

Vergleichender Gästemonitor

Unsere
Kunden



Basisreport

Vergleichender Gästemonitor 2020

Kühlungsborn

Basisreport (Tabellenband)

Für den Inhalt:

benchmark:services

Ansprechpartner:
Dr. Alexandra Partale, Florian Haver

Büro Rhein-Main

Zur Mark 24
D-65719 Hofheim
T +49-(0)61 92 – 9 55 84 38
F +49-(0)61 92 – 9 55 84 37

Büro Berlin

Florastraße 2
D-13187 Berlin
T +49-(0)30- 46 79 64 85
F +49-(0)30 - 46 79 64 91

E info@benchmark-services.de

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

Methodische Vorbemerkung

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

Wer wurde befragt?

Tages- und Übernachtungsgäste ab 15 Jahren, die 2020 einen touristischen Aufenthalt in Kühlungsborn verbracht haben.

Welche Befragungsmethode wurde angewendet?

Der Vergleichende Gästemonitor ist eine **schriftliche Befragung**, die sowohl durch einen **Online-Fragebogen** als auch einen **Printfragebogen** umgesetzt wird. Die Gewinnung der Befragungsteilnehmer erfolgt durch eine Bewerbung des Online-Fragebogens über verschiedene Kanäle sowie die Verteilung von Printfragebögen an verschiedenen Standorten kontinuierlich während des gesamten Jahres. Hierdurch werden **alle Zielgruppen** des Ortes sowie eine **optimale Jahresrepräsentativität** erreicht.

Um die Repräsentativität der Daten weiter zu verbessern, wurden die erhobenen Daten entsprechend Ihrer Verteilung in der Grundgesamtheit gewichtet, sofern die erforderlichen Fallzahlen in den Zellen vorlagen. Die Grundlage der Gewichtung bildeten Daten über die Verteilung der Grundgesamtheit (nur Übernachtungsgäste) auf die verschiedenen Beherbergungskategorien.

Was beinhaltet der vorliegende Basisreport?

Im **Basisreport** dokumentieren wir die Ergebnisse der befragten **Übernachtungsgäste ab 15 Jahren**, die zwischen dem 1. Januar und dem 31. Dezember vor Ort waren.

Zur besseren Einordnung der eigenen Daten bietet der vorliegende Bericht verschiedene **Vergleichswerte** aus dem Teilnehmerkreis.

Welche Vergleichswerte werden betrachtet?

Der Bericht liefert Vergleichswerte für alle geschlossenen Fragen des Grundfragenkatalogs. Dabei wird differenziert zwischen Vergleichswerten aus

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

Tab.: Zuordnung der VGM-Teilnehmer 2020 zu den Vergleichsgruppen

Ort	Ahrenschoop	Baabe	Bad Mergentheim	Bad Neuenahr	Bad Salzuflen	Bad Steben	Bad Zwischenahn	Bayreuth	Borkum	Chiemsee-Alpen	Cuxhaven	Esens-Bensersiel	Garmisch-Partenkirchen	Göhren	Greetsiel	Juist	Kempten	Kühlungsborn	Langeoog	Norden-Norddeich	Norderney	Oldenburg	Speyer	Wangerooze	
H&K			x	x	x	x	x						x												
SEE	x	x							x		x	x		x	x	x		x	x	x	x				x
CITY								x									x					x	x		

Wie wurden die Benchmarkwerte berechnet?

Die Benchmark-Werte wurden auf der Grundlage der Durchschnittswerte der teilnehmenden Orte berechnet und repräsentieren somit jeden Ort mit gleichem Gewicht.

Was ist bei der Interpretation der Ergebnisse zu beachten?

Sofern nicht gesondert gekennzeichnet, entsprechen Abweichungen der Befragungsbasis von der Gesamtstichprobe (n) der Anzahl an Befragten, die diese Frage nicht beantwortet haben.

Bei den dargestellten Prozentwerten handelt es sich – falls nicht speziell gekennzeichnet - stets um den Anteil an Befragten innerhalb der betrachteten Gruppen, der die jeweilige Antwortmöglichkeit gewählt hat (Häufigkeiten).

Wir wünschen viele interessante und verwertbare Erkenntnisse!

Dr. Alexandra Partale & Florian Haver

Inhaltsverzeichnis

Kapitel Inhalte	Seite
1 Gästestruktur.....	1
2 Grundcharakteristika der erfassten Reisen.....	5
3 Reisemotive und Reiseentscheidung	8
4 Reiseorganisation	10
5 Aktivitäten Ihrer Gäste	13
6 Anforderungen und Zufriedenheit	15
7 Wiederbesuchsabsicht & Empfehlungswahrscheinlichkeit	21

Kapitel 1

Gästestruktur

1 Gästestruktur

Stichprobengröße

	Ihr Wert
Gesamtzahl der befragten Übernachtungsgäste	2615

Wohnsitz (Inland versus Ausland)

Frage: Wo haben Sie Ihren Wohnsitz?

	Ihr Wert	Benchmarking			
		H&K	SEE	CITY	ALLE
In Deutschland	99%	97%	99%	90%	97%
Im Ausland	1%	3%	1%	10%	3%
Basis (Befragte)		2397			

Wohnsitz (Bundesland)

Frage: Wo haben Sie Ihren Wohnsitz?

	Ihr Wert	Benchmarking			
		H&K	SEE	CITY	ALLE
Nordrhein-Westfalen	16%	43%	41%	16%	37%
Niedersachsen	16%	8%	15%	15%	13%
Sachsen-Anhalt	13%	1%	3%	1%	2%
Brandenburg	9%	1%	4%	0%	3%
Sachsen	8%	4%	6%	6%	5%
Thüringen	8%	2%	3%	1%	2%
Berlin	6%	4%	3%	5%	4%
Bayern	5%	15%	5%	19%	10%
Hessen	4%	4%	6%	10%	6%
Schleswig-Holstein	4%	2%	2%	1%	2%
Hamburg	3%	0%	1%	1%	1%
Baden-Württemberg	3%	8%	5%	18%	8%
Mecklenburg-Vorpommern	3%	0%	1%	0%	1%
Rheinland-Pfalz	2%	3%	4%	5%	4%
Bremen	1%	1%	1%	1%	1%
Saarland	0%	2%	0%	1%	1%
Basis (nur Befragte mit Wohnsitz in Deutschland)		2381			

Alter

Frage: Wie alt sind Sie?

	Ihr Wert	Benchmarking			
		H&K	SEE	CITY	ALLE
15 bis 20 Jahre	1%	0%	1%	5%	1%
21 bis 30 Jahre	3%	3%	3%	9%	4%
31 bis 40 Jahre	12%	7%	10%	12%	10%
41 bis 50 Jahre	22%	10%	20%	17%	17%
51 bis 60 Jahre	32%	27%	33%	27%	30%
61 bis 70 Jahre	22%	32%	23%	18%	24%
71 bis 80 Jahre	8%	16%	9%	9%	11%
> 80 Jahre	1%	5%	1%	2%	2%
Durchschnittsalter	54,5	60,2	55,1	51,3	55,8
Basis (Befragte)	2571				

Geschlecht

Frage: Sind Sie männlich oder weiblich?

	Ihr Wert	Benchmarking			
		H&K	SEE	CITY	ALLE
Männlich	45%	49%	45%	52%	48%
Weiblich	55%	51%	55%	48%	52%
Basis (Befragte)	2615				

Reisetyp

Frage: Welcher der folgenden Gästegruppen würden Sie sich am ehesten zuordnen?

	Ihr Wert
Sie gönnen sich eine Auszeit vom Berufsalltag, sind offen für gehobene Wellness-Angebote und besuchen gerne kleine hübsche Städte. Erholung ist Ihnen wichtig, aber sie möchten auch etwas Besonderes erleben.	38%
Sie sind in der Natur aktiv, wandern, unternehmen Radtouren oder machen Ausflüge. Dabei achten Sie auf Qualität und mögen typische Speisen und Getränke.	38%
Sie sind kulturell aktiv, sehen sich gerne kulturelle Sehenswürdigkeiten an, besuchen Städte oder Kulturveranstaltungen. Auch in der Natur sind Sie gerne unterwegs, allerdings ohne sportlichen Ehrgeiz.	15%
Sie sind vielseitig aktiv, wandern, fahren Rad oder auch Mountainbike, klettern oder nutzen Freizeiteinrichtungen. Neben Erholung spielen Spaß und Action eine Rolle für Sie.	6%
Wandern steht im Mittelpunkt Ihrer Reise. Vielleicht wandern Sie sogar auf einem Fernwanderweg und übernachten an verschiedenen Orten.	1%
Ich kann mich keiner dieser Gruppen zuordnen.	17%
Basis (Befragte)	2521

Kapitel 2

Grundcharakteristika der erfassten Reisen

2 Grundcharakteristika der erfassten Reisen

Monatsverteilung der Stichprobe

Frage: In welchem Monat sind Sie angereist?

	Ihr Wert	Benchmarking			
		H&K	SEE	CITY	ALLE
Januar	2%	3%	3%	12%	5%
Februar	3%	7%	5%	25%	9%
März	2%	3%	3%	3%	3%
April	0%	1%	1%	0%	1%
Mai	3%	2%	5%	1%	4%
Juni	12%	10%	15%	10%	12%
Juli	15%	12%	20%	7%	15%
August	23%	22%	19%	11%	18%
September	18%	26%	17%	15%	19%
Oktober	19%	14%	11%	13%	12%
November	1%	1%	1%	1%	1%
Dezember	1%	0%	1%	1%	1%
Basis (Befragte)	2555				

Besuchserfahrung

Frage: Wie oft waren Sie insgesamt als Gast in Kühlungsborn?

	Ihr Wert	Benchmarking			
		H&K	SEE	CITY	ALLE
1 mal (Erstbesucher)	14%	37%	18%	42%	27%
2 mal	8%	11%	8%	12%	10%
3 - 5 mal	20%	20%	18%	26%	20%
5 bis 10 mal	26%	13%	21%	9%	17%
11 - 20 mal	23%	12%	19%	5%	15%
21 - 30 mal	7%	5%	8%	2%	6%
mehr als 30 mal	4%	3%	7%	4%	5%
Durchschnittliche Zahl der Aufenthalte pro Befragungsteilnehmer	10,3	6,8	11,1	5,4	9,0
Basis (Befragte)	2492				

Reisebegleitung

Frage: Mit wem sind Sie gereist?

	Ihr Wert	Benchmarking			
		H&K	SEE	CITY	ALLE
Ehepartner, Lebensgefährte (zu zweit)	62%	55%	50%	44%	50%
Familie (inkl. Kind/er unter 18 Jahre)	22%	6%	23%	13%	17%
Familienangehörige, Freunde (ohne Kinder unter 18 Jahre)	8%	9%	10%	11%	10%
allein	4%	21%	11%	20%	15%
organisierte Reisegruppe	1%	1%	1%	3%	1%
Geschäftskollegen, Geschäftspartner	0%	1%	0%	7%	1%
Sonstiges	3%	7%	6%	3%	6%
Basis (Befragte)	2593				

Reisedauer (Zahl der Übernachtungen)

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

	Ihr Wert	Benchmarking			
		H&K	SEE	CITY	ALLE
1 bis 3 Übernachtungen (Kurzaufenthalt)	12%	35%	9%	75%	27%
4 bis 7 Übernachtungen	49%	37%	42%	22%	37%
8 bis 14 Übernachtungen	32%	17%	38%	2%	26%
15 bis 21 Übernachtungen	5%	7%	8%	0%	6%
22 bis 28 Übernachtungen	0%	3%	1%	0%	1%
mehr als 28 Übernachtungen	1%	2%	1%	1%	1%
Durchschnittliche Zahl der Übernachtungen	8,3	7,8	9,6	3,4	8,0
Basis (Befragte)	2605				

Bezuschussung des Aufenthaltes durch Kostenträger

Frage: Wurde Ihr Aufenthalt ganz oder überwiegend bezuschusst, z.B. durch eine Krankenkasse, einen Rentenversicherungsträger oder eine Berufsgenossenschaft?

	Ihr Wert	ALLE*
Ja	1%	6%
Nein	99%	94%
Basis (Befragte)	2180	

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

Kapitel 3

Reisemotive und Reiseentscheidung

3 Reisemotive und Reiseentscheidung

Allgemeine Reisemotive

Frage: Was waren die Motive für Ihren Aufenthalt in Kühlungsborn? (Mehrfachnennungen)

	Ihr Wert	Benchmarking			
		H&K	SEE	CITY	ALLE
Erholung, Entspannung	91%	69%	89%	32%	74%
Abstand zum Alltag gewinnen	60%	40%	62%	20%	49%
In der Natur sein	53%	53%	65%	11%	52%
Zeit miteinander verbringen	50%	31%	45%	24%	38%
Spaß, Vergnügen	28%	18%	24%	20%	22%
Sich verwöhnen lassen	26%	21%	17%	5%	16%
Etwas für die Gesundheit tun	23%	34%	30%	4%	27%
Kulinarisches Erleben	23%	17%	16%	15%	16%
Sport, Bewegung	22%	31%	27%	14%	26%
Shoppern	14%	11%	7%	14%	9%
Leute kennenlernen, andere Menschen treffen	6%	6%	8%	7%	7%
Besuch von Bekannten und Verwandten	5%	9%	4%	19%	8%
Kunst, Kultur erleben	4%	9%	8%	37%	13%
Lernen, Bildung	1%	2%	2%	7%	3%
Geschäftliche Gründe	1%	2%	1%	15%	4%
Sonstiges	4%	9%	7%	13%	9%
Basis (Befragte)	2613				

Gesundheitsspezifische Reisemotive

Frage: Welche konkreten gesundheitlichen Motive hatten Sie? (Mehrfachnennungen)

	Ihr Wert	ALLE*
Gesunde Lebensweise, etwas für mein Wohlbefinden tun	86%	76%
Therapie eines speziellen Leidens (z.B. Rheuma oder Atemwegserkrankungen)	14%	18%
Abwenden von bestehenden Gesundheitsrisiken (z.B. Raucherentwöhnung, Gewichtsreduktion)	7%	9%
Rehabilitation nach Unfall bzw. Krankheit	2%	11%
Gezielte Gesundheitsvorsorge (z.B. ein spezielles Bewegungs- oder Ernährungsprogramm)	2%	4%
Früherkennung von Krankheiten (z.B. Gesundheits-Check-Up)	1%	2%
Sonstiges	9%	9%
Basis (Befragte, nur Personen, die "Etwas für die Gesundheit tun" als Motiv angegeben haben)	553	

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

Kapitel 4

Reiseorganisation

4 Reiseorganisation

Informationsquellen

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

	Ihr Wert	Benchmarking			
		H&K	SEE	CITY	ALLE
Internetseite von Kühlungsborn	49%	49%	47%	40%	47%
Internetseite der Unterkunft	36%	30%	34%	27%	31%
Internetseite der Region	23%	26%	24%	20%	24%
Verwandte, Bekannte	19%	22%	22%	25%	23%
Social Media (Facebook, Youtube, Twitter etc.)	8%	5%	7%	6%	6%
Bewertungsportale (z.B. TripAdvisor oder Booking.com)	8%	5%	6%	16%	8%
Orts-, Gebietsprospekte	8%	13%	9%	7%	10%
Prospekt der Unterkunft	7%	8%	7%	2%	6%
Sonstige Internet-Seiten	6%	2%	5%	7%	5%
Reiseliteratur, Reiseführer	5%	4%	8%	9%	7%
Beratung der Tourist-Information	3%	11%	5%	9%	7%
Zeitung, Zeitschrift	2%	4%	2%	1%	3%
Fernsehen, Radio	1%	2%	3%	1%	2%
Messe	0%	1%	0%	2%	1%
keine Informationsquellen genutzt	17%	12%	16%	16%	15%
Sonstiges	8%	8%	9%	9%	9%
Basis (Befragte)	2540				

Buchung der Reise (Plattform)

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

	Ihr Wert	ALLE*
Booking.com	39%	33%
fewo-direkt.de	8%	7%
Hotel.de	2%	4%
HRS.de	1%	4%
Airbnb.de	1%	0%
Hotels.com	0%	0%
Expedia.de	0%	0%
opodo.de	0%	0%
wimdu.de	0%	0%
9flats.com	0%	0%
Sonstiges	49%	23%
Basis (Befragte)	1150	

*Zusatzfrage; Basis der Vergleichswerte sind insgesamt 5 VGM-Teilnehmer

Unterkunftsarten

Frage: Wo haben Sie übernachtet?

	Ihr Wert	Benchmarking			
		H&K	SEE	CITY	ALLE
Hotel, Hotel garni	56%	66%	34%	75%	50%
Ferienhaus, Ferienwohnung	29%	8%	49%	3%	30%
Pension, Gasthof	6%	8%	6%	5%	7%
Campingplatz, Caravanpark	4%	0%	5%	1%	3%
Verwandte oder Bekannte	2%	2%	1%	8%	2%
Erholungs-, Ferien- oder Schulungsheim	0%	0%	1%	0%	0%
Klinik, Sanatorium	0%	8%	1%	0%	2%
Wohnmobilstellplatz	0%	3%	1%	1%	1%
Ferienzentrum	0%	0%	0%	0%	0%
Jugendherberge, Hütten	0%	1%	0%	1%	1%
Boardinghouse	0%	0%	0%	1%	0%
Sonstiges	2%	5%	3%	5%	4%

Basis (Befragte) **2615**

Kapitel 5

Aktivitäten Ihrer Gäste

5 Aktivitäten Ihrer Gäste

Ausflüge in die Region

Frage: Bitte nennen Sie uns Ihre Ausflugsziele! (Mehrfachnennungen)

	Ihr Wert
Molli (Mecklenburgischer Bäderbahn)	70%
Münster Bad Doberan	48%
Karls Erlebnis-Dorf Rövershagen	32%
Ausflugsschiff MS Baltica	23%
Rostocker Zoo	16%
Wonnemar Wismar	9%
Sommerrodelbahn Bad Doberan	6%
Wildpark MV Erlebnis- und Tierpark in Güstrow	3%
Sonstiges	32%
Basis (Befragte, nur Personen, die einen Ausflug unternommen haben)	2270

Kapitel 6

Anforderungen und Zufriedenheit

6 Anforderungen und Zufriedenheit

Gesamtzufriedenheit mit dem Aufenthalt (Häufigkeiten & Durchschnitt)

Frage: Wie zufrieden waren Sie mit Ihrem Aufenthalt in Kühlungsborn insgesamt?

	Ihr Wert	Benchmarking			
		H&K	SEE	CITY	ALLE
1 (sehr zufrieden)	67%	55%	56%	54%	56%
2 (zufrieden)	26%	22%	26%	31%	26%
3 (eher zufrieden)	5%	9%	9%	6%	8%
4 (eher unzufrieden)	1%	4%	3%	1%	3%
5 (unzufrieden)	0%	6%	2%	6%	4%
6 (sehr unzufrieden)	1%	3%	3%	2%	3%
Durchschnittliche Gesamtzufriedenheit*	1,44	1,93	1,78	1,81	1,82
Basis (Befragte)	2529				

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

Gesamtzufriedenheit mit dem Aufenthalt (Vergleichswerte)

Frage: Wie zufrieden waren Sie mit Ihrem Aufenthalt in Kühlungsborn insgesamt?

	Gesamtzufriedenheit*
Ihr Wert	1,44
Optimal-Wert (H&K)**	1,40
Optimal-Wert (SEE)**	1,39
Optimal-Wert (CITY)**	1,66
Optimal-Wert (ALLE)**	1,39
Minimal-Wert (H&K)**	2,98
Minimal-Wert (SEE)**	2,19
Minimal-Wert (CITY)**	1,93
Minimal-Wert (ALLE)**	2,98

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

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

***Schlechtester von einem Ort (oder mehreren Orten) erreichter Durchschnittswert

Wichtigkeit von ausgewählten Angebotsfaktoren

Frage: Welche der folgenden Angebotsfaktoren waren für Sie wichtig?

	Ihr Wert	Benchmarking			
		H&K	SEE	CITY	ALLE
Atmosphäre, Flair	76%	66%	72%	71%	71%
Gastfreundschaft	60%	65%	60%	57%	61%
Unterkunft	83%	73%	81%	78%	78%
Gastronomieangebot	68%	59%	55%	59%	57%
Medizinische Kompetenz	3%	15%	5%	0%	8%
Gesundheits-, Wellnessangebot	9%	26%	10%	7%	14%
Angebot für Familien	14%	6%	15%	5%	11%
Sport- und Aktivangebot	9%	20%	12%	8%	13%
Kulturangebot	17%	23%	17%	42%	23%
Angebote der Messe, Ausstellungsangebot	0%	2%	1%	2%	2%
Tagungs-, Seminarangebot	0%	1%	1%	2%	1%
Schlechtwetterangebot	10%	11%	13%	6%	11%
Erreichbarkeit	23%	39%	31%	34%	34%
Preis-Leistungsverhältnis	35%	34%	38%	38%	37%
Mobilitätsangebot vor Ort (z.B. ÖPNV)	6%	16%	11%	11%	12%
Services der Tourist-Information	8%	22%	12%	16%	15%
geeignet für Senioren	7%	9%	9%	6%	8%
Basis (Befragte)	2528				

Zufriedenheit mit ausgewählten Angebotsfaktoren (Durchschnittswerte)

Frage: Und wie zufrieden waren Sie mit diesen Dingen in Kühlungsborn?*

	Ihr Wert	Benchmarking			
		H&K	SEE	CITY	ALLE
Atmosphäre, Flair Basis (Befragte)	1,5 2317	2,0	1,8	1,8	1,8
Gastfreundschaft Basis (Befragte)	1,6 2179	1,8	1,8	1,6	1,8
Unterkunft Basis (Befragte)	1,6 2312	1,7	1,7	1,8	1,7
Gastronomieangebot Basis (Befragte)	1,8 2240	2,1	2,1	1,9	2,1
Medizinische Kompetenz Basis (Befragte)	1,9 293	2,1	2,0	2,7	2,1
Gesundheits-, Wellnessangebot Basis (Befragte)	2,0 668	2,1	2,3	2,2	2,3
Angebot für Familien Basis (Befragte)	2,0 728	2,8	2,4	1,8	2,4
Sport- und Aktivangebot Basis (Befragte)	2,1 756	2,3	2,4	2,4	2,4
Kulturangebot Basis (Befragte)	2,3 998	2,6	2,6	1,8	2,4
Angebote der Messe, Ausstellungsangebot Basis (Befragte)	2,5 168	2,1	2,3	1,9	2,1
Tagungs-, Seminarangebot Basis (Befragte)	2,1 62	2,7	2,1	2,6	2,4
Schlechtwetterangebot Basis (Befragte)	2,9 627	3,2	3,1	2,4	3,0
Erreichbarkeit Basis (Befragte)	1,8 1330	2,1	2,0	1,8	2,0
Preis-Leistungsverhältnis Basis (Befragte)	2,2 1762	2,1	2,4	2,0	2,3
Mobilitätsangebot vor Ort (z.B. ÖPNV) Basis (Befragte)	2,2 730	2,7	2,5	2,1	2,5
Services der Tourist-Information Basis (Befragte)	1,9 799	1,7	2,0	1,6	1,9
geeignet für Senioren Basis (Befragte)	1,8 516	2,2	2,2	1,8	2,1

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

Zufriedenheit mit ausgewählten Angebotsfaktoren (Vergleichswerte)

Frage: Und wie zufrieden waren Sie mit diesen Dingen in Kühlungsborn?*

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

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

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

Relevanz barrierefreier Angebote

Frage: Welche der folgenden spezifischen Angebotsmerkmale sind für Sie persönlich oder Mitreisende wichtig?*

	Ihr Wert
Gepäckgerechte, ebenerdige Wege	40%
Angebotsgerechtigkeit für Radfahrer	58%
Angebotsgerechtigkeit für Schwangere	3%
Seniorengerechte Angebote	29%
Kinderwagengerechte Angebote	10%
Angebotsgerechtigkeit für Rollstuhlfahrer	7%
Angebotsgerechtigkeit für Menschen mit Gehbehinderung	16%
Angebotsgerechtigkeit für Blinde bzw. Sehbehinderte	3%
Angebotsgerechtigkeit für Menschen mit Hörbehinderung	3%
Basis (Befragte)	1601

* Anteil der Befragten, für den die jeweiligen Angebotsmerkmale relevant sind

Zufriedenheit mit verschiedenen Aspekten der Barrierefreiheit

Frage: Und wie zufrieden waren Sie mit diesen Dingen in Kühlungsborn?*

	Ihr Wert
Gepäckgerechte, ebenerdige Wege	1,7
Basis (Befragte, denen der Faktor "wichtig" ist)	1060
Angebotsgerechtigkeit für Radfahrer	1,8
Basis (Befragte, denen der Faktor "wichtig" ist)	1127
Angebotsgerechtigkeit für Schwangere	2,1
Basis (Befragte, denen der Faktor "wichtig" ist)	91
Seniorengerechte Angebote	2,1
Basis (Befragte, denen der Faktor "wichtig" ist)	375
Kinderwagengerechte Angebote	1,9
Basis (Befragte, denen der Faktor "wichtig" ist)	176
Angebotsgerechtigkeit für Rollstuhlfahrer	2,1
Basis (Befragte, denen der Faktor "wichtig" ist)	147
Angebotsgerechtigkeit für Menschen mit Gehbehinderung	2,1
Basis (Befragte, denen der Faktor "wichtig" ist)	236
Angebotsgerechtigkeit für Blinde bzw. Sehbehinderte	2,1
Basis (Befragte, denen der Faktor "wichtig" ist)	51
Angebotsgerechtigkeit für Menschen mit Hörbehinderung	2,3
Basis (Befragte, denen der Faktor "wichtig" ist)	51

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

Zufriedenheit mit der Unterkunft

Frage: Wie beurteilen Sie Ihre Unterkunft in Kühlungsborn im Detail?*

	Ihr Wert	ALLE**
Ausstattung (z.B. Fön, TV, etc.)	1,5	1,6
Design, Ambiente	1,8	1,9
Sauberkeit	1,6	1,6
Servicequalität	1,6	1,7
Preis-Leistungs-Verhältnis	2,0	2,0
Basis (Befragte)	2519	

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

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

Kapitel 7

Wiederbesuchsabsicht & Empfehlungs- wahrscheinlichkeit

7 Wiederbesuchsabsicht & Empfehlungswahrscheinlichkeit

Wiederbesuchsabsicht (Häufigkeiten und Durchschnitt)

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

	Ihr Wert	Benchmarking			
		H&K	SEE	CITY	ALLE
1 (Ganz sicher)	84%	58%	70%	56%	65%
2	8%	17%	11%	13%	13%
3	5%	12%	7%	18%	11%
4	2%	3%	2%	5%	3%
5	0%	5%	2%	5%	3%
6 (Sicher nicht)	1%	5%	7%	4%	6%
Wiederbesuchsabsicht (Durchschnitt)*	1,30	1,94	1,74	2,02	1,84
Basis (Befragte)	2203				

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

Wiederbesuchsabsicht (Vergleichswerte)

Frage: Wie sicher werden Sie in den nächsten drei Jahren wieder einen Aufenthalt in Kühlungsborn verbringen?

	Wiederbesuchsabsicht*
Ihr Wert	1,30
Optimal-Wert (H&K)**	1,35
Optimal-Wert (SEE)**	1,30
Optimal-Wert (CITY)**	1,87
Optimal-Wert (ALLE)**	1,30
Minimal-Wert (H&K)***	2,82
Minimal-Wert (SEE)***	3,21
Minimal-Wert (CITY)***	2,34
Minimal-Wert (ALLE)***	3,21

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

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

***Schlechtester von einem Ort (oder mehreren Orten) erreichter Durchschnittswert

Empfehlungswahrscheinlichkeit (Häufigkeiten und Durchschnitt)

Frage: Werden Sie Kühlungsborn als Reiseziel weiterempfehlen?

	Ihr Wert	Benchmarking			
		H&K	SEE	CITY	ALLE
1 (Ganz sicher)	86%	64%	71%	59%	67%
2	11%	20%	12%	22%	16%
3	2%	8%	6%	8%	7%
4	1%	3%	2%	4%	3%
5	1%	2%	2%	4%	2%
6 (Sicher nicht)	0%	3%	6%	2%	5%
Weiterempfehlungsabsicht (Durchschnitt)*	1,21	1,69	1,71	1,77	1,71
Basis (Befragte)	2353				

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

Empfehlungswahrscheinlichkeit (Vergleichswerte)

Frage: Werden Sie Kühlungsborn als Reiseziel weiterempfehlen?

	Empfehlungsabsicht*
Ihr Wert	1,21
Optimal-Wert (H&K)**	1,28
Optimal-Wert (SEE)**	1,21
Optimal-Wert (CITY)**	1,65
Optimal-Wert (ALLE)**	1,21
Minimal-Wert (H&K)***	2,21
Minimal-Wert (SEE)***	3,29
Minimal-Wert (CITY)***	1,92
Minimal-Wert (ALLE)***	3,29

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

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

***Schlechtester von einem Ort (oder mehreren Orten) erreichter Durchschnittswert