     |  | 37 | Baden            |  |
| 2   | Ostsee                     |  | 20                                 | Mecklenburg-Vorpommern      |  | 38 | Franken          |  |
| 3   | Bayern                     |  | 21                                 | Chiemgau                    |  | 39 | Mosel            |  |
| 4   | Insel Rügen                |  | 22                                 | Hochschwarzwald             |  | 40 | Hessen           |  |
| 5   | Allgäu                     |  | 23                                 | Mecklenburgische Seenplatte |  | 41 | Bergisches Land  |  |
| 6   | Chiemsee                   |  | 24                                 | Lüneburger Heide            |  | 42 | Teutoburger Wald |  |
| 7   | Insel Usedom               |  | 25                                 | Erzgebirge                  |  | 43 | Föhr             |  |
| 8   | Sylt                       |  | 26                                 | Sauerland                   |  | 44 | Pfalz            |  |
| 9   | Bodensee                   |  | 27                                 | Zugspitzregion              |  | 45 | Württemberg      |  |
| 10  | Nordsee Schleswig-Holstein |  | 28                                 | Tegernsee-Schliersee        |  | 46 | Pfälzerwald      |  |
| 11  | Schwarzwald                |  | 29                                 | Eifel                       |  | 47 | Schwäbische Alb  |  |
| 12  | Oberbayern                 |  | 30                                 | Baden-Württemberg           |  | 48 | Münsterland      |  |
| 13  | Bayerischer Wald           |  | 31                                 | Rheinland-Pfalz             |  | 49 | Odenwald         |  |
| 14  | Ostsee Schleswig-Holstein  |  | 32                                 | Niedersachsen               |  | 50 | Sachsen          |  |
| 15  | Harz                       |  | 33                                 | Thüringen                   |  | 51 | Brandenburg      |  |
| 16  | Nordsee Niedersachsen      |  | 34                                 | Berchtesgadener Land        |  | 52 | Taunus           |  |
| 17  | Schleswig-Holstein         |  | 35                                 | Fichtelgebirge              |  | 53 | Westerwald       |  |
| 18  | Thüringer Wald             |  | 36                                 | Spreewald                   |  | 54 | Rhön             |  |

► **Anmerkung:** Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016




## 7.2.1 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: *Regionen allgemein*

|  |                                     | <b>„Gesundheitsurlaub / Gesundheitsreise (selbstzahlend, nicht Kur)“</b><br><i>Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)</i> |    | <i>Basis:<br/>Themen-<br/>Interessenten</i> |     |                              |
|--|-------------------------------------|---|----|---|-----|------------------------------|
| <b>Ranking der Kategorie 1: Regionen allgemein (Ø = 41%)</b> |                                     |   |    |   |     |                              |
| 55   | Sächsische Schweiz-Elbsandsteingeb. |   | 73 | Naturpark Altmühltal                        | 91  | Ruhrgebiet                   |
| 56   | Niederrhein                         |   | 74 | Kaiserbäder Ahlb. · Heringsd. · Bansin      | 92  | Magdeburg Elbe-Börde-Heide   |
| <b>57</b>  | <b>Uckermark</b>                    | <b>38%</b>  | 75 | Weserbergland                               | 93  | Braunschweiger Land          |
| 58   | Spessart                            |   | 76 | Seenland Oder-Spree                         | 94  | Nahe                         |
| 59   | Hunsrück                            |   | 77 | Region Südharz Kyffhäuser                   | 95  | Erlebnisregion Edersee       |
| 60   | Nordrhein-Westfalen                 |   | 78 | Havelland                                   | 96  | Ruppiner Seenland            |
| 61   | Fränkisches Weinland                |   | 79 | Altmark                                     | 97  | Die Bergischen Drei          |
| 62   | Rheinhessen                         |   | 80 | Sächsisches Elbland                         | 98  | Vogelsberg                   |
| 63   | Rheingau                            |   | 81 | Metropolregion Hamburg                      | 99  | Siegerland-Wittgenstein      |
| 64   | Metropolregion München              |   | 82 | Saale-Unstrut                               | 100 | Fläming                      |
| 65   | Romantischer Rhein                  |   | 83 | Hessische Bergstraße                        | 101 | GrimmHeimat NordHessen       |
| 66   | Nürnberger Land                     |   | 84 | Saarland                                    | 102 | Naheland                     |
| 67   | Sachsen-Anhalt                      |   | 85 | Spessart-Mainland                           | 103 | neanderland / Kreis Mettmann |
| 68   | Frankenwald                         |   | 86 | Lahntal                                     |     |                              |
| 69   | Vogtland                            |   | 87 | Ahrtal                                      |     |                              |
| 70   | Mittelrhein                         |   | 88 | Lausitzer Seenland                          |     |                              |
| 71   | Nordseeland Dithmarschen            |   | 89 | Naturgarten Kaiserstuhl                     |     |                              |
| 72   | Alpenwelt Karwendel                 |   | 90 | Ammergauer Alpen                            |     |                              |

► **Anmerkung:** Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016

## 7.2.1 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: *Regionen allgemein*

|                              |                        | „Kulinarische Reise“ |                            | <i>Basis:<br/>Alle Befragte</i> |                                  |
|---|------------------------|----------------------|----------------------------|---------------------------------|----------------------------------|
| <i>Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)</i> |                        |                      |                            |                                 |                                  |
| Ranking der Kategorie 1: Regionen allgemein (Ø = 27%)   |                        |                      |                            |                                 |                                  |
| 1   | Bayern                 | 19                   | Hochschwarzwald            | 37                              | Saarland                         |
| 2   | Mosel                  | 20                   | Ostsee Schleswig-Holstein  | 38                              | Spreewald                        |
| 3   | Schwarzwald            | 21                   | Nordsee Schleswig-Holstein | 39                              | Mecklenburg-Vorpommern           |
| 4   | Bodensee               | 22                   | Chiemgau                   | 40                              | Rheinhessen                      |
| 5   | Nordsee                | 23                   | Nordrhein-Westfalen        | 41                              | Fränkisches Weinland             |
| 6   | Metropolregion München | 24                   | Thüringer Wald             | 42                              | Rheingau                         |
| 7   | Oberbayern             | 25                   | Baden                      | 43                              | Eifel                            |
| 8   | Allgäu                 | 26                   | Romantischer Rhein         | 44                              | Lüneburger Heide                 |
| 9   | Baden-Württemberg      | 27                   | Hessen                     | 45                              | Erzgebirge                       |
| 10  | Franken                | 28                   | Insel Rügen                | 46                              | Alpenregion Tegernsee-Schliersee |
| 11  | Metropolregion Hamburg | 29                   | Harz                       | 47                              | Niedersachsen                    |
| 12  | Chiemsee               | 30                   | Berchtesgadener Land       | 48                              | Sauerland                        |
| 13  | Sylt                   | 31                   | Thüringen                  | 49                              | Mecklenburgische Seenplatte      |
| 14  | Ostsee                 | 32                   | Schwäbische Alb            | 50                              | Pfälzerwald                      |
| 15  | Pfalz                  | 33                   | Schleswig-Holstein         | 51                              | Zugspitzregion                   |
| 16  | Württemberg            | 34                   | Nordsee Niedersachsen      | 52                              | Mittelrhein                      |
| 17  | Rheinland-Pfalz        | 35                   | Insel Usedom               | 53                              | Taunus                           |
| 18  | Bayerischer Wald       | 36                   | Sachsen                    | 54                              | Spessart                         |


► **Anmerkung:** Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016

## 7.2.1 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: *Regionen allgemein*

|   |                                     | <b>„Kulinarische Reise“</b> |                            | <i>Basis:<br/>Alle Befragte</i> |  |
|---|-------------------------------------|-----------------------------|----------------------------|---------------------------------|--|
| <i>Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)</i> |                                     |                             |                            |                                 |  |
| <b>Ranking der Kategorie 1: Regionen allgemein (Ø = 27%)</b>  |                                     |                             |                            |                                 |  |
| 55  | Ruhrgebiet                          | 73                          | Hessische Bergstraße       | 91                              | Kaiserbäder Ahlb. · Heringsd. · Bansin |
| 56  | Münsterland                         | 74                          | Vogtland                   | 92                              | Altmark                                |
| 57  | Niederrhein                         | 75                          | Sächsisches Elbland        | 93                              | Lausitzer Seenland                     |
| 58  | Bergisches Land                     | 76                          | Föhr                       | 94                              | Die Bergischen Drei                    |
| 59  | Nürnberger Land                     | 77                          | Naturpark Altmühltal       | 95                              | Braunschweiger Land                    |
| 60  | Odenwald                            | 78                          | Naturgarten Kaiserstuhl    | 96                              | GrimmHeimat NordHessen                 |
| 61  | Sächsische Schweiz-Elbsandsteingeb. | 79                          | Ammergauer Alpen           | 97                              | Vogelsberg                             |
| 62  | Rhön                                | 80                          | Havelland                  | 98                              | Erlebnisregion Edersee                 |
| 63  | Teutoburger Wald                    | 81                          | Weserbergland              | 99                              | Naheland                               |
| 64  | Spessart-Mainland                   | <b>82</b>                   | <b>Uckermark</b>           | <b>16%</b>                      | 100 Siegerland-Wittgenstein            |
| 65  | Fehmarn                             | 83                          | Saale-Unstrut              | 101                             | Ruppiner Seenland                      |
| 66  | Brandenburg                         | 84                          | Nahe                       | 102                             | Fläming                                |
| 67  | Frankenwald                         | 85                          | Alpenwelt Karwendel        | 103                             | neanderland / Kreis Mettmann           |
| 68  | Fichtelgebirge                      | 86                          | Nordseeland Dithmarschen   |                                 |  |
| 69  | Hunsrück                            | 87                          | Region Südharz Kyffhäuser  |                                 |  |
| 70  | Ahrtal                              | 88                          | Seenland Oder-Spree        |                                 |  |
| 71  | Westerwald                          | 89                          | Magdeburg Elbe-Börde-Heide |                                 |  |
| 72  | Sachsen-Anhalt                      | 90                          | Lahntal                    |                                 |  |

► **Anmerkung:** Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016

## 7.2.1 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: *Regionen allgemein*

|  „Kulinarische Reise“<br>Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle) |                        |  | Basis:<br>Themen-<br>Interessenten |                            |  |    |                                  |  |
|--|------------------------|--|------------------------------------|----------------------------|--|----|----------------------------------|--|
| Ranking der Kategorie 1: Regionen allgemein (Ø = 33%)  |                        |  |                                    |                            |  |    |                                  |  |
| 1  | Bayern                 |  | 19                                 | Württemberg                |  | 37 | Nordsee Niedersachsen            |  |
| 2  | Schwarzwald            |  | 20                                 | Chiemgau                   |  | 38 | Alpenregion Tegernsee-Schliersee |  |
| 3  | Bodensee               |  | 21                                 | Nordsee Schleswig-Holstein |  | 39 | Insel Usedom                     |  |
| 4  | Mosel                  |  | 22                                 | Ostsee Schleswig-Holstein  |  | 40 | Mecklenburg-Vorpommern           |  |
| 5  | Nordsee                |  | 23                                 | Baden                      |  | 41 | Spreewald                        |  |
| 6  | Metropolregion München |  | 24                                 | Romantischer Rhein         |  | 42 | Rheingau                         |  |
| 7  | Baden-Württemberg      |  | 25                                 | Insel Rügen                |  | 43 | Sachsen                          |  |
| 8  | Allgäu                 |  | 26                                 | Hessen                     |  | 44 | Niedersachsen                    |  |
| 9  | Oberbayern             |  | 27                                 | Thüringer Wald             |  | 45 | Fränkisches Weinland             |  |
| 10   | Franken                |  | 28                                 | Harz                       |  | 46 | Lüneburger Heide                 |  |
| 11   | Metropolregion Hamburg |  | 29                                 | Thüringen                  |  | 47 | Saarland                         |  |
| 12   | Chiemsee               |  | 30                                 | Berchtesgadener Land       |  | 48 | Zugspitzregion                   |  |
| 13   | Pfalz                  |  | 31                                 | Schwäbische Alb            |  | 49 | Sauerland                        |  |
| 14   | Ostsee                 |  | 32                                 | Schleswig-Holstein         |  | 50 | Taunus                           |  |
| 15   | Rheinland-Pfalz        |  | 33                                 | Nordrhein-Westfalen        |  | 51 | Pfälzerwald                      |  |
| 16   | Sylt                   |  | 34                                 | Eifel                      |  | 52 | Mecklenburgische Seenplatte      |  |
| 17   | Bayerischer Wald       |  | 35                                 | Rheinessen                 |  | 53 | Bergisches Land                  |  |
| 18   | Hochschwarzwald        |  | 36                                 | Erzgebirge                 |  | 54 | Mittelrhein                      |  |

► **Anmerkung:** Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016

## 7.2.1 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: *Regionen allgemein*

|  |                                     | <b>„Kulinarische Reise“</b><br><i>Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)</i> |                           | <i>Basis:<br/>Themen-<br/>Interessenten</i> |  |
|--|-------------------------------------|--|---------------------------|---|--|
| <b>Ranking der Kategorie 1: Regionen allgemein (Ø = 33%)</b> |                                     |  |                           |   |  |
| 55   | Spessart                            | 73   | Hunsrück                  | 91  | Magdeburg Elbe-Börde-Heide             |
| 56   | Ruhrgebiet                          | 74   | Naturpark Altmühltal      | 92  | Kaiserbäder Ahlb. · Heringsd. · Bansin |
| 57   | Münsterland                         | 75   | Sachsen-Anhalt            | 93  | Lausitzer Seenland                     |
| 58   | Sächsische Schweiz-Elbsandsteingeb. | 76   | Föhr                      | 94  | Die Bergischen Drei                    |
| 59   | Niederrhein                         | 77   | Vogtland                  | 95  | Braunschweiger Land                    |
| 60   | Nürnberger Land                     | 78   | Naturgarten Kaiserstuhl   | 96  | Siegerland-Wittgenstein                |
| 61   | Odenwald                            | 79   | Alpenwelt Karwendel       | 97  | Erlebnisregion Edersee                 |
| 62   | Teutoburger Wald                    | 80   | Ammergauer Alpen          | 98  | Vogelsberg                             |
| 63   | Fehmarn                             | 81   | Nahe                      | 99  | GrimmHeimat NordHessen                 |
| 64   | Rhön                                | 82   | Weserbergland             | 100   | Naheland                               |
| 65   | Spessart-Mainland                   | 83   | Havelland                 | 101   | Ruppiner Seenland                      |
| 66   | Brandenburg                         | <b>84</b>  | <b>Uckermark</b>          | <b>20%</b>                                  | 102 Fläming                            |
| 67   | Westerwald                          | 85   | Nordseeland Dithmarschen  | 103   | neanderland / Kreis Mettmann           |
| 68   | Fichtelgebirge                      | 86   | Saale-Unstrut             |   |  |
| 69   | Hessische Bergstraße                | 87   | Region Südharz Kyffhäuser |   |  |
| 70   | Frankenwald                         | 88   | Seenland Oder-Spree       |   |  |
| 71   | Sächsisches Elbland                 | 89   | Lahntal                   |   |  |
| 72   | Ahrtal                              | 90   | Altmark                   |   |  |


► **Anmerkung:** Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016

## 7.2.1 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: *Regionen allgemein*

| <b>„Kultururlaub / Kulturreise“</b> <span style="float: right;"><i>Basis: Alle Befragte</i></span>            |                        |  |
|---|------------------------|--|
| <i>Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)</i> |                        |  |
| <b>Ranking der Kategorie 1: Regionen allgemein (Ø = 25%)</b>  |                        |  |
| 1   | Bayern                 | 19 Nordsee                             |
| 2   | Metropolregion München | 20 Chiemsee                            |
| 3   | Metropolregion Hamburg | 21 Mecklenburg-Vorpommern              |
| 4   | Sachsen                | 22 Harz                                |
| 5   | Bodensee               | 23 Erzgebirge                          |
| 6   | Nordrhein-Westfalen    | 24 Romantischer Rhein                  |
| 7   | Baden-Württemberg      | 25 Ostsee Schleswig-Holstein           |
| 8   | Oberbayern             | 26 Pfalz                               |
| 9   | Mosel                  | 27 Bayerischer Wald                    |
| 10  | Thüringen              | 28 Sächsische Schweiz-Elbsandsteingeb. |
| 11  | Schwarzwald            | 29 Nordsee Schleswig-Holstein          |
| 12  | Württemberg            | 30 Baden                               |
| 13  | Ruhrgebiet             | 31 Brandenburg                         |
| 14  | Thüringer Wald         | 32 Schleswig-Holstein                  |
| 15  | Ostsee                 | 33 Allgäu                              |
| 16  | Hessen                 | 34 Niedersachsen                       |
| 17  | Rheinland-Pfalz        | 35 Insel Rügen                         |
| 18  | Franken                | 36 Sachsen-Anhalt                      |
|   |                        | 37 Spreewald                           |
|   |                        | 38 Nordsee Niedersachsen               |
|   |                        | 39 Münsterland                         |
|   |                        | 40 Mecklenburgische Seenplatte         |
|   |                        | 41 Eifel                               |
|   |                        | 42 Chiemgau                            |
|   |                        | 43 Saarland                            |
|   |                        | 44 Hochschwarzwald                     |
|   |                        | 45 Lüneburger Heide                    |
|   |                        | 46 Teutoburger Wald                    |
|   |                        | 47 Insel Usedom                        |
|   |                        | 48 Schwäbische Alb                     |
|   |                        | 49 Niederrhein                         |
|   |                        | 50 Taunus                              |
|   |                        | 51 Mittelrhein                         |
|   |                        | 52 Rheinhessen                         |
|   |                        | 53 Nürnberger Land                     |
|   |                        | 54 Berchtesgadener Land                |


► **Anmerkung:** Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016

## 7.2.1 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: *Regionen allgemein*

|  „Kultururlaub / Kulturreise“ |                                  |  | Basis:<br>Alle Befragte |                          |            |     |  |  |
|--|----------------------------------|--|-------------------------|--------------------------|------------|-----|--|--|
| Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)         |                                  |  |                         |                          |            |     |  |  |
| Ranking der Kategorie 1: Regionen allgemein (Ø = 25%)  |                                  |  |                         |                          |            |     |  |  |
| 55   | Zugspitzregion                   |  | 73                      | Weserbergland            |            | 91  | Lahntal                                |  |
| 56   | Rheingau                         |  | 74                      | Hunsrück                 |            | 92  | Nahe                                   |  |
| 57   | Sylt                             |  | 75                      | Hessische Bergstraße     |            | 93  | Braunschweiger Land                    |  |
| 58   | Sächsisches Elbland              |  | 76                      | Westerwald               |            | 94  | Kaiserbäder Ahlb. · Heringsd. · Bansin |  |
| 59   | Sauerland                        |  | 77                      | Saale-Unstrut            |            | 95  | GrimmHeimat NordHessen                 |  |
| 60   | Spessart                         |  | 78                      | Naturgarten Kaiserstuhl  |            | 96  | neanderland / Kreis Mettmann           |  |
| 61   | Fränkisches Weinland             |  | 79                      | Seenland Oder-Spree      |            | 97  | Alpenwelt Karwendel                    |  |
| 62   | Alpenregion Tegernsee-Schliersee |  | 80                      | Frankenwald              |            | 98  | Erlebnisregion Edersee                 |  |
| 63   | Bergisches Land                  |  | <b>81</b>               | <b>Uckermark</b>         | <b>15%</b> | 99  | Vogelsberg                             |  |
| 64   | Rhön                             |  | 82                      | Naturpark Altmühltal     |            | 100 | Siegerland-Wittgenstein                |  |
| 65   | Region Südharz Kyffhäuser        |  | 83                      | Fehmarn                  |            | 101 | Fläming                                |  |
| 66   | Pfälzerwald                      |  | 84                      | Ammergauer Alpen         |            | 102 | Ruppiner Seenland                      |  |
| 67   | Magdeburg Elbe-Börde-Heide       |  | 85                      | Föhr                     |            | 103 | Naheland                               |  |
| 68   | Odenwald                         |  | 86                      | Altmark                  |            |     |  |  |
| 69   | Spessart-Mainland                |  | 87                      | Ahrtal                   |            |     |  |  |
| 70   | Vogtland                         |  | 88                      | Die Bergischen Drei      |            |     |  |  |
| 71   | Havelland                        |  | 89                      | Nordseeland Dithmarschen |            |     |  |  |
| 72   | Fichtelgebirge                   |  | 90                      | Lausitzer Seenland       |            |     |  |  |

► **Anmerkung:** Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016

## 7.2.1 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: *Regionen allgemein*

|  |                        |  | <b>„Kultururlaub / Kulturreise“</b><br><i>Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)</i> |                                     |  | <i>Basis: Themen-Interessenten</i> |                             |  |
|---|------------------------|--|--|-------------------------------------|--|------------------------------------|-----------------------------|--|
| <b>Ranking der Kategorie 1: Regionen allgemein (Ø = 35%)</b>                      |                        |  |  |                                     |  |                                    |                             |  |
| 1   | Bayern                 |  | 19   | Mecklenburg-Vorpommern              |  | 37                                 | Eifel                       |  |
| 2   | Metropolregion Hamburg |  | 20   | Nordsee Schleswig-Holstein          |  | 38                                 | Spreewald                   |  |
| 3   | Metropolregion München |  | 21   | Chiemsee                            |  | 39                                 | Brandenburg                 |  |
| 4   | Bodensee               |  | 22   | Nordsee                             |  | 40                                 | Teutoburger Wald            |  |
| 5   | Sachsen                |  | 23   | Schwarzwald                         |  | 41                                 | Chiemgau                    |  |
| 6   | Oberbayern             |  | 24   | Harz                                |  | 42                                 | Sachsen-Anhalt              |  |
| 7   | Thüringen              |  | 25   | Niedersachsen                       |  | 43                                 | Schwäbische Alb             |  |
| 8   | Nordrhein-Westfalen    |  | 26   | Sächsische Schweiz-Elbsandsteingeb. |  | 44                                 | Lüneburger Heide            |  |
| 9   | Baden-Württemberg      |  | 27   | Pfalz                               |  | 45                                 | Nordsee Niedersachsen       |  |
| 10  | Thüringer Wald         |  | 28   | Erzgebirge                          |  | 46                                 | Saarland                    |  |
| 11  | Rheinland-Pfalz        |  | 29   | Schleswig-Holstein                  |  | 47                                 | Hochschwarzwald             |  |
| 12  | Mosel                  |  | 30   | Bayerischer Wald                    |  | 48                                 | Mecklenburgische Seenplatte |  |
| 13  | Württemberg            |  | 31   | Ostsee Schleswig-Holstein           |  | 49                                 | Mittelrhein                 |  |
| 14  | Hessen                 |  | 32   | Münsterland                         |  | 50                                 | Niederrhein                 |  |
| 15  | Ostsee                 |  | 33   | Baden                               |  | 51                                 | Rheinhessen                 |  |
| 16  | Franken                |  | 34   | Allgäu                              |  | 52                                 | Nürnberger Land             |  |
| 17  | Romantischer Rhein     |  | 35   | Insel Rügen                         |  | 53                                 | Insel Usedom                |  |
| 18  | Ruhrgebiet             |  | 36   | Taunus                              |  | 54                                 | Sächsisches Elbland         |  |

► **Anmerkung:** Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016




## 7.2.1 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: *Regionen allgemein*

|  |                                  | <b>„Kultururlaub / Kulturreise“</b><br><i>Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)</i> |                         | <i>Basis: Themen-Interessenten</i> |  |
|--|----------------------------------|--|-------------------------|------------------------------------|--|
| <b>Ranking der Kategorie 1: Regionen allgemein (Ø = 35%)</b> |                                  |  |                         |                                    |  |
| 55   | Fränkisches Weinland             | 73   | Hunsrück                | 91                                 | Föhr                                   |
| 56   | Zugspitzregion                   | 74   | Westerwald              | 92                                 | Nordseeland Dithmarschen               |
| 57   | Rheingau                         | 75   | Seenland Oder-Spree     | 93                                 | Ahrtal                                 |
| 58   | Berchtesgadener Land             | 76   | Naturgarten Kaiserstuhl | 94                                 | Alpenwelt Karwendel                    |
| 59   | Bergisches Land                  | 77   | Saale-Unstrut           | 95                                 | Kaiserbäder Ahlb. · Heringsd. · Bansin |
| 60   | Spessart                         | 78   | Weserbergland           | 96                                 | GrimmHeimat NordHessen                 |
| 61   | Sylt                             | 79   | Frankenwald             | 97                                 | neanderland / Kreis Mettmann           |
| 62   | Sauerland                        | 80   | Fichtelgebirge          | 98                                 | Erlebnisregion Edersee                 |
| 63   | Odenwald                         | 81   | Naturpark Altmühltal    | 99                                 | Siegerland-Wittgenstein                |
| 64   | Alpenregion Tegernsee-Schliersee | <b>82</b>  | <b>Uckermark</b>        | <b>22%</b>                         | 100 Ruppiner Seenland                  |
| 65   | Region Südharz Kyffhäuser        | 83   | Altmark                 | 101                                | Fläming                                |
| 66   | Rhön                             | 84   | Fehmarn                 | 102                                | Vogelsberg                             |
| 67   | Pfälzerwald                      | 85   | Die Bergischen Drei     | 103                                | Naheland                               |
| 68   | Havelland                        | 86   | Nahe                    |                                    |  |
| 69   | Spessart-Mainland                | 87   | Ammergauer Alpen        |                                    |  |
| 70   | Magdeburg Elbe-Börde-Heide       | 88   | Lahntal                 |                                    |  |
| 71   | Vogtland                         | 89   | Lausitzer Seenland      |                                    |  |
| 72   | Hessische Bergstraße             | 90   | Braunschweiger Land     |                                    |  |


► **Anmerkung:** Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016

## 7.2.1 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: *Regionen allgemein*

|  „Natururlaub“        |                             |  | Basis:<br>Alle Befragte |                            |  |    |                                     |  |
|--|-----------------------------|--|-------------------------|----------------------------|--|----|-------------------------------------|--|
| Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle) |                             |  |                         |                            |  |    |                                     |  |
| Ranking der Kategorie 1: Regionen allgemein (Ø = 41%)  |                             |  |                         |                            |  |    |                                     |  |
| 1  | Nordsee                     |  | 19                      | Nordsee Schleswig-Holstein |  | 37 | Alpenregion Tegernsee-Schliersee    |  |
| 2  | Bayern                      |  | 20                      | Sylt                       |  | 38 | Sächsische Schweiz-Elbsandsteingeb. |  |
| 3  | Schwarzwald                 |  | 21                      | Spreewald                  |  | 39 | Rheinland-Pfalz                     |  |
| 4  | Allgäu                      |  | 22                      | Mosel                      |  | 40 | Teutoburger Wald                    |  |
| 5  | Ostsee                      |  | 23                      | Schleswig-Holstein         |  | 41 | Pfalz                               |  |
| 6  | Bayerischer Wald            |  | 24                      | Zugspitzregion             |  | 42 | Bergisches Land                     |  |
| 7  | Oberbayern                  |  | 25                      | Hochschwarzwald            |  | 43 | Brandenburg                         |  |
| 8  | Insel Rügen                 |  | 26                      | Eifel                      |  | 44 | Taunus                              |  |
| 9  | Bodensee                    |  | 27                      | Berchtesgadener Land       |  | 45 | Rhön                                |  |
| 10   | Chiemsee                    |  | 28                      | Nordsee Niedersachsen      |  | 46 | Westerwald                          |  |
| 11   | Harz                        |  | 29                      | Baden-Württemberg          |  | 47 | Niedersachsen                       |  |
| 12   | Lüneburger Heide            |  | 30                      | Fichtelgebirge             |  | 48 | Odenwald                            |  |
| 13   | Insel Usedom                |  | 31                      | Chiemgau                   |  | 49 | Sachsen                             |  |
| 14   | Erzgebirge                  |  | 32                      | Schwäbische Alb            |  | 50 | Hunsrück                            |  |
| 15   | Mecklenburg-Vorpommern      |  | 33                      | Sauerland                  |  | 51 | Spessart                            |  |
| 16   | Mecklenburgische Seenplatte |  | 34                      | Thüringen                  |  | 52 | Württemberg                         |  |
| 17   | Ostsee Schleswig-Holstein   |  | 35                      | Fehmarn                    |  | 53 | Hessen                              |  |
| 18   | Thüringer Wald              |  | 36                      | Franken                    |  | 54 | Föhr                                |  |


► **Anmerkung:** Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016

## 7.2.1 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: *Regionen allgemein*

|                              |                      |            | „Natururlaub“ |  |  | <i>Basis:<br/>Alle Befragte</i> |                              |  |
|---|----------------------|------------|---------------|--|--|---------------------------------|------------------------------|--|
| <i>Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)</i> |                      |            |               |  |  |                                 |                              |  |
| Ranking der Kategorie 1: Regionen allgemein (Ø = 41%)   |                      |            |               |  |  |                                 |                              |  |
| 55  | Münsterland          |            | 73            | Nordseeland Dithmarschen               |  | 91                              | Erlebnisregion Edersee       |  |
| 56  | Pfälzerwald          |            | 74            | Region Südharz Kyffhäuser              |  | 92                              | Nahe                         |  |
| 57  | Baden                |            | 75            | Naturpark Altmühltal                   |  | 93                              | Vogelsberg                   |  |
| 58  | Romantischer Rhein   |            | 76            | Sächsisches Elbland                    |  | 94                              | Ruhrgebiet                   |  |
| 59  | Saarland             |            | 77            | Nürnberger Land                        |  | 95                              | Metropolregion Hamburg       |  |
| 60  | Vogtland             |            | 78            | Seenland Oder-Spree                    |  | 96                              | Die Bergischen Drei          |  |
| 61  | Rheinhessen          |            | 79            | Alpenwelt Karwendel                    |  | 97                              | Siegerland-Wittgenstein      |  |
| 62  | Rheingau             |            | 80            | Ammergauer Alpen                       |  | 98                              | Ruppiner Seenland            |  |
| <b>63</b>   | <b>Uckermark</b>     | <b>34%</b> | 81            | Hessische Bergstraße                   |  | 99                              | GrimmHeimat NordHessen       |  |
| 64  | Sachsen-Anhalt       |            | 82            | Metropolregion München                 |  | 100                             | Braunschweiger Land          |  |
| 65  | Havelland            |            | 83            | Magdeburg Elbe-Börde-Heide             |  | 101                             | Fläming                      |  |
| 66  | Frankenwald          |            | 84            | Ahrtal                                 |  | 102                             | Naheland                     |  |
| 67  | Nordrhein-Westfalen  |            | 85            | Saale-Unstrut                          |  | 103                             | neanderland / Kreis Mettmann |  |
| 68  | Fränkisches Weinland |            | 86            | Naturgarten Kaiserstuhl                |  |                                 |                              |  |
| 69  | Niederrhein          |            | 87            | Lahntal                                |  |                                 |                              |  |
| 70  | Mittelrhein          |            | 88            | Altmark                                |  |                                 |                              |  |
| 71  | Weserbergland        |            | 89            | Kaiserbäder Ahlb. · Heringsd. · Bansin |  |                                 |                              |  |
| 72  | Spessart-Mainland    |            | 90            | Lausitzer Seenland                     |  |                                 |                              |  |

► **Anmerkung:** Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016

## 7.2.1 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: *Regionen allgemein*

|  |                             |  | „Natururlaub“<br><i>Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)</i> |                       |  | <i>Basis:<br/>Themen-<br/>Interessenten</i> |                                     |  |
|---|-----------------------------|--|--|-----------------------|--|---|-------------------------------------|--|
| Ranking der Kategorie 1: Regionen allgemein (Ø = 47%)                             |                             |  |  |                       |  |   |                                     |  |
| 1   | Nordsee                     |  | 19   | Thüringer Wald        |  | 37  | Sächsische Schweiz-Elbsandsteingeb. |  |
| 2   | Bayern                      |  | 20   | Spreewald             |  | 38  | Alpenregion Tegernsee-Schliersee    |  |
| 3   | Allgäu                      |  | 21   | Schleswig-Holstein    |  | 39  | Teutoburger Wald                    |  |
| 4   | Schwarzwald                 |  | 22   | Sylt                  |  | 40  | Rheinland-Pfalz                     |  |
| 5   | Ostsee                      |  | 23   | Mosel                 |  | 41  | Pfalz                               |  |
| 6   | Bayerischer Wald            |  | 24   | Zugspitzregion        |  | 42  | Bergisches Land                     |  |
| 7   | Bodensee                    |  | 25   | Berchtesgadener Land  |  | 43  | Brandenburg                         |  |
| 8   | Harz                        |  | 26   | Hochschwarzwald       |  | 44  | Sachsen                             |  |
| 9   | Insel Rügen                 |  | 27   | Eifel                 |  | 45  | Westerwald                          |  |
| 10  | Oberbayern                  |  | 28   | Chiemgau              |  | 46  | Niedersachsen                       |  |
| 11  | Lüneburger Heide            |  | 29   | Fehmarn               |  | 47  | Rhön                                |  |
| 12  | Chiemsee                    |  | 30   | Thüringen             |  | 48  | Taunus                              |  |
| 13  | Insel Usedom                |  | 31   | Fichtelgebirge        |  | 49  | Odenwald                            |  |
| 14  | Mecklenburgische Seenplatte |  | 32   | Nordsee Niedersachsen |  | 50  | Hessen                              |  |
| 15  | Mecklenburg-Vorpommern      |  | 33   | Baden-Württemberg     |  | 51  | Hunsrück                            |  |
| 16  | Erzgebirge                  |  | 34   | Schwäbische Alb       |  | 52  | Württemberg                         |  |
| 17  | Nordsee Schleswig-Holstein  |  | 35   | Sauerland             |  | 53  | Spessart                            |  |
| 18  | Ostsee Schleswig-Holstein   |  | 36   | Franken               |  | 54  | Föhr                                |  |


► **Anmerkung:** Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016

## 7.2.1 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: *Regionen allgemein*

|   |                      |            | „Natururlaub“<br><i>Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)</i> |  |  | <i>Basis:<br/>Themen-<br/>Interessenten</i> |                              |  |
|---|----------------------|------------|--|--|--|---|------------------------------|--|
| Ranking der Kategorie 1: Regionen allgemein (Ø = 47%) |                      |            |  |  |  |   |                              |  |
| 55  | Münsterland          |            | 73   | Nordrhein-Westfalen                    |  | 91  | Nahe                         |  |
| 56  | Pfälzerwald          |            | 74   | Nordseeland Dithmarschen               |  | 92  | Erlebnisregion Edersee       |  |
| 57  | Romantischer Rhein   |            | 75   | Region Südharz Kyffhäuser              |  | 93  | Vogelsberg                   |  |
| 58  | Baden                |            | 76   | Nürnberger Land                        |  | 94  | Metropolregion Hamburg       |  |
| 59  | Saarland             |            | 77   | Naturpark Altmühltal                   |  | 95  | Ruhrgebiet                   |  |
| 60  | Rheingau             |            | 78   | Alpenwelt Karwendel                    |  | 96  | Die Bergischen Drei          |  |
| 61  | Rheinhessen          |            | 79   | Seenland Oder-Spree                    |  | 97  | Siegerland-Wittgenstein      |  |
| 62  | Vogtland             |            | 80   | Ammergauer Alpen                       |  | 98  | Fläming                      |  |
| <b>63</b>   | <b>Uckermark</b>     | <b>40%</b> | 81   | Saale-Unstrut                          |  | 99  | Ruppiner Seenland            |  |
| 64  | Frankenwald          |            | 82   | Hessische Bergstraße                   |  | 100   | GrimmHeimat NordHessen       |  |
| 65  | Fränkisches Weinland |            | 83   | Magdeburg Elbe-Börde-Heide             |  | 101   | Braunschweiger Land          |  |
| 66  | Havelland            |            | 84   | Lahntal                                |  | 102   | neanderland / Kreis Mettmann |  |
| 67  | Sachsen-Anhalt       |            | 85   | Naturgarten Kaiserstuhl                |  | 103   | Naheland                     |  |
| 68  | Mittelrhein          |            | 86   | Ahrtal                                 |  |   |                              |  |
| 69  | Sächsisches Elbland  |            | 87   | Kaiserbäder Ahlb. · Heringsd. · Bansin |  |   |                              |  |
| 70  | Spessart-Mainland    |            | 88   | Altmark                                |  |   |                              |  |
| 71  | Weserbergland        |            | 89   | Metropolregion München                 |  |   |                              |  |
| 72  | Niederrhein          |            | 90   | Lausitzer Seenland                     |  |   |                              |  |

► **Anmerkung:** Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016

## 7.2.1 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: *Regionen allgemein*

|                       |                             |  | „Wellnessurlaub / Wellnessreise“ |                                  |  | Basis:<br>Alle Befragte |                        |  |
|--|-----------------------------|--|----------------------------------|----------------------------------|--|-------------------------|------------------------|--|
| Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle) |                             |  |                                  |                                  |  |                         |                        |  |
| Ranking der Kategorie 1: Regionen allgemein (Ø = 30%)  |                             |  |                                  |                                  |  |                         |                        |  |
| 1  | Nordsee                     |  | 19                               | Schleswig-Holstein               |  | 37                      | Württemberg            |  |
| 2  | Ostsee                      |  | 20                               | Baden-Württemberg                |  | 38                      | Niedersachsen          |  |
| 3  | Sylt                        |  | 21                               | Lüneburger Heide                 |  | 39                      | Nordrhein-Westfalen    |  |
| 4  | Bayern                      |  | 22                               | Harz                             |  | 40                      | Eifel                  |  |
| 5  | Insel Rügen                 |  | 23                               | Fehmarn                          |  | 41                      | Metropolregion München |  |
| 6  | Insel Usedom                |  | 24                               | Chiemgau                         |  | 42                      | Erzgebirge             |  |
| 7  | Allgäu                      |  | 25                               | Alpenregion Tegernsee-Schliersee |  | 43                      | Pfalz                  |  |
| 8  | Schwarzwald                 |  | 26                               | Berchtesgadener Land             |  | 44                      | Baden                  |  |
| 9  | Chiemsee                    |  | 27                               | Thüringer Wald                   |  | 45                      | Schwäbische Alb        |  |
| 10   | Bayerischer Wald            |  | 28                               | Föhr                             |  | 46                      | Fichtelgebirge         |  |
| 11   | Bodensee                    |  | 29                               | Hessen                           |  | 47                      | Rhön                   |  |
| 12   | Nordsee Schleswig-Holstein  |  | 30                               | Rheinland-Pfalz                  |  | 48                      | Taunus                 |  |
| 13   | Ostsee Schleswig-Holstein   |  | 31                               | Sauerland                        |  | 49                      | Brandenburg            |  |
| 14   | Oberbayern                  |  | 32                               | Mosel                            |  | 50                      | Teutoburger Wald       |  |
| 15   | Nordsee Niedersachsen       |  | 33                               | Thüringen                        |  | 51                      | Sachsen                |  |
| 16   | Hochschwarzwald             |  | 34                               | Franken                          |  | 52                      | Bergisches Land        |  |
| 17   | Mecklenburg-Vorpommern      |  | 35                               | Zugspitzregion                   |  | 53                      | Westerwald             |  |
| 18   | Mecklenburgische Seenplatte |  | 36                               | Spreewald                        |  | 54                      | Metropolregion Hamburg |  |

► **Anmerkung:** Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016

## 7.2.1 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: *Regionen allgemein*

|   |  | <b>„Wellnessurlaub / Wellnessreise“</b> |                            | <i>Basis:<br/>Alle Befragte</i> |                              |
|---|--|---|----------------------------|---------------------------------|------------------------------|
| <i>Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)</i> |  |   |                            |                                 |                              |
| <b>Ranking der Kategorie 1: Regionen allgemein (Ø = 30%)</b>  |  |   |                            |                                 |                              |
| 55  | Sächsische Schweiz-Elbsandsteingeb.    | 73                                      | Nürnberger Land            | 91                              | Lausitzer Seenland           |
| 56  | Odenwald                               | <b>74</b>                               | <b>Uckermark</b>           | <b>21%</b>                      | 92 Saale-Unstrut             |
| 57  | Münsterland                            | 75                                      | Mittelrhein                | 93                              | Erlebnisregion Edersee       |
| 58  | Hunsrück                               | 76                                      | Region Südharz Kyffhäuser  | 94                              | Vogelsberg                   |
| 59  | Spessart                               | 77                                      | Weserbergland              | 95                              | Nahe                         |
| 60  | Romantischer Rhein                     | 78                                      | Seenland Oder-Spree        | 96                              | Die Bergischen Drei          |
| 61  | Pfälzerwald                            | 79                                      | Sächsisches Elbland        | 97                              | Braunschweiger Land          |
| 62  | Rheingau                               | 80                                      | Spessart-Mainland          | 98                              | Ruppiner Seenland            |
| 63  | Rheinhessen                            | 81                                      | Ruhrgebiet                 | 99                              | Siegerland-Wittgenstein      |
| 64  | Saarland                               | 82                                      | Naturpark Altmühltal       | 100                             | Fläming                      |
| 65  | Havelland                              | 83                                      | Ammergauer Alpen           | 101                             | GrimmHeimat NordHessen       |
| 66  | Vogtland                               | 84                                      | Magdeburg Elbe-Börde-Heide | 102                             | Naheland                     |
| 67  | Sachsen-Anhalt                         | 85                                      | Alpenwelt Karwendel        | 103                             | neanderland / Kreis Mettmann |
| 68  | Niederrhein                            | 86                                      | Hessische Bergstraße       |                                 |                              |
| 69  | Kaiserbäder Ahlb. · Heringsd. · Bansin | 87                                      | Naturgarten Kaiserstuhl    |                                 |                              |
| 70  | Nordseeland Dithmarschen               | 88                                      | Lahntal                    |                                 |                              |
| 71  | Frankenwald                            | 89                                      | Ahrtal                     |                                 |                              |
| 72  | Fränkisches Weinland                   | 90                                      | Altmark                    |                                 |                              |

► **Anmerkung:** Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016


## 7.2.1 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: *Regionen allgemein*

|  |                            |  | „Wellnessurlaub / Wellnessreise“<br><i>Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)</i> |                             |  | <i>Basis: Themen-Interessenten</i> |                        |  |
|---|----------------------------|--|---|-----------------------------|--|------------------------------------|------------------------|--|
| Ranking der Kategorie 1: Regionen allgemein (Ø = 38%)                             |                            |  |   |                             |  |                                    |                        |  |
| 1   | Nordsee                    |  | 19  | Fehmarn                     |  | 37                                 | Spreewald              |  |
| 2   | Bayern                     |  | 20  | Baden-Württemberg           |  | 38                                 | Föhr                   |  |
| 3   | Sylt                       |  | 21  | Mecklenburgische Seenplatte |  | 39                                 | Thüringen              |  |
| 4   | Ostsee                     |  | 22  | Lüneburger Heide            |  | 40                                 | Fichtelgebirge         |  |
| 5   | Bodensee                   |  | 23  | Chiemgau                    |  | 41                                 | Metropolregion München |  |
| 6   | Insel Rügen                |  | 24  | Schleswig-Holstein          |  | 42                                 | Brandenburg            |  |
| 7   | Insel Usedom               |  | 25  | Berchtesgadener Land        |  | 43                                 | Nordrhein-Westfalen    |  |
| 8   | Chiemsee                   |  | 26  | Thüringer Wald              |  | 44                                 | Teutoburger Wald       |  |
| 9   | Bayerischer Wald           |  | 27  | DB10: Tegernsee-Schliersee  |  | 45                                 | Pfalz                  |  |
| 10  | Allgäu                     |  | 28  | Mosel                       |  | 46                                 | Sachsen                |  |
| 11  | Schwarzwald                |  | 29  | Eifel                       |  | 47                                 | Bergisches Land        |  |
| 12  | Nordsee Schleswig-Holstein |  | 30  | Hessen                      |  | 48                                 | Schwäbische Alb        |  |
| 13  | Ostsee Schleswig-Holstein  |  | 31  | Franken                     |  | 49                                 | Baden                  |  |
| 14  | Oberbayern                 |  | 32  | Sauerland                   |  | 50                                 | Württemberg            |  |
| 15  | Mecklenburg-Vorpommern     |  | 33  | Rheinland-Pfalz             |  | 51                                 | Münsterland            |  |
| 16  | Harz                       |  | 34  | Erzgebirge                  |  | 52                                 | Taunus                 |  |
| 17  | Nordsee Niedersachsen      |  | 35  | Zugspitzregion              |  | 53                                 | Rhön                   |  |
| 18  | Hochschwarzwald            |  | 36  | Niedersachsen               |  | 54                                 | Westerwald             |  |

► **Anmerkung:** Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016



## 7.2.1 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: *Regionen allgemein*

|  |                                     |            | „Wellnessurlaub / Wellnessreise“<br><i>Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)</i> |  |  | Basis:<br>Themen-<br>Interessenten |                              |  |
|---|-------------------------------------|------------|---|--|--|------------------------------------|------------------------------|--|
| Ranking der Kategorie 1: Regionen allgemein (Ø = 38%)                             |                                     |            |   |  |  |                                    |                              |  |
| 55  | Metropolregion Hamburg              |            | 73  | Kaiserbäder Ahlb. · Heringsd. · Bansin |  | 91                                 | Lahntal                      |  |
| 56  | Sächsische Schweiz-Elbsandsteingeb. |            | 74  | Havelland                              |  | 92                                 | Naturgarten Kaiserstuhl      |  |
| 57  | Saarland                            |            | 75  | Region Südharz Kyffhäuser              |  | 93                                 | Erlebnisregion Edersee       |  |
| 58  | Odenwald                            |            | 76  | Weserbergland                          |  | 94                                 | Nahe                         |  |
| 59  | Rheingau                            |            | 77  | Ruhrgebiet                             |  | 95                                 | Braunschweiger Land          |  |
| 60  | Romantischer Rhein                  |            | 78  | Seenland Oder-Spree                    |  | 96                                 | Die Bergischen Drei          |  |
| 61  | Spessart                            |            | 79  | Sächsisches Elbland                    |  | 97                                 | Vogelsberg                   |  |
| 62  | Hunsrück                            |            | 80  | Vogtland                               |  | 98                                 | Ruppiner Seenland            |  |
| 63  | Fränkisches Weinland                |            | 81  | Spessart-Mainland                      |  | 99                                 | Siegerland-Wittgenstein      |  |
| 64  | Pfälzerwald                         |            | 82  | Naturpark Altmühltal                   |  | 100                                | Fläming                      |  |
| 65  | Rheinessen                          |            | 83  | Alpenwelt Karwendel                    |  | 101                                | GrimmHeimat NordHessen       |  |
| 66  | Nordseeland Dithmarschen            |            | 84  | Ammergauer Alpen                       |  | 102                                | Naheland                     |  |
| 67  | <b>Uckermark</b>                    | <b>28%</b> | 85  | Altmark                                |  | 103                                | neanderland / Kreis Mettmann |  |
| 68  | Mittelrhein                         |            | 86  | Hessische Bergstraße                   |  |                                    |                              |  |
| 69  | Frankenwald                         |            | 87  | Saale-Unstrut                          |  |                                    |                              |  |
| 70  | Sachsen-Anhalt                      |            | 88  | Lausitzer Seenland                     |  |                                    |                              |  |
| 71  | Niederrhein                         |            | 89  | Magdeburg Elbe-Börde-Heide             |  |                                    |                              |  |
| 72  | Nürnberger Land                     |            | 90  | Ahrtal                                 |  |                                    |                              |  |


► **Anmerkung:** Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016

## 7.2.1 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: *Regionen allgemein*

|  „Landurlaub / Urlaub auf dem Bauern- bzw. Winzerhof“ |                             |  | Basis:<br>Alle Befragte |                                  |  |    |                     |  |
|--|-----------------------------|--|-------------------------|----------------------------------|--|----|---------------------|--|
| Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)                                 |                             |  |                         |                                  |  |    |                     |  |
| Ranking der Kategorie 1: Regionen allgemein (Ø = 33%)  |                             |  |                         |                                  |  |    |                     |  |
| 1  | Bayern                      |  | 19                      | Franken                          |  | 37 | Erzgebirge          |  |
| 2  | Allgäu                      |  | 20                      | Ostsee Schleswig-Holstein        |  | 38 | Bergisches Land     |  |
| 3  | Schwarzwald                 |  | 21                      | Harz                             |  | 39 | Hessen              |  |
| 4  | Oberbayern                  |  | 22                      | Sauerland                        |  | 40 | Insel Rügen         |  |
| 5  | Bayerischer Wald            |  | 23                      | Nordsee Schleswig-Holstein       |  | 41 | Westerwald          |  |
| 6  | Lüneburger Heide            |  | 24                      | Pfalz                            |  | 42 | Teutoburger Wald    |  |
| 7  | Nordsee                     |  | 25                      | Ostsee                           |  | 43 | Odenwald            |  |
| 8  | Mecklenburg-Vorpommern      |  | 26                      | Chiemgau                         |  | 44 | Zugspitzregion      |  |
| 9  | Schleswig-Holstein          |  | 27                      | Bodensee                         |  | 45 | Rhön                |  |
| 10   | Mosel                       |  | 28                      | Thüringen                        |  | 46 | Brandenburg         |  |
| 11   | Chiemsee                    |  | 29                      | Eifel                            |  | 47 | Spessart            |  |
| 12   | Baden-Württemberg           |  | 30                      | Insel Usedom                     |  | 48 | Taunus              |  |
| 13   | Thüringer Wald              |  | 31                      | Niedersachsen                    |  | 49 | Hunsrück            |  |
| 14   | Hochschwarzwald             |  | 32                      | Württemberg                      |  | 50 | Münsterland         |  |
| 15   | Rheinland-Pfalz             |  | 33                      | Nordsee Niedersachsen            |  | 51 | Baden               |  |
| 16   | Berchtesgadener Land        |  | 34                      | Alpenregion Tegernsee-Schliersee |  | 52 | Nordrhein-Westfalen |  |
| 17   | Mecklenburgische Seenplatte |  | 35                      | Fichtelgebirge                   |  | 53 | Sachsen             |  |
| 18   | Schwäbische Alb             |  | 36                      | Spreevald                        |  | 54 | Pfälzerwald         |  |

► **Anmerkung:** Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016

## 7.2.1 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: *Regionen allgemein*

|  „Landurlaub / Urlaub auf dem Bauern- bzw. Winzerhof“ |                                     |            | Basis:<br>Alle Befragte |                            |  |     |  |  |
|--|-------------------------------------|------------|-------------------------|----------------------------|--|-----|--|--|
| Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)                                 |                                     |            |                         |                            |  |     |  |  |
| Ranking der Kategorie 1: Regionen allgemein (Ø = 33%)  |                                     |            |                         |                            |  |     |  |  |
| 55   | Saarland                            |            | 73                      | Naturpark Altmühltal       |  | 91  | Vogelsberg                             |  |
| 56   | Rheingau                            |            | 74                      | Sylt                       |  | 92  | Erlebnisregion Edersee                 |  |
| 57   | Fehmarn                             |            | 75                      | Föhr                       |  | 93  | Braunschweiger Land                    |  |
| 58   | Rhein Hessen                        |            | 76                      | Metropolregion München     |  | 94  | Ruhrgebiet                             |  |
| 59   | Fränkisches Weinland                |            | 77                      | Ammergauer Alpen           |  | 95  | Siegerland-Wittgenstein                |  |
| 60   | Romantischer Rhein                  |            | 78                      | Hessische Bergstraße       |  | 96  | Die Bergischen Drei                    |  |
| 61   | Sächsische Schweiz-Elbsandsteingeb. |            | 79                      | Alpenwelt Karwendel        |  | 97  | Fläming                                |  |
| 62   | <b>Uckermark</b>                    | <b>28%</b> | 80                      | Ahrtal                     |  | 98  | Metropolregion Hamburg                 |  |
| 63   | Niederrhein                         |            | 81                      | Region Südharz Kyffhäuser  |  | 99  | GrimmHeimat NordHessen                 |  |
| 64   | Vogtland                            |            | 82                      | Seenland Oder-Spree        |  | 100 | Kaiserbäder Ahlb. · Heringsd. · Bansin |  |
| 65   | Frankenwald                         |            | 83                      | Magdeburg Elbe-Börde-Heide |  | 101 | Ruppiner Seenland                      |  |
| 66   | Sachsen-Anhalt                      |            | 84                      | Naturgarten Kaiserstuhl    |  | 102 | Naheland                               |  |
| 67   | Mittelrhein                         |            | 85                      | Saale-Unstrut              |  | 103 | neanderland / Kreis Mettmann           |  |
| 68   | Spessart-Mainland                   |            | 86                      | Sächsisches Elbland        |  |     |  |  |
| 69   | Nürnberger Land                     |            | 87                      | Altmark                    |  |     |  |  |
| 70   | Nordseeland Dithmarschen            |            | 88                      | Lahntal                    |  |     |  |  |
| 71   | Weserbergland                       |            | 89                      | Nahe                       |  |     |  |  |
| 72   | Havelland                           |            | 90                      | Lausitzer Seenland         |  |     |  |  |


► **Anmerkung:** Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016

## 7.2.1 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: *Regionen allgemein*

|  „Landurlaub / Urlaub auf dem Bauern- bzw. Winzerhof“<br>Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)<br>Ranking der Kategorie 1: Regionen allgemein (Ø = 42%) |                        |    | Basis:<br>Themen-<br>Interessenten |    |                                     |
|---|------------------------|----|------------------------------------|----|-------------------------------------|
| 1   | Allgäu                 | 19 | Schleswig-Holstein                 | 37 | Teutoburger Wald                    |
| 2   | Schwarzwald            | 20 | Nordsee Schleswig-Holstein         | 38 | Alpenregion Tegernsee-Schliersee    |
| 3   | Bayern                 | 21 | Thüringen                          | 39 | Sachsen                             |
| 4   | Nordsee                | 22 | Chiemgau                           | 40 | Brandenburg                         |
| 5   | Bayerischer Wald       | 23 | Berchtesgadener Land               | 41 | Hessen                              |
| 6   | Oberbayern             | 24 | Bodensee                           | 42 | Württemberg                         |
| 7   | Lüneburger Heide       | 25 | Insel Usedom                       | 43 | Zugspitzregion                      |
| 8   | Chiemsee               | 26 | Mecklenburgische Seenplatte        | 44 | Odenwald                            |
| 9   | Thüringer Wald         | 27 | Fichtelgebirge                     | 45 | Fehmarn                             |
| 10  | Baden-Württemberg      | 28 | Erzgebirge                         | 46 | Nordsee Niedersachsen               |
| 11  | Harz                   | 29 | Schwäbische Alb                    | 47 | Münsterland                         |
| 12  | Mecklenburg-Vorpommern | 30 | Ostsee Schleswig-Holstein          | 48 | Rhön                                |
| 13  | Rheinland-Pfalz        | 31 | Sauerland                          | 49 | Romantischer Rhein                  |
| 14  | Hochschwarzwald        | 32 | Insel Rügen                        | 50 | Westerwald                          |
| 15  | Mosel                  | 33 | Franken                            | 51 | Taunus                              |
| 16  | Eifel                  | 34 | Bergisches Land                    | 52 | Pfälzerwald                         |
| 17  | Ostsee                 | 35 | Niedersachsen                      | 53 | Sächsische Schweiz-Elbsandsteingeb. |
| 18  | Pfalz                  | 36 | Spreevald                          | 54 | Spessart                            |

► **Anmerkung:** Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016

## 7.2.1 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: *Regionen allgemein*

|  „Landurlaub / Urlaub auf dem Bauern- bzw. Winzerhof“<br>Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle) |                          |            | Basis:<br>Themen-<br>Interessenten |                            |     |  |
|--|--------------------------|------------|------------------------------------|----------------------------|-----|--|
| Ranking der Kategorie 1: Regionen allgemein (Ø = 42%)  |                          |            |                                    |                            |     |  |
| 55   | Nordrhein-Westfalen      |            | 73                                 | Niederrhein                | 91  | Ahrtal                                 |
| 56   | Fränkisches Weinland     |            | 74                                 | Alpenwelt Karwendel        | 92  | Nahe                                   |
| 57   | Baden                    |            | 75                                 | Seenland Oder-Spree        | 93  | Erlebnisregion Edersee                 |
| 58   | Hunsrück                 |            | 76                                 | Sylt                       | 94  | Metropolregion Hamburg                 |
| 59   | Rheingau                 |            | 77                                 | Naturpark Altmühltal       | 95  | Siegerland-Wittgenstein                |
| 60   | Frankenwald              |            | 78                                 | Altmark                    | 96  | Fläming                                |
| 61   | Nürnberger Land          |            | 79                                 | Ammergauer Alpen           | 97  | Vogelsberg                             |
| 62   | Saarland                 |            | 80                                 | Sächsisches Elbland        | 98  | Die Bergischen Drei                    |
| 63   | Weserbergland            |            | 81                                 | Hessische Bergstraße       | 99  | Ruppiner Seenland                      |
| 64   | Vogtland                 |            | 82                                 | Föhr                       | 100 | Kaiserbäder Ahlb. · Heringsd. · Bansin |
| 65   | Spessart-Mainland        |            | 83                                 | Region Südharz Kyffhäuser  | 101 | Naheland                               |
| 66   | <b>Uckermark</b>         | <b>36%</b> | 84                                 | Saale-Unstrut              | 102 | GrimmHeimat NordHessen                 |
| 67   | Rheinhessen              |            | 85                                 | Naturgarten Kaiserstuhl    | 103 | neanderland / Kreis Mettmann           |
| 68   | Mittelrhein              |            | 86                                 | Magdeburg Elbe-Börde-Heide |     |  |
| 69   | Nordseeland Dithmarschen |            | 87                                 | Lahntal                    |     |  |
| 70   | Havelland                |            | 88                                 | Ruhrgebiet                 |     |  |
| 71   | Metropolregion München   |            | 89                                 | Braunschweiger Land        |     |  |
| 72   | Sachsen-Anhalt           |            | 90                                 | Lausitzer Seenland         |     |  |

► **Anmerkung:** Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016

## Gliederung

|       |  |     |
|-------|--|-----|
| 1     | MANAGEMENT SUMMARY INKL. ANALYSE-QUADRANT                            | 5   |
| 2     | GRAFISCHER ERGEBNISÜBERBLICK – DESTINATION BRAND 16 IM ZEITVERGLEICH | 13  |
| 3     | ÜBERBLICK ÜBER STUDIENREIHE DESTINATION BRAND                        | 51  |
| 4     | DESIGN DER STUDIE DESTINATION BRAND 16                               | 56  |
| 5     | NACHFRAGE: ALLGEMEINES INTERESSENTENPOTENZIAL JE THEMA IM DETAIL     | 63  |
| 6     | ANGEBOT: BEURTEILUNG DER GESTÜTZTEN THEMENEIGNUNG IM DETAIL          | 75  |
| 7     | KONKURRENZ: VERGLEICH MIT WETTBEWERBERN JE THEMA                     | 118 |
| 7.1   | Top 10 Destinationen zur ungestützten Themeneignung (Top of Mind)    | 119 |
| 7.2   | Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung                       | 141 |
| 7.2.1 | Kategorie 1: Regionen allgemein                                      | 142 |
| 7.2.2 | Kategorie 2: Alle untersuchten Destinationen                         | 167 |
| 8     | BETEILIGTE INSTITUTE UND ANSPRECHPARTNER                             | 207 |
| 9     | ANHANG   | 217 |
|       | IMPRESSUM  | 241 |

## 7.2.2 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: *Alle untersuchten Destinationen*

|   |                             |  | <b>„Gesundheitsurlaub / Gesundheitsreise (selbstzahlend, nicht Kur)“</b><br><i>Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)</i> |                                  |  | <i>Basis:</i><br><b>Alle Befragte</b> |  |  |
|---|-----------------------------|--|---|----------------------------------|--|---------------------------------------|--|--|
| <b>Ranking der Kategorie 2: Alle untersuchten Destinationen (Ø = 26%)</b> |                             |  |   |                                  |  |                                       |  |  |
| 1   | Nordsee                     |  | 30  | Konstanz am Bodensee             |  | 59                                    | Schwäbische Alb                        |  |
| 2   | Ostsee                      |  | 31  | Chiemgau                         |  | 60                                    | Franken                                |  |
| 3   | Sylt                        |  | 32  | Langeoog                         |  | 61                                    | Lüneburg                               |  |
| 4   | Insel Usedom                |  | 33  | Garmisch-Partenkirchen           |  | 62                                    | Freiburg im Breisgau                   |  |
| 5   | Insel Rügen                 |  | 34  | Baden-Baden                      |  | 63                                    | Rhön                                   |  |
| 6   | Bayern                      |  | 35  | Baden-Württemberg                |  | 64                                    | Brandenburg                            |  |
| 7   | Schwarzwald                 |  | 36  | Nordseeinsel Juist               |  | 65                                    | Odenwald                               |  |
| 8   | Allgäu                      |  | 37  | Büsum                            |  | 66                                    | Spessart                               |  |
| 9   | Bayerischer Wald            |  | 38  | Föhr                             |  | 67                                    | Taunus                                 |  |
| 10  | Ostsee Schleswig-Holstein   |  | 39  | Alpenregion Tegernsee-Schliersee |  | 68                                    | Teutoburger Wald                       |  |
| 11  | Nordsee Schleswig-Holstein  |  | 40  | Oberstdorf                       |  | 69                                    | Füssen                                 |  |
| 12  | Timmendorfer Strand         |  | 41  | Erzgebirge                       |  | 70                                    | Kiel                                   |  |
| 13  | Oberbayern                  |  | 42  | Füssen im Allgäu                 |  | 71                                    | Westerwald                             |  |
| 14  | Chiemsee                    |  | 43  | Stralsund                        |  | 72                                    | Bergisches Land                        |  |
| 15  | Bodensee                    |  | 44  | Sauerland                        |  | 73                                    | Sächsische Schweiz-Elbsandsteingebirge |  |
| 16  | Nordsee Niedersachsen       |  | 45  | Thüringen                        |  | 74                                    | Sachsen                                |  |
| 17  | St. Peter-Ording            |  | 46  | Rostock-Warnemünde               |  | 75                                    | Nordrhein-Westfalen                    |  |
| 18  | Norderney                   |  | 47  | Eifel                            |  | 76                                    | Pfälzerwald                            |  |
| 19  | Travemünde                  |  | 48  | Zugspitzregion                   |  | 77                                    | Münsterland                            |  |
| 20  | Hochschwarzwald             |  | 49  | Ostseebad Kühlungsborn           |  | 78                                    | Metropolregion München                 |  |
| 21  | Mecklenburgische Seenplatte |  | 50  | Spreewald                        |  | 79                                    | Hunsrück                               |  |
| 22  | Schleswig-Holstein          |  | 51  | Fichtelgebirge                   |  | 80                                    | Lübeck                                 |  |
| 23  | Lüneburger Heide            |  | 52  | Pfalz                            |  | 81                                    | München                                |  |
| 24  | Harz                        |  | 53  | Niedersachsen                    |  | 82                                    | Nordseeland Dithmarschen               |  |
| 25  | Mecklenburg-Vorpommern      |  | 54  | Mosel                            |  | 83                                    | Rheinhessen                            |  |
| 26  | Fehmarn                     |  | 55  | Rheinland-Pfalz                  |  | 84                                    | Niederrhein                            |  |
| 27  | Thüringer Wald              |  | 56  | Baden                            |  | 85                                    | Bad Wildungen                          |  |
| 28  | Berchtesgadener Land        |  | 57  | Württemberg                      |  | 86                                    | Romantischer Rhein                     |  |
| 29  | Helgoland                   |  | 58  | Hessen                           |  | 87                                    | Vogtland                               |  |

## 7.2.2 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: *Alle untersuchten Destinationen*

|  „Gesundheitsurlaub / Gesundheitsreise (selbstzahlend, nicht Kur)“<br>Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle) |  | Basis:<br>Alle Befragte |   |     |   |
|--|--|-------------------------|---|-----|---|
| Ranking der Kategorie 2: Alle untersuchten Destinationen (Ø = 26%)   |  |                         |   |     |   |
| 88   | Uckermark                                  | 21%                     | 117 Naturpark Altmühltal                  | 146 | Bonn                                    |
| 89   | Rheingau                                   |                         | 118 Ammergauer Alpen                      | 147 | Bremen                                  |
| 90   | Schwerin                                   |                         | 119 Bingen am Rhein                       | 148 | Willingen                               |
| 91   | Kaiserbäder Ahlbeck · Heringsdorf · Bansin |                         | 120 Baiersbronn im Schwarzwald            | 149 | Düsseldorf                              |
| 92   | Sachsen-Anhalt                             |                         | 121 Nürnberg                              | 150 | Osnabrück                               |
| 93   | Frankenwald                                |                         | 122 Altmark                               | 151 | Nahe                                    |
| 94   | Havelland                                  |                         | 123 Stuttgart                             | 152 | Erlebnisregion Edersee                  |
| 95   | Heidelberg                                 |                         | 124 Hessische Bergstraße                  | 153 | Mannheim                                |
| 96   | Fränkisches Weinland                       |                         | 125 Naturgarten Kaiserstuhl               | 154 | Vogelsberg                              |
| 97   | Wiesbaden                                  |                         | 126 Rüdesheim und Assmannshausen am Rhein | 155 | Celle                                   |
| 98   | Weserbergland                              |                         | 127 weimar Kulturstadt Europas            | 156 | Köln                                    |
| 99   | Region Südharz Kyffhäuser                  |                         | 128 Berlin                                | 157 | Die Bergischen Drei                     |
| 100  | Rothenburg ob der Tauber                   |                         | 129 Kassel                                | 158 | Worms                                   |
| 101  | Saarland                                   |                         | 130 Leipzig                               | 159 | Dessau                                  |
| 102  | Mittelrhein                                |                         | 131 Magdeburg Elbe-Börde-Heide            | 160 | Ruppiner Seenland                       |
| 103  | Hamburg                                    |                         | 132 Bamberg                               | 161 | Karlsruhe                               |
| 104  | Nürnberger Land                            |                         | 133 Lahntal                               | 162 | GrimmHeimat NordHessen                  |
| 105  | Trier                                      |                         | 134 Saale-Unstrut                         | 163 | Fläming                                 |
| 106  | Friedrichskoog                             |                         | 135 Ahrtal                                | 164 | Siegerland-Wittgenstein                 |
| 107  | Metropolregion Hamburg                     |                         | 136 Mainz                                 | 165 | Stadt Oberhausen in Nordrhein-Westfalen |
| 108  | Seenland Oder-Spree                        |                         | 137 Magdeburg                             | 166 | Wolfsburg                               |
| 109  | Sächsisches Elbland                        |                         | 138 Hannover                              | 167 | Braunschweiger Land                     |
| 110  | Alpenwelt Karwendel                        |                         | 139 Ruhrgebiet                            | 168 | Essen                                   |
| 111  | Bayreuth                                   |                         | 140 Görlitz                               | 169 | Worpswede                               |
| 112  | Spessart-Mainland                          |                         | 141 Frankfurt am Main                     | 170 | Bad Frankenhausen                       |
| 113  | Dresden                                    |                         | 142 Erfurt                                | 171 | Naheland                                |
| 114  | Regensburg                                 |                         | 143 Saarbrücken                           | 172 | neanderland / Kreis Mettmann            |
| 115  | Potsdam                                    |                         | 144 Lausitzer Seenland                    |     |   |
| 116  | Grömitz                                    |                         | 145 Aachen                                |     |   |



## 7.2.2 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: Alle untersuchten Destinationen

|  „Gesundheitsurlaub / Gesundheitsreise (selbstzahlend, nicht Kur)“<br>Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle) |                             |    | Basis:<br>Themen-<br>Interessenten |           |  |            |
|--|-----------------------------|----|------------------------------------|-----------|--|------------|
| Ranking der Kategorie 2: Alle untersuchten Destinationen (Ø = 38%)   |                             |    |                                    |           |  |            |
| 1  | Nordsee                     | 30 | Erzgebirge                         | 59        | Pfalz                                  |            |
| 2  | Ostsee                      | 31 | Sauerland                          | 60        | Württemberg                            |            |
| 3  | Bayern                      | 32 | Zugspitzregion                     | 61        | Pfälzerwald                            |            |
| 4  | Insel Rügen                 | 33 | Garmisch-Partenkirchen             | 62        | Schwäbische Alb                        |            |
| 5  | Allgäu                      | 34 | Alpenregion Tegernsee-Schliersee   | 63        | Lüneburg                               |            |
| 6  | Chiemsee                    | 35 | Oberstdorf                         | 64        | Rostock-Warnemünde                     |            |
| 7  | Insel Usedom                | 36 | Eifel                              | 65        | Münsterland                            |            |
| 8  | Sylt                        | 37 | Baden-Württemberg                  | 66        | Odenwald                               |            |
| 9  | Bodensee                    | 38 | Rheinland-Pfalz                    | 67        | Sachsen                                |            |
| 10   | Nordsee Schleswig-Holstein  | 39 | Füssen im Allgäu                   | 68        | Brandenburg                            |            |
| 11   | Schwarzwald                 | 40 | Stralsund                          | 69        | Taunus                                 |            |
| 12   | Oberbayern                  | 41 | Niedersachsen                      | 70        | Freiburg im Breisgau                   |            |
| 13   | Bayerischer Wald            | 42 | Baden-Baden                        | 71        | Westerwald                             |            |
| 14   | Ostsee Schleswig-Holstein   | 43 | Büsum                              | 72        | Rhön                                   |            |
| 15   | St. Peter-Ording            | 44 | Helgoland                          | 73        | Sächsische Schweiz-Elbsandsteingebirge |            |
| 16   | Timmendorfer Strand         | 45 | Nordseeinsel Juist                 | 74        | Füssen                                 |            |
| 17   | Travemünde                  | 46 | Thüringen                          | 75        | München                                |            |
| 18   | Harz                        | 47 | Berchtesgadener Land               | 76        | Kiel                                   |            |
| 19   | Nordsee Niedersachsen       | 48 | Fichtelgebirge                     | 77        | Niederrhein                            |            |
| 20   | Schleswig-Holstein          | 49 | Spreewald                          | <b>78</b> | <b>Uckermark</b>                       | <b>38%</b> |
| 21   | Thüringer Wald              | 50 | Langeoog                           | 79        | Spessart                               |            |
| 22   | Fehmarn                     | 51 | Baden                              | 80        | Hunsrück                               |            |
| 23   | Mecklenburg-Vorpommern      | 52 | Franken                            | 81        | Nordrhein-Westfalen                    |            |
| 24   | Chiemgau                    | 53 | Mosel                              | 82        | Fränkisches Weinland                   |            |
| 25   | Hochschwarzwald             | 54 | Ostseebad Kühlungsborn             | 83        | Rheinhessen                            |            |
| 26   | Mecklenburgische Seenplatte | 55 | Hessen                             | 84        | Lübeck                                 |            |
| 27   | Konstanz am Bodensee        | 56 | Bergisches Land                    | 85        | Rheingau                               |            |
| 28   | Norderney                   | 57 | Teutoburger Wald                   | 86        | Rothenburg ob der Tauber               |            |
| 29   | Lüneburger Heide            | 58 | Föhr                               | 87        | Metropolregion München                 |            |

## 7.2.2 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: Alle untersuchten Destinationen

|  „Gesundheitsurlaub / Gesundheitsreise (selbstzahlend, nicht Kur)“<br>Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle) |  |  | Basis:<br>Themen-<br>Interessenten |                                       |  |     |   |  |
|--|--|--|------------------------------------|---------------------------------------|--|-----|---|--|
| Ranking der Kategorie 2: Alle untersuchten Destinationen (Ø = 38%)   |  |  |                                    |                                       |  |     |   |  |
| 88   | Schwerin                                   |  | 117                                | Sächsisches Elbland                   |  | 146 | Görlitz                                 |  |
| 89   | Mainz                                      |  | 118                                | Metropolregion Hamburg                |  | 147 | Saarbrücken                             |  |
| 90   | Romantischer Rhein                         |  | 119                                | Saale-Unstrut                         |  | 148 | Mannheim                                |  |
| 91   | Nürnberger Land                            |  | 120                                | Rüdesheim und Assmannshausen am Rhein |  | 149 | Dessau                                  |  |
| 92   | Sachsen-Anhalt                             |  | 121                                | Grömitz                               |  | 150 | Braunschweiger Land                     |  |
| 93   | Bayreuth                                   |  | 122                                | Erfurt                                |  | 151 | Düsseldorf                              |  |
| 94   | Hamburg                                    |  | 123                                | Hessische Bergstraße                  |  | 152 | Celle                                   |  |
| 95   | Bad Wildungen                              |  | 124                                | Stuttgart                             |  | 153 | Bremen                                  |  |
| 96   | Frankenwald                                |  | 125                                | Aachen                                |  | 154 | Köln                                    |  |
| 97   | Wiesbaden                                  |  | 126                                | Saarland                              |  | 155 | Nahe                                    |  |
| 98   | Vogtland                                   |  | 127                                | Spessart-Mainland                     |  | 156 | Erlebnisregion Edersee                  |  |
| 99   | Dresden                                    |  | 128                                | Lahntal                               |  | 157 | Stadt Oberhausen in Nordrhein-Westfalen |  |
| 100  | Mittelrhein                                |  | 129                                | Hannover                              |  | 158 | Worms                                   |  |
| 101  | Nordseeland Dithmarschen                   |  | 130                                | Frankfurt am Main                     |  | 159 | Essen                                   |  |
| 102  | Alpenwelt Karwendel                        |  | 131                                | Magdeburg                             |  | 160 | Ruppiner Seenland                       |  |
| 103  | Trier                                      |  | 132                                | weimar Kulturstadt Europas            |  | 161 | Karlsruhe                               |  |
| 104  | Bingen am Rhein                            |  | 133                                | Ahrtal                                |  | 162 | Die Bergischen Drei                     |  |
| 105  | Naturpark Altmühltal                       |  | 134                                | Kassel                                |  | 163 | Bad Frankenhausen                       |  |
| 106  | Kaiserbäder Ahlbeck · Heringsdorf · Bansin |  | 135                                | Lausitzer Seenland                    |  | 164 | Willingen                               |  |
| 107  | Heidelberg                                 |  | 136                                | Naturgarten Kaiserstuhl               |  | 165 | Wolfsburg                               |  |
| 108  | Weserbergland                              |  | 137                                | Ammergauer Alpen                      |  | 166 | Vogelsberg                              |  |
| 109  | Potsdam                                    |  | 138                                | Ruhrgebiet                            |  | 167 | Siegerland-Wittgenstein                 |  |
| 110  | Seenland Oder-Spree                        |  | 139                                | Baiersbronn im Schwarzwald            |  | 168 | Fläming                                 |  |
| 111  | Region Südharz Kyffhäuser                  |  | 140                                | Friedrichskoog                        |  | 169 | GrimmHeimat NordHessen                  |  |
| 112  | Havelland                                  |  | 141                                | Magdeburg Elbe-Börde-Heide            |  | 170 | Worpswede                               |  |
| 113  | Bamberg                                    |  | 142                                | Berlin                                |  | 171 | Naheland                                |  |
| 114  | Nürnberg                                   |  | 143                                | Bonn                                  |  | 172 | neanderland / Kreis Mettmann            |  |
| 115  | Regensburg                                 |  | 144                                | Osnabrück                             |  |     |   |  |
| 116  | Altmark                                    |  | 145                                | Leipzig                               |  |     |   |  |


## 7.2.2 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: Alle untersuchten Destinationen

|  |                            |  | „Kulinarische Reise“ |                        |  | Basis:<br>Alle Befragte |                                       |  |
|--|----------------------------|--|----------------------|------------------------|--|-------------------------|---------------------------------------|--|
| Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle) |                            |  |                      |                        |  |                         |                                       |  |
| Ranking der Kategorie 2: Alle untersuchten Destinationen (Ø = 26%)                                     |                            |  |                      |                        |  |                         |                                       |  |
| 1  | München                    |  | 30                   | Chiemgau               |  | 59                      | Lüneburger Heide                      |  |
| 2  | Bayern                     |  | 31                   | Nordrhein-Westfalen    |  | 60                      | Bingen am Rhein                       |  |
| 3  | Mosel                      |  | 32                   | Thüringer Wald         |  | 61                      | Füssen im Allgäu                      |  |
| 4  | Schwarzwald                |  | 33                   | Baden                  |  | 62                      | Potsdam                               |  |
| 5  | Hamburg                    |  | 34                   | Baden-Baden            |  | 63                      | Erzgebirge                            |  |
| 6  | Bodensee                   |  | 35                   | Romantischer Rhein     |  | 64                      | Leipzig                               |  |
| 7  | Nordsee                    |  | 36                   | Hessen                 |  | 65                      | Garmisch-Partenkirchen                |  |
| 8  | Metropolregion München     |  | 37                   | Insel Rügen            |  | 66                      | Alpenregion Tegernsee-Schliersee      |  |
| 9  | Oberbayern                 |  | 38                   | Köln                   |  | 67                      | Timmendorfer Strand                   |  |
| 10   | Allgäu                     |  | 39                   | Frankfurt am Main      |  | 68                      | Rüdesheim und Assmannshausen am Rhein |  |
| 11   | Baden-Württemberg          |  | 40                   | Harz                   |  | 69                      | Niedersachsen                         |  |
| 12   | Berlin                     |  | 41                   | Trier                  |  | 70                      | Travemünde                            |  |
| 13   | Franken                    |  | 42                   | Stuttgart              |  | 71                      | Kiel                                  |  |
| 14   | Metropolregion Hamburg     |  | 43                   | Berchtesgadener Land   |  | 72                      | Rothenburg ob der Tauber              |  |
| 15   | Chiemsee                   |  | 44                   | Thüringen              |  | 73                      | Regensburg                            |  |
| 16   | Konstanz am Bodensee       |  | 45                   | Schwäbische Alb        |  | 74                      | Sauerland                             |  |
| 17   | Sylt                       |  | 46                   | Schleswig-Holstein     |  | 75                      | Mecklenburgische Seenplatte           |  |
| 18   | Ostsee                     |  | 47                   | Nordsee Niedersachsen  |  | 76                      | Bamberg                               |  |
| 19   | Pfalz                      |  | 48                   | Insel Usedom           |  | 77                      | Pfälzerwald                           |  |
| 20   | Nürnberg                   |  | 49                   | Sachsen                |  | 78                      | Zugspitzregion                        |  |
| 21   | Freiburg im Breisgau       |  | 50                   | Saarland               |  | 79                      | Mittelrhein                           |  |
| 22   | Württemberg                |  | 51                   | Lübeck                 |  | 80                      | Oberstdorf                            |  |
| 23   | Rheinland-Pfalz            |  | 52                   | Spreewald              |  | 81                      | weimar Kulturstadt Europas            |  |
| 24   | Bayerischer Wald           |  | 53                   | Mecklenburg-Vorpommern |  | 82                      | Bremen                                |  |
| 25   | Heidelberg                 |  | 54                   | Rheinhessen            |  | 83                      | Bayreuth                              |  |
| 26   | Hochschwarzwald            |  | 55                   | Fränkisches Weinland   |  | 84                      | Taunus                                |  |
| 27   | Ostsee Schleswig-Holstein  |  | 56                   | Düsseldorf             |  | 85                      | Spessart                              |  |
| 28   | Dresden                    |  | 57                   | Rheingau               |  | 86                      | Stralsund                             |  |
| 29   | Nordsee Schleswig-Holstein |  | 58                   | Eifel                  |  | 87                      | Mainz                                 |  |

## 7.2.2 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: *Alle untersuchten Destinationen*

| <b>„Kulinarische Reise“</b> <span style="float: right;">Basis:<br/>Alle Befragte</span>                |  |                      |  |
|--|--|----------------------|--|
| Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle) |  |                      |  |
| Ranking der Kategorie 2: Alle untersuchten Destinationen (Ø = 26%)                                     |  |                      |  |
| 88   | Ruhrgebiet                             | 117                  | Schwerin                                   |
| 89   | Rostock-Warnemünde                     | 118                  | Sachsen-Anhalt                             |
| 90   | Wiesbaden                              | 119                  | Hessische Bergstraße                       |
| 91   | Münsterland                            | 120                  | Vogtland                                   |
| 92   | Niederrhein                            | 121                  | Mannheim                                   |
| 93   | Bergisches Land                        | 122                  | Büsum                                      |
| 94   | Füssen                                 | 123                  | Kassel                                     |
| 95   | Nürnberger Land                        | 124                  | Ostseebad Kühlungsborn                     |
| 96   | Odenwald                               | 125                  | Sächsisches Elbland                        |
| 97   | Sächsische Schweiz-Elbsandsteingebirge | 126                  | Föhr                                       |
| 98   | Norderney                              | 127                  | Naturpark Altmühltal                       |
| 99   | Erfurt                                 | 128                  | Langeoog                                   |
| 100  | St. Peter-Ording                       | 129                  | Naturgarten Kaiserstuhl                    |
| 101  | Lüneburg                               | 130                  | Karlsruhe                                  |
| 102  | Helgoland                              | 131                  | Nordseeinsel Juist                         |
| 103  | Rhön                                   | 132                  | Ammergauer Alpen                           |
| 104  | Teutoburger Wald                       | 133                  | Havelland                                  |
| 105  | Spessart-Mainland                      | 134                  | Weserbergland                              |
| 106  | Saarbrücken                            | <b>135 Uckermark</b> | <b>16%</b>                                 |
| 107  | Aachen                                 | 136                  | Saale-Unstrut                              |
| 108  | Fehmarn                                | 137                  | Baiersbronn im Schwarzwald                 |
| 109  | Hannover                               | 138                  | Nahe                                       |
| 110  | Brandenburg                            | 139                  | Görlitz                                    |
| 111  | Frankenwald                            | 140                  | Alpenwelt Karwendel                        |
| 112  | Fichtelgebirge                         | 141                  | Nordseeelnd Dithmarschen                   |
| 113  | Hunsrück                               | 142                  | Region Südharz Kyffhäuser                  |
| 114  | Ahrtal                                 | 143                  | Magdeburg                                  |
| 115  | Westerwald                             | 144                  | Essen                                      |
| 116  | Bonn                                   | 145                  | Seenland Oder-Spree                        |
|  |  | 146                  | Worms                                      |
|  |  | 147                  | Osnabrück                                  |
|  |  | 148                  | Magdeburg Elbe-Börde-Heide                 |
|  |  | 149                  | Lahntal                                    |
|  |  | 150                  | Kaiserbäder Ahlbeck · Heringsdorf · Bansin |
|  |  | 151                  | Stadt Oberhausen in Nordrhein-Westfalen    |
|  |  | 152                  | Altmark                                    |
|  |  | 153                  | Wolfsburg                                  |
|  |  | 154                  | Celle                                      |
|  |  | 155                  | Lausitzer Seenland                         |
|  |  | 156                  | Dessau                                     |
|  |  | 157                  | Friedrichskoog                             |
|  |  | 158                  | Bad Wildungen                              |
|  |  | 159                  | Die Bergischen Drei                        |
|  |  | 160                  | Grömitz                                    |
|  |  | 161                  | Braunschweiger Land                        |
|  |  | 162                  | GrimmHeimat NordHessen                     |
|  |  | 163                  | Willingen                                  |
|  |  | 164                  | Vogelsberg                                 |
|  |  | 165                  | Erlebnisregion Edersee                     |
|  |  | 166                  | Naheland                                   |
|  |  | 167                  | Siegerland-Wittgenstein                    |
|  |  | 168                  | Worpswede                                  |
|  |  | 169                  | Ruppiner Seenland                          |
|  |  | 170                  | Fläming                                    |
|  |  | 171                  | Bad Frankenhausen                          |
|  |  | 172                  | neanderland / Kreis Mettmann               |

## 7.2.2 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: Alle untersuchten Destinationen

|  „Kulinarische Reise“  |                            |  | Basis:<br>Themen-<br>Interessenten |                                  |    |                                       |
|--|----------------------------|--|------------------------------------|----------------------------------|----|---------------------------------------|
| Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle) |                            |  |                                    |                                  |    |                                       |
| Ranking der Kategorie 2: Alle untersuchten Destinationen (Ø = 33%)                                     |                            |  |                                    |                                  |    |                                       |
| 1  | München                    |  | 30                                 | Ostsee Schleswig-Holstein        | 59 | Lübeck                                |
| 2  | Bayern                     |  | 31                                 | Baden                            | 60 | Kiel                                  |
| 3  | Schwarzwald                |  | 32                                 | Romantischer Rhein               | 61 | Bamberg                               |
| 4  | Hamburg                    |  | 33                                 | Insel Rügen                      | 62 | Leipzig                               |
| 5  | Bodensee                   |  | 34                                 | Hessen                           | 63 | Füssen im Allgäu                      |
| 6  | Mosel                      |  | 35                                 | Thüringer Wald                   | 64 | Sachsen                               |
| 7  | Nordsee                    |  | 36                                 | Harz                             | 65 | Niedersachsen                         |
| 8  | Metropolregion München     |  | 37                                 | Thüringen                        | 66 | Fränkisches Weinland                  |
| 9  | Baden-Württemberg          |  | 38                                 | Berchtesgadener Land             | 67 | Rothenburg ob der Tauber              |
| 10   | Allgäu                     |  | 39                                 | Schwäbische Alb                  | 68 | Timmendorfer Strand                   |
| 11   | Oberbayern                 |  | 40                                 | Frankfurt am Main                | 69 | Lüneburger Heide                      |
| 12   | Berlin                     |  | 41                                 | Baden-Baden                      | 70 | Travemünde                            |
| 13   | Franken                    |  | 42                                 | Schleswig-Holstein               | 71 | Saarland                              |
| 14   | Konstanz am Bodensee       |  | 43                                 | Stuttgart                        | 72 | Rüdesheim und Assmannshausen am Rhein |
| 15   | Metropolregion Hamburg     |  | 44                                 | Nordrhein-Westfalen              | 73 | Regensburg                            |
| 16   | Chiemsee                   |  | 45                                 | Köln                             | 74 | Zugspitzregion                        |
| 17   | Nürnberg                   |  | 46                                 | Düsseldorf                       | 75 | Potsdam                               |
| 18   | Pfalz                      |  | 47                                 | Eifel                            | 76 | Sauerland                             |
| 19   | Freiburg im Breisgau       |  | 48                                 | Rheinhessen                      | 77 | Bremen                                |
| 20   | Ostsee                     |  | 49                                 | Erzgebirge                       | 78 | Taunus                                |
| 21   | Rheinland-Pfalz            |  | 50                                 | Nordsee Niedersachsen            | 79 | Pfälzerwald                           |
| 22   | Sylt                       |  | 51                                 | Garmisch-Partenkirchen           | 80 | Mainz                                 |
| 23   | Bayerischer Wald           |  | 52                                 | Alpenregion Tegernsee-Schliersee | 81 | Mecklenburgische Seenplatte           |
| 24   | Hochschwarzwald            |  | 53                                 | Bingen am Rhein                  | 82 | Oberstdorf                            |
| 25   | Heidelberg                 |  | 54                                 | Insel Usedom                     | 83 | Bayreuth                              |
| 26   | Württemberg                |  | 55                                 | Mecklenburg-Vorpommern           | 84 | Bergisches Land                       |
| 27   | Chiemgau                   |  | 56                                 | Trier                            | 85 | Mittelrhein                           |
| 28   | Nordsee Schleswig-Holstein |  | 57                                 | Spreewald                        | 86 | Füssen                                |
| 29   | Dresden                    |  | 58                                 | Rheingau                         | 87 | Spessart                              |

## 7.2.2 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: Alle untersuchten Destinationen

| <div style="text-align: center;"> <p>„Kulinarische Reise“</p> <p><i>Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)</i></p> <p><b>Ranking der Kategorie 2: Alle untersuchten Destinationen (Ø = 33%)</b></p> </div> <div style="float: right; text-align: right;"> <p><i>Basis:<br/>Themen-<br/>Interessenten</i></p> </div> |  |  |     |                            |            |  |                              |
|---|--|--|-----|----------------------------|------------|--|------------------------------|
| 88  | weimar Kulturstadt Europas             |  | 117 | Sächsisches Elbland        | 146        | Stadt Oberhausen in Nordrhein-Westfalen    |                              |
| 89  | Wiesbaden                              |  | 118 | Langeoog                   | 147        | Osnabrück                                  |                              |
| 90  | Ruhrgebiet                             |  | 119 | Ahrtal                     | 148        | Seenland Oder-Spree                        |                              |
| 91  | Stralsund                              |  | 120 | Hunsrück                   | 149        | Lahntal                                    |                              |
| 92  | Aachen                                 |  | 121 | Naturpark Altmühltal       | 150        | Altmark                                    |                              |
| 93  | Helgoland                              |  | 122 | Sachsen-Anhalt             | 151        | Magdeburg Elbe-Börde-Heide                 |                              |
| 94  | Münsterland                            |  | 123 | Föhr                       | 152        | Kaiserbäder Ahlbeck · Heringsdorf · Bansin |                              |
| 95  | Erfurt                                 |  | 124 | Vogtland                   | 153        | Celle                                      |                              |
| 96  | Sächsische Schweiz-Elbsandsteingebirge |  | 125 | Ostseebad Kühlungsborn     | 154        | Dessau                                     |                              |
| 97  | Niederrhein                            |  | 126 | Karlsruhe                  | 155        | Lausitzer Seenland                         |                              |
| 98  | Norderney                              |  | 127 | Mannheim                   | 156        | Friedrichskoog                             |                              |
| 99  | Rostock-Warnemünde                     |  | 128 | Kassel                     | 157        | Grömitz                                    |                              |
| 100   | Nürnberger Land                        |  | 129 | Büsum                      | 158        | Die Bergischen Drei                        |                              |
| 101   | Odenwald                               |  | 130 | Naturgarten Kaiserstuhl    | 159        | Wolfsburg                                  |                              |
| 102   | Teutoburger Wald                       |  | 131 | Nordseeinsel Juist         | 160        | Bad Wildungen                              |                              |
| 103   | Lüneburg                               |  | 132 | Alpenwelt Karwendel        | 161        | Braunschweiger Land                        |                              |
| 104   | Fehmarn                                |  | 133 | Ammergauer Alpen           | 162        | Siegerland-Wittgenstein                    |                              |
| 105   | St. Peter-Ording                       |  | 134 | Baiersbronn im Schwarzwald | 163        | Willingen                                  |                              |
| 106   | Hannover                               |  | 135 | Nahe                       | 164        | Erlebnisregion Edersee                     |                              |
| 107   | Rhön                                   |  | 136 | Weserbergland              | 165        | Vogelsberg                                 |                              |
| 108   | Spessart-Mainland                      |  | 137 | Essen                      | 166        | Worpswede                                  |                              |
| 109   | Brandenburg                            |  | 138 | Havelland                  | 167        | GrimmHeimat NordHessen                     |                              |
| 110   | Saarbrücken                            |  | 139 | Görlitz                    | 168        | Naheland                                   |                              |
| 111   | Bonn                                   |  | 140 | <b>Uckermark</b>           | <b>20%</b> | 169  | Ruppiner Seenland            |
| 112   | Westerwald                             |  | 141 | Nordseeelnd Dithmarschen   |            | 170  | Bad Frankenhausen            |
| 113   | Fichtelgebirge                         |  | 142 | Saale-Unstrut              |            | 171  | Fläming                      |
| 114   | Hessische Bergstraße                   |  | 143 | Region Südharz Kyffhäuser  |            | 172  | neanderland / Kreis Mettmann |
| 115   | Frankenwald                            |  | 144 | Worms                      |            |  |                              |
| 116   | Schwerin                               |  | 145 | Magdeburg                  |            |  |                              |

## 7.2.2 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: Alle untersuchten Destinationen

|   |                            |  | <b>„Kultururlaub / Kulturreise“</b> |  |  | <i>Basis:<br/>Alle Befragte</i> |                             |  |
|---|----------------------------|--|-------------------------------------|--|--|---------------------------------|-----------------------------|--|
| <i>Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)</i> |                            |  |                                     |  |  |                                 |                             |  |
| <b>Ranking der Kategorie 2: Alle untersuchten Destinationen (Ø = 26%)</b>                                     |                            |  |                                     |  |  |                                 |                             |  |
| 1   | München                    |  | 30                                  | Thüringer Wald                         |  | 59                              | Baden                       |  |
| 2   | Dresden                    |  | 31                                  | Rothenburg ob der Tauber               |  | 60                              | Brandenburg                 |  |
| 3   | Berlin                     |  | 32                                  | Ostsee                                 |  | 61                              | Schleswig-Holstein          |  |
| 4   | Bayern                     |  | 33                                  | Hessen                                 |  | 62                              | Allgäu                      |  |
| 5   | Hamburg                    |  | 34                                  | Frankfurt am Main                      |  | 63                              | Niedersachsen               |  |
| 6   | Potsdam                    |  | 35                                  | Rheinland-Pfalz                        |  | 64                              | Insel Rügen                 |  |
| 7   | Köln                       |  | 36                                  | Franken                                |  | 65                              | Sachsen-Anhalt              |  |
| 8   | weimar Kulturstadt Europas |  | 37                                  | Bamberg                                |  | 66                              | Füssen im Allgäu            |  |
| 9   | Metropolregion München     |  | 38                                  | Nordsee                                |  | 67                              | Spreewald                   |  |
| 10  | Metropolregion Hamburg     |  | 39                                  | Erfurt                                 |  | 68                              | Rostock-Warnemünde          |  |
| 11  | Heidelberg                 |  | 40                                  | Baden-Baden                            |  | 69                              | Wiesbaden                   |  |
| 12  | Leipzig                    |  | 41                                  | Chiemsee                               |  | 70                              | Nordsee Niedersachsen       |  |
| 13  | Nürnberg                   |  | 42                                  | Freiburg im Breisgau                   |  | 71                              | Münsterland                 |  |
| 14  | Sachsen                    |  | 43                                  | Stralsund                              |  | 72                              | Mecklenburgische Seenplatte |  |
| 15  | Bodensee                   |  | 44                                  | Mecklenburg-Vorpommern                 |  | 73                              | Füssen                      |  |
| 16  | Bayreuth                   |  | 45                                  | Bremen                                 |  | 74                              | Kiel                        |  |
| 17  | Trier                      |  | 46                                  | Aachen                                 |  | 75                              | Eifel                       |  |
| 18  | Nordrhein-Westfalen        |  | 47                                  | Harz                                   |  | 76                              | Chiemgau                    |  |
| 19  | Baden-Württemberg          |  | 48                                  | Erzgebirge                             |  | 77                              | Saarland                    |  |
| 20  | Oberbayern                 |  | 49                                  | Schwerin                               |  | 78                              | Hochschwarzwald             |  |
| 21  | Lübeck                     |  | 50                                  | Romantischer Rhein                     |  | 79                              | Kassel                      |  |
| 22  | Stuttgart                  |  | 51                                  | Düsseldorf                             |  | 80                              | Lüneburg                    |  |
| 23  | Konstanz am Bodensee       |  | 52                                  | Ostsee Schleswig-Holstein              |  | 81                              | Lüneburger Heide            |  |
| 24  | Regensburg                 |  | 53                                  | Bonn                                   |  | 82                              | Teutoburger Wald            |  |
| 25  | Mosel                      |  | 54                                  | Pfalz                                  |  | 83                              | Bingen am Rhein             |  |
| 26  | Thüringen                  |  | 55                                  | Bayerischer Wald                       |  | 84                              | Magdeburg                   |  |
| 27  | Schwarzwald                |  | 56                                  | Sächsische Schweiz-Elbsandsteingebirge |  | 85                              | Insel Usedom                |  |
| 28  | Württemberg                |  | 57                                  | Nordsee Schleswig-Holstein             |  | 86                              | Worms                       |  |
| 29  | Ruhrgebiet                 |  | 58                                  | Mainz                                  |  | 87                              | Hannover                    |  |

## 7.2.2 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: Alle untersuchten Destinationen

| <b>„Kultururlaub / Kulturreise“</b> <span style="float: right;">Basis:<br/>Alle Befragte</span>        |                                       |  |     |   |            |  |                         |
|--|---------------------------------------|--|-----|---|------------|--|-------------------------|
| Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle) |                                       |  |     |   |            |  |                         |
| Ranking der Kategorie 2: Alle untersuchten Destinationen (Ø = 26%)                                     |                                       |  |     |   |            |  |                         |
| 88   | Schwäbische Alb                       |  | 117 | Odenwald                                | 146        | Föhr                                       |                         |
| 89   | Niederrhein                           |  | 118 | Dessau                                  | 147        | Langeoog                                   |                         |
| 90   | Taunus                                |  | 119 | Spessart-Mainland                       | 148        | Altmark                                    |                         |
| 91   | Mittelrhein                           |  | 120 | Vogtland                                | 149        | Ahrtal                                     |                         |
| 92   | Rheinessen                            |  | 121 | Helgoland                               | 150        | Die Bergischen Drei                        |                         |
| 93   | Nürnberger Land                       |  | 122 | Havelland                               | 151        | Nordseeinsel Juist                         |                         |
| 94   | Berchtesgadener Land                  |  | 123 | Oberstdorf                              | 152        | Nordsee-land Dithmarschen                  |                         |
| 95   | Zugspitzregion                        |  | 124 | St. Peter-Ording                        | 153        | Lausitzer Seenland                         |                         |
| 96   | Karlsruhe                             |  | 125 | Fichtelgebirge                          | 154        | Lahntal                                    |                         |
| 97   | Mannheim                              |  | 126 | Weserbergland                           | 155        | Nahe                                       |                         |
| 98   | Rheingau                              |  | 127 | Hunsrück                                | 156        | Braunschweiger Land                        |                         |
| 99   | Saarbrücken                           |  | 128 | Norderney                               | 157        | Baiersbronn im Schwarzwald                 |                         |
| 100  | Travemünde                            |  | 129 | Stadt Oberhausen in Nordrhein-Westfalen | 158        | Kaiserbäder Ahlbeck · Heringsdorf · Bansin |                         |
| 101  | Sylt                                  |  | 130 | Hessische Bergstraße                    | 159        | GrimmHeimat NordHessen                     |                         |
| 102  | Görlitz                               |  | 131 | Westerwald                              | 160        | neanderland / Kreis Mettmann               |                         |
| 103  | Sächsisches Elbland                   |  | 132 | Ostseebad Kühlungsborn                  | 161        | Alpenwelt Karwendel                        |                         |
| 104  | Essen                                 |  | 133 | Saale-Unstrut                           | 162        | Bad Wildungen                              |                         |
| 105  | Sauerland                             |  | 134 | Naturgarten Kaiserstuhl                 | 163        | Friedrichskoog                             |                         |
| 106  | Timmendorfer Strand                   |  | 135 | Seenland Oder-Spree                     | 164        | Erlebnisregion Edersee                     |                         |
| 107  | Rüdesheim und Assmannshausen am Rhein |  | 136 | Frankenwald                             | 165        | Vogelsberg                                 |                         |
| 108  | Spessart                              |  | 137 | <b>Uckermark</b>                        | <b>15%</b> | 166  | Siegerland-Wittgenstein |
| 109  | Fränkisches Weinland                  |  | 138 | Büsum                                   | 167        | Grömitz                                    |                         |
| 110  | Garmisch-Partenkirchen                |  | 139 | Naturpark Altmühltal                    | 168        | Bad Frankenhausen                          |                         |
| 111  | Alpenregion Tegernsee-Schliersee      |  | 140 | Fehmarn                                 | 169        | Fläming                                    |                         |
| 112  | Bergisches Land                       |  | 141 | Worpswede                               | 170        | Ruppiner Seenland                          |                         |
| 113  | Rhön                                  |  | 142 | Wolfsburg                               | 171        | Willingen                                  |                         |
| 114  | Region Südharz Kyffhäuser             |  | 143 | Celle                                   | 172        | Naheland                                   |                         |
| 115  | Pfälzerwald                           |  | 144 | Ammergauer Alpen                        |            |  |                         |
| 116  | Magdeburg Elbe-Börde-Heide            |  | 145 | Osnabrück                               |            |  |                         |




## 7.2.2 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: Alle untersuchten Destinationen

|    |                            |  | „Kultururlaub / Kulturreise“<br>Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)<br>Ranking der Kategorie 2: Alle untersuchten Destinationen (Ø = 37%) |  |  | Basis:<br>Themen-<br>Interessenten |                             |  |
|----|----------------------------|--|--|--|--|------------------------------------|-----------------------------|--|
| 1  | München                    |  | 30   | Mosel                                  |  | 59                                 | Ostsee Schleswig-Holstein   |  |
| 2  | Berlin                     |  | 31   | Württemberg                            |  | 60                                 | Münsterland                 |  |
| 3  | Dresden                    |  | 32   | Hessen                                 |  | 61                                 | Stralsund                   |  |
| 4  | Bayern                     |  | 33   | Erfurt                                 |  | 62                                 | Baden                       |  |
| 5  | Hamburg                    |  | 34   | Ostsee                                 |  | 63                                 | Allgäu                      |  |
| 6  | Potsdam                    |  | 35   | Aachen                                 |  | 64                                 | Kiel                        |  |
| 7  | Köln                       |  | 36   | Bamberg                                |  | 65                                 | Insel Rügen                 |  |
| 8  | weimar Kulturstadt Europas |  | 37   | Franken                                |  | 66                                 | Taunus                      |  |
| 9  | Metropolregion Hamburg     |  | 38   | Romantischer Rhein                     |  | 67                                 | Eifel                       |  |
| 10 | Metropolregion München     |  | 39   | Ruhrgebiet                             |  | 68                                 | Wiesbaden                   |  |
| 11 | Heidelberg                 |  | 40   | Freiburg im Breisgau                   |  | 69                                 | Spreewald                   |  |
| 12 | Nürnberg                   |  | 41   | Mecklenburg-Vorpommern                 |  | 70                                 | Rostock-Warnemünde          |  |
| 13 | Leipzig                    |  | 42   | Nordsee Schleswig-Holstein             |  | 71                                 | Brandenburg                 |  |
| 14 | Bodensee                   |  | 43   | Bonn                                   |  | 72                                 | Worms                       |  |
| 15 | Sachsen                    |  | 44   | Chiemsee                               |  | 73                                 | Teutoburger Wald            |  |
| 16 | Bayreuth                   |  | 45   | Rothenburg ob der Tauber               |  | 74                                 | Kassel                      |  |
| 17 | Lübeck                     |  | 46   | Mainz                                  |  | 75                                 | Chiemgau                    |  |
| 18 | Oberbayern                 |  | 47   | Nordsee                                |  | 76                                 | Sachsen-Anhalt              |  |
| 19 | Trier                      |  | 48   | Schwarzwald                            |  | 77                                 | Hannover                    |  |
| 20 | Thüringen                  |  | 49   | Bremen                                 |  | 78                                 | Schwäbische Alb             |  |
| 21 | Konstanz am Bodensee       |  | 50   | Harz                                   |  | 79                                 | Lüneburger Heide            |  |
| 22 | Nordrhein-Westfalen        |  | 51   | Niedersachsen                          |  | 80                                 | Nordsee Niedersachsen       |  |
| 23 | Baden-Württemberg          |  | 52   | Düsseldorf                             |  | 81                                 | Füssen im Allgäu            |  |
| 24 | Frankfurt am Main          |  | 53   | Sächsische Schweiz-Elbsandsteingebirge |  | 82                                 | Mannheim                    |  |
| 25 | Regensburg                 |  | 54   | Pfalz                                  |  | 83                                 | Saarland                    |  |
| 26 | Stuttgart                  |  | 55   | Erzgebirge                             |  | 84                                 | Füssen                      |  |
| 27 | Thüringer Wald             |  | 56   | Schleswig-Holstein                     |  | 85                                 | Bingen am Rhein             |  |
| 28 | Rheinland-Pfalz            |  | 57   | Schwerin                               |  | 86                                 | Hochschwarzwald             |  |
| 29 | Baden-Baden                |  | 58   | Bayerischer Wald                       |  | 87                                 | Mecklenburgische Seenplatte |  |

## 7.2.2 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: Alle untersuchten Destinationen

|   |                                       | <b>„Kultururlaub / Kulturreise“</b> |   | <i>Basis: Themen-Interessenten</i> |  |
|---|---------------------------------------|-------------------------------------|---|------------------------------------|--|
| <i>Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)</i> |                                       |                                     |   |                                    |  |
| <b>Ranking der Kategorie 2: Alle untersuchten Destinationen (Ø = 37%)</b>                                     |                                       |                                     |   |                                    |  |
| 88  | Mittelrhein                           | 117                                 | Havelland                               | 146                                | Osnabrück                                  |
| 89  | Niederrhein                           | 118                                 | Timmendorfer Strand                     | 147                                | Nahe                                       |
| 90  | Saarbrücken                           | 119                                 | Spessart-Mainland                       | 148                                | Ammergauer Alpen                           |
| 91  | Rheinhessen                           | 120                                 | Magdeburg Elbe-Börde-Heide              | 149                                | Langeoog                                   |
| 92  | Lüneburg                              | 121                                 | Oberstdorf                              | 150                                | Lahntal                                    |
| 93  | Nürnberger Land                       | 122                                 | Vogtland                                | 151                                | Lausitzer Seenland                         |
| 94  | Insel Usedom                          | 123                                 | Hessische Bergstraße                    | 152                                | Braunschweiger Land                        |
| 95  | Sächsisches Elbland                   | 124                                 | Helgoland                               | 153                                | Föhr                                       |
| 96  | Magdeburg                             | 125                                 | Hunsrück                                | 154                                | Nordseeland Dithmarschen                   |
| 97  | Fränkisches Weinland                  | 126                                 | Westerwald                              | 155                                | Ahrtal                                     |
| 98  | Karlsruhe                             | 127                                 | Seenland Oder-Spree                     | 156                                | Nordseeinsel Juist                         |
| 99  | Zugspitzregion                        | 128                                 | Naturgarten Kaiserstuhl                 | 157                                | Alpenwelt Karwendel                        |
| 100   | Rheingau                              | 129                                 | St. Peter-Ording                        | 158                                | Baiersbronn im Schwarzwald                 |
| 101   | Essen                                 | 130                                 | Saale-Unstrut                           | 159                                | Kaiserbäder Ahlbeck · Heringsdorf · Bansin |
| 102   | Berchtesgadener Land                  | 131                                 | Weserbergland                           | 160                                | Bad Wildungen                              |
| 103   | Travemünde                            | 132                                 | Frankenwald                             | 161                                | GrimmHeimat NordHessen                     |
| 104   | Görlitz                               | 133                                 | Fichtelgebirge                          | 162                                | Friedrichskoog                             |
| 105   | Bergisches Land                       | 134                                 | Stadt Oberhausen in Nordrhein-Westfalen | 163                                | neanderland / Kreis Mettmann               |
| 106   | Dessau                                | 135                                 | Ostseebad Kühlungsborn                  | 164                                | Grömitz                                    |
| 107   | Spessart                              | 136                                 | Norderney                               | 165                                | Erlebnisregion Edersee                     |
| 108   | Sylt                                  | 137                                 | Naturpark Altmühltal                    | 166                                | Siegerland-Wittgenstein                    |
| 109   | Sauerland                             | <b>138 Uckermark</b>                | <b>22%</b>                              | 167                                | Ruppiner Seenland                          |
| 110   | Odenwald                              | 139                                 | Celle                                   | 168                                | Bad Frankenhausen                          |
| 111   | Alpenregion Tegernsee-Schliersee      | 140                                 | Wolfsburg                               | 169                                | Fläming                                    |
| 112   | Region Südharz Kyffhäuser             | 141                                 | Altmark                                 | 170                                | Vogelsberg                                 |
| 113   | Rüdesheim und Assmannshausen am Rhein | 142                                 | Worpswede                               | 171                                | Willingen                                  |
| 114   | Garmisch-Partenkirchen                | 143                                 | Fehmarn                                 | 172                                | Naheland                                   |
| 115   | Rhön                                  | 144                                 | Büsum                                   |                                    |  |
| 116   | Pfälzerwald                           | 145                                 | Die Bergischen Drei                     |                                    |  |

## 7.2.2 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: Alle untersuchten Destinationen

|  |                             |  | <b>„Natururlaub“</b><br>Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle) |  |  | Basis:<br>Alle Befragte |                        |            |
|--|-----------------------------|--|--|--|--|-------------------------|------------------------|------------|
| Ranking der Kategorie 2: Alle untersuchten Destinationen (Ø = 34%)               |                             |  |  |  |  |                         |                        |            |
| 1  | Nordsee                     |  | 30   | Helgoland                              |  | 59                      | Odenwald               |            |
| 2  | Bayern                      |  | 31   | Nordsee Niedersachsen                  |  | 60                      | Sachsen                |            |
| 3  | Schwarzwald                 |  | 32   | Baden-Württemberg                      |  | 61                      | Hunsrück               |            |
| 4  | Allgäu                      |  | 33   | Fichtelgebirge                         |  | 62                      | Stralsund              |            |
| 5  | Ostsee                      |  | 34   | Norderney                              |  | 63                      | Spessart               |            |
| 6  | Bayerischer Wald            |  | 35   | Chiemgau                               |  | 64                      | Württemberg            |            |
| 7  | Oberbayern                  |  | 36   | Schwäbische Alb                        |  | 65                      | Hessen                 |            |
| 8  | Insel Rügen                 |  | 37   | Sauerland                              |  | 66                      | Föhr                   |            |
| 9  | Bodensee                    |  | 38   | Timmendorfer Strand                    |  | 67                      | Nordseeinsel Juist     |            |
| 10   | Chiemsee                    |  | 39   | Thüringen                              |  | 68                      | Freiburg im Breisgau   |            |
| 11   | Harz                        |  | 40   | Fehmarn                                |  | 69                      | Büsum                  |            |
| 12   | Lüneburger Heide            |  | 41   | Franken                                |  | 70                      | Münsterland            |            |
| 13   | Insel Usedom                |  | 42   | Oberstdorf                             |  | 71                      | Pfälzerwald            |            |
| 14   | Erzgebirge                  |  | 43   | Alpenregion Tegernsee-Schliersee       |  | 72                      | Baden                  |            |
| 15   | Mecklenburg-Vorpommern      |  | 44   | Sächsische Schweiz-Elbsandsteingebirge |  | 73                      | Romantischer Rhein     |            |
| 16   | Mecklenburgische Seenplatte |  | 45   | Füssen im Allgäu                       |  | 74                      | Saarland               |            |
| 17   | Ostsee Schleswig-Holstein   |  | 46   | Rheinland-Pfalz                        |  | 75                      | Füssen                 |            |
| 18   | Thüringer Wald              |  | 47   | Teutoburger Wald                       |  | 76                      | Rostock-Warnemünde     |            |
| 19   | Nordsee Schleswig-Holstein  |  | 48   | Travemünde                             |  | 77                      | Ostseebad Kühlungsborn |            |
| 20   | Sylt                        |  | 49   | Pfalz                                  |  | 78                      | Vogtland               |            |
| 21   | Spreewald                   |  | 50   | St. Peter-Ording                       |  | 79                      | Rheinessen             |            |
| 22   | Mosel                       |  | 51   | Langeoog                               |  | 80                      | Rheingau               |            |
| 23   | Schleswig-Holstein          |  | 52   | Lüneburg                               |  | 81                      | <b>Uckermark</b>       | <b>34%</b> |
| 24   | Garmisch-Partenkirchen      |  | 53   | Bergisches Land                        |  | 82                      | Sachsen-Anhalt         |            |
| 25   | Zugspitzregion              |  | 54   | Brandenburg                            |  | 83                      | Havelland              |            |
| 26   | Hochschwarzwald             |  | 55   | Taunus                                 |  | 84                      | Bingen am Rhein        |            |
| 27   | Eifel                       |  | 56   | Rhön                                   |  | 85                      | Frankenwald            |            |
| 28   | Berchtesgadener Land        |  | 57   | Westerwald                             |  | 86                      | Nordrhein-Westfalen    |            |
| 29   | Konstanz am Bodensee        |  | 58   | Niedersachsen                          |  | 87                      | Fränkisches Weinland   |            |

## 7.2.2 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: Alle untersuchten Destinationen

|   |                                       |  | <b>„Natururlaub“</b> |  |  | <i>Basis: Alle Befragte</i> |   |  |
|---|---------------------------------------|--|----------------------|--|--|-----------------------------|---|--|
| <i>Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)</i> |                                       |  |                      |  |  |                             |   |  |
| <b>Ranking der Kategorie 2: Alle untersuchten Destinationen (Ø = 34%)</b>                                     |                                       |  |                      |  |  |                             |   |  |
| 88  | Niederrhein                           |  | 117                  | Dresden                                    |  | 146                         | Berlin                                  |  |
| 89  | Mittelrhein                           |  | 118                  | München                                    |  | 147                         | Siegerland-Wittgenstein                 |  |
| 90  | Weserbergland                         |  | 119                  | Potsdam                                    |  | 148                         | Osnabrück                               |  |
| 91  | Spessart-Mainland                     |  | 120                  | Kaiserbäder Ahlbeck · Heringsdorf · Bansin |  | 149                         | Bremen                                  |  |
| 92  | Nordseeland Dithmarschen              |  | 121                  | Regensburg                                 |  | 150                         | Leipzig                                 |  |
| 93  | Region Südharz Kyffhäuser             |  | 122                  | Bamberg                                    |  | 151                         | Hannover                                |  |
| 94  | Rothenburg ob der Tauber              |  | 123                  | Lausitzer Seenland                         |  | 152                         | Dessau                                  |  |
| 95  | Naturpark Altmühltal                  |  | 124                  | Friedrichskoog                             |  | 153                         | Ruppiner Seenland                       |  |
| 96  | Kiel                                  |  | 125                  | Baiersbronn im Schwarzwald                 |  | 154                         | Stuttgart                               |  |
| 97  | Schwerin                              |  | 126                  | Grömitz                                    |  | 155                         | Mainz                                   |  |
| 98  | Baden-Baden                           |  | 127                  | Bad Wildungen                              |  | 156                         | GrimmHeimat NordHessen                  |  |
| 99  | Sächsisches Elbland                   |  | 128                  | Nürnberg                                   |  | 157                         | Braunschweiger Land                     |  |
| 100   | Nürnberger Land                       |  | 129                  | weimar Kulturstadt Europas                 |  | 158                         | Fläming                                 |  |
| 101   | Seenland Oder-Spree                   |  | 130                  | Erlebnisregion Edersee                     |  | 159                         | Aachen                                  |  |
| 102   | Alpenwelt Karwendel                   |  | 131                  | Nahe                                       |  | 160                         | Worms                                   |  |
| 103   | Rüdesheim und Assmannshausen am Rhein |  | 132                  | Vogelsberg                                 |  | 161                         | Naheland                                |  |
| 104   | Heidelberg                            |  | 133                  | Willingen                                  |  | 162                         | Bonn                                    |  |
| 105   | Ammergauer Alpen                      |  | 134                  | Görlitz                                    |  | 163                         | neanderland / Kreis Mettmann            |  |
| 106   | Hessische Bergstraße                  |  | 135                  | Erfurt                                     |  | 164                         | Bad Frankenhausen                       |  |
| 107   | Lübeck                                |  | 136                  | Ruhrgebiet                                 |  | 165                         | Karlsruhe                               |  |
| 108   | Metropolregion München                |  | 137                  | Hamburg                                    |  | 166                         | Frankfurt am Main                       |  |
| 109   | Magdeburg Elbe-Börde-Heide            |  | 138                  | Wiesbaden                                  |  | 167                         | Köln                                    |  |
| 110   | Ahrtal                                |  | 139                  | Metropolregion Hamburg                     |  | 168                         | Mannheim                                |  |
| 111   | Bayreuth                              |  | 140                  | Kassel                                     |  | 169                         | Essen                                   |  |
| 112   | Saale-Unstrut                         |  | 141                  | Magdeburg                                  |  | 170                         | Düsseldorf                              |  |
| 113   | Naturgarten Kaiserstuhl               |  | 142                  | Die Bergischen Drei                        |  | 171                         | Wolfsburg                               |  |
| 114   | Lahntal                               |  | 143                  | Saarbrücken                                |  | 172                         | Stadt Oberhausen in Nordrhein-Westfalen |  |
| 115   | Altmark                               |  | 144                  | Celle                                      |  |                             |   |  |
| 116   | Trier                                 |  | 145                  | Worpswede                                  |  |                             |   |  |

## 7.2.2 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: *Alle untersuchten Destinationen*

|   |                             |  | <b>„Natururlaub“</b><br><i>Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)</i> |  |  | <i>Basis:<br/>Themen-<br/>Interessenten</i> |                        |            |
|---|-----------------------------|--|---|--|--|---|------------------------|------------|
| <b>Ranking der Kategorie 2: Alle untersuchten Destinationen (Ø = 40%)</b> |                             |  |   |  |  |   |                        |            |
| 1   | Nordsee                     |  | 30  | Konstanz am Bodensee                   |  | 59  | Taunus                 |            |
| 2   | Bayern                      |  | 31  | Fehmarn                                |  | 60  | Odenwald               |            |
| 3   | Allgäu                      |  | 32  | Thüringen                              |  | 61  | Hessen                 |            |
| 4   | Schwarzwald                 |  | 33  | Helgoland                              |  | 62  | Hunsrück               |            |
| 5   | Ostsee                      |  | 34  | Fichtelgebirge                         |  | 63  | Württemberg            |            |
| 6   | Bayerischer Wald            |  | 35  | Norderney                              |  | 64  | Spessart               |            |
| 7   | Bodensee                    |  | 36  | Nordsee Niedersachsen                  |  | 65  | Föhr                   |            |
| 8   | Harz                        |  | 37  | Baden-Württemberg                      |  | 66  | Stralsund              |            |
| 9   | Insel Rügen                 |  | 38  | Schwäbische Alb                        |  | 67  | Nordseeinsel Juist     |            |
| 10  | Oberbayern                  |  | 39  | Sauerland                              |  | 68  | Freiburg im Breisgau   |            |
| 11  | Lüneburger Heide            |  | 40  | Franken                                |  | 69  | Münsterland            |            |
| 12  | Chiemsee                    |  | 41  | Timmendorfer Strand                    |  | 70  | Pfälzerwald            |            |
| 13  | Insel Usedom                |  | 42  | Oberstdorf                             |  | 71  | Romantischer Rhein     |            |
| 14  | Mecklenburgische Seenplatte |  | 43  | Sächsische Schweiz-Elbsandsteingebirge |  | 72  | Büsum                  |            |
| 15  | Mecklenburg-Vorpommern      |  | 44  | Alpenregion Tegernsee-Schliersee       |  | 73  | Baden                  |            |
| 16  | Erzgebirge                  |  | 45  | Teutoburger Wald                       |  | 74  | Füssen                 |            |
| 17  | Nordsee Schleswig-Holstein  |  | 46  | Rheinland-Pfalz                        |  | 75  | Saarland               |            |
| 18  | Ostsee Schleswig-Holstein   |  | 47  | Füssen im Allgäu                       |  | 76  | Ostseebad Kühlungsborn |            |
| 19  | Thüringer Wald              |  | 48  | Travemünde                             |  | 77  | Rostock-Warnemünde     |            |
| 20  | Garmisch-Partenkirchen      |  | 49  | Pfalz                                  |  | 78  | Rheingau               |            |
| 21  | Spreewald                   |  | 50  | Bergisches Land                        |  | 79  | Rheinhessen            |            |
| 22  | Schleswig-Holstein          |  | 51  | Langeoog                               |  | 80  | Vogtland               |            |
| 23  | Sylt                        |  | 52  | Brandenburg                            |  | 81  | Bingen am Rhein        |            |
| 24  | Mosel                       |  | 53  | Lüneburg                               |  | 82  | <b>Uckermark</b>       | <b>40%</b> |
| 25  | Zugspitzregion              |  | 54  | St. Peter-Ording                       |  | 83  | Frankenwald            |            |
| 26  | Berchtesgadener Land        |  | 55  | Sachsen                                |  | 84  | Fränkisches Weinland   |            |
| 27  | Hochschwarzwald             |  | 56  | Westerwald                             |  | 85  | Havelland              |            |
| 28  | Eifel                       |  | 57  | Niedersachsen                          |  | 86  | Sachsen-Anhalt         |            |
| 29  | Chiemgau                    |  | 58  | Rhön                                   |  | 87  | Mittelrhein            |            |

## 7.2.2 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: Alle untersuchten Destinationen

| „Natururlaub“  |  |  |     |                            |  | Basis:<br>Themen-<br>Interessenten |   |
|--|--|--|-----|----------------------------|--|------------------------------------|---|
| Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle) |  |  |     |                            |  |                                    |   |
| Ranking der Kategorie 2: Alle untersuchten Destinationen (Ø = 40%)                                     |  |  |     |                            |  |                                    |   |
| 88   | Sächsisches Elbland                        |  | 117 | Metropolregion München     |  | 146                                | Dessau                                  |
| 89   | Spessart-Mainland                          |  | 118 | Trier                      |  | 147                                | Osnabrück                               |
| 90   | Weserbergland                              |  | 119 | Bamberg                    |  | 148                                | Worpswede                               |
| 91   | Niederrhein                                |  | 120 | Regensburg                 |  | 149                                | Fläming                                 |
| 92   | Nordrhein-Westfalen                        |  | 121 | Potsdam                    |  | 150                                | Ruppiner Seenland                       |
| 93   | Nordseeland Dithmarschen                   |  | 122 | München                    |  | 151                                | Hannover                                |
| 94   | Region Südharz Kyffhäuser                  |  | 123 | Lausitzer Seenland         |  | 152                                | Mainz                                   |
| 95   | Rothenburg ob der Tauber                   |  | 124 | Friedrichskoog             |  | 153                                | GrimmHeimat NordHessen                  |
| 96   | Schwerin                                   |  | 125 | Baiersbronn im Schwarzwald |  | 154                                | Bremen                                  |
| 97   | Kiel                                       |  | 126 | Grömitz                    |  | 155                                | Berlin                                  |
| 98   | Baden-Baden                                |  | 127 | weimar Kulturstadt Europas |  | 156                                | Braunschweiger Land                     |
| 99   | Nürnberger Land                            |  | 128 | Bad Wildungen              |  | 157                                | Leipzig                                 |
| 100  | Naturpark Altmühltal                       |  | 129 | Nahe                       |  | 158                                | Stuttgart                               |
| 101  | Alpenwelt Karwendel                        |  | 130 | Nürnberg                   |  | 159                                | Aachen                                  |
| 102  | Seenland Oder-Spree                        |  | 131 | Erlebnisregion Edersee     |  | 160                                | Worms                                   |
| 103  | Rüdesheim und Assmannshausen am Rhein      |  | 132 | Vogelsberg                 |  | 161                                | neanderland / Kreis Mettmann            |
| 104  | Heidelberg                                 |  | 133 | Erfurt                     |  | 162                                | Naheland                                |
| 105  | Ammergauer Alpen                           |  | 134 | Görlitz                    |  | 163                                | Bad Frankenhausen                       |
| 106  | Saale-Unstrut                              |  | 135 | Willingen                  |  | 164                                | Bonn                                    |
| 107  | Hessische Bergstraße                       |  | 136 | Metropolregion Hamburg     |  | 165                                | Frankfurt am Main                       |
| 108  | Bayreuth                                   |  | 137 | Ruhrgebiet                 |  | 166                                | Karlsruhe                               |
| 109  | Magdeburg Elbe-Börde-Heide                 |  | 138 | Hamburg                    |  | 167                                | Köln                                    |
| 110  | Lübeck                                     |  | 139 | Wiesbaden                  |  | 168                                | Mannheim                                |
| 111  | Lahntal                                    |  | 140 | Magdeburg                  |  | 169                                | Essen                                   |
| 112  | Naturgarten Kaiserstuhl                    |  | 141 | Kassel                     |  | 170                                | Düsseldorf                              |
| 113  | Ahrtal                                     |  | 142 | Die Bergischen Drei        |  | 171                                | Wolfsburg                               |
| 114  | Kaiserbäder Ahlbeck · Heringsdorf · Bansin |  | 143 | Saarbrücken                |  | 172                                | Stadt Oberhausen in Nordrhein-Westfalen |
| 115  | Dresden                                    |  | 144 | Siegerland-Wittgenstein    |  |                                    |   |
| 116  | Altmark                                    |  | 145 | Celle                      |  |                                    |   |

## 7.2.2 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: *Alle untersuchten Destinationen*

| „Wellnessurlaub / Wellnessreise“<br>Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)<br>Ranking der Kategorie 2: Alle untersuchten Destinationen (Ø = 27%) |                             |    | Basis:<br>Alle Befragte          |    |  |
|--|-----------------------------|----|----------------------------------|----|--|
| 1  | Nordsee                     | 30 | München                          | 59 | Metropolregion München                 |
| 2  | Ostsee                      | 31 | Chiemgau                         | 60 | Erzgebirge                             |
| 3  | Sylt                        | 32 | Alpenregion Tegernsee-Schliersee | 61 | Pfalz                                  |
| 4  | Bayern                      | 33 | Berchtesgadener Land             | 62 | Baden                                  |
| 5  | Insel Rügen                 | 34 | Oberstdorf                       | 63 | Freiburg im Breisgau                   |
| 6  | Insel Usedom                | 35 | Thüringer Wald                   | 64 | Schwäbische Alb                        |
| 7  | Allgäu                      | 36 | Stralsund                        | 65 | Fichtelgebirge                         |
| 8  | Schwarzwald                 | 37 | Helgoland                        | 66 | Lüneburg                               |
| 9  | Chiemsee                    | 38 | Langeoog                         | 67 | Rhön                                   |
| 10   | Bayerischer Wald            | 39 | Baden-Baden                      | 68 | Taunus                                 |
| 11   | Bodensee                    | 40 | Füssen im Allgäu                 | 69 | Brandenburg                            |
| 12   | Nordsee Schleswig-Holstein  | 41 | Nordseeinsel Juist               | 70 | Lübeck                                 |
| 13   | Timmendorfer Strand         | 42 | Föhr                             | 71 | Füssen                                 |
| 14   | Ostsee Schleswig-Holstein   | 43 | Hessen                           | 72 | Teutoburger Wald                       |
| 15   | Oberbayern                  | 44 | Rheinland-Pfalz                  | 73 | Sachsen                                |
| 16   | St. Peter-Ording            | 45 | Sauerland                        | 74 | Bergisches Land                        |
| 17   | Nordsee Niedersachsen       | 46 | Mosel                            | 75 | Kiel                                   |
| 18   | Norderney                   | 47 | Thüringen                        | 76 | Westerwald                             |
| 19   | Travemünde                  | 48 | Franken                          | 77 | Metropolregion Hamburg                 |
| 20   | Konstanz am Bodensee        | 49 | Büsum                            | 78 | Sächsische Schweiz-Elbsandsteingebirge |
| 21   | Hochschwarzwald             | 50 | Zugspitzregion                   | 79 | Dresden                                |
| 22   | Mecklenburg-Vorpommern      | 51 | Spreewald                        | 80 | Odenwald                               |
| 23   | Mecklenburgische Seenplatte | 52 | Württemberg                      | 81 | Münsterland                            |
| 24   | Schleswig-Holstein          | 53 | Ostseebad Kühlungsborn           | 82 | Hunsrück                               |
| 25   | Baden-Württemberg           | 54 | Niedersachsen                    | 83 | Berlin                                 |
| 26   | Garmisch-Partenkirchen      | 55 | Nordrhein-Westfalen              | 84 | Spessart                               |
| 27   | Lüneburger Heide            | 56 | Rostock-Warnemünde               | 85 | Romantischer Rhein                     |
| 28   | Harz                        | 57 | Hamburg                          | 86 | Heidelberg                             |
| 29   | Fehmarn                     | 58 | Eifel                            | 87 | Pfälzerwald                            |

## 7.2.2 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: Alle untersuchten Destinationen

| „Wellnessurlaub / Wellnessreise“   |  |            | Basis:<br>Alle Befragte |                            |  |     |   |  |
|--|--|------------|-------------------------|----------------------------|--|-----|---|--|
| Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle) |  |            |                         |                            |  |     |   |  |
| Ranking der Kategorie 2: Alle untersuchten Destinationen (Ø = 27%)                                     |  |            |                         |                            |  |     |   |  |
| 88   | Rheingau                                   |            | 117                     | Weserbergland              |  | 146 | Ahrtal                                  |  |
| 89   | Düsseldorf                                 |            | 118                     | Köln                       |  | 147 | Altmark                                 |  |
| 90   | Rheinhessen                                |            | 119                     | Seenland Oder-Spree        |  | 148 | Görlitz                                 |  |
| 91   | Saarland                                   |            | 120                     | Frankfurt am Main          |  | 149 | Lausitzer Seenland                      |  |
| 92   | Stuttgart                                  |            | 121                     | Sächsisches Elbland        |  | 150 | Saale-Unstrut                           |  |
| 93   | Schwerin                                   |            | 122                     | Spessart-Mainland          |  | 151 | Essen                                   |  |
| 94   | Nürnberg                                   |            | 123                     | Bamberg                    |  | 152 | Osnabrück                               |  |
| 95   | Potsdam                                    |            | 124                     | Grömitz                    |  | 153 | Karlsruhe                               |  |
| 96   | Havelland                                  |            | 125                     | Ruhrgebiet                 |  | 154 | Erlebnisregion Edersee                  |  |
| 97   | Vogtland                                   |            | 126                     | Erfurt                     |  | 155 | Willingen                               |  |
| 98   | Bayreuth                                   |            | 127                     | Naturpark Altmühltal       |  | 156 | Celle                                   |  |
| 99   | Wiesbaden                                  |            | 128                     | Ammergauer Alpen           |  | 157 | Vogelsberg                              |  |
| 100  | Sachsen-Anhalt                             |            | 129                     | weimar Kulturstadt Europas |  | 158 | Nahe                                    |  |
| 101  | Niederrhein                                |            | 130                     | Mainz                      |  | 159 | Stadt Oberhausen in Nordrhein-Westfalen |  |
| 102  | Regensburg                                 |            | 131                     | Bremen                     |  | 160 | Die Bergischen Drei                     |  |
| 103  | Kaiserbäder Ahlbeck · Heringsdorf · Bansin |            | 132                     | Hannover                   |  | 161 | Worms                                   |  |
| 104  | Nordseeland Dithmarschen                   |            | 133                     | Kassel                     |  | 162 | Braunschweiger Land                     |  |
| 105  | Trier                                      |            | 134                     | Saarbrücken                |  | 163 | Ruppiner Seenland                       |  |
| 106  | Frankenwald                                |            | 135                     | Magdeburg                  |  | 164 | Dessau                                  |  |
| 107  | Fränkisches Weinland                       |            | 136                     | Aachen                     |  | 165 | Wolfsburg                               |  |
| 108  | Nürnberger Land                            |            | 137                     | Bonn                       |  | 166 | Siegerland-Wittgenstein                 |  |
| 109  | <b>Uckermark</b>                           | <b>21%</b> | 138                     | Magdeburg Elbe-Börde-Heide |  | 167 | Fläming                                 |  |
| 110  | Mittelrhein                                |            | 139                     | Friedrichskoog             |  | 168 | Worpswede                               |  |
| 111  | Rothenburg ob der Tauber                   |            | 140                     | Alpenwelt Karwendel        |  | 169 | GrimmHeimat NordHessen                  |  |
| 112  | Bad Wildungen                              |            | 141                     | Hessische Bergstraße       |  | 170 | Naheland                                |  |
| 113  | Region Südharz Kyffhäuser                  |            | 142                     | Baiersbronn im Schwarzwald |  | 171 | Bad Frankenhausen                       |  |
| 114  | Bingen am Rhein                            |            | 143                     | Mannheim                   |  | 172 | neanderland / Kreis Mettmann            |  |
| 115  | Rüdesheim und Assmannshausen am Rhein      |            | 144                     | Naturgarten Kaiserstuhl    |  |     |   |  |
| 116  | Leipzig                                    |            | 145                     | Lahntal                    |  |     |   |  |



## 7.2.2 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: *Alle untersuchten Destinationen*

|   |                             |  | <b>„Wellnessurlaub / Wellnessreise“</b> |                                  |  | <i>Basis:<br/>Themen-<br/>Interessenten</i> |  |
|---|-----------------------------|--|---|----------------------------------|--|---|--|
| <i>Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)</i> |                             |  |   |                                  |  |   |  |
| <b>Ranking der Kategorie 2: Alle untersuchten Destinationen (Ø = 35%)</b>                                     |                             |  |   |                                  |  |   |  |
| 1   | Nordsee                     |  | 30                                      | Garmisch-Partenkirchen           |  | 59  | Rostock-Warnemünde                     |
| 2   | Bayern                      |  | 31                                      | Schleswig-Holstein               |  | 60  | Brandenburg                            |
| 3   | Sylt                        |  | 32                                      | Berchtesgadener Land             |  | 61  | Nordrhein-Westfalen                    |
| 4   | Ostsee                      |  | 33                                      | Oberstdorf                       |  | 62  | Teutoburger Wald                       |
| 5   | Bodensee                    |  | 34                                      | Thüringer Wald                   |  | 63  | Pfalz                                  |
| 6   | Insel Rügen                 |  | 35                                      | Alpenregion Tegernsee-Schliersee |  | 64  | Sachsen                                |
| 7   | Insel Usedom                |  | 36                                      | Mosel                            |  | 65  | Bergisches Land                        |
| 8   | Chiemsee                    |  | 37                                      | Eifel                            |  | 66  | Dresden                                |
| 9   | Bayerischer Wald            |  | 38                                      | Hessen                           |  | 67  | Schwäbische Alb                        |
| 10  | Allgäu                      |  | 39                                      | Baden-Baden                      |  | 68  | Baden                                  |
| 11  | Schwarzwald                 |  | 40                                      | Franken                          |  | 69  | Württemberg                            |
| 12  | Nordsee Schleswig-Holstein  |  | 41                                      | Sauerland                        |  | 70  | Lüneburg                               |
| 13  | Ostsee Schleswig-Holstein   |  | 42                                      | Stralsund                        |  | 71  | Füssen                                 |
| 14  | Oberbayern                  |  | 43                                      | Rheinland-Pfalz                  |  | 72  | Kiel                                   |
| 15  | Timmendorfer Strand         |  | 44                                      | Helgoland                        |  | 73  | Freiburg im Breisgau                   |
| 16  | Konstanz am Bodensee        |  | 45                                      | Hamburg                          |  | 74  | Lübeck                                 |
| 17  | St. Peter-Ording            |  | 46                                      | Erzgebirge                       |  | 75  | Münsterland                            |
| 18  | Mecklenburg-Vorpommern      |  | 47                                      | Zugspitzregion                   |  | 76  | Taunus                                 |
| 19  | Travemünde                  |  | 48                                      | Füssen im Allgäu                 |  | 77  | Rhön                                   |
| 20  | Norderney                   |  | 49                                      | Niedersachsen                    |  | 78  | Westerwald                             |
| 21  | Harz                        |  | 50                                      | Spreewald                        |  | 79  | Heidelberg                             |
| 22  | Nordsee Niedersachsen       |  | 51                                      | Föhr                             |  | 80  | Metropolregion Hamburg                 |
| 23  | Hochschwarzwald             |  | 52                                      | Thüringen                        |  | 81  | Sächsische Schweiz-Elbsandsteingebirge |
| 24  | Fehmarn                     |  | 53                                      | Langeoog                         |  | 82  | Berlin                                 |
| 25  | Baden-Württemberg           |  | 54                                      | Fichtelgebirge                   |  | 83  | Saarland                               |
| 26  | Mecklenburgische Seenplatte |  | 55                                      | Ostseebad Kühlungsborn           |  | 84  | Düsseldorf                             |
| 27  | München                     |  | 56                                      | Metropolregion München           |  | 85  | Odenwald                               |
| 28  | Lüneburger Heide            |  | 57                                      | Nordseeinsel Juist               |  | 86  | Rheingau                               |
| 29  | Chiemgau                    |  | 58                                      | Büsum                            |  | 87  | Bayreuth                               |

## 7.2.2 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: *Alle untersuchten Destinationen*

| „Wellnessurlaub / Wellnessreise“<br>Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)<br>Ranking der Kategorie 2: Alle untersuchten Destinationen (Ø = 35%) |  |            | Basis:<br>Themen-<br>Interessenten |                            |  |     |   |  |
|--|--|------------|------------------------------------|----------------------------|--|-----|---|--|
| 88   | Romantischer Rhein                         |            | 117                                | Bamberg                    |  | 146 | Essen                                   |  |
| 89   | Schwerin                                   |            | 118                                | Region Südharz Kyffhäuser  |  | 147 | Ahrtal                                  |  |
| 90   | Spessart                                   |            | 119                                | Köln                       |  | 148 | Lahntal                                 |  |
| 91   | Wiesbaden                                  |            | 120                                | Weserbergland              |  | 149 | Naturgarten Kaiserstuhl                 |  |
| 92   | Potsdam                                    |            | 121                                | Grömitz                    |  | 150 | Friedrichskoog                          |  |
| 93   | Hunsrück                                   |            | 122                                | Mainz                      |  | 151 | Osnabrück                               |  |
| 94   | Nürnberg                                   |            | 123                                | Ruhrgebiet                 |  | 152 | Görlitz                                 |  |
| 95   | Fränkisches Weinland                       |            | 124                                | Seenland Oder-Spree        |  | 153 | Celle                                   |  |
| 96   | Pfälzerwald                                |            | 125                                | Sächsisches Elbland        |  | 154 | Willingen                               |  |
| 97   | Rothenburg ob der Tauber                   |            | 126                                | Bremen                     |  | 155 | Karlsruhe                               |  |
| 98   | Stuttgart                                  |            | 127                                | Vogtland                   |  | 156 | Erlebnisregion Edersee                  |  |
| 99   | Rheinhessen                                |            | 128                                | weimar Kulturstadt Europas |  | 157 | Nahe                                    |  |
| 100  | Nordseeland Dithmarschen                   |            | 129                                | Bonn                       |  | 158 | Stadt Oberhausen in Nordrhein-Westfalen |  |
| <b>101</b>   | <b>Uckermark</b>                           | <b>28%</b> | 130                                | Spessart-Mainland          |  | 159 | Braunschweiger Land                     |  |
| 102  | Erfurt                                     |            | 131                                | Mannheim                   |  | 160 | Die Bergischen Drei                     |  |
| 103  | Mittelrhein                                |            | 132                                | Naturpark Altmühltal       |  | 161 | Dessau                                  |  |
| 104  | Regensburg                                 |            | 133                                | Bad Wildungen              |  | 162 | Vogelsberg                              |  |
| 105  | Frankenwald                                |            | 134                                | Alpenwelt Karwendel        |  | 163 | Worms                                   |  |
| 106  | Sachsen-Anhalt                             |            | 135                                | Ammergauer Alpen           |  | 164 | Wolfsburg                               |  |
| 107  | Bingen am Rhein                            |            | 136                                | Aachen                     |  | 165 | Ruppiner Seenland                       |  |
| 108  | Niederrhein                                |            | 137                                | Kassel                     |  | 166 | Siegerland-Wittgenstein                 |  |
| 109  | Nürnberger Land                            |            | 138                                | Altmark                    |  | 167 | Worpswede                               |  |
| 110  | Kaiserbäder Ahlbeck · Heringsdorf · Bansin |            | 139                                | Hessische Bergstraße       |  | 168 | Bad Frankenhausen                       |  |
| 111  | Havelland                                  |            | 140                                | Magdeburg                  |  | 169 | Fläming                                 |  |
| 112  | Rüdesheim und Assmannshausen am Rhein      |            | 141                                | Saarbrücken                |  | 170 | GrimmHeimat NordHessen                  |  |
| 113  | Leipzig                                    |            | 142                                | Saale-Unstrut              |  | 171 | Naheland                                |  |
| 114  | Trier                                      |            | 143                                | Lausitzer Seenland         |  | 172 | neanderland / Kreis Mettmann            |  |
| 115  | Hannover                                   |            | 144                                | Magdeburg Elbe-Börde-Heide |  |     |   |  |
| 116  | Frankfurt am Main                          |            | 145                                | Baiersbronn im Schwarzwald |  |     |   |  |

## 7.2.2 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: Alle untersuchten Destinationen

| „Landurlaub / Urlaub auf dem Bauern- bzw. Winzerhof“   |                             |  | Basis:<br>Alle Befragte |                                  |  |           |  |            |
|--|-----------------------------|--|-------------------------|----------------------------------|--|-----------|--|------------|
| Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle) |                             |  |                         |                                  |  |           |  |            |
| Ranking der Kategorie 2: Alle untersuchten Destinationen (Ø = 26%)                                     |                             |  |                         |                                  |  |           |  |            |
| 1  | Bayern                      |  | 30                      | Füssen im Allgäu                 |  | 59        | Pfälzerwald                            |            |
| 2  | Allgäu                      |  | 31                      | Garmisch-Partenkirchen           |  | 60        | Freiburg im Breisgau                   |            |
| 3  | Schwarzwald                 |  | 32                      | Insel Usedom                     |  | 61        | Saarland                               |            |
| 4  | Oberbayern                  |  | 33                      | Niedersachsen                    |  | 62        | Rheingau                               |            |
| 5  | Bayerischer Wald            |  | 34                      | Württemberg                      |  | 63        | Fehmarn                                |            |
| 6  | Lüneburger Heide            |  | 35                      | Nordsee Niedersachsen            |  | 64        | Rhein Hessen                           |            |
| 7  | Nordsee                     |  | 36                      | Alpenregion Tegernsee-Schliersee |  | 65        | Füssen                                 |            |
| 8  | Mecklenburg-Vorpommern      |  | 37                      | Oberstdorf                       |  | 66        | Fränkisches Weinland                   |            |
| 9  | Schleswig-Holstein          |  | 38                      | Fichtelgebirge                   |  | 67        | Romantischer Rhein                     |            |
| 10   | Mosel                       |  | 39                      | Spreewald                        |  | 68        | Sächsische Schweiz-Elbsandsteingebirge |            |
| 11   | Chiemsee                    |  | 40                      | Erzgebirge                       |  | <b>69</b> | <b>Uckermark</b>                       | <b>28%</b> |
| 12   | Baden-Württemberg           |  | 41                      | Bergisches Land                  |  | 70        | Timmendorfer Strand                    |            |
| 13   | Thüringer Wald              |  | 42                      | Konstanz am Bodensee             |  | 71        | Niederrhein                            |            |
| 14   | Hochschwarzwald             |  | 43                      | Hessen                           |  | 72        | Vogtland                               |            |
| 15   | Rheinland-Pfalz             |  | 44                      | Insel Rügen                      |  | 73        | Frankenwald                            |            |
| 16   | Berchtesgadener Land        |  | 45                      | Lüneburg                         |  | 74        | Sachsen-Anhalt                         |            |
| 17   | Mecklenburgische Seenplatte |  | 46                      | Westerwald                       |  | 75        | Mittelrhein                            |            |
| 18   | Schwäbische Alb             |  | 47                      | Teutoburger Wald                 |  | 76        | St. Peter-Ording                       |            |
| 19   | Franken                     |  | 48                      | Odenwald                         |  | 77        | Stralsund                              |            |
| 20   | Ostsee Schleswig-Holstein   |  | 49                      | Zugspitzregion                   |  | 78        | Bingen am Rhein                        |            |
| 21   | Harz                        |  | 50                      | Rhön                             |  | 79        | Spessart-Mainland                      |            |
| 22   | Sauerland                   |  | 51                      | Brandenburg                      |  | 80        | Nürnberger Land                        |            |
| 23   | Nordsee Schleswig-Holstein  |  | 52                      | Spessart                         |  | 81        | Norderney                              |            |
| 24   | Pfalz                       |  | 53                      | Taunus                           |  | 82        | Nordseeland Dithmarschen               |            |
| 25   | Ostsee                      |  | 54                      | Hunsrück                         |  | 83        | Weserbergland                          |            |
| 26   | Chiemgau                    |  | 55                      | Münsterland                      |  | 84        | Havelland                              |            |
| 27   | Bodensee                    |  | 56                      | Baden                            |  | 85        | Naturpark Altmühltal                   |            |
| 28   | Thüringen                   |  | 57                      | Nordrhein-Westfalen              |  | 86        | Sylt                                   |            |
| 29   | Eifel                       |  | 58                      | Sachsen                          |  | 87        | Büsum                                  |            |

## 7.2.2 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: *Alle untersuchten Destinationen*

| „Landurlaub / Urlaub auf dem Bauern- bzw. Winzerhof“<br>Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)<br>Ranking der Kategorie 2: Alle untersuchten Destinationen (Ø = 26%) |                                       |     | Basis:<br>Alle Befragte    |     |  |
|--|---------------------------------------|-----|----------------------------|-----|--|
| 88   | Föhr                                  | 117 | Nahe                       | 146 | Kassel                                     |
| 89   | Rüdesheim und Assmannshausen am Rhein | 118 | Kiel                       | 147 | Fläming                                    |
| 90   | Travemünde                            | 119 | Lübeck                     | 148 | Metropolregion Hamburg                     |
| 91   | Rothenburg ob der Tauber              | 120 | Lausitzer Seenland         | 149 | Grömitz                                    |
| 92   | Metropolregion München                | 121 | Heidelberg                 | 150 | Stuttgart                                  |
| 93   | Ammergauer Alpen                      | 122 | Vogelsberg                 | 151 | Hannover                                   |
| 94   | Hessische Bergstraße                  | 123 | Friedrichskoog             | 152 | GrimmHeimat NordHessen                     |
| 95   | Alpenwelt Karwendel                   | 124 | Baiersbronn im Schwarzwald | 153 | Hamburg                                    |
| 96   | Langeoog                              | 125 | Nürnberg                   | 154 | Kaiserbäder Ahlbeck · Heringsdorf · Bansin |
| 97   | Ahrtal                                | 126 | Osnabrück                  | 155 | Berlin                                     |
| 98   | Region Südharz Kyffhäuser             | 127 | Erlebnisregion Edersee     | 156 | Ruppiner Seenland                          |
| 99   | Helgoland                             | 128 | Magdeburg                  | 157 | Leipzig                                    |
| 100  | Trier                                 | 129 | Willingen                  | 158 | Bremen                                     |
| 101  | Schwerin                              | 130 | Potsdam                    | 159 | Naheland                                   |
| 102  | Ostseebad Kühlungsborn                | 131 | Wiesbaden                  | 160 | Aachen                                     |
| 103  | Baden-Baden                           | 132 | Braunschweiger Land        | 161 | Mannheim                                   |
| 104  | Seenland Oder-Spree                   | 133 | Ruhrgebiet                 | 162 | Dessau                                     |
| 105  | Magdeburg Elbe-Börde-Heide            | 134 | weimar Kulturstadt Europas | 163 | Köln                                       |
| 106  | Rostock-Warnemünde                    | 135 | Celle                      | 164 | Bonn                                       |
| 107  | Naturgarten Kaiserstuhl               | 136 | Worpswede                  | 165 | Düsseldorf                                 |
| 108  | Saale-Unstrut                         | 137 | Görlitz                    | 166 | Frankfurt am Main                          |
| 109  | Sächsisches Elbland                   | 138 | Dresden                    | 167 | Wolfsburg                                  |
| 110  | Altmark                               | 139 | Saarbrücken                | 168 | Karlsruhe                                  |
| 111  | Nordseeinsel Juist                    | 140 | Bad Wildungen              | 169 | Stadt Oberhausen in Nordrhein-Westfalen    |
| 112  | Bayreuth                              | 141 | Siegerland-Wittgenstein    | 170 | neanderland / Kreis Mettmann               |
| 113  | Lahntal                               | 142 | Die Bergischen Drei        | 171 | Bad Frankenhausen                          |
| 114  | Regensburg                            | 143 | Erfurt                     | 172 | Essen                                      |
| 115  | Bamberg                               | 144 | Mainz                      |     |  |
| 116  | München                               | 145 | Worms                      |     |  |

## 7.2.2 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: *Alle untersuchten Destinationen*

|    |                             |  | <b>„Landurlaub / Urlaub auf dem Bauern- bzw. Winzerhof“</b><br><i>Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)</i><br><b>Ranking der Kategorie 2: Alle untersuchten Destinationen (Ø = 35%)</b> |  |  | <i>Basis:<br/>Themen-<br/>Interessenten</i> |                          |            |
|----|-----------------------------|--|---|--|--|---|--------------------------|------------|
| 1  | Allgäu                      |  | 30  | Schwäbische Alb                        |  | 59  | Spessart                 |            |
| 2  | Schwarzwald                 |  | 31  | Ostsee Schleswig-Holstein              |  | 60  | Nordrhein-Westfalen      |            |
| 3  | Bayern                      |  | 32  | Sauerland                              |  | 61  | Timmendorfer Strand      |            |
| 4  | Nordsee                     |  | 33  | Garmisch-Partenkirchen                 |  | 62  | Freiburg im Breisgau     |            |
| 5  | Bayerischer Wald            |  | 34  | Insel Rügen                            |  | 63  | Fränkisches Weinland     |            |
| 6  | Oberbayern                  |  | 35  | Franken                                |  | 64  | Baden                    |            |
| 7  | Lüneburger Heide            |  | 36  | Bergisches Land                        |  | 65  | Hunsrück                 |            |
| 8  | Chiemsee                    |  | 37  | Niedersachsen                          |  | 66  | Rothenburg ob der Tauber |            |
| 9  | Thüringer Wald              |  | 38  | Spreewald                              |  | 67  | Rheingau                 |            |
| 10 | Baden-Württemberg           |  | 39  | Konstanz am Bodensee                   |  | 68  | Frankenwald              |            |
| 11 | Harz                        |  | 40  | Teutoburger Wald                       |  | 69  | Nürnberger Land          |            |
| 12 | Mecklenburg-Vorpommern      |  | 41  | Alpenregion Tegernsee-Schliersee       |  | 70  | Bingen am Rhein          |            |
| 13 | Rheinland-Pfalz             |  | 42  | Oberstdorf                             |  | 71  | Saarland                 |            |
| 14 | Hochschwarzwald             |  | 43  | Sachsen                                |  | 72  | Weserbergland            |            |
| 15 | Mosel                       |  | 44  | Brandenburg                            |  | 73  | Vogtland                 |            |
| 16 | Eifel                       |  | 45  | Hessen                                 |  | 74  | Spessart-Mainland        |            |
| 17 | Ostsee                      |  | 46  | Württemberg                            |  | 75  | Füssen                   |            |
| 18 | Pfalz                       |  | 47  | Zugspitzregion                         |  | <b>76</b>                                   | <b>Uckermark</b>         | <b>36%</b> |
| 19 | Schleswig-Holstein          |  | 48  | Odenwald                               |  | 77  | Rheinhessen              |            |
| 20 | Nordsee Schleswig-Holstein  |  | 49  | Fehmarn                                |  | 78  | Mittelrhein              |            |
| 21 | Füssen im Allgäu            |  | 50  | Nordsee Niedersachsen                  |  | 79  | Norderney                |            |
| 22 | Thüringen                   |  | 51  | Lüneburg                               |  | 80  | St. Peter-Ording         |            |
| 23 | Chiemgau                    |  | 52  | Münsterland                            |  | 81  | Nordseeland Dithmarschen |            |
| 24 | Berchtesgadener Land        |  | 53  | Rhön                                   |  | 82  | Havelland                |            |
| 25 | Bodensee                    |  | 54  | Romantischer Rhein                     |  | 83  | Metropolregion München   |            |
| 26 | Insel Usedom                |  | 55  | Westerwald                             |  | 84  | Sachsen-Anhalt           |            |
| 27 | Mecklenburgische Seenplatte |  | 56  | Taunus                                 |  | 85  | Niederrhein              |            |
| 28 | Fichtelgebirge              |  | 57  | Pfälzerwald                            |  | 86  | Büsum                    |            |
| 29 | Erzgebirge                  |  | 58  | Sächsische Schweiz-Elbsandsteingebirge |  | 87  | Stralsund                |            |

## 7.2.2 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: *Alle untersuchten Destinationen*

| <b>„Landurlaub / Urlaub auf dem Bauern- bzw. Winzerhof“</b> <span style="float: right;">Basis:<br/>Themen-<br/>Interessenten</span> |                                       |     |  |
|---|---------------------------------------|-----|--|
| <i>Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)</i>                       |                                       |     |  |
| <b>Ranking der Kategorie 2: Alle untersuchten Destinationen (Ø = 35%)</b>   |                                       |     |  |
| 88  | Alpenwelt Karwendel                   | 146 | Stuttgart                                  |
| 89  | Seenland Oder-Spree                   | 147 | Köln                                       |
| 90  | Baden-Baden                           | 148 | Hamburg                                    |
| 91  | Schwerin                              | 149 | Leipzig                                    |
| 92  | Sylt                                  | 150 | Potsdam                                    |
| 93  | Helgoland                             | 151 | Aachen                                     |
| 94  | Naturpark Altmühltal                  | 152 | Fläming                                    |
| 95  | Travemünde                            | 153 | Vogelsberg                                 |
| 96  | Altmark                               | 154 | Die Bergischen Drei                        |
| 97  | Langeoog                              | 155 | Bonn                                       |
| 98  | Ammergauer Alpen                      | 156 | Dessau                                     |
| 99  | Sächsisches Elbland                   | 157 | Ruppiner Seenland                          |
| 100   | Ostseebad Kühlungsborn                | 158 | Frankfurt am Main                          |
| 101   | Hessische Bergstraße                  | 159 | Kaiserbäder Ahlbeck · Heringsdorf · Bansin |
| 102   | Föhr                                  | 160 | Worpswede                                  |
| 103   | Region Südharz Kyffhäuser             | 161 | Düsseldorf                                 |
| 104   | Bamberg                               | 162 | Bremen                                     |
| 105   | Saale-Unstrut                         | 163 | Mannheim                                   |
| 106   | Bayreuth                              | 164 | Karlsruhe                                  |
| 107   | Trier                                 | 165 | Grömitz                                    |
| 108   | Naturgarten Kaiserstuhl               | 166 | Naheland                                   |
| 109   | Rostock-Warnemünde                    | 167 | GrimmHeimat NordHessen                     |
| 110   | Regensburg                            | 168 | Stadt Oberhausen in Nordrhein-Westfalen    |
| 111   | Magdeburg Elbe-Börde-Heide            | 169 | Bad Frankenhausen                          |
| 112   | Rüdesheim und Assmannshausen am Rhein | 170 | Wolfsburg                                  |
| 113   | München                               | 171 | Essen                                      |
| 114   | Lahntal                               | 172 | neanderland / Kreis Mettmann               |
| 115   | Nordseeinsel Juist                    |     |  |
| 116   | Nürnberg                              | 145 | Willingen                                  |

## 7.2.2 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: *Alle untersuchten Destinationen*

| „Familienurlaub“   |                           |    |                   | <i>Basis:<br/>Alle Befragte</i> |                                     |
|--|---------------------------|----|-------------------|---------------------------------|-------------------------------------|
| Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle) |                           |    |                   |                                 |                                     |
| Ranking der Kategorie 2: Alle untersuchten Destinationen (Ø = 37%)                                     |                           |    |                   |                                 |                                     |
| 1  | Nordsee                   | 16 | Harz              | 31                              | Helgoland                           |
| 2  | Ostsee                    | 17 | Sylt              | 32                              | Langeoog                            |
| 3  | Bayern                    | 18 | Fehmarn           | 33                              | Brandenburg                         |
| 4  | Schwarzwald               | 19 | Hochschwarzwald   | 34                              | Fichtelgebirge                      |
| 5  | Insel Rügen               | 20 | Norderney         | 35                              | Pfalz                               |
| 6  | Allgäu                    | 21 | Travemünde        | 36                              | Nordseeinsel Juist                  |
| 7  | Insel Usedom              | 22 | Erzgebirge        | 37                              | Niedersachsen                       |
| 8  | Bayerischer Wald          | 23 | Baden-Württemberg | 38                              | Alpenregion Tegernsee-Schliersee    |
| 9  | Ostsee Schleswig-Holstein | 24 | Sauerland         | 39                              | Föhr                                |
| 10   | Chiemsee                  | 25 | St. Peter-Ording  | 40                              | Hessen                              |
| 11   | Oberbayern                | 26 | Eifel             | 41                              | Sächsische Schweiz-Elbsandsteingeb. |
| 12   | Timmendorfer Strand       | 27 | Chiemgau          | 42                              | Sachsen                             |
| 13   | Mecklenburg-Vorpommern    | 28 | Rheinland-Pfalz   | 43                              | Büsum                               |
| 14   | Schleswig-Holstein        | 29 | Oberstdorf        | 44                              | Bergisches Land                     |
| 15   | Lüneburger Heide          | 30 | Füssen im Allgäu  | 45                              | Rhön                                |

► **Anmerkung:** Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016


## 7.2.2 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: *Alle untersuchten Destinationen*

|    |                          | „Familienurlaub“<br>Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)<br>Ranking der Kategorie 2: Alle untersuchten Destinationen (Ø = 37%) |  |            | Basis:<br>Alle Befragte |                              |
|----|--------------------------|--|--|------------|-------------------------|------------------------------|
| 46 | Westerwald               | <b>61</b>  | <b>Uckermark</b>                       | <b>28%</b> | 76                      | Wiesbaden                    |
| 47 | Ostseebad Kühlungsborn   | 62   | Nürnberger Land                        |            | 77                      | Vogelsberg                   |
| 48 | Spessart                 | 63   | Region Südharz Kyffhäuser              |            | 78                      | Willingen                    |
| 49 | Odenwald                 | 64   | Spessart-Mainland                      |            | 79                      | Nahe                         |
| 50 | Taunus                   | 65   | Alpenwelt Karwendel                    |            | 80                      | Wolfsburg                    |
| 51 | Hunsrück                 | 66   | Kaiserbäder Ahlb. · Heringsd. · Bansin |            | 81                      | Karlsruhe                    |
| 52 | Lübeck                   | 67   | Grömitz                                |            | 82                      | GrimmHeimat NordHessen       |
| 53 | Saarland                 | 68   | Friedrichskoog                         |            | 83                      | Stadt Oberhausen in NRW      |
| 54 | Schwerin                 | 69   | Lahntal                                |            | 84                      | Siegerland-Wittgenstein      |
| 55 | Füssen                   | 70   | Stuttgart                              |            | 85                      | neanderland / Kreis Mettmann |
| 56 | Metropolregion München   | 71   | Rüdesheim und Assmannshausen           |            | 86                      | Naheland                     |
| 57 | Potsdam                  | 72   | Erlebnisregion Edersee                 |            | 87                      | Bad Frankenhausen            |
| 58 | Vogtland                 | 73   | Ahrtal                                 |            |                         |                              |
| 59 | Nordseeland Dithmarschen | 74   | Baiersbronn im Schwarzwald             |            |                         |                              |
| 60 | Frankenwald              | 75   | Saarbrücken                            |            |                         |                              |

► **Anmerkung:** Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016



## 7.2.2 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: *Alle untersuchten Destinationen*

|  |                           |  | <b>„Familienurlaub“</b><br><i>Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)</i><br><b>Ranking der Kategorie 2: Alle untersuchten Destinationen (Ø = 42%)</b> |                    |  | <i>Basis:<br/>Themen-<br/>Interessenten</i> |                                     |  |
|--|---------------------------|--|---|--------------------|--|---|-------------------------------------|--|
| 1  | Nordsee                   |  | 16  | Schleswig-Holstein |  | 31  | Brandenburg                         |  |
| 2  | Ostsee                    |  | 17  | Sylt               |  | 32  | Rheinland-Pfalz                     |  |
| 3  | Bayern                    |  | 18  | Erzgebirge         |  | 33  | Sachsen                             |  |
| 4  | Insel Rügen               |  | 19  | Fehmarn            |  | 34  | Oberstdorf                          |  |
| 5  | Allgäu                    |  | 20  | Travemünde         |  | 35  | Hessen                              |  |
| 6  | Schwarzwald               |  | 21  | Hochschwarzwald    |  | 36  | Bergisches Land                     |  |
| 7  | Bayerischer Wald          |  | 22  | Baden-Württemberg  |  | 37  | Alpenregion Tegernsee-Schliersee    |  |
| 8  | Insel Usedom              |  | 23  | Helgoland          |  | 38  | Niedersachsen                       |  |
| 9  | Oberbayern                |  | 24  | Norderney          |  | 39  | Sächsische Schweiz-Elbsandsteingeb. |  |
| 10   | Chiemsee                  |  | 25  | Fichtelgebirge     |  | 40  | Langeoog                            |  |
| 11   | Ostsee Schleswig-Holstein |  | 26  | Chiemgau           |  | 41  | Pfalz                               |  |
| 12   | Timmendorfer Strand       |  | 27  | Füssen im Allgäu   |  | 42  | Nordseeinsel Juist                  |  |
| 13   | Mecklenburg-Vorpommern    |  | 28  | Sauerland          |  | 43  | Föhr                                |  |
| 14   | Harz                      |  | 29  | Eifel              |  | 44  | Büsum                               |  |
| 15   | Lüneburger Heide          |  | 30  | St. Peter-Ording   |  | 45  | Ostseebad Kühlungsborn              |  |


► **Anmerkung:** Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016

## 7.2.2 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: *Alle untersuchten Destinationen*

| „Familienurlaub“   |                        |  |           |  |            | Basis:<br>Themen-<br>Interessenten |                              |
|--|------------------------|--|-----------|--|------------|------------------------------------|------------------------------|
| Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle) |                        |  |           |  |            |                                    |                              |
| Ranking der Kategorie 2: Alle untersuchten Destinationen (Ø = 42%)                                     |                        |  |           |  |            |                                    |                              |
| 46   | Taunus                 |  | 61        | Nordseeland Dithmarschen               |            | 76                                 | Ahrtal                       |
| 47   | Lübeck                 |  | 62        | Region Südharz Kyffhäuser              |            | 77                                 | Wolfsburg                    |
| 48   | Westerwald             |  | <b>63</b> | <b>Uckermark</b>                       | <b>28%</b> | 78                                 | Karlsruhe                    |
| 49   | Spessart               |  | 64        | Spessart-Mainland                      |            | 79                                 | Willingen                    |
| 50   | Odenwald               |  | 65        | Alpenwelt Karwendel                    |            | 80                                 | Nahe                         |
| 51   | Schwerin               |  | 66        | Stuttgart                              |            | 81                                 | Stadt Oberhausen in NRW      |
| 52   | Rhön                   |  | 67        | Friedrichskoog                         |            | 82                                 | Vogelsberg                   |
| 53   | Saarland               |  | 68        | Kaiserbäder Ahlb. · Heringsd. · Bansin |            | 83                                 | GrimmHeimat NordHessen       |
| 54   | Metropolregion München |  | 69        | Wiesbaden                              |            | 84                                 | Siegerland-Wittgenstein      |
| 55   | Potsdam                |  | 70        | Grömitz                                |            | 85                                 | neanderland / Kreis Mettmann |
| 56   | Hunsrück               |  | 71        | Lahntal                                |            | 86                                 | Naheland                     |
| 57   | Vogtland               |  | 72        | Saarbrücken                            |            | 87                                 | Bad Frankenhausen            |
| 58   | Nürnberger Land        |  | 73        | Rüdesheim und Assmannshausen           |            |                                    |                              |
| 59   | Füssen                 |  | 74        | Erlebnisregion Edersee                 |            |                                    |                              |
| 60   | Frankenwald            |  | 75        | Baiersbronn im Schwarzwald             |            |                                    |                              |

► **Anmerkung:** Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016

## 7.2.2 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: *Alle untersuchten Destinationen*

|  „Nachhaltiger Urlaub (natur- / umweltschonend, wirtschaftlich fair, sozial gerecht)“<br>Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)<br>Ranking der Kategorie 2: Alle untersuchten Destinationen (Ø = 27%) |                      | Basis:<br>Alle Befragte |                             |
|--|----------------------|-------------------------|-----------------------------|
| 1  | Allgäu               | 13                      | Nordseeinsel Juist          |
| 2  | Bayern               | 14                      | <b>Uckermark</b> <b>24%</b> |
| 3  | Bayerischer Wald     | 15                      | Saarland                    |
| 4  | Bodensee             | 16                      | Ammergauer Alpen            |
| 5  | Spreewald            | 17                      | Naturgarten Kaiserstuhl     |
| 6  | Berchtesgadener Land | 18                      | Altmark                     |
| 7  | Baden-Württemberg    | 19                      | Bamberg                     |
| 8  | Freiburg im Breisgau | 20                      | Bayreuth                    |
| 9  | Langeoog             | 21                      | Friedrichskoog              |
| 10   | Lüneburg             | 22                      | Görlitz                     |
| 11   | Niedersachsen        | 23                      | Wolfsburg                   |
| 12   | Oberstdorf           |                         |                             |


► **Anmerkung:** Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016

## 7.2.2 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: *Alle untersuchten Destinationen*

|  „Nachhaltiger Urlaub (natur- / umweltschonend, wirtschaftlich fair, sozial gerecht)“<br>Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)<br>Ranking der Kategorie 2: Alle untersuchten Destinationen (Ø = 39%) |                      | Basis:<br>Themen-<br>Interessenten |                         |            |
|--|----------------------|------------------------------------|-------------------------|------------|
| 1  | Allgäu               | 13                                 | Nordseeinsel Juist      |            |
| 2  | Bayern               | 14                                 | <b>Uckermark</b>        | <b>37%</b> |
| 3  | Bayerischer Wald     | 15                                 | Saarland                |            |
| 4  | Bodensee             | 16                                 | Ammergauer Alpen        |            |
| 5  | Baden-Württemberg    | 17                                 | Naturgarten Kaiserstuhl |            |
| 6  | Spreewald            | 18                                 | Bamberg                 |            |
| 7  | Berchtesgadener Land | 19                                 | Friedrichskoog          |            |
| 8  | Freiburg im Breisgau | 20                                 | Bayreuth                |            |
| 9  | Lüneburg             | 21                                 | Altmark                 |            |
| 10   | Niedersachsen        | 22                                 | Görlitz                 |            |
| 11   | Langeoog             | 23                                 | Wolfsburg               |            |
| 12   | Oberstdorf           |                                    |                         |            |


► **Anmerkung:** Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016

## 7.2.2 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: *Alle untersuchten Destinationen*

|  „Rad fahren (nicht Mountainbike)“ |                             |  | Basis:<br>Alle Befragte |                   |  |           |                                     |            |
|---|-----------------------------|--|-------------------------|-------------------|--|-----------|-------------------------------------|------------|
| Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)              |                             |  |                         |                   |  |           |                                     |            |
| Ranking der Kategorie 2: Alle untersuchten Destinationen (Ø = 29%)  |                             |  |                         |                   |  |           |                                     |            |
| 1   | Nordsee                     |  | 20                      | Franken           |  | 39        | Freiburg im Breisgau                |            |
| 2   | Ostsee                      |  | 21                      | Baden-Württemberg |  | 40        | Odenwald                            |            |
| 3   | Lüneburger Heide            |  | 22                      | Münsterland       |  | 41        | Romantischer Rhein                  |            |
| 4   | Mecklenburg-Vorpommern      |  | 23                      | Hessen            |  | 42        | Füssen im Allgäu                    |            |
| 5   | Mecklenburgische Seenplatte |  | 24                      | Thüringen         |  | <b>43</b> | <b>Uckermark</b>                    | <b>30%</b> |
| 6   | Insel Usedom                |  | 25                      | Föhr              |  | 44        | Sächsische Schweiz-Elbsandsteingeb. |            |
| 7   | Nordsee Schleswig-Holstein  |  | 26                      | Chiemgau          |  | 45        | Rhön                                |            |
| 8   | Ostsee Schleswig-Holstein   |  | 27                      | Sauerland         |  | 46        | Havelland                           |            |
| 9   | Chiemsee                    |  | 28                      | Eifel             |  | 47        | Rheinhessen                         |            |
| 10  | Schleswig-Holstein          |  | 29                      | Sachsen           |  | 48        | Fichtelgebirge                      |            |
| 11  | Fehmarn                     |  | 30                      | Württemberg       |  | 49        | Ruhrgebiet                          |            |
| 12  | Brandenburg                 |  | 31                      | Pfalz             |  | 50        | Spessart                            |            |
| 13  | Mosel                       |  | 32                      | Westerwald        |  | 51        | Hunsrück                            |            |
| 14  | Norderney                   |  | 33                      | Saarland          |  | 52        | Alpenregion Tegernsee-Schliersee    |            |
| 15  | Nordrhein-Westfalen         |  | 34                      | Niederrhein       |  | 53        | Heidelberg                          |            |
| 16  | Schwarzwald                 |  | 35                      | Taunus            |  | 54        | Garmisch-Partenkirchen              |            |
| 17  | Stralsund                   |  | 36                      | Schwäbische Alb   |  | 55        | Bergisches Land                     |            |
| 18  | Spreewald                   |  | 37                      | Teutoburger Wald  |  | 56        | Nordseeland Dithmarschen            |            |
| 19  | Harz                        |  | 38                      | Sachsen-Anhalt    |  | 57        | Rheingau                            |            |


► **Anmerkung:** Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016

## 7.2.2 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: Alle untersuchten Destinationen

|                       |                            | „Rad fahren (nicht Mountainbike)“ |                           | Basis:<br>Alle Befragte |                              |
|--|----------------------------|-----------------------------------|---------------------------|-------------------------|------------------------------|
| Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle) |                            |                                   |                           |                         |                              |
| Ranking der Kategorie 2: Alle untersuchten Destinationen (Ø = 29%)                                     |                            |                                   |                           |                         |                              |
| 58   | Baden                      | 77                                | Region Südharz Kyffhäuser | 96                      | Worpswede                    |
| 59   | Metropolregion Hamburg     | 78                                | Osnabrück                 | 97                      | Bad Wildungen                |
| 60   | Lübeck                     | 79                                | Lahntal                   | 98                      | Nahe                         |
| 61   | Magdeburg Elbe-Börde-Heide | 80                                | Zugspitzregion            | 99                      | Düsseldorf                   |
| 62   | Naturpark Altmühltal       | 81                                | Lausitzer Seenland        | 100                     | Ammergauer Alpen             |
| 63   | Weserbergland              | 82                                | Nürnberg                  | 101                     | Ruppiner Seenland            |
| 64   | Nürnberger Land            | 83                                | Bonn                      | 102                     | Fläming                      |
| 65   | Fränkisches Weinland       | 84                                | Hessische Bergstraße      | 103                     | Die Bergischen Drei          |
| 66   | Baden-Baden                | 85                                | Saale-Unstrut             | 104                     | Vogelsberg                   |
| 67   | Mittelrhein                | 86                                | Mannheim                  | 105                     | Baiersbronn im Schwarzwald   |
| 68   | Pfälzerwald                | 87                                | Ahrtal                    | 106                     | GrimmHeimat NordHessen       |
| 69   | Seenland Oder-Spree        | 88                                | Saarbrücken               | 107                     | neanderland / Kreis Mettmann |
| 70   | Spessart-Mainland          | 89                                | Köln                      | 108                     | Naheland                     |
| 71   | Rothenburg ob der Tauber   | 90                                | Erlebnisregion Edersee    | 109                     | Siegerland-Wittgenstein      |
| 72   | Frankenwald                | 91                                | Karlsruhe                 | 110                     | Bad Frankenhausen            |
| 73   | Magdeburg                  | 92                                | Dessau                    |                         |                              |
| 74   | Füssen                     | 93                                | Essen                     |                         |                              |
| 75   | Regensburg                 | 94                                | Naturgarten Kaiserstuhl   |                         |                              |
| 76   | Sächsisches Elbland        | 95                                | Braunschweiger Land       |                         |                              |


► **Anmerkung:** Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016

## 7.2.2 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: *Alle untersuchten Destinationen*

|                              |                             | <b>„Rad fahren (nicht Mountainbike)“</b> |                    | <i>Basis: Themen-Interessenten</i> |                                     |            |
|---|-----------------------------|--|--------------------|------------------------------------|-------------------------------------|------------|
| <i>Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)</i> |                             |  |                    |                                    |                                     |            |
| <b>Ranking der Kategorie 2: Alle untersuchten Destinationen (Ø = 38%)</b>                                     |                             |  |                    |                                    |                                     |            |
| 1   | Nordsee                     | 20                                       | Spreewald          | 39                                 | Sächsische Schweiz-Elbsandsteingeb. |            |
| 2   | Ostsee                      | 21                                       | Baden-Württemberg  | 40                                 | Odenwald                            |            |
| 3   | Chiemsee                    | 22                                       | Thüringen          | 41                                 | Lübeck                              |            |
| 4   | Ostsee Schleswig-Holstein   | 23                                       | Franken            | 42                                 | Füssen im Allgäu                    |            |
| 5   | Mecklenburg-Vorpommern      | 24                                       | Hessen             | 43                                 | Ruhrgebiet                          |            |
| 6   | Nordsee Schleswig-Holstein  | 25                                       | Eifel              | 44                                 | Rhön                                |            |
| 7   | Lüneburger Heide            | 26                                       | Chiemgau           | <b>45</b>                          | <b>Uckermark</b>                    | <b>40%</b> |
| 8   | Mecklenburgische Seenplatte | 27                                       | Schwarzwald        | 46                                 | Metropolregion Hamburg              |            |
| 9   | Schleswig-Holstein          | 28                                       | Sachsen-Anhalt     | 47                                 | Schwäbische Alb                     |            |
| 10  | Insel Usedom                | 29                                       | Sauerland          | 48                                 | Fichtelgebirge                      |            |
| 11  | Nordrhein-Westfalen         | 30                                       | Niederrhein        | 49                                 | Heidelberg                          |            |
| 12  | Fehmarn                     | 31                                       | Württemberg        | 50                                 | Havelland                           |            |
| 13  | Mosel                       | 32                                       | Teutoburger Wald   | 51                                 | Nürnberger Land                     |            |
| 14  | Brandenburg                 | 33                                       | Saarland           | 52                                 | Freiburg im Breisgau                |            |
| 15  | Norderney                   | 34                                       | Pfalz              | 53                                 | Bergisches Land                     |            |
| 16  | Stralsund                   | 35                                       | Romantischer Rhein | 54                                 | Baden-Baden                         |            |
| 17  | Münsterland                 | 36                                       | Taunus             | 55                                 | Baden                               |            |
| 18  | Harz                        | 37                                       | Föhr               | 56                                 | Rheinhessen                         |            |
| 19  | Sachsen                     | 38                                       | Westerwald         | 57                                 | Rheingau                            |            |

► **Anmerkung:** Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016

## 7.2.2 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: Alle untersuchten Destinationen

|  „Rad fahren (nicht Mountainbike)“ |                                  |  | Basis:<br>Themen-<br>Interessenten |                           |  |     |                              |  |
|---|----------------------------------|--|------------------------------------|---------------------------|--|-----|------------------------------|--|
| Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)              |                                  |  |                                    |                           |  |     |                              |  |
| Ranking der Kategorie 2: Alle untersuchten Destinationen (Ø = 38%)  |                                  |  |                                    |                           |  |     |                              |  |
| 58  | Hunsrück                         |  | 77                                 | Nürnberg                  |  | 96  | Saarbrücken                  |  |
| 59  | Alpenregion Tegernsee-Schliersee |  | 78                                 | Naturpark Altmühltal      |  | 97  | Bad Wildungen                |  |
| 60  | Magdeburg Elbe-Börde-Heide       |  | 79                                 | Region Südharz Kyffhäuser |  | 98  | Ammergauer Alpen             |  |
| 61  | Mittelrhein                      |  | 80                                 | Osnabrück                 |  | 99  | Erlebnisregion Edersee       |  |
| 62  | Regensburg                       |  | 81                                 | Zugspitzregion            |  | 100 | Worpswede                    |  |
| 63  | Rothenburg ob der Tauber         |  | 82                                 | Lahntal                   |  | 101 | Fläming                      |  |
| 64  | Garmisch-Partenkirchen           |  | 83                                 | Köln                      |  | 102 | Vogelsberg                   |  |
| 65  | Magdeburg                        |  | 84                                 | Ahrtal                    |  | 103 | Die Bergischen Drei          |  |
| 66  | Spessart                         |  | 85                                 | Hessische Bergstraße      |  | 104 | Ruppiner Seenland            |  |
| 67  | Seenland Oder-Spree              |  | 86                                 | Karlsruhe                 |  | 105 | Baiersbronn im Schwarzwald   |  |
| 68  | Füssen                           |  | 87                                 | Saale-Unstrut             |  | 106 | GrimmHeimat NordHessen       |  |
| 69  | Weserbergland                    |  | 88                                 | Mannheim                  |  | 107 | Bad Frankenhausen            |  |
| 70  | Nordseeland Dithmarschen         |  | 89                                 | Lausitzer Seenland        |  | 108 | neanderland / Kreis Mettmann |  |
| 71  | Frankenwald                      |  | 90                                 | Braunschweiger Land       |  | 109 | Siegerland-Wittgenstein      |  |
| 72  | Bonn                             |  | 91                                 | Essen                     |  | 110 | Naheland                     |  |
| 73  | Spessart-Mainland                |  | 92                                 | Dessau                    |  |     |                              |  |
| 74  | Fränkisches Weinland             |  | 93                                 | Naturgarten Kaiserstuhl   |  |     |                              |  |
| 75  | Sächsisches Elbland              |  | 94                                 | Düsseldorf                |  |     |                              |  |
| 76  | Pfälzerwald                      |  | 95                                 | Nahe                      |  |     |                              |  |

► **Anmerkung:** Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016



## 7.2.2 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: *Alle untersuchten Destinationen*

|  |                             |  | „Wandern“<br><i>Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)</i> |                                     |  | <i>Basis:<br/>Alle Befragte</i> |                    |  |
|---|-----------------------------|--|--|-------------------------------------|--|---------------------------------|--------------------|--|
| Ranking der Kategorie 2: Alle untersuchten Destinationen (Ø = 39%)                |                             |  |  |                                     |  |                                 |                    |  |
| 1   | Schwarzwald                 |  | 18   | Mecklenburg-Vorpommern              |  | 35                              | Pfalz              |  |
| 2   | Allgäu                      |  | 19   | Fichtelgebirge                      |  | 36                              | Spreewald          |  |
| 3   | Bayerischer Wald            |  | 20   | Ostsee                              |  | 37                              | Hessen             |  |
| 4   | Oberbayern                  |  | 21   | Franken                             |  | 38                              | Bergisches Land    |  |
| 5   | Harz                        |  | 22   | Baden-Württemberg                   |  | 39                              | Sachsen            |  |
| 6   | Chiemsee                    |  | 23   | Chiemgau                            |  | 40                              | Taunus             |  |
| 7   | Erzgebirge                  |  | 24   | Sauerland                           |  | 41                              | Westerwald         |  |
| 8   | Bodensee                    |  | 25   | Thüringen                           |  | 42                              | Rhön               |  |
| 9   | Nordsee                     |  | 26   | Insel Rügen                         |  | 43                              | Württemberg        |  |
| 10  | Lüneburger Heide            |  | 27   | Oberstdorf                          |  | 44                              | Hunsrück           |  |
| 11  | Garmisch-Partenkirchen      |  | 28   | Schwäbische Alb                     |  | 45                              | Odenwald           |  |
| 12  | Mosel                       |  | 29   | Alpenregion Tegernsee-Schliersee    |  | 46                              | Spessart           |  |
| 13  | Berchtesgadener Land        |  | 30   | Sächsische Schweiz-Elbsandsteingeb. |  | 47                              | Saarland           |  |
| 14  | Hochschwarzwald             |  | 31   | Rheinland-Pfalz                     |  | 48                              | Münsterland        |  |
| 15  | Eifel                       |  | 32   | Füssen im Allgäu                    |  | 49                              | Füssen             |  |
| 16  | Zugspitzregion              |  | 33   | Teutoburger Wald                    |  | 50                              | Pfälzerwald        |  |
| 17  | Mecklenburgische Seenplatte |  | 34   | Nordsee Schleswig-Holstein          |  | 51                              | Romantischer Rhein |  |

► **Anmerkung:** Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016

## 7.2.2 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: *Alle untersuchten Destinationen*

|  |                           | <b>„Wandern“</b><br><i>Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)</i> |     | <i>Basis:<br/>Alle Befragte</i> |  |
|---|---------------------------|---|-----|---------------------------------|--|
| <b>Ranking der Kategorie 2: Alle untersuchten Destinationen (Ø = 39%)</b>         |                           |   |     |                                 |  |
| 52  | Baden                     |   | 69  | Sächsisches Elbland             |  |
| 53  | Nordrhein-Westfalen       |   | 70  | Metropolregion München          |  |
| 54  | Rheingau                  |   | 71  | Nürnberger Land                 |  |
| 55  | Vogtland                  |   | 72  | Naturpark Altmühltal            |  |
| 56  | Rheinhessen               |   | 73  | Alpenwelt Karwendel             |  |
| 57  | Sachsen-Anhalt            |   | 74  | Ammergauer Alpen                |  |
| 58  | Bingen am Rhein           |   | 75  | Hessische Bergstraße            |  |
| 59  | Weserbergland             |   | 76  | Lahntal                         |  |
| 60  | Niederrhein               |   | 77  | Nordseeland Dithmarschen        |  |
| 61  | Heidelberg                |   | 78  | Seenland Oder-Spree             |  |
| 62  | Fränkisches Weinland      |   | 79  | Naturgarten Kaiserstuhl         |  |
| 63  | Mittelrhein               |   | 80  | Magdeburg Elbe-Börde-Heide      |  |
| 64  | Rothenburg ob der Tauber  |   | 81  | Ahrtal                          |  |
| 65  | Frankenwald               |   | 82  | Saale-Unstrut                   |  |
| 66  | Spessart-Mainland         |   | 83  | Altmark                         |  |
| 67  | Region Südharz Kyffhäuser |   | 84  | Baiersbronn im Schwarzwald      |  |
| 68  | <b>Uckermark</b>          | <b>30%</b>  | 85  | Bad Wildungen                   |  |
|   |                           |   | 86  | Nahe                            |  |
|   |                           |   | 87  | Erlebnisregion Edersee          |  |
|   |                           |   | 88  | Vogelsberg                      |  |
|   |                           |   | 89  | Willingen                       |  |
|   |                           |   | 90  | Saarbrücken                     |  |
|   |                           |   | 91  | Die Bergischen Drei             |  |
|   |                           |   | 92  | Siegerland-Wittgenstein         |  |
|   |                           |   | 93  | Worpswede                       |  |
|   |                           |   | 94  | Bonn                            |  |
|   |                           |   | 95  | Fläming                         |  |
|   |                           |   | 96  | GrimmHeimat NordHessen          |  |
|   |                           |   | 97  | Ruppiner Seenland               |  |
|   |                           |   | 98  | neanderland / Kreis Mettmann    |  |
|   |                           |   | 99  | Bad Frankenhausen               |  |
|   |                           |   | 100 | Naheland                        |  |

► **Anmerkung:** Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016

## 7.2.2 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: *Alle untersuchten Destinationen*

|  |                             |  | <b>„Wandern“</b><br><i>Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)</i><br><b>Ranking der Kategorie 2: Alle untersuchten Destinationen (Ø = 48%)</b> |                                     |  | <i>Basis:<br/>Themen-<br/>Interessenten</i> |                                  |  |
|---|-----------------------------|--|--|-------------------------------------|--|---|----------------------------------|--|
| 1   | Allgäu                      |  | 18   | Chiemgau                            |  | 35  | Alpenregion Tegernsee-Schliersee |  |
| 2   | Bayerischer Wald            |  | 19   | Franken                             |  | 36  | Nordsee Schleswig-Holstein       |  |
| 3   | Schwarzwald                 |  | 20   | Mecklenburg-Vorpommern              |  | 37  | Taunus                           |  |
| 4   | Harz                        |  | 21   | Sächsische Schweiz-Elbsandsteingeb. |  | 38  | Westerwald                       |  |
| 5   | Bodensee                    |  | 22   | Thüringen                           |  | 39  | Spreewald                        |  |
| 6   | Oberbayern                  |  | 23   | Baden-Württemberg                   |  | 40  | Bergisches Land                  |  |
| 7   | Erzgebirge                  |  | 24   | Fichtelgebirge                      |  | 41  | Hessen                           |  |
| 8   | Chiemsee                    |  | 25   | Sauerland                           |  | 42  | Odenwald                         |  |
| 9   | Zugspitzregion              |  | 26   | Füssen im Allgäu                    |  | 43  | Saarland                         |  |
| 10  | Mosel                       |  | 27   | Schwäbische Alb                     |  | 44  | Württemberg                      |  |
| 11  | Garmisch-Partenkirchen      |  | 28   | Insel Rügen                         |  | 45  | Füssen                           |  |
| 12  | Berchtesgadener Land        |  | 29   | Rheinland-Pfalz                     |  | 46  | Rhön                             |  |
| 13  | Nordsee                     |  | 30   | Sachsen                             |  | 47  | Spessart                         |  |
| 14  | Eifel                       |  | 31   | Oberstdorf                          |  | 48  | Baden                            |  |
| 15  | Lüneburger Heide            |  | 32   | Ostsee                              |  | 49  | Hunsrück                         |  |
| 16  | Hochschwarzwald             |  | 33   | Pfalz                               |  | 50  | Romantischer Rhein               |  |
| 17  | Mecklenburgische Seenplatte |  | 34   | Teutoburger Wald                    |  | 51  | Pfälzerwald                      |  |

► **Anmerkung:** Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016

## 7.2.2 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: *Alle untersuchten Destinationen*

|   |                           | <b>„Wandern“</b><br><i>Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)</i> |                            | <i>Basis:<br/>Themen-<br/>Interessenten</i> |                              |           |
|---|---------------------------|---|----------------------------|---|------------------------------|-----------|
| <b>Ranking der Kategorie 2: Alle untersuchten Destinationen (Ø = 48%)</b> |                           |   |                            |   |                              |           |
| 52  | Münsterland               | 69  | Sächsisches Elbland        | 86  | Bad Wildungen                |           |
| 53  | Nordrhein-Westfalen       | 70  | Naturpark Altmühltal       | 87  | Erlebnisregion Edersee       |           |
| 54  | Rheinhessen               | <b>71</b>   | <b>Uckermark</b>           | <b>38%</b>                                  | 88                           | Willingen |
| 55  | Sachsen-Anhalt            | 72  | Metropolregion München     | 89  | Die Bergischen Drei          |           |
| 56  | Heidelberg                | 73  | Alpenwelt Karwendel        | 90  | Vogelsberg                   |           |
| 57  | Spessart-Mainland         | 74  | Seenland Oder-Spree        | 91  | Saarbrücken                  |           |
| 58  | Rothenburg ob der Tauber  | 75  | Ammergauer Alpen           | 92  | Bonn                         |           |
| 59  | Rheingau                  | 76  | Hessische Bergstraße       | 93  | Siegerland-Wittgenstein      |           |
| 60  | Fränkisches Weinland      | 77  | Naturgarten Kaiserstuhl    | 94  | Ruppiner Seenland            |           |
| 61  | Weserbergland             | 78  | Saale-Unstrut              | 95  | Worpswede                    |           |
| 62  | Niederrhein               | 79  | Ahrtal                     | 96  | Fläming                      |           |
| 63  | Bingen am Rhein           | 80  | Magdeburg Elbe-Börde-Heide | 97  | GrimmHeimat NordHessen       |           |
| 64  | Region Südharz Kyffhäuser | 81  | Lahntal                    | 98  | Bad Frankenhausen            |           |
| 65  | Mittelrhein               | 82  | Altmark                    | 99  | neanderland / Kreis Mettmann |           |
| 66  | Vogtland                  | 83  | Nordseeland Dithmarschen   | 100   | Naheland                     |           |
| 67  | Frankenwald               | 84  | Nahe                       |   |                              |           |
| 68  | Nürnberger Land           | 85  | Baiersbronn im Schwarzwald |   |                              |           |

► **Anmerkung:** Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016

## 7.2.2 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: *Alle untersuchten Destinationen*

|                       |                             | „Wassersport ausüben (nicht Segeln)“ |                      | Basis:<br>Alle Befragte |
|--|-----------------------------|--------------------------------------|----------------------|-------------------------|
| Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle) |                             |                                      |                      |                         |
| Ranking der Kategorie 2: Alle untersuchten Destinationen (Ø = 34%)                                     |                             |                                      |                      |                         |
| 1  | Nordsee                     | 12                                   | Brandenburg          |                         |
| 2  | Sylt                        | 13                                   | Havelland            |                         |
| 3  | Insel Rügen                 | 14                                   | <b>Uckermark</b>     | <b>19%</b>              |
| 4  | Insel Usedom                | 15                                   | Niederrhein          |                         |
| 5  | Ostsee Schleswig-Holstein   | 16                                   | Lausitzer Seenland   |                         |
| 6  | Mecklenburgische Seenplatte | 17                                   | Mosel                |                         |
| 7  | Norderney                   | 18                                   | Saale-Unstrut        |                         |
| 8  | Fehmarn                     | 19                                   | Ruppiner Seenland    |                         |
| 9  | Nordsee Niedersachsen       | 20                                   | Lahntal              |                         |
| 10   | Helgoland                   | 21                                   | Fränkisches Weinland |                         |
| 11   | Spreewald                   | 22                                   | Worpswede            |                         |

► **Anmerkung:** Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016

## 7.2.2 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung: *Alle untersuchten Destinationen*

|  |                             | „Wassersport ausüben (nicht Segeln)“<br><i>Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)</i><br>Ranking der Kategorie 2: Alle untersuchten Destinationen (Ø = 41%) |                      | Basis:<br>Themen-<br>Interessenten |
|---|-----------------------------|---|----------------------|------------------------------------|
| 1   | Nordsee                     | 12  | Brandenburg          |                                    |
| 2   | Sylt                        | 13  | Havelland            |                                    |
| 3   | Insel Usedom                | 14  | Mosel                |                                    |
| 4   | Insel Rügen                 | 15  | <b>Uckermark</b>     | <b>25%</b>                         |
| 5   | Ostsee Schleswig-Holstein   | 16  | Niederrhein          |                                    |
| 6   | Fehmarn                     | 17  | Lausitzer Seenland   |                                    |
| 7   | Nordsee Niedersachsen       | 18  | Saale-Unstrut        |                                    |
| 8   | Mecklenburgische Seenplatte | 19  | Ruppiner Seenland    |                                    |
| 9   | Norderney                   | 20  | Fränkisches Weinland |                                    |
| 10  | Helgoland                   | 21  | Lahntal              |                                    |
| 11  | Spreewald                   | 22  | Worpswede            |                                    |

► **Anmerkung:** Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016

## Gliederung

|     |   |     |
|-----|---|-----|
| 1   | MANAGEMENT SUMMARY INKL. ANALYSE-QUADRANT                                       | 5   |
| 2   | GRAFISCHER ERGEBNISÜBERBLICK – DESTINATION BRAND 16 IM ZEITVERGLEICH            | 13  |
| 3   | ÜBERBLICK ÜBER STUDIENREIHE DESTINATION BRAND                                   | 51  |
| 4   | DESIGN DER STUDIE DESTINATION BRAND 16  | 56  |
| 5   | NACHFRAGE: ALLGEMEINES INTERESSENTENPOTENZIAL JE THEMA IM DETAIL                | 63  |
| 6   | ANGEBOT: BEURTEILUNG DER GESTÜTZTEN THEMENEIGNUNG IM DETAIL                     | 75  |
| 7   | KONKURRENZ: VERGLEICH MIT WETTBEWERBERN JE THEMA                                | 118 |
| 8   | BETEILIGTE INSTITUTE UND ANSPRECHPARTNER  | 207 |
| 8.1 | inspektour GmbH – Tourismus und Regionalentwicklung                             | 208 |
| 8.2 | GfK – Growth from Knowledge   | 210 |
| 8.3 | Institut für Management und Tourismus (IMT)                                     | 212 |
| 8.4 | analytix – Institut für quantitative Marktforschung & statistische Datenanalyse | 214 |
| 8.5 | Ansprechpartner zur Destination Brand-Studienreihe                              | 216 |
| 9   | ANHANG  | 217 |
|     | IMPRESSUM   | 241 |

## 8.1 inspektour – Tourismus- und Regionalentwicklung

Die seit 2009 implementierte Studienreihe Destination Brand wird federführend durch inspektour erstellt. Ziel ist ein praxisnaher ganzheitlicher Ausbau und die Weiterentwicklung der Studienreihe.

Als ein privatwirtschaftliches Consulting-Büro für praxisorientierte Entwicklung und Konzepte im freizeit-touristischen Bereich sowie in der Regionalentwicklung haben wir uns zum Ziel gesetzt, Gebietskörperschaften, Institutionen oder Unternehmungen beratend zur Seite zu stehen und gemeinsam mit ihnen Herausforderungen anzunehmen sowie innovative und zukunftsorientierte Lösungswege zu beschreiten.

Seit 2001 recherchieren, analysieren und konzipieren wir Inhalte und unterstützen die Umsetzung von Teilbereichen oder Gesamtkonzeptionen, insbesondere aus den Bereichen Destinations- und Freizeitmanagement, der freizeit-touristischen Marktforschung, dem Natur- und Umweltmanagement sowie dem Stadt- und Regionalmarketing und -management. Bundesweit hat inspektour mehrere hundert Projekte erfolgreich betreut und durchgeführt. Seit 2009 sind wir nach ServiceQualität Deutschland zertifiziert.

Neben viel Empathie und Engagement zeichnen eine hohe Praxis- und Umsetzungsorientierung sowie die Einbindung aller relevanten Akteure zum Erreichen eines allgemein akzeptierten Projektergebnisses die Tätigkeit von inspektour aus.

Die 12 festgestellten Mitarbeiter von inspektour weisen einen breiten wissenschaftlichen Hintergrund auf – u.a. Dipl.-Kaufleute (FH), Dipl.-Geographen, Dipl.-Ingenieure, Dipl.-Kulturmanager, Dipl.-Tourismusbetriebswirte, Dipl.-Verkehrswissenschaftler, Ecotourism (M.Sc.), International Tourism Management (M.A.), Sporttourismus- und Erholungsmanagement (M.Sc.) – und ermöglichen eine fundierte Betrachtung unterschiedlichster Themenbereiche. Über Dozententätigkeiten und gemeinsame Projekte besteht mit der Fachhochschule Westküste und dem IMT in Heide (Holstein) ein langjähriger und intensiver wissenschaftlicher und operativer Austausch.

- ▶ [www.inspektour.de](http://www.inspektour.de)
- ▶ [www.destination-brand.de](http://www.destination-brand.de)

**inspektour**  
TOURISMUS- UND REGIONALENTWICKLUNG

### Kontakt:

Ralf Trimborn  
Dipl.-Kulturmanager,  
Dipl.-Kfm. (FH)  
ralf.trimborn@inspektour.de  
Tel.: 040 / 4143887-42

Nadine Reede  
Dipl. Betriebswirtin Tourismus (FH)  
nadine.reede@inspektour.de  
Tel.: 040 / 4143887-45

Dr. Petra Trimborn  
Dipl. Tourismusgeographin  
petra.trimborn@inspektour.de  
Tel.: 040 / 4143887-49

Simon Rahe  
M.Sc. Sporttourismus und  
Erholungsmanagement  
simon.rahe@inspektour.de  
Tel.: 040 / 4143887-47

Alexander Koch  
M.A. International Tourism  
Management  
alexander.koch@inspektour.de  
Tel.: 040 / 4143887-46

**inspektour GmbH**  
Tourismus- und Regionalentwicklung  
Osterstraße 124  
20255 Hamburg



## Gliederung

|     |   |     |
|-----|---|-----|
| 1   | MANAGEMENT SUMMARY INKL. ANALYSE-QUADRANT                                       | 5   |
| 2   | GRAFISCHER ERGEBNISÜBERBLICK – DESTINATION BRAND 16 IM ZEITVERGLEICH            | 13  |
| 3   | ÜBERBLICK ÜBER STUDIENREIHE DESTINATION BRAND                                   | 51  |
| 4   | DESIGN DER STUDIE DESTINATION BRAND 16  | 56  |
| 5   | NACHFRAGE: ALLGEMEINES INTERESSENTENPOTENZIAL JE THEMA IM DETAIL                | 63  |
| 6   | ANGEBOT: BEURTEILUNG DER GESTÜTZTEN THEMENEIGNUNG IM DETAIL                     | 75  |
| 7   | KONKURRENZ: VERGLEICH MIT WETTBEWERBERN JE THEMA                                | 118 |
| 8   | BETEILIGTE INSTITUTE UND ANSPRECHPARTNER  | 207 |
| 8.1 | inspektour GmbH – Tourismus und Regionalentwicklung                             | 208 |
| 8.2 | GfK – Growth from Knowledge   | 210 |
| 8.3 | Institut für Management und Tourismus (IMT)                                     | 212 |
| 8.4 | analytix – Institut für quantitative Marktforschung & statistische Datenanalyse | 214 |
| 8.5 | Ansprechpartner zur Destination Brand-Studienreihe                              | 216 |
| 9   | ANHANG  | 217 |
|     | IMPRESSUM   | 241 |

## 8.2 GfK – Growth from Knowledge

### Unternehmen müssen Entscheidungen treffen. Entscheidungen basieren auf Wissen.

**GfK** steht für zuverlässige und relevante Markt- und Verbraucherinformationen. Durch sie hilft das Marktforschungsunternehmen seinen Kunden, die richtigen Entscheidungen zu treffen. GfK verfügt über langjährige Erfahrung im Erheben und Auswerten von Daten. Rund 13.000 Experten vereinen globales Wissen mit Analysen lokaler Märkte in mehr als 100 Ländern. Mithilfe innovativer Technologien und wissenschaftlicher Verfahren macht GfK aus großen Datenmengen intelligente Informationen. Dadurch gelingt es den Kunden von GfK, ihre Wettbewerbsfähigkeit zu steigern und das Leben der Verbraucher zu bereichern.

Für unsere Kunden aus dem Bereich **Travel & Logistics** erheben wir kontinuierlich das Reiseverhalten der Deutschen. Dafür werden die Daten aus dem Vertriebs- und Konsumentenpanel verbunden.

Das Vertriebspanel von GfK (Travel Insights) basiert auf den Reisebuchungen am Point-of-Sale. Die Buchungsdaten von rund 1.200 repräsentativen Reisebüros – durchschnittlich 340.000 Buchungssätze monatlich – bilden den stationären Vertriebsmarkt ab. Im Onlinebereich werden die Buchungsdaten der Reiseportale und der Reiseveranstalter ausgewertet.

Im GfK Konsumentenpanel (MobilitätsMonitor) werden monatlich 20.000 repräsentativ ausgewählte Haushalte (42.000 Personen) zu ihrem Reise-, Buchungs- und Informationsverhalten befragt. Erhoben werden neben Urlaubsreisen (Haupturlaub, Zweit- und Dritturlaube) auch Geschäftsreisen, Tagesausflüge und sonstige Privatreisen, etwa Besuche bei Verwandten/Bekanntem.

Zusammen mit unseren Kollegen des Bereiches **Brand and Customer Experience** helfen wir unseren Kunden, die Beziehung zur Zielgruppe, und somit den Markenerfolg, zu verbessern. Wir analysieren, welche Erlebnisse und Erfahrungen die Reisenden in ihrer Entscheidung beeinflussen und liefern das relevante Wissen, um die Markenführung strategisch wie operativ zu optimieren.

► [www.gfk.com](http://www.gfk.com)



#### Kontakt:

Roland Gaßner  
Key Account Director  
Travel & Logistics  
[roland.gassner@gfk.com](mailto:roland.gassner@gfk.com)  
Tel.: 0911 / 39545-35

Peter Gabriel  
Senior Manager  
Brand and Customer Experience  
[peter.gabriel@gfk.com](mailto:peter.gabriel@gfk.com)  
Tel.: 0911 / 39525-33

**GfK Consumer Experiences**  
Nordwestring 101  
90419 Nürnberg

## Gliederung

|     |   |     |
|-----|---|-----|
| 1   | MANAGEMENT SUMMARY INKL. ANALYSE-QUADRANT                                       | 5   |
| 2   | GRAFISCHER ERGEBNISÜBERBLICK – DESTINATION BRAND 16 IM ZEITVERGLEICH            | 13  |
| 3   | ÜBERBLICK ÜBER STUDIENREIHE DESTINATION BRAND                                   | 51  |
| 4   | DESIGN DER STUDIE DESTINATION BRAND 16  | 56  |
| 5   | NACHFRAGE: ALLGEMEINES INTERESSENTENPOTENZIAL JE THEMA IM DETAIL                | 63  |
| 6   | ANGEBOT: BEURTEILUNG DER GESTÜTZTEN THEMENEIGNUNG IM DETAIL                     | 75  |
| 7   | KONKURRENZ: VERGLEICH MIT WETTBEWERBERN JE THEMA                                | 118 |
| 8   | BETEILIGTE INSTITUTE UND ANSPRECHPARTNER  | 207 |
| 8.1 | inspektour GmbH – Tourismus und Regionalentwicklung                             | 208 |
| 8.2 | GfK – Growth from Knowledge   | 210 |
| 8.3 | Institut für Management und Tourismus (IMT)                                     | 212 |
| 8.4 | analytix – Institut für quantitative Marktforschung & statistische Datenanalyse | 214 |
| 8.5 | Ansprechpartner zur Destination Brand-Studienreihe                              | 216 |
| 9   | ANHANG  | 217 |
|     | IMPRESSUM   | 241 |

## 8.3 Institut für Management und Tourismus (IMT)

### Praxisnähe als Aufgabe

Das Institut für Management und Tourismus (IMT) wurde im Juni 2006 als In-Institut der Fachhochschule Westküste gegründet und 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 über hundert Tourismusprojekte 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.

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 20 Mitarbeitern am IMT tätig.

► [www.imt-fhw.de](http://www.imt-fhw.de)

### Kontakt:

Prof. Dr. Bernd Eisenstein  
Institutsleiter  
[eisenstein@fh-westkueste.de](mailto:eisenstein@fh-westkueste.de)  
Tel.: 0481 / 85555-45

Sylvia Müller  
Leiterin Primärmarktforschung  
[s.mueller@fh-westkueste.de](mailto:s.mueller@fh-westkueste.de)  
Tel.: 0481 / 85555-47

**Institut für Management und  
Tourismus (IMT)**  
Fritz-Thiedemann-Ring 20  
25746 Heide (Holstein)

## Gliederung

|     |   |     |
|-----|---|-----|
| 1   | MANAGEMENT SUMMARY INKL. ANALYSE-QUADRANT                                       | 5   |
| 2   | GRAFISCHER ERGEBNISÜBERBLICK – DESTINATION BRAND 16 IM ZEITVERGLEICH            | 13  |
| 3   | ÜBERBLICK ÜBER STUDIENREIHE DESTINATION BRAND                                   | 51  |
| 4   | DESIGN DER STUDIE DESTINATION BRAND 16  | 56  |
| 5   | NACHFRAGE: ALLGEMEINES INTERESSENTENPOTENZIAL JE THEMA IM DETAIL                | 63  |
| 6   | ANGEBOT: BEURTEILUNG DER GESTÜTZTEN THEMENEIGNUNG IM DETAIL                     | 75  |
| 7   | KONKURRENZ: VERGLEICH MIT WETTBEWERBERN JE THEMA                                | 118 |
| 8   | BETEILIGTE INSTITUTE UND ANSPRECHPARTNER  | 207 |
| 8.1 | inspektour GmbH – Tourismus und Regionalentwicklung                             | 208 |
| 8.2 | GfK – Growth from Knowledge   | 210 |
| 8.3 | Institut für Management und Tourismus (IMT)                                     | 212 |
| 8.4 | analytix – Institut für quantitative Marktforschung & statistische Datenanalyse | 214 |
| 8.5 | Ansprechpartner zur Destination Brand-Studienreihe                              | 216 |
| 9   | ANHANG  | 217 |
|     | IMPRESSUM   | 241 |

## 8.4 analytix GmbH

### Institut für quantitative Marktforschung & statistische Datenanalyse

Die analytix GmbH wurde 2005 von Prof. Dr. Björn Christensen als Spin-Off des Kieler Instituts für Weltwirtschaft gegründet und hat ihren Sitz im Kieler Innovations- und Technologiezentrum.

Als unabhängiger Dienstleister unterstützt die analytix GmbH Unternehmen und öffentliche Institutionen im Bereich der quantitativen Marktforschung und statistischen Datenanalyse. Auf Basis langjähriger Erfahrungen werden die Kunden in ihrem gesamten Projektvorhaben unterstützt – von der Konzeption über die Datengrundlage bis hin zu umfassenden statistischen Auswertungen und Prognosen. Dabei sind die Lösungen so individuell wie nötig und so standardisiert wie möglich, um eine hohe Qualität der Auswertungen bei gleichzeitiger Kosteneffizienz zu erreichen.

Zum Leistungsspektrum zählen die Bereiche Quantitative Marktforschung, Data Mining / Predictive Analytics, analytisches CRM (Customer-Relationship-Management) sowie die Erstellung statistischer Gutachten.

Seit dem Jahre 2009 bietet analytix zudem auch individuelle, wetterbasierte Absatzprognosen über die Tochterfirma meteolytix GmbH an, die gemeinsam mit Dr. Meeno Schrader (Wetterwelt GmbH, NDR) gegründet wurde.

Bei analytix besitzen alle MitarbeiterInnen einen wirtschaftswissenschaftlichen Hochschulabschluss. Branchenkenntnisse bezüglich Statistik / Data-Mining bestehen in den Bereichen Handel (online und offline), Industrie, Banken & Financial Services, Versicherungen, Medien, Telekommunikation, Systemgastronomie, Tourismus, Verkehr und Öffentliche Institutionen.

► [www.analytix.de](http://www.analytix.de)



#### Kontakt:

Nils Passau  
Geschäftsführer  
passau@analytix.de  
Tel.: 0431 / 56063-90

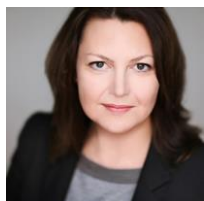
Christine Venediger  
Projektleiterin  
venediger@analytix.de  
Tel.: 0431 / 56063-91

**analytix GmbH**  
Institut für quantitative Marktforschung &  
statistische Datenanalyse  
Schauenburgerstraße 116  
24118 Kiel

## Gliederung

|     |   |     |
|-----|---|-----|
| 1   | MANAGEMENT SUMMARY INKL. ANALYSE-QUADRANT                                       | 5   |
| 2   | GRAFISCHER ERGEBNISÜBERBLICK – DESTINATION BRAND 16 IM ZEITVERGLEICH            | 13  |
| 3   | ÜBERBLICK ÜBER STUDIENREIHE DESTINATION BRAND                                   | 51  |
| 4   | DESIGN DER STUDIE DESTINATION BRAND 16  | 56  |
| 5   | NACHFRAGE: ALLGEMEINES INTERESSENTENPOTENZIAL JE THEMA IM DETAIL                | 63  |
| 6   | ANGEBOT: BEURTEILUNG DER GESTÜTZTEN THEMENEIGNUNG IM DETAIL                     | 75  |
| 7   | KONKURRENZ: VERGLEICH MIT WETTBEWERBERN JE THEMA                                | 118 |
| 8   | BETEILIGTE INSTITUTE UND ANSPRECHPARTNER  | 207 |
| 8.1 | inspektour GmbH – Tourismus und Regionalentwicklung                             | 208 |
| 8.2 | GfK – Growth from Knowledge   | 210 |
| 8.3 | Institut für Management und Tourismus (IMT)                                     | 212 |
| 8.4 | analytix – Institut für quantitative Marktforschung & statistische Datenanalyse | 214 |
| 8.5 | Ansprechpartner zur Destination Brand-Studienreihe                              | 216 |
| 9   | ANHANG  | 217 |
|     | IMPRESSUM   | 241 |

## 8.5 Ansprechpartner zur Destination Brand-Studienreihe



**Nadine Reede**

Dipl. Betriebswirtin Tourismus (FH)

Tel.: +49 (0) 40. 414 3887 45

E-Mail: nadine.reede@inspektour.de



**Dr. Petra Trimborn**

Dipl. Tourismusgeographin

Tel.: +49 (0) 40. 414 3887 49

E-Mail: petra.trimborn@inspektour.de



**Simon Rahe**

M.Sc. Sporttourismus und  
Erholungsmanagement

Tel.: +49 (0) 40. 414 3887 47

E-Mail: simon.rahe@inspektour.de



**Ralf Trimborn**

Dipl.-Kulturmanager, Dipl.-Kfm. (FH)

Tel.: +49 (0) 40. 414 3887 42

E-Mail: ralf.trimborn@inspektour.de



**Alexander Koch**

M.A. International Tourism Management

Tel.: +49 (0) 40. 414 3887 46

E-Mail: alexander.koch@inspektour.de



**Prof. Dr. Bernd Eisenstein**

Wissenschaftliche Leitung IMT

Tel.: +49 (0) 481. 85 55 545

E-Mail: eisenstein@fh-westkueste.de



## Gliederung

|     |  |     |
|-----|--|-----|
| 1   | MANAGEMENT SUMMARY INKL. ANALYSE-QUADRANT                            | 5   |
| 2   | GRAFISCHER ERGEBNISÜBERBLICK – DESTINATION BRAND 16 IM ZEITVERGLEICH | 13  |
| 3   | ÜBERBLICK ÜBER STUDIENREIHE DESTINATION BRAND                        | 51  |
| 4   | DESIGN DER STUDIE DESTINATION BRAND 16                               | 56  |
| 5   | NACHFRAGE: ALLGEMEINES INTERESSENTENPOTENZIAL JE THEMA IM DETAIL     | 63  |
| 6   | ANGEBOT: BEURTEILUNG DER GESTÜTZTEN THEMENEIGNUNG IM DETAIL          | 75  |
| 7   | KONKURRENZ: VERGLEICH MIT WETTBEWERBERN JE THEMA                     | 118 |
| 8   | BETEILIGTE INSTITUTE UND ANSPRECHPARTNER                             | 207 |
| 9   | ANHANG   | 217 |
| 9.1 | Lesebeispiele  | 218 |
| 9.2 | Glossar  | 228 |
| 9.3 | Fehlerspannen-Nannogramm   | 236 |
| 9.4 | Literaturangaben zum Überblick über Studienreihe Destination Brand   | 239 |
|     | IMPRESSUM  | 241 |

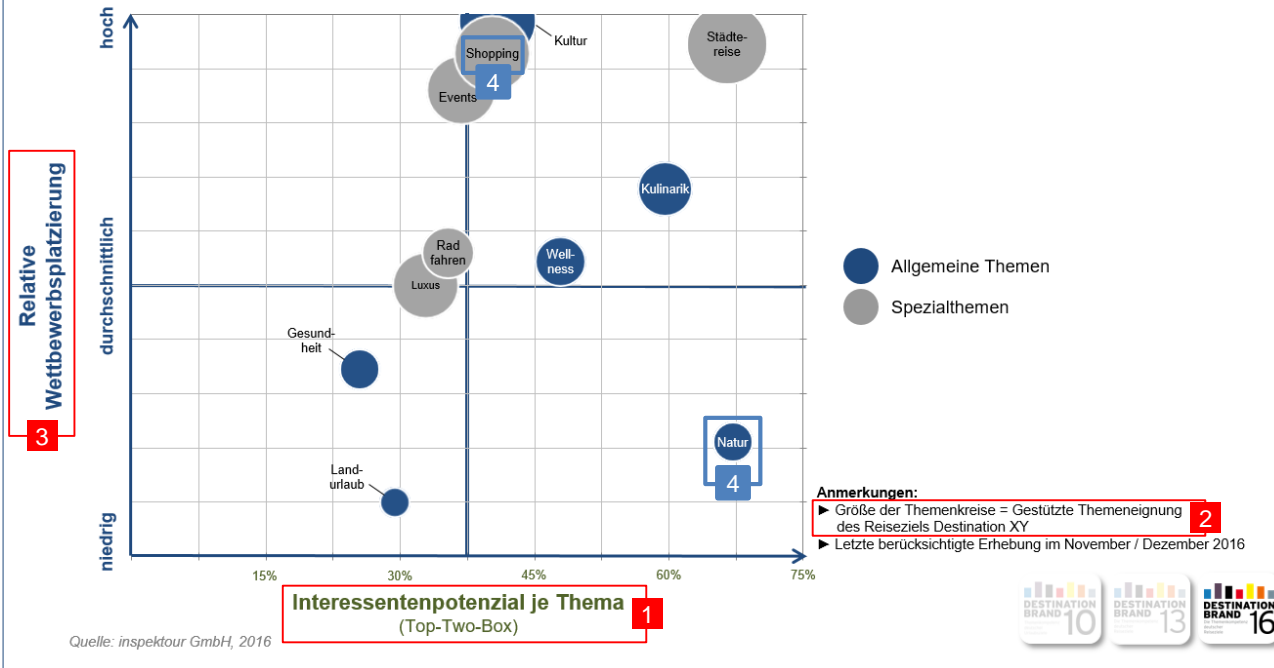
## 1.1 Analyse-Quadrant

### Analyse-Quadrant Destination XY

> Kategorie für relative Wettbewerbsplatzierung:  
Alle untersuchten Destinationen (bis zu 172 Reiseziele je Thema)

### Destination XY

Basis: Alle Befragte  
Anzahl der Befragten: 1.000



**Kernfrage:** Wie können die **Kernergebnisse der dreidimensionalen Wettbewerbsanalyse** zur Themenkompetenz der Destination XY zusammengefasst werden? – Lesebeispiel „Natur“ & „Shopping“

- ▶ Das Thema „Natur“ zeichnet sich durch ein sehr hohes allgemeines Interessentenpotenzial aus (siehe Position weit rechts auf der X-Achse). Allerdings wird der Destination XY für das Thema „Natur“ eine verhältnismäßig niedrige Themeneignung zugesprochen (siehe kleiner „Themenkreis“), womit die Destination XY im Konkurrenzvergleich damit eine deutlich unterdurchschnittliche relative Wettbewerbsplatzierung erzielt (siehe Position im unteren Bereich auf der Y-Achse).
- ▶ Demgegenüber fällt das allgemeine Interessentenpotenzial der deutschen Bevölkerung für das Thema „Shopping“ deutlich geringer aus (siehe Position im mittleren Bereich der X-Achse). Jedoch kann die Destination XY bei diesem Thema einen starken Eignungszuspruch vorweisen (siehe großer „Themenkreis“) und erreicht damit eine hohe relative Wettbewerbsplatzierung (siehe Position im oberen Bereich auf der Y-Achse).

**1**  
„Nachfrage“: Das **allgemeine Interessentenpotenzial** je Thema wird durch die Position auf der X-Achse (waagrecht) veranschaulicht. Je größer das Interesse der repräsentierten deutschen Bevölkerung an den jeweiligen Urlaubsarten / -aktivitäten ist, umso weiter rechts ordnet sich das jeweilige Thema in dem Quadranten ein.

**2**  
„Angebot“: Die zugesprochene **Themeneignung** der Destination XY wird durch die jeweilige Größe der „Themenkreise“ dargestellt. Je größer der jeweilige „Themenkreis“ ist, desto mehr wird die Destination XY von den Befragten für das betreffende Thema für geeignet gehalten.

**3**  
„Konkurrenz“: Die **relative Wettbewerbsplatzierung** der Destination XY in der Kategorie „alle untersuchten Destinationen je Thema“ wird durch die Position des jeweiligen Themas auf der Y-Achse (senkrecht) verdeutlicht. Je besser die Destination XY beim Konkurrenzvergleich je Thema abschneidet, umso weiter oben ist das jeweilige Thema in dem Quadranten platziert.

## 2.2 Nachfrage: Allgemeines Interessentenpotenzial

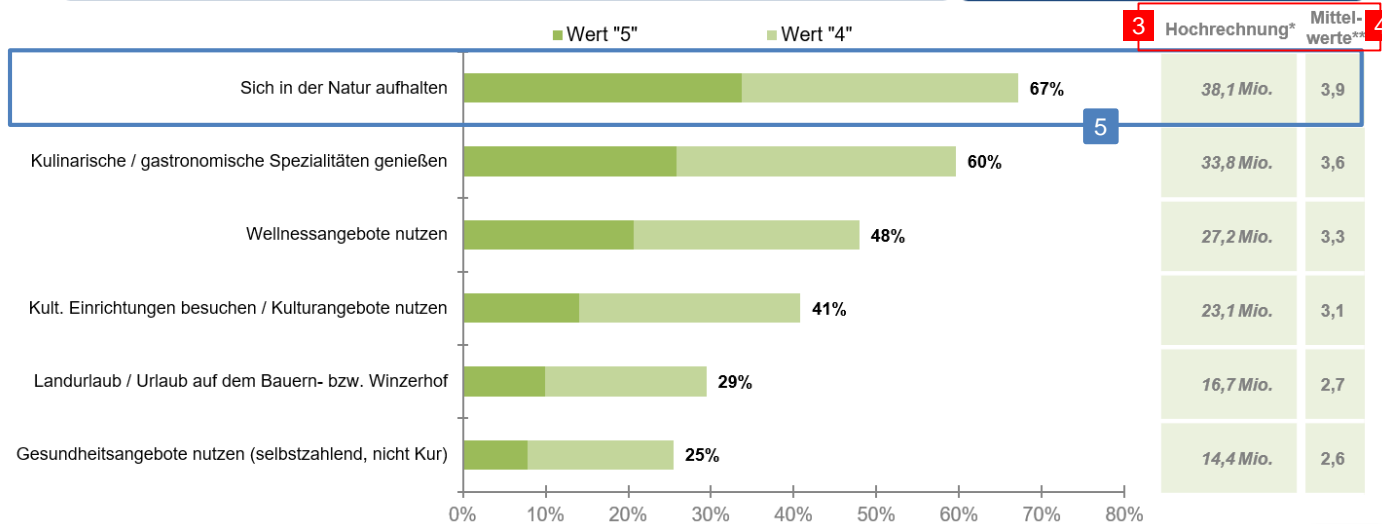
### Allgemeines Interessentenpotenzial der destinationsspezifischen Themen

> Wie groß ist Ihr Interesse an folgenden Urlaubsarten / -aktivitäten (für einen Urlaub mit mindestens einer Übernachtung)?

> Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr großes Interesse“ bis „1 = gar kein Interesse“ (Angabe in % der Fälle)

### Urlaubsarten / -aktivitäten der Destination XY im Vergleich

Basis: Alle Befragte  
Anzahl der Befragten: 17.000



\* Hochrechnung des absoluten Volumens des Interessentenpotenzials (Anzahl der Personen)  
\*\* Skalierung von „5 = sehr großes Interesse“ bis „1 = gar kein Interesse“.

Quelle: inspektour GmbH, 2016



1 Dargestellt sind jeweils die „Top-Two-Box-Werte“, d.h. der Prozentwert bezieht sich jeweils auf alle Befragte, die die Frage mit „5 = sehr großes Interesse“ und dem Wert „4“ beantwortet haben.

2 Berücksichtigt werden hierbei jeweils **alle Befragte**. Insgesamt wurden in der Studie Destination Brand 16 17.000 Personen zu ihrem allgemeinen Interesse (d.h. reiseziel-unabhängig) an den jeweiligen Urlaubsthemen online befragt.

3 Die **Hochrechnung** bezieht sich hierbei auf die in der Studie repräsentierte deutsche Bevölkerung (in Privathaushalten lebend, deutschsprachig, 14-74 Jahre), welche insgesamt 56,716 Mio. Personen umfasst.

4 Der **Mittelwert** entspricht dem Durchschnitt aller abgegebenen Bewertungen auf der Skala von „5 = sehr großes Interesse“ bis „1 = gar kein Interesse“.

**Kernfrage:** Wie groß ist das **allgemeine Interesse** (d.h. reisezielunabhängig) der repräsentierten deutschen Bevölkerung an den verschiedenen Urlaubsthemen (hier die Allgemeinen Themen)? – Lesebeispiel „Sich in der Natur aufhalten“

- 5 ► 67% der repräsentierten deutschen Bevölkerung haben allgemein Interesse an der Urlaubsaktivität „Sich in der Natur aufhalten“.
- Dies entspricht insgesamt 38,1 Mio. Deutschen im Alter von 14-74 Jahren (in Privathaushalten lebend, deutschsprachig) (siehe Spalte links).
- Auf einer Skala von „5 = sehr großes Interesse“ bis „1 = gar kein Interesse“ liegt das allgemeine Interesse der Deutschen an der Urlaubsaktivität „Sich in der Natur aufhalten“ durchschnittlich bei 3,9 (siehe Spalte rechts).

## 2.2 Nachfrage: Allgemeines Interessentenpotenzial

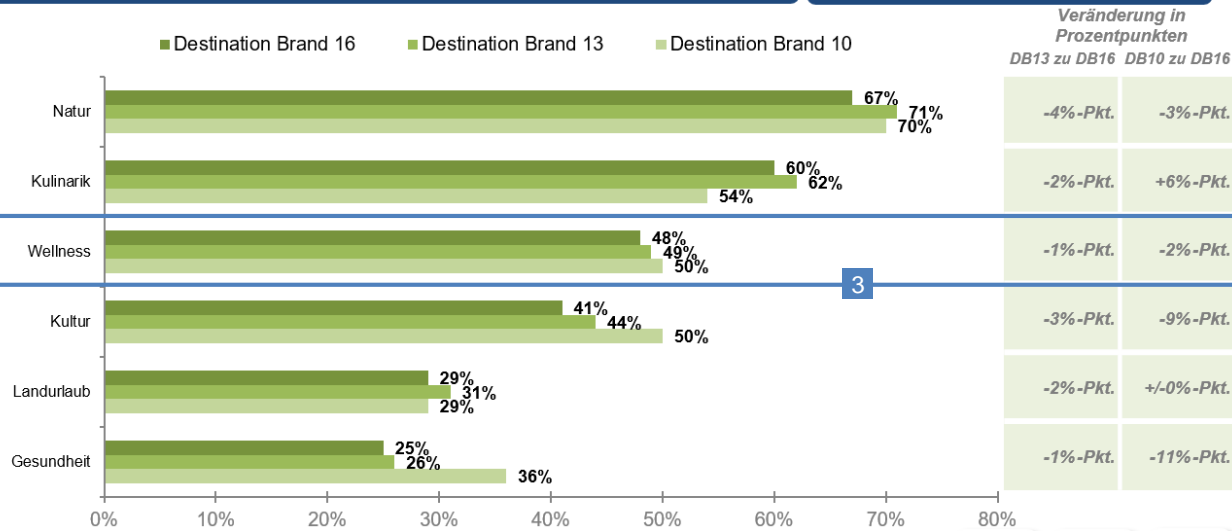
### Allgemeines Interessentenpotenzial der Allgemeinen Themen

> Wie groß ist Ihr Interesse an folgenden Urlaubsarten / -aktivitäten (für einen Urlaub mit mindestens einer Übernachtung)?

> Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr großes Interesse“ bis „1 = gar kein Interesse“ (Angabe in % der Fälle)

### Urlaubsarten / -aktivitäten der Destination XY im Vergleich

Basis: Alle Befragte  
Anzahl der Befragten: mind. 8.200



Anmerkung: Das Thema „Gesundheit“ wurde im Rahmen der Studie Destination Brand 10 als „Gesundheitsurlaub / -reise (nicht Kur)“ abgefragt, im Rahmen der Studien Destination Brand 13 und 16 erfolgte die Abfrage als „Gesundheitsurlaube / Gesundheitsreise (nicht Kur, selbstzahlend)“.

Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2010 / 2013; inspektour GmbH, 2016



1

Dargestellt sind jeweils die „Top-Two-Box-Werte“, d.h. der Prozentwert bezieht sich jeweils auf alle Befragte, die die Frage mit „5 = sehr großes Interesse“ und dem Wert „4“ beantwortet haben.

2

Berücksichtigt werden hierbei jeweils **alle Befragte**. Insgesamt wurden in der Studie Destination Brand 16 17.000 Personen zu ihrem allgemeinen Interesse (d.h. reisezielunabhängig) an den jeweiligen Urlaubsthemen online befragt. Im Rahmen der beiden Vorgängerstudien waren es 11.000 Befragte (Destination Brand 13) bzw. 8.200 Befragte (Destination Brand 10).

**Kernfrage:** Wie hat sich das **allgemeine Interesse** (d.h. reisezielunabhängig) der repräsentierten deutschen Bevölkerung an den verschiedenen Urlaubsthemen (hier die Allgemeinen Themen) im Vergleich zu den Vorgängerstudien entwickelt? – Lesebeispiel „Wellness“

3

- Im Rahmen der Studie Destination Brand 16 gaben 48% der repräsentierten deutschen Bevölkerung an, „großes“ bzw. „sehr großes“ Interesse an der Urlaubsaktivität „Wellnessangebote nutzen“ zu haben (siehe dunkelgrüner Balken).
- Demzufolge ist das allgemeine Interesse der Deutschen an der Urlaubsaktivität „Wellnessangebote nutzen“ im Vergleich zu den beiden Vorgängerstudien um einen 1%-Punkt (gegenüber Destination Brand 13) bzw. 2%-Punkten (gegenüber Destination Brand 10) leicht zurückgegangen (siehe Spalte „Veränderung in Prozentpunkten“ rechts).

## 2.3 Angebot: Gestützte Themeneignung

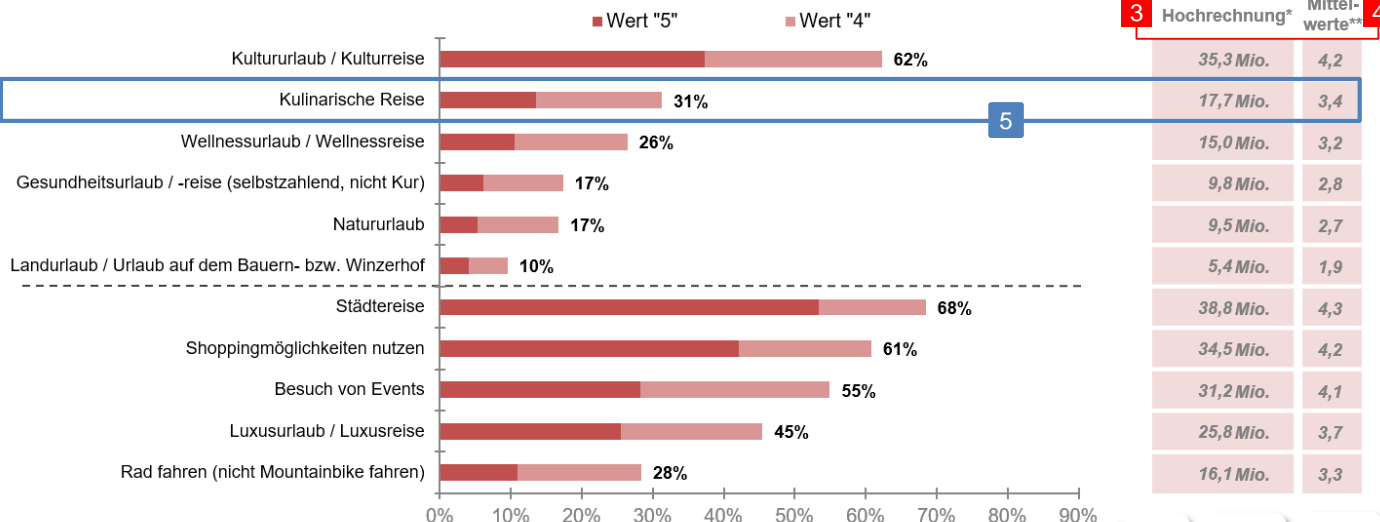
### Gestützte Themeneignung für die jeweiligen Urlaubsarten / -aktivitäten

> Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?

> Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)

### Destination XY

Basis: Alle Befragte  
Anzahl der Befragten: 1.000



\* Hochrechnung des absoluten Volumens der zugesprochenen Themeneignung (Anzahl der Personen)  
\*\* Skalierung von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“.

Quelle: inspektour GmbH, 2016



1

Dargestellt sind jeweils die „Top-Two-Box-Werte“, d.h. der Prozentwert bezieht sich jeweils auf alle Befragte, die die Frage mit „5 = sehr gut geeignet“ und dem Wert „4“ beantwortet haben.

2

Berücksichtigt werden hierbei jeweils **alle Befragte**. Insgesamt wurden in der Studie Destination Brand 16 17.000 Personen online befragt. Dabei kamen verschiedene repräsentative Teilstichproben zum Einsatz, so dass die Fallzahl zur gestützten Themeneignungsbeurteilung je Reiseziel bei 1.000 Personen liegt.

3

Die **Hochrechnung** bezieht sich hierbei auf die in der Studie repräsentierte deutsche Bevölkerung (in Privathaushalten lebend, deutschsprachig, 14-74 Jahre), welche insgesamt 56,716 Mio. Personen umfasst.

4

Der **Mittelwert** entspricht dem Durchschnitt aller abgegebenen Bewertungen auf der Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“.

5

**Kernfrage:** Für **wie geeignet** beurteilt die repräsentierte deutsche Bevölkerung die Destination XY hinsichtlich des **untersuchten Themen-Portfolios** bestehend aus den sechs Allgemeinen Themen sowie den zusätzlich individuell gewählten Spezialthemen? – Lesebeispiel „Kulinarische Reise“

- ▶ 31% der repräsentierten deutschen Bevölkerung halten die Destination XY für die Urlaubsart „Kulinarische Reise“ für „gut“ bzw. „sehr gut“ geeignet.
- ▶ Dies entspricht insgesamt 17,7 Mio. Deutschen im Alter von 14-74 Jahren (in Privathaushalten lebend, deutschsprachig) (siehe Spalte links).
- ▶ Auf einer Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ liegt der Eignungszuspruch der Deutschen für die Destination XY zur Urlaubsart „Kulinarische Reise“ durchschnittlich bei 3,4 (siehe Spalte rechts).

## 2.3 Angebot: Gestützte Themeneignung – Allgemeine Themen nach Teilgruppen

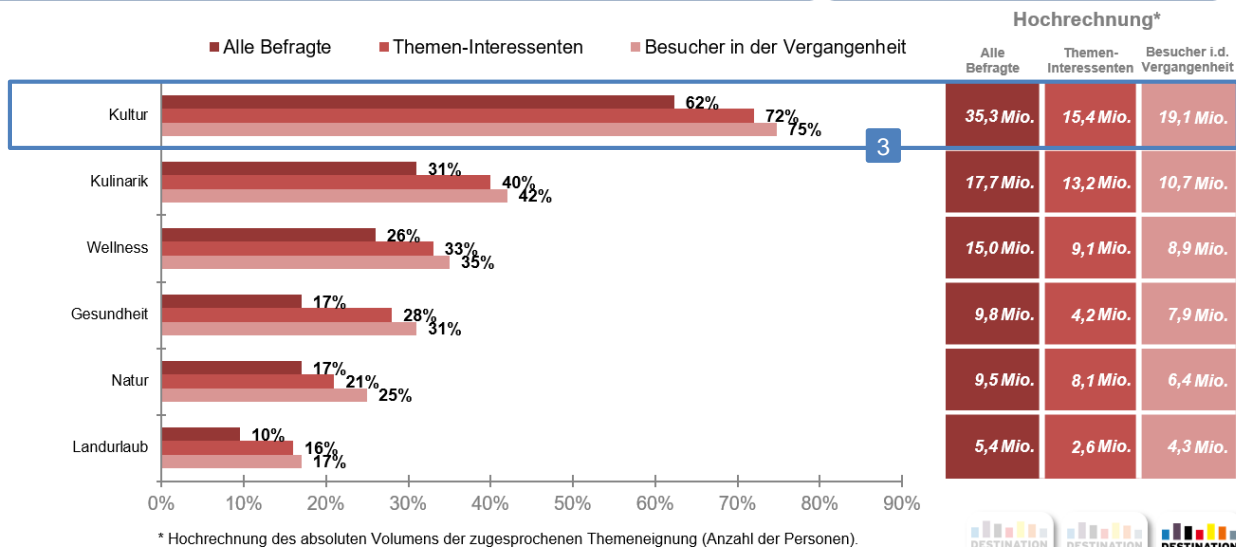
### Gestützte Themeneignung für die Allgemeinen Themen

> Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?

> Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)

### Destination XY

Basis: Alle Befragte nach Teilgruppen  
Anzahl der Befragten: 1.000



\* Hochrechnung des absoluten Volumens der zugesprochenen Themeneignung (Anzahl der Personen).

Quelle: inspektour GmbH, 2016

**Kernfrage:** Für *wie geeignet* beurteilen die *unterschiedlichen Teilgruppen* die Destination XY hinsichtlich des *untersuchten Themen-Portfolios* (hier die Allgemeinen Themen)? – Lesebeispiel „Kultur“

- Insgesamt gaben 62% der repräsentierten deutschen Bevölkerung an, die Destination XY für die Urlaubsart „Kultururlaub / Kulturreise“ für „sehr gut“ bzw. „gut“ geeignet zu halten (siehe dunkelroter Balken, oben).
- Demgegenüber erfährt das Reiseziel durch die „Themen-Interessenten“ (sind destinationsunabhängig am jeweiligen Thema interessiert) einen höheren Eignungszuspruch von 72% (siehe roter Balken, Mitte).
- Noch etwas höher fallen die Zustimmungswerte der „Besucher in der Vergangenheit“ (haben die Destination bereits für einen Urlaub mit mind. einer Übernachtung besucht) zur Eignung der Destination XY für das Urlaubsthema „Kultur“ (75%) aus (siehe hellroter Balken, unten).
- In der Tabelle rechts kann zudem das absolute Volumen der jeweiligen Befragten mit Eignungszuspruch abgelesen werden.

1

Dargestellt sind jeweils die „Top-Two-Box-Werte“, d.h. der Prozentwert bezieht sich jeweils auf alle Befragte, die die Frage mit „5 = sehr gut geeignet“ und dem Wert „4“ beantwortet haben.

2

Berücksichtigt werden hierbei jeweils alle Befragte differenziert nach den *Teilgruppen* „Themen-Interessenten“ (haben allgemein (d.h. reisezielunabhängig) Interesse an der jeweiligen Urlaubsart / -aktivität) und „Besucher in der Vergangenheit“ (haben bereits einen Urlaub mit mindestens einer Übernachtung in der betreffenden Destination verbracht).

## 2.4 Konkurrenzvergleich Kat. 1: **Großstädte ab 100.000 Einwohner** Destination Brand 16

| DESTINATION BRAND 16 Gestützte Themeneignung Kategorie 1: Großstädte ab 100.000 Einwohner |                                   |                      |              |                 |             |                             |              |                 |             |
|---|-----------------------------------|----------------------|--------------|-----------------|-------------|-----------------------------|--------------|-----------------|-------------|
| Destination XY (N = 1.000)  | Anzahl Destinationen in Kategorie | Basis: Alle Befragte |              |                 |             | Basis: Themen-Interessenten |              |                 |             |
|   |                                   | Eigener Wert         |              | Ø der Kategorie | Platzierung | Eigener Wert                |              | Ø der Kategorie | Platzierung |
|   |                                   | In Prozent           | Hochrechnung |                 |             | In Prozent                  | Hochrechnung |                 |             |
| Gesundheitsurlaub / -reise (selbstzahlend, nicht Kur)                                     | 34                                | 17%                  | 9,8 Mio.     | 16%             | 10.         | 28%                         | 4,2 Mio.     | 27%             | 14.         |
| Kulinarische Reise  |                                   | 31%                  | 17,7 Mio.    | 29%             | 13.         | 40%                         | 13,2 Mio.    | 35%             | 11.         |
| Kultururlaub / Kulturreise  |                                   | 62%                  | 35,3 Mio.    | 36%             | 3.          | 72%                         | 15,4 Mio.    | 49%             | 4.          |
| Natururlaub   |                                   | 17%                  | 9,5 Mio.     | 16%             | 12.         | 21%                         | 8,1 Mio.     | 19%             | 12.         |
| Wellnessurlaub / Wellnessreise  |                                   | 26%                  | 15,0 Mio.    | 21%             | 7.          | 33%                         | 9,1 Mio.     | 28%             | 10.         |
| Landurlaub / Urlaub auf dem Bauern- bzw. Winzerhof  |                                   | 10%                  | 5,4 Mio.     | 12%             | 22.         | 16%                         | 2,6 Mio.     | 20%             | 26.         |

► Anmerkung: Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016

Quelle: inspektour GmbH, 2016



**Kernfrage:** Wie schneidet die Destination XY im Konkurrenzvergleich zur gestützten Themeneignung in der Kategorie „Großstädte ab 100.000 Einwohner“ ab? – Lesebeispiel „Wellnessurlaub / Wellnessreise“

- 26% der repräsentierten deutschen Bevölkerung halten das Reiseziel für die Urlaubsart „Wellnessurlaub / Wellnessreise“ für „sehr gut“ bzw. „gut“ geeignet (siehe Spalte „In Prozent“). Gegenüber dem Durchschnitt aller untersuchten Destinationen in dieser Kategorie von 21% (siehe Spalte „Ø der Kategorie“) schneidet die Destination XY damit überdurchschnittlich ab und ordnet sich im Konkurrenzvergleich in der Kategorie „Großstädte ab 100.000 Einwohner“ auf Rang 7 von 34 (siehe Spalte „Platzierung“) ein (siehe Tabellenspalten links, Basis: Alle Befragte).
- Im rechten Teil der Tabelle sind zudem die Ergebnisse auf Basis der jeweiligen „Themen-Interessenten“ dargestellt. Wenngleich das Reiseziel bezüglich der Urlaubsart „Wellnessurlaub / Wellnessreise“ durch die „Themen-Interessenten“ höhere Zustimmungswerte (33%) erfährt (siehe Spalte „In Prozent“), fällt hier die erreichte Wettbewerbsplatzierung der Destination XY mit Rang 10 von 34 leicht niedriger aus (siehe Spalte „Platzierung“).

Der Konkurrenzvergleich zur gestützten Themeneignung kann in unterschiedlichen Kategorien ausgewiesen werden. In diesem Beispiel beziehen sich die Ergebnisse auf die Kategorie „Großstädte ab 100.000 EW“.

Dargestellt wird der Konkurrenzvergleich auf Basis „aller Befragten“ sowie auf Basis der jew. „Themen-Interessenten“.

Insgesamt wurden im Rahmen der Studie Destination Brand 16 172 Reiseziele untersucht Die Anzahl der Destinationen je Kategorie variiert und beträgt im Falle der Kategorie „Großstädte ab 100.000 Einwohner“ 34 Reiseziele. Dies ist bei der Interpretation der erreichten Wettbewerbsplatzierungen zu berücksichtigen.

Die Rankings basieren auf den erreichten Top-Two-Box-Werten der je Kategorie untersuchten Reiseziele. Dargestellt sind die Top-Two-Box-Werte der Destination XY.

Der Durchschnitt der Kategorie errechnet sich aus den jeweiligen arithmetischen Mittelwerten der Top-Two-Box-Werte aller in dieser Kategorie einbezogenen Reiseziele.



## 2.4 Konkurrenzvergleich Kat. 3:

### Alle in Destination Brand 13 und 16 untersuchten Reiseziele (Allgemeine Themen) 1

| DESTINATION BRAND 13 + 16                             |  | Kategorie 3: Alle in Destination Brand 13 und 16 untersuchten Reiseziele (Allgemeine Themen) |              |                 |             |                      |              |                 |             | Basis: alle Befragte   |
|---|--|--|--------------|-----------------|-------------|----------------------|--------------|-----------------|-------------|--|
| Destination XY<br>(N = 1.000)                         | Anzahl Destinationen in Kategorie                                | DESTINATION BRAND 16 <span style="border: 1px solid red; padding: 2px;">2</span>             |              |                 |             | DESTINATION BRAND 13 |              |                 |             | Veränderung Destination XY DB 13 zu DB 16<br>(Angabe in Rangplätzen) <span style="border: 1px solid red; padding: 2px;">3</span> |
|   |  | Eigener Wert   |              | Ø der Kategorie | Platzierung | Eigener Wert         |              | Ø der Kategorie | Platzierung |  |
|   |  | In Prozent   | Hochrechnung |                 |             | In Prozent           | Hochrechnung |                 |             |  |
| Gesundheitsurlaub / -reise (selbstzahlend, nicht Kur) | 102 <span style="border: 1px solid blue; padding: 2px;">4</span> | 17%  | 9,8 Mio.     | 28%             | 72.         | 15%                  | 8,8 Mio.     | 28%             | 73.         | +1 Rang  |
| Kulinarische Reise                                    |  | 31%  | 17,7 Mio.    | 29%             | 43.         | 29%                  | 16,6 Mio.    | 28%             | 48.         | +5 Ränge   |
| Kultururlaub / Kulturreise                            |  | 62%  | 35,3 Mio.    | 28%             | 3.          | 58%                  | 33,5 Mio.    | 29%             | 5.          | +2 Ränge   |
| Natururlaub   |  | 17%  | 9,5 Mio.     | 37%             | 82.         | 18%                  | 10,3 Mio.    | 38%             | 79.         | -3 Ränge   |
| Wellnessurlaub / Wellnessreise                        |  | 26%  | 15,0 Mio.    | 30%             | 54.         | 24%                  | 13,8 Mio.    | 29%             | 57.         | +3 Ränge   |

- ▶ **Anmerkung Destination Brand 13:** Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2013
- ▶ **Anmerkung Destination Brand 16:** Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016
- ▶ Das Thema „Landurlaub / Urlaub auf dem Bauern- bzw. Winzerhof“ wurde im Rahmen der Vorgängerstudie DB 13 nicht für die Destination XY untersucht.

Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2013; inspektour GmbH, 2016



1 Je nachdem in wie vielen der bisherigen drei Themenstudien DB 10, DB 13 und DB 16 das jeweilige Reiseziel erhoben wurde, kann ein **Zeitvergleich** ausgewiesen werden. In dem Beispiel wurde die Destination XY in den Studien DB 13 und DB 16 erhoben, womit es in der Zeitvergleichskategorie „**Alle in DB 13 und DB 16 untersuchten Reiseziele**“ aufgenommen werden konnte.

2 Hierbei werden die Auswertungsergebnisse der Konkurrenzanalyse der beiden Erhebungsjahre „**DB 13**“ und „**DB 16**“ vergleichend gegenübergestellt, wodurch ein Zeitvergleich der erreichten Wettbewerbsposition ermöglicht wird.

3 Insgesamt liegen für 102 Reiseziele **Vergleichswerte** zu den beiden Themenstudien DB 13 und DB 16 vor (siehe Spalte „Anzahl der Destinationen in Kategorie“). In der Spalte „Veränderung DB 13 zu DB 16“ wird dargestellt, um wie viele **Rangplätze** sich das Reiseziel in dieser Kategorie seit der letztmalig durchgeführten Vorgängerstudie verbessert bzw. verschlechtert hat.

**Kernfrage:** Wie hat sich die **Wettbewerbsplatzierung** der Destination XY zur gestützten Themeneignung im Vergleich zur Vorgängerstudie Destination Brand 13 **entwickelt?** – Lesebeispiel „**Kultururlaub / Kulturreise**“

- ▶ 62% der repräsentierten deutschen Bevölkerung stufen die Destination XY für die Urlaubsart „Kultururlaub / Kulturreise“ für „sehr gut“ bzw. „gut“ geeignet ein. Damit ist das Reiseziel im Konkurrenzvergleich in der Kategorie „Alle in Destination Brand 13 + 16 untersuchten Destinationen“ im Rahmen der Erhebung Destination Brand 16 auf Rang 3 von 102 platziert (siehe Tabellenspalten links „Destination Brand 16“).
- ▶ Im Rahmen der Vorgängerstudie Destination Brand 13 betrug der Eignungszuspruch der Destination XY für die Urlaubsart „Kultururlaub / Kulturreise“ 58%, womit das Reiseziel in diesem Fall auf Platz 5 rangierte (siehe Tabellenspalten rechts „Destination Brand 13“). Somit hat sich die Wettbewerbsplatzierung im Zeitvergleich um 2 Rangplätze verbessert (s. Tabellenspalte ganz rechts „Veränderung“).



## 6.2 Soziodemografische Differenzierungen – Allgemeine Themen

### Gestützte Themeneignung für die Allgemeinen Themen

> Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?

> Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)

### Destination XY

Soziodemografie: Altersklasse

Basis: Alle Befragte

Anzahl der Befragten: 1.000

| Allgemeine Themen   | Gesamt | Altersklasse |          |          |          |          |          | Signifikanz*<br>(Kruskal-Wallis-Test) |
|---|--------|--------------|----------|----------|----------|----------|----------|---------------------------------------|
|   |        | < 25 J.      | 25-34 J. | 35-44 J. | 45-54 J. | 55-64 J. | ab 65 J. |                                       |
| Gesundheitsurlaub / Gesundheitsreise (selbstzahlend, nicht Kur) | 17%    | --           | --       | --       | --       | --       | --       | n. s.                                 |
| Kulinarische Reise  | 31%    | 26%          | 29%      | 30%      | 33%      | 36%      | 35%      | sig.                                  |
| <b>Kultururlaub / Kulturreise</b>                               | 62%    | 51%          | 57%      | 61%      | 71%      | 68%      | 65%      | sig.                                  |
| Natururlaub   | 17%    | --           | --       | --       | --       | --       | --       | n. s.                                 |
| Wellnessurlaub / Wellnessreise                                  | 26%    | 17%          | 24%      | 27%      | 28%      | 34%      | 31%      | sig.                                  |
| Landurlaub / Urlaub auf dem Bauern- bzw. Winzerhof              | 10%    | --           | --       | --       | --       | --       | --       | n. s.                                 |

\*Signifikanzniveau mind. 0,05 (Abkürzungen: sig. = signifikant / n. s. = nicht signifikant, zur Erläuterung siehe Glossar im Anhang)

Quelle: inspektour GmbH, 2016

**Kernfrage:** Welche soziodemografischen Unterschiede können hinsichtlich der Themeneignungsbeurteilung der Destination XY ermittelt werden?  
– Lesebeispiel: „Kultururlaub“:

- Für die Urlaubsart „Kultururlaub / Kulturreise“ liegen signifikante Unterschiede zwischen den Altersklassen vor (s. Spalte *Signifikanz*). Somit können die Ergebnisse auch auf die Grundgesamtheit übertragen werden.
- Während der Eignungszuspruch der „unter 25-Jährigen“ (51%) sowie der „25-34-Jährigen“ (57%) relativ deutlich unterdurchschnittlich ausfällt, wird dem Reiseziel durch die „45-54-Jährigen“ (71%) die höchste Themeneignung für das Thema „Kultururlaub / Kulturreise“ zugesprochen.

Dargestellt sind jeweils die „**Top-Two-Box-Werte**“, d.h. der Prozentwert bezieht sich jeweils auf alle Befragte, die die Frage mit „5 = sehr gut geeignet“ und dem Wert „4“ beantwortet haben.

Neben den univariaten Auswertungsergebnissen sind auch weitere **bivariate Auswertungen** Bestandteil des Berichtsbandes. Unter anderem werden die erreichten Zustimmungswerte nach **acht soziodemografischen Kriterien** differenziert ausgewertet. Im Beispiel ist das Kriterium „**Altersklassen**“ dargestellt.

Insgesamt können die jeweilig erreichten Zustimmungswerte anhand von **sechs Altersklassen** ausgewertet werden.

Der **Signifikanztest** gibt Aufschluss darüber, ob die Auswertungsergebnisse auf die **Grundgesamtheit** übertragen werden können oder nicht. Hierbei wird mit einer Vertrauenswahrscheinlichkeit von 95% gerechnet. Sind die Ergebnisse nicht signifikant, werden diese nicht ausgewiesen, da keine statistische Sicherheit vorliegt.

## 6.3 Zielgruppenanalyse

### Gestützte Themeneignung für die Urlaubsart / -aktivität:

#### „Kultururlaub / Kulturreise“

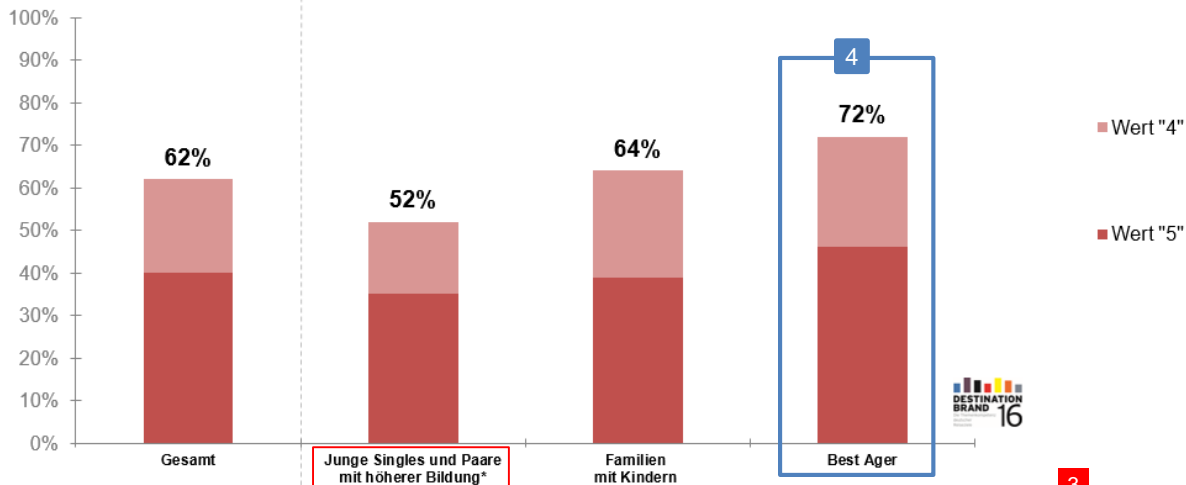
> Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?

> Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)

### ■ Destination XY

Soziodemografie: Zielgruppen Destination XY

Basis: Alle Befragte  
Anzahl der Befragten: 1.000



Quelle: inspektour GmbH, 2016

\* Fallzahl unter 100 - folglich höhere statistische Unsicherheit zu berücksichtigen.

1 Dargestellt sind jeweils die „Top-Two-Box-Werte“, d.h. der Prozentwert bezieht sich jeweils auf alle Befragte, die die Frage mit „5 = sehr gut geeignet“ und dem Wert „4“ beantwortet haben.

2 Neben den univariaten Auswertungsergebnissen sind auch weitere **bivariate Auswertungen** Bestandteil des Berichtsbands. Unter anderem werden die erreichten Zustimmungswerte nach **ausgewählten Zielgruppen** differenziert ausgewertet.

3 Im Falle der Zielgruppe „Junge Singles und Paare mit höherer Bildung“ liegt die Fallzahl unter 100, folglich ist eine **höhere statistische Unsicherheit** zu berücksichtigen.

**Kernfrage:** Bei welcher **Zielgruppe** erfährt die Destination XY den höchsten **Eignungszuspruch** für die Urlaubsart „Kultururlaub / Kulturreise“?

4

- ▶ Im Beispiel sind die Zielgruppen „Junge Singles und Paare mit höherer Bildung“, „Familien mit Kindern“ und „Best Ager“ dargestellt.
- ▶ Unter den dargestellten Zielgruppen wird der Destination XY durch die „Best Ager“ (72%) die höchste Themeneignung für die Urlaubsart „Kultururlaub / Kulturreise“ zugesprochen. Gegenüber der Gesamtheit der Befragten (62%) fällt der Eignungszuspruch der „Best Ager“ damit deutlich überdurchschnittlich aus.

## Gliederung

|     |  |     |
|-----|--|-----|
| 1   | MANAGEMENT SUMMARY INKL. ANALYSE-QUADRANT                            | 5   |
| 2   | GRAFISCHER ERGEBNISÜBERBLICK – DESTINATION BRAND 16 IM ZEITVERGLEICH | 13  |
| 3   | ÜBERBLICK ÜBER STUDIENREIHE DESTINATION BRAND                        | 51  |
| 4   | DESIGN DER STUDIE DESTINATION BRAND 16                               | 56  |
| 5   | NACHFRAGE: ALLGEMEINES INTERESSENTENPOTENZIAL JE THEMA IM DETAIL     | 63  |
| 6   | ANGEBOT: BEURTEILUNG DER GESTÜTZTEN THEMENEIGNUNG IM DETAIL          | 75  |
| 7   | KONKURRENZ: VERGLEICH MIT WETTBEWERBERN JE THEMA                     | 118 |
| 8   | BETEILIGTE INSTITUTE UND ANSPRECHPARTNER                             | 207 |
| 9   | ANHANG   | 217 |
| 9.1 | Lesebeispiele  | 218 |
| 9.2 | Glossar  | 228 |
| 9.3 | Fehlerspannen-Nannogramm   | 236 |
| 9.4 | Literaturangaben zum Überblick über Studienreihe Destination Brand   | 239 |
|     | IMPRESSUM  | 241 |

## 9.2 Glossar

### Methodik

|   |   |
|---|---|
| Repräsentativität                                 | Wird verwendet um anzugeben, dass eine Stichprobe ein vollständiges verkleinertes Spiegelbild der Grundgesamtheit darstellt, die damit auch alle (wesentlichen) Eigenschaften der Grundgesamtheit korrekt wiedergibt. Im engeren Sinne ist eine Stichprobe dann repräsentativ, wenn alle Merkmalsträger der Grundgesamtheit die gleiche Chance besessen haben, Teil dieser Stichprobe zu werden.  |
| Grundgesamtheit                                   | Die Anzahl der statistischen Einheiten, zu denen eine Aussage getroffen werden soll, wird als Grundgesamtheit bezeichnet. Da für eine Befragung oftmals nicht alle betreffenden Personen befragt werden können, wird in der Regel eine Stichprobe ausgewählt (Teilerhebung), mittels derer die Meinung der Grundgesamtheit festgestellt werden kann. Bei kleinen Grundgesamtheiten kann eine Untersuchung auch vollständig durchgeführt werden, dann spricht man von einer Vollerhebung.  |
| Stichprobe  | Eine Stichprobe ist eine Auswahl an Personen oder Objekten, die stellvertretend für eine Grundgesamtheit Auskunft gibt. Von den Befragten einer Stichprobe wird auf die gesamte Grundgesamtheit geschlossen.  |
| Quotenstichprobe                                  | Die Quotenstichprobe gehört zu den systematischen Auswahlverfahren. Bei Quotenstichproben wird die Auswahl der zu befragenden Merkmalsträger nicht dem Zufall überlassen, sondern die Auswahl geschieht entlang sogenannter Kontrollmerkmale. Kontrollmerkmale sind in der Regel demografische Daten wie Geschlecht, Alter, Einkommen, Bildungsgrad usw. Die Kenntnis zur Zusammensetzung einer Grundgesamtheit bezüglich dieser Kontrollmerkmale erfolgt in der Regel auf Basis anderer statistischer Erhebungen, beispielsweise der amtlichen Statistik. Die konkrete Auswahl der Merkmalsträger, beispielsweise der Interviewpartner, erfolgt nicht zufällig, sondern wird durch einen Verantwortlichen festgelegt.                      |
| Konfidenzniveau /<br>Vertrauenswahrscheinlichkeit | Das Konfidenzniveau gibt an, mit welcher Wahrscheinlichkeit die Lageschätzung eines statistischen Parameters (zum Beispiel eines Mittelwertes) aus einer Stichprobenerhebung auch für die Grundgesamtheit zutreffend ist. Konfidenzniveaus müssen für eine Erhebung festgelegt werden – an ihnen orientiert sich neben der Fehlergrenze der notwendige Umfang einer Stichprobe. Häufig werden bei Erhebungen die Konfidenzniveaus 90, 95 oder 99 Prozent verwendet. Liegt das Konfidenzniveau bei 95 Prozent, heißt dies übersetzt, dass ein statistischer berechneter Wert auf Grundlage einer Stichprobenerhebung mit 95-prozentiger Wahrscheinlichkeit auch für die Grundgesamtheit innerhalb des errechneten Konfidenzintervalls liegt. |

## 9.2 Glossar

### Inhalte der Themenstudie

|                           |   |
|---------------------------|---|
| Interessentenpotenzial    | Anteil der repräsentierten deutschen Bevölkerung, der allgemein (d.h. reisezielunabhängig) Interesse an der jeweiligen Urlaubsart / -aktivität hat (Angabe der Top-Two-Box auf einer mehrstufigen Skala zum allgemeinen Interessentenpotenzial)   |
| Gestützte Themeneignung   | Anteil der repräsentierten deutschen Bevölkerung, der die Destination für die jeweilige Urlaubsart / -aktivität für geeignet hält – ganz unabhängig von dem eigenen Interesse an der betreffenden Urlaubsart / -aktivität (Angabe der Top-Two-Box auf einer mehrstufigen Skala zur Themeneignungsbeurteilung) |
| Ungestützte Themeneignung | Anteil der repräsentierten deutschen Bevölkerung, der die Destination ohne Antwortvorgabe spontan als besonders geeignetes Reiseziel für die jeweilige Urlaubsart / -aktivität assoziiert   |

### Teilgruppen

|                               |  |
|-------------------------------|--|
| Eignungszusprecher            | Befragte, die die Destination für die jeweilige Urlaubsart / -aktivität für geeignet halten – ganz unabhängig von ihrem eigenen Interesse an der betreffenden Urlaubsart / -aktivität (gemessen anhand der Top-Two-Box auf einer mehrstufigen Skala zur Themeneignungsbeurteilung) |
| Themen-Interessenten          | Befragte, die allgemein (d.h. reisezielunabhängig) Interesse an der jeweiligen Urlaubsart / -aktivität haben (gemessen anhand der Top-Two-Box auf einer mehrstufigen Skala zum allgemeinen Interessentenpotenzial)   |
| Besucher in der Vergangenheit | Befragte, die bereits einen Urlaub mit mindestens einer Übernachtung in der betreffenden Destination verbracht haben   |

## 9.2 Glossar

### Messgrößen

|                          |  |
|--------------------------|--|
| Prozent der Nennungen    | Prozent der Nennungen bedeutet, dass als Basis für die Prozentuierung der Antworten die Zahl der Nennungen verwendet wird.   |
| Prozent der Fälle        | Prozent der Fälle bedeutet, dass als Basis für die Prozentuierung der Antworten die Zahl der Befragten verwendet wird. Wenn es sich im Mehrfachantwortmöglichkeiten handelt, kann die Prozentsumme entsprechend über 100 Prozent liegen. |
| Top-Two-Box (Wert)       | Summe der beiden besten Ausprägungen der Bewertungsskala, Prozent  |
| Anteilswert je Kategorie | Anteil der jeweiligen Betrachtungsgröße, der auf eine Antwortkategorie entfällt, Prozent   |
| Veränderung              | Rate der Veränderung zu einer vorherigen Periode, Prozent / Prozentpunkte  |

### Einheiten, Zeichen

|           |  |
|-----------|--|
| %, %-Pkt. | Prozent, Prozentpunkte   |
| ∅         | Durchschnitt, durchschnittlich(e) (entspricht arithmetischem Mittel) |

## 9.2 Glossar

### Themenbezeichnungen je Fragestellung (Teil 1 von 4)

| Nr. | Allg. Kurzform im Musterbericht  | Interessentenpotenzial je Thema<br>➤ Originalbezeichnung laut Fragebogen  | Themeneignung Top of Mind<br>➤ Originalbezeichnung laut Fragebogen                | Gestützte Themeneignung je Reiseziel<br>➤ Originalbezeichnung laut Fragebogen     |
|-----|----------------------------------|---|---|---|
| 1   | <b>Gesundheit</b>                | Gesundheitsangebote nutzen (selbstzahlend, nicht Kur)                     | einen Gesundheitsurlaub / eine Gesundheitsreise (selbstzahlend, nicht Kur) machen | einen Gesundheitsurlaub / eine Gesundheitsreise (selbstzahlend, nicht Kur)        |
| 2   | <b>Kulinarik</b>                 | Kulinarische / gastronomische Spezialitäten genießen                      | eine kulinarische Reise machen  | eine kulinarische Reise   |
| 3   | <b>Kultur</b>                    | Kulturelle Einrichtungen besuchen / Kulturangebote nutzen                 | einen Kultururlaub / eine Kulturreise machen                                      | einen Kultururlaub / eine Kulturreise   |
| 4   | <b>Natur</b>                     | Sich in der Natur aufhalten   | einen Natururlaub machen  | einen Natururlaub   |
| 5   | <b>Wellness</b>                  | Wellnessangebote nutzen   | einen Wellnessurlaub / eine Wellnessreise machen                                  | einen Wellnessurlaub / eine Wellnessreise   |
| 6   | <b>Landurlaub</b>                | Landurlaub / Urlaub auf dem Bauern- bzw. Winzerhof                        | einen Urlaub auf dem Lande / auf dem Bauern- oder Winzerhof machen                | einen Landurlaub / Urlaub auf dem Bauern- bzw. Winzerhof                          |
| 7   | <b>Angeln</b>                    | Angeln  | einen Angelurlaub machen  | Angeln  |
| 8   | <b>Backsteingotik</b>            | Kirchen und Klöster der Backsteingotik besuchen                           | Kirchen und Klöster der Backsteingotik besuchen                                   | einen Besuch von Kirchen und Klöstern der Backsteingotik                          |
| 9   | <b>Bade- / Strandurlaub</b>      | Bade- / Strandurlaub  | einen Bade- / Strandurlaub machen   | einen Bade- / Strandurlaub  |
| 10  | <b>Barrierefreier Urlaub</b>     | Barrierefreier Urlaub / Barrierefreie Reise                               | einen barrierefreien Urlaub / eine barrierefreie Reise machen                     | einen barrierefreien Urlaub / eine barrierefreie Reise                            |
| 11  | <b>Bauhaus</b>                   | Bauhaus und Architektur der klassischen Moderne erleben                   | Bauhaus und Architektur der klassischen Moderne erleben                           | Bauhaus und Architektur der klassischen Moderne erleben                           |
| 12  | <b>Bergbau</b>                   | Bergbau erleben   | einen Urlaub mit Bergbauerlebnis machen   | Bergbau erleben   |
| 13  | <b>Bierreise</b>                 | Bierreise (Besuch von Brauhäusern und Brauereien)                         | eine Bierreise (Besuch von Brauhäusern und Brauereien) machen                     | eine Bierreise (Besuch von Brauhäusern und Brauereien)                            |
| 14  | <b>Brauchtumsveranstaltungen</b> | Brauchtumsveranstaltungen (z.B. Schützenfeste, Karneval, Kirmes) besuchen | eine Brauchtumsveranstaltung (z.B. Schützenfeste, Karneval, Kirmes) besuchen      | einen Besuch von Brauchtumsveranstaltungen (z.B. Schützenfeste, Karneval, Kirmes) |
| 15  | <b>Burgen</b>                    | Burgen, Schlösser, Dome besuchen  | eine Reise zu Burgen, Schlössern & Domen machen                                   | einen Besuch von Burgen, Schlössern & Domen                                       |
| 16  | <b>Camping</b>                   | Campingurlaub / Caravaningurlaub  | einen Campingurlaub / Caravaningurlaub machen                                     | einen Campingurlaub / Caravaningurlaub  |

Anmerkung: Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016

## 9.2 Glossar

### Themenbezeichnungen je Fragestellung (Teil 2 von 4)

| Nr. | Allg. Kurzform im Musterbericht   | Interessentenpotenzial je Thema<br>➤ Originalbezeichnung laut Fragebogen   | Themeneignung Top of Mind<br>➤ Originalbezeichnung laut Fragebogen                              | Gestützte Themeneignung je Reiseziel<br>➤ Originalbezeichnung laut Fragebogen                 |
|-----|-----------------------------------|--|---|---|
| 17  | <b>E-Bikes</b>                    | E-Bikes / Pedellecs / Elektroräder nutzen  | einen Urlaub mit E-Bikes / Pedellecs / Elektrorädern machen                                     | E-Bikes / Pedellecs / Elektroräder nutzen   |
| 18  | <b>Events</b>                     | Events besuchen  | eine Eventreise machen  | einen Besuch von Events   |
| 19  | <b>Fähr- und Kreuzfahrten</b>     | Fähr- und Kreuzfahrturlaub   | einen Fähr- und Kreuzfahrturlaub machen   | einen Fähr- und Kreuzfahrturlaub  |
| 20  | <b>Familienurlaub</b>             | Familienurlaub   | einen Familienurlaub machen   | einen Familienurlaub  |
| 21  | <b>Filmtourismus</b>              | Filmtourismus (z.B. Drehorte besuchen)   | einen Drehort für einen Film besuchen   | einen Besuch von Drehorten für einen Film   |
| 22  | <b>Freizeitparks</b>              | Freizeitparks besuchen   | einen Freizeitpark besuchen   | einen Besuch von Freizeitparks  |
| 23  | <b>Gärten / Parks</b>             | Gärten / Parks besuchen  | eine Reise zu Gärten und Parks machen   | einen Besuch von Gärten / Parks   |
| 24  | <b>Geschäftsreise</b>             | Thematisch bedingt keine Erhebung des allgemeinen Interessentenpotenzials  | eine Geschäftsreise (MICE) machen   | eine Geschäftsreise (MICE)  |
| 25  | <b>Golf</b>                       | Golf spielen (nicht Minigolf)  | einen Golfurlaub / eine Golfreise machen  | Golf spielen (nicht Minigolf)   |
| 26  | <b>Industriekultur</b>            | Angebote zur Industriekultur besuchen (z.B. Besuch von Fabriken, Zechen, Industriekulturmuseen)                        | eine Reise zur Industriekultur (z.B. Besuch von Fabriken, Zechen, Industriekulturmuseen) machen | einen Besuch von Angeboten zur Industriekultur (z.B. Fabriken, Zechen, Industriekulturmuseen) |
| 27  | <b>Klettern</b>                   | Klettern   | einen Kletterurlaub machen  | Klettern  |
| 28  | <b>Kultur- / Musikfestivals</b>   | Kultur- / Musikfestivals besuchen  | ein Kultur- / Musikfestival besuchen  | einen Besuch von Kultur- / Musikfestivals   |
| 29  | <b>Ärztlich verschriebene Kur</b> | Thematisch bedingt keine Erhebung des allgemeinen Interessentenpotenzials  | eine ärztlich verschriebene Kur machen  | eine ärztlich verschriebene Kur   |
| 30  | <b>Spektakuläre Landschaft</b>    | Spektakuläre Landschaft erleben  | eine spektakuläre Landschaft erleben  | eine spektakuläre Landschaft erleben  |
| 31  | <b>Lebendige „Szene“</b>          | Lebendige „Szene“ erleben (z.B. trendige Shoppingviertel, Festivals, alternative Künstlerszene, lebendiges Nachtleben) | einen Urlaub in der lebendigen „Szene“ machen   | eine lebendige „Szene“ erleben  |
| 32  | <b>Auf den Spuren Luthers</b>     | Martin Luthers Spuren entdecken  | eine Reise auf den Spuren Martin Luthers machen   | eine Reise auf den Spuren Martin Luthers  |

Anmerkung: Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016



## 9.2 Glossar

### Themenbezeichnungen je Fragestellung (Teil 3 von 4)

| Nr. | Allg. Kurzform im Musterbericht | Interessentenpotenzial je Thema<br>➤ Originalbezeichnung laut Fragebogen                               | Themeneignung Top of Mind<br>➤ Originalbezeichnung laut Fragebogen   | Gestützte Themeneignung je Reiseziel<br>➤ Originalbezeichnung laut Fragebogen  |
|-----|---------------------------------|--|--|--|
| 33  | <b>Luxusurlaub</b>              | Luxusurlaub / Luxusreise   | einen Luxusurlaub / eine Luxusreise machen   | einen Luxusurlaub / eine Luxusreise  |
| 34  | <b>Märchen / Sagen</b>          | Märchen und Sagen erleben  | eine Reise zum Erleben von Märchen und Sagen machen  | Märchen und Sagen erleben  |
| 35  | <b>Motorrad fahren</b>          | Motorrad fahren  | einen Motorrad-Urlaub machen   | Motorrad fahren  |
| 36  | <b>Mountainbike fahren</b>      | Mountainbike fahren  | einen Mountainbike-Urlaub machen   | Mountainbike fahren  |
| 37  | <b>Museen / Ausstellungen</b>   | Museen, Ausstellungen oder Kunstmuseen besuchen  | ein Museum, eine Ausstellung oder ein Kunstmuseum besuchen   | einen Besuch von Museen / Ausstellungen / Kunstmuseen  |
| 38  | <b>Nachhaltiger Urlaub</b>      | Nachhaltiger Urlaub / Nachhaltige Reise (natur- / umweltschonend, wirtschaftlich fair, sozial gerecht) | einen nachhaltigen Urlaub / eine nachhaltige Reise machen (natur- / umweltschonend, wirtschaftlich fair, sozial gerecht) | einen nachhaltigen Urlaub / eine nachhaltige Reise machen (natur- / umweltschonend, wirtschaftlich fair, sozial gerecht) |
| 39  | <b>Informationen über Natur</b> | Informationen über die Natur erhalten  | einen Urlaub mit Informationen über die Natur machen   | Informationen über die Natur erhalten  |
| 40  | <b>Nebensaison</b>              | Angebote in der Nebensaison nutzen   | einen Urlaub in der Nebensaison machen   | Angebote in der Nebensaison nutzen   |
| 41  | <b>Nordic Walking</b>           | Nordic Walking   | einen Nordic Walking-Urlaub machen   | Nordic Walking   |
| 42  | <b>Rad fahren</b>               | Rad fahren (nicht Mountainbike fahren)   | einen Fahrradurlaub (nicht Mountainbike-Urlaub) machen   | Rad fahren (nicht Mountainbike fahren)   |
| 43  | <b>Reiten</b>                   | Reiten   | einen Reiturlaub machen  | Reiten   |
| 44  | <b>Romantik</b>                 | Romantik erleben   | einen romantischen Urlaub machen   | Romantik erleben   |
| 45  | <b>Schlösser / Herrenhäuser</b> | Schlösser, Herrenhäuser, Parks & Gärten besuchen   | eine Reise zu Schlössern, Herrenhäusern, Parks & Gärten machen   | einen Besuch von Schlössern, Herrenhäusern, Parks & Gärten   |
| 46  | <b>Segeln</b>                   | Segeln   | einen Segelurlaub machen   | Segeln   |
| 47  | <b>Shopping</b>                 | Shoppingmöglichkeiten nutzen   | eine Shoppingreise machen  | Shoppingmöglichkeiten nutzen   |
| 48  | <b>Sporturlaub</b>              | Sporturlaub  | einen Sporturlaub machen   | einen Sporturlaub  |

Anmerkung: Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016

## 9.2 Glossar

### Themenbezeichnungen je Fragestellung (Teil 4 von 4)

| Nr. | Allg. Kurzform im Musterbericht | Interessentenpotenzial je Thema<br>➤ Originalbezeichnung laut Fragebogen                        | Themeneignung Top of Mind<br>➤ Originalbezeichnung laut Fragebogen  | Gestützte Themeneignung je Reiseziel<br>➤ Originalbezeichnung laut Fragebogen                        |
|-----|---------------------------------|---|---|--|
| 49  | <b>Sportveranstaltungen</b>     | Sportveranstaltungen besuchen (aktiv & passiv)  | eine Sportveranstaltung besuchen (aktiv & passiv)   | einen Besuch von Sportveranstaltungen (aktiv & passiv)   |
| 50  | <b>Städtereise</b>              | Städtereise   | eine Städtereise machen   | eine Städtereise   |
| 51  | <b>Surfen / Kiten</b>           | Surfen / Kiten  | einen Surfurlaub / Kiteurlaub machen  | Surfen / Kiten   |
| 52  | <b>Thalassoangebote</b>         | Thalassoangebote nutzen   | einen Thalasso-Urlaub / eine Thalasso-Reise machen  | Thalassoangebote nutzen  |
| 53  | <b>UNESCO Welterbestätten</b>   | UNESCO Welterbestätten besuchen   | eine UNESCO Welterbestätte besuchen   | einen Besuch von UNESCO Welterbestätten  |
| 54  | <b>Wandern</b>                  | Wandern   | einen Wanderurlaub machen   | Wandern  |
| 55  | <b>Aktiv im und am Wasser</b>   | Sich aktiv im und am Wasser aufhalten   | einen Aktivurlaub im und am Wasser machen   | Aktiv im und am Wasser sein  |
| 56  | <b>Wassersport</b>              | Wassersport ausüben (nicht Segeln)  | einen Wassersport-Urlaub (nicht Segelurlaub) machen   | Wassersport ausüben (nicht Segeln)   |
| 57  | <b>Weihnachtsmärkte</b>         | Weihnachtsmärkte besuchen   | einen Weihnachtsmarkt besuchen  | einen Besuch von Weihnachtsmärkten   |
| 58  | <b>Weinreise</b>                | Weinreise (z.B. Weinproben, Weinfeste besuchen, Weinbergwanderungen, Teilnahme an der Weinlese) | eine Weinreise (z.B. Weinproben, Weinfeste besuchen, Weinbergwanderungen, Teilnahme an der Weinlese) machen | eine Weinreise (z.B. Weinproben, Weinfeste besuchen, Weinbergwanderungen, Teilnahme an der Weinlese) |
| 59  | <b>Winter am Meer</b>           | „Winter am Meer“ erleben  | einen „Winter am Meer“ erleben  | einen „Winter am Meer“ erleben   |
| 60  | <b>Wintersport</b>              | Wintersport ausüben (z.B. Langlauf, Abfahrt)  | einen Wintersporturlaub (z.B. Langlauf, Abfahrt) machen   | Wintersport ausüben (z.B. Langlauf, Abfahrt)   |
| 61  | <b>Winterurlaub</b>             | Winterurlaub  | einen Winterurlaub machen   | einen Winterurlaub   |
| 62  | <b>Yoga / Meditation</b>        | Yoga / Meditation   | einen Yoga- / Meditationsurlaub machen  | Yoga / Meditation  |
| 63  | <b>Zoobesuch</b>                | Zoos besuchen   | einen Zoo besuchen  | einen Besuch von Zoos  |

Anmerkung: Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016

## Gliederung

|     |  |     |
|-----|--|-----|
| 1   | MANAGEMENT SUMMARY INKL. ANALYSE-QUADRANT                            | 5   |
| 2   | GRAFISCHER ERGEBNISÜBERBLICK – DESTINATION BRAND 16 IM ZEITVERGLEICH | 13  |
| 3   | ÜBERBLICK ÜBER STUDIENREIHE DESTINATION BRAND                        | 51  |
| 4   | DESIGN DER STUDIE DESTINATION BRAND 16                               | 56  |
| 5   | NACHFRAGE: ALLGEMEINES INTERESSENTENPOTENZIAL JE THEMA IM DETAIL     | 63  |
| 6   | ANGEBOT: BEURTEILUNG DER GESTÜTZTEN THEMENEIGNUNG IM DETAIL          | 75  |
| 7   | KONKURRENZ: VERGLEICH MIT WETTBEWERBERN JE THEMA                     | 118 |
| 8   | BETEILIGTE INSTITUTE UND ANSPRECHPARTNER                             | 207 |
| 9   | ANHANG   | 217 |
| 9.1 | Lesebeispiele  | 218 |
| 9.2 | Glossar  | 228 |
| 9.3 | Fehlerspannen-Nannogramm   | 236 |
| 9.4 | Literaturangaben zum Überblick über Studienreihe Destination Brand   | 239 |
|     | IMPRESSUM  | 241 |

## 9.3 Fehlerspannen-Nannogramm

Vertrauenswahrscheinlichkeit: **95%**

|                     | Stichprobengröße n=   |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |        |
|---------------------|-----------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|
|                     | 100                   | 200   | 300   | 500   | 1.000 | 1.500 | 2.000 | 3.000 | 5.000 | 8.000 | 9.000 | 10.000 |
| <b>Anteil in %</b>  | Schwankungsintervalle |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |        |
| 5                   | 4,27                  | 3,02  | 2,47  | 1,91  | 1,35  | 1,10  | 0,96  | 0,78  | 0,60  | 0,48  | 0,45  | 0,43   |
| 10                  | 5,88                  | 4,16  | 3,39  | 2,63  | 1,86  | 1,52  | 1,31  | 1,07  | 0,83  | 0,66  | 0,62  | 0,59   |
| 15                  | 7,00                  | 4,95  | 4,04  | 3,13  | 2,21  | 1,81  | 1,56  | 1,28  | 0,99  | 0,78  | 0,74  | 0,70   |
| 20                  | 7,84                  | 5,54  | 4,53  | 3,51  | 2,48  | 2,02  | 1,75  | 1,43  | 1,11  | 0,88  | 0,83  | 0,78   |
| 25                  | 8,49                  | 6,00  | 4,90  | 3,80  | 2,68  | 2,19  | 1,90  | 1,55  | 1,20  | 0,95  | 0,89  | 0,85   |
| 30                  | 8,98                  | 6,35  | 5,19  | 4,02  | 2,84  | 2,32  | 2,01  | 1,64  | 1,27  | 1,00  | 0,95  | 0,90   |
| 35                  | 9,35                  | 6,61  | 5,40  | 4,18  | 2,96  | 2,41  | 2,09  | 1,71  | 1,32  | 1,05  | 0,99  | 0,93   |
| 40                  | 9,60                  | 6,79  | 5,54  | 4,29  | 3,04  | 2,48  | 2,15  | 1,75  | 1,36  | 1,07  | 1,01  | 0,96   |
| 45                  | 9,75                  | 6,89  | 5,63  | 4,36  | 3,08  | 2,52  | 2,18  | 1,78  | 1,38  | 1,09  | 1,03  | 0,98   |
| 50                  | 9,80                  | 6,93  | 5,66  | 4,38  | 3,10  | 2,53  | 2,19  | 1,79  | 1,39  | 1,10  | 1,03  | 0,98   |
| 55                  | 9,75                  | 6,89  | 5,63  | 4,36  | 3,08  | 2,52  | 2,18  | 1,78  | 1,38  | 1,09  | 1,03  | 0,98   |
| 60                  | 9,60                  | 6,79  | 5,54  | 4,29  | 3,04  | 2,48  | 2,15  | 1,75  | 1,36  | 1,07  | 1,01  | 0,96   |
| 65                  | 9,35                  | 6,61  | 5,40  | 4,18  | 2,96  | 2,41  | 2,09  | 1,71  | 1,32  | 1,05  | 0,99  | 0,93   |
| 70                  | 8,98                  | 6,35  | 5,19  | 4,02  | 2,84  | 2,32  | 2,01  | 1,64  | 1,27  | 1,00  | 0,95  | 0,90   |
| 75                  | 8,49                  | 6,00  | 4,90  | 3,80  | 2,68  | 2,19  | 1,90  | 1,55  | 1,20  | 0,95  | 0,89  | 0,85   |
| 80                  | 7,84                  | 5,54  | 4,53  | 3,51  | 2,48  | 2,02  | 1,75  | 1,43  | 1,11  | 0,88  | 0,83  | 0,78   |
| 85                  | 7,00                  | 4,95  | 4,04  | 3,13  | 2,21  | 1,81  | 1,56  | 1,28  | 0,99  | 0,78  | 0,74  | 0,70   |
| 90                  | 5,88                  | 4,16  | 3,39  | 2,63  | 1,86  | 1,52  | 1,31  | 1,07  | 0,83  | 0,66  | 0,62  | 0,59   |
| 95                  | 4,27                  | 3,02  | 2,47  | 1,91  | 1,35  | 1,10  | 0,96  | 0,78  | 0,60  | 0,48  | 0,45  | 0,43   |
| <b>Anteilswert:</b> |                       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |        |
| 20                  | 7,84                  | 5,54  | 4,53  | 3,51  | 2,48  | 2,02  | 1,75  | 1,43  | 1,11  | 0,88  | 0,83  | 0,78   |
| unteres KI          | 12,16                 | 14,46 | 15,47 | 16,49 | 17,52 | 17,98 | 18,25 | 18,57 | 18,89 | 19,12 | 19,17 | 19,22  |
| oberes KI           | 27,84                 | 25,54 | 24,53 | 23,51 | 22,48 | 22,02 | 21,75 | 21,43 | 21,11 | 20,88 | 20,83 | 20,78  |

| Fallzahl: | Konfidenzintervallgrenzen |       |
|-----------|---------------------------|-------|
| 1.000     | untere                    | obere |
| Schw.Int. |                           |       |
| 1,35      | 3,65                      | 6,35  |
| 1,86      | 8,14                      | 11,86 |
| 2,21      | 12,79                     | 17,21 |
| 2,48      | 17,52                     | 22,48 |
| 2,68      | 22,32                     | 27,68 |
| 2,84      | 27,16                     | 32,84 |
| 2,96      | 32,04                     | 37,96 |
| 3,04      | 36,96                     | 43,04 |
| 3,08      | 41,92                     | 48,08 |
| 3,10      | 46,90                     | 53,10 |
| 3,08      | 51,92                     | 58,08 |
| 3,04      | 56,96                     | 63,04 |
| 2,96      | 62,04                     | 67,96 |
| 2,84      | 67,16                     | 72,84 |
| 2,68      | 72,32                     | 77,68 |
| 2,48      | 77,52                     | 82,48 |
| 2,21      | 82,79                     | 87,21 |
| 1,86      | 88,14                     | 91,86 |
| 1,35      | 93,65                     | 96,35 |
| 2,48      | 17,52                     | 22,48 |
| 17,52     |                           |       |
| 22,48     |                           |       |

## 9.3 Fehlerspannen-Nannogramm

### Erläuterungen

**Mit der Tabelle auf dem vorherigen Chart ist es möglich auf Basis eines – aus einer Stichprobe gewonnenen – Anteils eines bestimmten Merkmals ein (beidseitiges) Konfidenzintervall zu berechnen, in dem sich der wahre Wert des Anteils in der Grundgesamtheit bewegt.**

Beispiel: Aus der Meldekartei einer deutschen Großstadt werden 1.000 Personen zufällig ausgewählt. Anhand der Geburtsorte dieser Personen kann festgestellt werden, dass 20% an einem anderen Ort geboren sind. Aufgrund dieses Stichprobenanteils soll abgeschätzt werden, wie viel Prozent der Gesamtbevölkerung der Großstadt an einem anderen Ort geboren sind. Die Schätzung soll mit größtmöglicher Sicherheit durchgeführt werden. Diesbezüglich wird sich auf eine Irrtumswahrscheinlichkeit von 5% geeinigt.

**Die Tabelle teilt sich in einen grau-weißen Standardbereich und einen orange-weißen fallspezifischen Bereich auf. Im grau-weißen Bereich stellen sich dann für 19 Anteilswerte (5%, ..., 95%) und 12 Stichprobengrößen ( $n = 100$ , ...,  $n = 10.000$ ) die Schwankungsintervalle ein, die vom geschätzten Anteilswert abzuziehen sind bzw. dazu gerechnet werden müssen, um das gewünschte Konfidenzintervall zu erhalten.**

Für das oben angeführte Beispiel ergibt sich aus der Tabelle ein Schwankungsintervall von 2,48, bei einer Vertrauenswahrscheinlichkeit von 95%. Das bedeutet, dass der wahre Anteil der Personen, die an einem anderen Ort geboren sind mit einer Wahrscheinlichkeit von 95% zwischen  $20\% - 2,48\% = 17,52\%$  und  $20\% + 2,48\% = 22,48\%$  liegt.

**Im orange-weißen Bereich ist zudem die Stichprobengröße in Bezug auf die gestützte Themenbeurteilung des Reiseziels „Uckermark“ in Höhe von 1.000 hervorgehoben. Die Tabelle darunter gibt entsprechend für die 19 vorgegebenen Anteilswerte wiederum die Schwankungsintervalle an, die sich bei der eingestellten Vertrauenswahrscheinlichkeit von 95% ergeben. Darüber hinaus sind hier auch die Konfidenzintervallgrenzen für den jeweiligen Anteilswert berechnet.**

## Gliederung

|     |  |     |
|-----|--|-----|
| 1   | MANAGEMENT SUMMARY INKL. ANALYSE-QUADRANT                            | 5   |
| 2   | GRAFISCHER ERGEBNISÜBERBLICK – DESTINATION BRAND 16 IM ZEITVERGLEICH | 13  |
| 3   | ÜBERBLICK ÜBER STUDIENREIHE DESTINATION BRAND                        | 51  |
| 4   | DESIGN DER STUDIE DESTINATION BRAND 16                               | 56  |
| 5   | NACHFRAGE: ALLGEMEINES INTERESSENTENPOTENZIAL JE THEMA IM DETAIL     | 63  |
| 6   | ANGEBOT: BEURTEILUNG DER GESTÜTZTEN THEMENEIGNUNG IM DETAIL          | 75  |
| 7   | KONKURRENZ: VERGLEICH MIT WETTBEWERBERN JE THEMA                     | 118 |
| 8   | BETEILIGTE INSTITUTE UND ANSPRECHPARTNER                             | 207 |
| 9   | ANHANG   | 217 |
| 9.1 | Lesebeispiele  | 218 |
| 9.2 | Glossar  | 228 |
| 9.3 | Fehlerspannen-Nannogramm   | 236 |
| 9.4 | Literaturangaben zum Überblick über Studienreihe Destination Brand   | 239 |
|     | IMPRESSUM  | 241 |

## 9.4 Literaturangaben zum Überblick über Studienreihe Destination Brand

### Überblick in Kap. 3 entspricht Auszug aus folgendem wissenschaftlichen Artikel zur Destination Brand-Studienreihe (leicht verändert)

Eisenstein, B., Koch, A., Trimborn, P. und Müller, S. (2017): Die DestinationBrand-Studienreihe – Basisinformationen zur Markenführung von Destinationen.- In: Eisenstein, B. (Hg.) (2017): Marktforschung für Destinationen. Grundlagen – Instrumente – Praxisbeispiele.- Berlin, S. 267-283.

### Anmerkungen

- <sup>1</sup> Vgl. Meffert, Burmann und Kirchgeorg (2015), S. 329; Esch (2014), S. 79; Meffert und Burmann (2013), S. 31; Burmann, Halaszovich und Hemmann (2012), S. 27ff.
- <sup>2</sup> Markenimage ist hier definiert als „ein in der Psyche relevanter externer Zielgruppen fest verankertes, verdichtetes, wertendes Vorstellungsbild“ (Burmann, Halaszovich und Hemmann (2012), S. 364).
- <sup>3</sup> Hier wird die Marke als „ein Nutzenbündel mit spezifischen Merkmalen [...] [verstanden], die dafür sorgen, dass sich dieses Nutzenbündel gegenüber anderen Nutzenbündeln, welche dieselben Basisbedürfnisse erfüllen, aus Sicht relevanter Zielgruppen nachhaltig differenziert.“ (Burmann, Blinda und Nitschke (2003), S. 3 in Anlehnung an Keller (2003), S. 2.)
- <sup>4</sup> Vgl. Burmann, Meffert und Feddersen (2007), S. 11.
- <sup>5</sup> Vgl. Burmann, Schade und Müller (2014), S. 282.
- <sup>6</sup> Vgl. Esch und Möll (2009), S. 30.

### Literaturverzeichnis

Burmann, C., Blinda, L. und Nitschke, A. (2003): Konzeptionelle Grundlagen des identitätsbasierten Markenmanagements.- (Arbeitspapier Nr. 1 des Lehrstuhls für innovatives Markenmanagement (LiM)), Bremen.

Burmann, C., Halaszovich, T. und Hemmann, F. (2012): Identitätsbasierte Markenführung – Grundlagen, Strategie, Umsetzung, Controlling. - Wiesbaden.

Burmann, C., Meffert, H. und Feddersen, C. (2007): Identitätsorientierte Markenführung. In: Florack, A., Scarabis, M. und Primosch, E. (Hg.): Psychologie der Markenführung.- München, S. 3-30.

Burmann, C., Schade, M. und Müller A. (2014): Erfolgreiche Führung von Destinationsmarken – das Fallbeispiel Bremen. In: Hartmann, R. und Herle, F. (Hg.) (2014): Interkulturelles Management in Freizeit und Tourismus. Kommunikation – Kooperation – Kompetenz.- (= Schriften zu Freizeit und Tourismus, 17), Berlin, S. 281-288.

## 9.4 Literaturangaben zum Überblick über Studienreihe Destination Brand

### Literaturverzeichnis

*Esch, F.-R.* (2014): Strategie und Technik der Markenführung. 8., vollständig überarbeitete und erweiterte Aufl., München.

*Esch, F.-R. und Möll, Th.* (2009): Marken im Gehirn = Emotionen pur. Konsequenzen für die Markenführung. In: Esch, F.-R. und Armbrrecht, W. (Hg.) (2009): Best Practice der Markenführung.- Wiesbaden. S. 21-35.

*Keller, K.L.* (2003): Strategic brand management: building, measuring, and managing brand equity. 2. Aufl., Upper Saddle River (New Jersey).

*Meffert, H. und Burmann, C.* (2013): Wandel in der Markenführung – vom instrumentellen zum identitätsorientierten Markenverständnis. In: Meffert, H., Burmann, C. und Koers, M. (Hg.) (2013): Markenmanagement. Identitätsorientierte Markenführung und praktische Umsetzung. Mit Best Practice-Fallstudien.- 2., vollständig überarbeitete und erweiterte Aufl., Wiesbaden, S. 19-36.

*Meffert, H., Burmann, C. und Kirchgeorg, M.* (2015): Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte – Instrumente – Praxisbeispiele. 12., überarbeitete und aktualisierte Aufl., Wiesbaden.



## Gliederung

|  |     |
|--|-----|
| 1 MANAGEMENT SUMMARY INKL. ANALYSE-QUADRANT                            | 5   |
| 2 GRAFISCHER ERGEBNISÜBERBLICK – DESTINATION BRAND 16 IM ZEITVERGLEICH | 13  |
| 3 ÜBERBLICK ÜBER STUDIENREIHE DESTINATION BRAND                        | 51  |
| 4 DESIGN DER STUDIE DESTINATION BRAND 16                               | 56  |
| 5 NACHFRAGE: ALLGEMEINES INTERESSENTENPOTENZIAL JE THEMA IM DETAIL     | 63  |
| 6 ANGEBOT: BEURTEILUNG DER GESTÜTZTEN THEMENEIGNUNG IM DETAIL          | 75  |
| 7 KONKURRENZ: VERGLEICH MIT WETTBEWERBERN JE THEMA                     | 118 |
| 8 BETEILIGTE INSTITUTE UND ANSPRECHPARTNER                             | 207 |
| 9 ANHANG   | 217 |
| IMPRESSUM  | 241 |

## Impressum

- ▶ **Herausgeber**

inspektour GmbH  
Tourismus- und Regionalentwicklung  
Dipl.-Kulturmanager, Dipl.-Kfm. (FH) Ralf Trimborn  
Geschäftsführender Gesellschafter  
Osterstraße 124  
20255 Hamburg
  
- ▶ **Projektdurchführung  
und -weiterentwicklung**

inspektour GmbH
  
- ▶ **Datenerhebung**

GfK Travel & Logistics | Brand and Customer Experience, Nürnberg
  
- ▶ **Wissenschaftliche Beratung**

Institut für Management und Tourismus (IMT) der FH Westküste, Heide