



INTERREG IV A Projekt

„Natur und Tourismus an der deutsch-dänischen Nordseeküste“

Aktuelle Marktforschungsdaten





**Wirtschaftsförderung
Nordfriesland**

Titel des Projekts

Natur und Tourismus an der deutsch-dänischen Nordseeküste,
Schwerpunkt Nationalparks Wattenmeer

Laufzeit 01.7.2011-31.12.2014, Projekt bewilligt im Dezember 2011.

Partner

Rømø-Tønder Turistforening (lead partner), DK; Sydvestjysk Udviklingsforum, DK; Skærbæk Fritidscenter, DK; Nationalpark Vadehavet, DK,
Wirtschaftsförderungsgesellschaft Nordfriesland mbH, D; Nordsee-Tourismus-Service GmbH, D,
Nationalpark Wattenmeer Schleswig-Holstein, D

Projektvolumen

rund 980.000 Euro, Interreg Zuschuss 645.000 € über 3 Jahre



Der Inhalt (Auszug aus den Zielen)

✓ ***Die Attraktivität des Wattenmeers als Erlebnisraum herauszustellen.***

✓ Eine Kommunikationsstrategie zu erarbeiten und umzusetzen mit dem Ziel, diese Angebote und Inhalte der Nationalparks an potentielle Gäste, an die Vertriebspartner und

✓ Zweckmäßige Verkaufskanäle für die Produkte zu etablieren.

✓ Einen „Code of Conduct“ für Gäste im Projektgebiet festzulegen.

✓ ***Vernetzung der beiden Nationalparks hinsichtlich naturtouristischer Fragestellungen und Entwicklungen und eine Basis für Erfahrungsaustausch zu etablieren.***

✓ ***Aktive Begleitung der von dem internationalen Wattenmeersekretariat (CWSS) koordinierten Entwicklung einer Strategie für nachhaltigen Tourismus für die Wattenmeerregion.***

✓ Darstellung, Potentialanalyse und Planungsgrundlage für (kultur-)historisch basierte maritime Erlebnisse an der Küste und im Hinterland.

✓ Die Zusammenarbeit über die Grenze zu erweitern

✓ Die Attraktivität der gesamten Region als Urlaubsgebiet zu vergrößern und damit die Einnahmen im Tourismus zu sichern und zu erhöhen.



Das Projekt ist in vier inhaltliche Arbeitspakete aufgeteilt

Paket 1 – Marktforschung /Verbesserte Wissensgrundlage

Gästeperspektive: Basis bilden die Ergebnisse aus dem 1. INTERREG Projekt.

Einwohnerperspektive: Untersuchungen, die es ermöglichen, die Bekanntheit und die Akzeptanz des Nationalparks bei der lokalen/regionalen Bevölkerung zu beurteilen und deren Wünsche und Erwartungen aufzunehmen.

Ziel ist es, eine gemeinsame und vergleichbare Datengrundlage zu schaffen, um sowohl die Erwartungen der Gäste als auch die der Bevölkerung auf beiden Seiten der Grenze zu erheben und auszuwerten.

Paket 2 – Ausarbeitung einer nachhaltigen Tourismusstrategie; Innenmarketing

Das Arbeitspaket ermöglicht das Herunterbrechen der auf der internat. Ebene zu erarbeitenden Strategie für nachhaltigen Tourismus unter Federführung des CWSS. Auch wenn der Nationalpark Wattenmeer in Dänemark (noch) nicht oder gerade weil er noch nicht Weltnaturerbe ist, nehmen wir die Chance in diesem Projekt wahr, gemeinsam an der Erarbeitung und Umsetzung eben diese gemeinsamen Strategie zu arbeiten – angepasst an die Möglichkeiten und Bedürfnisse dieser Grenzregion.

Paket 3 – Produktentwicklung und Kommunikationsstrategie, Presse

A. Entwicklung von regionaltypischen, maritimen Erlebnisbausteinen entlang des Wattenmeers
(unter der Leitung von Nationalpark Vadehavet/DK)

B. Entwicklung von grenzüberschreitenden Produktbausteinen zum Thema Kunst am Wattenmeer
(unter der Leitung von Skærbæk Fritidscenter)

C. Außenmarketing
(unter der Leitung von Wirtschaftsförderungsgesellschaft Nordfriesland)

Paket 4 – Innenmarketing und Zusammenarbeit der beiden Nationalparke fördern

Das Innenmarketing soll durch aktive Kommunikationsmaßnahmen innerhalb des Gebiets verstärkt werden, um eine Identität stiftende und akzeptanzsteigernde Wirkung für die Nationalparks und das Zusammenspiel zwischen dem Naturschutz und dem Wirtschaftsfaktor Tourismus im ganzen Projektgebiet zu erreichen.



Westküsten-Kommunen in
der Region Syddanmark:

- Varde
- Esbjerg
- Fanø
- Tønder

Ämter und Gemeinden im
Kreis Nordfriesland:

- Amt Landschaft Sylt
- Gemeinde Sylt
- Amt Föhr-Amrum
- Amt Pellworm
- Amt Südtondern
- Amt Mittleres Nordfriesland
- Amt Nordsee-Treene
- Amt Viöl
- Stadt Husum
- Amt Eiderstedt
- Stadt Tönning



1. Gästebefragung vor Ort



**n = 1.102 Interviews,
jeweils 50% in
Deutschland und
Dänemark**

Gästebefragung

- Grundgesamtheit: Alle Personen, die in den Monaten April bis Oktober 2011 als Tages- oder Übernachtungsgäste im Projektgebiet angetroffen werden konnten.
- Stichprobe: Geschichtete Stichprobe
 - 15 Befragungspunkte an Stränden, Verkehrswegen und in Innenstädten
 - 72 Befragungstage an Wochentagen und Wochenenden
 - Personenauswahl durch systematische Zufallsauswahl am Befragungspunkt
- Erhebungsmethode: Persönliche Interviews mit vollstandardisiertem schriftlichem Fragebogen
- Sprachversionen: 2 (deutsch und dänisch)
- Fallzahl (realisierte Interviews): 1.102
- Feldarbeiten: HKM Hamburg

Erwartungen von Gästen an die zukünftig auf Nachhaltigkeit ausgerichtete Tourismusregion

Wie können wir diese Erwartungen operationalisieren?

1. Nach den Entscheidungsgründen für einen Besuch
 - Welche Entscheidungsgründe sind besonders wichtig?
 - Welche Rolle spielen dabei „Natur“ und „Landschaft“ als Repräsentanten von besonders auf Nachhaltigkeit angewiesenen Angebotsbestandteilen?
 - Welche Rolle spielt dabei „UNESCO-Weltnaturerbe/Nationalpark Wattenmeer“?
2. Nach den Likes und Dislikes (denn die bestimmen die Erwartungen beim nächsten Besuch)
 - Was hat den Gästen besonders gut gefallen?
 - Was hat den Gästen nicht gefallen?
 - Welche Rolle spielen dabei „Landschaft“, „Organisierte Wanderungen (z.B. naturkundliche Wanderungen, Wattwandern)“

Urlauber: „Klima“ und „Erholung“ vor allem bei Gästen in Deutschland wichtig, in Dänemark eher „Strand, Meer und Baden“. Die „Natur“ ist in allen Gruppen relevant – mit Zustimmungswerten zwischen 45% und 50%.

Befragt in Deutschland Deutsche Urlauber	Befragt in Dänemark	
	Deutsche Urlauber	Dänische Urlauber
1. Klima / Luft (73%) 2. Ruhe / Erholung (70%)	1. Strand / Meer / Baden (77%)	
3. Landschaft / Lage (69%)	2. Ruhe / Erholung (63%)	
4. Strand / Meer / Baden (59%)	3. Landschaft / Lage (59%) 4. Klima / Luft (58%)	1. Strand / Meer / Baden (59%)
5. Natur (Flora + Fauna) (46%)	5. Natur (Flora + Fauna) (46%)	2. Natur (Flora + Fauna) (48%) 3. Landschaft / Lage (47%) 4. Ruhe / Erholung (40%)
6. Radfahrmöglichkeiten (34%)	6. Gastfreundliche Einwohner / Vermieter (39%)	5. Anreise / Erreichbarkeit (30%) 6. Preis (29%)

Frage „Welche der folgenden Aspekte waren bei der Entscheidung für Ihren derzeitigen Urlaubsort besonders wichtig?“

Basis: Deutsche Urlauber in DE: n = 390, Deutsche Urlauber in DK: n = 264, Dänische Urlauber in DK: n = 124; Urlauber = alle privaten Besucher außer Wohnortausflügler

Quelle: Gästebefragung Nordsee DE/DK, Sommer 2011

Urlauber: In Deutschland sind die Familien besonders naturaffin – in Dänemark sind es tendenziell die älteren Zielgruppen

Entscheidungsgründe: Top 12 (Angaben in %)	Befragt in Deutschland			Befragt in Dänemark					
	Deutsche Urlauber			Deutsche Urlauber			Dänische Urlauber		
	Bis 50 Jahre	51+ Jahre	Fami- lien	Bis 50 Jahre	51+ Jahre	Fami- lien	Bis 50 Jahre	51+ Jahre	Fami- lien
<i>Basis n =</i>	188	202	99	159	105	142	62	62	61
Landschaft/Lage	70	67	79	58	60	56	47	47	44
Klima/Luft	69	76	77	54	64	54	23	27	28
Ruhe und Erholung	69	70	76	57	73	62	34	45	31
Strand/ Meer/ Baden	65	54	78	77	77	82	58	60	64
Natur (Flora + Fauna)	47	45	53	42	52	45	34	61	33
Radfahrmöglichkeiten	29	39	36	16	43	27	10	19	8
(Tages)-Ausflugmöglichkeiten	29	22	38	17	15	20	10	15	15
Gastfreundliche Einwohner/ Vermieter	29	25	23	35	45	37	13	24	16
Maritime Atmosphäre	28	32	30	33	25	33	18	10	13
Anreise/Erreichbarkeit	24	18	25	36	29	39	23	37	31
Angebote für Kinder	19	5	39	33	22	47	39	13	49
UNESCO Weltnaturerbe/ Nationalpark Wattenmeer	17	22	20	4	16	9	7	10	12

Frage „Welche der folgenden Aspekte waren bei der Entscheidung für Ihren derzeitigen Urlaubsort besonders wichtig?“

Quelle: Gästebefragung Nordsee DE/DK, Sommer 2011

Urlauber: „UNESCO-Weltnaturerbe/Nationalpark Wattenmeer“ ist im Vergleich zu anderen Faktoren weniger häufig entscheidungsprägend, wirkt aber entscheidungsunterstützend. In Deutschland doppelt so hohe Anteile wie in Dänemark.

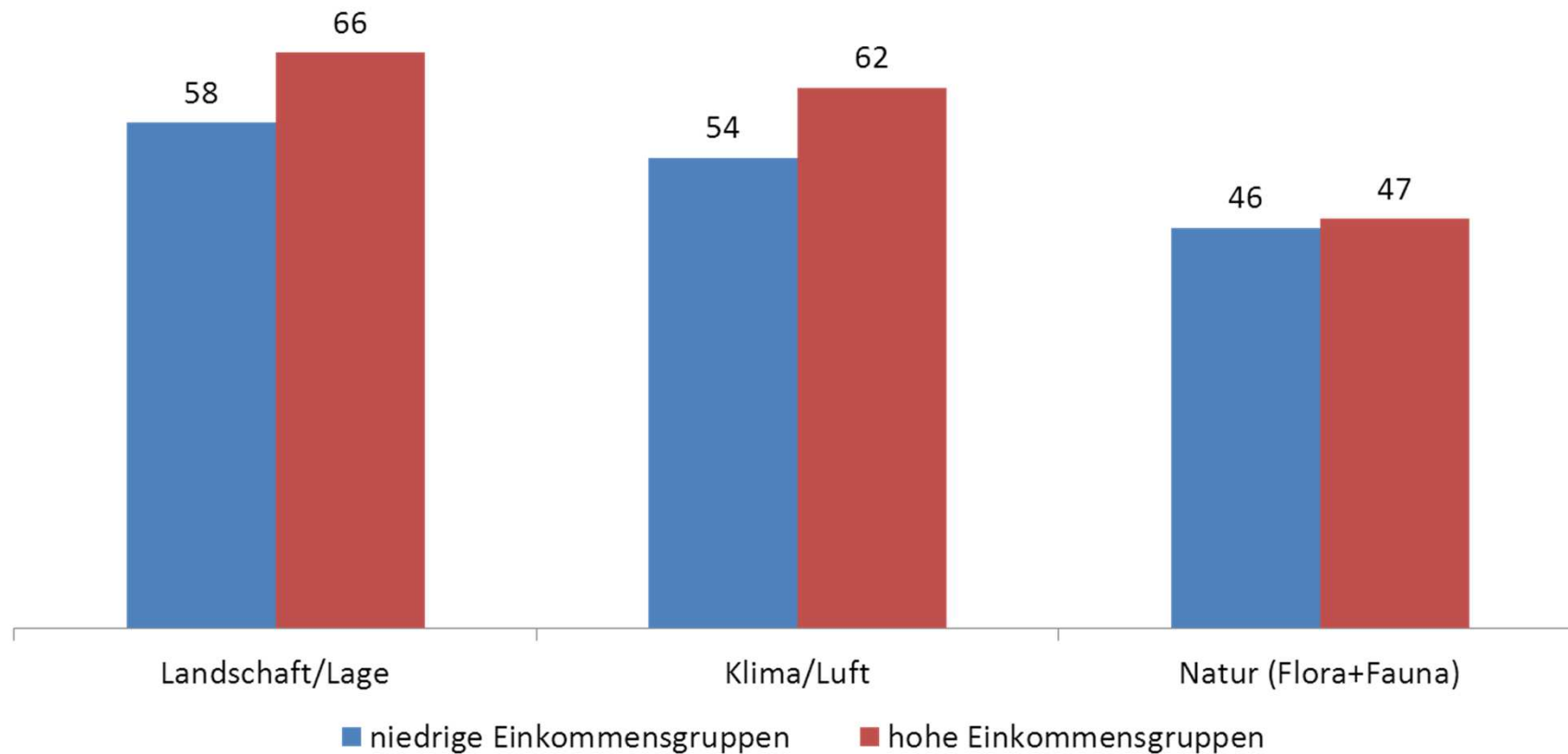
Entscheidungsgründe: Top 12	Befragt in Deutschland		Befragt in Dänemark			
	Deutsche Urlauber		Deutsche Urlauber		Dänische Urlauber	
	390		264		124	
Basis n =	Anteil	Rang	Anteil	Rang	Anteil	Rang
Klima/Luft	73%	1	58%	4	25%	9
Ruhe und Erholung	70%	2	63%	2	40%	4
Landschaft/Lage	69%	3	59%	3	47%	3
Strand/ Meer/ Baden	59%	4	77%	1	59%	1
Natur (Flora + Fauna)	46%	5	46%	5	48%	2
Radfahrmöglichkeiten	34%	6	27%	12	15%	12
Maritime Atmosphäre	30%	7	30%	10	14%	14
(Tages)- Ausflugmöglichkeiten	25%	8	16%	16	12%	17
Gastfreundliche Einwohner/ Vermieter	22%	9	39%	6	19%	11
Anreise/Erreichbarkeit	21%	10	33%	8	30%	5
UNESCO Weltnaturerbe/ Nationalpark Wattenmeer	20%	11	9%	20	8%	22
Kulinarische Angebote	17%	12	6%	22	10%	19
...						
Reitmöglichkeiten	2%	24	5%	24	1%	24

Frage „Welche der folgenden Aspekte waren bei der Entscheidung für Ihren derzeitigen Urlaubsort besonders wichtig?“

Dargestellt sind: alle privaten Besucher außer Wohnortausflügler

Quelle: Gästebefragung Nordsee DE/DK, Sommer 2011

Höhere Einkommensklassen sind für Landschaft, Luft und Natur etwas sensibler

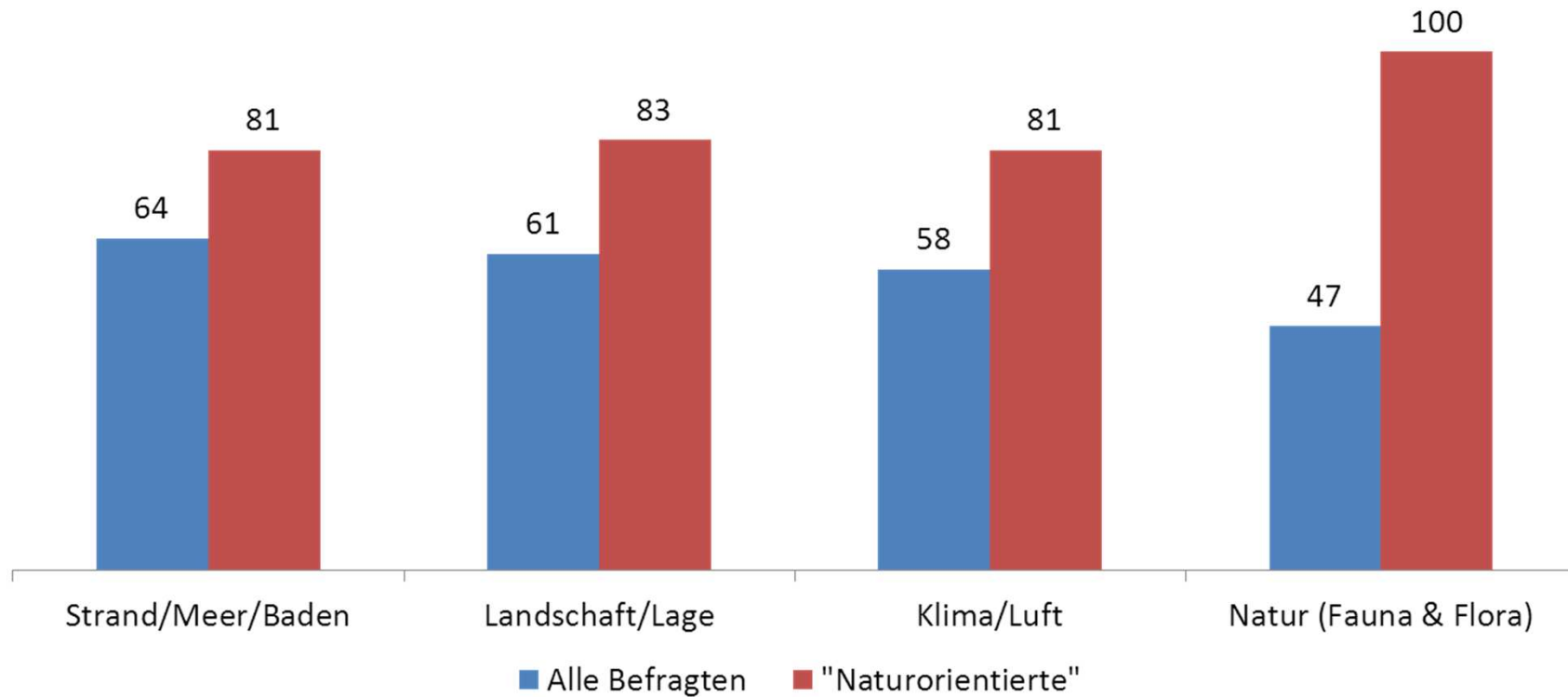


Frage „Welche der folgenden Aspekte waren bei der Entscheidung für Ihren derzeitigen Urlaubsort besonders wichtig?“

Dargestellte sind alle Befragten mit Angaben: niedrigste EK-Gruppe = HHNEK bis EUR 1.499 oder bis DKK 250.000, mittlere EK-Gruppe = HHNEK EUR 1.500 – EUR 2.499 oder DKK 250.000 – DKK 500.000, höchste EK-Gruppe = HHNEK ab EUR 2.500 oder ab DKK 500.000

Quelle: Gästebefragung Nordsee DE/DK, Sommer 2011

Enge Verknüpfung des „Naturclusters“: Wem die Natur besonders wichtig ist („Naturorientierte“), der findet auch andere Aspekte überdurchschnittlich relevant



Frage B1: Welche der folgenden Aspekte waren bei Ihrer Entscheidung für Ihren derzeitigen Urlaubsort besonders wichtig?

Quelle: Westküstenbefragung, November 2011

Basis: Alle Urlauber n=815, Urlauber, denen Natur besonders wichtig ist n=453, Angaben in %

Die Landschaft ist der zentrale Begeisterungsfaktor – in Deutschland wie in Dänemark.

Aspekte, die **besonders begeistern** (höchste Werte für „hat mir besonders gut gefallen“)

Befragte in Deutschland	Befragte in Dänemark
1. Landschaft (88%)	1. Landschaft (92%)
2. (Tages-) Ausflugsmöglichkeiten (69%)	2. Anreisemöglichkeit/Erreichbarkeit (91%)
3. Ortbilder und Architektur (65%)	3. Strand und Bademöglichkeiten (80%)
4. Anreisemöglichkeit/Erreichbarkeit (64%)	4. Einkaufsmöglichkeiten (73%)
5. Strand und Bademöglichkeiten (62%)	5. Service (69%)

Frage „Im Folgenden sind verschiedene Aspekte aufgelistet. Bitte geben Sie in jeder Zeile an, ob Ihnen dieser Aspekt hier in der Region besonders gut oder gar nicht gefallen hat. Andernfalls wählen Sie bitte „weder noch“. Selbstverständlich können Sie die Liste am Ende auch gern ergänzen.“

Basis: Befragte in Deutschland, n = 551, Befragte in Dänemark, n = 551

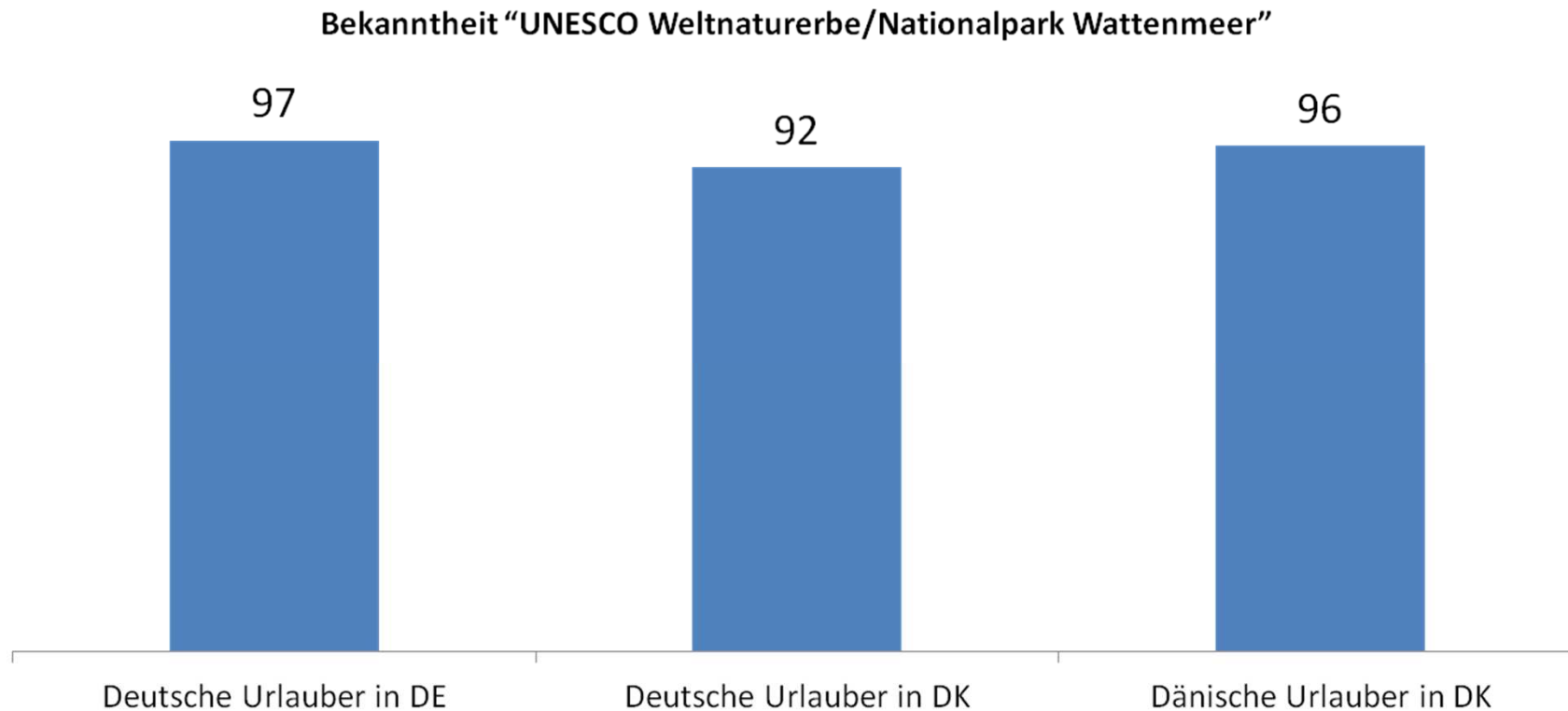
Quelle: Gästebefragung Nordsee DE/DK, Sommer 2011

Bekanntheit und Akzeptanz der (Wattenmeer-) Nationalparks bei aktuellen und potenziellen Gästen

Wie können wir „Akzeptanz und Bekanntheit der Nationalparks“ operationalisieren?

- Über die Abfrage der Bekanntheit des Begriffs „UNESCO Weltnaturerbe/ Nationalpark Wattenmeer“
- Über die direkte Abfrage der Attraktivität des Begriffs „UNESCO Weltnaturerbe/ Nationalpark Wattenmeer“

Urlauber: Das UNESCO Weltnaturerbe bzw. der Nationalparks Wattenmeer erhält annähernd 100% Zustimmung bei der gestützten Bekanntheit

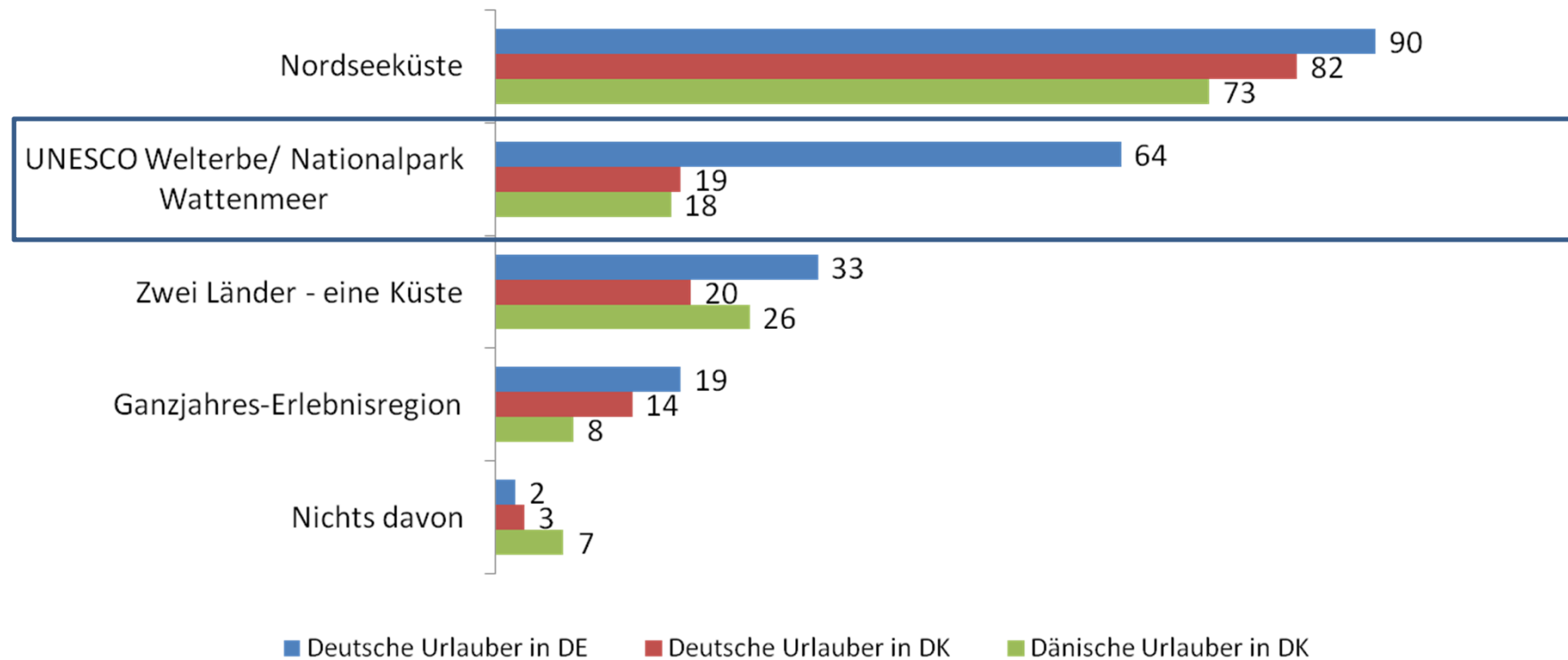


Frage „Welche der folgenden Orte oder Regionen sind Ihnen unbekannt – welche kennen Sie dem Namen nach, waren aber noch nie dort – und welche haben Sie bereits besucht?“

Basis: Deutsche Urlauber in DE: n = 390, Deutsche Urlauber in DK: n = 264, Dänische Urlauber in DK: n = 124, Urlauber = alle privaten Besucher außer Wohnortausflügler

Quelle: Gästebefragung Nordsee DE/DK, Sommer 2011

Urlauber: Am attraktivsten finden sie die einfache Lösung „Nordsee“. Aber auch „UNESCO Weltnaturerbe/Nationalpark Wattenmeer“ erreicht in Deutschland akzeptable Werte, während in Dänemark die Akzeptanz deutlich geringer ausgeprägt ist



Frage „Unabhängig von Ihrer jetzigen Reise: Welche der Stichworte, die diese Region beschreiben finden Sie besonders attraktiv?“

Basis: Deutsche Urlauber in DE: n = 390, Deutsche Urlauber in DK: n = 264, Dänische Urlauber in DK: n = 124, Urlauber = alle privaten Besucher außer Wohnortausflügler

Quelle: Gästebefragung Nordsee DE/DK, Sommer 2011

UNESCO Weltnaturerbe/ Nationalpark Wattenmeer (Angaben in %)	Befragungsorte in: Deutschland		Befragungsorte in: Dänemark		
	Husum, Niebüll, Friedrichsstadt Tönning	St. Peter-Ording, Fähre Schlüttsiel, Fähre Dagebüll, Sylt	Esbjerg, Tønder, Ribe	Henne Strand, Blåvand	Skærbæk, Rømø Lakolk
<i>Basis n =</i>	246	305	164	212	175
Nordseeküste	92	87	72	79	87
UNESCO Weltnaturerbe/ Nationalpark Wattenmeer	63	60	18	6	37
„Ganzjahres-Erlebnisregion“	39	30	17	10	43
„Zwei Länder – eine Küste“	29	23	19	7	14
Nichts davon	1	3	11	1	4

Frage „Unabhängig von Ihrer jetzigen Reise: Welche der Stichworte, die diese Region beschreiben finden Sie besonders attraktiv?“

Dargestellt sind: alle Befragten mit Angaben

Quelle: Gästebefragung Nordsee DE/DK, Sommer 2011

Entscheidungsgründe bei grenzüberschreitenden Tagesausflügen: Stellenwert „Natur erleben“ für Deutsche bei Tagesausflügen nach Dänemark hoch.

Entscheidungsgründe für Tagesausflüge (Angaben in %)	Alle Befragten, die in den vergangenen 12 Monaten einen grenzüberschreitenden Tagesausflug in das <u>jeweils andere Land</u> unternommen haben, oder dies in nächster Zeit planen:	
	Deutsche Befragte in Deutschland	Dänische Befragte in Dänemark
Basis n =	162	170
Einkaufen	38	79
Sehenswürdigkeiten besuchen	37	15
Natur erleben (Wattenmeer, Vogelzug)	38	9
Strand besuchen	43	21
Anderes	23	15
Freunde oder Verwandte besuchen	9	11
Museen, Ausstellungen, Konzert-Besuch	11	14
Radtour machen	14	1
Sport- oder Freizeitangebote nutzen	11	2

Frage „Was waren oder sind die wichtigsten Anlässe für diesen Tagesausflug/ diese Tagesausflüge?“

Quelle: Gästebefragung Nordsee DE/DK, Sommer 2011

Zusammenfassung I

1. Klima, Landschaft und Natur sind die wesentlichen Besuchstreiber an der Nordsee

- Klima, Landschaft und Natur sind auf Nachhaltigkeit besonders angewiesen und entsprechend sensibel
- Diese drei Aspekte bilden gemeinsam mit „Strand/Meer/Baden“ ein Wahrnehmungskcluster: Die Aspekte gehören eng zusammen, das Eine geht nicht ohne das Andere.
- Für die (deutschen) Gäste in Deutschland sind die natürlichen Aspekte bei der Reiseentscheidung noch wichtiger als für die deutschen oder dänischen Urlauber in Dänemark
- Es gibt leichte Zielgruppeunterschiede vor allem bei den deutschen Gästen: Familien und höheren Einkommensgruppen sind Landschaft, Klima und Natur etwas wichtiger

Zusammenfassung II

2. Die „Landschaft“ ist der zentrale Begeisterungsfaktor – in Deutschland wie in Dänemark

- Kein anderer Aspekt wird so oft als „besonders begeisternd“ benannt – im Durchschnitt von 90% der Gäste
- Dieser Begeisterungswert ist weitgehend unabhängig von der Zielgruppe: Naturorientierte sind nur unwesentlich stärker von der Landschaft begeistert als andere Zielgruppen.

3. „UNESCO Welterbe/Nationalpark Wattenmeer“ bietet gute Basis für die touristische Vermarktung – aber „Nordsee“ darf nicht fehlen

- Die Begriffe „UNESCO Welterbe/Nationalpark Wattenmeer“ (bzw. „UNESCO Verdensarv/Nationalpark Vadehavet“) sind bei praktisch allen Gästen der Region bekannt
- Die Akzeptanz für die touristische Beschreibung der Region als „UNESCO Welterbe/Nationalpark Wattenmeer“ ist in Deutschland hoch (ca. zwei Drittel), in Dänemark geringer (etwa ein Fünftel).
- Der Begriff „Nordseeküste“ wird aber als attraktiver wahrgenommen und stellt, wie aus anderen Untersuchungen bekannt, den Markenkern der Region dar.



**Wirtschaftsförderung
Nordfriesland**

Vielen Dank