www.benchmark-services.de
www.gaeste-zufriedenheit.de

VGM Vergleichender Gästemonitor

Vergleichender Gästemonitor 2016

Basisreport

VGM Vergleichender Gästemonitor

Vergleichender Gästemonitor 2016

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 2016 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 = 824).**

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. Orte mit mind. 25.000 Einwohnern **(CITY)**
4. Klassische Tourismusorte (ohne Küstenorte) **(TO)**
5. Regionen **(REGION)**

Tab.: Zuordnung der VGM-Teilnehmer 2016 zu den Vergleichsgruppen

	Bad Aibling	Bad Bentheim	Bad Laer	Bad Pyrmont	Bad Salzuflen	Bad Zwischenahn	Garmisch-Partenkirchen	Willingen	Ahrenshoop	Borkum	Cuxhaven	Esens-Bensersiel	Greetsiel	Juist	Kühlungsborn	Langeoog	Norden-Norddeich	Wangerland	Wangerooge	Augsburg	Bayreuth	Rheintal	Waldecker Land	Diemelsee	Edersee	Storkow (Mark)
H&K	x	x	x	x	x	x	x	x																		
SEE									x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x							
CITY					x		x				x									x	x					
REGION																						x	x		x	
TO							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 Antwort-möglichkeit 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 5

3 | Reisemotive und Reiseentscheidung 8

4 | Reiseorganisation 10

5 | Aktivitäten Ihrer Gäste 13

6 | Anforderungen und Zufriedenheit 15

7 | Wiederbesuchsabsicht & Empfehlungswahrscheinlichkeit 21

8 | Image Ihres Ortes aus Gästesicht 24

9 | Reiseausgaben 26

Kapitel 1

Gästestruktur

© Benchmark Services

1 Gästestruktur

Stichprobengröße

	Ihr Wert
Gesamtzahl der befragten Übernachtungsgäste	**824**

Wohnsitz (Inland versus Ausland)

Frage: Wo haben Sie Ihren Wohnsitz?

	Ihr Wert	Benchmarking				
		H&K	SEE	CITY	TO	REGION
In Deutschland	**98%**	90%	99%	93%	92%	92%
Im Ausland	**2%**	10%	1%	7%	8%	8%
Basis (Befragte)	**766**					

Wohnsitz (Bundesland)

Frage: Wo haben Sie Ihren Wohnsitz?

	Ihr Wert	Benchmarking				
		H&K	SEE	CITY	TO	REGION
Nordrhein-Westfalen	**57%**	43%	47%	30%	48%	36%
Niedersachsen	**12%**	15%	16%	9%	10%	10%
Hessen	**8%**	10%	7%	10%	17%	18%
Rheinland-Pfalz	**7%**	4%	4%	4%	3%	11%
Baden-Württemberg	**6%**	6%	6%	13%	5%	7%
Bayern	**3%**	11%	4%	21%	10%	6%
Saarland	**2%**	0%	1%	0%	0%	0%
Hamburg	**1%**	1%	1%	2%	1%	2%
Schleswig-Holstein	**1%**	3%	1%	2%	1%	1%
Thüringen	**1%**	1%	1%	1%	1%	2%
Bremen	**1%**	1%	1%	1%	0%	0%
Sachsen	**1%**	2%	3%	2%	1%	2%
Mecklenburg-Vorpommern	**1%**	1%	1%	0%	0%	0%
Brandenburg	**0%**	0%	2%	1%	0%	1%
Sachsen-Anhalt	**0%**	1%	2%	1%	0%	0%
Berlin	**0%**	2%	3%	2%	1%	2%
Basis (nur Befragte mit Wohnsitz in Deutschland)	**806**					

© Benchmark Services

Alter

Frage: Wie alt sind Sie?

	Ihr Wert	Benchmarking				
		H&K	SEE	CITY	TO	REGION
15 bis 20 Jahre	**1%**	1%	1%	1%	0%	0%
21 bis 30 Jahre	**3%**	4%	5%	6%	8%	5%
31 bis 40 Jahre	**10%**	8%	13%	8%	25%	11%
41 bis 50 Jahre	**27%**	17%	24%	17%	28%	25%
51 bis 60 Jahre	**30%**	26%	28%	24%	21%	29%
61 bis 70 Jahre	**23%**	25%	20%	26%	13%	21%
71 bis 80 Jahre	**6%**	15%	8%	15%	5%	8%
> 80 Jahre	**0%**	3%	1%	3%	0%	0%
Durchschnittsalter	**53,6**	57,4	52,7	57,1	47,7	53,4
Basis (Befragte)	**796**					

Geschlecht

Frage: Sind Sie männlich oder weiblich?

	Ihr Wert	Benchmarking				
		H&K	SEE	CITY	TO	REGION
Männlich	**50%**	47%	44%	48%	47%	59%
Weiblich	**50%**	53%	56%	52%	53%	41%
Basis (Befragte)	**824**					

Bildung

Frage: Welchen höchsten Abschluss haben Sie?

	Ihr Wert	Benchmarking				
		H&K	SEE	CITY	TO	REGION
Studium (FH/Universität)	**35%**	28%	35%	35%	37%	41%
Lehre, Ausbildung	**20%**	19%	20%	13%	21%	17%
Realschule	**15%**	14%	12%	11%	13%	14%
Gymnasium	**13%**	10%	11%	10%	14%	12%
Hierzu möchte ich keine Angaben machen	**10%**	8%	7%	6%	8%	10%
Hauptschule	**5%**	5%	4%	3%	4%	5%
Keinen Abschluss	**0%**	0%	0%	0%	0%	0%
Sonstiges	**2%**	15%	11%	23%	3%	2%
Basis (Befragte)	**631**					

© Benchmark Services

Monatliches Einkommen

Frage: Wie hoch ist Ihr monatliches Haushaltsnettoeinkommen insgesamt?

	Ihr Wert	Benchmarking				
		H&K	SEE	CITY	TO	REGION
weniger als 1.000 €	**0%**	1%	2%	2%	1%	2%
1.000 € bis 1.999 €	**8%**	9%	10%	9%	4%	12%
2.000 € bis 2.999 €	**18%**	15%	14%	16%	11%	17%
3.000 € bis 3.999 €	**18%**	11%	15%	16%	7%	15%
4.000 € bis 4.999 €	**9%**	6%	9%	7%	5%	13%
5.000 € und mehr	**12%**	9%	11%	11%	6%	11%
Hierzu möchte ich keine Angaben machen	**34%**	35%	29%	39%	32%	29%
Basis (Befragte)	**551**					

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	TO	REGION
Januar	**2%**	6%	2%	3%	13%	8%
Februar	**4%**	4%	4%	4%	8%	4%
März	**7%**	8%	7%	7%	11%	6%
April	**7%**	7%	6%	7%	15%	7%
Mai	**16%**	15%	12%	18%	14%	13%
Juni	**7%**	10%	12%	11%	9%	10%
Juli	**15%**	13%	17%	14%	10%	14%
August	**14%**	13%	17%	14%	8%	14%
September	**13%**	7%	12%	10%	4%	10%
Oktober	**7%**	8%	8%	6%	4%	10%
November	**2%**	3%	2%	3%	2%	2%
Dezember	**6%**	4%	2%	4%	3%	4%
Basis (Befragte)	**817**					

Besuchserfahrung

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

	Ihr Wert	Benchmarking				
		H&K	SEE	CITY	TO	REGION
1 mal (Erstbesucher)	**38%**	36%	20%	36%	36%	29%
2 mal	**17%**	16%	10%	15%	12%	13%
3 - 5 mal	**22%**	19%	20%	21%	19%	20%
5 bis 10 mal	**13%**	13%	20%	13%	13%	18%
11 - 20 mal	**7%**	9%	16%	8%	11%	14%
21 - 30 mal	**2%**	4%	9%	4%	6%	4%
mehr als 30 mal	**1%**	2%	6%	3%	2%	2%
Durchschnittliche Zahl der Aufenthalte pro Befragungsteilnehmer	**4,9**	6,0	10,3	6,0	6,8	7,3
Basis (Befragte)	**796**					

© Benchmark Services

Reisebegleitung

Frage: Mit wem sind Sie gereist?

	Ihr Wert	Benchmarking				
		H&K	SEE	CITY	TO	REGION
Ehepartner, Lebensgefährte (zu zweit)	**64%**	55%	49%	43%	40%	55%
Familie (inkl. Kind/er unter 18 Jahre)	**19%**	10%	28%	10%	35%	17%
Familienangehörige, Freunde (ohne Kinder unter 18 Jahre)	**8%**	9%	9%	12%	10%	8%
allein	**4%**	16%	8%	14%	6%	12%
Geschäftskollegen, Geschäftspartner	**0%**	2%	0%	5%	1%	1%
organisierte Reisegruppe	**0%**	3%	1%	8%	2%	1%
Sonstiges	**4%**	6%	5%	8%	5%	6%
Basis (Befragte)	**816**					

Reisebegleitung: Hunde

Frage: Sind Sie mit Hund gereist?

	Ihr Wert
Ja	**15%**
Nein	**85%**
Basis (Befragte)	**819**

Reisedauer (Zahl der Übernachtungen)

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

	Ihr Wert	Benchmarking				
		H&K	SEE	CITY	TO	REGION
1 bis 3 Übernachtungen (Kurzaufenthalt)	**24%**	41%	12%	49%	41%	49%
4 bis 7 Übernachtungen	**55%**	38%	42%	28%	46%	35%
8 bis 14 Übernachtungen	**17%**	13%	34%	17%	11%	10%
15 bis 21 Übernachtungen	**3%**	5%	9%	4%	1%	3%
22 bis 28 Übernachtungen	**0%**	2%	2%	1%	0%	0%
mehr als 28 Übernachtungen	**1%**	1%	2%	1%	0%	3%
Durchschnittliche Zahl der Übernachtungen	**6,5**	6,5	9,6	6,1	5,2	6,7
Basis (Befragte)	**824**					

© Benchmark Services

Kapitel 3

Reisemotive und Reiseentscheidung

© Benchmark Services

3 Reisemotive und Reiseentscheidung

Kriterien der Reiseentscheidung

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

	Ihr Wert
Landschaft, Klima	78%
Atmosphäre, Flair	55%
Erreichbarkeit	41%
wegen der Menschen (Einheimische, Gäste)	22%
bestimmte Unterkunft	17%
Freizeit- und Aktivangebot	13%
Angebote für Familien	5%
Kulturelles Angebot	4%
Wellness-, Gesundheitsangebot	3%
Shopping-Angebot	2%
Empfehlung durch Arzt bzw. Versicherungsträger	0%
geschäftliche Gründe	0%
Sonstiges	7%
Basis (Befragte)	814

Rolle des Kurbeitrags

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

	Ihr Wert
Die Höhe des Kurbeitrags beeinflusst meine Entscheidung für ein Reiseziel.	5%
Die Höhe des Kurbeitrags beeinflusst meine Zufriedenheit mit einem Reiseziel.	8%
Den Kurbeitrag in Kummhörn-Greetsiel halte ich für angemessen.	66%
Der Kurbeitrag ist notwendig, um öffentliche Tourismusangebote, z.B. Wanderwege, vorhalten zu können.	65%
Basis (Befragte)	782

*Anteil der Befragten, der den jeweiligen Aussagen zustimmt

© Benchmark Services

Kapitel 4

Reiseorganisation

4 Reiseorganisation

Erstkontakt

Wie sind Sie auf Ihr Reiseziel aufmerksam geworden? (Mehrfachnennungen)

	Ihr Wert
Schon bekannt	35%
Internet	34%
Verwandte, Bekannte	33%
Prospekte, Kataloge	9%
Fernsehen, Radio	4%
Zeitung, Zeitschrift	3%
Messe	0%
Reisebüro	0%
Sonstiges	7%
Basis (Befragte)	820

Erstkontakt: Internet

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

	Ihr Wert
Internetseite der Region	60%
Suchmaschine, z.B. Google	54%
Reiseportal, z.B. Holiday-Check, Expedia, HRS	8%
Social Media, z.B. Facebook, Youtube, Twitter	3%
Internetseite des Bundeslandes	1%
Internetseite des Reiselandes Deutschland	1%
Internetseite eines Reiseveranstalters	0%
Sonstiges	5%
Basis (nur Befragte, die im Internet auf Kummhörn-Greetsiel aufmersam wurden)	421

© Benchmark Services

Informationsquellen

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

	Ihr Wert
Internetseite des besuchten Ortes	64%
Internetseite der Region	45%
Internetseite der Unterkunft	38%
Verwandte, Bekannte	24%
Beratung der Tourist-Information	15%
Orts-, Gebietsprospekte	13%
Reiseliteratur, Reiseführer	10%
keine Informationsquellen genutzt	7%
Sonstige Internet-Seiten	6%
Prospekt der Unterkunft	5%
Social Media (Facebook, Youtube, Twitter etc.)	3%
Fernsehen, Radio	2%
Zeitung, Zeitschrift	1%
Messe	0%
Sonstiges	4%
Basis (Befragte)	801

Unterkunftsarten

Frage: Wo haben Sie übernachtet?

	Ihr Wert	Benchmarking				
		H&K	SEE	CITY	TO	REGION
Ferienhaus, Ferienwohnung	68%	9%	50%	19%	16%	23%
Hotel, Hotel garni	27%	68%	29%	64%	68%	45%
Pension, Gasthof	2%	9%	8%	6%	9%	12%
Campingplatz, Caravanpark	1%	1%	6%	1%	1%	3%
Verwandte oder Bekannte	0%	1%	2%	2%	1%	4%
Wohnmobilstellplatz	0%	3%	1%	2%	1%	5%
Sonstiges	1%	2%	2%	2%	3%	2%
Basis (Befragte)	824					

Kapitel 5

Aktivitäten Ihrer Gäste

© Benchmark Services

5 Aktivitäten Ihrer Gäste

Sehenswürdigkeiten

Frage: Welche der folgenden Sehenswürdigkeiten haben Sie in Kummhörn-Greetsiel besucht? (Mehrfachnennungen)

	Ihr Wert
Zwillingsmühlen in Greetsiel	92%
Pilsumer Leuchtturm	82%
Kirchen	44%
Campener Leuchtturm	31%
Manninga Burg Pewsum	13%
älteste bespielbare Orgel Europas in Rysum	11%
Osterburg Groothusen	9%
Landwirtschaftsmuseum Campen	7%
Handwerksmuseum in der Mühle in Pewsum	6%
historischer Gulfhof der Landkultur Freepsum	3%
Sonstiges	21%
Basis (Befragte)	782

Kapitel 6

Anforderungen und Zufriedenheit

6 Anforderungen und Zufriedenheit

Gesamtzufriedenheit mit dem Aufenthalt (Häufigkeiten & Durchschnitt)

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

	Ihr Wert	Benchmarking				
		H&K	SEE	CITY	TO	REGION
1 (sehr zufrieden)	**58%**	52%	51%	52%	55%	50%
2 (zufrieden)	**30%**	35%	32%	36%	35%	29%
3 (eher zufrieden)	**6%**	6%	9%	6%	4%	12%
4 (eher unzufrieden)	**3%**	3%	4%	2%	1%	3%
5 (unzufrieden)	**1%**	2%	2%	2%	2%	4%
6 (sehr unzufrieden)	**2%**	2%	2%	2%	2%	2%
Durschnittliche Gesamtzufriedenheit*	**1,67**	1,74	1,79	1,72	1,65	1,89
Basis (Befragte)	**790**					

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

Gesamtzufriedenheit mit dem Aufenthalt (Vergleichswerte)

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

	Gesamtzufriedenheit*
Ihr Wert	**1,67**
Optimal-Wert (H&K)**	**1,47**
Optimal-Wert (SEE)**	**1,50**
Optimal-Wert (CITY)**	**1,45**
Optimal-Wert (TO)***	**1,54**
Optimal-Wert (REGION)***	**1,70**
Minimal-Wert (H&K)***	**2,13**
Minimal-Wert (SEE)***	**2,05**
Minimal-Wert (CITY)***	**1,98**
Minimal-Wert (TO)***	**1,71**
Minimal-Wert (REGION)***	**2,08**

*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	TO	REGION
Atmosphäre, Flair	**84%**	64%	77%	68%	60%	60%
Gastfreundschaft	**64%**	65%	62%	65%	71%	61%
Unterkunft	**82%**	80%	81%	79%	79%	64%
Gastronomieangebot	**61%**	51%	52%	59%	49%	41%
Gesundheits-, Wellnessangebot	**7%**	27%	13%	17%	18%	10%
Angebot für Familien	**10%**	10%	20%	6%	32%	12%
Sport- und Aktivangebot	**10%**	21%	13%	14%	30%	15%
Kulturangebot	**11%**	21%	19%	38%	7%	25%
Tagungs-, Seminarangebot	**0%**	0%	0%	2%	0%	1%
Schlechtwetterangebot	**8%**	14%	19%	12%	23%	9%
Erreichbarkeit	**46%**	39%	37%	35%	37%	28%
Preis-Leistungsverhältnis	**48%**	47%	48%	45%	48%	39%
Mobilitätsangebot vor Ort (z.B. ÖPNV)	**3%**	14%	10%	20%	16%	10%
Services der Tourist-Information	**22%**	21%	16%	30%	13%	16%
geeignet für Senioren	**7%**	12%	8%	11%	6%	5%
Basis (Befragte)	**810**					

Zufriedenheit mit ausgewählten Angebotsfaktoren (Durchschnittswerte)

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

	Ihr Wert	Benchmarking				
		H&K	SEE	CITY	TO	Region
Atmosphäre, Flair	**1,5**	1,8	1,8	1,8	1,7	1,9
Basis (Befragte)	**747**					
Gastfreundschaft	**1,5**	1,6	1,8	1,7	1,4	1,8
Basis (Befragte)	**727**					
Unterkunft	**1,7**	1,7	1,8	1,7	1,6	1,8
Basis (Befragte)	**758**					
Gastronomieangebot	**1,8**	1,9	2,1	1,9	1,9	2,3
Basis (Befragte)	**725**					
Gesundheits-, Wellnessangebot	**2,4**	1,8	2,3	2,1	2,0	2,8
Basis (Befragte)	**222**					
Angebot für Familien	**2,3**	2,2	2,3	2,4	1,9	2,9
Basis (Befragte)	**186**					
Sport- und Aktivangebot	**2,4**	1,9	2,4	2,1	1,8	2,4
Basis (Befragte)	**210**					
Kulturangebot	**2,4**	2,2	2,5	2,0	2,5	2,4
Basis (Befragte)	**270**					
Tagungs-, Seminarangebot	**3,1**	-	3,1	1,9	-	4,2
Basis (Befragte)	**29**					
Schlechtwetterangebot	**3,0**	2,8	2,9	2,7	2,3	3,3
Basis (Befragte)	**184**					
Erreichbarkeit	**1,7**	2,0	2,0	1,9	1,9	2,2
Basis (Befragte)	**538**					
Preis-Leistungsverhältnis	**1,9**	2,0	2,4	2,1	1,9	2,2
Basis (Befragte)	**631**					
Mobilitätsangebot vor Ort (z.B. ÖPNV)	**3,2**	2,4	2,6	2,3	2,5	2,7
Basis (Befragte)	**138**					
Services der Tourist-Information	**1,9**	1,8	2,1	1,9	1,9	2,4
Basis (Befragte)	**435**					
geeignet für Senioren	**2,4**	2,4	2,5	2,1	2,3	2,6
Basis (Befragte)	**131**					

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

Zufriedenheit mit ausgewählten Angebotsfaktoren (Vergleichswerte)

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

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

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

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

Zufriedenheit mit der Unterkunft

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

	Ihr Wert
Ausstattung (z.B. Fön, TV, etc.)	**1,7**
Design, Ambiente	**1,9**
Sauberkeit	**1,6**
Servicequalität	**1,7**
Preis-Leistungs-Verhältnis	**1,8**
Basis (Befragte)	**803**

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

© Benchmark Services

Zufriedenheit mit der Gastronomie

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

	Ihr Wert
Qualität von Speisen und Getränken	1,7
Design, Ambiente	1,8
Sauberkeit	1,7
Servicequalität	1,8
Preis-Leistungs-Verhältnis	2,1
Basis (Befragte)	746

*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 Kummhörn-Greetsiel im Detail?**

	Ihr Wert
Freundlichkeit	1,5
Beratungskompetenz	1,6
Qualität der Informationen	1,7
Öffnungszeiten	1,7
Bearbeitungsdauer	1,5
Basis (Befragte)	510

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

© Benchmark Services

Kapitel 7

Wiederbesuchsabsicht & Empfehlungs-wahrscheinlichkeit

© Benchmark Services

7 Wiederbesuchsabsicht & Empfehlungswahrscheinlichkeit

Wiederbesuchsabsicht (Häufigkeiten und Durchschnitt)

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

	Ihr Wert	Benchmarking				
		H&K	SEE	CITY	TO	REGION
1 (Ganz sicher)	**59%**	54%	68%	49%	55%	61%
2	**18%**	23%	14%	22%	26%	15%
3	**11%**	13%	9%	18%	12%	11%
4	**4%**	3%	3%	5%	3%	5%
5	**2%**	2%	2%	2%	2%	2%
6 (Sicher nicht)	**6%**	4%	4%	3%	2%	6%
Wiederbesuchsabsicht (Durchschnitt)*	**1,90**	1,87	1,67	2,00	1,75	1,90
Basis (Befragte)	**660**					

*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 Kummhörn-Greetsiel verbringen?

	Wiederbesuchsabsicht*
Ihr Wert	**1,90**
Optimal-Wert (H&K)**	**1,52**
Optimal-Wert (SEE)**	**1,19**
Optimal-Wert (CITY)**	**1,67**
Optimal-Wert (TO)**	**1,52**
Optimal-Wert (REGION)**	**1,88**
Minimal-Wert (H&K)***	**2,51**
Minimal-Wert (SEE)***	**2,03**
Minimal-Wert (CITY)***	**2,43**
Minimal-Wert (TO)***	**1,90**
Minimal-Wert (REGION)***	**1,92**

*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 Kummhörn-Greetsiel als Reiseziel weiterempfehlen?

	Ihr Wert	Benchmarking				
		H&K	SEE	CITY	TO	REGION
1 (Ganz sicher)	**71%**	64%	70%	64%	69%	64%
2	**18%**	22%	17%	24%	24%	22%
3	**5%**	8%	7%	7%	3%	6%
4	**2%**	2%	2%	2%	2%	2%
5	**1%**	1%	2%	1%	1%	3%
6 (Sicher nicht)	**2%**	2%	2%	2%	1%	3%
Weiterempfehlungsabsicht (Durchschnitt)*	**1,51**	1,62	1,55	1,56	1,45	1,68
Basis (Befragte)	**743**					

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

Empfehlungswahrscheinlichkeit (Vergleichswerte)

Frage: Werden Sie Kummhörn-Greetsiel als Reiseziel weiterempfehlen?

	Empfehlungsabsicht*
Ihr Wert	**1,51**
Optimal-Wert (H&K)**	**1,36**
Optimal-Wert (SEE)**	**1,26**
Optimal-Wert (CITY)**	**1,39**
Optimal-Wert (TO)**	**1,41**
Optimal-Wert (REGION)**	**1,56**
Minimal-Wert (H&K)***	**2,16**
Minimal-Wert (SEE)***	**1,71**
Minimal-Wert (CITY)***	**1,77**
Minimal-Wert (TO)***	**1,52**
Minimal-Wert (REGION)***	**1,79**

*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 8

Image Ihres Ortes aus Gästesicht

8 Image Ihres Ortes aus Gästesicht

Imagewert*

Frage: Welches Bild haben Sie von Kummhörn-Greetsiel insgesamt? Hinweis: Bitte entscheiden Sie „aus dem Bauch“ und ordnen Sie Kummhörn-Greetsiel zwischen den folgenden Gegensatz-Paaren ein.

Imgagewert (- 2)	Imagewert (+2)	Ihr Wert	Benchmarking				
			H&K	SEE	CITY	TO	REGION
Langweilig	Abwechslungsreich	**1,14**	1,05	1,10	1,22	1,26	1,17
Künstlich	Authentisch	**1,46**	1,07	1,22	1,22	1,11	1,11
Unsympathisch	Sympathisch	**1,55**	1,29	1,38	1,38	1,30	1,07
Alt	Jung	**0,29**	0,01	0,33	0,33	0,19	-0,30
Krank	Gesund	**1,17**	0,96	1,10	0,86	0,96	0,28
Altbacken	Modern	**0,36**	0,35	0,48	0,48	0,39	-0,34
Ausgestorben	Lebendig	**1,17**	0,76	0,95	1,02	0,94	0,38
Einfach	Exklusiv	**0,28**	0,37	0,29	0,33	0,49	-0,20
Ungepflegt	Gepflegt	**1,50**	1,27	1,29	1,26	1,27	0,48
Basis (Befragte)		**718**					

*Durchschnittliche Einordnung zwischen den Gegensatzpaaren von -2 (linker Begriff) bis 2 (rechter Begriff)

Kapitel 9

Reiseausgaben

9 Reiseausgaben

Reiseausgaben pro Tag und Person

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

	Basis (Befragte)	Ausgaben Ø
Unterkunft (inkl. Frühstück, Halbpension oder Vollpension)	385	74,62 €
Verpflegung im Gastgewerbe (Restaurantbesuch, Cafébesuch, Imbissbude etc.)	446	46,19 €
Lebensmitteleinkauf (Einkauf von Lebensmitteln im Supermarkt, beim Bäcker, am Bauernhof, etc.)	366	16,54 €
Einkauf sonstiger Waren (alle Einkäufe mit Ausnahme von Lebensmitteln)	307	37,50 €
Freizeit, Unterhaltung, etc. (Eintrittspreise für kulturelle Veranstaltungen, Freizeitparks, Erlebnisbäder, Museen, Sportveranstaltungen, Benutzungsgebühren etc.)	305	16,98 €
Lokaler Transport vor Ort (Ausgaben für ÖPNV, Taxi, Bootsfahrten, organisierte Ausflugsfahrten, Tankgebühren etc.)	215	13,67 €
Sonstige Dienstleistungen (Parkgebühren, Kurtaxe, Dienstleistungen aller Art. etc.)	331	10,38 €