www.gaeste-zufriedenheit.de

VGM Vergleichender Gästemonitor

Vergleichender Gästemonitor

2014

Basisreport

benchmark:services
Research & Consulting

VGM Vergleichender Gästemonitor

Vergleichender Gästemonitor 2014

Krummhörn-Greetsiel

Basisreport (Tabellenband)

Für den Inhalt:

benchmark:services
Research & Consulting

Ansprechpartner:
Dr. Alexandra Partale, Florian Haver

Büro Rhein-Main
Zur Mark 24
D-65719 Hofheim
T +49-(0)61 92 – 9 55 84 38
F +49-(0)61 92 – 9 55 84 37

Büro Berlin
Gotlandstr. 5
D-10439 Berlin
T +49-(0)30- 46 79 64 85
F +49-(0)30 - 46 79 64 91

E info@benchmark-services.de
I www.benchmark-services.de

BENCHMARK Services: von den Besten lernen – neue Maßstäbe setzen!

Methodische Vorbemerkung

Kaum ein Instrument ist effektiver als eine Gästebefragung, um Hinweise für die eigene touristische Entwicklungsarbeit zu erhalten und im Marketing zielgerichteter vorzugehen. Der Vergleichende Gästemonitor (VGM) ist ein effektives Marktforschungsinstrument, mit dem Tourismusorte regelmäßig entscheidungsrelevante Informationen über ihre Gäste generieren. Ein standardisiertes Befragungskonzept ermöglicht den Vergleich mit anderen Befragungsteilnehmern und ein langfristiges Monitoring. Durch individuelle Zusatzfragen erfolgt der Zuschnitt auf die Informationsbedürfnisse des einzelnen Ortes.

Wer wurde befragt?

Tages- und Übernachtungsgäste ab 15 Jahren, die 2014 einen touristischen Aufenthalt in Krummhörn-Greetsiel verbracht haben.

Welche Befragungsmethode wurde angewendet?

Der Vergleichende Gästemonitor ist eine **schriftliche Befragung**, die sowohl durch einen **Online-Fragebogen** als auch einen **Printfragebogen** umgesetzt wird. Die Rekrutierung der Befragungsteilnehmer erfolgt durch eine Bewerbung des Online-Fragebogens sowie die Verteilung von Printfragebögen an vielen virtuellen und reellen Standorten kontinuierlich während des gesamten Jahres. Hierdurch werden **alle Zielgruppen** des Ortes sowie eine **optimale Jahresrepräsentativität** erreicht.

Um die Repräsentativität der Daten weiter zu verbessern, wurden die erhobenen Daten entsprechend Ihrer Verteilung in der Grundgesamtheit gewichtet, sofern die erforderlichen Fallzahlen in den Zellen vorlagen. Die Grundlage der Gewichtung bildeten Daten über die Verteilung der Grundgesamtheit (nur Übernachtungsgäste) auf die verschiedenen Beherbergungskategorien.

Was beinhaltet der vorliegende Basisreport?

Im **Basisreport** dokumentieren wir die Ergebnisse der befragten **Übernachtungsgäste ab 15 Jahren**, die zwischen dem 1. Januar und dem 31. Dezember Vorort waren (n = 983).

Zur besseren Einordnung der eigenen Daten bietet der vorliegende Bericht verschiedene **Vergleichswerte** aus dem Teilnehmerkreis.

Welche Vergleichswerte werden betrachtet?

Der Bericht liefert Vergleichswerte für alle geschlossenen Fragen des Grundfragenkatalogs. Dabei wird differenziert zwischen Vergleichswerten aus

1. Heilbädern und Kurorten ohne Seebäder **(H&K),**
2. Seeheil- und Seebädern **(SEE)** und
3. Orten mit mindestens 25.000 Einwohnern **(CITY)**

Tab.: Zuordnung der VGM-Teilnehmer 2014 zu den Vergleichsgruppen

	Ahrenshoop	Bad Aibling	Bad Bevensen	Bad Laer	Bad Nenndorf	Bad Oeynhausen	Bad Zwischenahn	Bayreuth	Bensersiel	Borkum	Cuxhaven	Dornumerland	Garmisch	Greetsiel	Langeoog	Norddeich	Nordnerney	Otterndorf	Wangerooge
SEE	x								x	x	x	x		x	x	x	x	x	x
H&K		x	x	x	x	x	x						x						
City						x	x	x			x		x						

Wie wurden die Benchmarkwerte berechnet?

Die Benchmark-Werte wurden auf der Grundlage der Durchschnittswerte der teilnehmenden Orte berechnet und repräsentieren somit jeden Ort mit gleichem Gewicht.

Was ist bei der Interpretation der Ergebnisse zu beachten?

Sofern nicht gesondert gekennzeichnet, entsprechen Abweichungen der Befragungsbasis von der Gesamtstichprobe (n) der Anzahl an Befragten, die diese Frage nicht beantwortet haben.

Bei den dargestellten Prozentwerten handelt es sich – falls nicht speziell gekennzeichnet - stets um den Anteil an Befragten innerhalb der betrachteten Gruppen, der die jeweilige Antwortmöglichkeit gewählt hat (Häufigkeiten).

Wir wünschen viele interessante und verwertbare Erkenntnisse!

Dr. Alexandra Partale & Florian Haver

VGM Vergleichender Gästemonitor

Inhaltsverzeichnis

Kapitel | Inhalte **Seite**

1 | Gästestruktur 1

2 | Grundcharakteristika der erfassten Reisen 4

3 | Reisemotive und Reiseentscheidung 8

4 | Reiseorganisation 11

5 | Anforderungen und Zufriedenheit 14

6 | Wiederbesuchsabsicht & Empfehlungswahrscheinlichkeit 21

7 | Reiseausgaben 24

Kapitel 1

Gästestruktur

© Benchmark Services

1 Gästestruktur

Stichprobengröße

	Ihr Wert
Gesamtzahl der befragten Übernachtungsgäste	983

Wohnsitz (Inland versus Ausland)

Frage: Wo haben Sie Ihren Wohnsitz?

	Ihr Wert	Benchmarking		
		H&K	SEE	CITY
In Deutschland	98%	93%	99%	93%
Im Ausland	2%	7%	1%	7%
Basis (Befragte)	968			

Wohnsitz (Bundesland)

Frage: Wo haben Sie Ihren Wohnsitz?

	Ihr Wert	Benchmarking		
		H&K	SEE	CITY
Nordrhein-Westfalen	60%	35%	50%	38%
Niedersachsen	12%	18%	15%	16%
Hessen	8%	4%	8%	7%
Rheinland-Pfalz	6%	3%	5%	4%
Baden-Württemberg	4%	7%	6%	8%
Bayern	3%	11%	4%	11%
Schleswig-Holstein	2%	4%	1%	2%
Sachsen	1%	2%	2%	2%
Saarland	1%	0%	1%	1%
Brandenburg	1%	2%	1%	1%
Berlin	1%	3%	3%	3%
Bremen	1%	2%	1%	1%
Hamburg	0%	5%	1%	3%
Thüringen	0%	1%	1%	1%
Sachsen-Anhalt	0%	1%	1%	1%
Mecklenburg-Vorpommern	0%	1%	1%	1%
Basis (nur Befragte mit Wohnsitz in Deutschland)	934			

© Benchmark Services

Alter

Frage: Wie alt sind Sie?

	Ihr Wert	Benchmarking		
		H&K	SEE	CITY
15 bis 20 Jahre	**0%**	1%	1%	1%
21 bis 30 Jahre	**2%**	4%	5%	5%
31 bis 40 Jahre	**9%**	7%	12%	11%
41 bis 50 Jahre	**31%**	18%	26%	20%
51 bis 60 Jahre	**35%**	21%	28%	25%
61 bis 70 Jahre	**18%**	21%	20%	23%
71 bis 80 Jahre	**5%**	20%	7%	12%
> 80 Jahre	**0%**	7%	0%	3%
Durchschnittsalter	**53,0**	59,2	52,3	55,1
Basis (Befragte)	**956**			

Geschlecht

Frage: Sind Sie männlich oder weiblich?

	Ihr Wert	Benchmarking		
		H&K	SEE	CITY
Männlich	**52%**	46%	47%	52%
Weiblich	**48%**	54%	53%	48%
Basis (Befragte)	**983**			

Kapitel 2

Grundcharakteristika der erfassten Reisen

© Benchmark Services

2 Grundcharakteristika der erfassten Reisen

Monatsverteilung der Stichprobe

Frage: In welchem Monat sind Sie angereist?

	Ihr Wert	Benchmarking		
		H&K	SEE	CITY
Januar	**2%**	5%	4%	5%
Februar	**4%**	5%	4%	3%
März	**5%**	12%	6%	8%
April	**13%**	9%	11%	11%
Mai	**10%**	11%	12%	13%
Juni	**13%**	11%	14%	11%
Juli	**14%**	10%	16%	11%
August	**10%**	12%	15%	17%
September	**13%**	10%	10%	8%
Oktober	**10%**	7%	7%	5%
November	**3%**	4%	2%	2%
Dezember	**4%**	4%	2%	4%
Basis (Befragte)	**982**			

Besuchserfahrung

Frage: Wie oft waren Sie insgesamt bereits als Gast in Krummhörn-Greetsiel?

	Ihr Wert	Benchmarking		
		H&K	SEE	CITY
1 mal (Erstbesucher)	**46%**	41%	23%	34%
2 mal	**12%**	12%	8%	11%
3 - 5 mal	**19%**	17%	20%	20%
5 bis 10 mal	**13%**	15%	19%	16%
11 - 20 mal	**6%**	10%	17%	12%
21 - 30 mal	**2%**	3%	8%	4%
mehr als 30 mal	**2%**	1%	5%	3%
Durchschnittliche Zahl der Aufenthalte pro Befragungsteilnehmer	**4,8**	5,6	9,7	6,9
Basis (Befragte)	**956**			

© Benchmark Services

Reisebegleitung

Frage: Mit wem sind Sie gereist?

	Ihr Wert	Benchmarking		
		H&K	SEE	CITY
Ehepartner, Lebensgefährte (zu zweit)	**63%**	45%	50%	48%
Familie (inkl. Kind/er unter 18 Jahre)	**22%**	7%	27%	12%
Familienangehörige, Freunde (ohne Kinder unter 18 Jahre)	**8%**	11%	9%	8%
allein	**4%**	23%	9%	20%
organisierte Reisegruppe	**0%**	7%	1%	3%
Geschäftskollegen, Geschäftspartner	**0%**	3%	0%	5%
Sonstiges	**3%**	4%	5%	5%
Basis (Befragte)	**965**			

Reisende mit Kindern (Alter)

Frage: Wenn Sie mit Kindern gereist sind: Wie alt sind bzw. waren die Kinder zum Zeitpunkt des Aufenthaltes?

	Ihr Wert
Unter 7 Jahre	**39%**
7-12 Jahre	**46%**
13-17 Jahre	**35%**
Basis (Befragte; nur Personen, die in Begleitung von Kindern gereist sind, ohne Gruppenreisende)	**202**

Reisende mit Kindern (Zielgruppen)

Frage: Wenn Sie mit Kindern gereist sind: Welcher der folgenden Gruppen gehörten Sie an?

	Ihr Wert
Mutter und Vater mit Kind(ern)	**79%**
Großeltern, Eltern und Kind(er)	**13%**
Alleinreisender Elternteil mit Kind(ern)	**6%**
Großeltern mit Kind(ern)	**3%**
Sonstiges	**0%**
Basis (Befragte; nur Personen, die in Begleitung von Kindern gereist sind, ohne Gruppenreisende)	**199**

© Benchmark Services

Reisebegleitung: Hunde

Frage: Sind Sie mit Hund gereist?

	Ihr Wert
Ja	**13%**
Nein	**87%**
Basis (Befragte)	**959**

Reisedauer (Zahl der Übernachtungen)

Frage: Bitte geben Sie uns die Zahl Ihrer Übernachtungen an!

	Ihr Wert	Benchmarking		
		H&K	SEE	CITY
1 bis 3 Übernachtungen (Kurzaufenthalt)	**30%**	37%	13%	36%
4 bis 7 Übernachtungen	**51%**	27%	41%	32%
8 bis 14 Übernachtungen	**16%**	19%	35%	19%
15 bis 21 Übernachtungen	**2%**	11%	9%	7%
22 bis 28 Übernachtungen	**0%**	3%	1%	3%
mehr als 28 Übernachtungen	**0%**	3%	2%	4%
Durchschnittliche Zahl der Übernachtungen	**6,0**	8,7	9,4	8,4
Basis (Befragte)	**977**			

© Benchmark Services

Kapitel 3

Reisemotive und Reiseentscheidung

© Benchmark Services

3 Reisemotive und Reiseentscheidung

Allgemeine Reisemotive

Frage: Was waren die Motive für Ihren Aufenthalt in Krummhörn-Greetsiel? (Mehrfachnennungen)

	Ihr Wert	Benchmarking		
		H&K	SEE	CITY
Erholung, Entspannung	**87%**	60%	87%	56%
Abstand zum Alltag gewinnen	**61%**	34%	62%	34%
In der Natur sein	**59%**	35%	64%	36%
Zeit mit Familie, Partner, Freunden verbringen	**43%**	22%	43%	28%
Kulinarisches Erleben	**23%**	12%	14%	13%
Sport, Bewegung	**21%**	21%	25%	20%
Spaß, Vergnügen	**20%**	14%	25%	19%
Etwas für die Gesundheit tun	**18%**	39%	33%	24%
Sich verwöhnen lassen	**13%**	23%	15%	16%
Leute kennenlernen, andere Menschen treffen	**8%**	6%	9%	8%
Shoppen	**7%**	12%	7%	12%
Kunst, Kultur erleben	**7%**	6%	8%	13%
Lernen, Bildung	**1%**	2%	2%	6%
Sonstiges	**8%**	15%	8%	19%
Basis (Befragte)	**978**			

Kriterien der Reiseentscheidung

Frage: Warum haben Sie sich für einen Aufenthalt in Krummhörn-Greetsiel entschieden? (Mehrfachnennungen)

	Ihr Wert
Landschaft, Klima	**68%**
Atmosphäre, Flair	**53%**
Erreichbarkeit des Ortes	**39%**
Konkrete Unterkunft	**23%**
Wegen der Menschen (Einheimische, Gäste)	**15%**
Freizeit- und Aktivangebot	**8%**
Angebote für Familien	**6%**
Kulturelles Angebot	**5%**
Wellness-, Gesundheitsangebot	**3%**
Shopping-Angebot	**2%**
Geschäftliche Gründe	**1%**
Empfehlung durch Arzt bzw. Versicherungsträger	**1%**
Sonstiges	**8%**
Basis (Befragte)	**967**

© Benchmark Services

Rolle des Kurbeitrags

*Frage: Welche Einstellung haben Sie zum Kurbeitrag?**

	Ihr Wert
Der Kurbeitrag ist notwendig, um öffentliche Tourismusangebote, z.B. Wanderwege, vorhalten zu können.	63%
Den Kurbeitrag in Krummhörn-Greetsiel halte ich für angemessen.	62%
Die Höhe des Kurbeitrags beeinflusst meine Entscheidung für ein Reiseziel.	9%
Die Höhe des Kurbeitrags beeinflusst meine Zufriedenheit mit einem Reiseziel.	8%
Basis (Befragte)	917

*Anteil der Befragten, der den jeweiligen Aussagen zustimmt

Kapitel 4

Reiseorganisation

4 Reiseorganisation

Erstkontakt

Wie sind Sie auf Krummhörn-Greetsiel bzw. Ihre Unterkunft aufmerksam geworden? (Mehrfachnennungen)

	Ihr Wert
Internet	43%
Verwandte, Bekannte	31%
Schon bekannt	28%
Prospekte, Kataloge	9%
Fernsehen, Radio	4%
Zeitung, Zeitschrift	2%
Messe	0%
Reisebüro	0%
Sonstiges	6%
Basis (Befragte)	970

Erstkontakt: Internet

Wenn Sie im Internet auf Krummhörn-Greetsiel bzw. Ihre Unterkunft aufmerksam geworden sind: Welche Seiten haben Sie genutzt? (Mehrfachnnungen)

	Ihr Wert
Suchmaschine, z.B. Google	64%
Internetseite der Region	51%
Reiseportal, z.B. Holiday-Check, Expedia, HRS	7%
Internetseite des Bundeslandes	3%
Social Media, z.B. Facebook, Youtube, Twitter	2%
Internetseite des Reiselandes Deutschland	0%
Internetseite eines Reiseveranstalters	0%
Sonstiges	4%
Basis (nur Befragte, die im Internet auf Krummhörn-Greetsiel aufmersam wurden)	419

Informationsquellen

Frage: Wie haben Sie sich im Vorfeld näher über Ihr Reiseziel informiert? (Mehrfachnennungen)

	Ihr Wert	Benchmarking		
		H&K	SEE	CITY
Internetseite von Greetsiel	**76%**	42%	56%	53%
Internetseite der Unterkunft	**37%**	28%	26%	29%
Internetseite der Region	**31%**	12%	15%	13%
Verwandte, Bekannte	**19%**	26%	24%	24%
Beratung der Tourist-Information	**12%**	7%	6%	8%
Orts-, Gebietsprospekte	**11%**	11%	12%	12%
Sonstige Internet-Seiten	**7%**	4%	6%	7%
Reiseliteratur, Reiseführer	**7%**	4%	6%	5%
Prospekt der Unterkunft	**6%**	13%	10%	12%
keine Informationsquellen genutzt	**5%**	13%	10%	14%
Social Media (Facebook, Youtube, Twitter etc.)	**2%**	1%	2%	2%
Fernsehen, Radio	**2%**	1%	2%	1%
Zeitung, Zeitschrift	**1%**	2%	2%	3%
Messe	**1%**	1%	1%	1%
Sonstiges	**4%**	9%	7%	7%
Basis (Befragte)	**977**			

Unterkunftsarten

Frage: Wo haben Sie übernachtet?

	Ihr Wert	Benchmarking		
		H&K	SEE	CITY
Ferienhaus, Ferienwohnung	**63%**	10%	56%	22%
Hotel, Hotel garni	**31%**	67%	27%	56%
Pension, Gasthof	**3%**	8%	7%	6%
Campingplatz	**1%**	0%	4%	1%
Verwandte oder Bekannte	**1%**	2%	2%	3%
Wohnmobilstellplatz	**0%**	1%	1%	1%
Sonstiges	**1%**	3%	3%	2%
Basis (Befragte)	**983**			

© Benchmark Services

Kapitel 5

Anforderungen und Zufriedenheit

5 Anforderungen und Zufriedenheit

Gesamtzufriedenheit mit dem Aufenthalt (Häufigkeiten & Durchschnitt)

Frage: Wie zufrieden waren Sie mit Ihrem Aufenthalt in Krummhörn-Greetsiel insgesamt?

	Ihr Wert	Benchmarking		
		H&K	SEE	CITY
1 (sehr zufrieden)	**51%**	43%	49%	45%
2 (zufrieden)	**38%**	38%	36%	39%
3 (eher zufrieden)	**7%**	9%	8%	8%
4 (eher unzufrieden)	**1%**	3%	3%	2%
5 (unzufrieden)	**1%**	3%	1%	3%
6 (sehr unzufrieden)	**1%**	3%	2%	3%
Durschnittliche Gesamtzufriedenheit*	**1,66**	1,96	1,77	1,89
Basis (Befragte)	**916**			

*Zufriedenheit von 1 (sehr zufrieden) bis 6 (sehr unzufrieden)

Gesamtzufriedenheit mit dem Aufenthalt (Vergleichswerte)

Frage: Wie zufrieden waren Sie mit Ihrem Aufenthalt in Krummhörn-Greetsiel insgesamt?

	Gesamtzufriedenheit*
Ihr Wert	**1,66**
Optimal-Wert (H&K)**	**1,64**
Optimal-Wert (SEE)**	**1,66**
Optimal-Wert (CITY)**	**1,64**
Minimal-Wert (H&K)***	**2,26**
Minimal-Wert (SEE)***	**2,09**
Minimal-Wert (CITY)***	**2,14**

*Zufriedenheit von 1 (sehr zufrieden) bis 6 (sehr unzufrieden)

**Bester von einem Ort (oder mehreren Orten) erreichter Durchschnittswert

***Schlechtester von einem Ort (oder mehreren Orten) erreichter Durchschnittswert

© Benchmark Services

Wichtigkeit von ausgewählten Angebotsfaktoren

Frage: Welche der folgenden Angebotsfaktoren waren für Sie wichtig?

	Ihr Wert	Benchmarking		
		H&K	SEE	CITY
Atmosphäre, Flair	**75%**	57%	70%	64%
Gastfreundschaft	**55%**	64%	60%	60%
Unterkunft	**77%**	82%	81%	79%
Gastronomieangebot	**52%**	46%	46%	52%
Medizinische Kompetenz	**2%**	18%	5%	13%
Gesundheits-, Wellnessangebot	**6%**	34%	13%	16%
Angebot für Familien	**12%**	6%	19%	9%
Sport- und Aktivangebot	**9%**	12%	14%	14%
Kulturangebot	**9%**	15%	17%	24%
Tagungs-, Seminarangebot	**0%**	-	0%	18%
Schlechtwetterangebot	**8%**	11%	18%	12%
Erreichbarkeit	**43%**	31%	40%	34%
Preis-Leistungsverhältnis	**44%**	44%	47%	41%
Mobilitätsangebot vor Ort (z.B. ÖPNV)	**4%**	16%	10%	14%
Services der Tourist-Information	**15%**	16%	17%	17%
geeignet für Senioren	**4%**	16%	9%	11%
Basis (Befragte)	**961**			

Zufriedenheit mit ausgewählten Angebotsfaktoren (Durchschnittswerte)

*Frage: Und wie zufrieden waren Sie mit diesen Dingen in Krummhörn-Greetsiel?**

	Ihr Wert	Benchmarking		
		H&K	SEE	CITY
Atmosphäre, Flair	**1,5**	2,1	1,8	2,0
Basis (Befragte)	**879**			
Gastfreundschaft	**1,6**	1,8	1,8	1,8
Basis (Befragte)	**865**			
Unterkunft	**1,8**	1,9	1,8	1,8
Basis (Befragte)	**881**			
Gastronomieangebot	**1,8**	2,1	2,2	2,1
Basis (Befragte)	**849**			
Medizinische Kompetenz	**2,0**	2,3	2,3	2,2
Basis (Befragte)	**97**			
Gesundheits-, Wellnessangebot	**2,4**	2,0	2,3	2,1
Basis (Befragte)	**202**			
Angebot für Familien	**2,4**	3,0	2,3	2,5
Basis (Befragte)	**277**			
Sport- und Aktivangebot	**2,4**	2,5	2,3	2,3
Basis (Befragte)	**311**			
Kulturangebot	**2,5**	2,7	2,5	2,3
Basis (Befragte)	**344**			
Tagungs-, Seminarangebot	**2,6**	-	2,6	1,6
Basis (Befragte)	**54**			
Schlechtwetterangebot	**2,8**	3,0	2,8	2,9
Basis (Befragte)	**243**			
Erreichbarkeit	**1,9**	2,2	2,0	2,1
Basis (Befragte)	**728**			
Preis-Leistungsverhältnis	**2,1**	2,3	2,4	2,4
Basis (Befragte)	**807**			
Mobilitätsangebot vor Ort (z.B. ÖPNV)	**2,7**	2,6	2,6	2,5
Basis (Befragte)	**202**			
Services der Tourist-Information	**1,9**	2,1	2,2	2,1
Basis (Befragte)	**522**			
geeignet für Senioren	**2,2**	2,3	2,4	2,3
Basis (Befragte)	**137**			

*Durchschnittliche Zufriedenheit je Angebot von 1 (sehr zufrieden) bis 6 (sehr unzufrieden)

© Benchmark Services

Zufriedenheit mit ausgewählten Angebotsfaktoren (Vergleichswerte)

*Frage: Und wie zufrieden waren Sie mit diesen Dingen in Krummhörn-Greetsiel?**

	Ihr Wert	OPT-Wert**	MIN-Wert**
Atmosphäre, Flair	**1,5**	1,5	2,3
Gastfreundschaft	**1,6**	1,6	2,0
Unterkunft	**1,8**	1,6	2,2
Gastronomieangebot	**1,8**	1,8	2,5
Medizinische Kompetenz	**2,0**	1,9	3,0
Gesundheits-, Wellnessangebot	**2,4**	1,7	2,7
Angebot für Familien	**2,4**	1,8	4,5
Sport- und Aktivangebot	**2,4**	1,9	3,4
Kulturangebot	**2,5**	1,7	3,9
Tagungs-, Seminarangebot	**2,6**	1,6	2,6
Schlechtwetterangebot	**2,8**	2,5	3,6
Erreichbarkeit	**1,9**	1,6	2,6
Preis-Leistungsverhältnis	**2,1**	1,9	2,9
Mobilitätsangebot vor Ort (z.B. ÖPNV)	**2,7**	1,9	3,7
Services der Tourist-Information	**1,9**	1,8	2,6
geeignet für Senioren	**2,2**	1,9	2,9

*Durchschnittliche Zufriedenheit je Angebot von 1 (sehr zufrieden) bis 6 (sehr unzufrieden)

**Bester bzw. schlechtester von einem Ort (oder mehreren Orten) erreichter Durchschnittswert

Relevanz barrierefreier Angebote

*Frage: Welche der folgenden spezifischen Angebotsmerkmale sind für Sie persönlich oder Mitreisende wichtig?**

	Ihr Wert
Gepäckgerechte, ebenerdige Wege	**28%**
Angebotsgerechtigkeit für Radfahrer	**74%**
Angebotsgerechtigkeit für Schwangere	**3%**
Seniorengerechte Angebote	**23%**
Kinderwagengerechte Angebote	**12%**
Angebotsgerechtigkeit für Rollstuhlfahrer	**7%**
Angebotsgerechtigkeit für Menschen mit Gehbehinderung	**13%**
Angebotsgerechtigkeit für Blinde bzw. Sehbehinderte	**4%**
Angebotsgerechtigkeit für Menschen mit Hörbehinderung	**3%**
Basis (Befragte)	**625**

*Anteil der Befragten, für den die jeweiligen Angebotsmerkmale relevant sind

Zufriedenheit mit verschiedenen Aspekten der Barrierefreiheit

*Frage: Und wie zufrieden waren Sie mit diesen Dingen in Krummhörn-Greetsiel?**

	Ihr Wert
Gepäckgerechte, ebenerdige Wege	1,9
Basis (Befragte, denen der Faktor "wichtig" ist)	358
Angebotsgerechtigkeit für Radfahrer	1,8
Basis (Befragte, denen der Faktor "wichtig" ist)	507
Angebotsgerechtigkeit für Schwangere	2,7
Basis (Befragte, denen der Faktor "wichtig" ist)	42
Seniorengerechte Angebote	2,2
Basis (Befragte, denen der Faktor "wichtig" ist)	142
Kinderwagengerechte Angebote	2,3
Basis (Befragte, denen der Faktor "wichtig" ist)	93
Angebotsgerechtigkeit für Rollstuhlfahrer	2,5
Basis (Befragte, denen der Faktor "wichtig" ist)	60
Angebotsgerechtigkeit für Menschen mit Gehbehinderung	2,6
Basis (Befragte, denen der Faktor "wichtig" ist)	98
Angebotsgerechtigkeit für Blinde bzw. Sehbehinderte	2,8
Basis (Befragte, denen der Faktor "wichtig" ist)	40
Angebotsgerechtigkeit für Menschen mit Hörbehinderung	2,7
Basis (Befragte, denen der Faktor "wichtig" ist)	35

*Durchschnittliche Zufriedenheit je Angebot von 1 (sehr zufrieden) bis 6 (sehr unzufrieden)

[2] Absolute Anzahl der Personen, die zuvor angegeben haben, das Angebot sei für sie relevant

Zufriedenheit mit der Unterkunft

*Frage: Wie beurteilen Sie Ihre Unterkunft in Krummhörn-Greetsiel im Detail?**

	Ihr Wert
Ausstattung (z.B. Fön, TV, etc.)	1,8
Design, Ambiente	2,0
Sauberkeit	1,7
Servicequalität	1,8
Preis-Leistungs-Verhältnis	1,9
Basis (Befragte)	962

*Durchschnittliche Bewertung der Angebotsfaktoren von 1 (sehr gut) bis 6 (sehr schlecht)

Zufriedenheit mit der Gastronomie

*Frage: Wie beurteilen Sie das von Ihnen genutzte Gastronomieangebot in Krummhörn-Greetsiel im Detail?**

	Ihr Wert
Qualität von Speisen und Getränken	1,9
Design, Ambiente	2,0
Sauberkeit	1,9
Servicequalität	2,0
Preis-Leistungs-Verhältnis	2,2
Basis (Befragte)	849

*Durchschnittliche Bewertung der Angebotsfaktoren von 1 (sehr gut) bis 6 (sehr schlecht)

Zufriedenheit mit der Tourist-Information

*Frage: Wie beurteilen Sie die Tourist-Information in Krummhörn-Greetsiel im Detail?**

	Ihr Wert
Freundlichkeit	1,5
Beratungskompetenz	1,7
Qualität der Informationen	1,8
Öffnungszeiten	1,9
Bearbeitungsdauer	1,6
Basis (Befragte)	660

*Durchschnittliche Bewertung der Angebotsfaktoren von 1 (sehr gut) bis 6 (sehr schlecht)

© Benchmark Services

Kapitel 6

Wiederbesuchsabsicht & Empfehlungs-wahrscheinlichkeit

© Benchmark Services

6 Wiederbesuchsabsicht & Empfehlungswahrscheinlichkeit

Wiederbesuchsabsicht (Häufigkeiten und Durchschnitt)

Frage: Wie sicher werden Sie in den nächsten drei Jahren einen privaten Aufenthalt in Krummhörn-Greetsiel verbringen?

	Ihr Wert	Benchmarking		
		H&K	SEE	CITY
1 (Ganz sicher)	**48%**	48%	62%	54%
2	**22%**	21%	18%	18%
3	**20%**	14%	11%	13%
4	**4%**	5%	3%	6%
5	**2%**	3%	2%	4%
6 (Sicher nicht)	**4%**	8%	4%	6%
Wiederbesuchsabsicht (Durchschnitt)*	**2,02**	2,18	1,77	2,05
Basis (Befragte)	**738**			

*Wiederbesuchsabsicht von 1 (sehr sicher) bis 6 (sicher nicht)

Wiederbesuchsabsicht (Vergleichswerte)

Frage: Wie sicher werden Sie in den nächsten drei Jahren wieder einen Aufenthalt in Krummhörn-Greetsiel verbringen?

	Wiederbesuchsabsicht*
Ihr Wert	**2,02**
Optimal-Wert (H&K)**	**1,54**
Optimal-Wert (SEE)**	**1,43**
Optimal-Wert (CITY)**	**1,54**
Minimal-Wert (H&K)***	**2,71**
Minimal-Wert (SEE)***	**2,33**
Minimal-Wert (CITY)***	**2,71**

*Wiederbesuchsabsicht von 1 (sehr sicher) bis 6 (sicher nicht)

**Bester von einem Ort (oder mehreren Orten) erreichter Durchschnittswert

***Schlechtester von einem Ort (oder mehreren Orten) erreichter Durchschnittswert

© Benchmark Services

Empfehlungswahrscheinlichkeit (Häufigkeiten und Durchschnitt)

Frage: Werden Sie Krummhörn-Greetsiel als Urlaubsreiseziel bzw. Tagesausflugsziel weiterempfehlen?

	Ihr Wert	Benchmarking		
		H&K	SEE	CITY
1 (Ganz sicher)	**67%**	52%	68%	59%
2	**24%**	24%	19%	21%
3	**6%**	13%	7%	10%
4	**1%**	3%	2%	4%
5	**0%**	2%	1%	2%
6 (Sicher nicht)	**2%**	5%	3%	3%
Weiterempfehlungsabsicht (Durchschnitt)*	**1,49**	1,93	1,59	1,79
Basis (Befragte)	**839**			

*Empfehlungsabsicht von 1 (sehr sicher) bis 6 (sicher nicht)

Empfehlungswahrscheinlichkeit (Vergleichswerte)

Frage: Werden Sie Krummhörn-Greetsiel als Urlaubsreiseziel bzw. Tagesausflugsziel weiterempfehlen?

	Empfehlungsabsicht*
Ihr Wert	**1,49**
Optimal-Wert (H&K)**	**1,34**
Optimal-Wert (SEE)**	**1,41**
Optimal-Wert (CITY)**	**1,34**
Minimal-Wert (H&K)***	**2,34**
Minimal-Wert (SEE)***	**1,94**
Minimal-Wert (CITY)***	**2,34**

*Empfehlungsabsicht von 1 (sehr sicher) bis 6 (sicher nicht)

**Bester von einem Ort (oder mehreren Orten) erreichter Durchschnittswert

***Schlechtester von einem Ort (oder mehreren Orten) erreichter Durchschnittswert

© Benchmark Services

Kapitel 7

Reiseausgaben

7 Reiseausgaben

Reiseausgaben pro Tag und Person

Frage: Wie viel haben Sie in Krummhörn-Greetsiel etwa pro Tag und pro Person für die folgenden Leistungen ausgegeben?

	Basis (Befragte)	Ausgaben Ø
Unterkunft (inkl. Frühstück, Halbpension oder Vollpension)	425	66,98 €
Verpflegung im Gastgewerbe (Restaurantbesuch, Cafébesuch, Imbissbude etc.)	458	42,99 €
Lebensmitteleinkauf (Einkauf von Lebensmitteln im Supermarkt, beim Bäcker, am Bauernhof, etc.)	388	17,52 €
Einkauf sonstiger Waren (alle Einkäufe mit Ausnahme von Lebensmitteln)	344	36,04 €
Freizeit, Unterhaltung, etc. (Eintrittspreise für kulturelle Veranstaltungen, Freizeitparks, Erlebnisbäder, Museen, Sportveranstaltungen, Benutzungsgebühren etc.)	290	15,18 €
Lokaler Transport vor Ort (Ausgaben für ÖPNV, Taxi, Bootsfahrten, organisierte Ausflugsfahrten, Tankgebühren etc.)	224	10,34 €
Sonstige Dienstleistungen (Parkgebühren, Kurtaxe, Dienstleistungen aller Art. etc.)	330	9,91 €

© Benchmark Services