

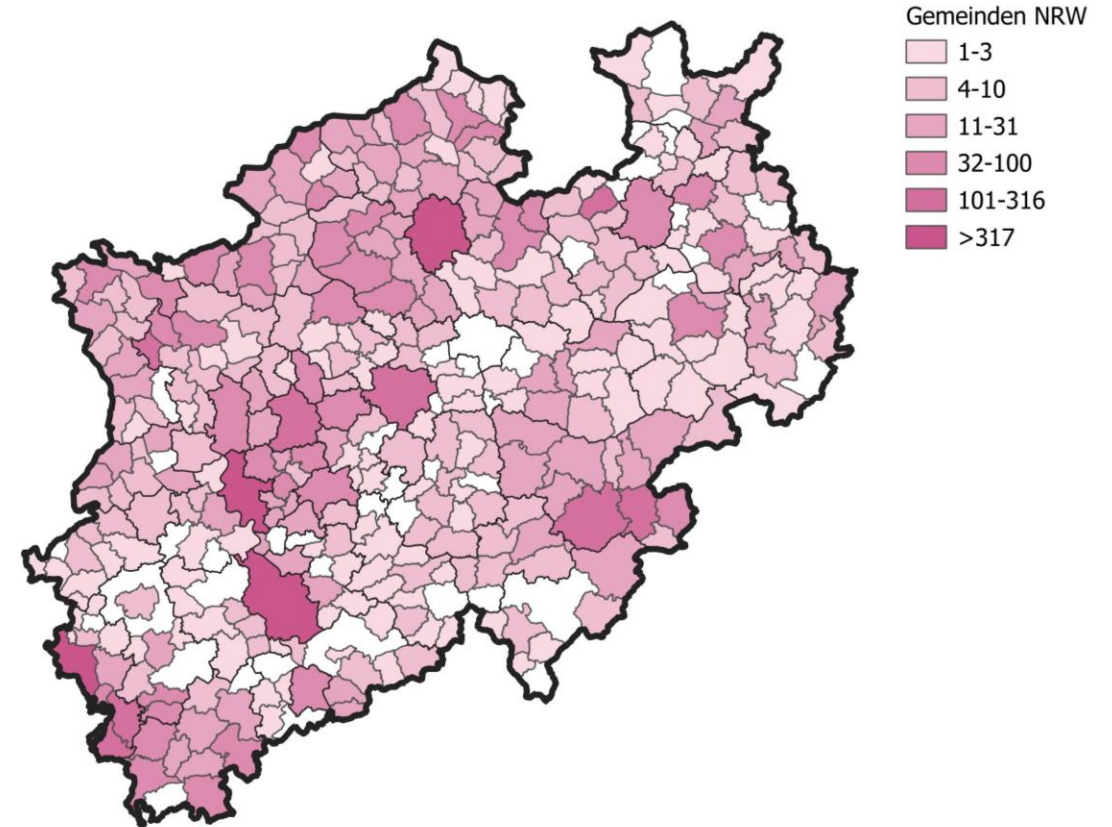


AUSWERTUNG DER GÄSTEBEFragung NRW

08.10.2025

GÄSTE HABEN FLÄCHENDECKEND TEILGENOMMEN

- 7.916 Teilnehmende zwischen Mai 2024 und April 2025
- In 84 % der Gemeinden konnten Fälle erhoben werden
- Die meisten Fälle wurden in Aachen (698) erhoben, gefolgt von Münster (580) und Köln (572)
- Die Erhebung ist belastbar
- Geschlechterverteilung: w 56 % | m 44 %
- Die Auswertung im Folgenden unterliegen einer Gewichtung unter Berücksichtigung der Übernachtungszahlen
- Durch die Erhebungsmethode wurden vorrangig Personen befragt, die Auf den Webseiten der Destinationen und Leistungsträger unterwegs waren.

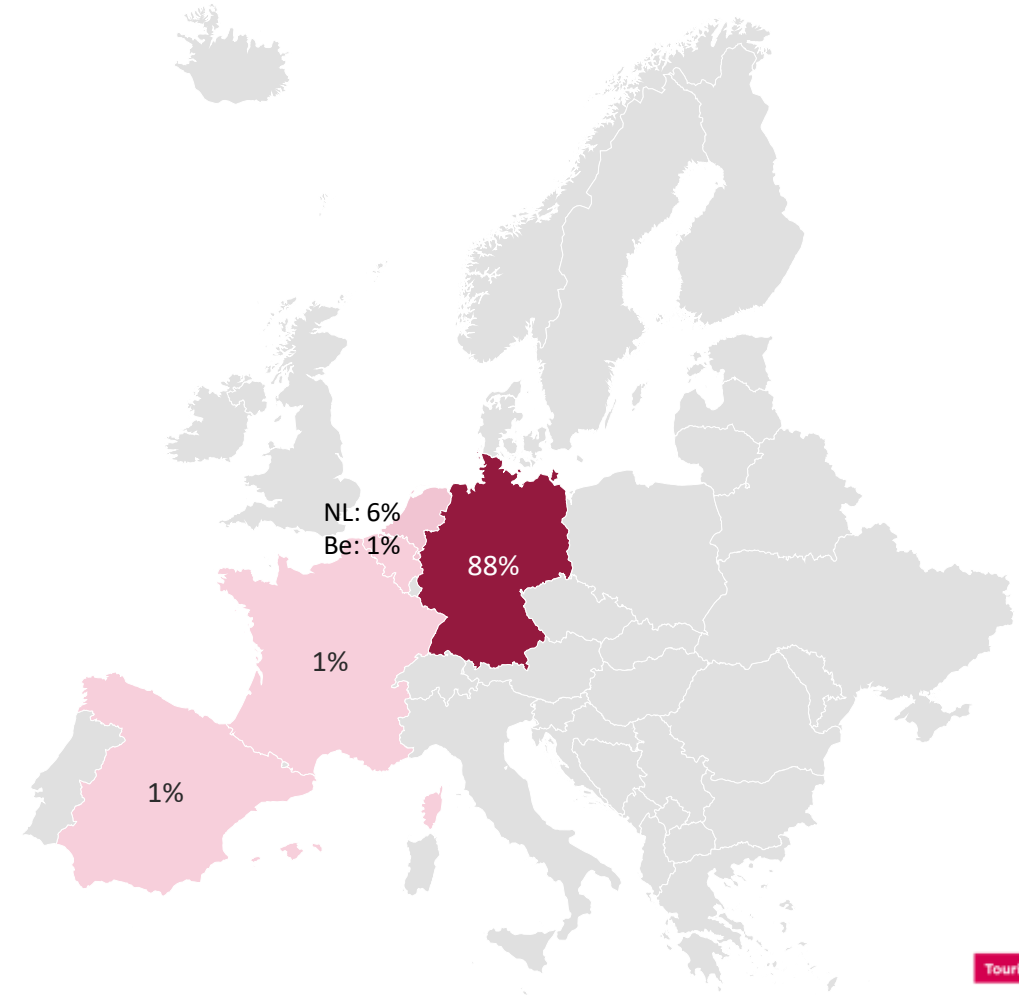


GÄSTESTRUKTUR



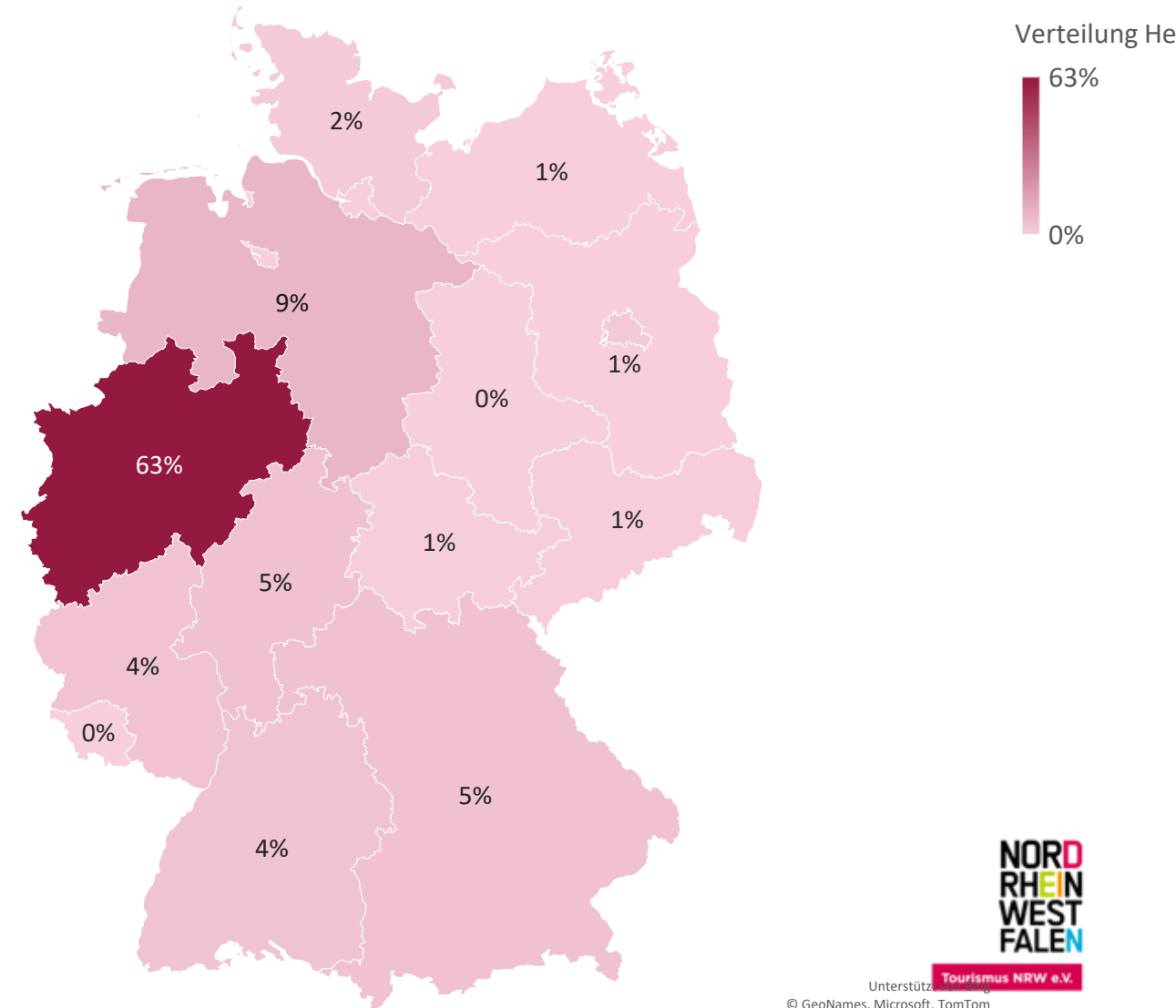
SCHWERPUNKT DER GÄSTE AUS DEUTSCHLAND

- 88% der befragten Gäste kommen aus Deutschland.
- Dieser Wert liegt deutlich über der Verteilung der amtlichen Statistik (79 %)
- Trotz der Mehrsprachigkeit des Fragebogens, konnten scheinbar keine größeren Mengen an internationalen Gästen motiviert werden.



NATIONALE GÄSTE VOR ALLEM AUS NRW

- Mit einem Anteil von 66 % hat NRW als nationaler Quellmarkt bei den Befragten eine herausstechende Rolle.
- Niedersachsen, Bayern und Hessen sind die Inlandsmärkte nachfolgend am meisten Teilnehmer generiert wurden.

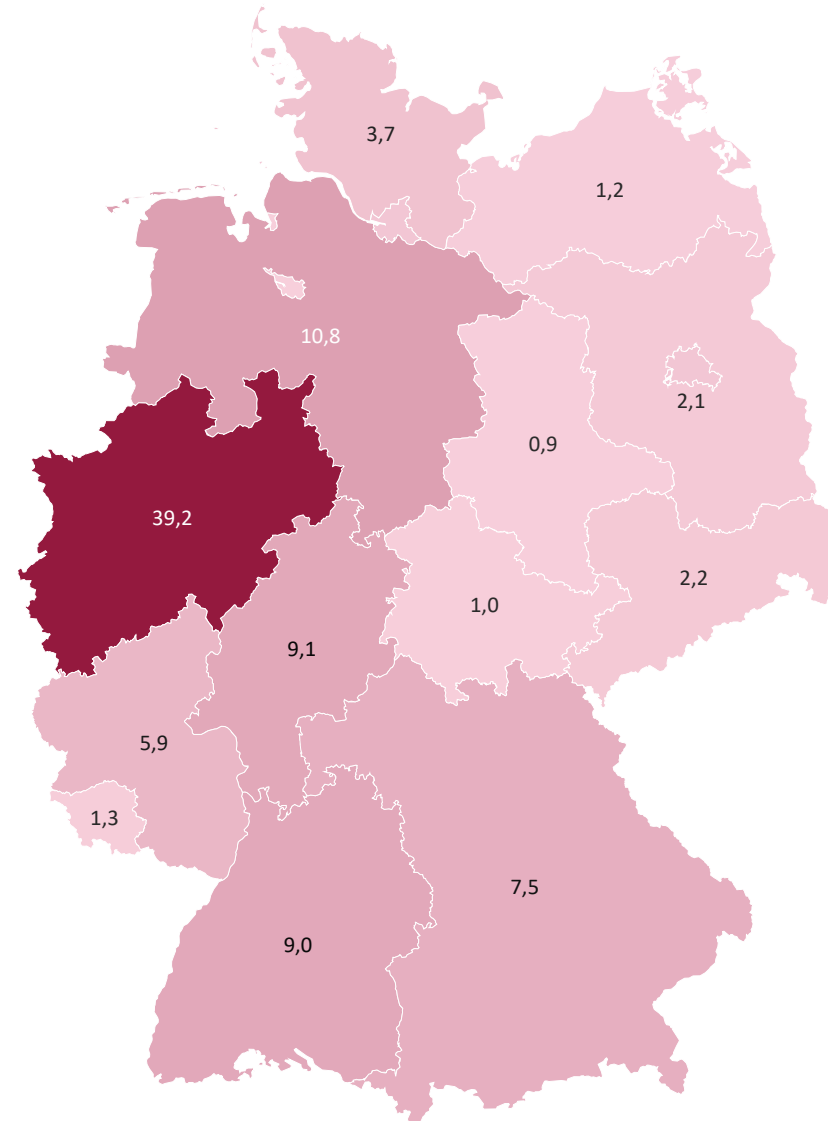


NRW ALS WICHTIGSTER QUELLMARKT

Destination Monitor 2024

- Die Erhebung zeigt deutliche Abweichungen zu Panelbefragung des Destination Monitor von YouGov
- Auch im Destination Monitor ist NRW der wichtigste Quellmarkt. Hier liegt der Anteil jedoch deutlich geringer, bei 39 %
- Der Anteil der Niedersachsen liegt etwas höher. Die Anteile der Gäste aus Hessen und Baden-Württemberg liegt aber fast doppelt so hoch.

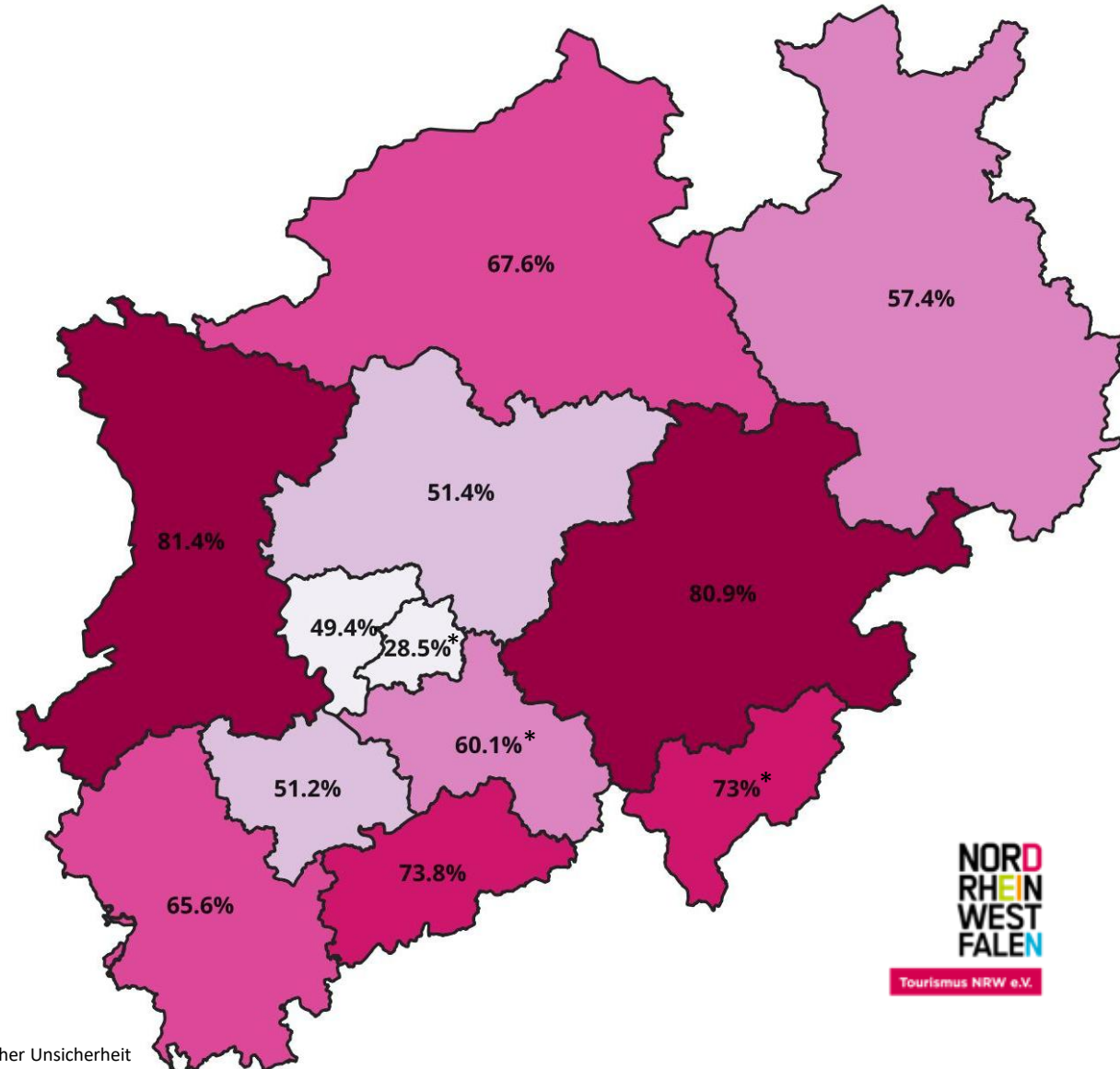
Anteil Herkunft an mehrtägigen Urlaubsreisen NRW



DEUTLICHE UNTERSCHIEDE BEI DEN REISEGEBIETEN

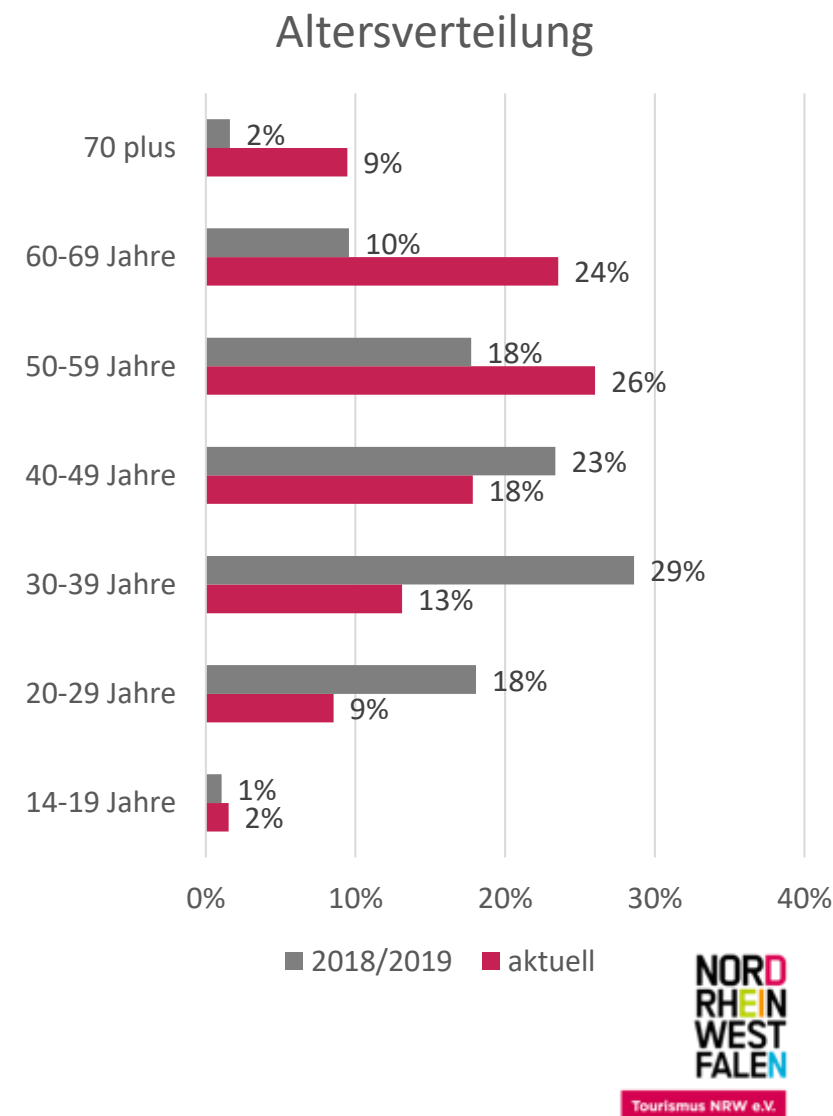
Beim Anteil der NRWler bei Befragten Gästen.

- Am Niederrhein (81,4 %) und im Sauerland (80,9 %) ist der Anteil der NRWler besonders hoch.
- Die Geringsten Anteile machen die Bürger:innen aus NRW im Bergischen Städtedreieck* (28,5%) und in Düsseldorf und dem Kreis Mettmann (49,4 %) aus.



ALTER DER BEFRAGTEN IST GESTIEGEN

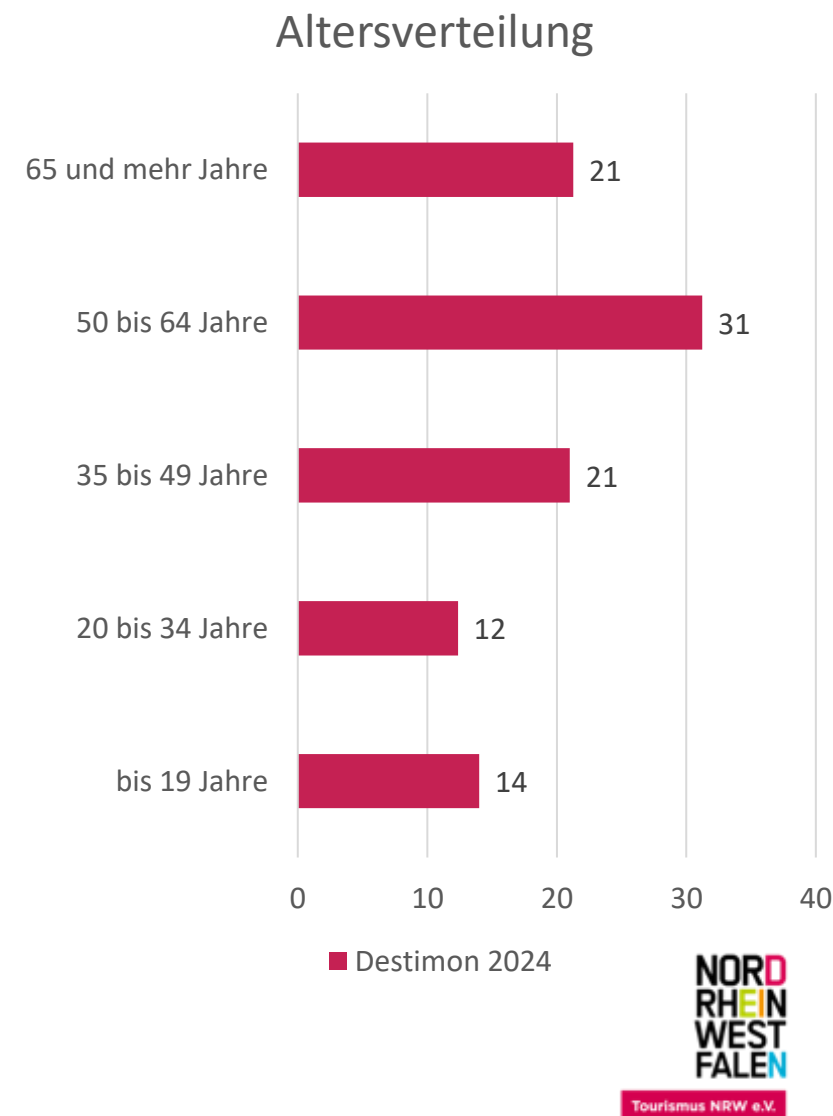
- *Das Durchschnittsalter der Befragten lag bei 51,3 Jahren. Im Vergleichszeitraum lag dieser Wert noch bei 42 Jahren.*
- *Besonders die Besucher ab 60 Jahren weisen starke Zuwächse auf*
- *59 % der Befragten waren 50 Jahre und älter und nur 2% unter 20 Jahren*
- *2018/19 lag der Anteil der 20- bis 49-Jährigen noch bei 70%. Unter den aktuellen Befragten liegt er bei 40%*



ABWEICHUNG ZUR PANELBEFRAGUNG

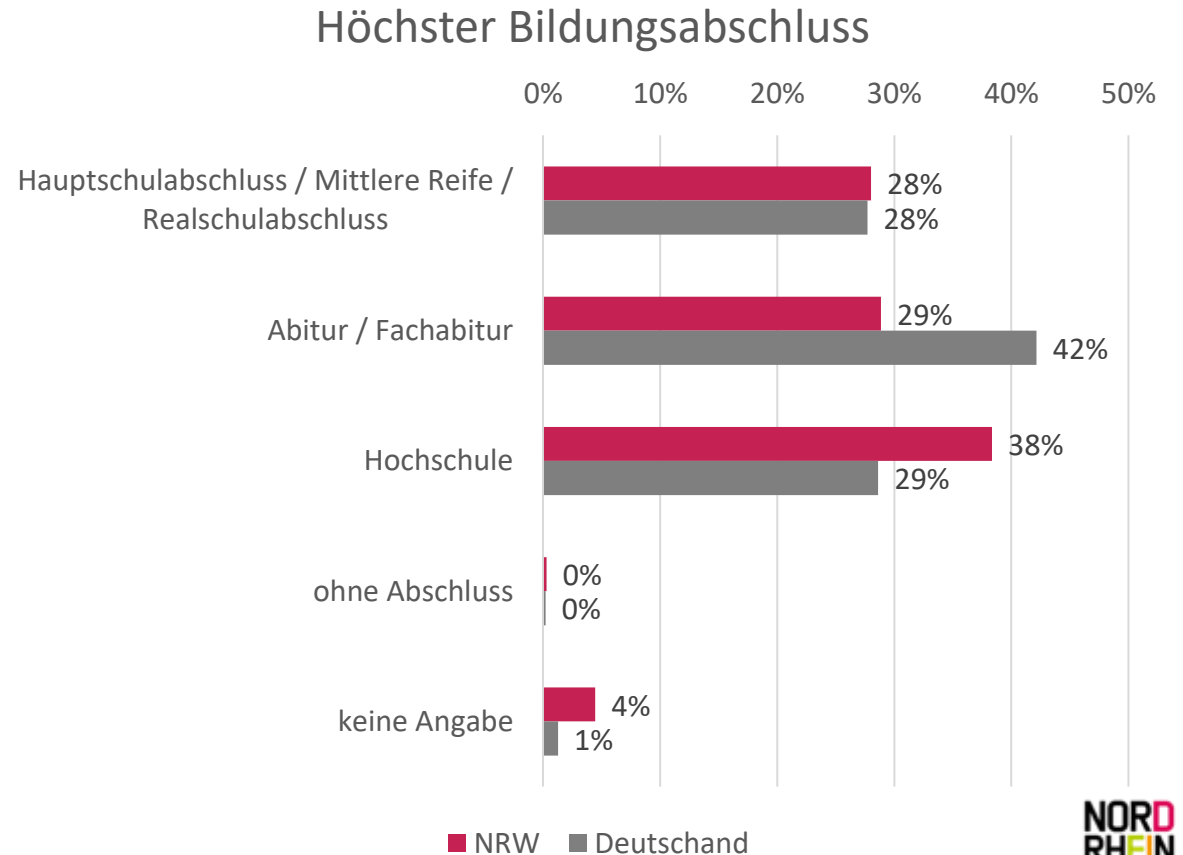
Destination Monitor 2024

- Die Erhebung zeigt leichte Abweichungen zu Panelbefragung des Destination Monitor von YouGov
- In der Destination Monitor 2024 waren 52 % der Befragten 50 Jahre und älter und nur 14% unter 20 Jahren
- Damit ist die Altersverteilung bei den Teilnehmenden in der Gästebefragung leicht nach oben verschoben



HOHER ANTEIL AN GÄSTEN MIT HOCHSCHULABSCHLUSS

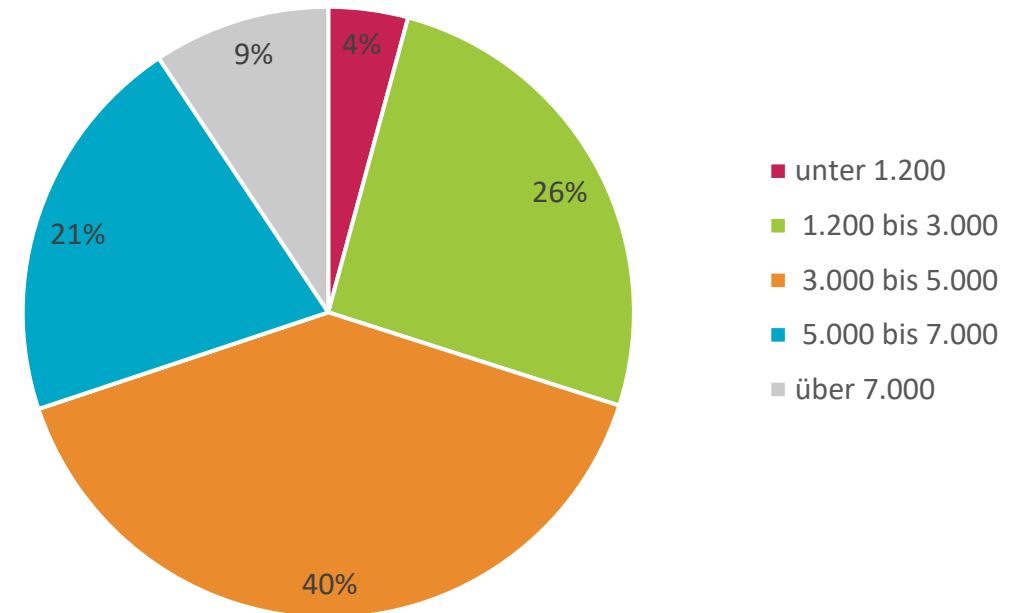
- 38 % der Befragten haben einen Hochschulabschluss, dieser Wert liegt deutlich über dem Benchmark des Bundesvergleichs (29 %)
- Bei Teilnehmenden mit Hauptschulabschluss/Mittlerer Reife/ Realschulabschluss gibt es keine Unterschiede.
- Auf Bundesebene sind mehr Personen mit einem Abitur vertreten.



HAUSHALTSEINKOMMEN

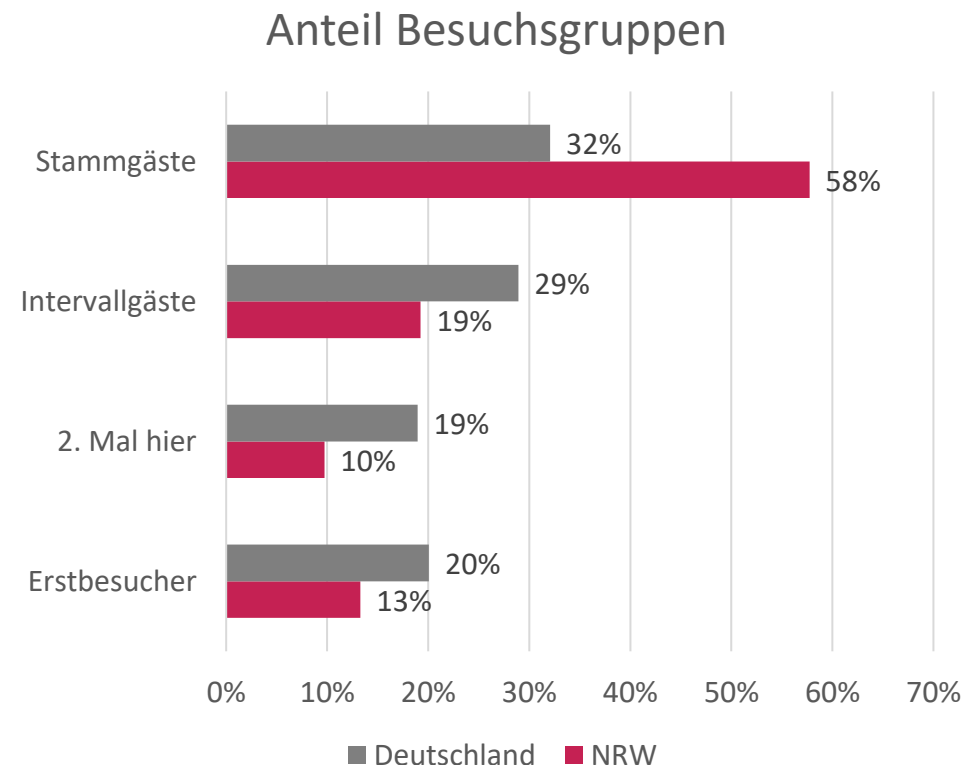
- *Das Haushalt-Nettoeinkommen der Befragten ist im Bundesdurchschnitt leicht erhöht.*
- *Der Anteil der Einkommen über 7.000 € liegt drei Prozentpunkte über dem Bundesschnitt. Die Einkommen zwischen 3.000 € und 7.000 € wurde traten in NRW 3 Prozentpunkte seltener auf.*

Verfügbares Haushalts-Nettoeinkommen



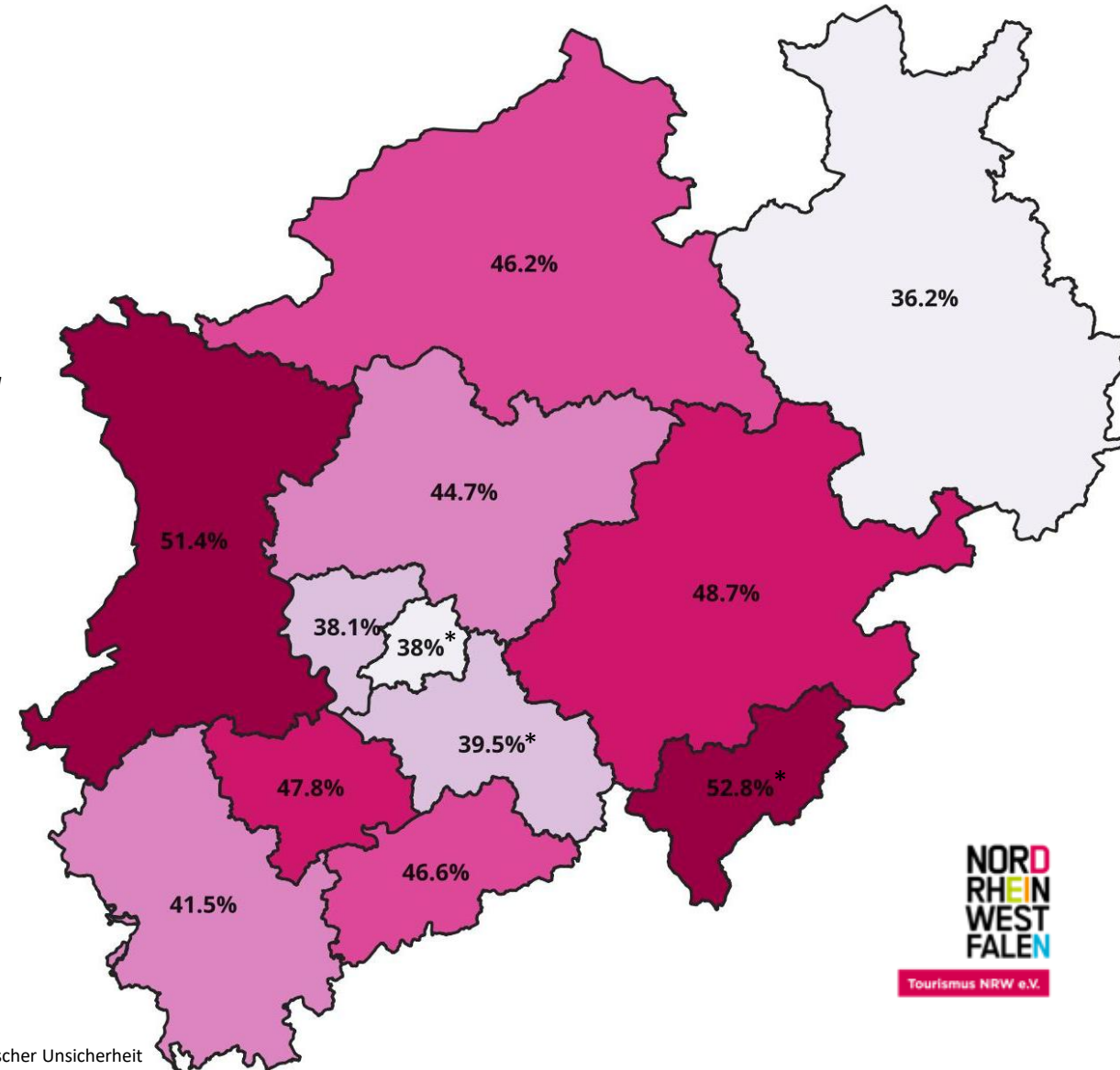
SEHR HOHE BESUCHSERFAHRUNG BEI NRW-GÄSTEN

- Die Befragten zeigen in NRW eine stark überdurchschnittliche Besuchserfahrung. 58 % können als Stammgäste klassifiziert werden und weitere 19 % als Intervallgäste.
- Der Anteil der Erst- und Zweitbesucher fällt entsprechend gering aus.
- Die Daten auf Regionsebene weisen immer noch einen hohen Stammgastanteil (45 %) auf. Hier wird aber auch deutlich, dass die Gäste innerhalb des Reiselandes häufiger die Destination wechseln.
- 27 % der Befragten haben angegeben Erstbesucher der Destination zu sein. Auf Ortsebene steigt dieser Wert auf 44 %, was auch dem Bundesschnitt entspricht.



STAMMGÄSTEANTEIL NACH REISEGEBIETEN

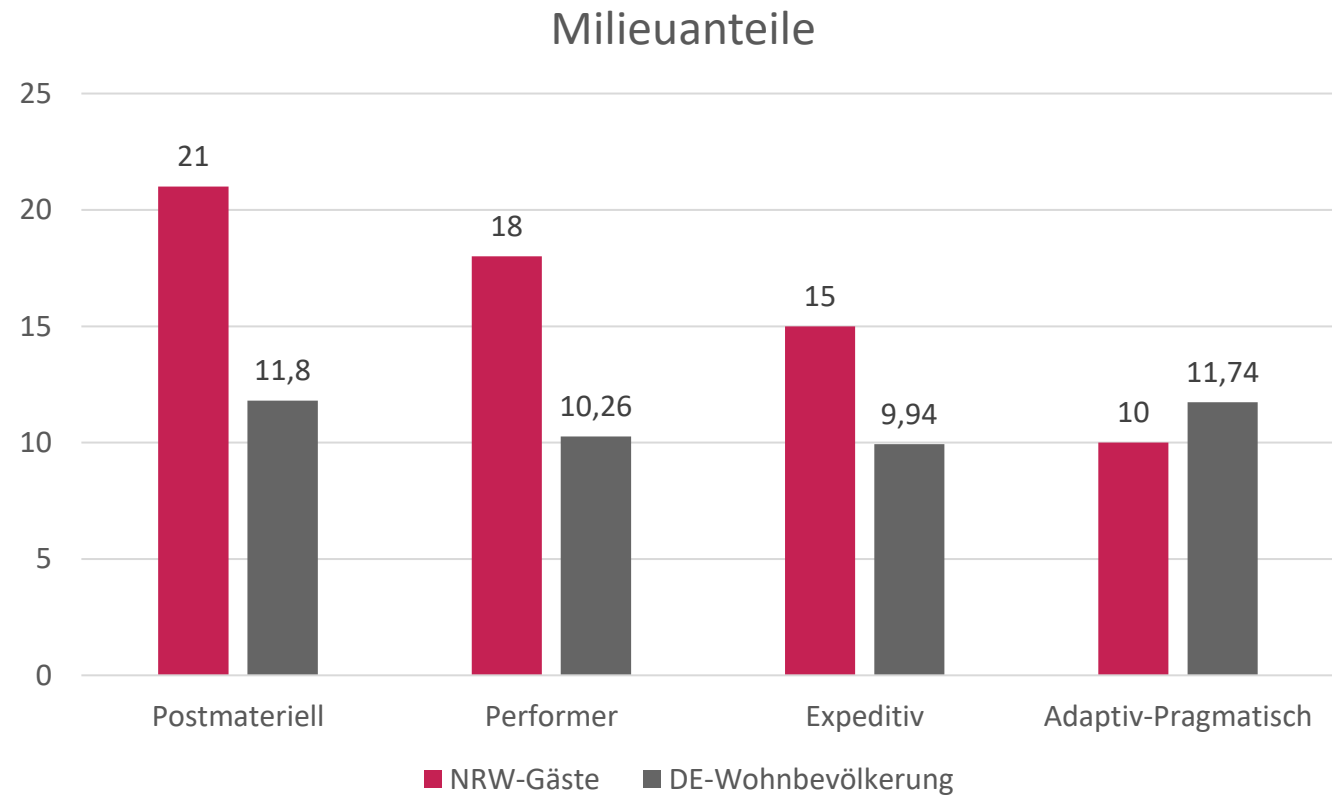
- Der Niederrhein und Siegen-Wittgenstein* mit mehr als 50% Stammgästeanteil bei Befragten.
- Die geringsten Anteile an Stammgästen wurde in der Befragung im Bergischen Städtedreieck* und Düsseldorf und dem Kreis Mettmann mit 38 % ermittelt.



FOKUSZIELGRUPPEN REISEN HÄUFIGER NACH NRW

Milieus der Zukunft reisen nach NRW

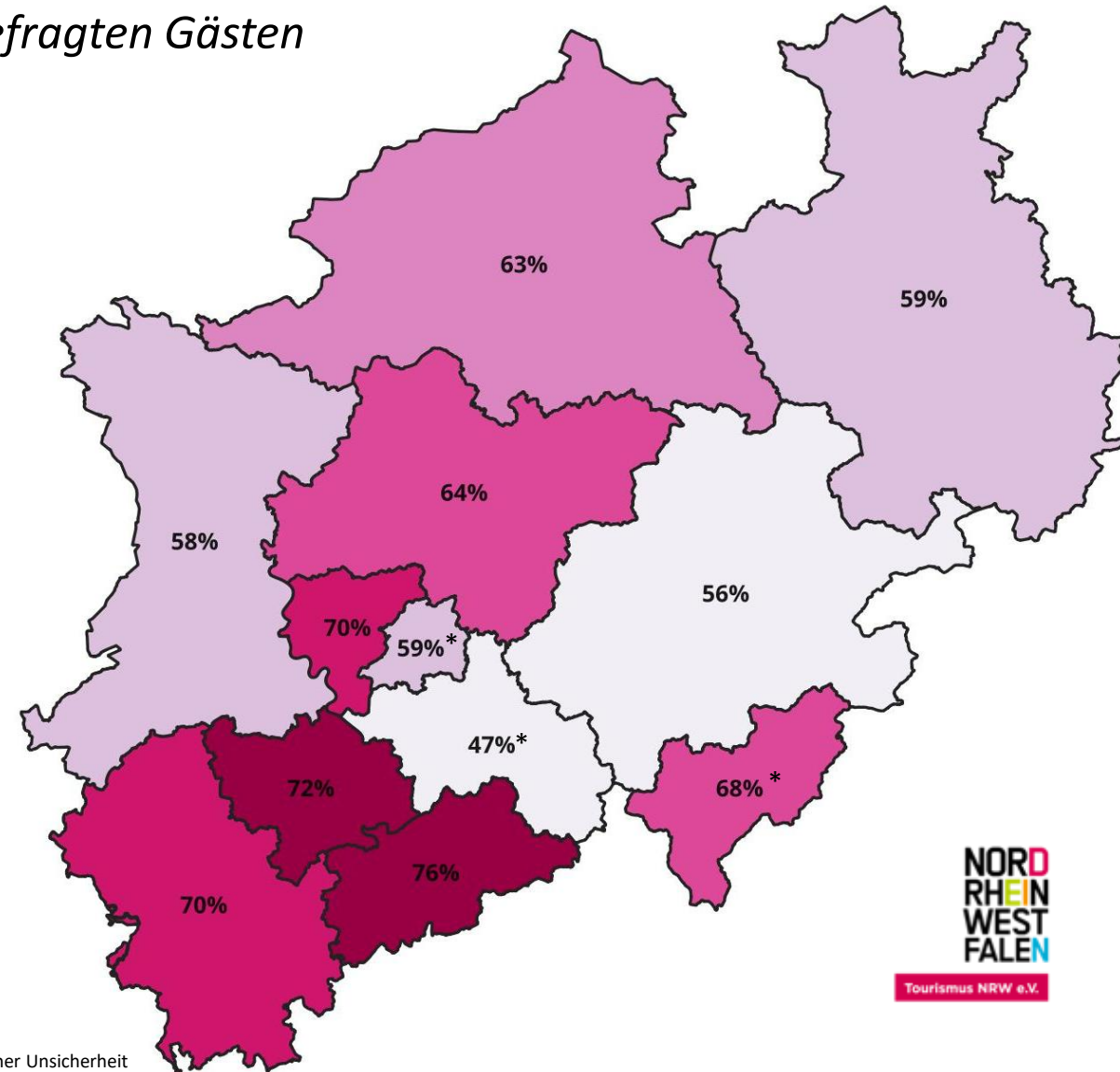
- Die Wachstumsmilieus reisen aktuell häufiger nach NRW als diese in der Wohnbevölkerung repräsentiert sind.
- Die Zielgruppen der Landestourismusstrategie machen somit bereits 64 % der befragten Gäste aus.



FOKUSZIELGRUPPEN STÄRKER IN STÄDTISCHEN DESTINATIONEN

Anteil der vier SINUS-Milieus (PMA, PER, EPE, ADA) an befragten Gästen

- In den städtischen Reisegebieten liegt der Anteil der vier SINUS-Milieus aus der Tourismusstrategie unter den befragten Gästen deutlich höher als in den ländlichen Reisegebieten.
- Höchstwerte wurden in Bonn und dem Rhein-Sieg-Kreis (76%) und Köln und dem Rhein-Erft-Kreis (72%) ermittelt.
- In der Eifel und der Region Aachen war der Anteil der Postmateriellen mit 25 % und der Anteil der Expeditiven mit 20 % am stärksten ausgeprägt.
- Das Milieu der Performer ist unter den Befragten in Düsseldorf und dem Kreis Mettmann (21%) am stärksten vertreten

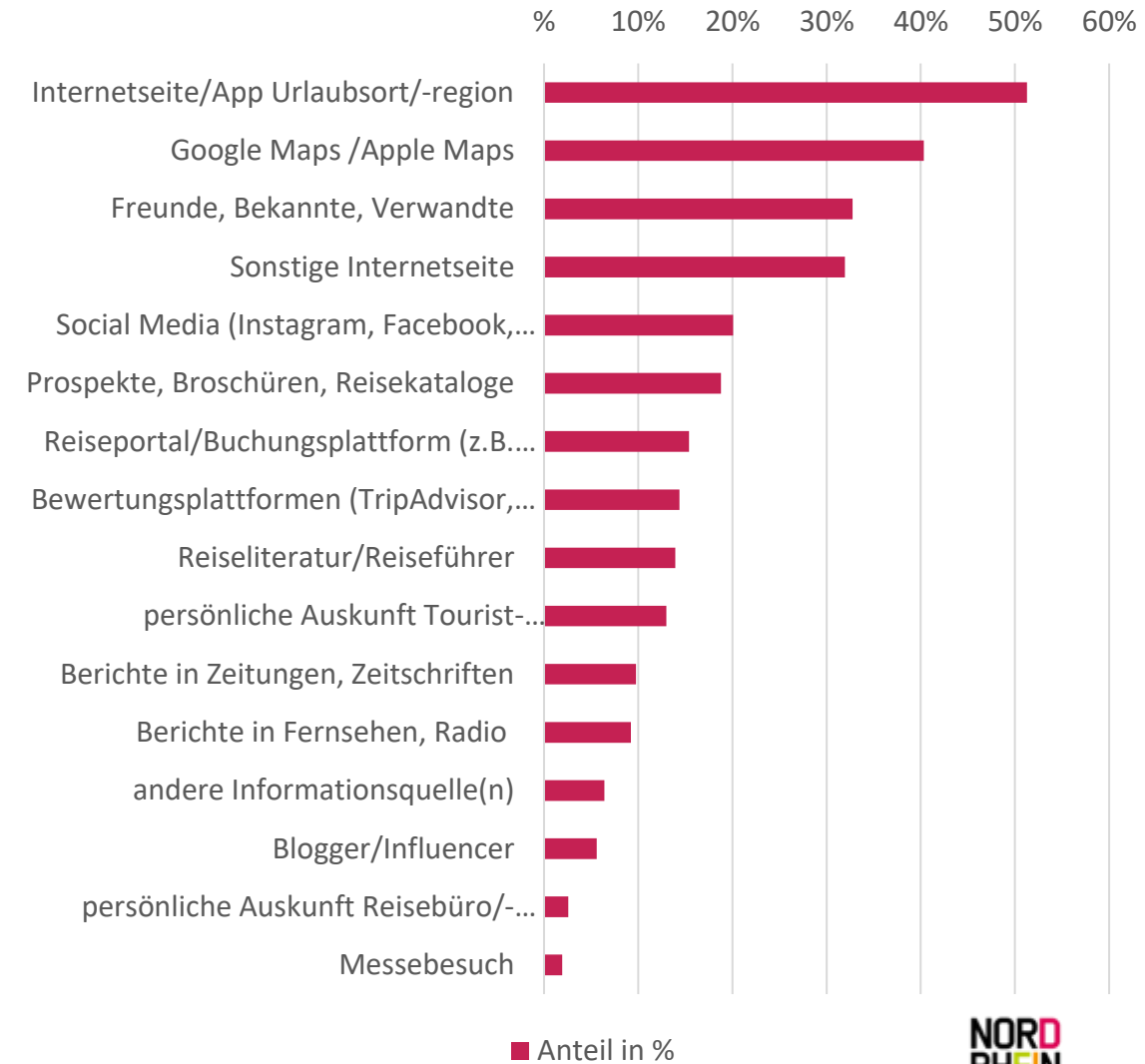


INFORMATION | ENTSCHEIDUNG | BUCHUNG



INFORMATIONEN DIGITAL

- Die Befragten NRW-Gäste setzen vorrangig auf digitale Informationsquellen. 19 % der Gäste informierten sich nach eigenen Angaben gar nicht
- Neben der Internetseite/App der Destination (51 %) sind Kartenanbieter (40 %) besonders relevant.
- Ein Drittel der Teilnehmenden bezieht Informationen aus dem Freundes- und Bekanntenkreis.
- Die am häufigsten nachgefragte Printquelle waren Prospekte und Broschüren (19 %)



NUTZUNG DER NRW-MEDIEN

- *dein-nrw.de* nutzen 17 % der befragten Gäste als Informationsquelle.
- Die Social-Media-Kanäle wurden nur von 6% der Befragten genutzt.
- Bei den Printmedien gaben 10 %, dass Berichte in Zeitungen oder anderen Printmedien genutzt wurden.
- Das NRW-Magazin nutzten nur 4 % der Teilnehmenden

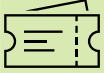
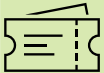


NATUR UND KULTUR ALS BESUCHSGRÜNDE

- *Die befragten Gäste nannten am häufigsten Natur und Kulturthemen als Besuchsgrund.*
- *Das Touristische Angebot an sich wurde eher selten als Besuchsgrund genannt.*
- *Auffällig bei andern Besuchsgründen war die überdurchschnittlich häufige Nennung des Besuchs von Verwandten und Bekannten (14 %).*

1. *Landschaft und Natur (34%)*
2. *Ruhe (19%)*
3. *Veranstaltungen und Unterhaltungsangebot (17%)*
4. *Natur-/Nationalparks (15%)*
5. *Kunst- und Kulturangebot (15%)*
6. *Orts-, Stadtbild / Architektur (14%)*
7. *Gute Luft / gesundes Klima (12%)*
8. *See/Meer/Fluss (11%)*
9. *Wellness-/ Beauty-Angebote (11%)*
10. *Gute Erfahrung in der Vergangenheit (10%)*

BESUCHSGRÜNDE IN DEN REISEGEBIETEN

Reisegebiet	Besuchsgrund Top 1	Besuchsgrund Top 2	Besuchsgrund Top 3
Bergisches Städtedreieck	 32 %	 28 %	 25%
Bonn und Region	Fallzahlen zu gering		
Düsseldorf und Kreis Mettmann	 29 %	 25%	 21%
Köln und Rhein-Erft-Kreis	 36 %	 21 %	 20 %
Ruhrgebiet	 25 %	 23 %	 20 %
Eifel und Region Aachen	 50 %	 40 %	 33 %
Bergisches Land	 30 %	 25 %	 23 %
Münsterland	 44 %	 25 %	 23 %
Niederrhein	 43 %	 25 %	 22%
Sauerland	 63 %	 46 %	 38 %
Siegerland-Wittgenstein	Fallzahlen zu gering		
Teutoburger Wald	 34 %	 20 %	 19 %



Natur und Landschaft



Veranstaltungen und Unterhaltungsangebot



Sehenswürdigkeiten/Ausflugsziele



Kunst und Kulturangebot



Orts-, Stadtbild/Architektur



Gute Luft /gesundes Klima



Verwandte und Bekannte



Wellness und Schönheitsangebote



Natur und Nationalparks



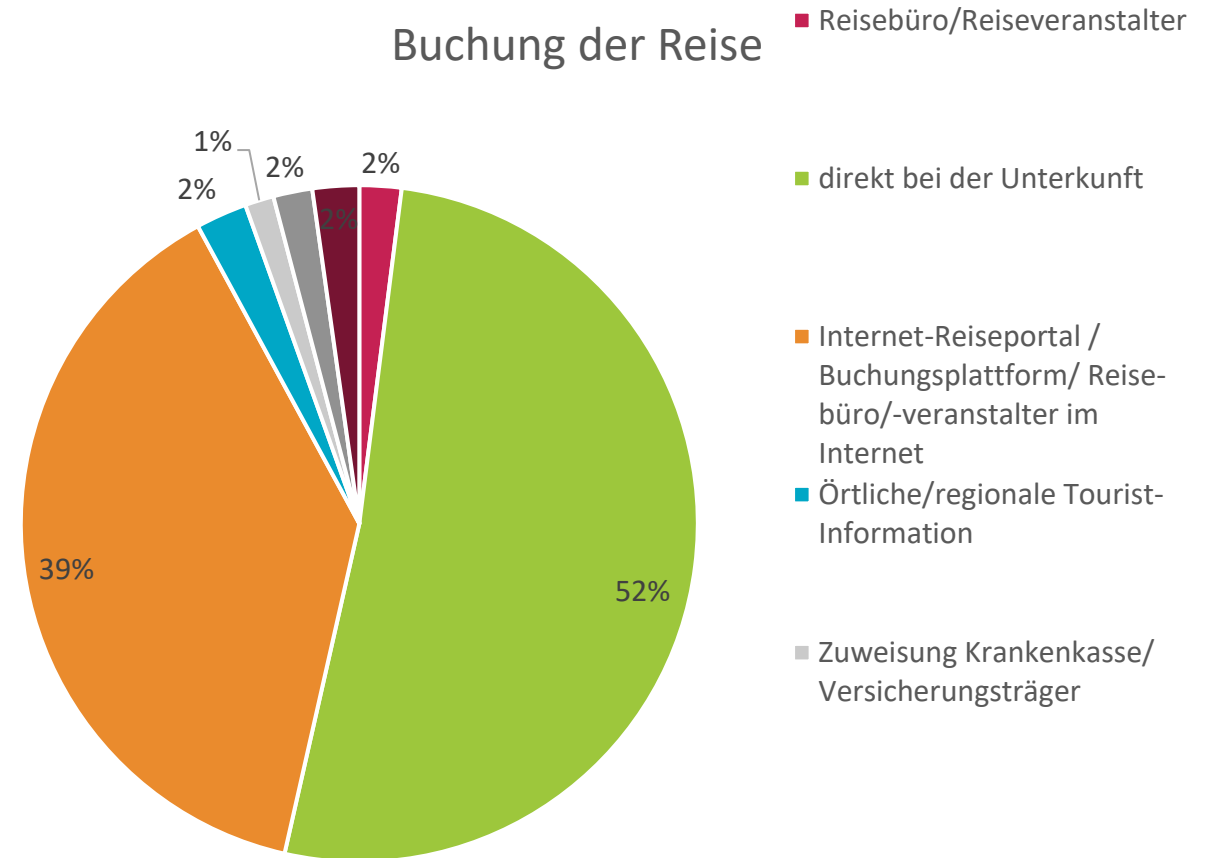
Ruhe

**NORD
RHEIN
WEST
FALEN**

Tourismus NRW e.V.

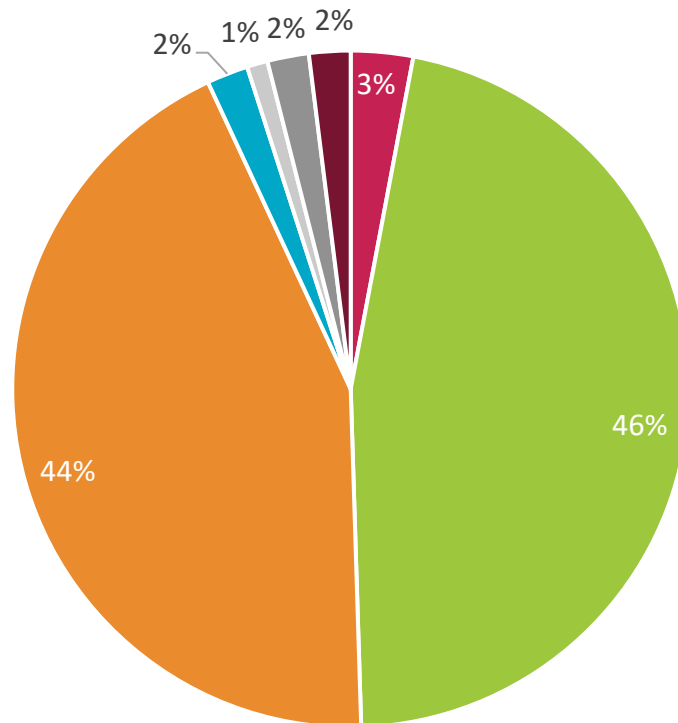
BUCHUNG BEI DER UNTERKUNFT ODER ÜBER PORTALE

- Die Befragten Gäste haben zu 52% direkt bei der Unterkunft gebucht. Weitere 39 % der Buchungen erfolgte über Buchungsplattformen und Reiseportale wie z.B. HRS, booking, expedia und Airbnb.
- Die restlichen Buchungsstellen wurden kaum angegeben.
- 8% der Befragten gaben an eine Pauschalreise gebucht zu haben.
- Diese beinhaltet zum Großteil Verpflegung (81 %), gefolgt von Wellnessangeboten (34%).



BUCHUNG BEI DER UNTERKUNFT ODER ÜBER PORTALE

Stadt-Land-Vergleich

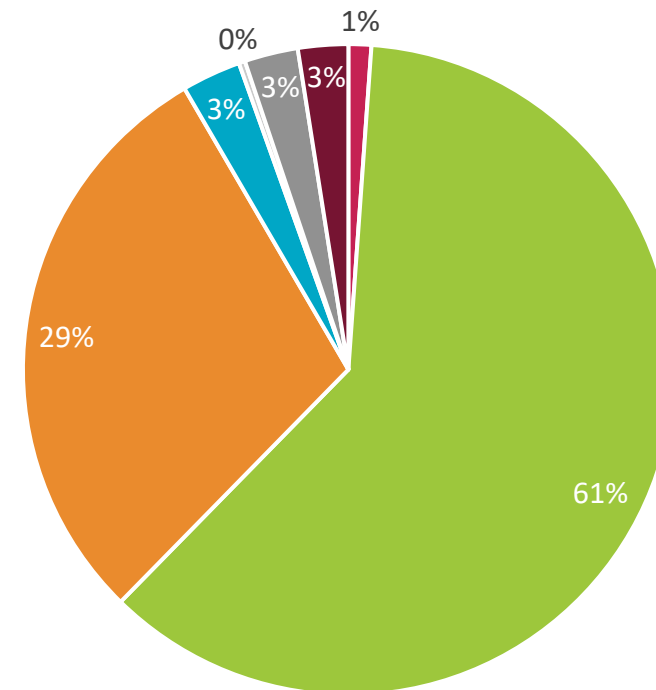


Reisebüro/Reiseveranstalter

direkt bei der Unterkunft

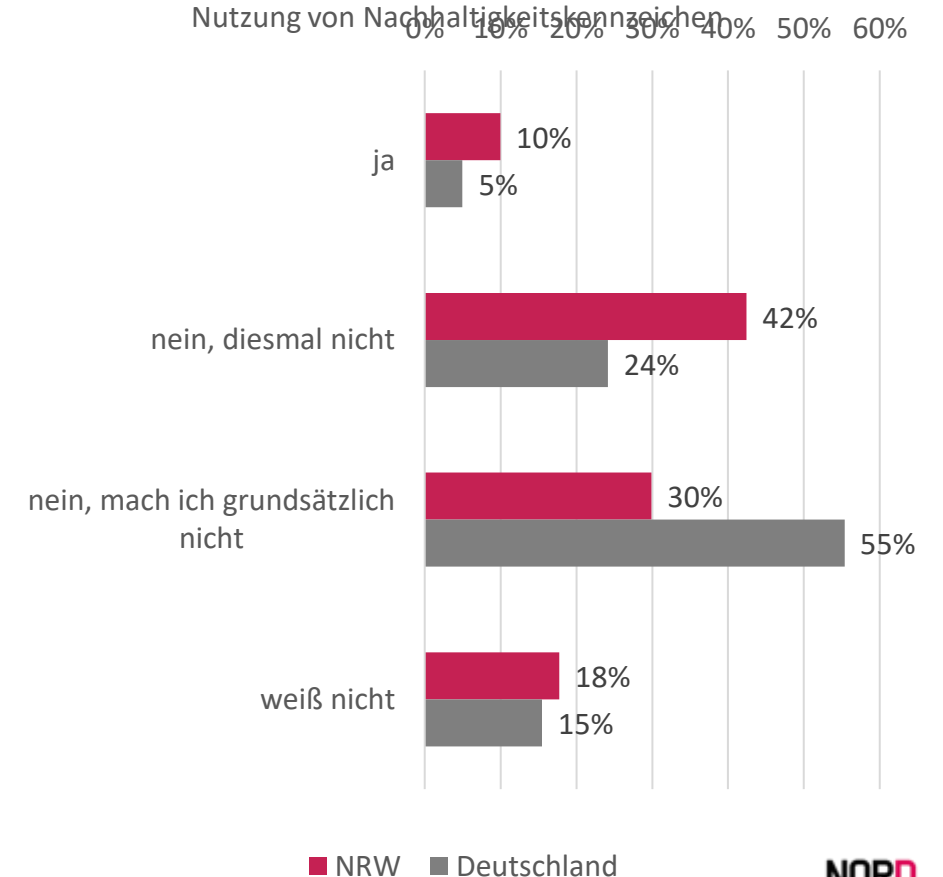
Internet-Reiseportal /
Buchungsplattform / Reise-
büro/-veranstalter im
Internet (z.B. HRS, booking,
expedia, Airbnb)

Örtliche/regionale Tourist-
Information



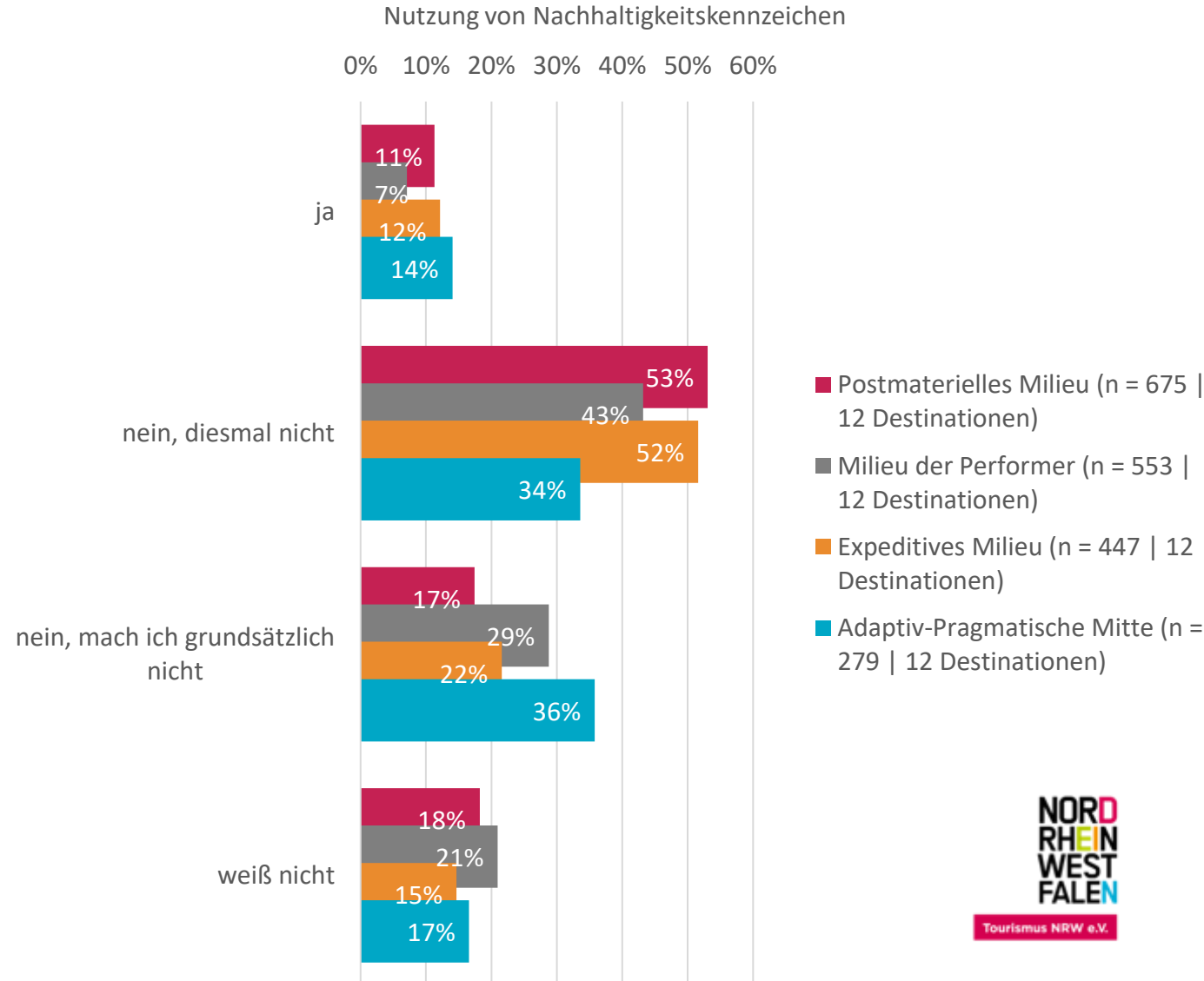
NACHHALTIGKEIT BEI NRW-GÄSTEN

- Die befragten NRW-Gäste gaben häufiger an im Zuge des Aufenthaltes bewusst Anbieter mit Nachhaltigkeitskennzeichnungen oder Umweltzeichen genutzt zu haben.
- Auch der Anteil deren, die dies tun würden liegt in NRW über dem Bundesschnitt.
- Auch das Thema CO₂ spielt bei den Befragten eine größere Rolle. 4% haben die An/Abreise kompensiert. 33 % habe es dieses Mal nicht gemacht.
- 42 % der Teilnehmenden kompensiert grundsätzlich nicht. Dieser Wert liegt aber noch deutlich unter dem Bundesschnitt (58%)



NACHHALTIGKEIT BEI NRW-GÄSTEN

- Unter den Befragten hat das Milieu der adaptiv-pragmatischen Mitte am häufigsten auf die Nutzung von Nachhaltigkeitskennzeichen geachtet.
- Das postmaterielle Milieu und das Expeditives Milieu weisen den größten Anteil deren auf die normalerweise auf Kennzeichen achten.

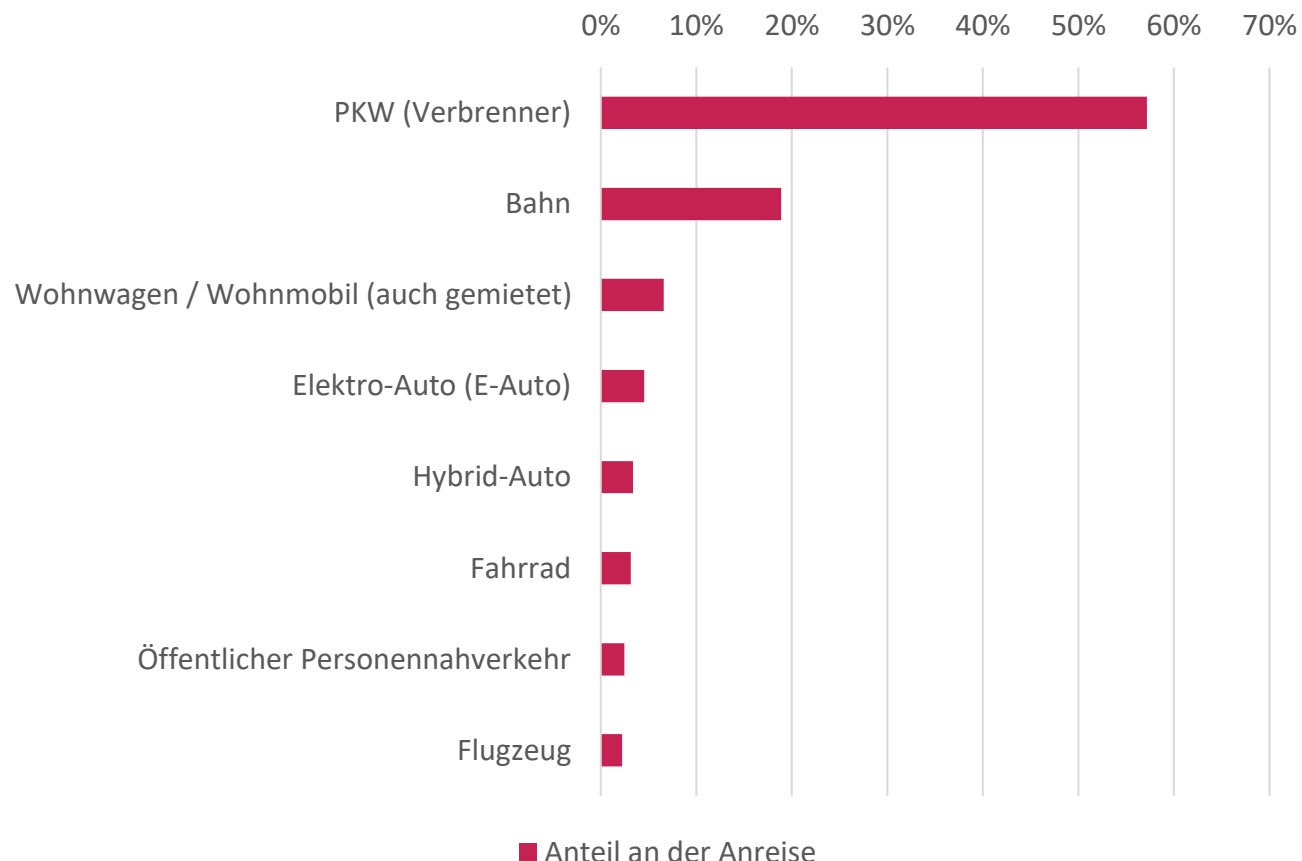


AUFENTHALT



ANREISE FINDET INDIVIDUELL STATT

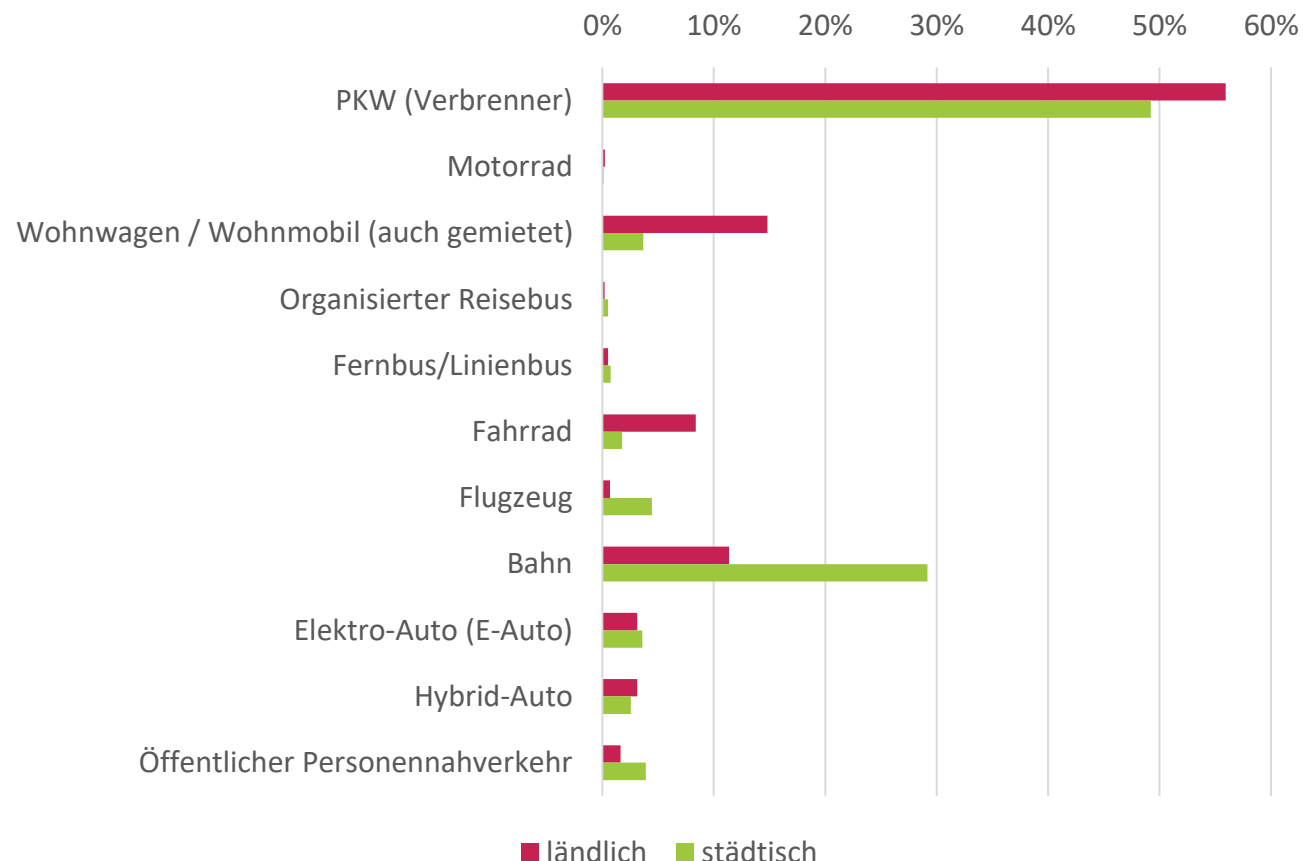
- 65 % der befragten Gäste reisen mit dem PKW an. (Teil)elektrifiziert sind davon 8 %.
- Die Bahn (19%) ist das zweitmeistgenutzte Verkehrsmittel.
- Während der Reise ist die regelmäßige Nutzung des PKWs (41%) deutlich geringer
- Vor Ort werden Strecken regelmäßig zu Fuß (74 %), mit öffentlichen Verkehrsmitteln (50%) oder dem Fahrrad (24%) zurückgelegt.



ANREISE FINDET INDIVIDUELL STATT

Stadt-Land-Vergleich

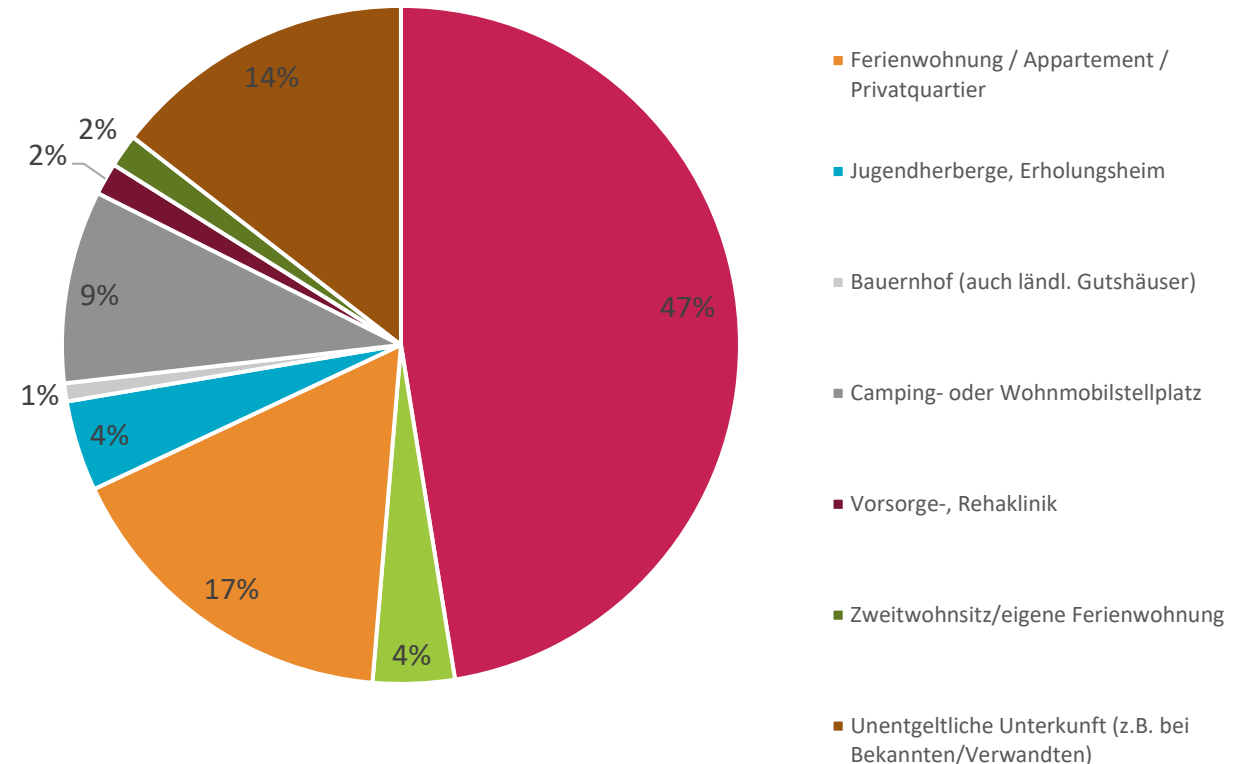
- Befragte Gäste in den städtischen Reisegebieten reisen verstärkt mit dem ÖPNV an.
- Fluganreisen finden vorrangig in den städtischen Regionen statt.
- In den ländlichen Reisegebieten ist der Individualverkehr mit PKW und Wohnwagen erhöht.
- Auch das Fahrrad wird hier deutlich stärker zur Anreise genutzt.



47% DER GÄSTE ÜBERNACHTEN IN HOTELS

- *Hotel/Hotel garni (47%) sind unter den Befragten die meistgebuchten Unterkunftstypen.*
- *Das Segment der Ferienwohnungen und Privatquartiere (17 %) ist am zweithäufigsten genannt, gefolgt von den unentgeltlichen Unterkünften (14%)*

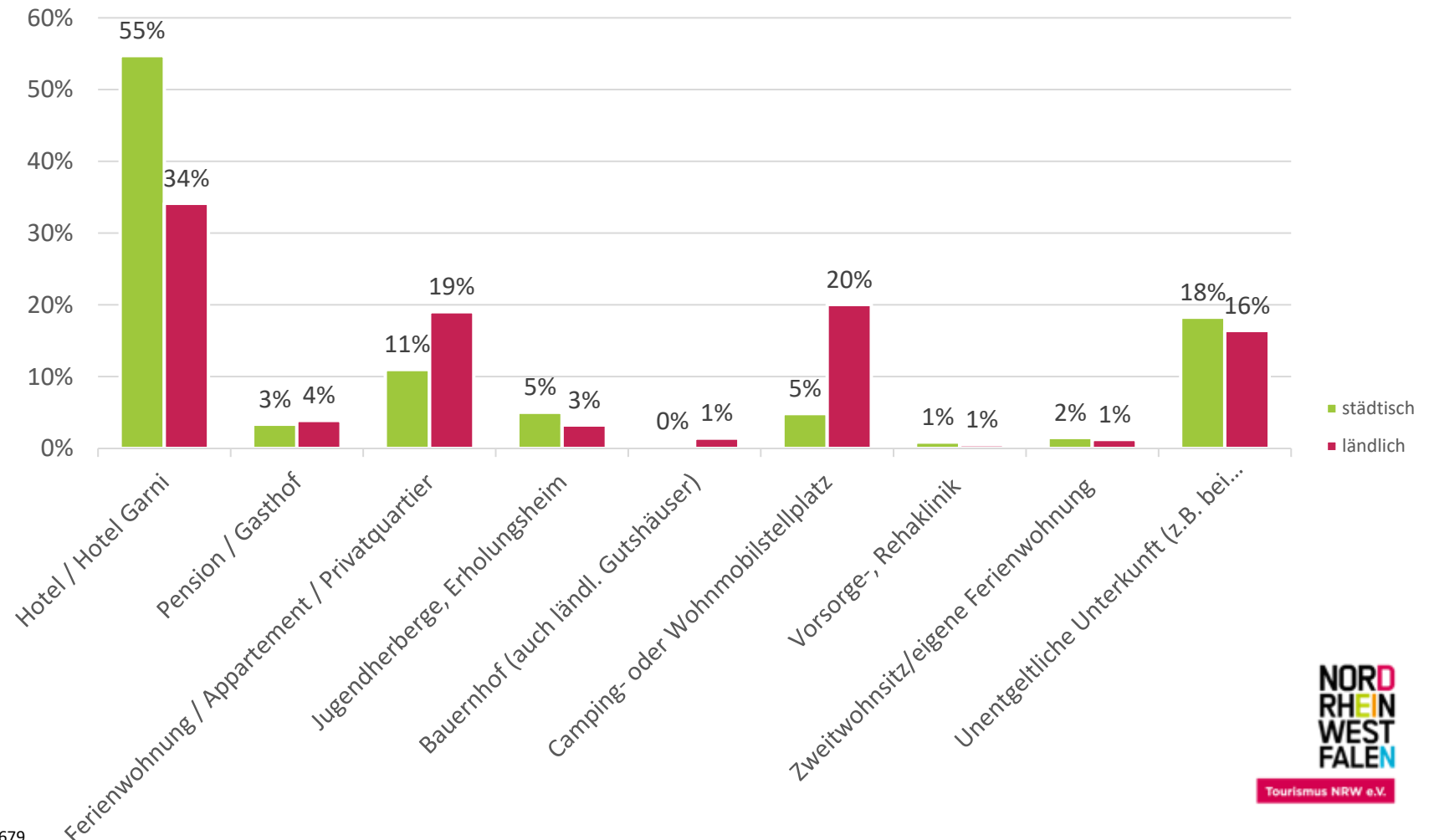
Anteil der gebuchten Unterkünfte



PRIVATQUARTIERE UND CAMPING EHER IM LÄNDLICHEN

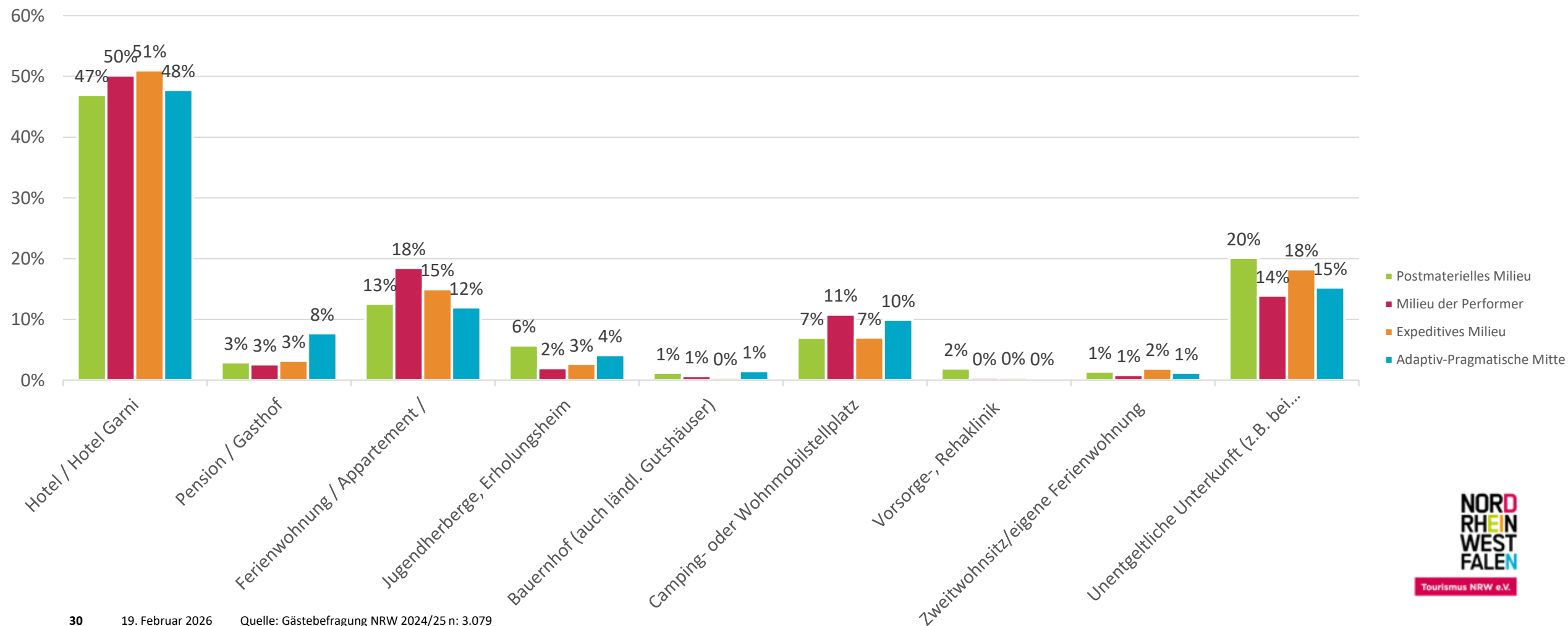
Stadt-Land-Vergleich

- In den städtischen Reisegebieten finden mehr als die Hälfte der Reisen Hotel/Hotel garni statt.
- In den ländlichen Reisegebieten sind Hotels/Hotel garnis (34%) zwar auch der stärkste Unterkunftstyp, Privatquartiere (19%) und Campingplätze (20%) sind aber deutlich stärker nachgefragt als in den Städten



SINUS-MILIEUS BEI DER UNTERKUNFTSWAHL

mit leichten Unterschieden



KURZE REISEN DOMINANT

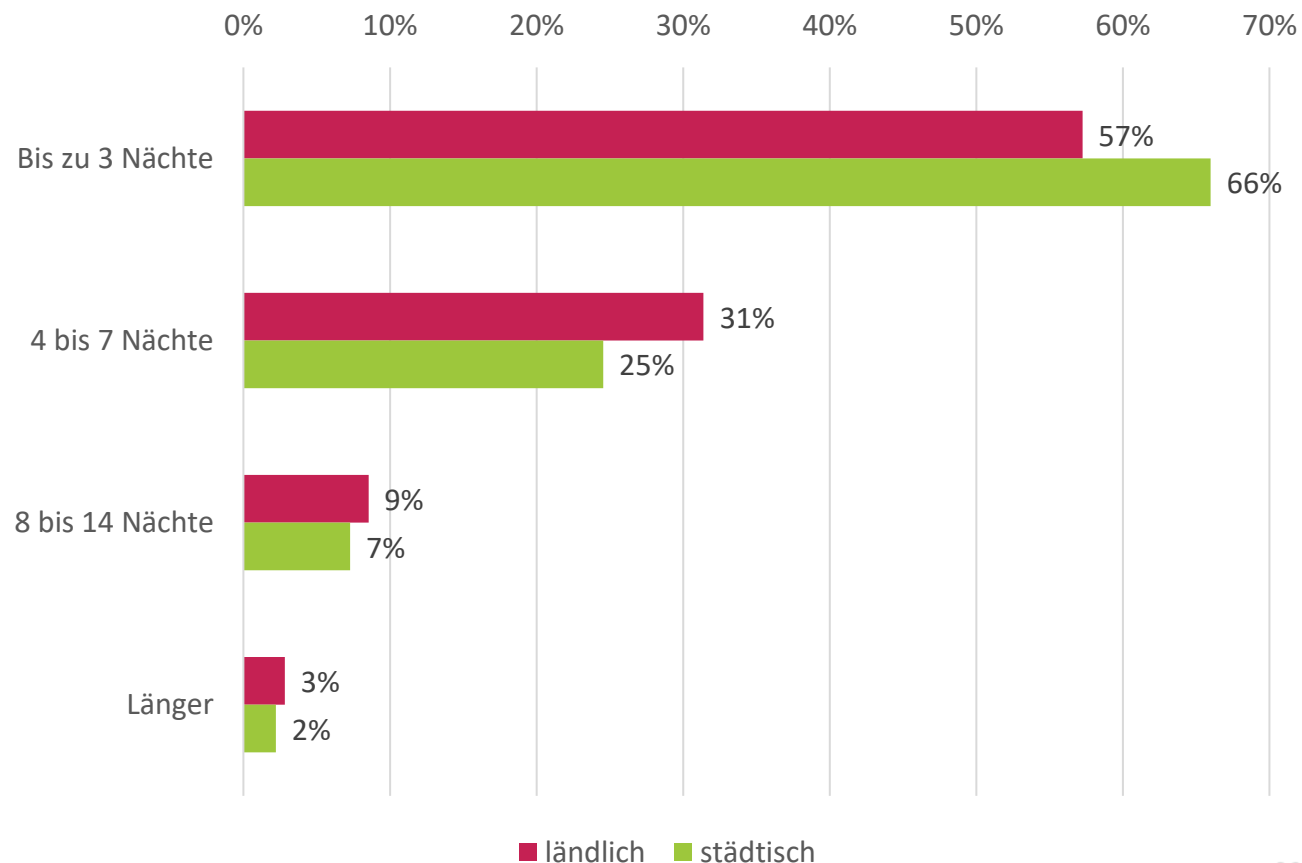
- *60 % der Befragten blieben bis zu 3 Nächten und weitere 30 % bis zu einer Woche.*
- *Beide Werte liegen deutlich über dem Benchmark Wert für Deutschland (52%/24%)*
- *Mehr als 14 Nächte blieben nur 3% der Teilnehmer:innen*



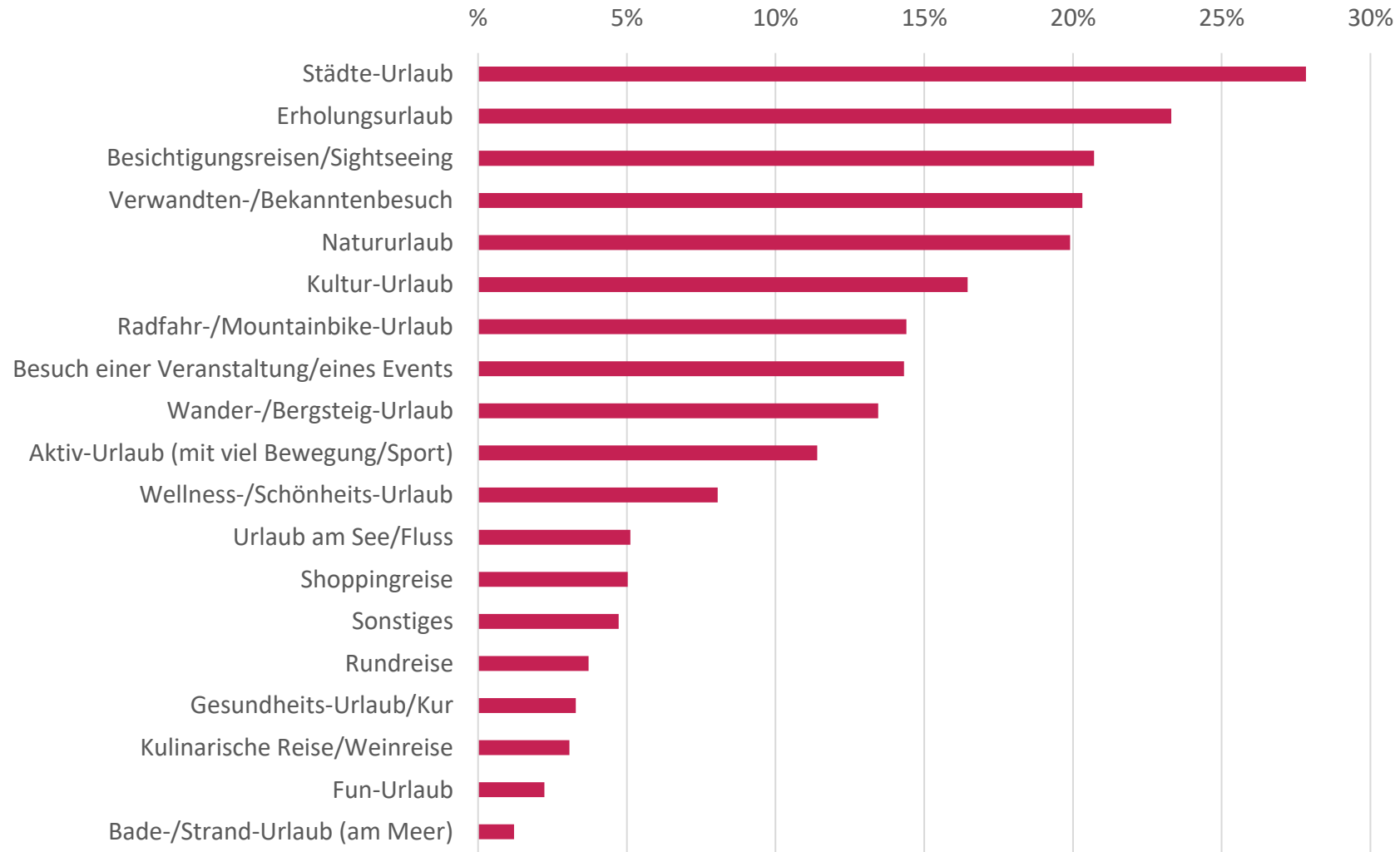
AUFENTHALTSDAUER

Stadt-Land-Vergleich

- In den städtischen Reisegebieten ist der Anteil der Kurzreisen deutlich höher.
- Die ländlichen Regionen weisen dafür erhöhte Anteile bei Reisen bis zu 7 Nächten auf.
- Reisen mit acht und mehr Nächten sind unter den Befragten nur gering ausgeprägt, wenn finden diese aber häufiger im ländlichen Raum statt.



URLAUBSART



■ Nordrhein-Westfalen (n = 7.163 | 12 Destinationen)

URLAUBSARTEN IN DEN REISEGEBIETEN

Region	Urlaubsart Top 1		Urlaubsart Top 2		Urlaubsart Top 3	
Bergisches Städtedreieck		39 %		35 %		31 %
Bonn und Region	Fallzahlen zu gering					
Düsseldorf und Kreis Mettmann		44 %		26 %		25 %
Köln und Rhein-Erft-Kreis		51 %		28 %		28 %
Ruhrgebiet		37 %		24 %		24 %
Eifel und Region Aachen		37 %		30 %		28 %
Bergisches Land		36 %		31 %		28 %
Münsterland		36 %		25 %		22 %
Niederrhein		29 %		28 %		24 %
Sauerland		46 %		42 %		32 %
Siegerland-Wittgenstein	Fallzahlen zu gering					
Teutoburger Wald		32 %		22 %		20 %



Städte-Urlaub



Erholungsurlaub



Radfahr-/Mountainbike-Urlaub



Natururlaub



Besichtigungsreisen/
Sightseeing



Besuch von Veranstaltungen /
Events



Verwandten- und
Bekanntenbesuche



Wander-/Bergsteigurlaub



Kultur-Urlaub



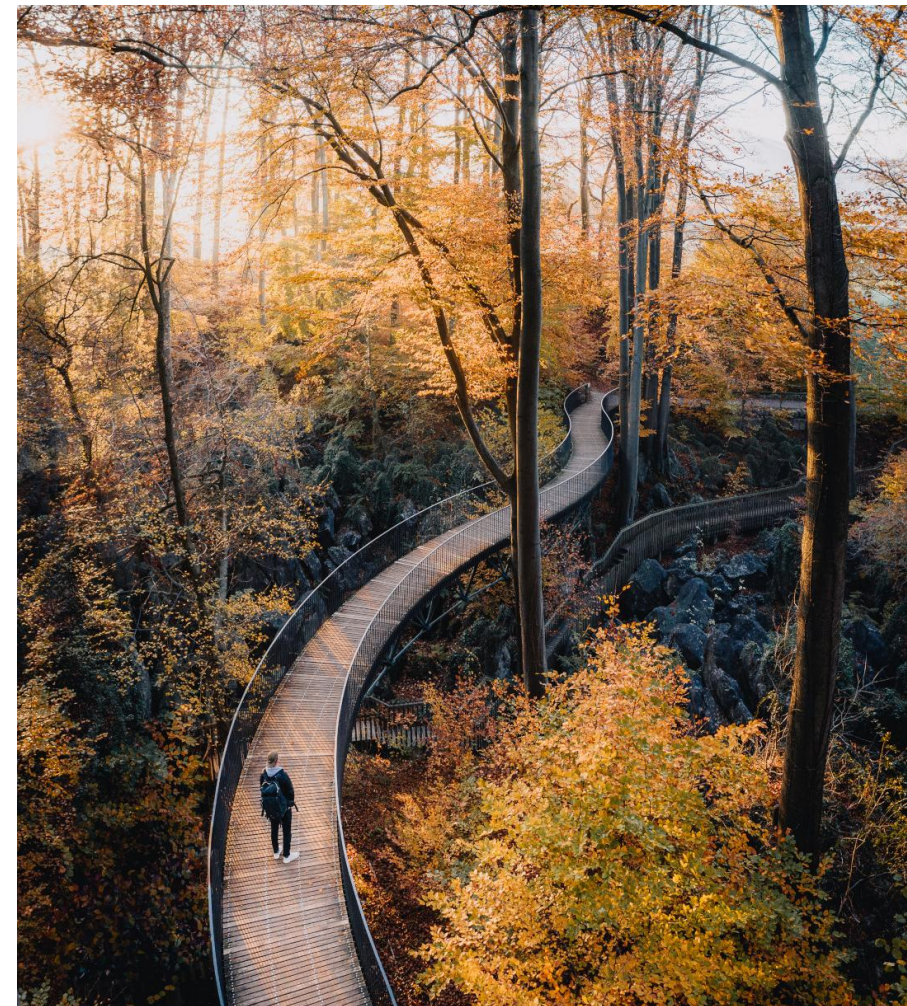
Wellness-/Schönheitsurlaub

**NORD
RHEIN
WEST
FALEN**

Tourismus NRW e.V.

AKTIVITÄTEN

- *Bei den sportlichen Aktivitäten sind das Wandern (42%) und Radfahren (41%) mit Abstand am häufigsten genannt.*
- *Etwa die Hälfte der befragten Gäste geht während der Reise in Restaurant oder Cafés. Auch das klassische Spaziergehen wird in diesem Umfang genannt.*
- *Kulturelle Aktivitäten wie der besuch von kulturhistorischen Sehenswürdigkeiten (44%), Museen/Ausstellungen (27 %) waren ebenso beliebt.*
- *Die Naturaktivitäten abseits des Sports, wie der Besuch von Naturzielen (23%) oder Naturerlebnisangebote (11%) wurden seltener genannt.*



AKTIVITÄTEN IN DEN REISEGEBIETEN

Region	Aktivität Top 1	Aktivität Top 2	Aktivität Top 3
Bergisches Städtedreieck	 54 %	 53 %	 52 %
Bonn und Region	Fallzahlen zu gering		
Düsseldorf und Kreis Mettmann	 55 %	 52 %	 46 %
Köln und Rhein-Erft-Kreis	 52 %	 49 %	 48 %
Ruhrgebiet	 46 %	 44 %	 44 %
Eifel und Region Aachen	 63 %	 55 %	 48 %
Bergisches Land	 50 %	 41 %	 39 %
Münsterland	 59 %	 54 %	 51 %
Niederrhein	 55 %	 48 %	 44 %
Sauerland	 70 %	 58 %	 52 %
Siegerland-Wittgenstein	Fallzahlen zu gering		
Teutoburger Wald	 48 %	 46 %	 39 %



In Cafés und Restaurants gehen



Wandern



Spazieren gehen



Kulturhistorische
Sehenswürdigkeiten besuchen



Sehenswürdigkeiten besuchen



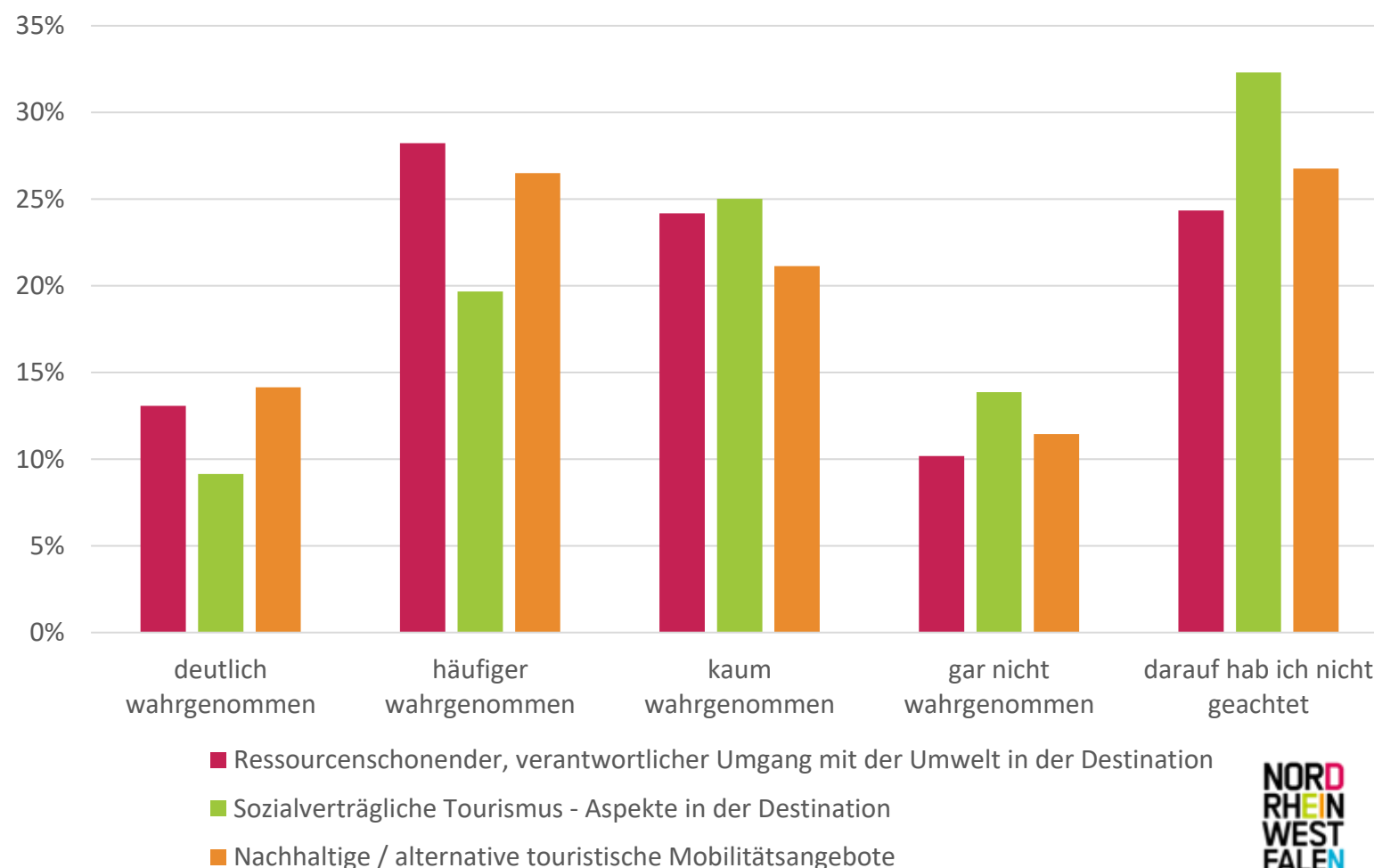
Radfahren

**NORD
RHEIN
WEST
FALEN**

Tourismus NRW e.V.

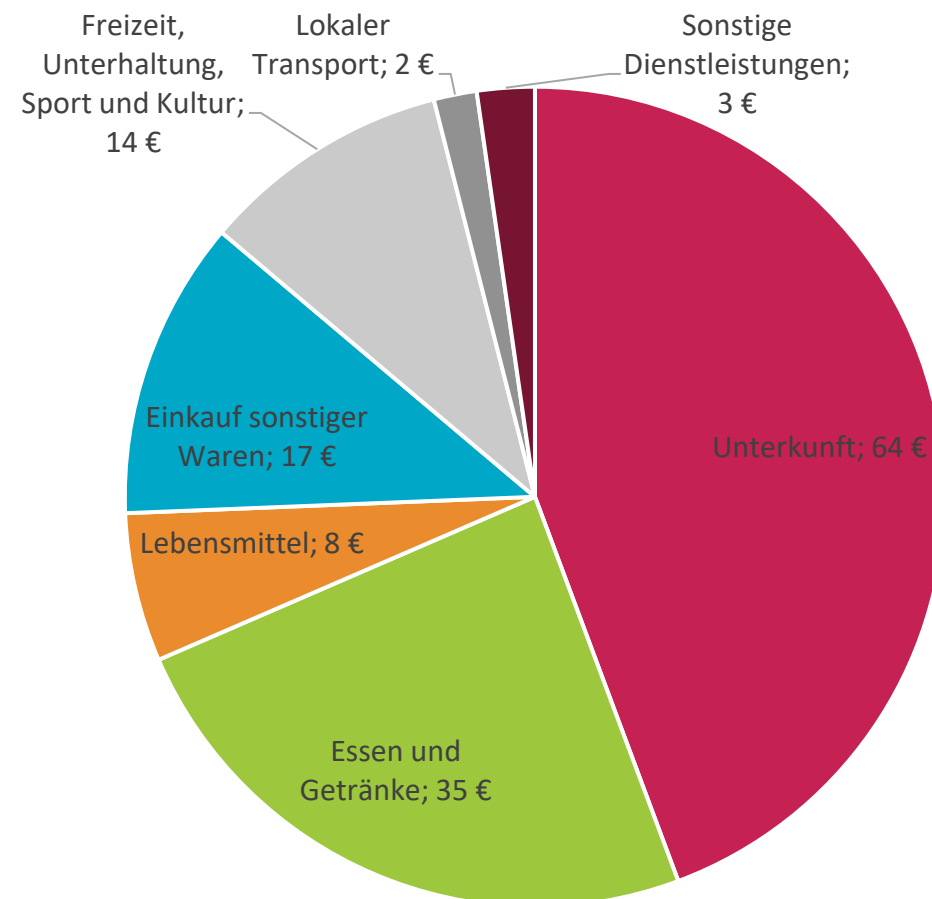
WAHRNEHMUNG NACHHALTIGER ANGEBOTE IN NRW

- *Ressourcenschonender Umgang und nachhaltiger Mobilitätsangebote werden während der Reise deutlich häufiger wahrgenommen als sozialverträgliche Aspekte.*
- *Sozialverträgliche Aspekte werden auch weniger Beachtet.*



AUSGABEN

- Die Teilnehmenden der Gästebefragung haben im Schnitt 144,85 €/Tag für Individualreisen ausgegeben.
- Gegenüber 2028/19 entspricht dies einer Steigerung um 20,7 %
- Die Ausgaben der Pauschalreisenden liegen deutlich höher, bei 194 €/Tag

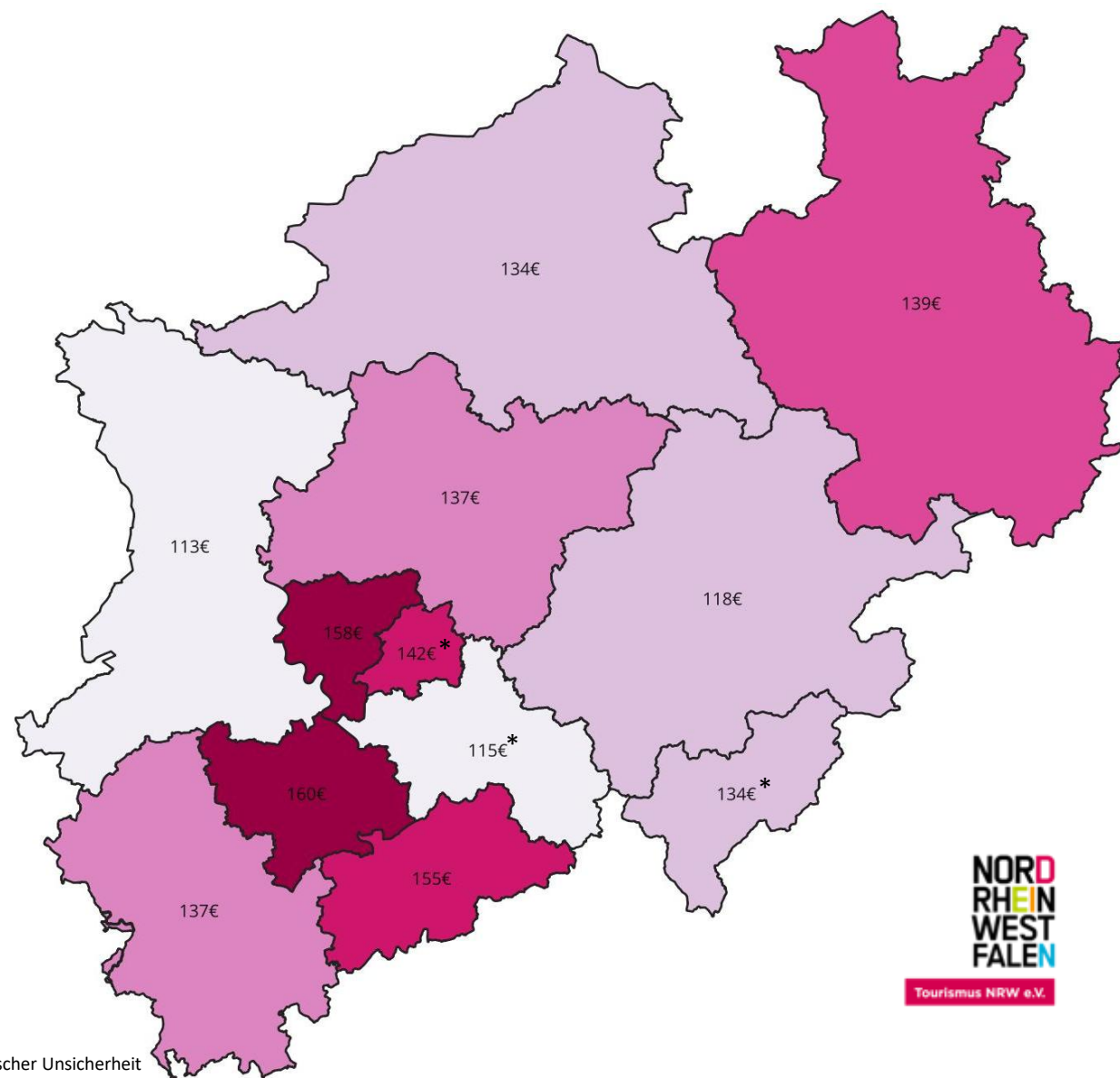


PREISSTEIGERUNG ZWISCHEN 2019 UND 2025

Art der Ausgabe	Befragung 2018/19	Befragung 2024/25	VÄR in %	Veränderung VPI 2024/2019	Berücksichtigte Gruppe	Inflations- angepasste Ausgaben 2019	Absolute Abweichung zur Inflation	Abweichung zur Inflation in %
Individualreisen								
Unterkunft	46,77 €	60,45 €	29,3	1,24	CC13-112 Übernachtungen	58,21	2,24 €	3,8
Essen und Getränke	19,16 €	34,41 €	79,6	1,31	CC13-111 Gaststättendienstleistungen	25,09	9,32 €	37,2
Lebensmittel	5,82 €	8,43 €	44,8	1,36	CC13-011 Nahrungsmittel	7,93	0,50 €	6,3
Einkauf sonstiger Waren	16,85 €	15,76 €	-6,4	1,23	CC13-12 Andere Waren und Dienstleistungen	20,77	-5,01 €	-24,1
Freizeit, Unterhaltung, Sport und Kultur	9,75 €	14,36 €	47,3	1,14	CC13-094 Freizeit- und Kulturdienstleistungen	11,11	3,25 €	29,3
Lokaler Transport	2,13 €	1,87 €	-12,5	1,22	CC13-07 Verkehr	2,60	-0,73 €	-28,2
Sonstige Dienstleistungen	2,57 €	2,80 €	8,9	1,23	CC13-12 Andere Waren und Dienstleistungen	3,17	-0,37 €	-11,7
Summe	103,06 €	138,08 €	34,0	-	-	-	-	-
Pauschalreisen								
Reise	101,49 €	137,07 €	35,1	1,26	CC13-096 Pauschalreisen	127,74	9,33 €	7,3
Zusatzausgaben	77,65 €	56,72 €	-26,9	1,20	Gesamt	93,10	-36,37 €	-39,1
Summe	179,13 €	193,80 €	8,2	-	-	-	-	-

AUSGABEN NACH REISEGEBIETEN

- Die durchschnittlichen Ausgaben pro Tag variieren je nach Reisegebiet bei den Befragten teils stark.
- Die durchschnittlichen Ausgaben liegen in den städtischen Reisegebieten höher als im ländlichen Raum.
- Die höchsten durchschnittlichen Ausgaben wurden in Köln und dem Rhein-Erft-Kreis (160€/Tag) gefolgt von Düsseldorf und dem Kreis Mettmann (158€/Tag) ermittelt.
- Die Niedrigsten Werte finden sich am Niederrhein (113€/Tag) und im Bergischen Land* (115€/Tag).



ZUFRIEDENHEIT

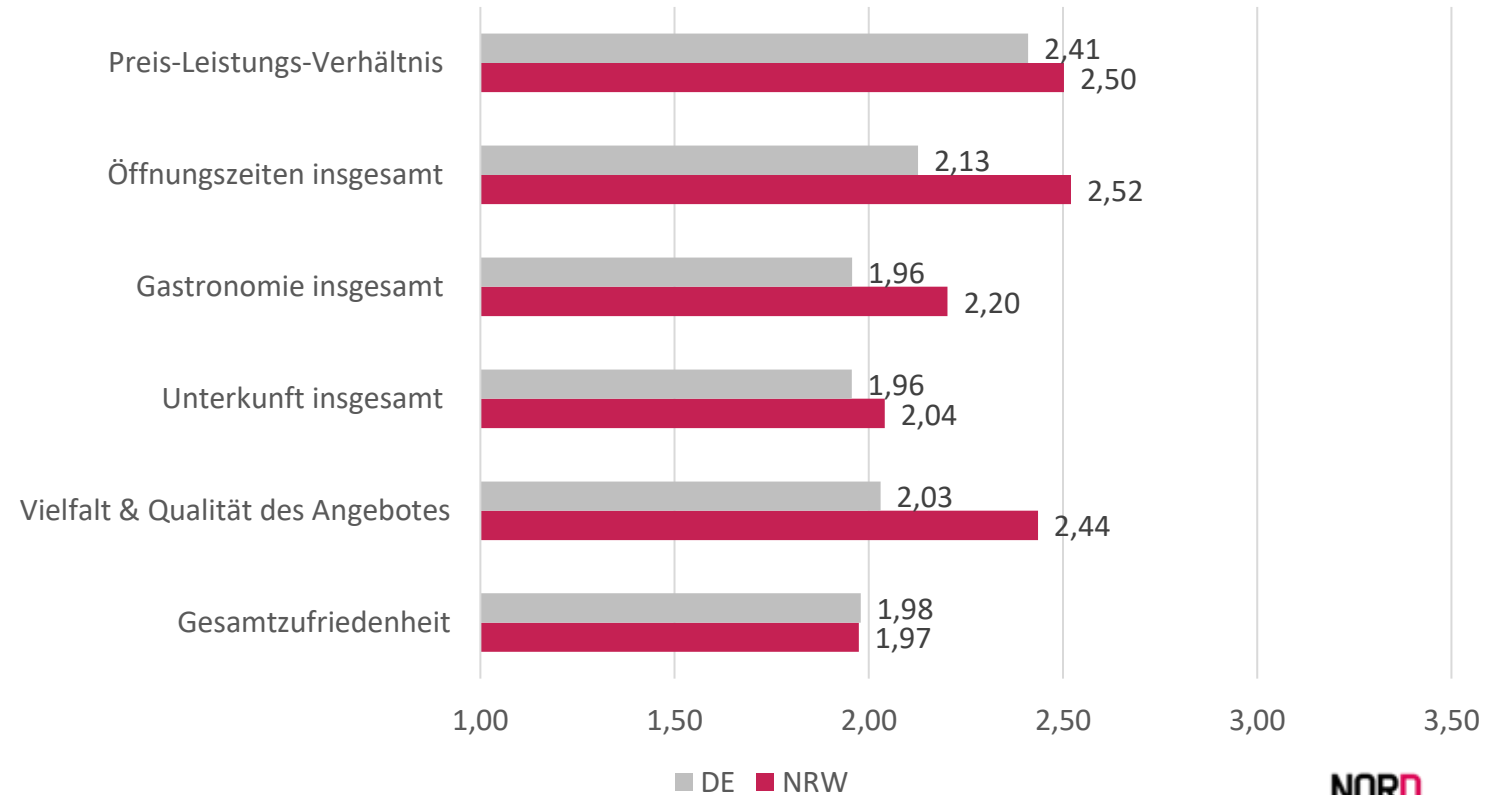


GESAMTZUFRIEDENHEIT BESSER ALS IM BENCHMARK

Allgemeine Zufriedenheit

- NRW liegt bei der Gesamtzufriedenheit minimal unter dem Benchmark (DE)
- Eine negativere Bewertung durch die befragten Gäste in NRW erfolgte vor allem in den Bereichen Vielfalt und Qualität des Angebotes (-0,41), Öffnungszeiten (-0,39) sowie Gastronomie (-0,24)

Skala: 1 = Äußerst begeistert | 6 = Eher enttäuscht

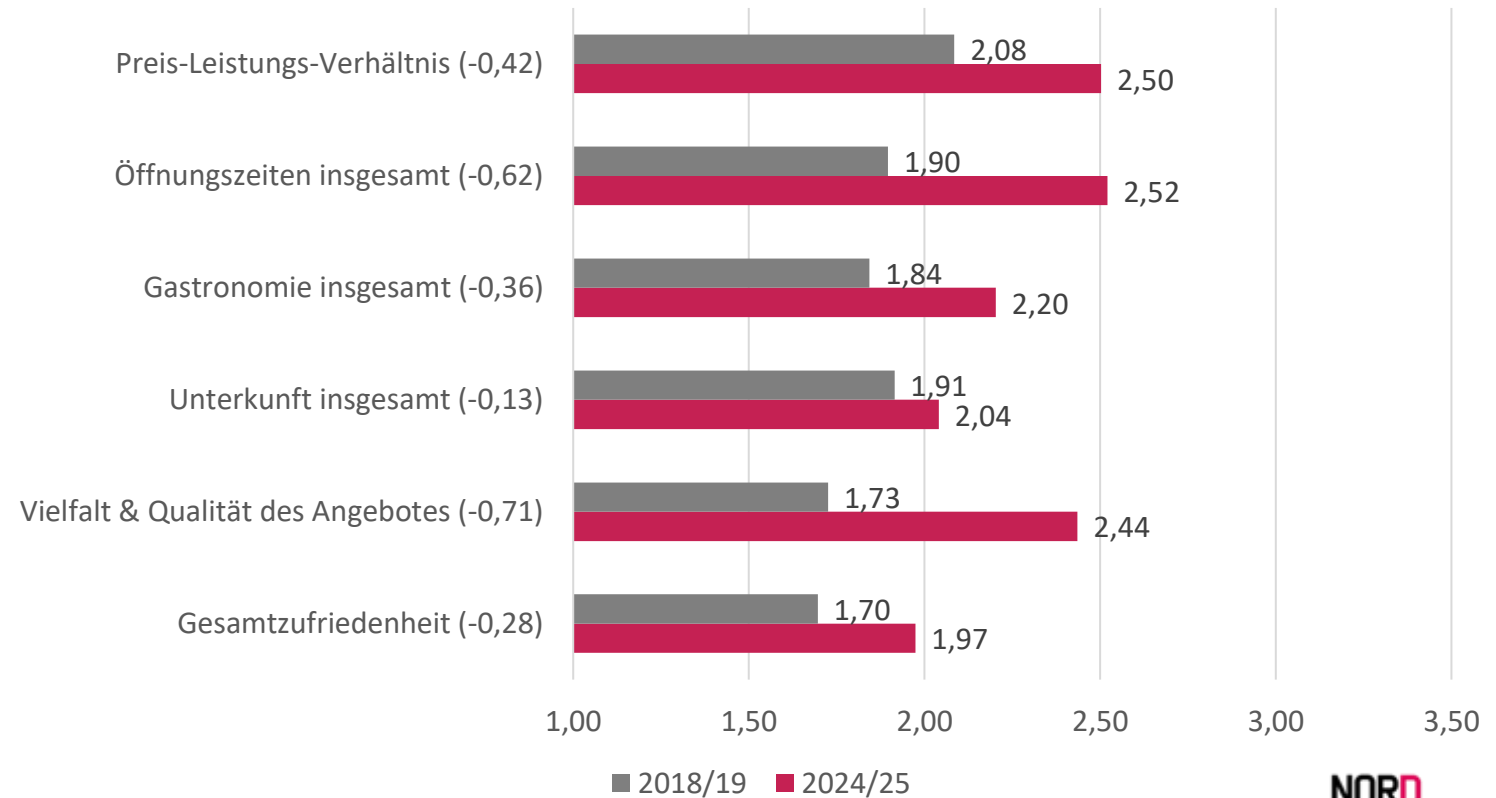


ZUFRIEDENHEIT LEICHT ZURÜCKGEGANGEN

Allgemeine Zufriedenheit

- Im Vergleich zum Erhebungszeitraum 2018/19 hat sich die Zufriedenheit in allen Bereichen leicht verschlechtert.
- Besonders starke Differenzen fallen dabei in den Bereichen Öffnungszeiten und Vielfalt & Qualität des Angebots auf.
- Die Gesamtzufriedenheit der befragten Gäste liegt aber über der Zufriedenheit der Einzelelemente. Zudem ist der Wert mit 1,97 noch als allgemein zufrieden zu übersetzen.

Skala: 1 = Äußerst begeistert | 6 = Eher enttäuscht

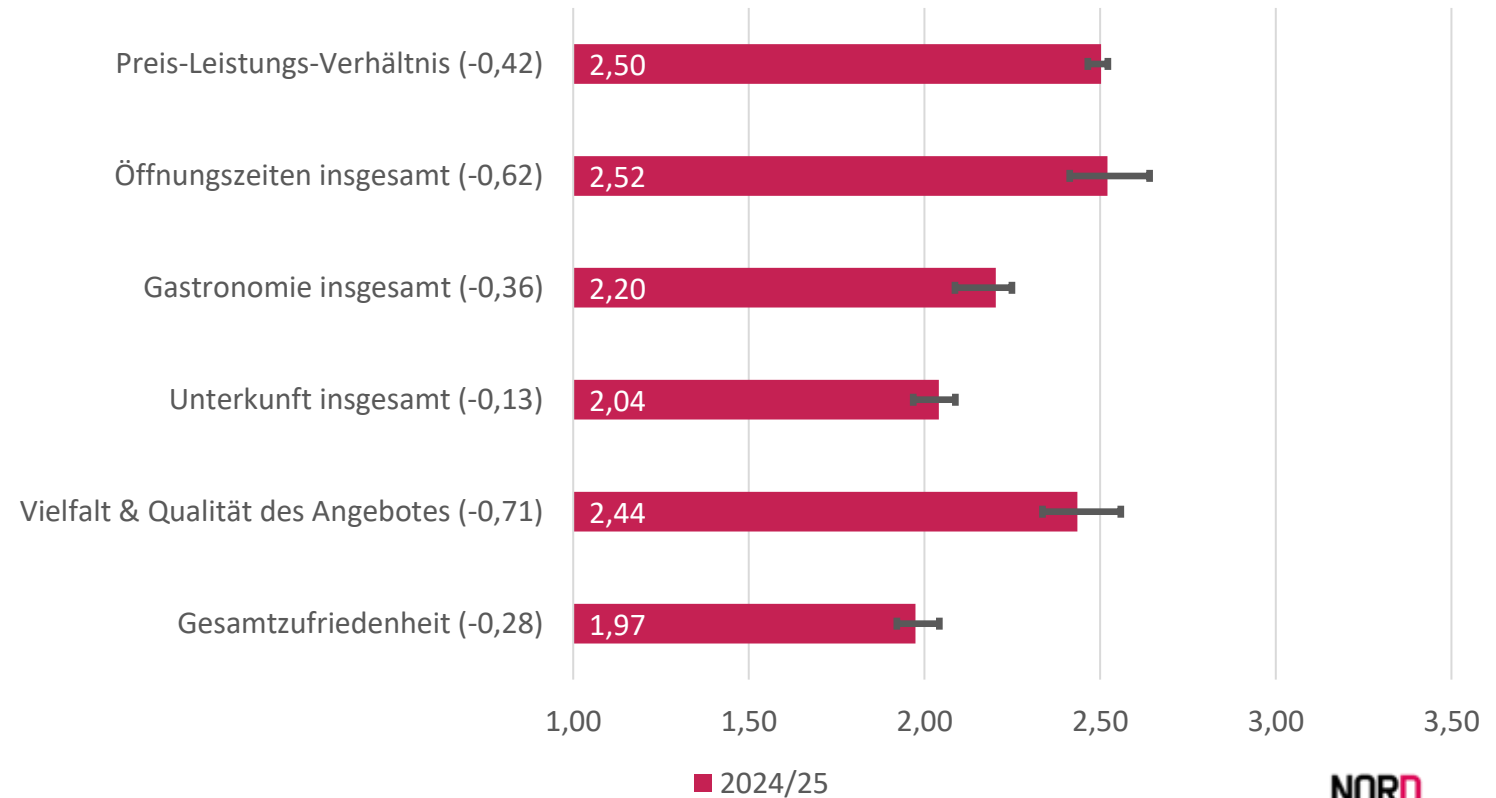


ZUFRIEDENHEIT LEICHT ZURÜCKGEGANGEN

Allgemeine Zufriedenheit

- Die Abweichung beim Preisleistungs-Verhältnis ist sehr gering. Dies gilt auch für die Bewertung der Unterkünfte und der Gesamtzufriedenheit.
- Am stärksten sind die Unterschiede bei den Öffnungszeiten und der Zufriedenheit mit der Vielfalt und Qualität des Angebotes.

Skala: 1 = Äußerst begeistert | 6 = Eher enttäuscht

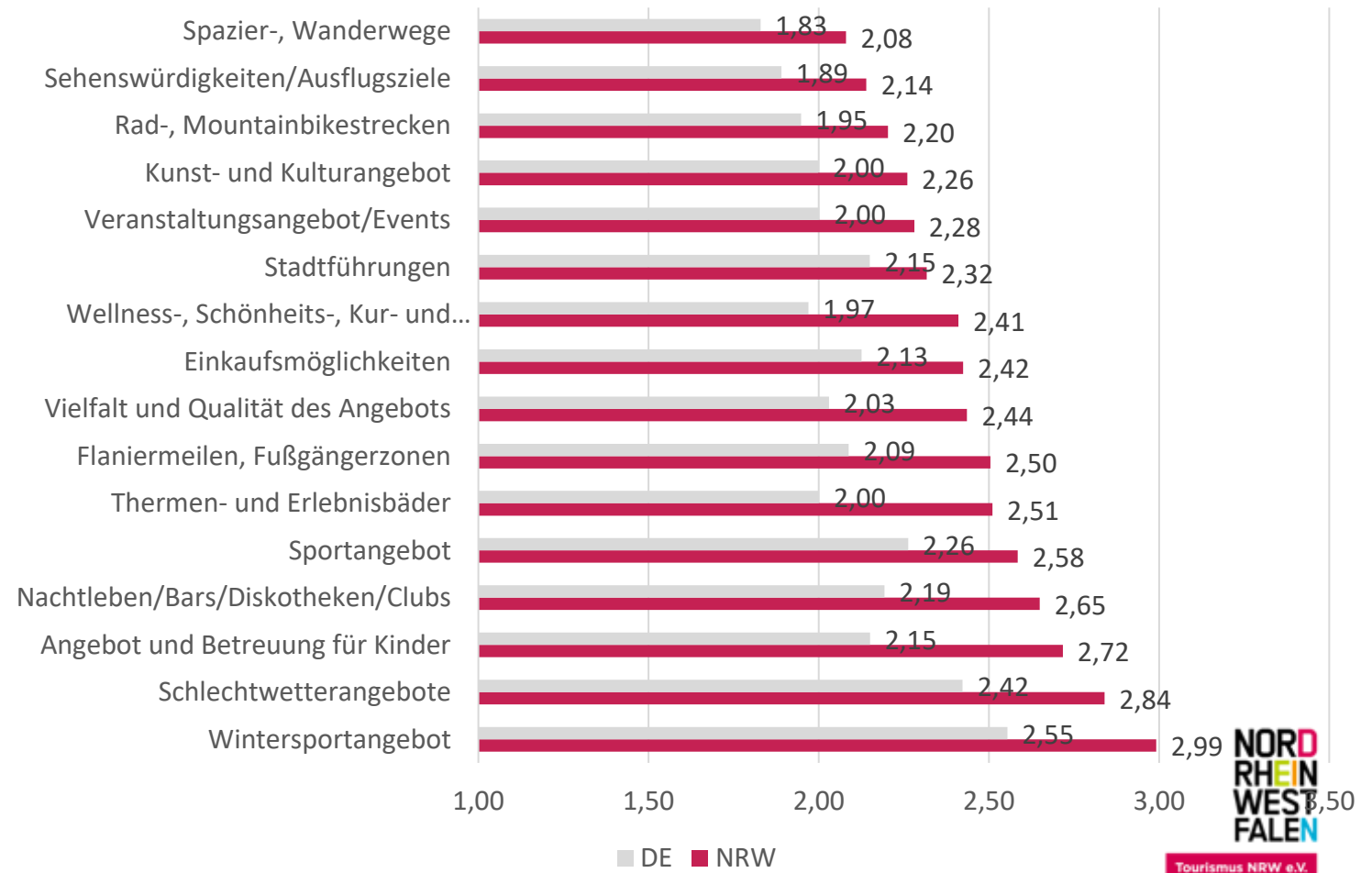


NRW GÄSTE SIND KRITISCHER MIT DEN ANGEBOTEN

Zufriedenheit mit Touristischem Angebot

- Gegenüber dem Benchmark im Bundesvergleich zeigen die befragten NRW-Gäste eine geringere Zufriedenheit mit den touristischen Angeboten.
- 2018/2019 wurden die NRW-Angebote in vielen Bereichen noch überdurchschnittlich gut bewertet. Eine Abnahme der Zufriedenheit ist aber im gesamten Bundesvergleich zu beobachten.

Skala: 1 = Äußerst begeistert | 6 = Eher enttäuscht

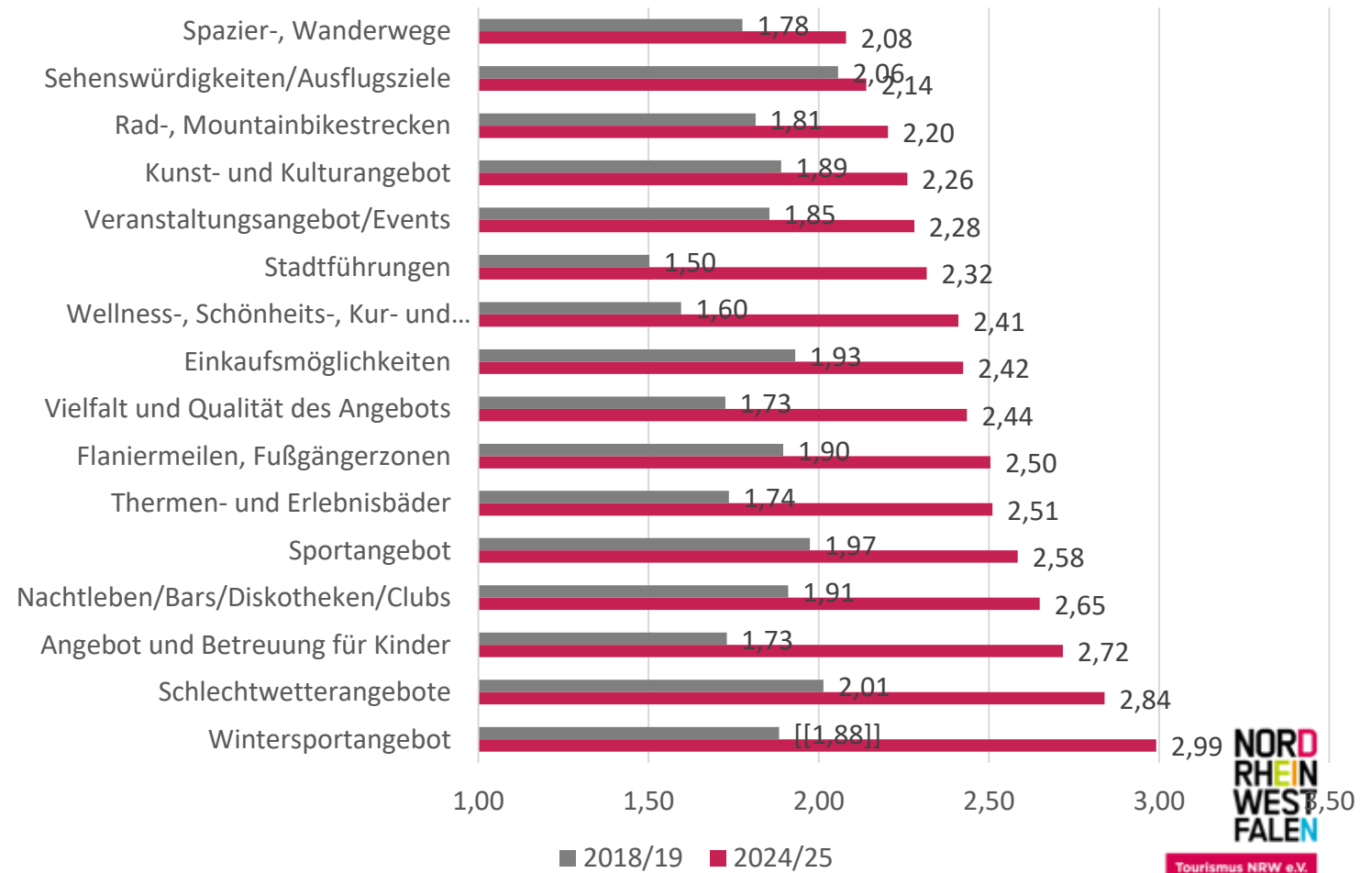


WANDERWEGE MIT HÖCHSTER ZUFRIEDENHEIT

Zufriedenheit mit Touristischem Angebot

- Die befragten Gäste zeigen die höchste Zufriedenheit mit Wander- und Spazierwegen.
- Die Zufriedenheit mit Sehenswürdigkeiten und Ausflugszielen hat sich am geringsten verändert und erreicht den zweitbesten Wert.
- Besonders starke Veränderung zeigen sich in der Zufriedenheit mit Wintersportangeboten (+1,1), Angeboten für die Betreuung von Kindern (+1,0) Schlechtwetterangeboten, Stadtführungen und Wellnessangeboten (+0,8)

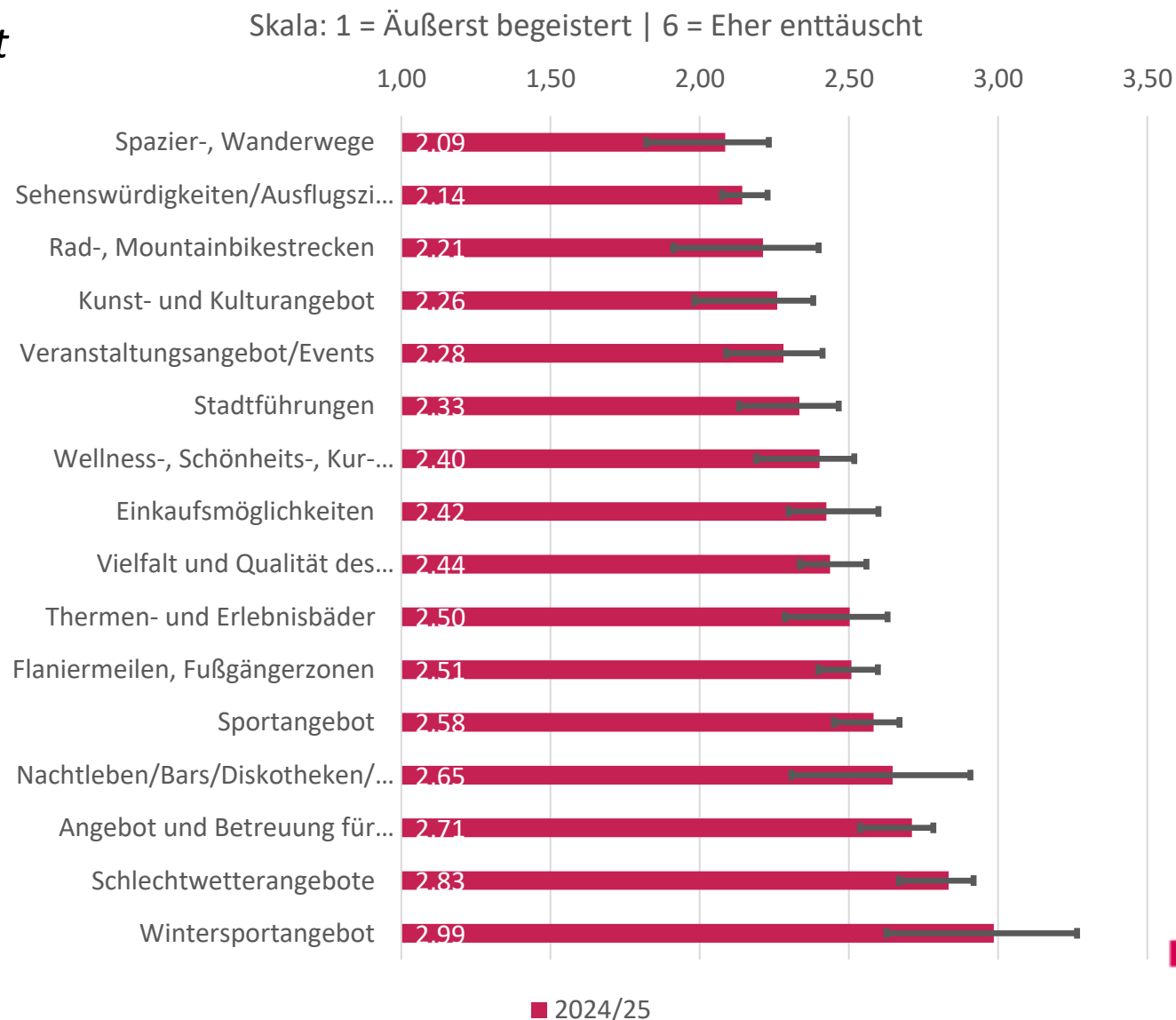
Skala: 1 = Äußerst begeistert | 6 = Eher enttäuscht



WANDERWEGE MIT HÖCHSTER ZUFRIEDENHEIT

Zufriedenheit mit Touristischem Angebot

- Die Zufriedenheit mit den Wintersportangeboten weist stärksten Unterschiede auf.
- Auch bei der Bewertung vom Nachtleben zeigen sich eine große Spanne in der Zufriedenheit
- Bei den Sehenswürdigkeiten und Ausflugszielen, sowie dem Sportangebot gibt es nur sehr geringe Abweichungen bei der Zufriedenheit der befragten Gäste

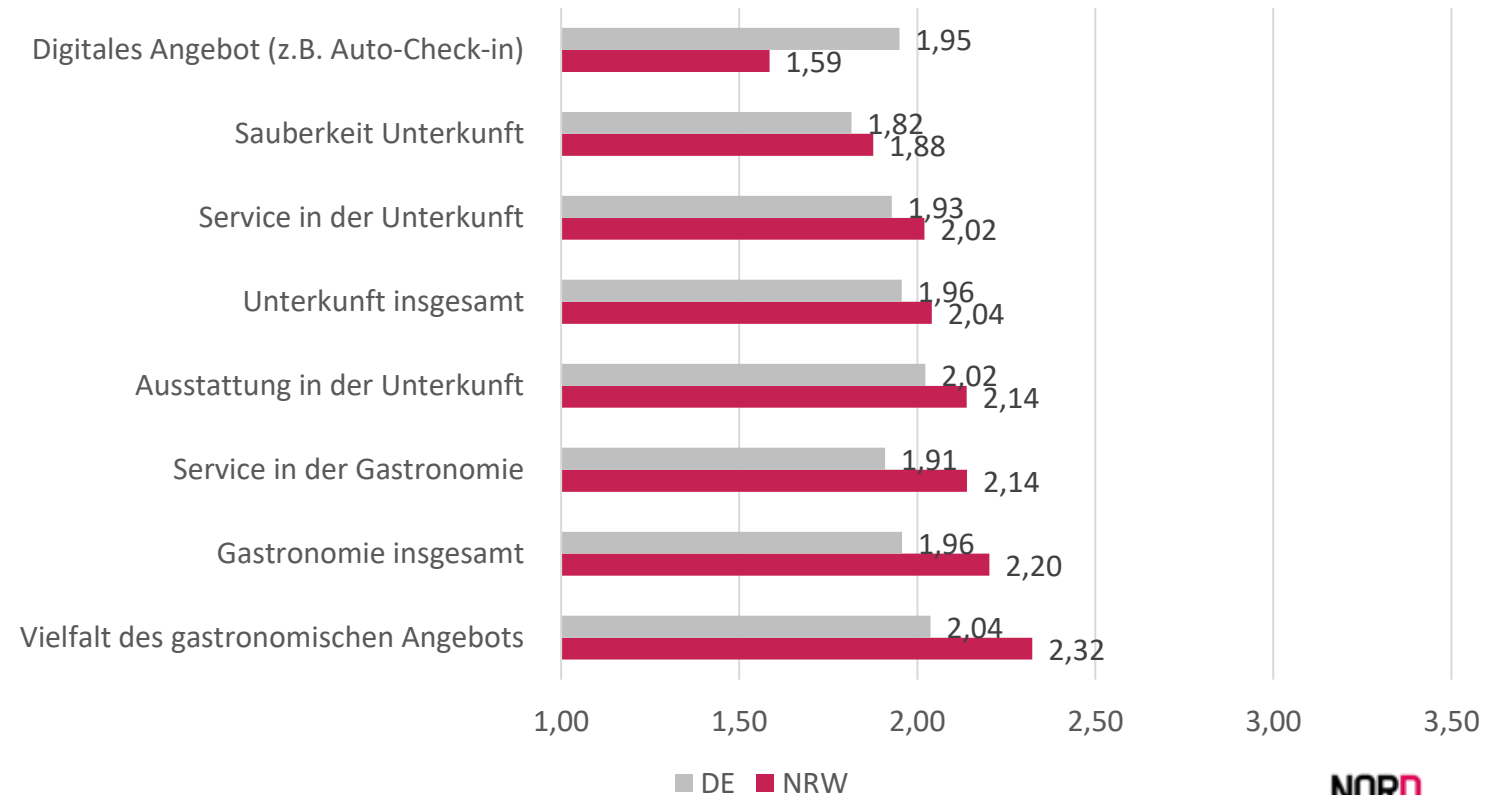


NRW PUNKTET MIT DIGITALEM ANGEBOT IM BENCHMARK

Zufriedenheit mit Unterkünften und Gastronomie

- Die befragten NRW-Gäste bewerten das digitale Angebot der Unterkünfte deutlich besser als im Bundesdurchschnitt.
- Das gastronomische Angebot von Service bis zur Vielfalt wird dagegen leicht schlechter bewertet.

Skala: 1 = Äußerst begeistert | 6 = Eher enttäuscht

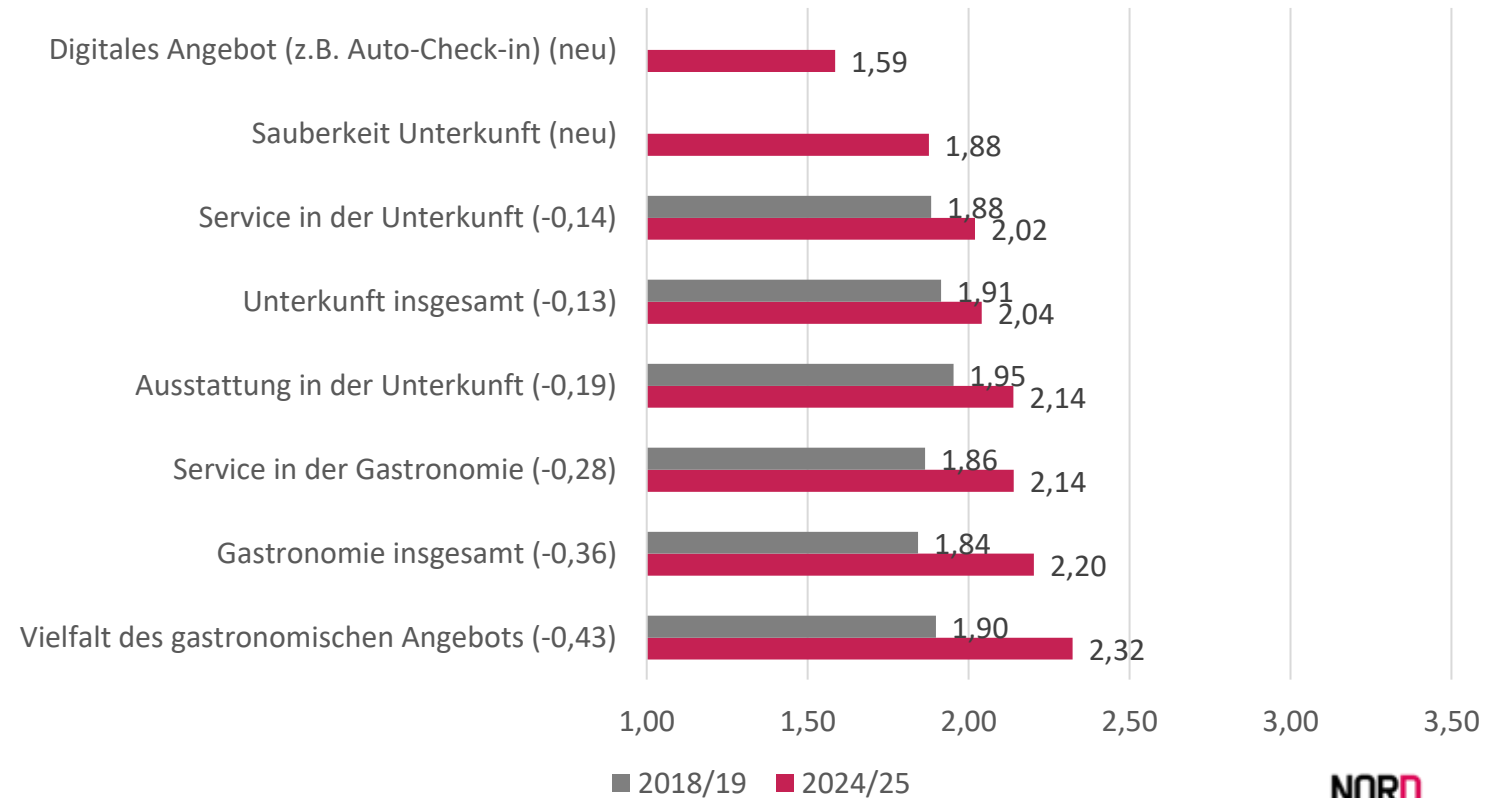


DIGITALE ANGEBOTE MIT HÖCHSTER ZUFRIEDENHEIT

Zufriedenheit mit Unterkünften und Gastronomie

Skala: 1 = Äußerst begeistert | 6 = Eher enttäuscht

- Die Beiden neu aufgenommen Attribute (Digitales Angebot und Sauberkeit) werden am besten bewertet.
- Auch wenn alle weiteren Kriterien leicht verschlechterte Werte zu 2018/19 aufweisen, sind diese weiterhin im Bereich der Begeisterung
- Die Vielfalt des gastronomischen Angebots verzeichnet die stärksten Veränderungen und den schlechtesten Zufriedenheitswert der Kategorie. Zwischen 2019 und 2023 ist die Anzahl der Gastronomiebetriebe in NRW um 5 % zurückgegangen.

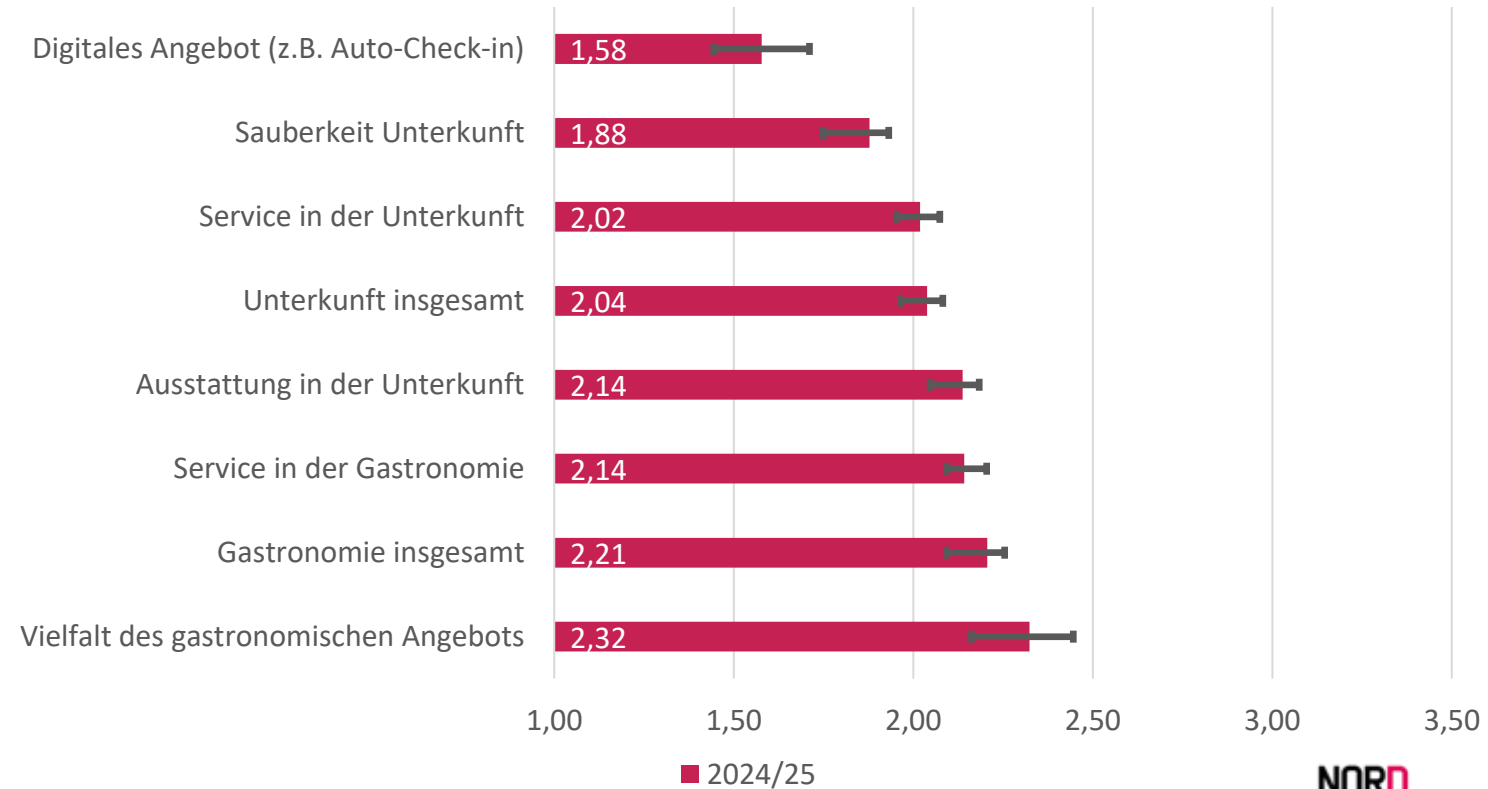


DIGITALE ANGEBOTE MIT HÖCHSTER ZUFRIEDENHEIT

Zufriedenheit mit Unterkünften und Gastronomie

Skala: 1 = Äußerst begeistert | 6 = Eher enttäuscht

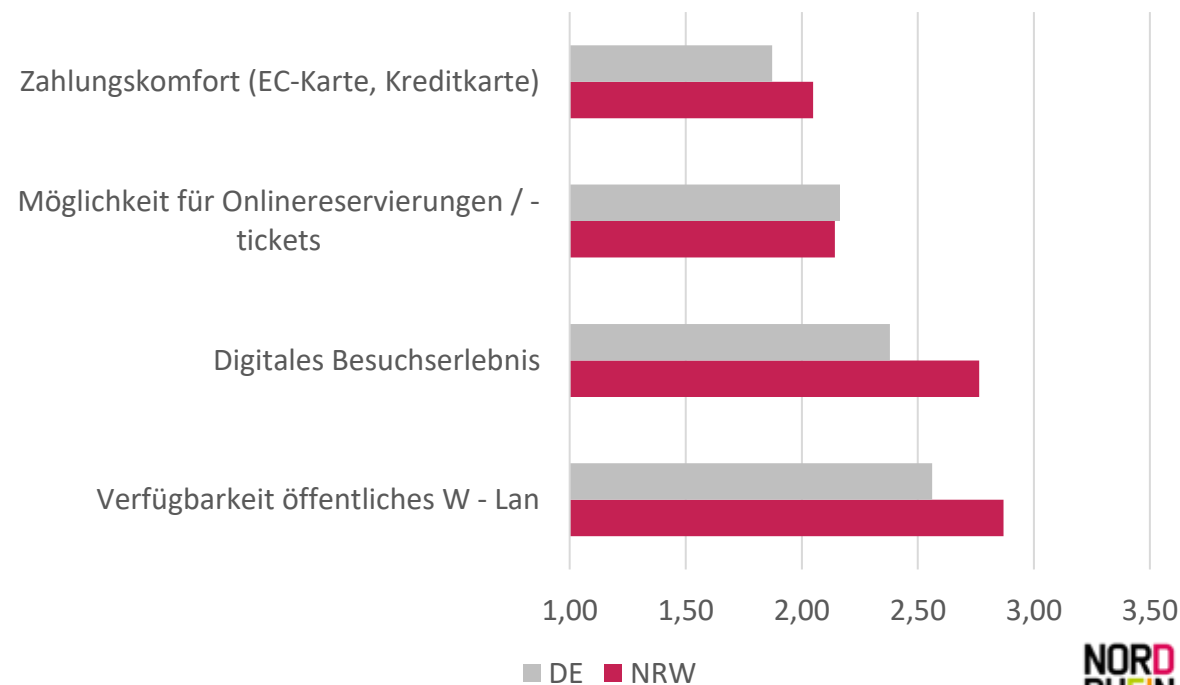
- Im Block Zufriedenheit mit Unterkünften und Gastronomie sind die Abweichungen im Mittel am geringsten.
- Am stärksten ausgeprägt sind die Abweichungen in den Bereichen Vielfalt des Angebots und dem digitalen Angebot.
- Die Zufriedenheit der Befragten Gäste mit dem Service in der Gastronomie weicht zwischen den Reisegebieten am wenigsten ab.



ZUFRIEDEN MIT OPTIONEN ZUR ONLINERESERVIERUNG

- *Teilnehmende der Gästebefragung zeigen eine höhere Zufriedenheit mit den Möglichkeiten zur Online-Reservierung als im Benchmark (DE)*
- *Das digitale Besuchserlebnis und die Verfügbarkeit von öffentlichem W-Lan schneiden dagegen unterdurchschnittlich ab.*
- *Die gilt auch für den Zahlungskomfort, der jedoch die höchsten Zufriedenheitswerte in dieser Kategorie aufweist.*

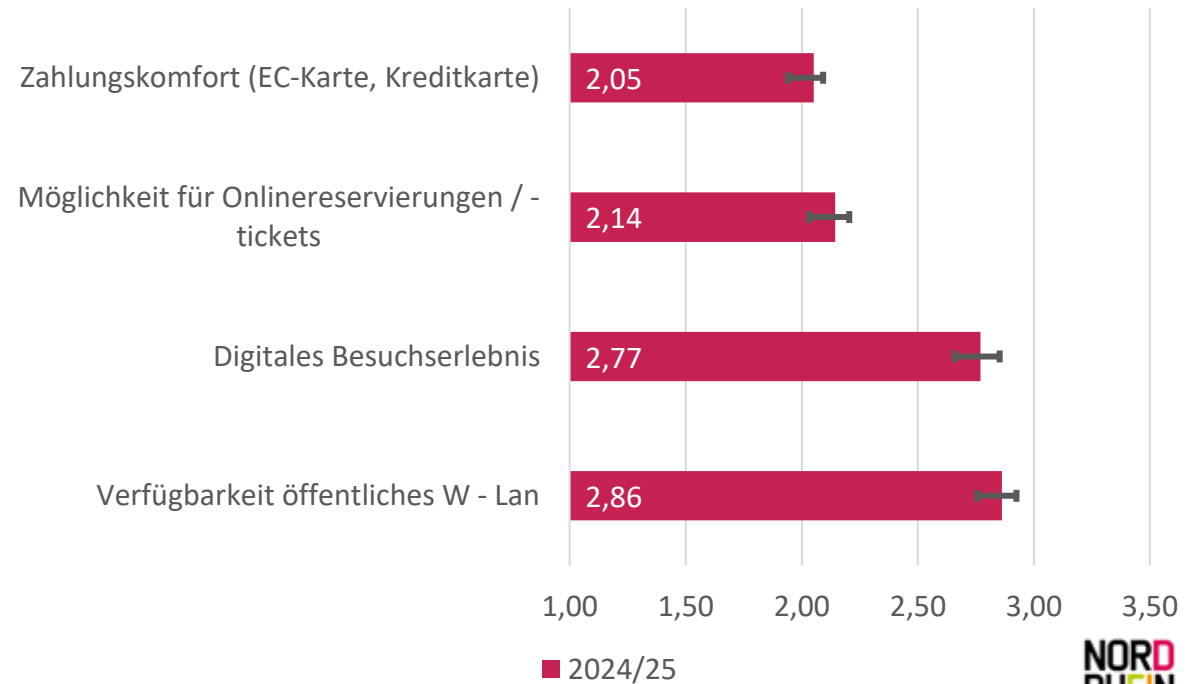
Skala: 1 = Äußerst begeistert | 6 = Eher enttäuscht



ÖFFENTLICHES W-LAN IST NOCH EIN SCHWACHPUNKT

- Die Bezahlungsmöglichkeiten werden von den Befragten als gut eingeschätzt.
- Auch die Option der Onlinereservierung ist positiv bewertet.
- Schwächer ausgeprägt ist die Zufriedenheit mit dem digitalen Besucherlebnis und dem öffentlichen W-LAN. Hier besteht am meisten Nachholbedarf.
- Die Unterschiede zwischen den Reisegebieten sind hier sehr gering.

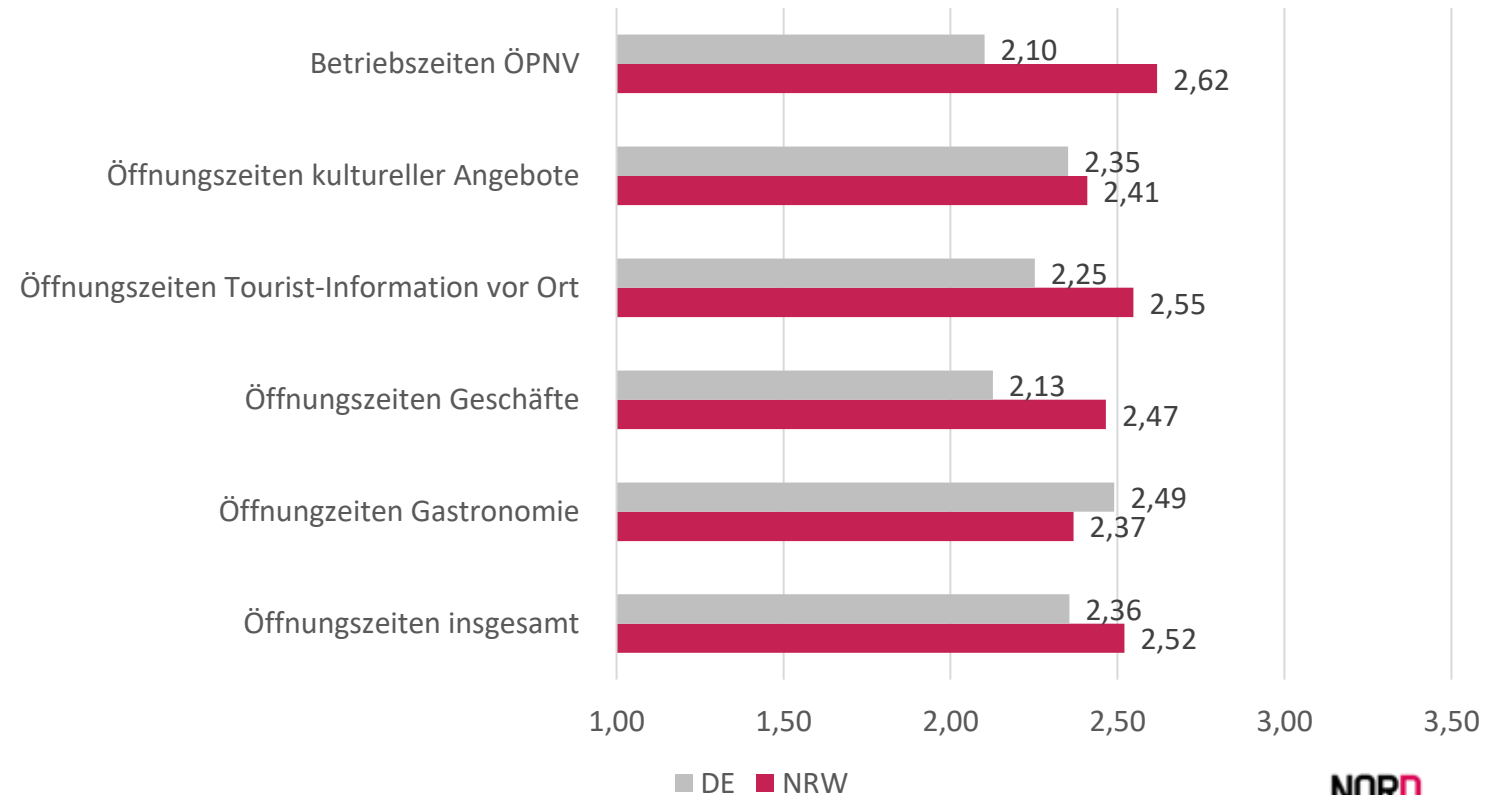
Skala: 1 = Äußerst begeistert | 6 = Eher enttäuscht



NRW-GÄSTE MIT ÖFFNUNGSZEITEN WENIGER ZUFRIEDEN

- Die Zufriedenheit der befragten NRW-Gäste mit Öffnungszeiten der Gastronomie ist besser als der Benchmark (DE)
- Bei den Betriebszeiten des ÖPNV, sowie den Öffnungszeiten der TI und Geschäfte zeigen sich die Befragten deutlich weniger zufrieden.

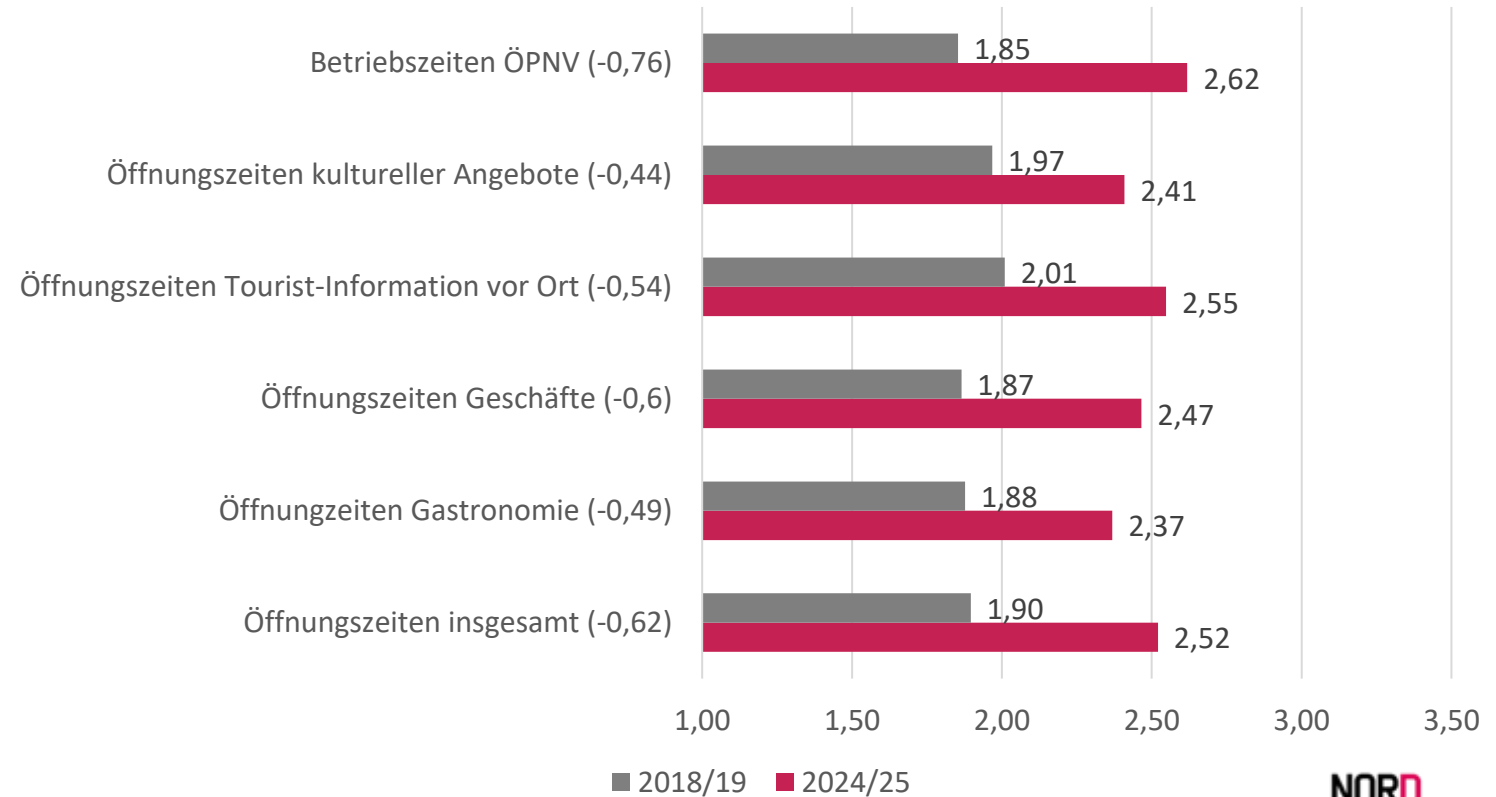
Skala: 1 = Äußerst begeistert | 6 = Eher enttäuscht



ÖFFNUNGSZEITEN

- Die größte Veränderung bei der Zufriedenheit der befragten Gäste mit den Öffnungszeiten zeigt sich beim ÖPNV (+0.8).
- Die Zufriedenheit hat in allen Bereichen abgenommen, liegt aber weiterhin eher im positiven Spektrum.

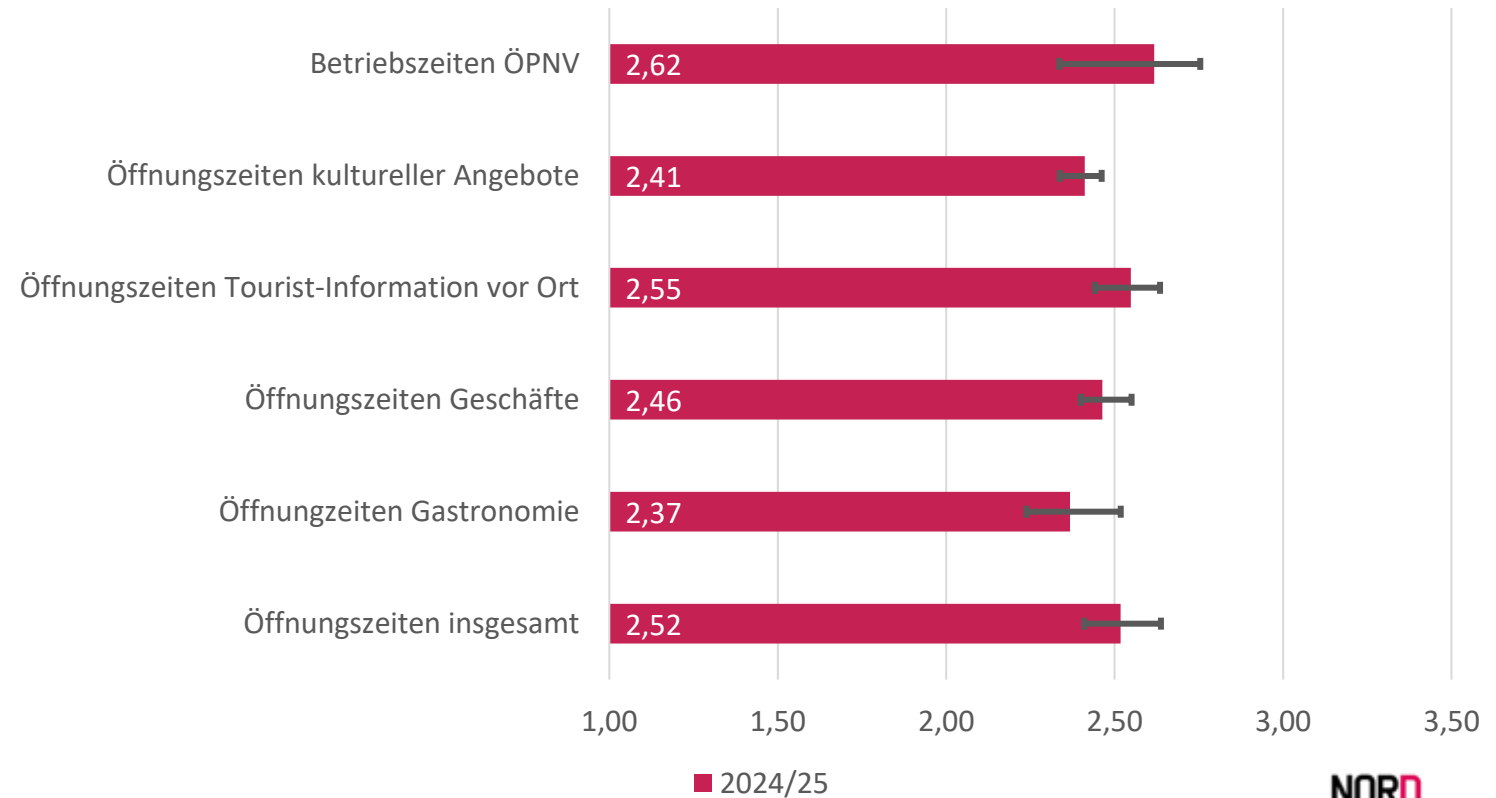
Skala: 1 = Äußerst begeistert | 6 = Eher enttäuscht



ÖFFNUNGSZEITEN

- Die Zufriedenheit mit den Betriebszeiten ist in den Reisegebieten stark unterschiedlich.
- Dies gilt auch für die Öffnungszeiten der Gastronomie.
- Bei den Öffnungszeiten der kulturellen Angebote und der Geschäfte gibt es nur geringe Unterschiede in der Zufriedenheit

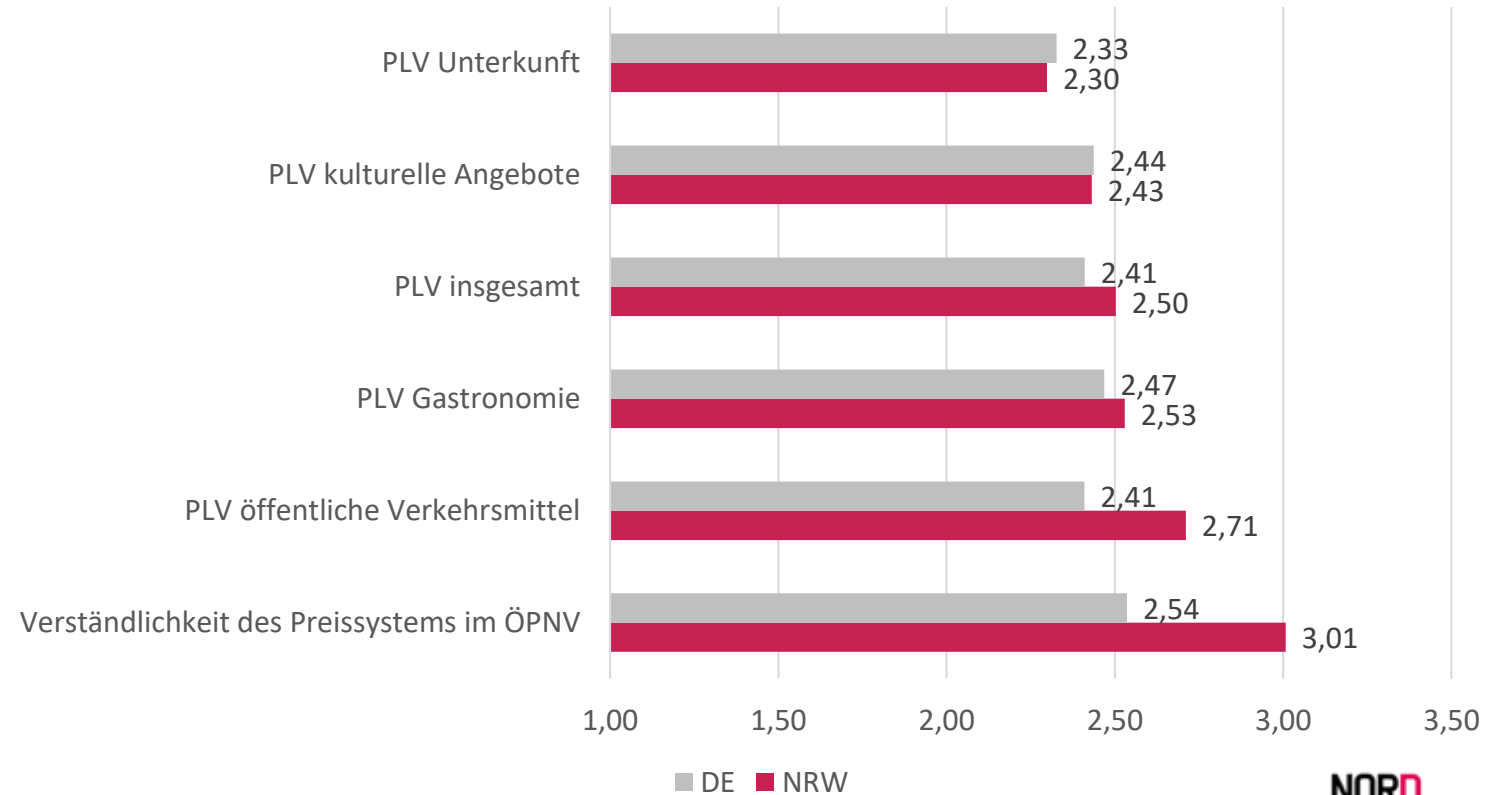
Skala: 1 = Äußerst begeistert | 6 = Eher enttäuscht



UNTERKÜNFTE MIT GUTEN PLV IM BENCHMARK

- *Beim PLV der Unterkunft liegt NRW leicht besser als der Benchmark auf Bundesebene.*
- *Sowohl das PLV der öffentlichen Verkehrsmittel als auch die Verständlichkeit der Preisgestaltung schneiden deutlich schlechter ab als im Vergleich.*

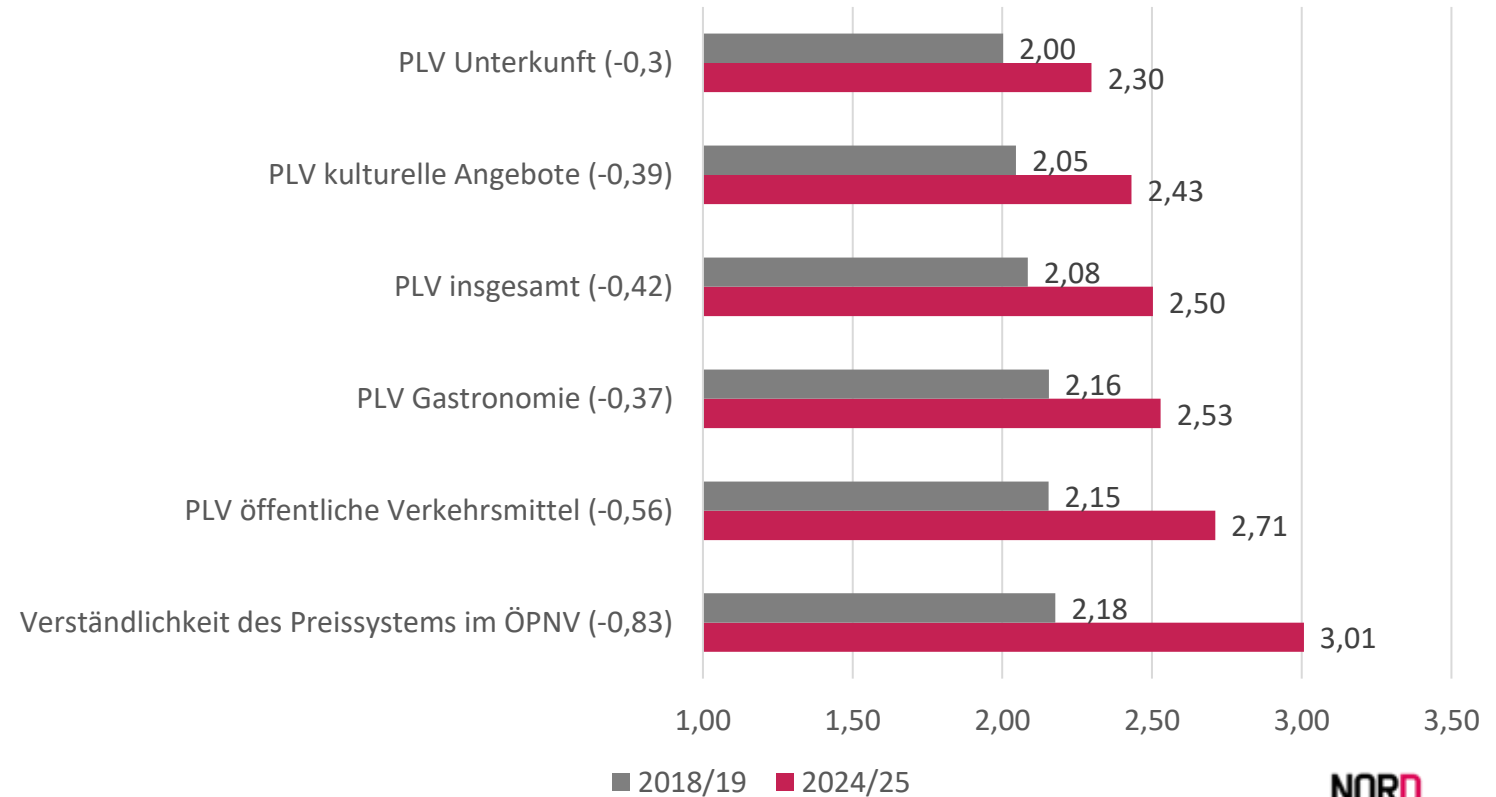
Skala: 1 = Äußerst begeistert | 6 = Eher enttäuscht



UNTERKÜNFTE MIT DEM BESTEN PLV

- Auch wenn die Bewertung des PLV der Unterkunft leicht schlechter ausfällt als 2018/19 wird dieses am besten bewertet.
- Sowohl das PLV der öffentlichen Verkehrsmittel als auch die Verständlichkeit der Preisgestaltung schneiden am schlechtesten bei den befragten Gästen ab.

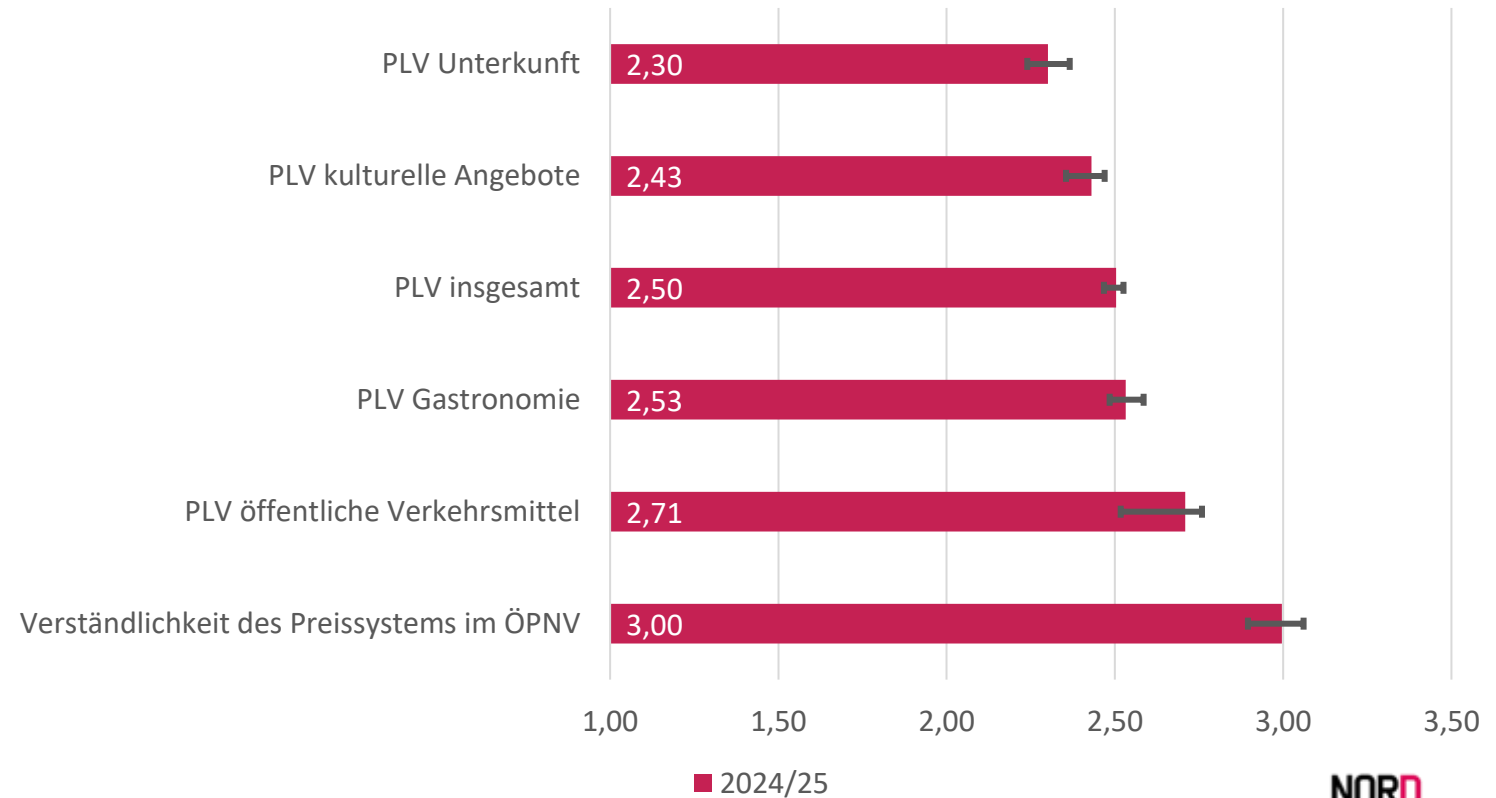
Skala: 1 = Äußerst begeistert | 6 = Eher enttäuscht



UNTERKÜNFTE MIT DEM BESTEN PLV

- Die Zufriedenheit mit der Verständlichkeit des Preissystems im ÖPNV ist in allen Regionen sehr gering.
- Beim PLV des öffentlichen Verkehrs gibt es zumindest positive Ausreißer.

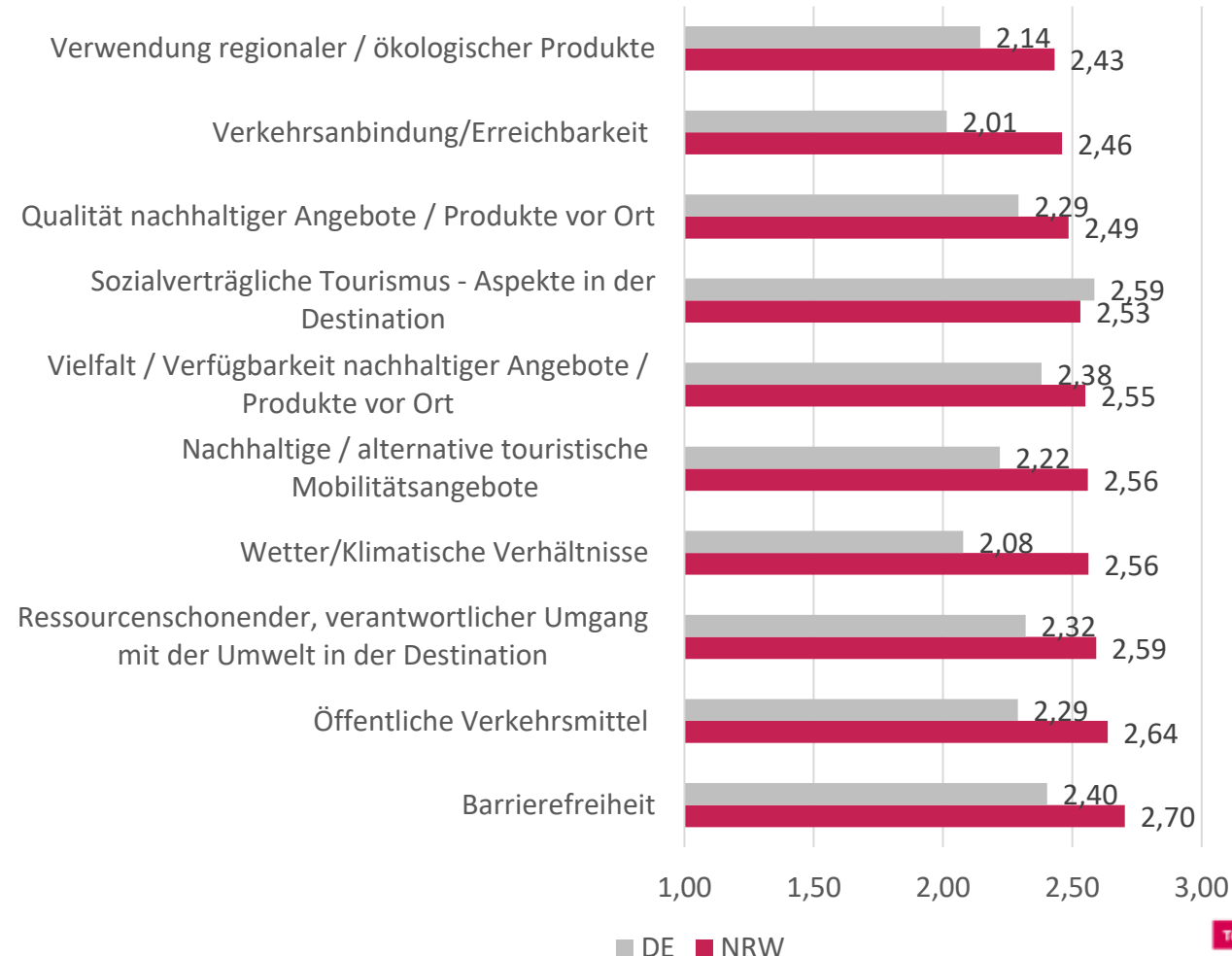
Skala: 1 = Äußerst begeistert | 6 = Eher enttäuscht



NACHHALTIGKEITSASPEKTE GUT ABER AUSBAUFÄHIG

Skala: 1 = Äußerst begeistert | 6 = Eher enttäuscht

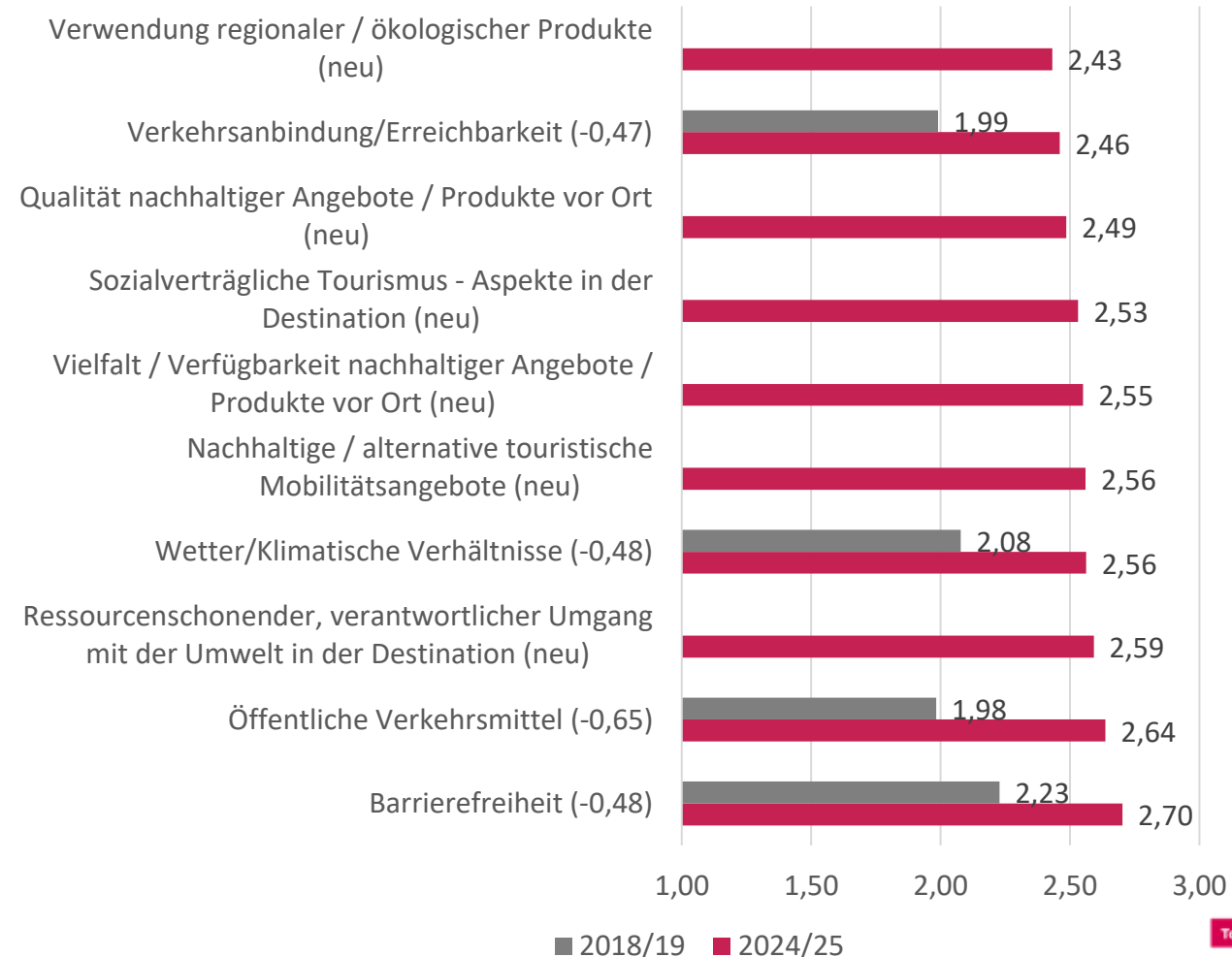
- Viele Aspekte der Nachhaltigkeit wurden im Rahmen der Gästebefragung erstmals erfasst.
- Die Zufriedenheit der Befragten Gäste ist in fast allen Aspekten leicht unter dem Benchmark (DE)
- Eine höhere Zufriedenheit ergab sich bei den befragten NRW-Gästen nur bei Aspekten des sozialverträglichen Tourismus.
- Die Zufriedenheit der Befragten Gäste ist in allen Aspekten zurückhaltend.
- Über ein Viertel der Gäste hat aber auch nicht auf nachhaltige Angebote geachtet



NACHHALTIGKEITSASPEKTE GUT ABER AUSBAUFÄHIG

- *Viele Aspekte der Nachhaltigkeit wurden im Rahmen der Gästebefragung erstmals erfasst.*
- *Die Zufriedenheit der Befragten Gäste ist in allen Aspekten zurückhaltend.*
- *Über ein Viertel der Gäste hat aber auch nicht auf nachhaltige Angebote geachtet.*

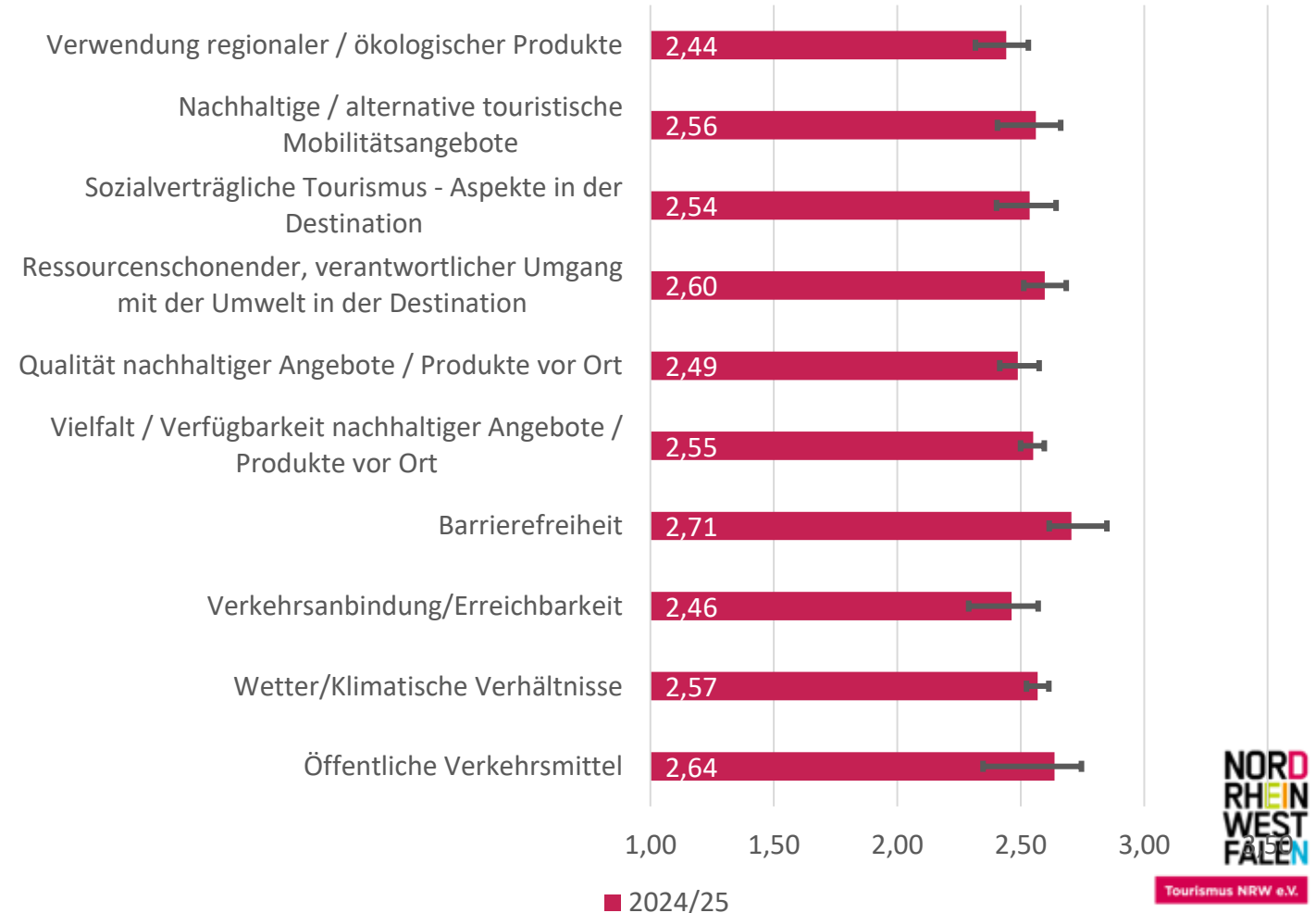
Skala: 1 = Äußerst begeistert | 6 = Eher enttäuscht



NACHHALTIGKEITSASPEKTE GUT ABER AUSBAUFÄHIG

Skala: 1 = Äußerst begeistert | 6 = Eher enttäuscht

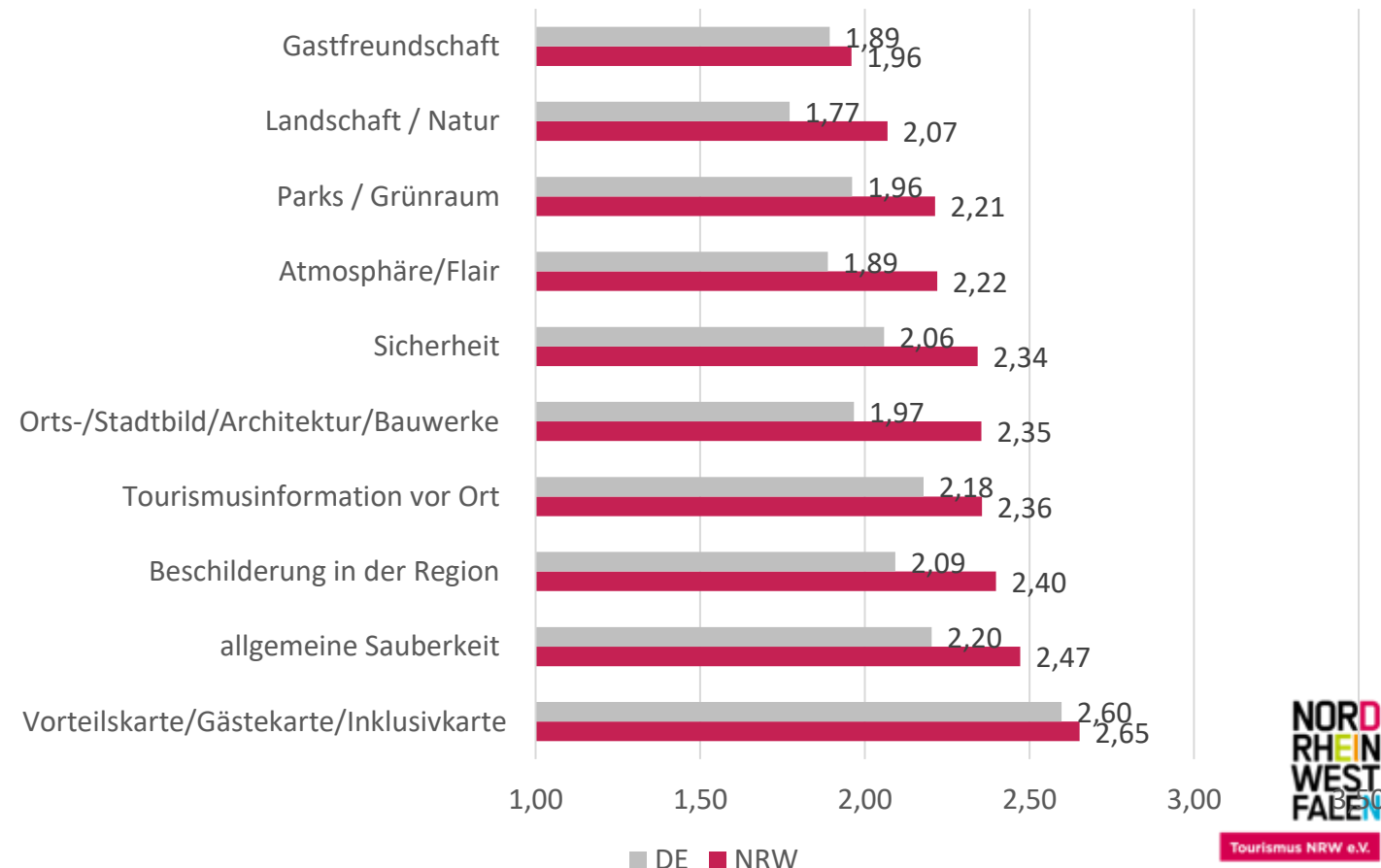
- *Stärke Unterschiede in der Zufriedenheit der Befragten gab es vor allem in den Aspekten der Mobilität.*
- *Die klimatischen Verhältnisse wurden in allen Reisegebieten sehr ähnlich bewertet.*



GASTFREUNDSCHAFT DER NRWLER ÜBERZEUGT

- Die Gastfreundschaft wird durch die befragten Gäste positiv wahrgenommen, auch wenn der Wert sich gegenüber 2018/19 leicht verschlechtert hat.
- Die Sauberkeit wurde im Vergleich zur vorherigen Erhebung durch die Befragten am negativsten bewertet.
- Eine geringe Zufriedenheit in diesem Segment äußern die befragten Gäste nur mit Vorteilskarten/Gästekarten/Inklusivkarten. Hier wird allerdings nicht differenziert ob die Unzufriedenheit auf der Ausgestaltung der vorhanden Karten zurückzuführen ist oder ob das Fehlen von Kartensystem entscheidend war.

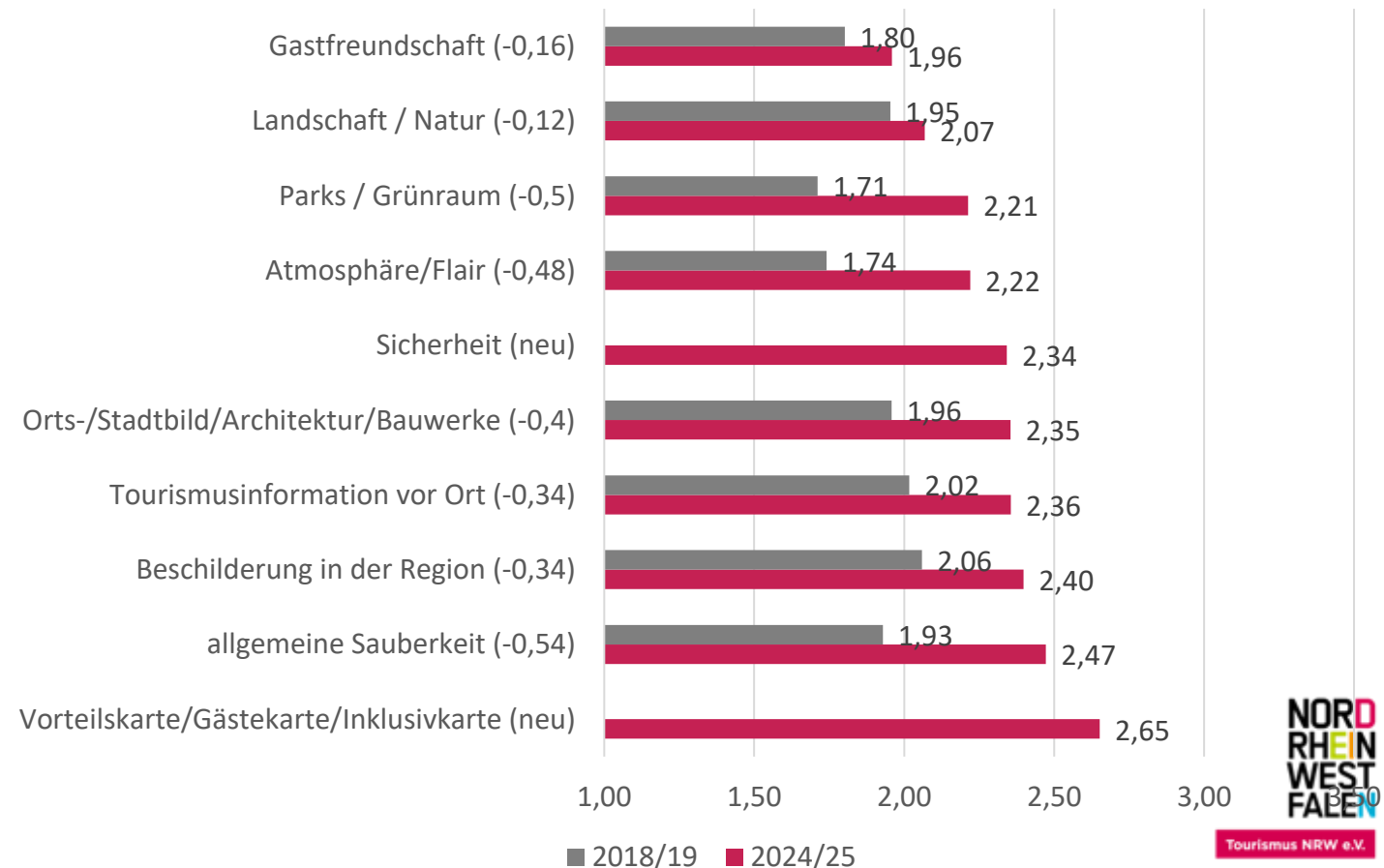
Skala: 1 = Äußerst begeistert | 6 = Eher enttäuscht



GASTFREUNDSCHAFT DER NRWLER ÜBERZEUGT

- Die Gastfreundschaft wird durch die befragten Gäste positiv wahrgenommen, auch wenn der Wert sich gegenüber 2018/19 leicht verschlechtert hat.
- Die Sauberkeit wurde im Vergleich zur vorherigen Erhebung durch die Befragten am negativsten bewertet.
- Eine geringe Zufriedenheit in diesem Segment äußern die befragten Gäste nur mit Vorteilskarten/Gästekarten/Inklusivkarten. Hier wird allerdings nicht differenziert ob die Unzufriedenheit auf der Ausgestaltung der vorhanden Karten zurückzuführen ist oder ob das Fehlen von Kartensystem entscheidend war.

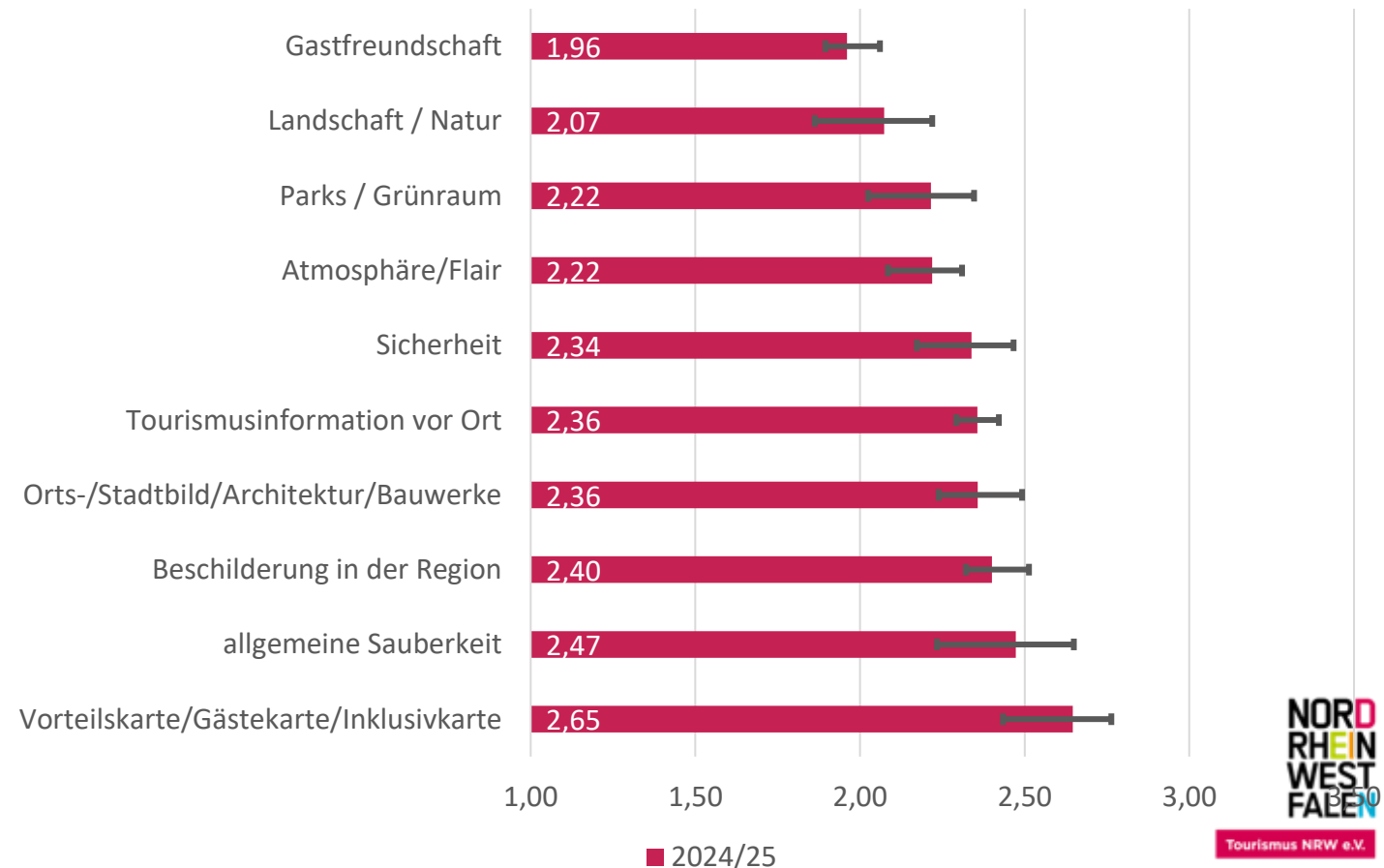
Skala: 1 = Äußerst begeistert | 6 = Eher enttäuscht



GASTFREUNDSCHAFT DER NRWLER ÜBERZEUGT

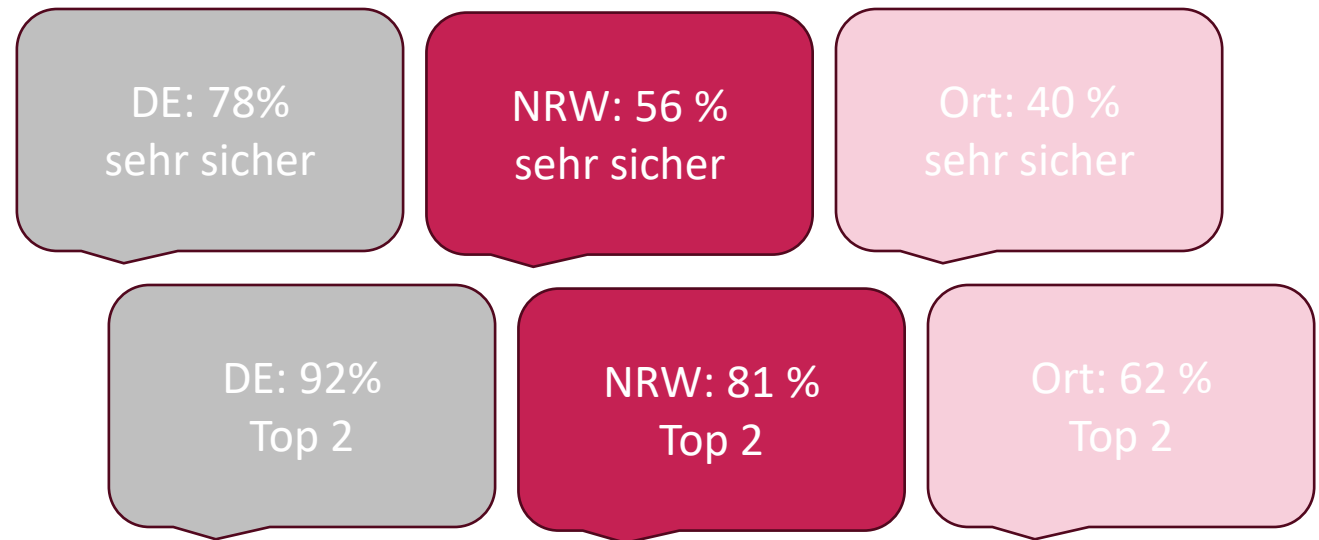
- *Bei der Gastfreundschaft und bei der Zufriedenheit mit der Tourismusinformation gibt es nur sehr geringe Abweichungen.*
- *Bei der Bewertung der Sauberkeit zeigen sich zwischen den Reisegebieten dagegen größere Unterschiede.*
- *Dies gilt auch für die Aspekte der Natur und der Grünräume.*

Skala: 1 = Äußerst begeistert | 6 = Eher enttäuscht



WIEDERBESUCHSBEREITSCHAFT

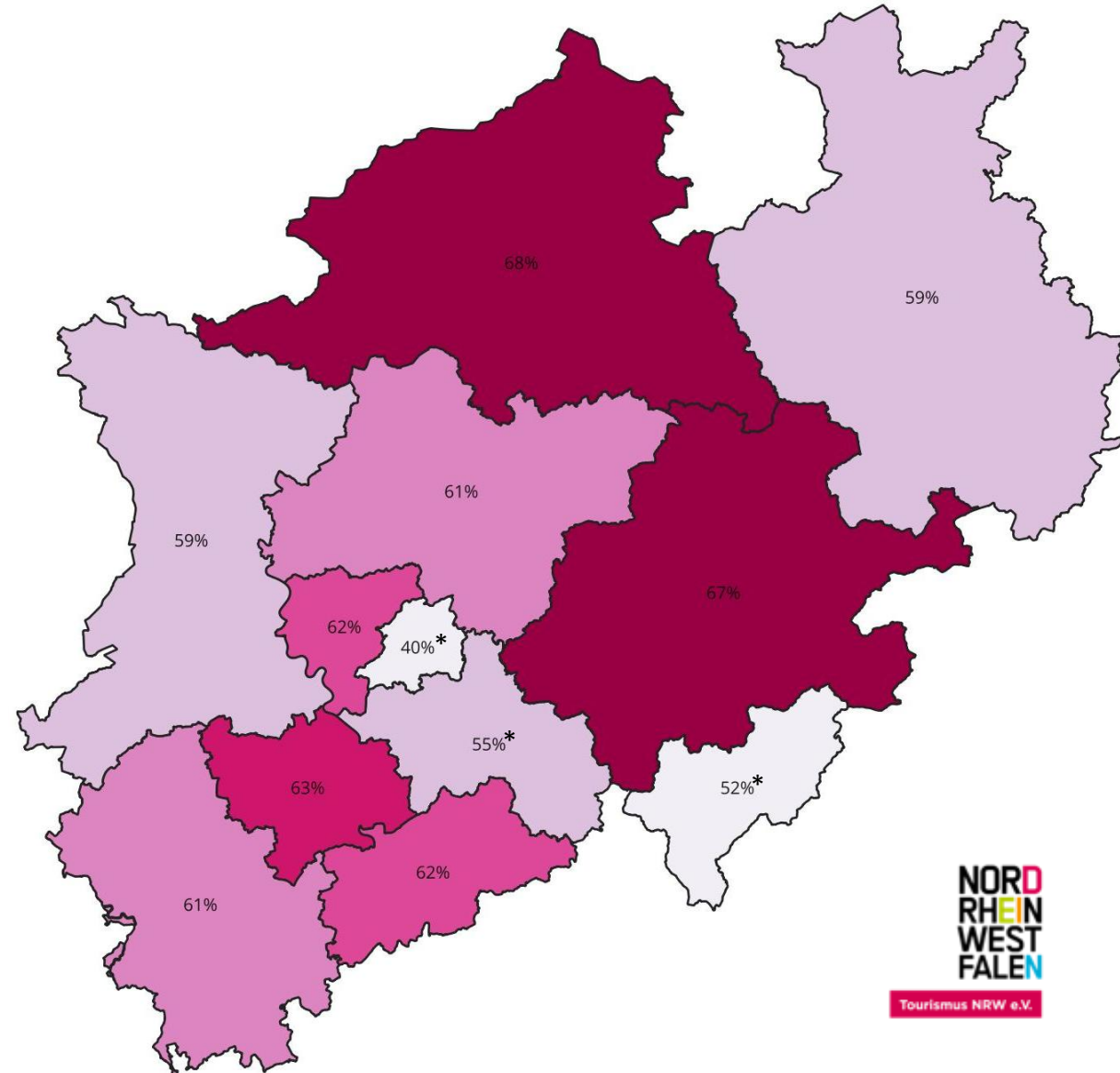
- Die Wiederbesuchsbereitschaft in NRW liegt unter dem Benchmarkwert auf Bundesebene.
- Mit 56 % der befragten Gäste, die sehr sicher wieder einen Besuch in NRW planen und weiteren 25% mit einer hohen Wahrscheinlichkeit wird ein guter Wert erreicht.
- Der Summierte Top2 Wert liegt über dem Anteil der Stammgäste und Intervallgäste, was auf eine positive Tendenz zu Wiederholungsgästen hindeutet.
- Die Werte der Wiederbesuchsabsicht liegen deutlich über denen des Destination Monitors. Allerdings sind die Skalen abweichend (Top1: 45%)

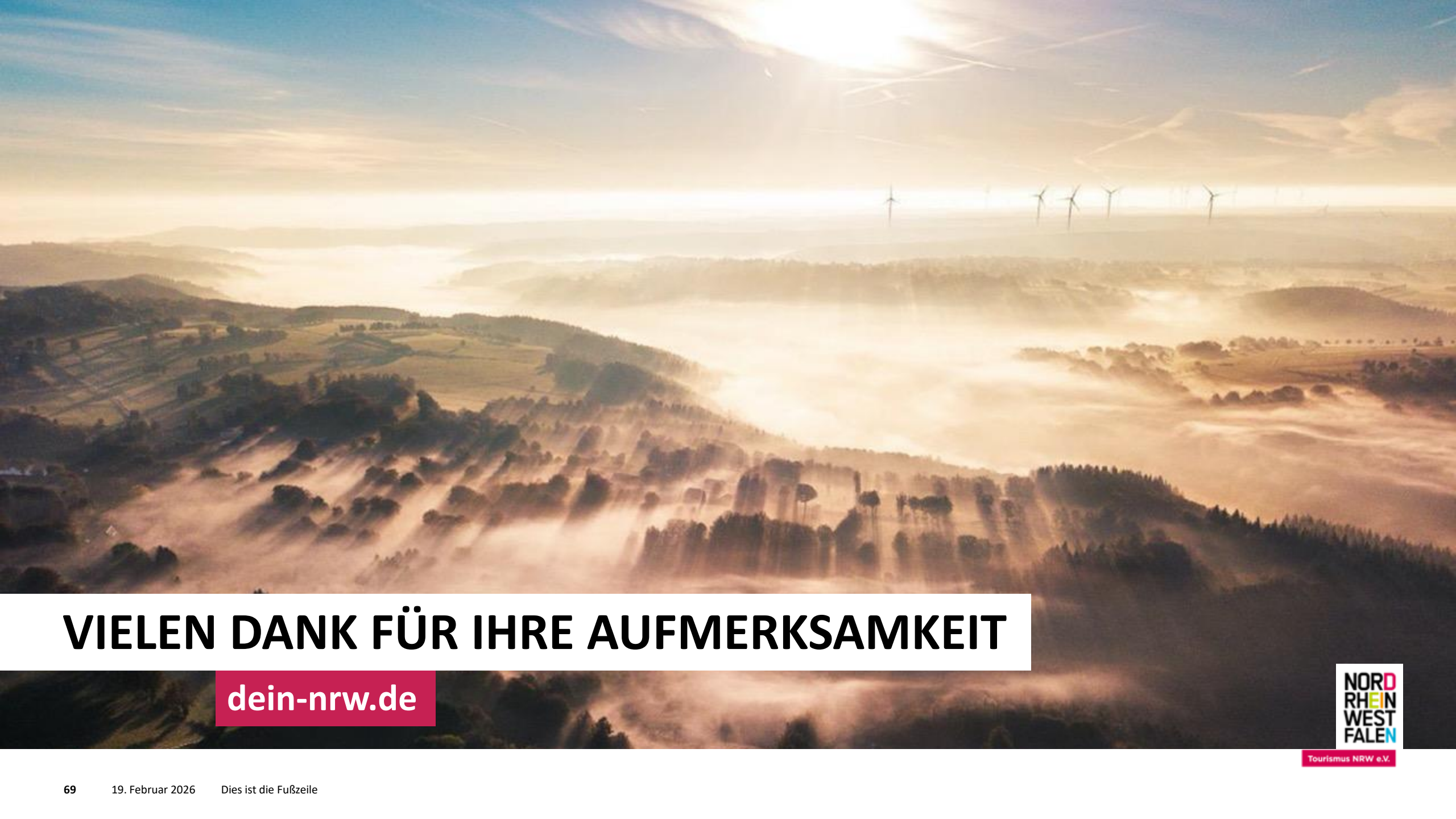


WIEDERBESUCHSBEREITSCHAFT NACH REISEGEBIETEN

Top2 (sehr sicher und sicher)

- Die Wiederbesuchsbereitschaft der befragten Gäste ist in den Reisegebieten stark unterschiedlich.
- Befragte aus dem Münsterland (68%) und dem Sauerland (67 %) kommen am ehesten wieder.
- Die Wiederbesuchsabsicht im Bergischen Städtedreieck (40 %) und in Siegen-Wittgenstein (52 %) ist hingegen am niedrigsten.
- 81 % der Gäste haben angegeben NRW wieder besuchen zu wollen, was dafür spricht, dass die Befragten Gäste zwischen Destinationen in NRW wechseln.





VIELEN DANK FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT

dein-nrw.de

**NORD
RHEIN
WEST
FALEN**

Tourismus NRW e.V.