

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

VGM Vergleichender
Gästemonitor

Vergleichender Gästemonitor

Unsere
Kunden



Basisreport

Vergleichender Gästemonitor 2021

Krummhörn-Greetsiel

Basisreport (Tabellenband)

Für den Inhalt:

benchmark:services

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

Florastraße 2
D-13187 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 & www.gaeste-zufriedenheit.de

Methodische Vorbemerkung

Kaum ein Instrument ist effektiver als eine Gästebefragung, um Hinweise für die eigene touristische Entwicklungsarbeit zu erhalten und im Marketing zielgerichteter vorzugehen. Mit seiner über viele Jahre bewährten Methode bietet der Vergleichende Gästemonitor (VGM) Tourismusdestinationen in ganz Deutschland ein professionelles Instrument zur Befragung von Gästen. Ein standardisiertes Befragungskonzept ermöglicht den Vergleich mit anderen Befragungsteilnehmern und ein langfristiges Monitoring. Durch individuelle Zusatzfragen erfolgt der Zuschnitt auf die Informationsbedürfnisse der einzelnen Destination.

Wer wurde befragt?

Tages- und Übernachtungsgäste ab 15 Jahren, die 2021 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 Gewinnung der Befragungsteilnehmer erfolgt durch eine Bewerbung des Online-Fragebogens über verschiedene Kanäle sowie die Verteilung von Printfragebögen an verschiedenen 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 vor Ort waren.

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 sowie für alle Zusatzfragen, die eine ausreichende Vergleichsbasis bieten. Dabei wird, wenn möglich, differenziert zwischen Vergleichswerten aus

1. Heilbädern und Kurorten ohne Seebäder (**H&K**),
2. Seeheil- und Seebädern (**SEE**) und
3. städtisch geprägten Orten mit mind. 50.000 Einwohnern (**CITY**).

Tab.: Zuordnung der VGM-Teilnehmer 2021 zu den Vergleichsgruppen

Ort	Ahrenschoop	Baabe	Bad Mergentheim	Bad Salzuflen	Bad Steben	Bad Zwischenahn	Bayreuth	Borkum	Chiemsee-Alpenland	Cuxhaven	Esens-Bensersiel	Göhren	Greetsiel	Juist	Langeoog	Mönchgut	Norden-Norddeich	Norderney	Oldenburg	Sellin	Speyer	Wangerooze	Wilhelmshaven
H&K			x	x	x	x																	
SEE	x	x						x		x	x	x	x	x	x	x	x		x		x		
CITY							x											x		x		x	
ALLE	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	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

Inhaltsverzeichnis

Kapitel Inhalte	Seite
1 Gästestruktur.....	1
2 Grundcharakteristika der erfassten Reisen.....	5
3 Reisemotive und Reiseentscheidung	8
4 Reiseorganisation	13
5 Aktivitäten Ihrer Gäste	16
6 Anforderungen und Zufriedenheit	18
7 Wiederbesuchsabsicht & Empfehlungswahrscheinlichkeit	23
8 Image Ihres Ortes aus Gästesicht	26

Kapitel 1

Gästestruktur

1 Gästestruktur

Stichprobengröße

Ihr Wert

Gesamtzahl der befragten Übernachtungsgäste

501

Wohnsitz (Inland versus Ausland)

Frage: Wo haben Sie Ihren Wohnsitz?

Ihr Wert

Benchmarking

H&K

SEE

CITY

ALLE

In Deutschland

100%

98%

99%

97%

99%

Im Ausland

0%

2%

1%

3%

1%

Basis (Befragte)

494

Wohnsitz (Bundesland)

Frage: Wo haben Sie Ihren Wohnsitz?

Ihr Wert

Benchmarking

H&K

SEE

CITY

ALLE

Nordrhein-Westfalen

59%

31%

46%

24%

38%

Niedersachsen

10%

12%

16%

9%

13%

Hessen

9%

8%

7%

12%

8%

Rheinland-Pfalz

9%

5%

5%

7%

6%

Baden-Württemberg

5%

9%

6%

15%

8%

Bayern

3%

11%

3%

21%

9%

Sachsen

2%

5%

3%

1%

3%

Saarland

1%

0%

1%

1%

1%

Brandenburg

1%

2%

2%

2%

2%

Sachsen-Anhalt

1%

1%

2%

0%

2%

Schleswig-Holstein

1%

1%

1%

1%

1%

Hamburg

0%

2%

1%

0%

1%

Berlin

0%

7%

4%

2%

4%

Thüringen

0%

4%

1%

2%

2%

Bremen

0%

0%

1%

1%

1%

Mecklenburg-Vorpommern

0%

0%

1%

3%

1%

Basis (nur Befragte mit Wohnsitz in Deutschland)

491

Alter

Frage: Wie alt sind Sie?

	Ihr Wert	Benchmarking			
		H&K	SEE	CITY	ALLE
15 bis 20 Jahre	0%	0%	1%	2%	1%
21 bis 30 Jahre	2%	1%	3%	5%	3%
31 bis 40 Jahre	11%	5%	8%	11%	8%
41 bis 50 Jahre	22%	8%	18%	10%	14%
51 bis 60 Jahre	39%	35%	28%	32%	30%
61 bis 70 Jahre	19%	28%	28%	22%	28%
71 bis 80 Jahre	4%	17%	12%	15%	14%
> 80 Jahre	1%	7%	2%	2%	3%
Durchschnittsalter	53,4	61,9	57,0	55,4	57,8
Basis (Befragte)	494				

Geschlecht

Frage: Sind Sie männlich oder weiblich?

	Ihr Wert	Benchmarking			
		H&K	SEE	CITY	ALLE
Männlich	34%	32%	40%	46%	39%
Weiblich	66%	68%	60%	54%	61%
Basis (Befragte)	501				

Lebensstil

Frage: Welche Einstellung haben Sie zu verschiedenen Lebensbereichen? Inwieweit treffen die folgenden Aussagen zu?*

	Ihr Wert	ALLE**
Ich führe ein einfaches, bescheidenes Leben.	2,1	2,1
Ich lege großen Wert darauf, gründlich informiert zu werden, um Hintergründe und Zusammenhänge besser zu verstehen.	1,7	1,7
Neuen Dingen stehe ich erst einmal abwartend gegenüber.	2,5	2,4
Ich spare jeden Monat eine feste Summe.	2,3	2,4
Ich habe ehrgeizige Pläne und Ziele, will im Leben weiterkommen.	2,3	2,4
Gutes Essen und Trinken spielen in meinem Leben eine große Rolle.	1,6	1,7
Ich leiste mir gern teure Sachen.	2,8	2,8
Ich bin ein eher beständiger Mensch, der an seinen Gewohnheiten und an Vertrautem hängt.	1,9	1,9
Was ich will ist Spaß, Abwechslung und Unterhaltung.	2,5	2,5
Ich liebe Gespräche über Kunst und Philosophie.	3,1	3,1
Bei Möbeln und Einrichtungsgegenständen achte ich besonders auf hochwertige Materialien und exklusives Design.	2,5	2,6
Ich bin diszipliniert und pflichtbewusst.	1,7	1,7
Im Leben bin ich immer offen für neue Chancen und Herausforderungen.	1,8	2,0
Ich habe oft den Drang, etwas Starkes und Neues zu erleben.	2,4	2,5
Basis (Befragte)	430	

*1 = Trifft voll und ganz zu, 2 = Trifft eher zu, 3 = Trifft weniger zu, 4 = Trifft überhaupt nicht zu

** Zusatzfrage; Basis der Vergleichswerte sind insgesamt 8 VGM-Teilnehmer

Kapitel 2

Grundcharakteristika der erfassten Reisen

2 Grundcharakteristika der erfassten Reisen

Monatsverteilung der Stichprobe

Frage: In welchem Monat sind Sie angereist?

	Ihr Wert	Benchmarking			
		H&K	SEE	CITY	ALLE
Januar	1%	0%	0%	0%	0%
Februar	0%	1%	0%	0%	0%
März	1%	2%	1%	2%	1%
April	2%	0%	1%	2%	1%
Mai	9%	1%	5%	2%	3%
Juni	20%	14%	14%	1%	12%
Juli	22%	17%	18%	11%	17%
August	23%	21%	23%	23%	23%
September	12%	27%	20%	23%	22%
Oktober	7%	11%	13%	26%	14%
November	2%	5%	2%	8%	4%
Dezember	1%	2%	2%	1%	1%
Basis (Befragte)	498				

Besuchserfahrung

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

	Ihr Wert	Benchmarking			
		H&K	SEE	CITY	ALLE
1 mal (Erstbesucher)	16%	45%	14%	44%	26%
2 mal	8%	12%	8%	10%	9%
3 - 5 mal	20%	19%	19%	18%	19%
5 bis 10 mal	26%	13%	20%	13%	17%
11 - 20 mal	16%	8%	21%	9%	16%
21 - 30 mal	9%	2%	11%	3%	7%
mehr als 30 mal	4%	1%	7%	2%	5%
Durchschnittliche Zahl der Aufenthalte pro Befragungsteilnehmer	10,3	4,5	12,0	5,9	9,2
Basis (Befragte)	478				

Reisebegleitung

Frage: Mit wem sind Sie gereist?

	Ihr Wert	Benchmarking			
		H&K	SEE	CITY	ALLE
Ehepartner, Lebensgefährte (zu zweit)	52%	51%	49%	45%	50%
Familie (inkl. Kind/er unter 18 Jahre)	24%	4%	23%	9%	16%
Familienangehörige, Freunde (ohne Kinder unter 18 Jahre)	10%	11%	11%	13%	11%
allein	8%	25%	10%	13%	13%
organisierte Reisegruppe	0%	2%	1%	7%	2%
Geschäftskollegen, Geschäftspartner	0%	0%	0%	6%	1%
Sonstiges	6%	6%	6%	7%	6%
Basis (Befragte)	499				

Reisedauer (Zahl der Übernachtungen)

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

	Ihr Wert	Benchmarking			
		H&K	SEE	CITY	ALLE
1 bis 3 Übernachtungen (Kurzaufenthalt)	14%	32%	6%	74%	23%
4 bis 7 Übernachtungen	52%	42%	42%	19%	38%
8 bis 14 Übernachtungen	30%	12%	41%	6%	29%
15 bis 21 Übernachtungen	3%	8%	9%	0%	7%
22 bis 28 Übernachtungen	0%	2%	2%	0%	1%
mehr als 28 Übernachtungen	1%	3%	1%	0%	1%
Durchschnittliche Zahl der Übernachtungen	8,1	7,8	10,2	3,3	8,4
Basis (Befragte)	501				

Kapitel 3

Reisemotive und Reiseentscheidung

3 Reisemotive und Reiseentscheidung

Allgemeine Reisemotive

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

	Ihr Wert	ALLE*
Erholung, Entspannung	89%	80%
Abstand zum Alltag gewinnen	62%	55%
In der Natur sein	60%	56%
Zeit miteinander verbringen	42%	39%
Spaß, Vergnügen	24%	24%
Kulinarisches Erleben	23%	17%
Sport, Bewegung	19%	29%
Etwas für die Gesundheit tun	17%	34%
Sich verwöhnen lassen	16%	21%
Leute kennenlernen, andere Menschen treffen	7%	8%
Shoppern	7%	10%
Besuch von Bekannten und Verwandten	6%	8%
Kunst, Kultur erleben	4%	9%
Lernen, Bildung	2%	2%
Geschäftliche Gründe	0%	1%
Sonstiges	4%	8%
Basis (Befragte)	501	

*Zusatzfrage; Basis der Vergleichswerte sind insgesamt 15 VGM-Teilnehmer

Erstkontakt

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

	Ihr Wert	ALLE*
bereits bekannt	49%	43%
Verwandte, Bekannte	30%	29%
Internet	17%	15%
Prospekt, Katalog	4%	5%
TV-Sendung	3%	5%
Zeitung, Zeitschrift	2%	2%
Reisebüro	0%	1%
Messe	0%	1%
Sonstiges	8%	10%
Basis (Befragte)	497	

*Zusatzfrage; Basis der Vergleichswerte sind insgesamt 12 VGM-Teilnehmer

Erstkontakt: Internet

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

	Ihr Wert	ALLE*
Suchmaschine, z.B. Google	56%	55%
Internetseite der Region	34%	38%
Reiseportal, z.B. Booking.com, Tripadvisor, Expedia	24%	27%
Social Media, z.B. Facebook, Youtube, Twitter	21%	12%
Internetseite des Bundeslandes	1%	2%
Internetseite eines Reiseveranstalters	1%	3%
Internetseite des Reiselandes Deutschland	0%	1%
sonstige Internetseiten	3%	6%

Basis (nur Befragte, die im Internet auf Krummhörn-Greetsiel

84

*Zusatzfrage; Basis der Vergleichswerte sind insgesamt 7 VGM-Teilnehmer

Kriterien der Reiseentscheidung

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

	Ihr Wert	ALLE*
Landschaft, Klima	79%	56%
Atmosphäre, Flair	60%	38%
Erreichbarkeit	36%	35%
bestimmte Unterkunft	32%	29%
wegen der Menschen (Einheimische, Gäste)	27%	14%
Freizeit- und Aktivangebot	11%	19%
Angebote für Familien	8%	4%
kulturelles Angebot	7%	10%
Shopping-Angebot	5%	5%
Wellness-, Gesundheitsangebot	1%	16%
geschäftliche Gründe	1%	0%
eine bestimmte Veranstaltung	0%	1%
Sonstiges	7%	11%

Basis (Befragte)

500

*Zusatzfrage; Basis der Vergleichswerte sind insgesamt 6 VGM-Teilnehmer

Einfluss der Corona-Pandemie

Frage: Haben Sie sich aufgrund der Corona-Pandemie für eine Reise nach Krummhörn-Greetsiel entschieden?

	Ihr Wert	Benchmarking			
		H&K	SEE	CITY	ALLE
Ja	13%	16%	13%	15%	14%
nein	87%	84%	87%	85%	86%
Basis (Befragte)		499			

Ursprüngliches Reiseziel

Frage: Wenn Sie sich aufgrund der Corona-Pandemie für eine Reise nach Krummhörn-Greetsiel entschieden haben: Wohin wären Sie normalerweise gereist?

	Ihr Wert	Benchmarking			
		H&K	SEE	CITY	ALLE
in ein anderes Reiseziel in Europa	71%	40%	59%	45%	52%
in ein anderes Reiseziel in Deutschland	10%	40%	17%	26%	23%
in ein anderes Reiseziel außerhalb Europas	6%	5%	12%	29%	13%
Sonstiges	13%	14%	13%	0%	12%
Basis (nur Personen, die sich aufgrund der Corona-Pandemie für Krummhörn-Greetsiel entschieden haben)		61			

Corona-bedingte Faktoren der Reiseentscheidung

Frage: Welche der folgenden Faktoren haben bei Ihrer Reiseentscheidung eine Rolle gespielt? (Mehrfachnennungen)

	Ihr Wert	ALLE*
Vertrauen in die Destination, z.B. in Bezug auf Hygienestandards	57%	50%
Reisebeschränkungen anderer Ziele	50%	48%
Infektionszahlen in anderen Reisezielen	49%	50%
Möglichkeit der kontaktarmen Anreise	36%	42%
medizinische Versorgung	33%	22%
Sonstiges	7%	10%
Basis (nur Personen, die sich aufgrund der Corona-Pandemie für Krummhörn-Greetsiel entschieden haben)		63

*Zusatzfrage; Basis der Vergleichswerte sind insgesamt 8 VGM-Teilnehmer

Einfluss von Corona auf Reisebudget

Frage: Hat die Corona-Pandemie Einfluss auf das Budget, das Ihnen für diese Reise zur Verfügung steht?

	Ihr Wert	ALLE*
ja, ich habe ein geringeres Budget für diese Reise	4%	6%
ja, ich habe ein höheres Budget für diese Reise	1%	2%
nein, die Corona-Pandemie hat keinen Einfluss auf mein Budget für diese Reise	95%	92%
Basis (Befragte)	501	

*Zusatzfrage; Basis der Vergleichswerte sind insgesamt 4 VGM-Teilnehmer

Kapitel 4

Reiseorganisation

4 Reiseorganisation

Buchung der Reise

Frage: Wo haben Sie Ihre Reise bzw. Unterkunft gebucht? (Mehrfachnennungen)

	Ihr Wert	ALLE*
direkt beim Gastgeber (Hotel, Pension etc.)	52%	64%
Online-Buchungsplattform	28%	22%
Tourist-Information, Tourismusverband	18%	9%
Reisebüro, Reiseveranstalter	1%	2%
Sonstiges	9%	5%
Basis (Befragte)	493	

*Zusatzfrage; Basis der Vergleichswerte sind insgesamt 13 VGM-Teilnehmer

Buchung der Reise (Plattform)

Frage: Wenn Sie über eine Buchungsplattform gebucht haben, welche Plattform haben Sie genutzt?

	Ihr Wert	ALLE*
Booking.com	34%	34%
greetsiel.de	15%	18%
fewo-direkt.de	13%	10%
fewo.de	11%	8%
Airbnb.de	1%	1%
9flats.com	0%	0%
Expedia.de	0%	0%
Hotel.de	0%	4%
Hotels.com	0%	0%
HRS.de	0%	0%
opodo.de	0%	0%
wimdu.de	0%	0%
Sonstiges	26%	26%
Basis (Befragte)	124	

*Zusatzfrage; Basis der Vergleichswerte sind insgesamt 7 VGM-Teilnehmer

Verkehrsmittelwahl (Anreise)

Frage: Mit welchen Verkehrsmitteln sind Sie angereist? (Mehrfachnennungen)

	Ihr Wert	Benchmarking			
		H&K	SEE	CITY	ALLE
PKW	96%	82%	83%	79%	83%
Fahrrad	3%	0%	1%	2%	1%
Wohnmobil	2%	2%	2%	4%	2%
Bahn	1%	12%	14%	15%	13%
PKW mit Wohnwagen	0%	0%	2%	0%	1%
Flugzeug	0%	0%	2%	1%	1%
Reisebus	0%	2%	1%	6%	2%
Sonstiges	0%	3%	1%	1%	2%
Basis (Befragte)	501				

Unterkunftsarten

Frage: Wo haben Sie übernachtet?

	Ihr Wert	Benchmarking			
		H&K	SEE	CITY	ALLE
Ferienhaus, Ferienwohnung	69%	6%	57%	7%	36%
Hotel, Hotel garni	23%	71%	28%	81%	46%
Wohnmobilstellplatz	2%	2%	1%	3%	1%
Pension, Gasthof	2%	8%	6%	2%	7%
Campingplatz, Caravanpark	1%	1%	4%	0%	2%
Verwandte oder Bekannte	1%	1%	1%	3%	1%
Sonstiges	2%	2%	2%	1%	2%
Basis (Befragte)	501				

Kapitel 5

Aktivitäten Ihrer Gäste

5 Aktivitäten Ihrer Gäste

Allgemeine Freizeitaktivitäten

Frage: Welche Freizeitaktivitäten haben Sie in Krummhörn-Greetsiel unternommen? (Mehrfachnennungen)

	Ihr Wert	Benchmarking			
		H&K	SEE	CITY	ALLE
Spaziergehen	83%	81%	82%	71%	79%
Ausflug in die Region	59%	35%	35%	32%	36%
Flanieren, Bummeln	55%	36%	48%	47%	43%
Radfahren	46%	24%	52%	13%	39%
regionaltypische Speisen oder Getränke genießen	40%	20%	39%	44%	36%
kulturelle Sehenswürdigkeiten	23%	18%	19%	33%	22%
Shopping (nicht Dinge des täglichen Bedarfs)	22%	19%	25%	25%	23%
Wandern	21%	45%	33%	8%	34%
Museum, Ausstellung	17%	11%	19%	37%	21%
Wattwandern	16%	0%	18%	0%	10%
regionaler Markt	16%	10%	16%	12%	14%
Spielplatz, Spielräumlichkeiten	16%	2%	13%	3%	9%
Baden, Schwimmen (Meer)	13%	0%	35%	11%	22%
Baden, Schwimmen (Schwimmbad)	8%	35%	19%	1%	20%
Baden, Schwimmen (See)	6%	3%	1%	1%	3%
Joggen/Laufen	6%	3%	7%	6%	6%
Nordic-Walking	4%	11%	5%	1%	6%
Gästeführung	4%	14%	6%	22%	10%
Volksfest, Festival	3%	0%	5%	4%	4%
Wassersport (Kanufahren, Rudern, Segeln etc.)	3%	2%	2%	2%	2%
Konzert, Musikevent	2%	26%	16%	5%	16%
Gesundheitsangebote	2%	17%	3%	1%	6%
Wellness- oder Schönheitsangebote	2%	16%	6%	2%	7%
Bar, Disco, Nachtleben	1%	3%	3%	9%	4%
Schauspiel, Comedy, Kleinkunst o.Ä.	1%	5%	5%	2%	4%
Vortrag, Seminar, Lesung	1%	6%	5%	2%	4%
Sportveranstaltung	0%	1%	3%	0%	2%
Sonstiges	3%	7%	7%	6%	6%
Basis (Befragte)	493				

Kapitel 6

Anforderungen und Zufriedenheit

6 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	ALLE
1 (sehr zufrieden)	61%	44%	54%	52%	52%
2 (zufrieden)	25%	38%	29%	32%	31%
3 (eher zufrieden)	8%	8%	10%	9%	9%
4 (eher unzufrieden)	3%	3%	3%	3%	3%
5 (unzufrieden)	1%	5%	3%	2%	3%
6 (sehr unzufrieden)	2%	2%	2%	2%	2%
Durchschnittliche Gesamtzufriedenheit*	1,65	1,92	1,76	1,75	1,78
Basis (Befragte)	478				

*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	1,65
Optimal-Wert (H&K)**	1,55
Optimal-Wert (SEE)**	1,43
Optimal-Wert (CITY)**	1,64
Optimal-Wert (ALLE)**	1,43
Minimal-Wert (H&K)**	2,07
Minimal-Wert (SEE)**	2,19
Minimal-Wert (CITY)**	1,89
Minimal-Wert (ALLE)**	2,19

*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

Wichtigkeit von ausgewählten Angebotsfaktoren

Frage: Welche der folgenden Angebotsfaktoren waren für Sie wichtig? (Mehrfachnennungen)

	Ihr Wert	Benchmarking			
		H&K	SEE	CITY	ALLE
Gastfreundschaft	74%	67%	65%	61%	65%
Unterkunft	86%	83%	88%	85%	86%
Gastronomieangebot	62%	50%	59%	69%	59%
Medizinische Kompetenz	5%	15%	6%	0%	8%
Gesundheits-, Wellnessangebot	4%	36%	10%	2%	14%
Angebot für Familien	16%	2%	16%	4%	11%
Sport- und Aktivangebot	6%	21%	11%	7%	13%
Kulturangebot	7%	15%	18%	36%	21%
Tagungs-, Seminarangebot	0%	-	-	3%	2%
Schlechtwetterangebot	6%	9%	14%	12%	13%
Preis-Leistungsverhältnis	31%	39%	39%	37%	39%
Mobilitätsangebot vor Ort	4%	11%	13%	10%	12%
Services der Tourist-Information	10%	19%	15%	22%	17%
Barrierefreiheit (z.B. ebenerdige Wege)	6%	9%	8%	4%	8%
Verantwortungsvoller Umgang mit Corona	29%	35%	43%	35%	39%
Nachhaltigkeit des Tourismusangebotes	12%	17%	23%	18%	20%
Basis (Befragte)	490				

Zufriedenheit mit ausgewählten Angebotsfaktoren (Durchschnittswerte)

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

	Ihr Wert	Benchmarking			
		H&K	SEE	CITY	ALLE
Gastfreundschaft	1,5	1,7	1,7	1,5	1,7
Basis (Befragte)	472				
Unterkunft	1,5	1,8	1,7	1,5	1,7
Basis (Befragte)	459				
Gastronomieangebot	1,7	2,1	2,2	1,9	2,1
Basis (Befragte)	449				
Medizinische Kompetenz	1,6	2,1	2,0	-	2,0
Basis (Befragte)	80				
Gesundheits-, Wellnessangebot	2,6	2,0	2,5	2,5	2,3
Basis (Befragte)	88				
Angebot für Familien	2,1	3,0	2,4	2,5	2,5
Basis (Befragte)	161				
Sport- und Aktivangebot	2,3	2,2	2,3	3,0	2,4
Basis (Befragte)	154				
Kulturangebot	2,4	2,5	2,7	1,9	2,5
Basis (Befragte)	195				
Tagungs-, Seminarangebot	2,7	-	-	2,3	2,4
Basis (Befragte)	21				
Schlechtwetterangebot	2,9	3,3	3,1	3,2	3,1
Basis (Befragte)	165				
Preis-Leistungsverhältnis	2,1	2,2	2,5	1,9	2,3
Basis (Befragte)	421				
Mobilitätsangebot vor Ort (z.B. ÖPNV)	2,4	2,8	2,4	2,7	2,6
Basis (Befragte)	197				
Services der Tourist-Information	1,9	2,0	2,2	1,8	2,1
Basis (Befragte)	252				
Barrierefreiheit (z.B. ebenerdige Wege)	2,0	2,2	2,4	2,1	2,3
Basis (Befragte)	170				
Verantwortungsvoller Umgang mit Corona	2,0	1,9	2,2	2,0	2,1
Basis (Befragte)	411				
Nachhaltigkeit des Tourismusangebotes	2,2	2,5	2,4	2,5	2,4
Basis (Befragte)	210				

*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 Krummhörn-Greetsiel?*

	Ihr Wert	OPT-Wert**	MIN-Wert**
Gastfreundschaft	1,5	1,3	2,0
Unterkunft	1,5	1,3	2,2
Gastronomieangebot	1,7	1,5	2,7
Medizinische Kompetenz	1,6	1,6	2,6
Gesundheits-, Wellnessangebot	2,6	1,9	3,4
Angebot für Familien	2,1	1,7	4,1
Sport- und Aktivangebot	2,3	1,6	3,5
Kulturangebot	2,4	1,7	3,6
Tagungs-, Seminarangebot	2,7	2,1	3,3
Schlechtwetterangebot	2,9	2,6	4,1
Preis-Leistungsverhältnis	2,1	1,9	3,0
Mobilitätsangebot vor Ort (z.B. ÖPNV)	2,4	2,0	3,4
Services der Tourist-Information	1,9	1,6	2,7
Barrierefreiheit (z.B. ebenerdige Wege)	2,0	1,6	3,2
Verantwortungsvoller Umgang mit Corona	2,0	1,8	2,5
Nachhaltigkeit des Tourismusangebotes	2,2	1,9	3,2

* 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 Tourist-Information

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

	Ihr Wert	ALLE**
Freundlichkeit	1,6	1,7
Beratungskompetenz	1,8	1,9
Qualität der Informationen	1,8	1,9
Öffnungszeiten	2,1	2,3
Bearbeitungsdauer	1,7	1,8
Erscheinungsbild	1,8	2,0
Basis (Befragte)	334	

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

** Zusatzfrage; Basis der Vergleichswerte sind insgesamt 13 VGM-Teilnehmer

Kapitel 7

Wiederbesuchsabsicht & Empfehlungs- wahrscheinlichkeit

7 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	ALLE
1 (Ganz sicher)	73%	52%	70%	62%	65%
2	12%	19%	14%	17%	16%
3	9%	17%	7%	16%	11%
4	2%	3%	2%	3%	2%
5	2%	6%	2%	1%	3%
6 (Sicher nicht)	3%	3%	4%	2%	4%
Wiederbesuchsabsicht (Durchschnitt)*	1,57	2,01	1,66	1,70	1,74
Basis (Befragte)	415				

* 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	1,57
Optimal-Wert (H&K)**	1,50
Optimal-Wert (SEE)**	1,28
Optimal-Wert (CITY)**	1,45
Optimal-Wert (ALLE)**	1,28
Minimal-Wert (H&K)***	2,37
Minimal-Wert (SEE)***	2,05
Minimal-Wert (CITY)***	1,91
Minimal-Wert (ALLE)***	2,37

*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

Empfehlungswahrscheinlichkeit (Häufigkeiten und Durchschnitt)

Frage: Werden Sie Krummhörn-Greetsiel als Reiseziel weiterempfehlen?

	Ihr Wert	Benchmarking			
		H&K	SEE	CITY	ALLE
1 (Ganz sicher)	74%	62%	70%	72%	69%
2	13%	25%	16%	17%	18%
3	8%	7%	7%	6%	7%
4	3%	2%	2%	1%	2%
5	1%	2%	2%	2%	2%
6 (Sicher nicht)	1%	2%	3%	2%	3%
Weiterempfehlungsabsicht (Durchschnitt)*	1,49	1,62	1,61	1,49	1,58
Basis (Befragte)	449				

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

Empfehlungswahrscheinlichkeit (Vergleichswerte)

Frage: Werden Sie Krummhörn-Greetsiel als Reiseziel weiterempfehlen?

	Empfehlungsabsicht*
Ihr Wert	1,49
Optimal-Wert (H&K)**	1,32
Optimal-Wert (SEE)**	1,28
Optimal-Wert (CITY)**	1,17
Optimal-Wert (ALLE)**	1,17
Minimal-Wert (H&K)***	1,90
Minimal-Wert (SEE)***	2,03
Minimal-Wert (CITY)***	1,67
Minimal-Wert (ALLE)***	2,03

*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

Kapitel 8

Image Ihres Ortes aus Gästesicht

8 Image Ihres Ortes aus Gästesicht

Imagewert*

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

Imagewert (- 2)	Imagewert (+2)	Ihr Wert	Benchmarking**			
			H&K	SEE	CITY	ALLE
langweilig	abwechslungsreich	1,28	0,81	1,06	1,07	0,99
künstlich	authentisch	1,46	1,23	1,12	1,37	1,19
unsympathisch	sympathisch	1,61	1,40	1,31	1,38	1,35
alt	jung	0,03	-0,56	0,21	-0,02	-0,04
krank	gesund	1,12	0,87	1,10	0,57	0,96
altbacken	modern	0,41	0,10	0,42	0,33	0,32
ausgestorben	lebendig	1,33	0,40	1,09	0,51	0,81
einfach	exklusiv	0,22	0,15	0,14	-0,36	0,07
ungemütlich	gemütlich	1,45	1,22	1,09	0,77	1,08
ungepflegt	gepflegt	1,46	1,57	1,20	0,33	1,18
Basis (Befragte)		437				

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

** Zusatzfrage; Basis der Vergleichswerte sind insgesamt 7 VGM-Teilnehmer