



BRANDENBURG

MARKTFORSCHUNGSNEWS BRANDENBURG

Stand: Nov. 2018

Urlaubsreiseverhalten der Brandenburg-Urlauber 2017

Der GfK DestinationMonitor Deutschland erfasst private und geschäftliche Reisen der **deutschsprachigen Wohnbevölkerung**. Dabei werden Reisen unabhängig von der gewählten Unterkunftsart ab einer Distanz von 50 km zwischen dem Wohnort des Reisenden und dem Zielort der Reise erfasst. Die gewonnenen Daten sind repräsentativ für die deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 0 Jahren (74,0 Mio. Personen). Neben den klassischen touristischen Volumenkenntzahlen wie Reisen und Übernachtungen, lassen sich außerdem Rückschlüsse auf das Urlaubsreiseverhalten der Brandenburg-Urlauber mit mindestens einer Übernachtung (= Urlaubsreisen ab zwei Tagen Dauer) ziehen.

Wer ist der Brandenburg-Urlauber?

Die nachfolgenden Beschreibungen beziehen sich auf inländische Gäste, die eine Urlaubsreise ab zwei Tagen Dauer nach Brandenburg unternommen haben. Die angegebenen Werte geben Rückschlüsse auf das Jahr 2017 und werden stellenweise in Bezug zur Entwicklung der Vorjahre gesetzt.

SOZIODEMOGRAPHIE UND QUELLMÄRKTE

- Durchschnittsalter: 49,2 Jahre
- jeder zweite Besucher mit höherem Bildungsabschluss (Abitur, Hochschulabschluss)
- zwei Drittel der Reisenden verfügen über mittleres bis hohes Haushaltsnettoeinkommen
- wichtigste Inlands-Quellmärkte: Berlin (22%), Sachsen (19%) und Brandenburg (12%)

Geschlecht: Im Jahr 2017 waren 52 Prozent der Brandenburg-Urlauber weiblich und 48 Prozent männlich. Damit liegt Brandenburg voll im bundesdeutschen Durchschnitt.

Alter: Der Altersdurchschnitt der Urlaubsgäste in Brandenburg lag 2017 bei 49,2 Jahren, womit Brandenburg leicht über dem bundesdeutschen Durchschnitt von 47,6 Jahren liegt. Gleichzeitig hat sich der Altersdurchschnitt seit 2014 um 2,6 Jahre erhöht. Die Brandenburg-Urlauber sind also etwas älter geworden. Dies lässt sich auch aus der Altersverteilung der Brandenburg-Urlauber herauslesen. So sind deutliche Verluste von 7 Prozentpunkten in der mittleren Alterskohorte der 35-49-jährigen seit 2014 feststellbar. Dazu passend hat auch die Kohorte der bis 14-jährigen um 5 Prozentpunkte abgenommen. Gleichzeitig hat der Anteil der über 49-jährigen seit 2014 deutlich hinzugewonnen (+11 Prozentpunkte). Im bundesdeutschen Vergleich sind lediglich erwähnenswerte Abweichungen in den Kategorien der



BRANDENBURG

35-49-jährigen und der 50-64-jährigen feststellbar. Erstere sind um 5 Prozentpunkte weniger stark präsent als im Bundesmittel, während letztere um 5 Prozentpunkte stärker vertreten sind.

Schulbildung: Der Brandenburg-Urlauber ist generell etwas höher formalgebildet, als es der bundesdeutsche Urlauber im Allgemeinen ist. So verfügen 43 Prozent der Brandenburg-Urlauber über einen Hochschulabschluss (+5 Prozentpunkte im Vergleich zum Bundesmittel) und lediglich 15 Prozent nur über einen Haupt- oder Volksschulabschluss (-4 Prozentpunkte). Gegenüber 2014 hat vor allem die Anzahl der Besucher mit Hochschulabschluss zugenommen (+4 Prozentpunkte). Hinsichtlich der Berufe der Besucher lassen sich keine deutlichen Abweichungen vom Bundesmittel feststellen. Die meisten Gäste sind Angestellte (36 Prozent) oder Rentner (27 Prozent).

Zwei Drittel der Reisenden verfügen über ein mittleres (2.250,- bis 3.249 Euro) bis hohes (3.250,- Euro und mehr) **Haushaltsnettoeinkommen**. Im Vergleich zum Bundesmittel lässt sich ein leicht niedrigeres Einkommensniveau bei den Brandenburg-Gästen festhalten. So ist der Anteil der Haushalte mit einem Haushaltsnettoeinkommen bis 2.249,- Euro mit 32 Prozent um 4 Prozentpunkte höher als im Bundesmittel, während die Haushalte ab 3.250,- Euro Einkommen mit 38 Prozent Anteil um 5 Prozentpunkte unter dem Schnitt liegen. Positiv lässt sich hier bewerten, dass es seit 2014 zu einem Rückgang (-4 Prozentpunkte) beim Besucheranteil aus der niedrigsten Einkommenskategorie (unter 1.750,- Euro) gekommen ist, welche sich 2017 relativ gleichmäßig auf die höheren Kategorien verteilen.

Hinsichtlich der **Haushaltsgröße** lassen sich gegenüber 2014 deutliche Veränderungen feststellen. So haben insbesondere die Urlauber aus 4- und mehr Personenhaushalten deutlich an Bedeutung für Brandenburg verloren. Die Zahl dieser sank um 12 Prozentpunkte auf noch 18 Prozent im Jahr 2017. Gleichzeitig ist ein starkes Wachstum bei den 2-Personenhaushalten zu konstatieren. Diese stiegen gegenüber 2014 um 12 Prozentpunkte auf nunmehr 48 Prozent an. Genau diese beiden Kategorien sind es auch, die im Jahr 2017 signifikant vom Bundesmittel abweichen. Während die 4- und mehr Personenhaushalte 5 Prozentpunkte unter dem Bundesmittel von 23 Prozent liegen, liegen die 2-Personenhaushalte 5 Prozentpunkte über dem Bundesmittel von 43 Prozent. Durch die geringere Haushaltsgröße relativiert sich auch das im Bundesvergleich geringere Haushaltsnettoeinkommen der Brandenburg- Urlauber (siehe oben).

Internetzugang und -nutzung: Es verfügen 94 Prozent der Brandenburg-Urlauber über einen Internetzugang. Dies entspricht dem nationalen Durchschnitt. 47 Prozent der Urlauber nutzen das Internet täglich, 27 Prozent wenigstens einmal oder mehrfach pro Woche und 25 Prozent seltener oder nie.

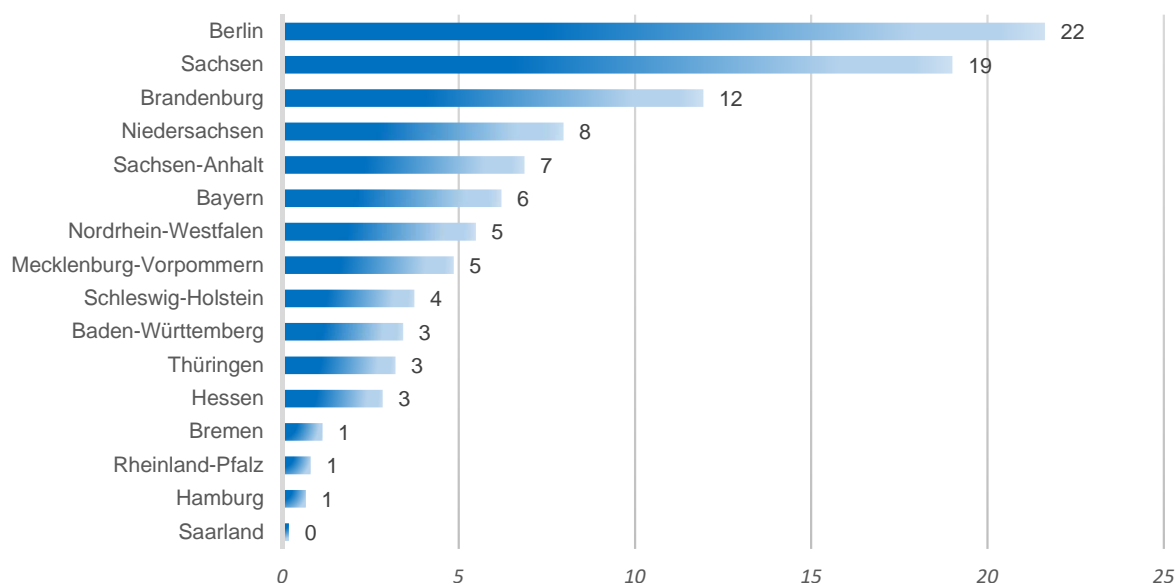


BRANDENBURG

Interessant ist auch der Blick auf die **Ortsgröße der Herkunftsorte** der Brandenburg-Urlauber. So kommen diese auffällig oft aus Großstädten über 500.000 Einwohner (35 Prozent gegenüber 17 Prozent im Bundesmittel) und dafür deutlich weniger oft aus Orten unter 100.000 Einwohnern (53 Prozent gegenüber 68 Prozent im Bundesmittel).

Einer der Gründe ist klar in den **Quellmärkten** Brandenburgs bei Urlaubsreisen zu finden. So ist Berlin mit 22 Prozent der wichtigste Quellmarkt Brandenburgs, noch vor Sachsen mit 19 Prozent und Brandenburg selbst mit 12 Prozent; es folgen mit deutlicherem Abstand Niedersachsen (8%), Sachsen-Anhalt (7%) und Bayern (6%). Insgesamt sind die bedeutendsten Quellmärkte allesamt in den ostdeutschen Bundesländern (Anteil insgesamt 68%) zu finden. Lediglich Bremen erreicht unter allen westdeutschen Bundesländern eine überproportionale Ausschöpfungsquote (Besucheranteil im Verhältnis zur Einwohnerzahl des Quellmarktes). Besonders in den großen westdeutschen Flächenbundesländern (Bayern, Baden-Württemberg, Hessen, Niedersachsen und Nordrhein-Westfalen) ist die Ausschöpfungsquote sehr gering. Hier besteht noch deutliches Potential.

Quellmärkte inländischer Urlaubsreisen in Brandenburg 2017 (Anteilswerte in %)



Basis: Inländische Urlaubsreisen ab zwei Tagen Dauer nach Brandenburg 2017, in %; Quellmarkt (Bezug Reiseteilnehmer)
Quelle: GfK DestinationMonitor Deutschland, 2018



Das Verhalten der Brandenburg-Urlauber vor der Reise

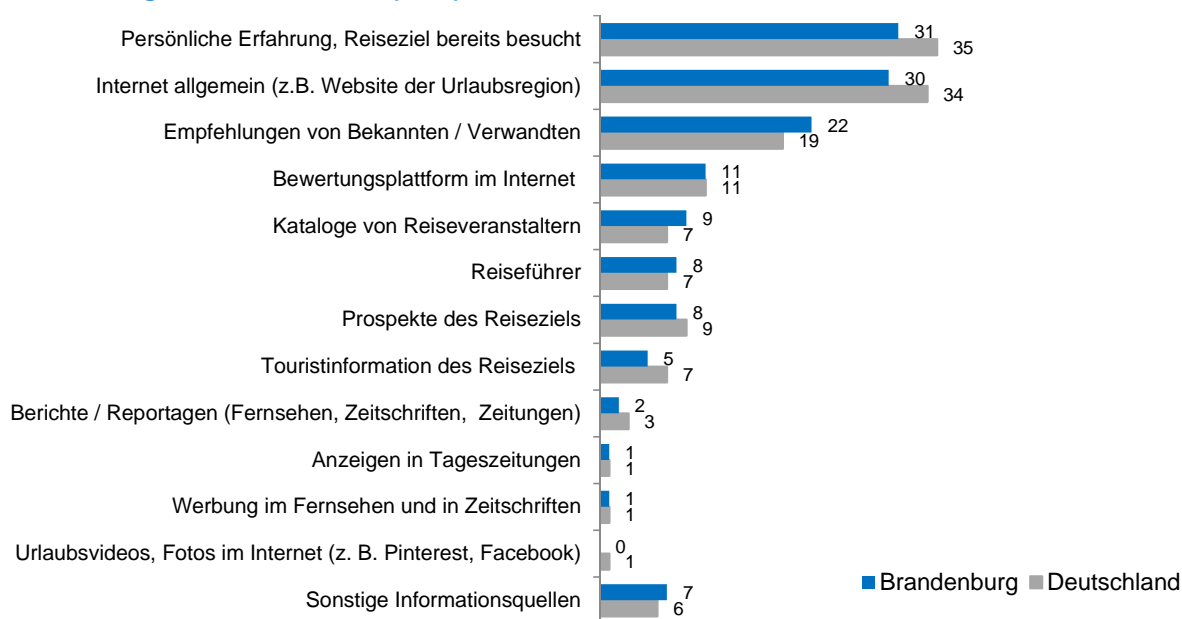
Die nachfolgenden Beschreibungen beziehen sich auf inländische Gäste, die eine Urlaubsreise ab zwei Tagen Dauer nach Brandenburg unternommen haben. Die angegebenen Werte geben Rückschlüsse auf das Jahr 2017 und werden stellenweise in Bezug zur Entwicklung der Vorjahre gesetzt.

REISEORGANISATION

- „persönliche Erfahrung“ und "Internet" sind die wichtigsten Informationsquellen
- bei 70% der Reisen wird mindestens eine Leistung vorab gebucht
- wichtigstes Buchungsmedium ist "Internet / Online"
- knapp sechs von zehn Reisen werden direkt beim Leistungsträger gebucht

Werden Leistungen vom Brandenburg-Urlauber im Vorfeld der Reise gebucht, so informiert er sich hierzu über zahlreiche Kanäle. Die „persönliche Erfahrung“ mit dem Urlaubsland Brandenburg ist dabei die wichtigste **Informationsquelle** der Brandenburg-Urlauber 2017. Dies geben immerhin 31 Prozent der Befragten an. Es folgen das „Internet allgemein (z.B. Website der Urlaubsregion / Reiseforen)“ (30 Prozent), „Empfehlungen von Bekannten / Verwandten“ (22 Prozent) sowie „Bewertungsplattformen im Internet“ (11 Prozent). Besonders auffällige Unterschiede zum Bundesdurchschnitt sind nicht festzustellen. Gegenüber dem Vorjahr gewinnt vor allem die Kategorie der persönlichen Erfahrungen mit Brandenburg (+7 Prozentpunkte). Die größten Verluste mussten „Berichte / Reportagen im Fernsehen“ (-5 Prozentpunkte) und das Internet allgemein (-5 Prozentpunkte) hinnehmen.

Informationsquellen für Urlaubsreisen der Inländer bei vorabgebuchten Leistungen in Brandenburg und Deutschland (in %)



Basis: Inländische Urlaubsreisen ab zwei Tagen Dauer nach Brandenburg 2017 (n=max. 915; 1,6 Mio.), in %; Mehrfachantworten möglich; Informationsquellen bei vorabgebuchten Leistungen
Quelle: GfK DestinationMonitor Deutschland, 2018



BRANDENBURG

Reiseorganisation und Buchungsfristen: Der Brandenburg-Urlauber bucht im Vergleich zum Bundesschnitt auffällig oft gar nicht vor (30 Prozent zu 20 Prozent). Buchungen von 4 Monaten oder länger vor Reiseantritt haben seit 2014 um 9 Prozentpunkte passend dazu ebenfalls eingebüßt und lagen 2017 mit 26 Prozent 10 Prozentpunkte unter dem Bundesdurchschnitt.

Hinsichtlich der **Buchungsstellen** bei vorabgebuchten Leistungen ist auch 2017 das Gros der Buchungen über die Direktbuchung beim Leistungsträger erfolgt (61 Prozent). Es folgen Reiseportale im Internet (14 Prozent) und Reisebüros und Reiseveranstalter (14 Prozent). Die einzige wirklich nennenswerte Abweichung zu 2016 kann im Bereich der Reisebüros und Reiseveranstalter festgestellt werden (-5 Prozentpunkte). Allerdings hatten diese 2016 mit 19 Prozent auch den höchsten Wert im 5-Jahresvergleich erreicht. Weitere Veränderungen sind seit 2012 im Bereich der Buchungsstellen nicht erkennbar. Größere Abweichungen vom Bundesschnitt ebenso wenig.

Das wichtigste **Buchungsmedium** in 2017 war das Internet/ Online (48 Prozent), es folgte die Telefon/ Telefax/ E-Mail-Buchung (39 Prozent). Seit 2012 hat sich das Verhältnis beider Kanäle umgekehrt.

Reiseorganisation für Urlaubsreisen der Inländer bei vorabgebuchten Leistungen in Brandenburg und Deutschland (in %)

Anteil der Reisen (in %)	Brandenburg (1,6 Mio.)	Deutschland (58,2 Mio.)
Reiseorganisation		
Keine Vorabbuchungen	30	20
Einzelplatzbuchungen (z.B. Unterkunft, Transport)	48	55
Bausteinreise	18	20
Pauschalreise	4	5
Buchungsfristen		
Weniger als 4 Wochen vor Reisebeginn	23	20
1 bis unter 2 Monate vor Reisebeginn	22	19
2 bis unter 3 Monate vor Reisebeginn	15	14
3 bis unter 4 Monate vor Reisebeginn	13	11
4 Monate oder länger vor Reisebeginn	26	36
Buchungsstellen		
Direkt beim Leistungsträger	61	64
Reiseportal im Internet	14	17
Reisebüro, Reiseveranstalter	14	12
Touristinformation des Reiseziels	2	2
Versandhandel / Einzelhandel, Verlag / Zeitung	2	1
Verein / Verband, Schule, Kirche	5	6
Sonstige Buchungsstelle	10	13
Buchungsmedien		
Telefon / Telefax / E-Mail	39	42
Internet / Online	48	50
Buchungsstelle / Anbieter persönlich aufgesucht	14	11
Sonstiges Buchungsmedium	8	9

Lesehilfe: Abweichungen vom Bundesdurchschnitt von mind. 5 Prozentpunkten wurden **fett** hervorgehoben
 Basis: Inländische Urlaubsreisen ab 2 Tagen Dauer nach Brandenburg 2017 (n=max. 915; 1,6 Mio.), in %; Mehrfachantworten möglich;
 Buchungsfristen, Buchungsstellen und Buchungsmedien bei vorabgebuchten Leistungen
 Quelle: GfK DestinationMonitor Deutschland, 2018



BRANDENBURG

Das Verhalten der Brandenburg-Urlauber während der Reise

Die nachfolgenden Beschreibungen beziehen sich auf inländische Gäste, die eine Urlaubsreise ab zwei Tagen Dauer nach Brandenburg unternommen haben. Die angegebenen Werte geben Rückschlüsse auf das Jahr 2017 und werden stellenweise in Bezug zur Entwicklung der Vorjahre gesetzt.

REISEDAUER, -ZEITRAUM UND -GRUPPENGROÖÙE

- kürzere Urlaubsreisen (bis zu 3 Nächte) dominieren
- wichtigste Reisemonate sind Juli (17%), August und Oktober (je 13%)
- 2-Personenreisen beliebt mit steigender Tendenz

Reisedauer:

In Brandenburg dominieren kürzere Urlaubsreisen. Im Jahr 2017 machten Reisen mit bis zu 3 Nächten 60 Prozent aller inländischen Urlaubsreisen aus (-1 Prozentpunkt gegenüber 2016). Dies sind 9 Prozentpunkte mehr als im Bundesdurchschnitt. Von den restlichen 40 Prozent entfielen 2017 35 Prozent auf eine Reise mit bis zu 9 Nächten. Länger als 10 Nächte fielen folglich nur 5 Prozent der Urlaubsreisen aus.

Reisemonate:

Vom Reisevolumen her sind die Monate Juli (17 Prozent), August und Oktober (je 13 Prozent) in 2017 die wichtigsten Reisemonate gewesen. Im Vergleich zu 2014 gewann dabei insbesondere der Juli hinzu (+4 Prozentpunkte). Im Bundesvergleich schneidet insbesondere der Dezember schwach ab (Brandenburg = 1 Prozent; Deutschland = 6 Prozent). Im Januar und Februar wiederum liegt der Anteil mit je 4 Prozent wiederum leicht über dem Bundesschnitt (je 3 Prozent). Zudem haben die beiden Monate im Vergleich zu 2014 jeweils anteilig leicht zugelegt (Januar + 2 Prozentpunkte, Februar + 1 Prozentpunkt).

Reisegruppengröße:

Wird die Reisegruppengröße betrachtet, so haben 2-Personenreisen mit 51 Prozent in 2017 den größten Anteil an allen Urlaubsreisen. Es folgen Gruppengrößen von 4 oder mehr Personen (31 Prozent). Gegenüber dem Vorjahr gewinnen insbesondere die 2-Personenreisen (+4 Prozentpunkte), während Gruppenreisen mit 3 oder mehr Personen verlieren (-5 Prozentpunkte). Im Vergleich zum Bundesschnitt sind die Gruppengrößen in Brandenburg tendenziell kleiner.



REISEPRODUKT

- Anreise überwiegend im PKW (78%); Bahn (9%), Bus (6%)
- Hotel beliebteste Unterkunftsart (41%) mit steigender Tendenz
- Übernachtungen in 3-Sterne-Häusern (40%) und 4- bis 5-Sterne-Häusern (39%) markant
- die Hälfte aller Urlaubsreisen wird mit Frühstück gebucht (49%)

Hauptverkehrsmittel zur Anreise:

Die Anreise nach Brandenburg geschieht, wie auch im Bundesschnitt, in den allermeisten Fällen (78 Prozent) mit dem PKW. Es folgen Bus und Bahn (15 Prozent kombiniert) und letztlich das Wohnmobil / der Wohnwagen (2 Prozent). Flugreisen spielen keine Rolle. Diese Werte entsprechen im Wesentlichen dem Bundestrend. Veränderungen gegenüber 2016 sind minimal. Jedoch konnte die Bahn mit 3 Prozentpunkten eine leichte Steigerung gegenüber 2014 erfahren.

Unterkunftsart:

Die meistgewählte Unterkunftsart der Brandenburg-Urlauber stellten 2017 Hotels dar (41 Prozent; +4 Prozentpunkte zum Vorjahr). Es folgten private Unterkünfte / bei Verwandten oder Bekannten / eigene Immobilie (13 Prozent; + 2 Prozentpunkte), gemietete Ferienwohnungen oder -häuser (12 Prozent; -3 Prozentpunkte) sowie sonstige Unterkünfte, wie z.B. Bauernhöfe, Jugendherbergen und Schiffe/ Hausboote (12 Prozent; +1 Prozentpunkt). In der längeren Zeitreihe sticht der in 2017 besonders niedrige Wert im Bereich von Ferienhäusern und -wohnungen heraus, der mit Abstand der niedrigste Wert im Vergleich der letzten fünf Jahre ist. Geringere Anteile hatten 2017 Wohnmobile, -wagen und Zelte (9 Prozent; -5 Prozentpunkte), Appartement-, Bungalow- und Clubanlagen (7 Prozent; -1 Prozentpunkt) sowie Pensionen (5 Prozent; + 1 Prozentpunkt). Werden diese Werte mit dem bundesdeutschen Durchschnitt verglichen, so kommt es insbesondere im Bereich der gemieteten Ferienhäuser und -wohnungen zu deutlichen Abweichungen (Brandenburg = 12 Prozent; Deutschland = 23 Prozent). Auch im Bereich der Hotels kann eine solche Abweichung festgehalten werden (Brandenburg = 41 Prozent; Deutschland = 47 Prozent). Dafür liegt Brandenburg in weiteren Kategorien deutlich über dem Durchschnitt (siehe Tabelle).

Unterkunftskategorien - Hotelsterne:

Werden die Unterkunfts-kategorien betrachtet, so dominierten 2017 in Brandenburg 3-Sterne-Häuser (40 Prozent) und 4- bis 5-Sterne-Häuser (39 Prozent). Bis maximal 2-Sterne-Unterkünfte machten gerade einmal 21 Prozent der Urlaubsreisen aus. Während diese Zahlen dem bundesdeutschen Durchschnitt entsprechen, offenbart der Vergleich mit dem Jahr 2014 einen Anstieg der 4-5-Sterne-Häuser um 10 Prozentpunkte, während 3-Sterne-Häuser 5 Prozentpunkte verlieren, wie auch die Kategorien mit 2 Sternen oder weniger.



BRANDENBURG

Verpflegung:

Hinsichtlich der Verpflegung war 2017 die beliebteste Buchung jene mit Frühstück (49 Prozent; -3 Prozentpunkte im Vergleich zu 2014). Es folgten Halbpension (35 Prozent; + 4 Prozentpunkte zu 2014). Ein deutlich kleinerer Anteil (16 Prozent; +/- 0 Prozentpunkte zu 2014) buchte eine Unterkunft ohne jedwede Verpflegung. Im Vergleich zum Bundesdurchschnitt buchten deutlich weniger Gäste nur das Frühstück (-6 Prozentpunkte zu 2014) und mehr Gäste wenigstens Halbpension (+4 Prozentpunkte zu 2014).

Unterkunft und Verpflegung bei Urlaubsreisen der Inländer in Brandenburg und Deutschland (in %)

Anteil der Reisen (in %)	Brandenburg (1,6 Mio.)	Deutschland (58,2 Mio.)
Unterkunftsart		
Hotel inkl. Gasthof, Motel, Lodge	41	47
Pension	5	5
Appartement-, Bungalow-, Clubanlage	7	3
Ferienwohnung, Ferienhaus	12	23
Eigene Immobilie, privat bei Bekannten	13	9
Wohnmobil, Wohnwagen, Zelt	9	7
Sonstige Unterkunftsart	12	6
Unterkunftskategorie		
Kein Stern	12	11
1 oder 2 Sterne	9	8
3 Sterne	40	43
4 oder 5 Sterne	39	38
Verpflegungsart		
Keine Verpflegung	16	13
Frühstück	49	55
Halbpension	26	23
Vollpension	7	5
All Inclusive	2	3

Lesehilfe: Abweichungen vom Bundesdurchschnitt von mind. 5 Prozentpunkten wurden **fett** hervorgehoben
Basis: Inländische Urlaubsreisen ab 2 Tagen Dauer nach Brandenburg 2017 (n=max. 915; 1,6 Mio.), in %; Mehrfachantworten möglich;
Unterkunftsart, Unterkunftsart und Verpflegungsart
Quelle: GfK DestinationMonitor Deutschland, 2018



BRANDENBURG

REISECHARAKTER, -ANLÄSSE UND AKTIVITÄTEN

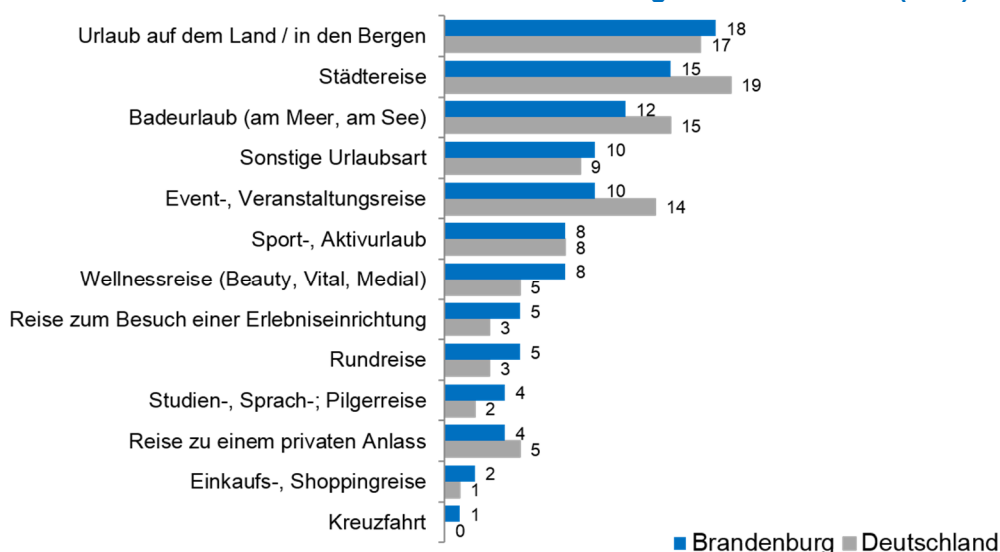
- Reisen mit naturbezogenen Anlässen bzw. Aktivitäten (70%) prägend und überdurchschnittlich
- Urlaub auf dem Land (18%) dominierend; Städtereisen (15%) und Badeurlaub (12%)
- Wichtigste Urlaubsaktivitäten nach wie vor Aufenthalt in der Natur (59%) sowie Besuch kultureller und historischer Sehenswürdigkeiten (52%)
- Aktivitäten am/im/auf dem Wasser deutlich überdurchschnittlich und mit Platz 6 im Bundeslandvergleich der beste Rang bezogen auf alle untersuchten Aktivitäten in Brandenburg

Reisecharakter:

Bei 70 Prozent der Urlaubsgäste in Brandenburg hatte die Reise 2017 einen naturbezogenen Charakter. Die Befragten gaben demnach an, dass die Natur der Hauptanlass der Reise war und / oder naturnahe Aktivitäten während des Urlaubes unternommen wurden. Dies ist zwar immer noch ein sehr hoher Wert, allerdings lag der Anteil 2016 noch um 9 Prozentpunkte höher. Knapp jede zweite Urlaubsreise (48 Prozent) hatte wiederum einen kulturellen Charakter. Dieser Wert nahm im Vorjahresvergleich wiederum um 6 Prozentpunkte zu, liegt aber im Bundesvergleich immer noch deutlich unter dem Durchschnitt (-9 Prozentpunkte). Bei jeder vierten Reise (20 Prozent) handelte es sich um eine Familienreise (-5 Prozentpunkte im Bundesvergleich), bei 4 Prozent um eine Jugendreise (-1 Prozentpunkt im Bundesvergleich)).

Wichtigster **Hauptreiseanlass** 2017 war Urlaub auf dem Land / in den Bergen mit 18 Prozent (+1 Prozentpunkt gegenüber 2016). Es folgen die Städtereise mit 15 Prozent (+/- 0 Prozentpunkte) und Badeurlaub (am Meer / am See) mit 12 Prozent (-4 Prozentpunkte). Die übrigen Urlaubsarten nehmen eine geringere Bedeutung ein (siehe Abbildung).

Hauptreiseanlässe für Urlaubsreisen der Inländer in Brandenburg und Deutschland (in %)



Basis: Inländische Urlaubsreisen ab 2 Tagen Dauer nach Brandenburg 2017 (n=max. 915; 1,6 Mio.), in %; Abweichungen sind rundungsbedingt;
Quelle: GfK DestinationMonitor Deutschland, 2018



BRANDENBURG

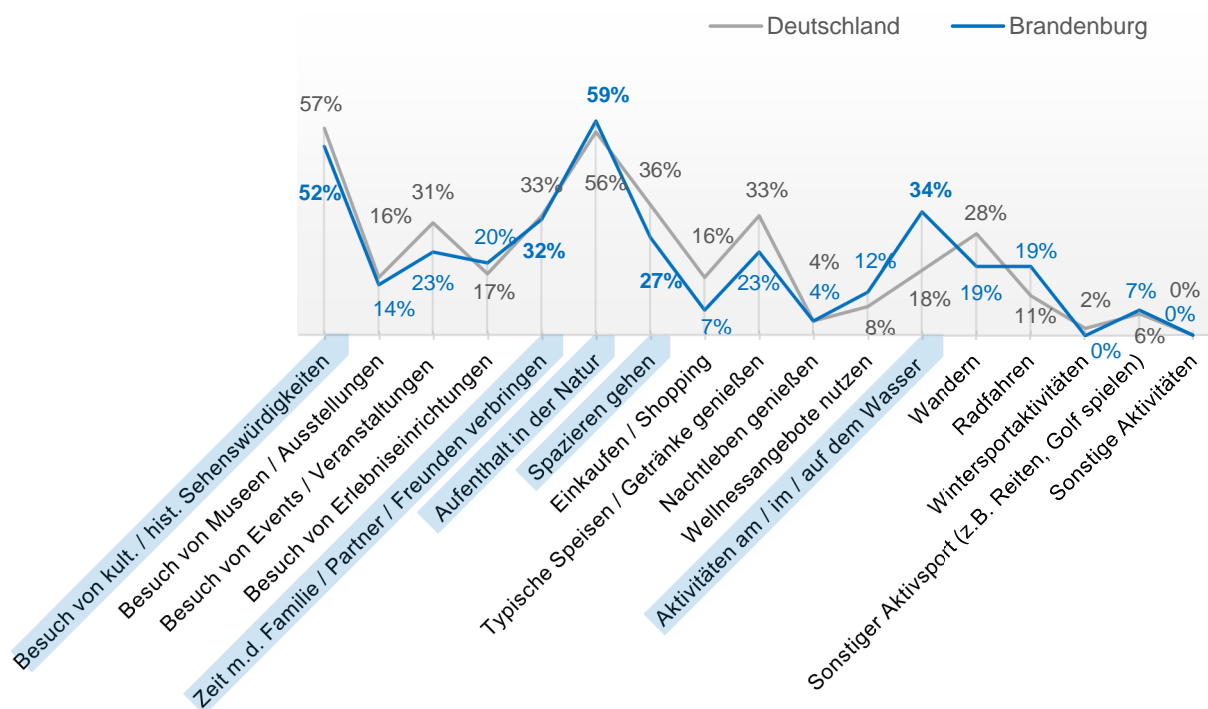
In der Gunst der Badeurlauber steht Brandenburg im Bundeslandvergleich im Jahr 2017 auf Platz 6. Die Bedeutung des Wassertourismus in Brandenburg zeigt sich auch bei den Aktivitäten der Urlaubsgäste: Jeder dritte Urlaubsgast (34 Prozent) geht in seinem Urlaub „Aktivitäten am/im/auf dem Wasser“ nach (ebenfalls Platz 6 im Bundeslandvergleich und deutlich über dem Bundesdurchschnitt von 18 Prozent).

Die **Top-5 Aktivitäten** der Brandenburg-Urlauber

- Aufenthalt in der Natur (59 Prozent)
- Besuch von kulturellen Einrichtungen und historischen Sehenswürdigkeiten (52 Prozent)
- Aktivitäten im / am / auf dem Wasser (34 Prozent)
- Zeit mit der Familie / mit dem Partner / mit Freunden verbringen (32 Prozent)
- Spazieren gehen (27 Prozent)

haben im Vergleich zum Vorjahr zwischen -5 und -10 Prozentpunkten verloren. Diese Zahlen täuschen allerdings, da ein Blick in die Werte der letzten fünf Jahre zeigt, dass 2016 ein Jahr mit außergewöhnlich hohen Werten war, sodass der Bedeutungsverlust eher als eine Rückkehr auf das sonst über die letzten Jahre relativ stabile Niveau bedeutet.

Aktivitäten bei Urlaubsreisen der Inländer in Brandenburg und Deutschland (in %)



Basis: Inländische Urlaubsreisen ab 2 Tagen Dauer nach Brandenburg 2017 (n=max. 915; 1,6 Mio.), in %; Mehrfachantworten möglich; Aktivitäten vor Ort

Quelle: GfK DestinationMonitor Deutschland, 2018



BRANDENBURG

Zuwächse bezogen auf die lange Zeitreihe verweisen seit 2012 die Aktivitäten typische Speisen/ Getränke genießen (+6 Prozentpunkte), Besuch von Erlebniseinrichtungen (+5 Prozentpunkte) und je +4 Prozentpunkte die Aktivitäten Aufenthalt in der Natur, Zeit mit der Familie / mit dem Partner / mit Freunden verbringen bzw. Besuch von Events / Veranstaltungen. Die TOP-2 und -3 Aktivitäten Besuch von kulturellen Einrichtungen und historischen Sehenswürdigkeiten und Aktivitäten im / am / auf dem Wasser sind hingegen stabil.

Weitere Informationen

Daten zum Reiseaufkommen (Gesamtmarkt / inländisches Nachfragevolumen) der deutschen Bevölkerung für das Jahr 2017 in Brandenburg inkl. Vergleich zur amtlichen Statistik sowie Informationen zum Stellenwert der Unterkunftsarten, zur Bedeutung der Reiseanlässe und zur Tourismusintensität (Quelle: DestinationMonitor Deutschland für Brandenburg):

- siehe September-News im tourismusnetzwerk-brandenburg.de

Bisherige Newsletter/ Veröffentlichungen zum Thema Reiseverhalten und Soziodemografische Merkmale der Brandenburg-Urlauber (Quelle: DestinationMonitor Deutschland für Brandenburg) – als Download im tourismusnetzwerk-brandenburg.de:

- Marktforschungsnewsletter Nr. 5 (Mai 2016)
- Marktforschungsnewsletter Nr. 3 (April 2015)

Marktforschung bei der TMB

Die TMB greift auf verschiedene, aufeinander abgestimmte Marktforschungsinstrumente zurück, für die es inzwischen lange Zeitreihen gibt:

Abschätzung des Gäste- und Übernachtungsvolumens:

- amtliche Beherbergungsstatistik und DestinationMonitor (GfK)

Reiseverhalten der Gäste:

- DestinationMonitor (GfK) und Online-Gästabefragung (TMB)

Markenstärke und Themenkompetenz von Brandenburg sowie die mit unserem Reiseland verbundenen **Eigenschaften und Assoziationen** (Fremdimage):

- Studienreihe DestinationBrand (inspektour)

Identifikation von Zielgruppen für das Reiseland Brandenburg:

- Reiseverhaltensbasierte Zielgruppensegmentierung (GfK/IMT)

Wirtschaftsfaktor Tourismus in Brandenburg (Konsum, Bruttowertschöpfung, Erwerbstätige):

- TSA regionales Tourismus-Satellitenkonto Brandenburg (DIW, IMT, dwif)

Ihre **Ansprechpartnerin** zum Thema „Marktforschung“ bei der TMB: Madlen Wetzel (Referentin Marktforschung), Tel.: 0331 / 29873-385, Madlen.Wetzel@reiseland-brandenburg.de.