



Tourismus NRW
Dem Neuen auf der Spur

Themendossiers für Nordrhein-Westfalen

- Städtereisen -

**NORDRHEIN
WESTFALEN STÄDTE**

(Stand Oktober 2018)

Städtereisen

Inhalt

1. Zusammenfassung.....	3
2. Marktübersicht Deutschland.....	4
2.1 Potenziale und Zielgruppen.....	4
2.1.1 Destination Brand 16.....	4
2.1.1.1 Interessenpotenzial (Soziodemografisch).....	4
2.1.1.2 Interessenpotenzial (Zielgruppen).....	5
2.1.2 Städtetourismus Statista Dossier.....	6
3. Marktübersicht Nordrhein-Westfalen.....	9
3.1 Gästestruktur und Reiseverhalten.....	9
3.1.1 DestinationMonitor 1.01.2012 – 31.12.2017.....	9
3.1.1.1 Urlaubsart Städtereisen.....	9
3.1.1.2 Aktivitäten der Städtereisenden in NRW.....	11
3.1.1.3 Alter und Herkunft der Städtereisenden in NRW.....	11
3.1.1.4 Reiseziel in NRW von Städteurlaubern.....	13
3.1.2 Qualitätsmonitor, Juli 2013 – Juni 2014.....	14
3.2 Eignung und Wettbewerbsposition.....	20
3.2.1 Destination Brand 16.....	20
3.2.1.1 Gestützte Themeneignung.....	20
3.2.1.2 Konkurrenzvergleich.....	21
3.2.1.3 Ungestützte Themeneignung.....	22
4. Literaturverzeichnis.....	23
5. Impressum und Ansprechpartner.....	24

Themendossier Städtereisen

1. Zusammenfassung

Städtereisen erfreuen sich einer sehr großen Beliebtheit: Zwei von drei Deutschen haben ein großes oder sogar sehr großes Interesse an einer Städtereise im Inland¹.

Hinter Berlin, München, Hamburg und Frankfurt am Main befindet sich die nordrhein-westfälische Stadt Köln auf dem fünften Rang der nachfragestärksten Großstädte in Deutschland. Ausländische Gäste reisen hingegen lieber in die Landeshauptstadt Düsseldorf².

Während eines Aufenthalts in einer Stadt ist der Besuch von kulturellen oder historischen Sehenswürdigkeiten die beliebteste Aktivität. Außerdem gehen die inländischen Urlaubsgäste gerne einkaufen und shoppen. Gut ein Drittel sucht neben dem städtischen Leben den Ausgleich in der Natur und genießt außerdem die typische Kulinarik der Region³.

Städtereisende in Nordrhein-Westfalen sind älter als der durchschnittliche Urlauber. Mehr als jeder zweite ist älter als 50 Jahre. Zwei von drei Städtetouristen kommen aus anderen Bundesländern nach NRW. Die fünf beliebtesten Ziele inländischer Städteurlauber sind Köln, Münsterland (inkl. Münster), Düsseldorf, Aachen und das Ruhrgebiet⁴.

Jeder Dritte besucht die Urlaubsregion das erste Mal und fast jeder zweite ist das erste Mal in diesem Ort/dieser Stadt. Die Gäste informieren sich im Vorhinein in erster Linie über Broschüren und das Internet. Für eine Städtereise in Nordrhein-Westfalen sind die Hauptbesuchgründe der Besuch von Sehenswürdigkeiten, das Ortsbild / die Architektur der Stadt und das Kunst- und Kulturangebot⁵.

Für die Anreise wählen 61 Prozent das Auto, jeder fünfte die Bahn und sieben Prozent steigen ins Flugzeug, um eine Städtereise in NRW zu machen. Dabei kommt fast jeder zweite Ausländer mit dem Flugzeug nach Nordrhein-Westfalen. Die Hälfte der Befragten bleibt bis zu drei Nächten und gibt im Schnitt 76€ pro Person und Tag aus⁶.

Rund zwei von drei Deutschen, die sich für Städtereisen interessieren, bewerten Nordrhein-Westfalen als sehr gut oder gut geeignet. Die Themeneignung für Städtereisen in Nordrhein-Westfalen steigt mit dem Themeninteresse und der Erfahrung des Bundeslandes deutlich an. Diejenigen, die bereits in NRW eine Städtereise gemacht haben, bewerten die Themeneignung mit 85 Prozent⁷. Köln und Düsseldorf platzieren sich im Konkurrenzvergleich vor Nordrhein-Westfalen (Rang 14) auf dem vierten und neunten Rang⁸.

1 (inspektour GmbH, 2016), s. 2.1.1 Destination Brand 16

2 (Statista, 2017), s. 2.1.2 Städtetourismus Statista Dossier

3 (GfK, 2017), s.3.1.1.2 DestinationMonitor 1.01.2012 – 31.12.2017 - Aktivitäten der Städtereisenden in NRW

4 (GfK, 2017), s.3.1.1.3 und 3.1.1.4 DestinationMonitor 1.01.2012 – 31.12.2017 – Alter, Herkunft u. Reiseziel der Städteurlauber

5 (dwif Consulting GmbH, 2013-2014), 3.1.2 Qualitätsmonitor, Juli 2013 – Juni 2014

6 (dwif Consulting GmbH, 2013-2014), s. 3.1.2 Qualitätsmonitor, Juli 2013 – Juni 2014

7 (inspektour GmbH, 2016), s. 3.2.1.1 Destination Brand 16 - Gestützte Themeneignung

8 (inspektour GmbH, 2016), s. 3.2.1.2 Destination Brand 16 - Konkurrenzvergleich

2. Marktübersicht Deutschland

2.1 Potenziale und Zielgruppen

2.1.1 Destination Brand 16

Die Studie Destination Brand 16 des Instituts für Management und Tourismus (IMT) der FH Westküste ermittelte nach 2010 und 2013 zum dritten Mal die Themenkompetenz deutscher Urlaubsziele aus der Sicht der deutschen Bevölkerung. In einer bevölkerungsrepräsentativen Online-Erhebung wurden insgesamt 17.000 Probanden im Alter zwischen 14 bis 74 Jahren interviewt und ihre Affinität zu insgesamt bis zu 63 Urlaubsthemen wie z.B. Event, Natur, Städtereise oder Radreisen analysiert. Kernfragen betreffen u.a. die Interessenspotenziale von Urlaubsarten und -aktivitäten („Wie groß ist Ihr Interesse an folgenden Urlaubsarten/-aktivitäten?“) und die Themenkompetenz der Destination („Für wie geeignet halten Sie die Destination „XY“ für ausgewählte Urlaubsarten/-aktivitäten (z.B. Rad fahren, Segeln, Kulinarik).

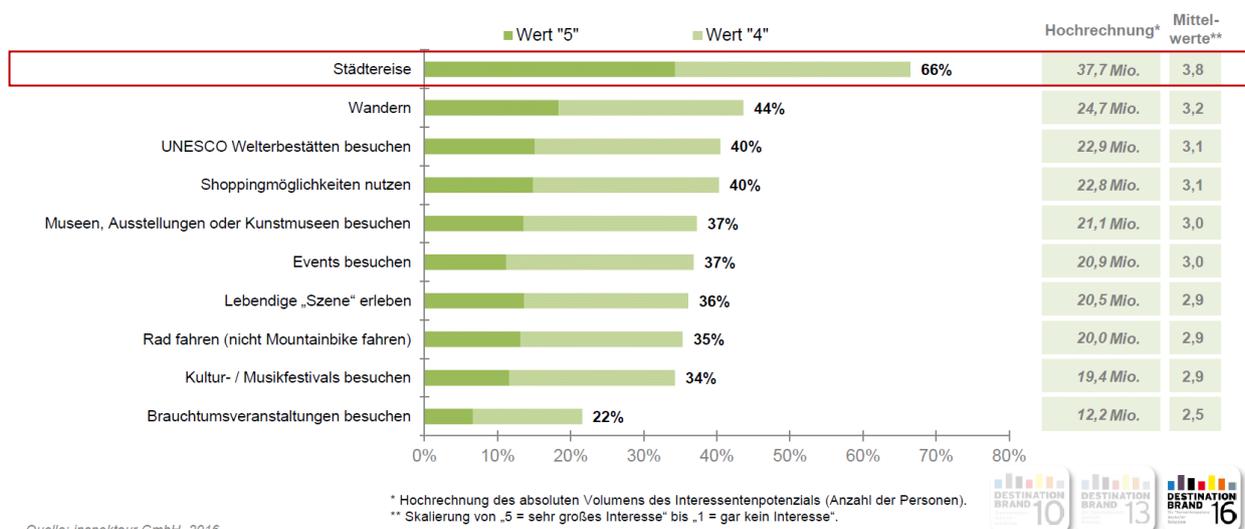
Im Auftrag des Tourismus NRW e.V. wurden für das Reiseziel Nordrhein-Westfalen 16 Themen untersucht. Sechs allgemeine und zehn Spezialthemen.

2.1.1.1 Interessenpotenzial (Soziodemografisch)

Zunächst wurde untersucht, wie groß das Interesse der Deutschen an den jeweiligen Urlaubsarten/-aktivitäten ist. Das Themeninteresse ergibt sich aus dem prozentualen Anteil der „Top-Two-Box“ (Antwort 5 und 4) auf einer Skala von „5 = sehr großes Interesse“ bis „1 = gar kein Interesse“.

Der Aufenthalt in der Natur ist mit einem Interessenpotenzial von 38,1 Millionen das beliebteste Urlaubsthema der Deutschen⁹. Ähnlich großes Interesse besteht an Städtereisen: Rund 66 Prozent bzw. 37,7 Millionen der Deutschen haben ein großes oder sehr großes Interesse (Top-Two-Box) an Städtereisen (vgl. Abb. 1).

Abb. 1 Interessentenpotenzial für jeweilige Urlaubsarten / -aktivitäten (Spezialthemen NRW)

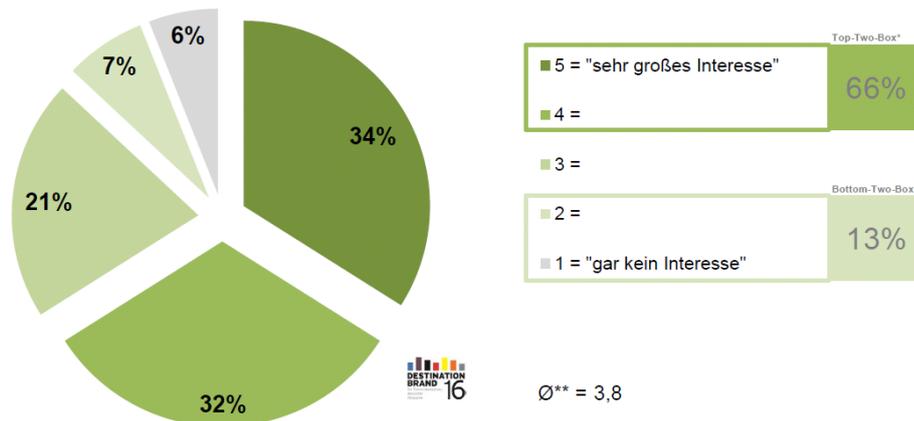


(inspektour GmbH, 2016)

⁹ Hinweis: Abb. 1 zeigt nur die Spezialthemen NRW

Städtereisen sind für fast alle Deutschen eine attraktive Urlaubsform. Nur sechs Prozent haben überhaupt kein Interesse daran. Jeder Dritte hat hingegen ein sehr großes Interesse an Städtereisen, ein weiteres Drittel ein großes Interesse. Werden diejenigen hinzu genommen, die ein mittleres Interesse an Städtereisen haben, so ergibt sich ein Potenzial von 87 Prozent (vgl. Abb. 2).

Abb. 2 Interessentenpotenzial für Städtereisenreisen



Quelle: inspektour GmbH, 2016

(inspektour GmbH, 2016)

* Mögliche Abweichungen von 1% zur Summe aus den Einzelwerten sind rundungstechnisch bedingt.
**Skalierung von „5 = sehr großes Interesse“ bis „1= gar kein Interesse“

2.1.1.2 Interessenpotenzial (Zielgruppen)

In Anlehnung an den „Masterplan Tourismus Nordrhein-Westfalen“ wurden zudem das Interesse und die Themeneignung für die Städtereisen in Nordrhein-Westfalen nach den Zielgruppen des Tourismus NRW e.V. analysiert.

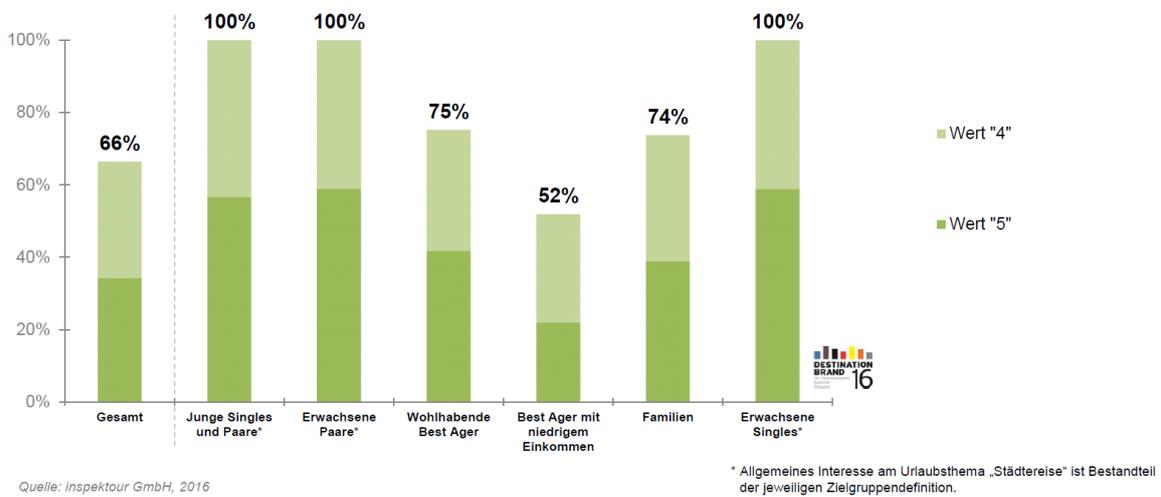
Die Zielgruppendefinitionen im Überblick:

- **„Junge Singles und Paare“** Alter der Befragten: 18-29 Jahre; keine Kinder unter 18 Jahren im Haushalt lebend, allg. Interesse am Urlaubsthema **„Städtereisen“** und allg. Interesse an mind. 1 der folgenden 3 Urlaubsthemen: Events besuchen, Shoppingmöglichkeiten nutzen, lebendige Szene erleben
- **„Erwachsene Paare“** Alter der Befragten: 30-59 Jahre; keine Kinder unter 18 Jahren im Haushalt lebend; Haushaltsgröße: 2-Personen-Haushalte, allg. Interesse am Urlaubsthema **„Städtereisen“** und allg. Interessen an mind. 1 der folgenden 3 Urlaubsthemen: Events besuchen, Shoppingmöglichkeiten nutzen, lebendige Szene erleben
- **„Familien“** Alter der Befragten: 14-59 Jahre; mindestens 1 Kind unter 18 Jahren im Haushalt lebend, allg. Interesse am Urlaubsthema „sich in der Natur aufhalten“ und allg. Interesse an mind. 1 der folgenden 2 Urlaubsthemen: Wandern oder Rad fahren
- **„Wohlhabende Best Ager“** Alter der Befragten: 60-74 Jahre; keine Kinder unter 18 Jahren im Haushalt lebend; Haushaltsnettoeinkommen in Abhängigkeit von Haushaltsgröße: 1-Personen-HH: mind. 1.000€, 2-Personen-HH: mind. 2.000€, 3-Personen-HH: mind. 3.000€, ab 4-Personen-HH: mind. 4.000€, allg. Interesse am Urlaubsthema „sich in der Natur aufhalten“ und allg. Interesse an mind. 1 der folgenden 2 Urlaubsthemen: Wandern oder Rad fahren
- **Best Ager mit niedrigem Einkommen“** Alter der Befragten: 60-74 Jahre; keine Kinder unter 18 Jahren im Haushalt lebend; Haushaltsnettoeinkommen in Abhängigkeit von Haushaltsgröße: 1-Personen-HH: unter 1.000 €, 2-Personen-HH: unter 2.000€, 3-Personen-HH: unter 3.000€, ab 4-Personen-HH: unter 4.000€

- **„Erwachsene Singles“** – ergänzend ausgewertet / keine NRW-Fokuszielgruppe
 Alter der Befragten: 30-59 Jahre; keine Kinder unter 18 Jahren im Haushalt lebend; Haushaltsgröße: 1-Personen-Haushalt, allg. Interesse am Urlaubsthema **„Städtereisen“** und allg. Interesse an mind. 1 der folgenden 3 Urlaubsthemen: Events besuchen, Shoppingmöglichkeiten nutzen oder lebendige Szene erleben

Da bei drei Zielgruppen das Interesse am Urlaubsthema Städtereisen Bestandteil der Segmentierungsdefinition ist, liegt das Interesse entsprechend bei 100 Prozent (vgl. Abb. 3). Bei den Wohlhabenden Best Agern und Familien haben drei von vier Personen ein sehr großes, oder großes Interesse an Städtereisen. Lediglich die Best Ager mit niedrigem Einkommen sind mit 52 Prozent unterdurchschnittlich interessiert.

Abb. 3 Interessentenpotential Städtereisen Nordrhein-Westfalen nach Zielgruppen



(inspektour GmbH, 2016)

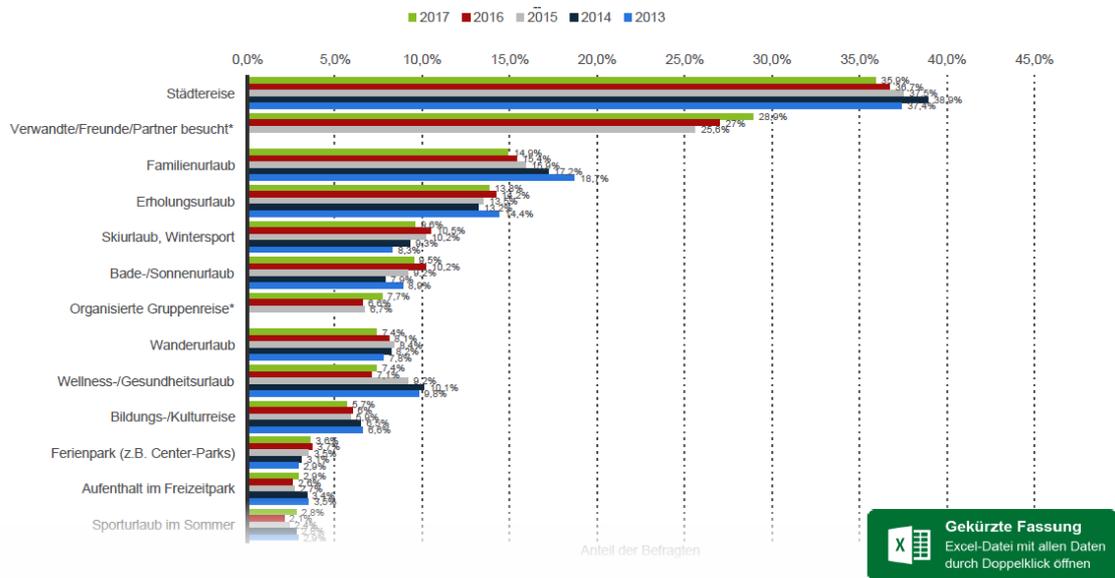
2.1.2 Städtetourismus Statista Dossier

Statista erhebt, analysiert und bündelt statistische Daten zu über 80.000 Themen aus mehr als 22.500 Quellen auf einer Plattform. Fallzahlen, Erhebungszeiträume und Quellen variieren je nach Chart. Das Dossier zum Städtetourismus hat unterschiedlichste Quellen und Fallzahlen, die in den Fußnoten genauer erläutert werden. Nachfolgend werden einige wichtige Aussagen wie die beliebtesten Städte, Hotelpreise in deutschen Städten und Zoos näher erläutert.

Städtereisen führen, wie auch in den Vorjahren, das Ranking der „beliebtesten Arten von Kurzreisen in Deutschland“ an¹⁰ (vgl. Abb. 4). Im Jahr 2017 haben 35,9 Prozent der Personen, die in den letzten zwölf Monaten einen Kurzurlaub gemacht haben, eine Städtereise unternommen.

¹⁰ Statista: VuMa, IFAK; Ipsos; GfK Media und Communication Research, Erhebungszeitraum 2013-2017

Abb. 4 beliebteste Arten von Kurzreisen in Deutschland 2013-2017



Hinweis: Deutschland; ab 14 Jahre; deutschsprachige Personen, die in den letzten 12 Monaten eine oder mehrere Kurzurlaubsreisen gemacht haben

Weitere Angaben zu dieser Statistik, sowie Erläuterungen zu Fußnoten, sind auf [Seite 35](#) zu finden.

Quelle: VuMA [ID 171450](#)

statista

(Statista, 2017) VuMa, IFAK; Ipsos; GfK Media und Communication Research, Erhebungszeitraum 2013-2017

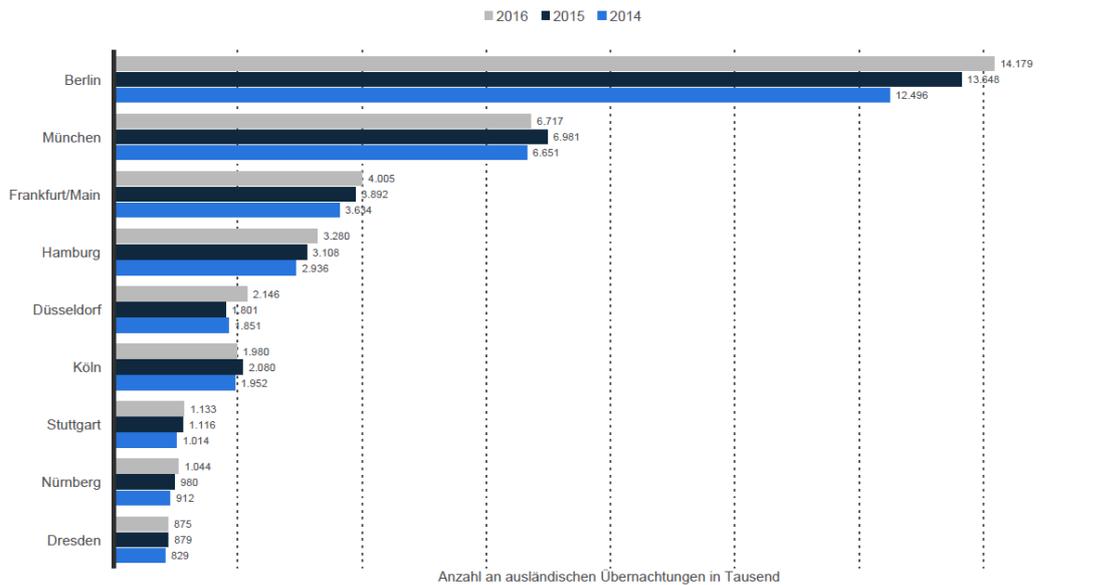
Unter den beliebtesten deutschen Städtezielen findet sich Köln als nordrhein-westfälische Stadt nach Berlin, München, Hamburg und Frankfurt am Main¹¹. Die Domstadt am Rhein verzeichnet 2017 rund 3,6 Millionen Ankünfte (Berlin 13 Mio.) und erzielt mit einem Zuwachs von 300.000 Ankünften ein deutliches Plus gegenüber dem vorherigen Jahr.

Ausländische Gäste besuchen 2016 in Nordrhein-Westfalen am häufigsten die Landeshauptstadt Düsseldorf (2.146 Tsd. Übernachtungen) und Köln (1.980 Tsd. Übernachtungen)¹². Damit überholt die Stadt Düsseldorf die Stadt Köln und belegt den fünften Rang der deutschen Großstädte (vgl. Abb. 5).

¹¹ Statista, Statistische Ämter des Bundes und der Länder, Erhebungszeitraum 2014 - 2017

¹² Statista, Statistisches Landesamt u. Statistisches Bundesamt, Erhebungszeitraum 2014 - 2016

Abb. 5 Beliebteste Reisestädte in Deutschland nach Übernachtungen von ausländischen Gästen in den Jahren 2014 bis 2016 (in 1.000)



Hinweis: Deutschland

Weitere Angaben zu dieser Statistik, sowie Erläuterungen zu Fußnoten, sind auf [Seite 39](#) zu finden.

Quelle: Statistisches Landesamt (versch. Bundesländer) [ID 28619](#)



(Statista, 2017), Statistisches Landesamt, Statistisches Bundesamt, 2014-2016

Die Beliebtheit der in Abb. 5 aufgeführten Städteziele spiegelt sich auch in den durchschnittlichen Zimmerpreisen in den Hotels wider¹³. Düsseldorf, München, Köln, Stuttgart, Hamburg und Frankfurt liegen mit 98-112€ über dem bundesweiten Durchschnitt von 95 Euro pro Zimmer (2016: 90€). Spitzenreiter ist Düsseldorf, mit 112 Euro, dicht gefolgt von München, mit 111 Euro. Im letzten Jahr teilten sich die beiden Landeshauptstädte den ersten Rang mit 115 Euro pro Hotelzimmer. Die Stadt Köln belegt mit 104 Euro den dritten Rang. 2016 lag sie gemeinsam mit Frankfurt auf dem vierten Rang (96€).

Statista führt außerdem verschiedene Attraktionen der Städte nach Besucheranzahl auf. Der Kölner Zoo gehört zu den beliebtesten Zoos und Tierparks Deutschlands (Rang 7; 1,22 Mio. Besucher 2017)¹⁴.

Oftmals findet eine Städtereise im Umfeld eines Volksfestbesuchs statt. Die besucherstärksten Volksfeste in Deutschland sind die Wiesn in München (6,2 Mio.), gefolgt vom Canstatter Volksfest in Stuttgart (4,1 Mio.) und dem Freimarkt in Bremen (3,8 Mio.)¹⁵. Ebenfalls auf dem dritten Platz mit 3,8 Millionen Besuchern in 2017 findet sich die Cranger Kirmes in Herne. Eine weiteres nordrhein-westfälisches Volksfest belegt den vierten Rang: die Rheinkirmes in Düsseldorf mit 3,5 Millionen Besuchern 2017. Das Libori in Paderborn belegt den siebten Rang mit 1,2 Millionen Besuchern.

¹³ Statista, Colliers International, Erhebungszeitraum 2016 und 2017

¹⁴ Statista, Verband der Zoologischen Gärten, Erhebungszeitraum 2017

¹⁵ Statista, diverse Quellen, Erhebungszeitraum 2017

3. Marktübersicht Nordrhein-Westfalen

3.1 Gästestruktur und Reiseverhalten

3.1.1 DestinationMonitor 1.01.2012 – 31.12.2017

Der GfK MobilitätsMonitor erhebt das komplette Reiseverhalten ab 50 km sowie die Pendlerreisen ab 0 km regelmäßig in einer repräsentativen Panelstichprobe von ca. 19.000 deutschen Privathaushalten mit ca. 38.000 Personen. Diese Stichprobe bildet die Basis für den GfK DestinationMonitor.

Die Erhebung erfolgt in Form einer schriftlichen Panelbefragung. Diese wird (Stand 2017) für ca. 2.000 Haushalte durch postalische Fragebögen durchgeführt. Die übrigen ca. 17.000 Haushalte berichten über ihre Reisen in einer Online-Erhebung.

Die Gewichtung und Hochrechnung der Daten erfolgt repräsentativ für aktuell 37,0 Mio. deutschsprachige Privathaushalte mit 74,0 Mio. Personen nach folgenden Merkmalen:

- Alter des Reiseteilnehmers
- Geschlecht des Reiseteilnehmers
- Anzahl der Kinder unter 6 Jahren bzw. unter 14 Jahren im Haushalt
- Haushaltsgröße
- Haushaltsnettoeinkommen
- Internetnutzungsintensität des Haushaltsführers
- Ortsgrößenklassen
- Regierungsbezirke
- Bundesländer

3.1.1.1 Urlaubsart Städtereisen

In Nordrhein-Westfalen stieg die Zahl der Städtereisen von 2012 bis 2017 um rund 37,2 Prozent. Der Anteil der Städtereisen an allen Urlaubsreisen in NRW stieg von 16,1 auf 16,4 Prozent leicht an (vgl. Abb. 6). Somit bleibt die Städtereise nach den Event- und Veranstaltungsreisen weiterhin die beliebteste Urlaubsform der Gäste in Nordrhein-Westfalen (vgl. Abb. 7).

2013 bis 2015 wurden Städtereisen immer beliebter in Nordrhein-Westfalen (vgl. Abb. 6). Der Anteil der Städteurlaube an allen Reisen stieg bis auf 20 Prozent an. Auch die absoluten Reisen nahmen seit 2012 um 47 Prozent (auf 679 Tausend) zu. Der Rückgang der Städtereisen in 2016 wurde 2017 wieder verbessert. Im letzten Jahr fanden 634 Tausend Reisen (+ 11,6% zu 2016) in nordrhein-westfälische Städte statt. Durch die wachsende Zahl an allen Reisen stieg der Anteil der Städtereisen nur leicht um 0,1 Prozent an.

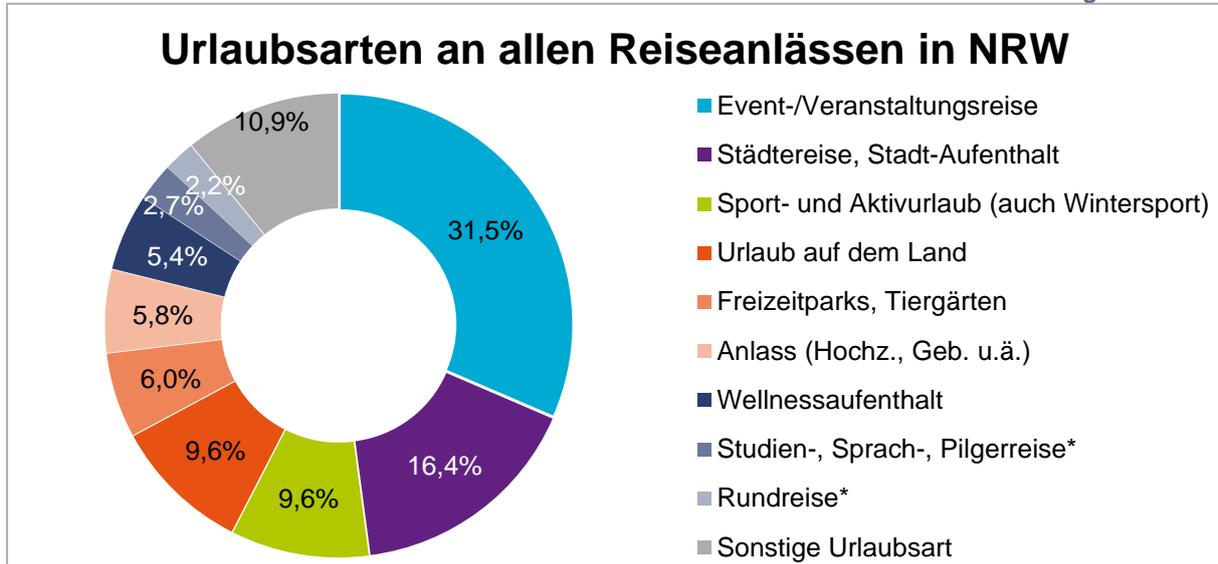
Abb. 6 Anteil der Städtereisen 2012- 2017 in Nordrhein-Westfalen



(GfK, 2017) Urlaubsreisen ab einer Übernachtung

Städtereisen sind nach den Event- und Veranstaltungsreisen die zweit beliebteste Urlaubsart in Nordrhein-Westfalen (vgl. Abb. 7). Mehr als jeder sechste gibt als Reiseanlass den Besuch einer Stadt an, noch vor dem Sport- und Aktivurlaub und Urlaub auf dem Land. Gemeinsam mit den Event- und Veranstaltungsreisen belegen sie fast die Hälfte aller Urlaubsarten in NRW.

Abb. 7 Städtereisen sind die zweit beliebteste Urlaubsart der nordrhein-westfälischen Urlaubsgäste 2017

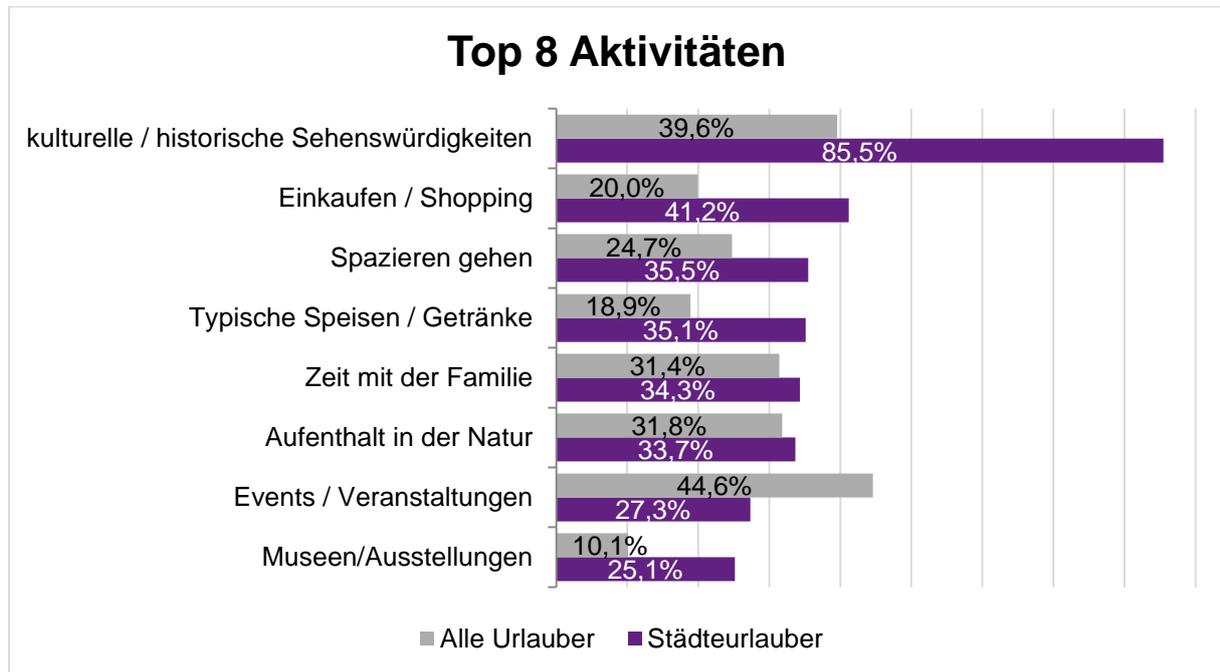


(GfK, 2017) Urlaubsreisen ab einer Übernachtung, * Fallzahlen mit höherer statistischer Unsicherheit

3.1.1.2 Aktivitäten der Städtereisenden in NRW, kumulierte Daten des Zeitraumes 2015-2017

Städtereisende besuchen während ihres Aufenthaltes am liebsten kulturelle oder historische Sehenswürdigkeiten (85,5%)¹⁶, möchten während ihrer Reise aber auch Einkaufen und Shoppen gehen (41,2%) (vgl. Abb. 8). Jeder Dritte sucht neben dem städtischen Leben den Ausgleich in der Natur (Aufenthalt in der Natur 33,7%) oder geht spazieren (35,5%), genießt typische Speisen / Getränke (35,1%) oder verbringt Zeit mit der Familie (34,3%). Die Kombination von Städtereisen und sportlichen Aktivitäten wie Wandern (9,5%), Radfahren (4,5%*) oder Aktivitäten auf dem Wasser (3,7%*) wird nur von einem kleinen Teil der Städteurlauber getätigt.

Abb. 8 Top acht Aktivitäten aller Reisenden in NRW vs. Städtereisenden in NRW



(GfK, 2017) Urlaubsreisen ab einer Übernachtung

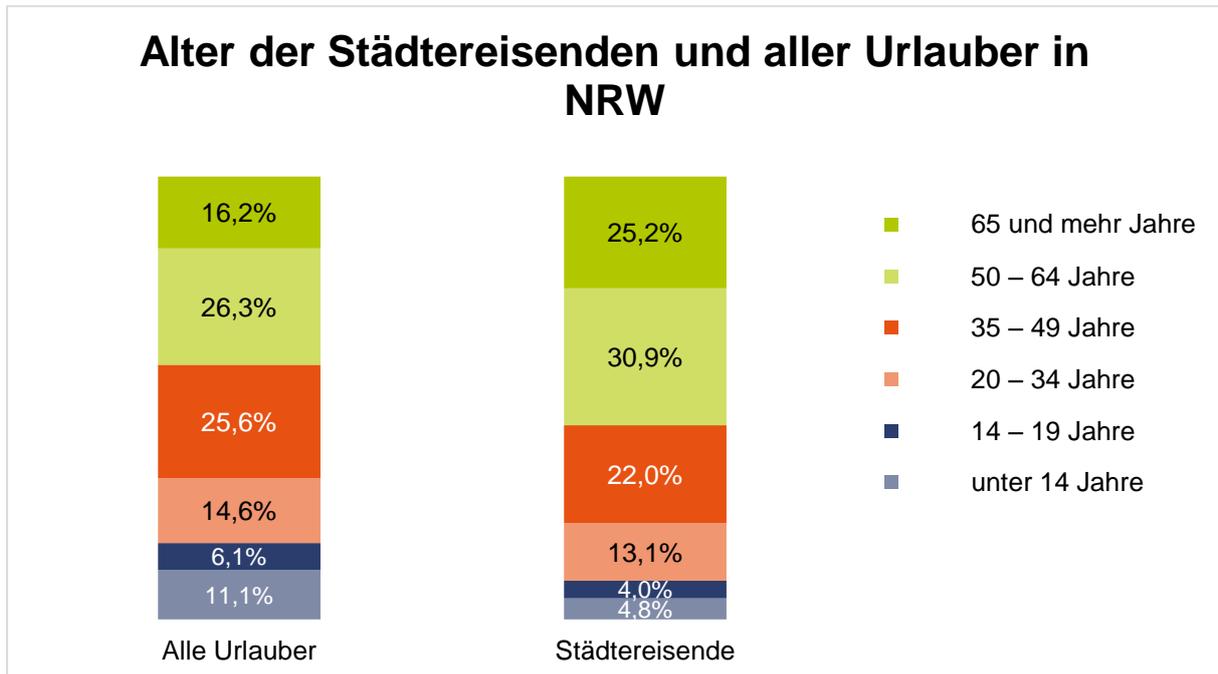
3.1.1.3 Alter und Herkunft der Städtereisenden in NRW

Städtetouristen in Nordrhein-Westfalen sind älter als der durchschnittliche Urlauber (vgl. Abb. 9). 56 Prozent der Gäste in Städten sind über 50 Jahre alt, im Durchschnitt sind es nur 42,5 Prozent. Nicht überraschend ist demzufolge, dass der Anteil der jüngeren Urlauber (bis 19 Jahre) lediglich bei 8,8 Prozent liegt (Ø 17,2%).

¹⁶ N=98,8%

* Fallzahl mit höherer statistischer Unsicherheit

Abb. 9 Alter der Städtereisenden und Urlauber in NRW

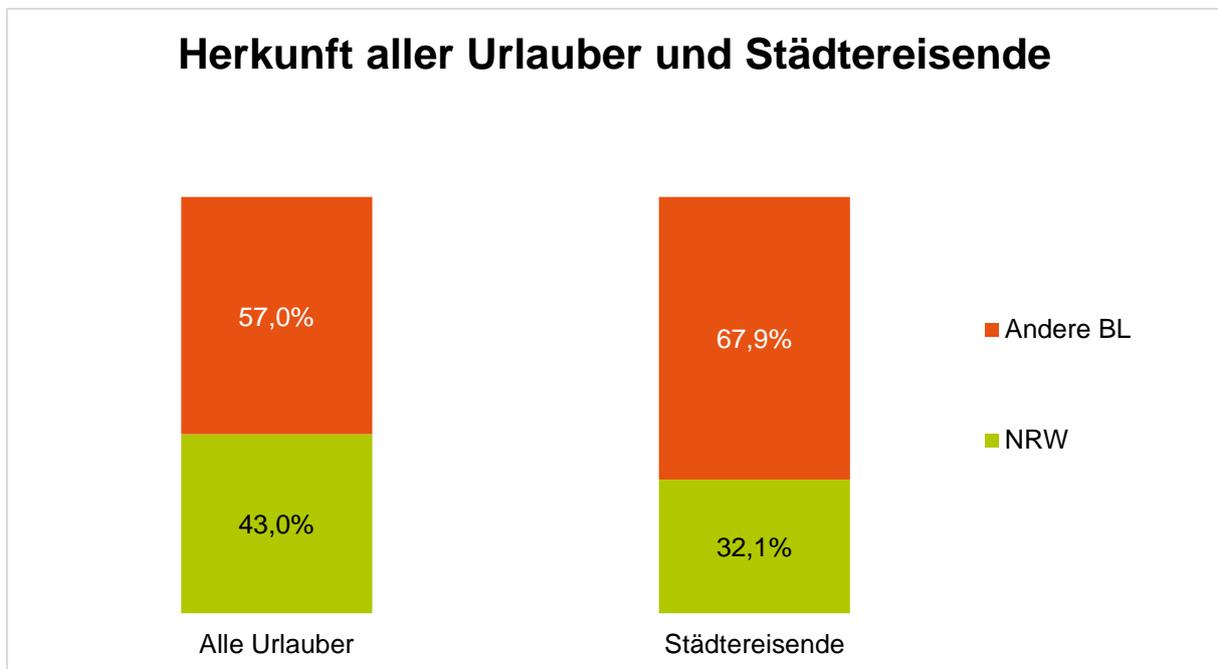


(GfK, 2017) Urlaubreisen ab einer Übernachtung

Städtetourismus: häufiger Incoming-, weniger Binnentourismus

Mehr als zwei Drittel der Städtereisenden reisen aus einem anderen Bundesland nach Nordrhein-Westfalen an. Bei allen Urlaubern sind es nur 57 Prozent (vgl. Abb. 10).

Abb. 10 Herkunft aller Urlauber und Städtereisende in NRW



(GfK, 2017) Urlaubreisen ab einer Übernachtung

3.1.1.4 Reiseziel in NRW von Städtereisenden

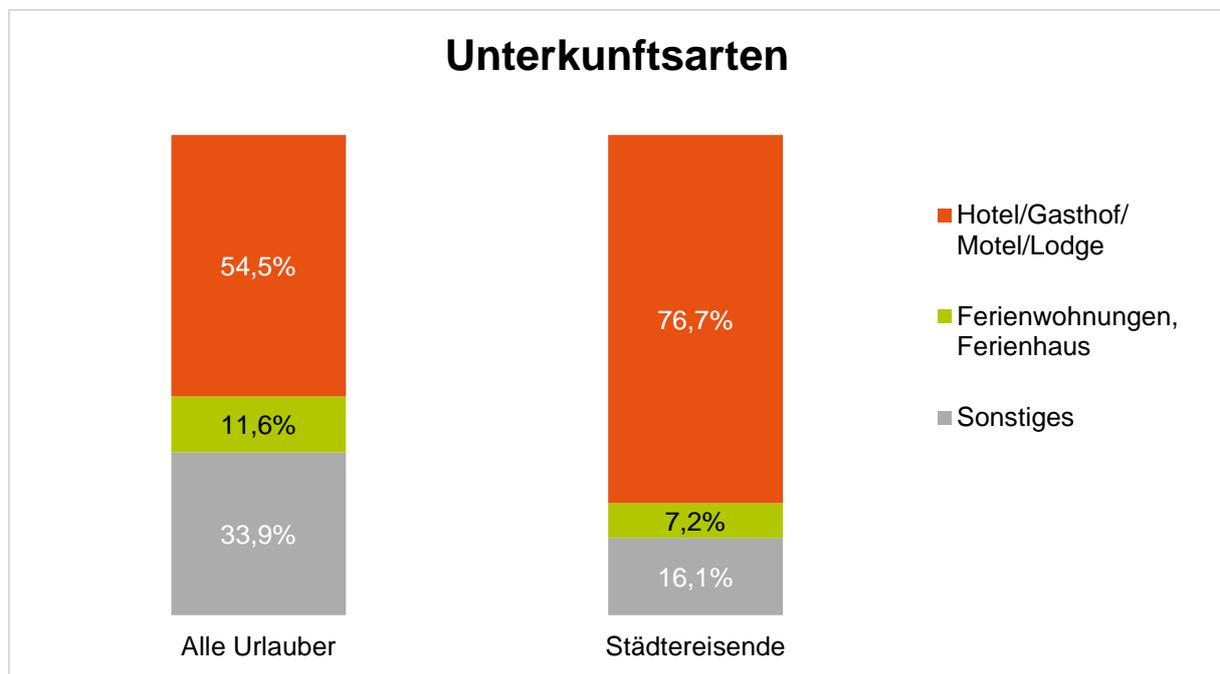
Die fünf beliebtesten Reiseziele von Städtereisenden in Nordrhein-Westfalen sind:

- Köln 36%
- Münsterland (inkl. Münster) 13%
- Düsseldorf 9%
- Aachen 9%
- Ruhrgebiet 8%

Hinweis: Ein bedeutender Reiseanlass im Jahr 2017 für Reisen nach NRW sind Events und Veranstaltungen. 31,5 Prozent aller Urlaubsreisen entfallen auf dieses Segment. Dabei sind die nordrhein-westfälischen Städte häufig das Reiseziel von Eventreisen: so ist das Ruhrgebiet mit 36 Prozent die beliebteste Reiseregion bei Event- und Veranstaltungsreisen.

Die beliebteste Unterkunftsart der Städtereisenden in NRW ist das Hotel (Gasthof / Motel / Lodge). 76,7 Prozent wählen diese Unterkunft, in der Kategorie werden bei 46 Prozent der Befragten mindestens 4 Sterne vorausgesetzt (Ø 42,7 %). 41,6 Prozent bevorzugen eine Unterkunft der drei Sterne Kategorie (Ø 41,6%). Im Vergleich zu allen Urlaubern reisen die Städtetouristen zu 22,2 Prozent häufiger in diese Unterkunftsart (vgl. Abb. 11).

Abb. 11 Unterkunftsarten der Städtereisenden und aller Urlauber in NRW



(GfK, 2017) Urlaubsreisen ab einer Übernachtung

3.1.2 Qualitätsmonitor, Juli 2013 – Juni 2014

Der Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus – eine deutschlandweite Gästebefragung von Urlaubsgästen und Geschäftsreisenden – wurde 2007 von der ERV (Europäische Reiseversicherung AG) und der Deutschen Zentrale für Tourismus e.V. ins Leben gerufen. Die wissenschaftliche Begleitung erfolgt seit Beginn durch das dwif (München) in Kooperation mit der Manova GmbH (Wien). Der Qualitätsmonitor untersucht das Gästeverhalten und die Gästezufriedenheit der Übernachtungsgäste in Deutschland. Insgesamt wurden seit dem Start im Jahr 2007 bereits über 136.000 Interviews mit Urlaubsgästen und Geschäftsreisenden aus dem In- und Ausland durchgeführt. Die Gästebefragung wurde in NRW letztmals 2013/2014 durchgeführt und spiegelt die touristische Struktur der Destination wider. In jeder Region wurden mindestens 400 Fälle erhoben und für Nordrhein-Westfalen und die Regionen einzeln ausgewertet. Der Erhebungszeitraum belief sich auf 12 Monate (6/2013 bis 5/2014). Aktuell läuft der Erhebungszeitraum des Qualitätsmonitors 2018/2019 (07/2018-06/2019) in Nordrhein-Westfalen.

Customer Journey im Vergleich der Städtereisenden und Urlauber in NRW

Alle folgenden Angaben beschreiben die Städtereisenden (Filter: Urlaubsart Städtereisen, Mehrfachnennungen möglich) in Nordrhein-Westfalen.

Gästestruktur

Herkunftsbundesland:

Nielsen 3a:	26%
Nielsen 1:	23%
Nielsen 2	16%

n=1.182 | 15 Destinationen

Bisherige Aufenthalte:

im Bundesland:	
alle paar Jahre:	49%
1x:	17%
jährlich:	15%
Nie:	15%

n=1.781 | 15 Destinationen

In dieser Urlaubsregion:

nie:	33%
alle paar Jahre:	30%
1x:	24%

n=1.780 | 15 Destinationen

In diesem Ort/dieser Stadt:

nie:	47%
1x:	23%
alle paar Jahre:	20%

n=1.780 | 15 Destinationen

Jeder zweite Gast kommt aus Nielsen 1 oder 3a für eine Städtereise nach NRW. Anders als beim DestinationMonitor (Kapitel 3.1.1.3, Abb. 10) liegt der Anteil der Gäste aus Nielsen 2 (NRW) beim Qualitätsmonitor lediglich bei 16 Prozent (Destination Monitor: 32,1%). Die Ursache dieser Differenz liegt in der Grundgesamtheit der Erhebung. Der Destination Monitor erhebt nur das Reiseverhalten der Deutschen Urlauber, der Qualitätsmonitor aber auch ausländische Gäste.

Nordrhein-Westfalens Städte locken Neukunden an: Jeder Zweite (47%, \bar{x} 39%) war vorher noch nie in diesem Urlaubsort / -stadt. Entsprechend niedriger ist der Anteil der wiederkehrenden Gäste: Während über alle Urlaubsarten hinweg rund ein Fünftel der Gäste mindestens einmal pro Jahr ins Bundesland kommt, sind es bei den Städtereisenden nur 15 Prozent.

Information | Entscheidung | Buchung

Information

Information benötigt?

Ja:	76%
Nein:	24%

n=1.793 | 15 Destinationen

Informationen – Überblick:

Broschüren, Berichte u. Inserate:	56%
Internet:	53%
persönliche Empfehlungen:	37%

n=1.219 | 15 Destinationen, Mehrfachnennungen möglich

Info – Broschüren, Berichte u. Inserate:

Reiseliteratur / Reiseführer:	36%
-------------------------------	-----

n= :1.219 | 15 Destination

Info – Internet:

Homepage RMO, DMO:	26%
Homepage Unterkunft:	22%
Reiseportale / Online Travel Agencies:	11%

n=1.219 | 15 Destination

Städteurlauber in Nordrhein-Westfalen benötigen häufiger Informationen als der landesweite Durchschnitt der Gäste (Stadt 76%, \bar{x} 53%). Diese Informationen werden häufiger als durchschnittlich in Form von Broschüren, Berichten und Inseraten eingeholt (Stadt 56%, \bar{x} 43%). Das häufigste Printmedium für Informationen ist die Reiseliteratur/ der Reiseführer mit 36 Prozent.

Ungefähr jeder Zweite sucht Informationen zum Reiseziel im Internet (Stadt 53%, \bar{x} 56%) und legt großen Wert auf persönliche Empfehlungen / Auskünfte (Stadt 37%, \bar{x} 44%). Die häufigsten Homepages der Informationsbeschaffung für alle Reisenden und auch Städtetouristen in NRW sind die Websites der RMOs und DMOs (Stadt 26%, \bar{x} 27%), der Unterkünfte (Stadt 22%, \bar{x} 29%) und Reiseportale / Online Travel Agencies (Stadt und je \bar{x} 11%).

Besuchsgründe Top 10:

Sehenswürdigkeiten:	59%
Orts-, Stadtbild / Architektur:	44%
Kunst- und Kulturangebot:	33%
Empfehlung von Freunden / Bekannten:	26%
Atmosphäre / Flair:	23%
Gute Erfahrung in der Vergangenheit:	23%
Veranstaltungen u. Unterhaltungsangebot:	23%
Landschaft und Natur:	21%
Party / Nachtleben:	18%
Vielfalt & Qualität des Angebots:	18%

n=1.792 | 15 Destinationen, Mehrfachnennungen möglich

Städtetouristen entscheiden nach anderen Kriterien als der durchschnittliche Reisende in NRW. So sind, wenig überraschend, Sehenswürdigkeiten mit 59 Prozent (Ø 32%) und das Orts-, Stadtbild / Architektur mit 44 Prozent (Ø 26%) die wichtigsten Entscheidungsgründe für die Destinationsauswahl. Jeder Dritte Städtetourist entscheidet nach der angebotenen Kunst- und Kultur (Ø 15%) und 26 Prozent besuchen eine Stadt nach der Empfehlung von Freunden oder Bekannten (Ø 20%).

Überraschend ist, dass jeder Fünfte Stadurlauber Wert auf Landschaft und Natur legt (Ø 35%) und dieses Kriterium vor dem Nachtleben und der Vielfalt und Qualität des Angebots den achten Platz belegt. Entsprechend viele Städtereisende (vgl. Aktivitäten, S. 11, Kapitel: 3.1.1.2) unternehmen Ausflüge in die Region bzw. in das Umland während ihres Städteaufenthalts.

Buchung eines Pauschalarrangements?

Ja:	15%
Nein:	85%
n=1.794 15 Destinationen	



Buchungsstelle:

Direkt bei der Unterkunft:	54%
Internet-Reiseportal/Plattform:	31%
Reisebüro / Reiseveranstalter:	11%
n=1.704 15 Destinationen	

Buchungsweg:

Online-Buchung:	64%
Telefon:	17%
Persönlich vor Ort:	10%
n=1.674 15 Destinationen	

Ähnlich dem landesweiten Durchschnitt buchen 85 Prozent der Städtetouristen kein Pauschalreisearrangement, sondern buchen individuell (Ø 90%). Am häufigsten wird direkt bei der Unterkunft gebucht (Stadt 54%, Ø 60%), gefolgt von Internet-Reiseportalen/ Plattformen (Stadt 31%, Ø 21%).

Aufenthalt

Aufenthalt

Anreise:

PKW (auch gemietet):	61%
Bahn:	22%
Flugzeug:	7%
n=1.787 15 Destinationen	

Unterkunftsart:

Hotel / Hotel Garni:	62%
Jugendherbergen, Erholungsheime:	20%
Ferienwohnungen / Appartement / Privatquartier:	13%
n=1.794 15 Destinationen	

Städtetouristen in Nordrhein-Westfalen reisen zu 22 Prozent mit der Bahn an, und damit häufiger als der durchschnittliche Urlauber (18%). Das Flugzeug ist mit sieben Prozent die dritthäufigste Anreisemöglichkeit der Städtetouristen (In- und Ausland gesamt). Wird die Herkunft in In- und Ausland aufgeteilt, zeigt sich deutlich, dass die Ausländer häufiger mit dem Flugzeug anreisen (Ausländer 46%, n=555 | Deutsche 1%, n= 1.232). Im Vergleich dazu reist der durchschnittliche Gast lediglich zu drei Prozent mit dem Flugzeug an.

Die Unterkunftsart „Hotel / Hotel Garni“ ist bei den Städtereisenden und dem durchschnittlichen NRW-Urlauber die häufigste Unterkunftsart. Gäste in Städten übernachten jedoch weit aus häufiger im Hotel als der Durchschnitt (Stadt 62%, ø 42%).

Übernachtungen gesamt:

Bis zu 3 Nächte:	49%
4 bis 7 Nächte:	39%
8 bis 14 Nächte:	10%
n=1.787 15 Destinationen	

Übernachtungen in diesem Ort:

Bis zu 3 Nächte:	62%
4 bis 7 Nächte:	34%
8 bis 14 Nächte:	3%
n=1.786 15 Destinationen	

Urlaubsart:

Städte-Urlaub:	100%
Kultur-Urlaub:	34%
Besichtigungsreisen / Sightseeing:	31%
Besuch einer Veranstaltung/eines Events:	15%
Familien-Urlaub:	13%
n=804 - 1.794 15 Destinationen, Mehrfachnennungen möglich	

Städtetouristen übernachten insgesamt kürzer in NRW als der durchschnittliche Gast. Fast jeder Zweite Gast bleibt bis zu drei Nächte auf einer Städtereise (ø 36%), 39 Prozent zwischen vier und sieben Nächten (ø 40%) und jeder Zehnte zwischen acht und 14 Nächten (ø 11%).

Dass Städtetrips im häufigsten Fall Kurzreisen sind, bestätigt die Tabelle: Übernachtungen in diesem Ort. 62 Prozent der Gäste bleibt bis zu drei Nächten am selben Ort (ø 44%). Jeder Dritte bleibt zwischen vier Übernachtungen und einer Woche (ø 37%) und lediglich drei Prozent übernachten bis zu 14 Tage (ø 6%).

Die beliebtesten Urlaubsarten aller Gäste in Nordrhein-Westfalen sind der Städte-Urlaub (ø 30%) gefolgt vom Erholungsurlaub (ø 27%) und dem Familien-Urlaub (ø 19%).

Die Städtereisenden hingegen verbinden den Städtetrip oft mit Kultur-Urlaub (ø 14%) sowie Besichtigungsreisen / Sightseeing (ø 14%).

Aktivitäten Top 10:

Sehenswürdigkeiten besuchen:	81%
Ins Restaurant / Café gehen:	71%
Flanieren/Bummeln:	68%
Museen / Ausstellungen:	44%
Shopping (nicht Dinge des tägl. Bedarfs):	40%
Typische Speisen / Getränke genießen:	37%
Spazieren gehen:	33%
Bars / Diskotheken / Nachtleben:	28%
Ausflüge außerhalb d. Urlaubsortes:	28%
Stadtführungen:	26%

n=1.794 | 15 Destinationen, Mehrfachnennungen möglich

Egal ob Städtetourist oder alle Gäste in NRW, Aktivitäten wie der Besuch von Sehenswürdigkeiten (Stadt 81%, ø 52%), ein Restaurantbesuch (Stadt 71%, ø 73%) oder Flanieren / Bummeln (Stadt 68%, ø 62%) zählen zu den beliebtesten Aktivitäten der Gäste in Nordrhein-Westfalen. Mehr als jeder vierte Städteurlauber nutzt das Umland der Städte für Ausflüge.

Ausgaben vor Ort:

Unterkunft:	37 €
Essen und Getränke:	15 €
Einkauf sonstiger Waren:	10 €
Summe Individualreisende:	76 €

n=1.510 | 15 Destinationen

Ein Gast mit dem Ziel der Städtereise in NRW gibt in seinem Urlaub pro Tag und pro Kopf deutlich mehr aus als der durchschnittliche Urlauber (Stadt 76€, ø 64€).

Zufriedenheit | Empfehlung | Wiederbesuchsabsicht

Alle Angaben erfolgen in der Top-2-Box-Methode („äußerst begeistert“ und „begeistert“)

Zufriedenheit

Gesamtzufriedenheit:

Gesamtzufriedenheit:	92%
Öffnungszeiten insgesamt:	89%
Vielfalt & Qualität des Angebotes:	87%
Gastronomie insgesamt:	87%
Preis-Leistungs-Verhältnis:	85%
Unterkunft insgesamt:	82%

n=1.773-1.793 | 15 Destinationen

Top-Tw o-Box: „äußerst begeistert“ und „begeistert“

Vielfalt & Qualität des Angebotes:

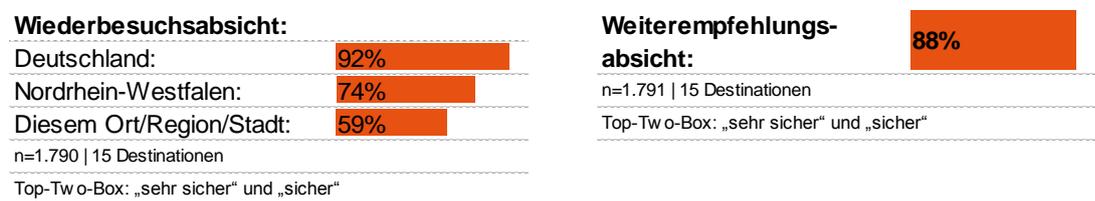
Sehenswürdigkeiten:	87%
Einkaufsmöglichkeiten:	86%
Flaniermeilen, Fußgängerzonen:	86%
Kunst-/Kulturangebot:	86%
Wellness-, Schönheits-, Kur und Gesundheitsangebot:	84%
Veranstaltungs- und Unterhaltungsangebot:	84%
Stadtführungen:	84%

n=211-1.788 | 15 Destinationen

Top-Tw o-Box: „äußerst begeistert“ und „begeistert“

Die Gesamtzufriedenheit der Städtereisenden und aller Gäste in NRW ist mit 92 Prozent (Top-Two-Box) sehr hoch. 84 Prozent der allgemeinen Urlauber in Nordrhein-Westfalen sind von der Vielfalt und der Qualität des Angebotes „äußerst begeistert“ oder „begeistert“. Am zufriedensten sind sie vor allem mit den erholenden und naturnahen Angeboten. Wellness-, Schönheits-, Kur und Gesundheitsangebote belegen mit 89 Prozent den ersten Rang in der Zufriedenheit, gefolgt von Spazier- / Wanderwegen (88%), Thermen oder Erlebnisbädern (86%) und Rad- und Mountainbikestrecken (84%).

Die Städtereisenden hingegen sind mit 87 Prozent noch zufriedener mit der Vielfalt und Qualität des Angebots als der Durchschnitt. Im Vergleich zu allen Gästen in NRW sind sie mit den „stadttypischen“ Angeboten besonders zufrieden. Die Sehenswürdigkeiten belegen mit einer Zufriedenheit von 87 Prozent den ersten Rang gefolgt von den Einkaufsmöglichkeiten, den Flaniermeilen / Fußgängerzonen und dem Kunst- / Kulturangebot mit jeweils 86 Prozent.



Mit 92 Prozent ist die Wiederbesuchsabsicht der Städtereisenden in NRW sehr hoch, jedoch unterhalb des Durchschnitts mit 95 Prozent. Auch der Wiederbesuch in NRW (Stadt 74%, ø 80%) sowie der Wiederbesuch gleichen Ortes/Stadt/Region (Stadt 59%, ø 65%) liegt unterhalb des Durchschnitts aller Urlaubsarten. Vor dem Hintergrund der Aussage „bisherige Aufenthalte“ (S. 14) zeigt sich, dass die Städtereisenden NRW / die Urlaubsregion / den Urlaubsort nur einmal besuchen (Besuche in der Urlaubsregion und Urlaubsort werden mit „bisher noch nie besucht“ mit 33 bzw. 47% angeführt) und mit höherer Wahrscheinlichkeit anschließend ein anderes Ziel wählen, oder die Region erst in einigen Jahren noch einmal aufsuchen (Besuch der Region/Ortes alle paar Jahre 30 bzw. 20%).

Die Weiterempfehlungsabsicht liegt mit 88 Prozent über dem landesweiten Durchschnitt von 82 Prozent.

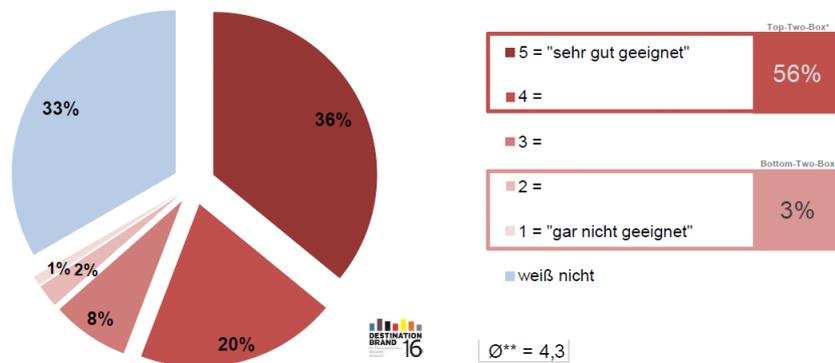
3.2 Eignung und Wettbewerbsposition

3.2.1 Destination Brand 16

3.2.1.1 Gestützte Themeneignung

Im Destination Brand 16 wurden verschiedene Themeneignungen abgefragt. Bei der gestützten Themeneignung erfolgte die Einschätzung nur durch Befragte, denen die Destination auch bekannt ist, wenn auch nur dem Namen nach. Dabei wurden den Befragten die Destinationsnamen vorgelegt („gestützte Themenkompetenz“). Die Eignungsbeurteilung erfolgte durch die Befragten anhand einer mehrstufigen Skala von „5 = die Destination ist sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“. Der prozentuale Anteil der Top-Two-Box Antworten (4 und 5) ergibt die jeweilige Themenkompetenz der Destination.

Abb. 12 Themeneignung Städtereisen - Nordrhein-Westfalen



Quelle: inspektour GmbH, 2016

* Mögliche Abweichungen von 1% zur Summe aus den Einzelwerten sind rundungstechnisch bedingt.
** Skalierung von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“

(inspektour GmbH, 2016)

Insgesamt halten 56 Prozent bzw. 31,6 Millionen der Deutschen Nordrhein-Westfalen für das Thema Städtereisen für „gut“ oder „sehr gut“ geeignet (Abb. 12). Nur rund 3 Prozent sprechen dem Bundesland nur wenig oder gar keine Themenkompetenz zu. Weitere 33 Prozent geben an, keine Aussage über das Angebot für Städtereisen in Nordrhein-Westfalen machen zu können. Somit hat jeder dritte ein unklares Bild von NRW als Destination für Städtereisen.

Abb. 13 Themeneignung Städtereisen Nordrhein-Westfalen nach Interesse und Erfahrung



Quelle: inspektour GmbH, 2016

(inspektour GmbH, 2016)

Neben der Eignungsbeurteilung durch die repräsentative Bevölkerung insgesamt wertet Destination Brand 16 auch die Themenkompetenz nach weiteren Teilgruppen aus. Zwei von drei Deutschen (66%) sind an dem Thema Städtereisen im Urlaub interessiert (vgl. Abb. 2). Rund 63 Prozent dieser Interessenten halten Nordrhein-Westfalen für eine Städtereise „gut“ oder „sehr gut“ geeignet. Abb. 13 zeigt, steigt die zugesprochene Themenkompetenz mit der Destinationserfahrung. Das bedeutet, dass diejenigen, die schon einmal Nordrhein-Westfalen be-

reist haben, die Themeneignung deutlich höher einschätzen, in diesem Fall mit 85 Prozent („Besucher in der Vergangenheit“).

Zusammenfassend lässt sich sagen, je höher das Produktinteresse und die Produkt- bzw. Destinationskenntnis, desto besser wird Nordrhein-Westfalen bewertet. Die Erfahrung mit der Destination spielt dabei jedoch die wichtigere Rolle - die Bewertung durch die Themen-Interessenten ohne Destinationserfahrung liegt deutlich unterhalb der Bewertung durch die Gruppe mit Destinationserfahrung (unabhängig vom Themeninteresse).

Abb. 14 Themeneignung Städtereisen Nordrhein-Westfalen nach Nielsen-Gebieten

Spezialthemen - Teil 2 von 2	Gesamt	Herkunft differenziert nach Nielsen-Gebieten								Signifikanz* (Kruskal-Wallis-Test)
		N I	N II	N IIIa	N IIIb**	N IV	N V**	N VI**	N VII	
Städtereise	56%	48%	76%	64%	46%	51%	51%	52%	43%	sig.

Nielsen 1:	Hamburg Bremen Schleswig-Holstein Niedersachsen
Nielsen 2:	Nordrhein- Westfalen
Nielsen 3a:	Hessen Rheinland-Pfalz Saarland
Nielsen 3b:	Baden-Württemberg
Nielsen 4:	Bayern
Nielsen 5:	Berlin
Nielsen 6:	Mecklenburg- Vorpommern Brandenburg Sachsen-Anhalt
Nielsen 7:	Thüringen Sachsen

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

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

Quelle: Inspektour GmbH, 2016

(inspektour GmbH, 2016)

Je höher die Kenntnis der Destination, desto höher wird die Themenkompetenz bewertet. So ist es nicht überraschend, dass die Befragten aus Nordrhein-Westfalen dem eigenen Bundesland mit 76 Prozent die mit Abstand höchste Eignung für Städtereisen zusprechen (Abb. 14). Die Themeneignung wird von den Befragten aus den übrigen Nielsengebieten mit mindestens 43 Prozent recht positiv eingeschätzt. Das angrenzende Nielsen-Gebiet 3a (Hessen, Rheinland-Pfalz und das Saarland) bewerten die Themeneignung NRWs mit 64 Prozent überdurchschnittlich hoch. Die östlichen und südlichen Bundesländer bewerten knapp unter dem Durchschnitt.

3.2.1.2 Konkurrenzvergleich

Im DestinationBrand wurde ein Konkurrenzvergleich auf Basis der Themeninteressierten durchgeführt d.h. es wurde nur diejenigen befragt, die ein ausgeprägtes Interesse an einer Städtereise haben. Nordrhein-Westfalen erreichte im Konkurrenzvergleich den 14. Rang mit 63 Prozent. Köln und Düsseldorf finden sich in den Top 10 der deutschen Destinationen und belegten die Plätze vier und neun. Das Ruhrgebiet, Bonn, Aachen, Essen, Oberhausen und die Bergischen Drei sind ebenfalls im Ranking vertreten (vgl. Abb. 15).

Abb. 15 Konkurrenzanalyse zur gestützten Themeneignung der Themeninteressierten

DESTINATION BRAND 16		„Städtereise“		Basis: Themen-Interessierten		
Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)						
Ranking der Kategorie 2: Alle untersuchten Destinationen (Ø = 44%)						
1	München	26	Aachen	51	Worms	
2	Berlin	27	Mainz	52	Wolfsburg	
3	Hamburg	28	Karlsruhe	53	Stadt Oberhausen in NRW	
4	Köln	29	Bamberg	54	Mecklenburg-Vorpommern	
5	Dresden	30	Wiesbaden	55	Saarland	
6	Frankfurt am Main	31	Schwerin	56	Osnabrück	
7	Potsdam	32	Bayreuth	57	Görlitz	
8	Bayern	33	Württemberg	58	Harz	
9	Düsseldorf	69%	34	Mannheim	59	Dessau
10	Leipzig		35	Freiburg im Breisgau	60	Celle
11	Stuttgart		36	Rothenburg ob der Tauber	61	Taunus
12	Nürnberg		37	Thüringen	62	Rüdesheim und Assmannshausen
13	Lübeck		38	Essen	63	Rhein Hessen
14	Nordrhein-Westfalen	63%	39	Rostock-Warnemünde	64	Sächsisches Elbland
15	Bremen		40	Kassel	65	Lüneburger Heide
16	Weimar Kulturstadt Europas		41	Rheinland-Pfalz	66	Weserbergland
17	Ruhrgebiet	60%	42	Magdeburg	67	Rhön
18	Hannover		43	Niedersachsen	68	Saale-Unstrut
19	Regensburg		44	Franken	69	Westerwald
20	Sachsen		45	Brandenburg	70	Odenwald
21	Kiel		46	Ostsee Schleswig-Holstein	71	Die Bergischen Drei
22	Trier		47	Saarbrücken	72	Braunschweiger Land
23	Hessen		48	Schleswig-Holstein	73	Lahntal
24	Bonn		49	Lüneburg	74	GrimmHeimat NordHessen
25	Erfurt		50	Baden	75	Vogelsberg

Quelle: inspektour GmbH, 2016

► Anmerkung: Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2016

(inspektour GmbH, 2016)

3.2.1.3 Ungestützte Themeneignung

Bei der ungestützten Themeneignung (Top of Mind) wurden die Probanden gebeten sich vorzustellen, dass sie eine „Städtereise“ machen wollen. Ohne Antwortvorgabe (d.h. Top of Mind, ungestützte Abfrage) wurden sie befragt, welche Urlaubsziele innerhalb Deutschlands sie hierfür für besonders geeignet halten (bis zu drei Nennungen).

14,2 Prozent der Befragten sprechen Köln eine hohe Themeneignung für Städtereisen zu. Düsseldorf belegt mit 2,9 Prozent hinter Stuttgart als zehnte Stadt den Rang der Top 10 Destinationen der Themeneignung „Städtereisen“.

Abb. 16 Themeneignung Top of Mind Städtereisen in Nordrhein-Westfalen Themeninteressierten

DESTINATION BRAND 16		Themeneignung Top of Mind „Städtereise“: Top 10 Destinationen		
		% der Befragten*	% der Nennungen	Anzahl der Nennungen
1	Berlin	63,5%	23,9%	305
2	Hamburg	59,2%	22,3%	284
3	München	43,5%	16,4%	209
4	Dresden	17,3%	6,5%	83
5	Köln	14,2%	5,3%	68
6	Leipzig	4,8%	1,8%	23
7	Frankfurt	4,0%	1,5%	19
8	Freiburg (14) / Freiburg im Breisgau (1)	3,1%	1,2%	15
8	Stuttgart	3,1%	1,2%	15
10	Düsseldorf	2,9%	1,1%	14

* Mehrfachnennungen möglich.

Quelle: inspektour GmbH, 2016

(inspektour GmbH, 2016)

4. Literaturverzeichnis

dwif Consulting GmbH, 2013-2014. *Qualitätsmonitor Deutschland Tourismus*, s.l.: s.n.

GfK, 2017. *GfK DestinationMonitor Deutschland*, s.l.: s.n.

inspektour GmbH, 2016. *DestinationBrand16*, s.l.: s.n.

Statista, 2017. *Städtetourismus Statista Dossier*, s.l.: s.n.

5. Impressum und Ansprechpartner

Herausgeber

Tourismus NRW e.V.
Völklinger Str. 4
D-40219 Düsseldorf

Tel: 0211/913 20 500
Fax: 0211/913 20 555

info@nrw-tourismus.de
www.dein-nrw.de
www.touristiker-nrw.de

Vertretungsberechtigter Vorstand: Olaf Offers
Geschäftsführung: Dr. Heike Döll-König

Amtsgericht Düsseldorf
Vereinsregisternummer: VR 10493

Verantwortlicher gem. § 55 Abs. 2 Rundfunk-
staatsvertrag: Markus Delcuve, Völklinger
Str. 4, 40219 Düsseldorf

Redaktion: Ann-Christin Ingenlath, Christian
Stühning

Gestaltung: Ann-Christin Ingenlath

Ihre Ansprechpartner der Tourismus NRW Marktforschung:

Teamleiter Marktentwicklung &
Innovationsmanagement

Christian Stühning

Tel.: 0211/91320-545

E-Mail: stuehring@nrw-tourismus.de

Assistentin Marktforschung |
Projektassistentin Innovationswerkstatt

Ann-Christin Ingenlath

Tel.: 0211/91320-540

E-Mail: ingenlath@nrw-tourismus.de