



*Qualität ist nicht alles,
aber ohne Qualität ist alles nichts!*



Ein Projekt der EUROPÄISCHEN Reiseversicherung in
Kooperation mit der Deutschen Zentrale für Tourismus e.V.

Ergebnisse des Qualitätsmonitors Deutschland-Tourismus für Dresden

Partner des Qualitätsmonitors



Initiatoren

- ERV (Europäische Reiseversicherung AG)
in Kooperation mit
- Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.



Wissenschaftliche Betreuung und Umsetzung

- dwif-Consulting GmbH, München
 - Wissenschaftliche Projektbegleitung und Projektmanagement
 - Durchführung von Auswertungsworkshops vor Ort
- MANOVA GmbH, Wien
 - Projektkonzeption, -entwicklung und -betreiber
 - Methodisches Know-how aus fünf Jahren T-MONA (Tourismusmonitor Austria)



Zielsetzung des Qualitätsmonitors



*Qualität ist nicht alles, aber
ohne Qualität ist alles nichts!*

- Werkzeug für alle: Bedarf an Informationen über die Zufriedenheit der Gäste – auf allen Ebenen!
- Trends erkennen, rasch reagieren: Permanentes Monitoring und Benchmarking
- Erkenntnisse gewinnen, um Investitionen und Marketingmittel noch effektiver einzusetzen

→ Qualitätsimpulse für den Deutschlandtourismus liefern

Methodik des Qualitätsmonitors



- Befragt werden in- und ausländische Gäste
 - Rund 18.000 Interviews deutschlandweit (face-to-face)
 - Davon etwas mehr als 700 Interviews in Dresden
- Für jeden Auftraggeber wird ein genauer Befragungsplan erstellt. Parameter sind:
 - Gästestruktur (Nationalität, Hauptreisemotiv)
 - Unterakunftsstruktur
 - Saisonalität
- Unterschiedliche Fragebögen für Urlaubs- und Geschäftsreisende
- Interviews sind sehr ausführlich (bis zu 25 Min.)
- Interviews werden entsprechend der jeweiligen touristischen Struktur gewichtet
 - Die Ergebnisse entsprechen so der tatsächlichen Gästestruktur

Inhalte des Qualitätsmonitors



- Gästestruktur
 - Alter, Geschlecht, Herkunft, Begleitung, etc.
- Erfahrung mit der Destination
 - Anzahl vergangener Besuche, persönliches Reiseverhalten
- Aktivitäten, Reismotive, Informationsverhalten
- Zufriedenheit mit den Aktivitäten und dem Angebot, Weiterempfehlung, Wiederbesuchsabsicht
- Anlass für den Besuch in der Destination
- Ausgaben

Qualitäten des Qualitätsmonitors -1-



- **Schneller, gezielter Zugriff: Modernes Online-System**
 - Jederzeit verfügbar, schnelle Einbindung der Befragungsergebnisse
 - Ergänzungen schnell integrierbar
 - Jederzeit selbst Berichte erstellen
- **Bündelung der Anstrengungen: Einheitliches Erhebungsdesign, übersichtliche Strukturierung**
- **Repräsentativität**
- **Effizienz: Gemeinsamer Einsatz von Typologien, komplexen statistischen Analyse-Instrumenten, etc.**
- **Strategische Fragen beantworten:**
 - Bin ich dort gut, wo ich gut sein will oder vorgebe, gut zu sein?
 - Wo habe ich Probleme, wo Potenziale?
 - Welche Zielgruppen sind ökonomisch die für mich interessantesten?

Qualitäten des Qualitätsmonitors -2-



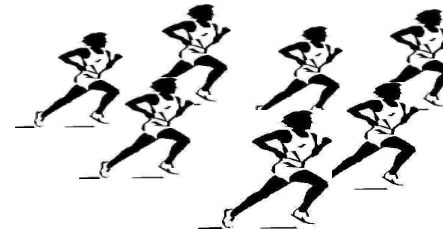
Deutschland
Das ReiseLand



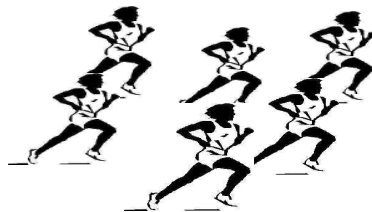
ERV

- Lernen über Vergleiche:
 - Vergleich mit anderen Teilnehmern (Benchmarking)
 - Zeitvergleiche über mehrere Perioden hinweg

Laufen Sie den
anderen **hinterher**?



Zeit: 3 min 20 sec

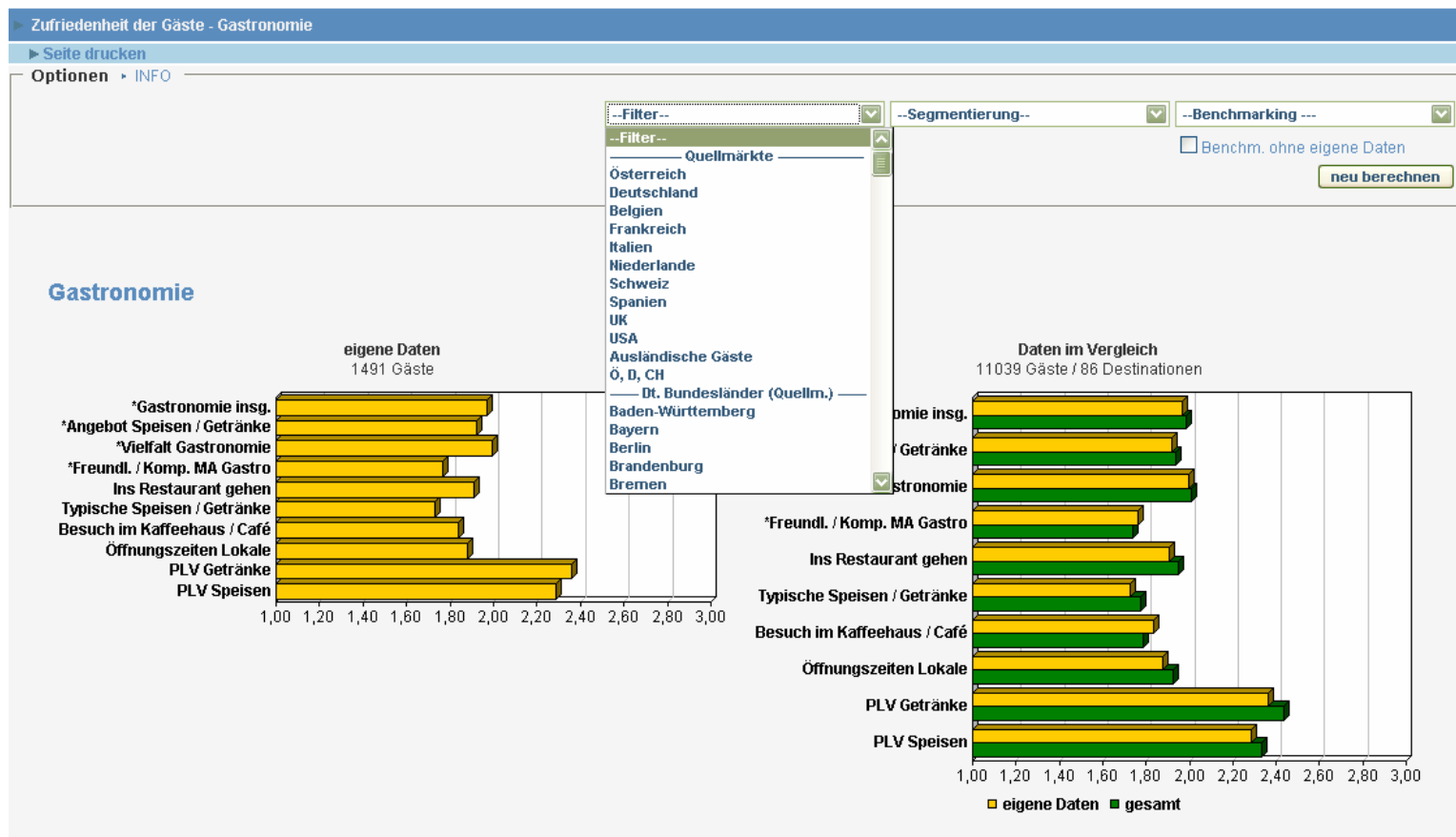


Laufen Sie den
anderen **davon**?

Beispieldarstellung – Zufriedenheit Gastronomie



- Darstellung einzelner Segmente und Benchmarks per Mausklick



Quelle: ERV (Europäische Reiseversicherung AG) und DZT, 2009

Teilnehmer der ersten beiden Befragungsjahre



Deutschland
Das ReiseLand

ERV

Alphabetischer Reihenfolge	2007 / 2008	2008 / 2009
BAYERN TOURISMUS Marketing GmbH		
Berlin Tourismus Marketing GmbH		
Dresden Marketing GmbH		
DORTMUNDtourismus		
Tourismus+Congress GmbH Frankfurt am Main		
HA Hessen Agentur GmbH		
Hamburg Tourismus GmbH		
Tourist-Information Konstanz GmbH		
Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e.V.		
Tourismusamt München		
Nordrhein-Westfalen Tourismus e.V.		
OSTFRIESLAND TOURISMUS GmbH		
Regensburg Tourismus GmbH		
Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH		
Ruhpoldinger Tourismus GmbH		
Tegernsee Tal Tourismus GmbH		
Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH		
Thüringer Tourismus GmbH		
Wangerland Touristik GmbH		

Aktuell: Teilnehmer 2009/2010



Alphabetischer Reihenfolge	2009 / 2010
BAYERN TOURISMUS Marketing GmbH	
Berlin Tourismus Marketing GmbH	
Congress- und Tourismuszentrale Nürnberg	
Dresden Marketing GmbH	
Eifel Tourismus (ET) Gesellschaft mbH	
Fremdenverkehrsverband MÜNSTERLAND TOURISTIK Grünes Band e.V.	
HA Hessen Agentur GmbH	
Ingolstadt Tourismus und Kongress GmbH (ITK)	
IRMA Region (INITIATIVE REGIONALMANAGEMENT Region Ingolstadt e.V.)	
Kassel Tourist GmbH	
Landratsamt Neuburg-Schrobenhausen	
Landratsamt Pfaffenhofen a.d.Ilm	
Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e.V.	
Tourismusamt München	
Naturarena Bergisches Land GmbH	
Naturpark Altmühltal	
Niederrhein Tourismus GmbH	
Nordrhein-Westfalen Tourismus e.V.	
Regensburg Tourismus GmbH	
Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH	
Ruhpoldinger Tourismus GmbH	
Ruhr Tourismus GmbH	
Sauerland-Tourismus e.V.	
Tegernsee Tal Tourismus GmbH	
Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH	
Wangerland Touristik GmbH	
Wiesbaden Marketing GmbH	

rot = erstmalige Teilnahme



Werfen wir mal einen Blick auf ausgewählte Ergebnisse...

Der Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus ist ein Gemeinschaftsprojekt der ERV (Europäische Reiseversicherung AG) und der Deutschen Zentrale für Tourismus e.V. Die operative Umsetzung erfolgt durch die dwif-Consulting GmbH (München) und Manova (Wien).



Deutschland
Das ReiseLand

ERV

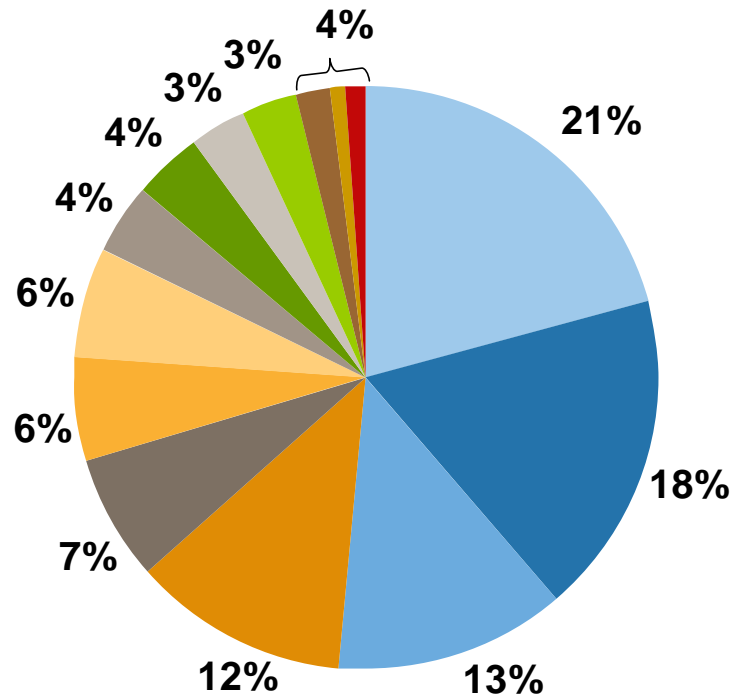
Nachfolgende Ergebnisse beziehen sich auf Übernachtungsgäste in Dresden im Zeitraum Mai 2008 bis April 2009

Herkunftsmärkte bei Geschäfts- und Urlaubsreisenden

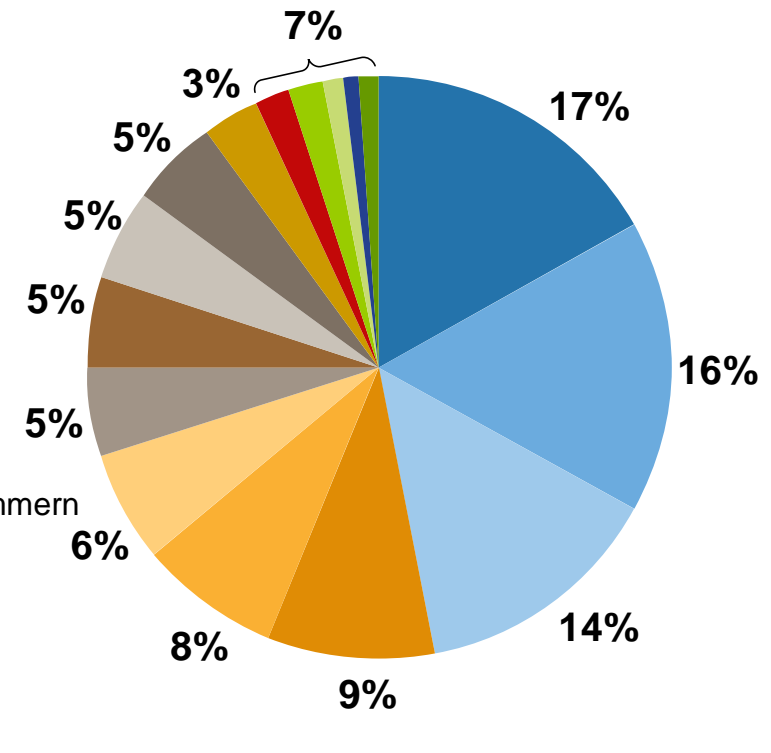


Herkunft der Gäste nach Bundesländern

Geschäftsreisende



Urlaubsreisende



Frage: „Wo haben Sie Ihren ständigen Wohnsitz?“

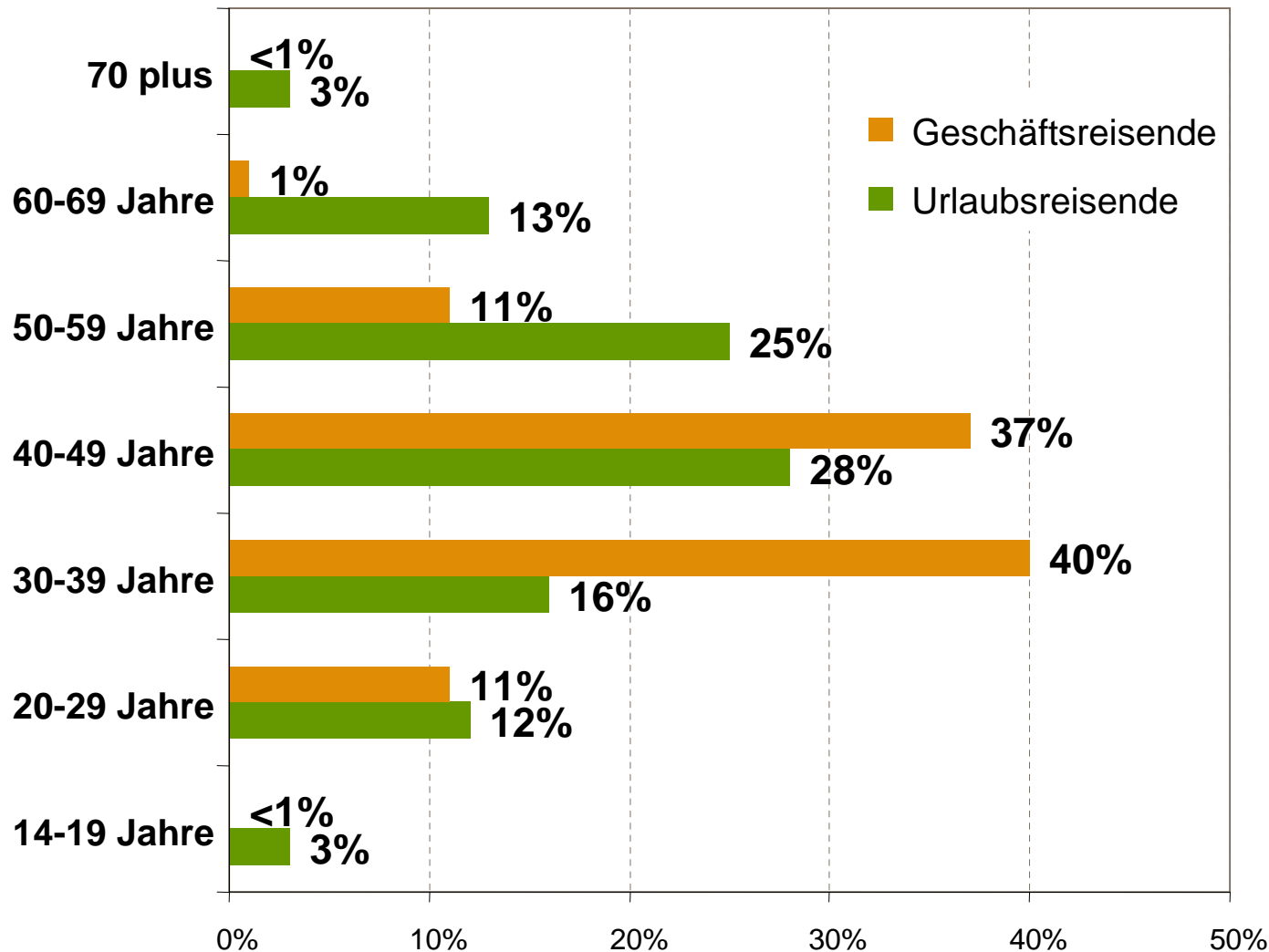
Quelle: ERV (Europäische Reiseversicherung AG) und DZT, 2009 (gerundete Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Alter der Gäste: Über die Hälfte der Urlaubsgäste ist zwischen 40 und 60 Jahre



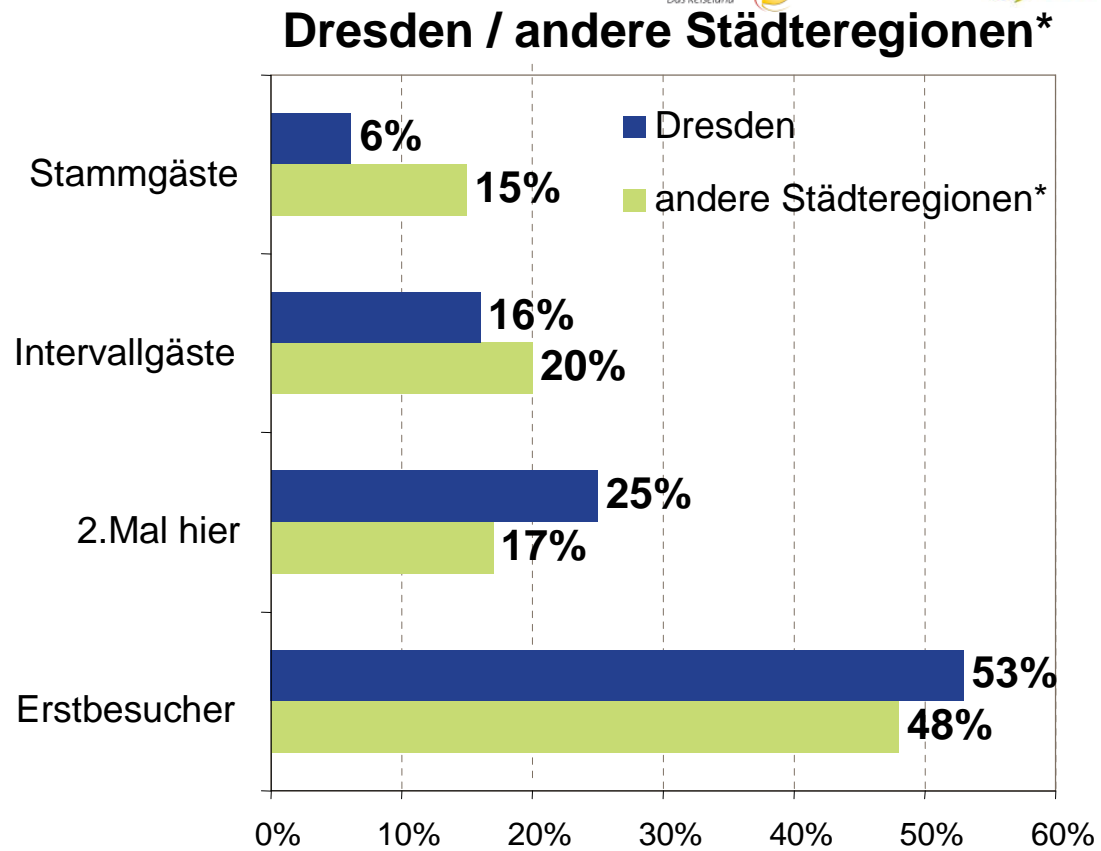
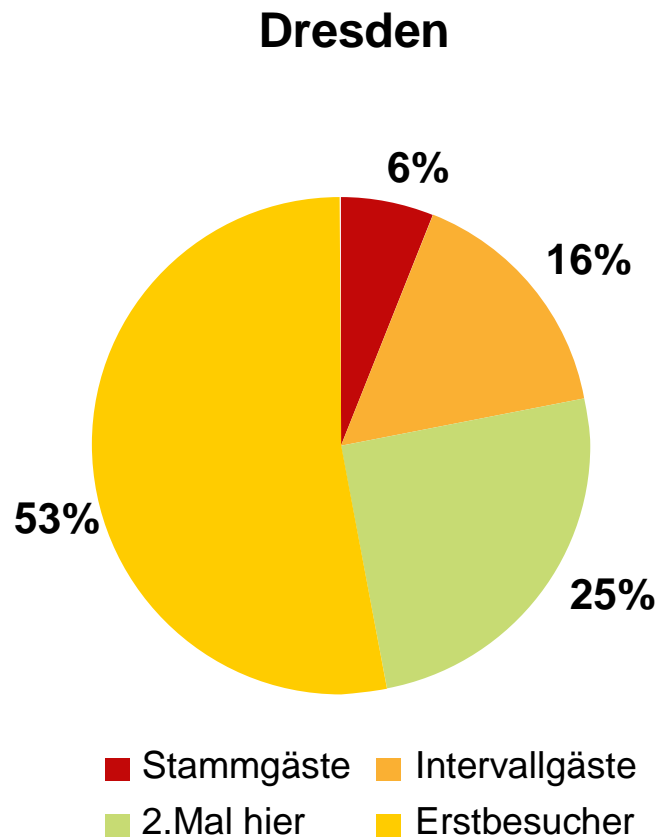
Deutschland
Plus Deutschland

ERV



Quelle: Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus

Fast die Hälfte der Urlaubsgäste war schon mal in Dresden



* andere Städtereigionen in Deutschland ohne Dresden

Hinweise:

Stammgäste: waren bereits 2x oder öfter in Dresden und verbringen (fast) jedes Jahr einen Urlaub.

Intervallgäste: waren bereits 2x oder öfter in Dresden, kommen aber nicht so regelmäßig wie die Stammgäste.

2. Mal hier: sind zum 2. Mal in Dresden

Erstbesucher: sind zum 1. Mal in Dresden

Quelle: ERV (Europäische Reiseversicherung AG) und DZT, 2009
(gerundete Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

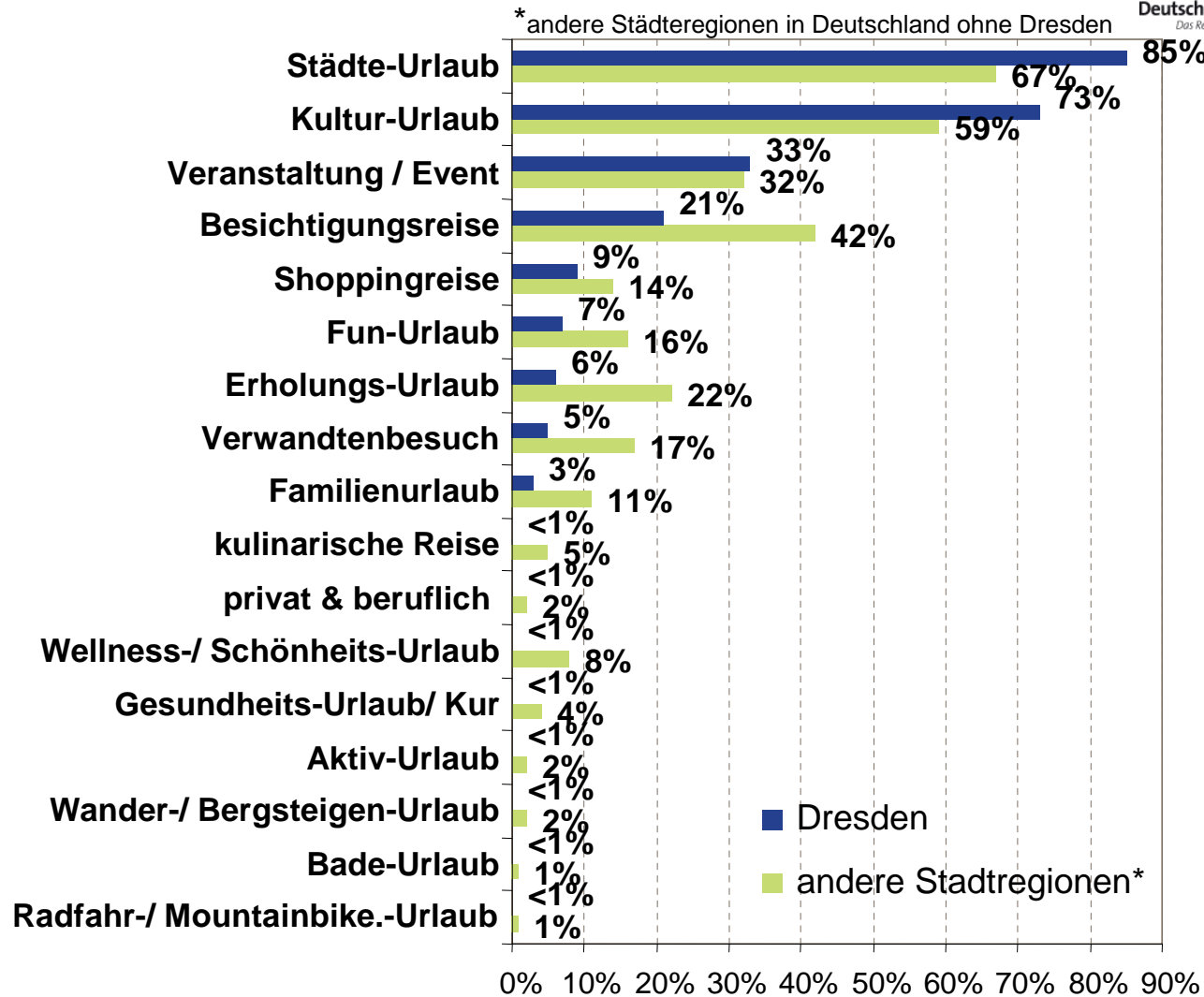
Städte- und Kulturreisen sind die wichtigsten Urlaubsarten für Dresden



Deutschland
Das ReiseLand



ERV



Quelle: ERV (Europäische Reiseversicherung AG) und DZT, 2009
(gerundete Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

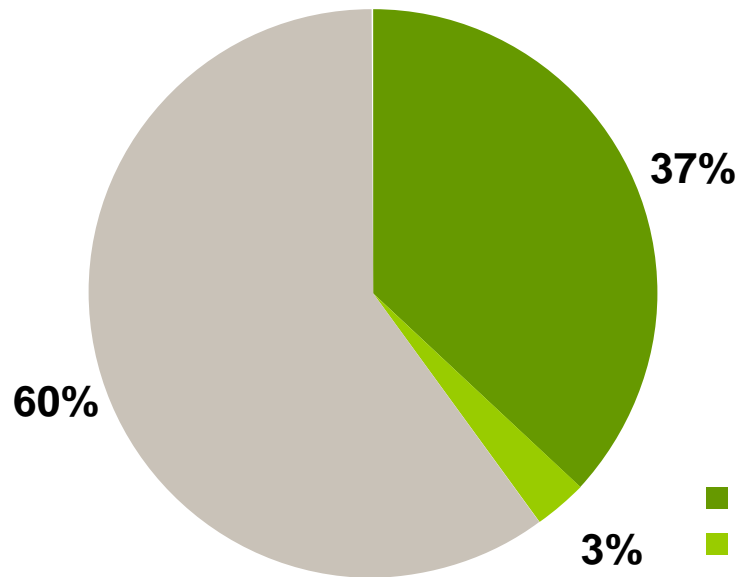
Frage: „Welchen der folgenden Urlaubsarten würden Sie diesen Urlaub zuordnen?“

Paare und Reisegruppe dominieren die Gästestruktur der Urlaubsreisenden; Geschäftsreisende sind allein oder mit Kollegen in Dresden

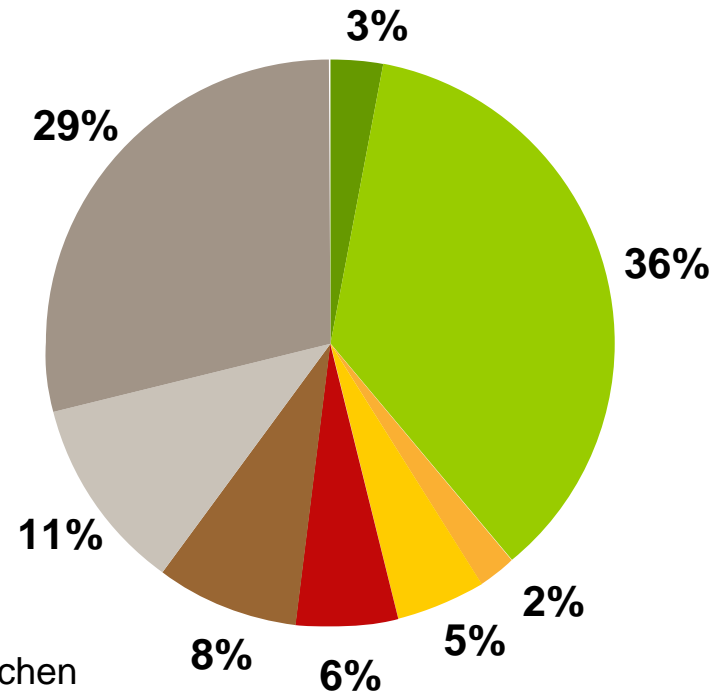


Reisebegleitung der Gäste

Geschäftsreisende



Urlaubsreisende

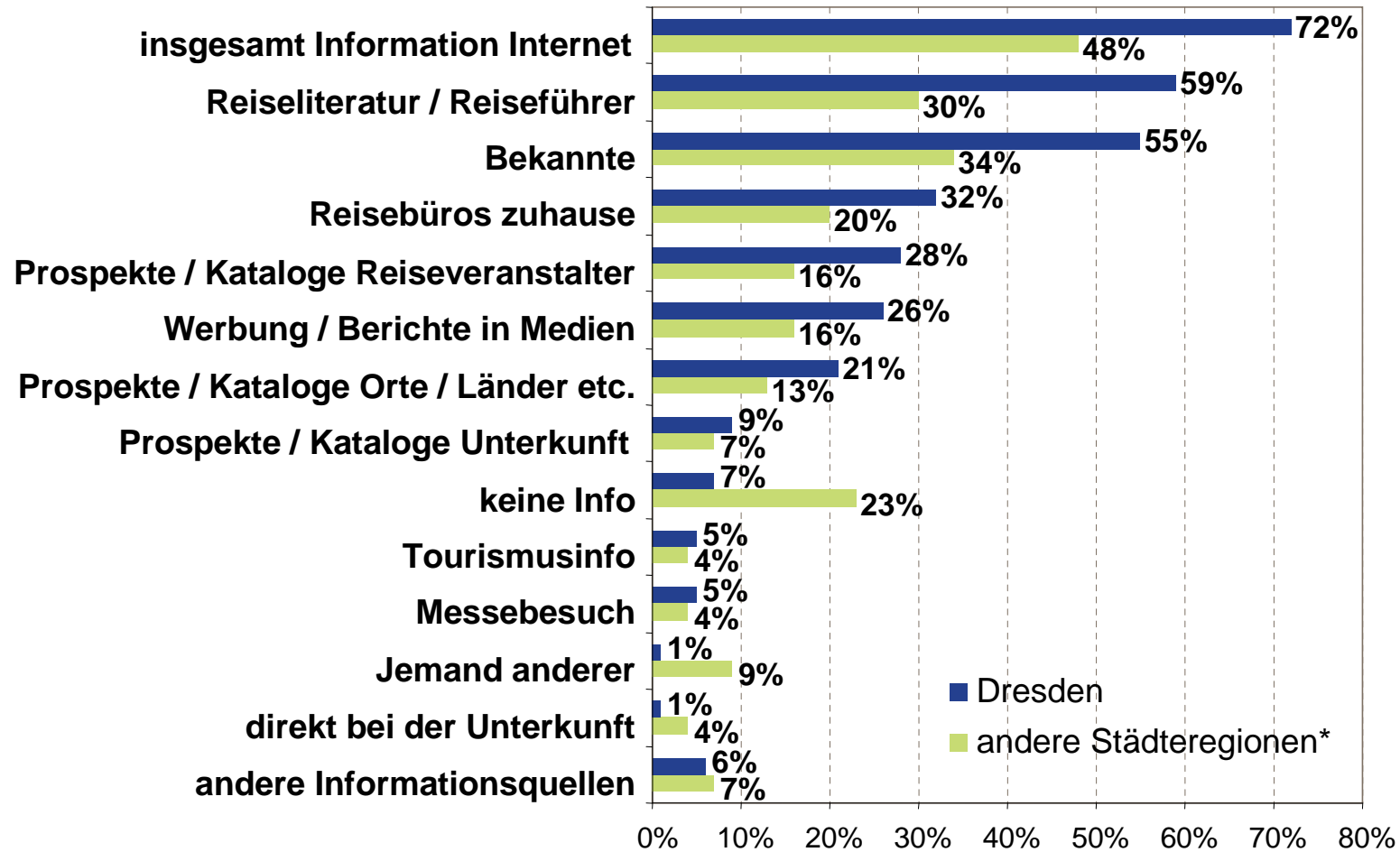


- Alleinreisende
- Paare
- Familien mit Kindern
- Familien mit Jugendlichen
- Familienverbände
- Paare mit Freunden
- Freunde / Kollegen
- Reisegruppe

Frage: „Mit wem reisen Sie?“

Quelle: ERV (Europäische Reiseversicherung AG) und DZT, 2009 (gerundete Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Internet ist das wichtigste Informationsmedium

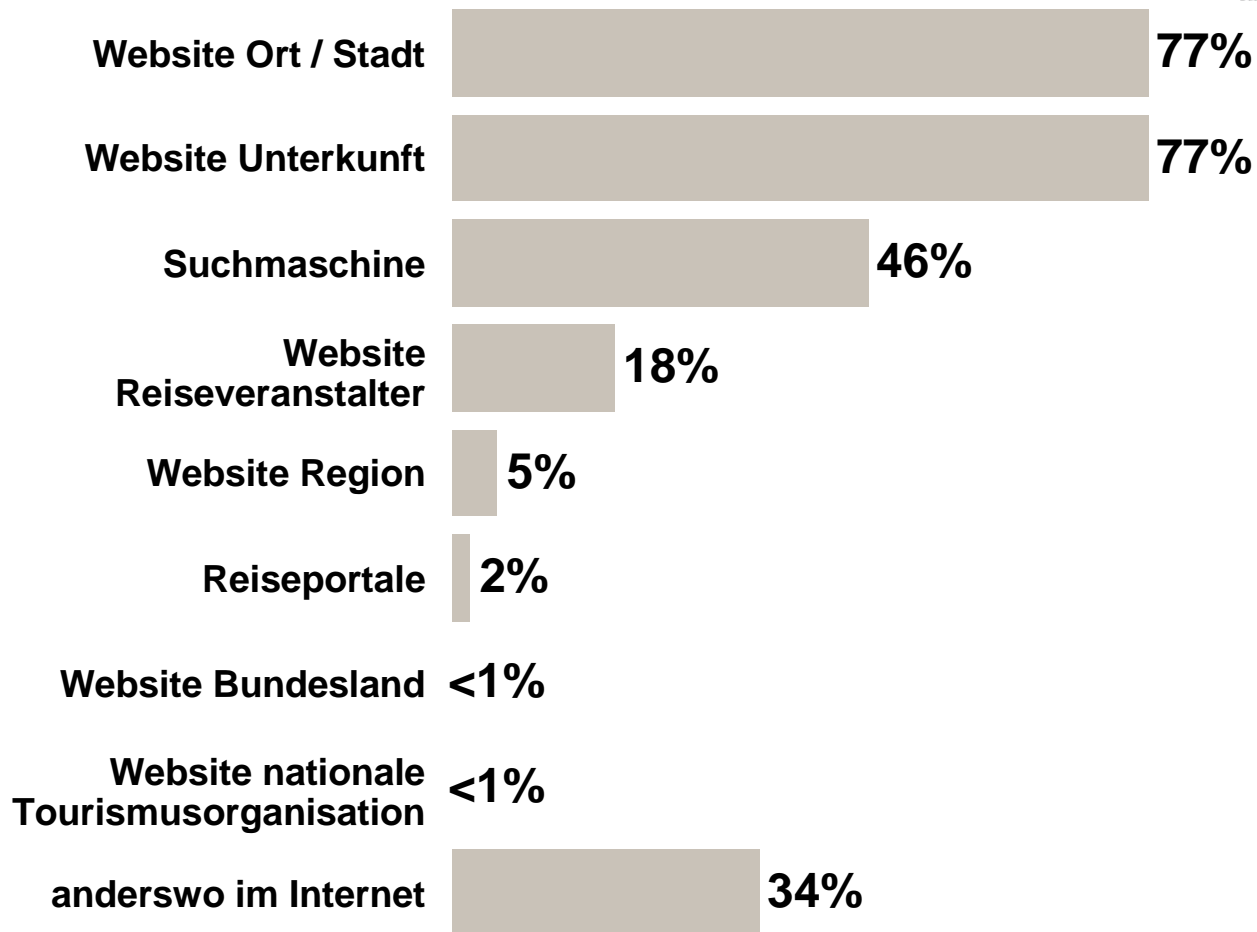


Frage: „Wo und wie haben Sie sich vor oder nach Ihrer Entscheidung hierher zu kommen, über diesen Urlaub informiert?“

* andere Städtereionen in Deutschland ohne Dresden

Quelle: ERV (Europäische Reiseversicherung AG) und DZT, 2009
(gerundete Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Informationsverhalten im Internet (nur die, die sich im Internet informiert haben)



Frage: „Wo und wie haben Sie sich vor oder nach Ihrer Entscheidung hierher zu kommen, über diesen Urlaub informiert?“

Quelle: ERV (Europäische Reiseversicherung AG) und DZT, 2009
(gerundete Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

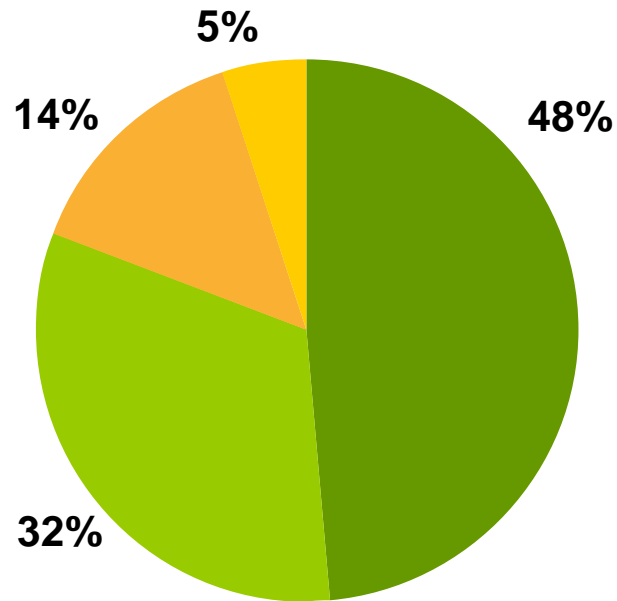
Knapp die Hälfte der Gäste bucht erst in den letzten 2 Wochen vor der Reise



Deutschland
Das ReiseLand

ERV

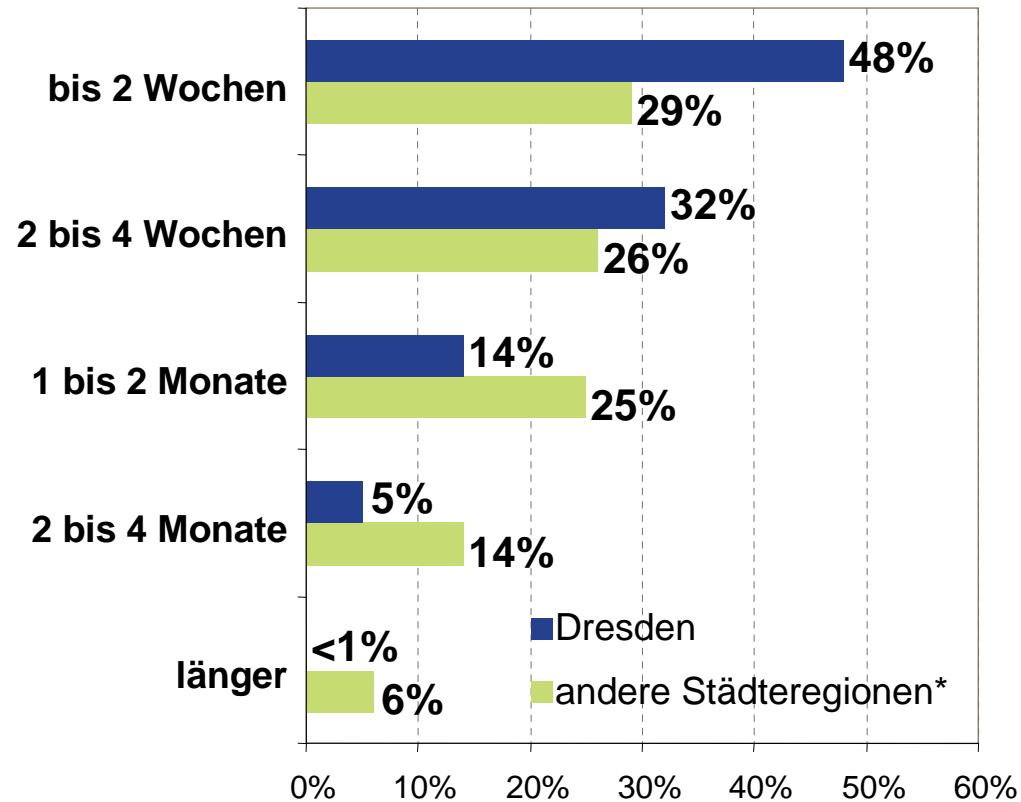
Dresden



- bis 2 Wochen
- 2 bis 4 Wochen
- 1 bis 2 Monate
- 2 bis 4 Monate
- länger

Dresden / andere Städtereigionen*

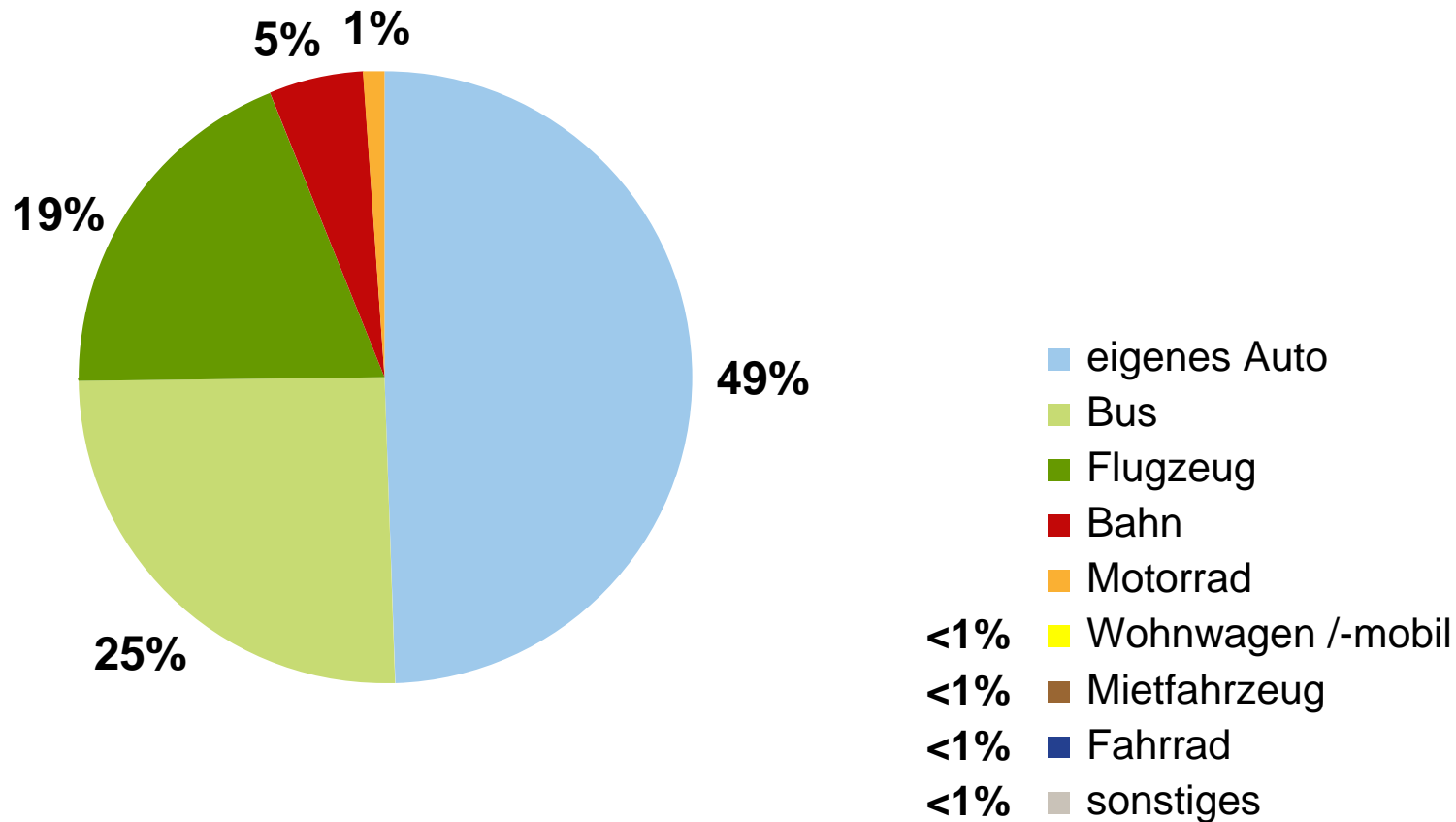
* andere Städtereigionen in Deutschland ohne Dresden



Quelle: ERV (Europäische Reiseversicherung AG) und DZT, 2009
(gerundete Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Frage: „Wie lange vor der Abreise haben Sie die Reise zum jetzigen Urlaubsort und/oder die Unterkunft gebucht?“

Anreiseverkehrsmittel



Frage: „Wie reisen unsere Gäste hauptsächlich an?“

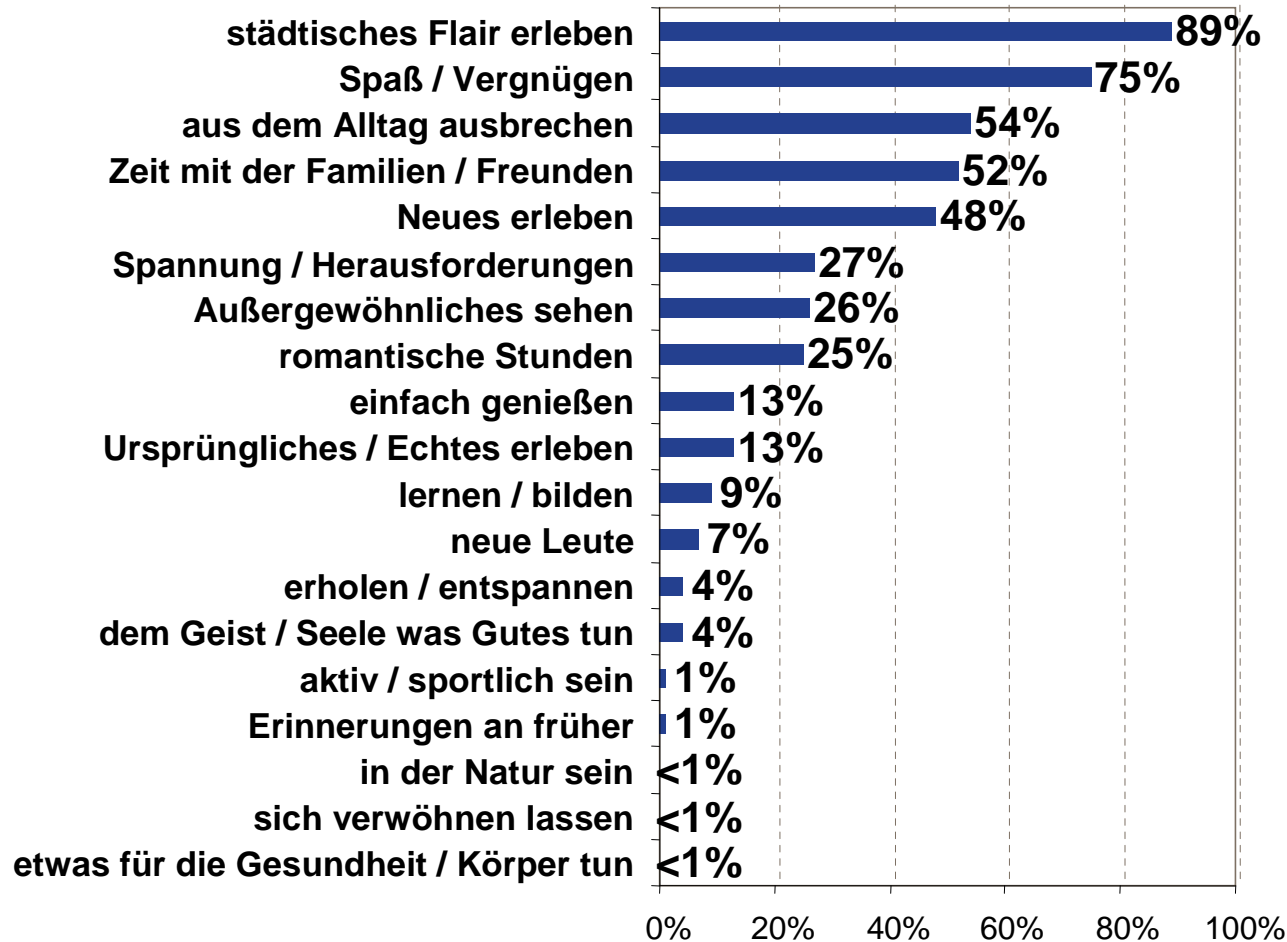
Quelle: ERV (Europäische Reiseversicherung AG) und DZT, 2009
(gerundete Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Städtisches Flair und Spaß und Vergnügen sind wichtige Motive für die Urlaubsentscheidung



Deutschland
Das ReiseLand

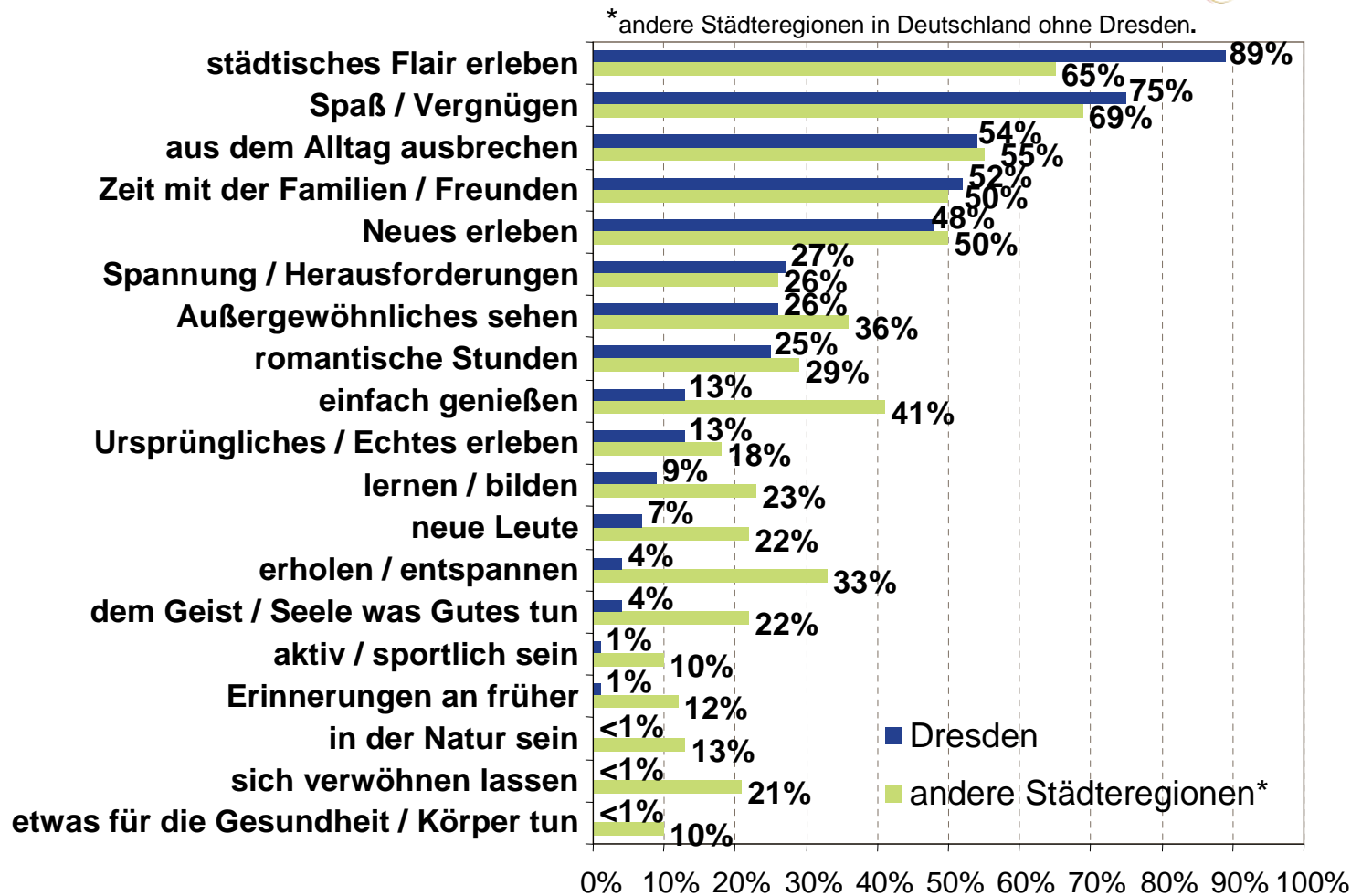
ERV



Quelle: ERV (Europäische Reiseversicherung AG) und DZT, 2009
(gerundete Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Frage: „Was waren die Gründe für diesen Urlaub, warum sind Sie in den Urlaub gefahren?“

Motive für die Urlaubsentscheidung im direkten Vergleich



Frage: „Was waren die Gründe für diesen Urlaub, warum sind Sie in den Urlaub gefahren?“

Quelle: ERV (Europäische Reiseversicherung AG) und DZT, 2009
(gerundete Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

TOP 10 Kriterien für die Destinationsentscheidung



Deutschland
Das ReiseLand

ERV

Frage: "Warum haben Sie sich für Dresden als Urlaubsziel entschieden?"

Dresden		andere Städtereionen*	
Sehenswürdigkeiten	82 %	Kunst- und Kulturangebot	61 %
Kunst- und Kulturangebot	81 %	Sehenswürdigkeiten	58 %
Ortsbild / Architektur	79 %	Ortsbild / Architektur	49 %
Empfehlung Freunde / Bekannte	56 %	Atmosphäre / Flair	47 %
Einkaufsmöglichkeiten	46 %	Vielfalt des Angebotes	46 %
Image Destination	43 %	Empfehlung Freunde / Bekannte	45 %
Veranstaltungen & Events	40 %	Land & Leute	45 %
Atmosphäre / Flair	39 %	Image Destination	43 %
Vielfalt des Angebotes	38 %	Einkaufsmöglichkeiten	34 %
Berichte aus Medien	33 %	Veranstaltungen & Events	34 %

Quelle: ERV (Europäische Reiseversicherung AG) und DZT, 2009
(gerundete Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

* andere Städtereionen in Deutschland ohne Dresden

Das Ortsbild, die Architektur und die Einkaufsmöglichkeiten sind u. a. „kaufentscheidend“

Stärken der Kaufentscheidung:

TOP 20 % - Platzierung Dresden im Vergleich zu anderen städtischen Destinationen



	Anteil der Nennungen	Platzierung im Vergleich
Ortsbild / Architektur	79 %	2 von 15
Einkaufsmöglichkeiten	46 %	3 von 15
Veranstaltungen & Events	40 %	4 von 15
Sehenswürdigkeiten	82 %	5 von 15
Kunst- & Kulturangebot	81 %	5 von 15
Positive Berichte aus Medien	33 %	5 von 15

Quelle: ERV (Europäische Reiseversicherung AG) und DZT, 2009
(gerundete Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Frage: "Warum haben Sie sich für unsere Region als Urlaubsziel entschieden?"

Preis, Gastgewerbe und Erreichbarkeit sind vergleichsweise wenig „kaufentscheidend“



Schwächen der Kaufentscheidung:

Platzierung Dresden im Vergleich zu anderen städtischen Destinationen

	Anteil der Nennungen	Platzierung im Vergleich
Besonders billig	<1 %	8 von 15
Gastronomisches Angebot	2 %	11 von 15
Hotels / Unterkünfte	3 %	11 von 15
Nähe / Erreichbarkeit	3 %	11 von 15
Landschaft & Natur	7 %	9 von 15

Quelle: ERV (Europäische Reiseversicherung AG) und DZT, 2009
(gerundete Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

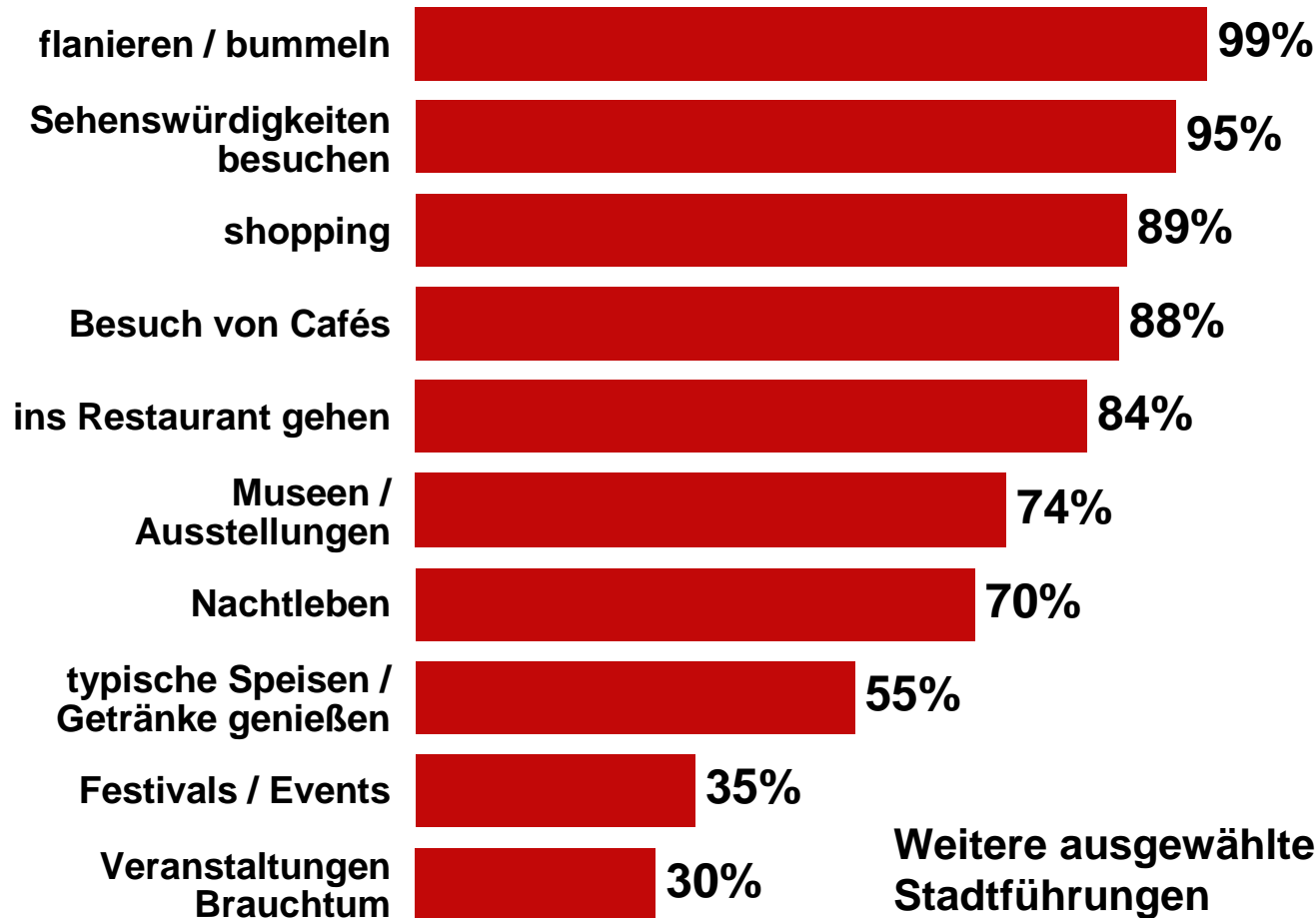
Frage: "Warum haben Sie sich für unsere Region als Urlaubsziel entschieden?"

TOP 10 Aktivitäten der Gäste



Deutschland
Das ReiseLand

ERV



Weitere ausgewählte Aktivitäten der Gäste:

Stadtführungen	29%
Individuelle Ausflüge	24%
Organisierte Ausflüge	22%
Ausflugsfahrt auf dem Wasser	6%

Quelle: ERV (Europäische Reiseversicherung AG) und DZT, 2009
(gerundete Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

**Werfen wir mal einen Blick
auf die Zufriedenheit der
Übernachtungsgäste**



Die Gäste sind zufrieden wie in anderen Städtereigionen

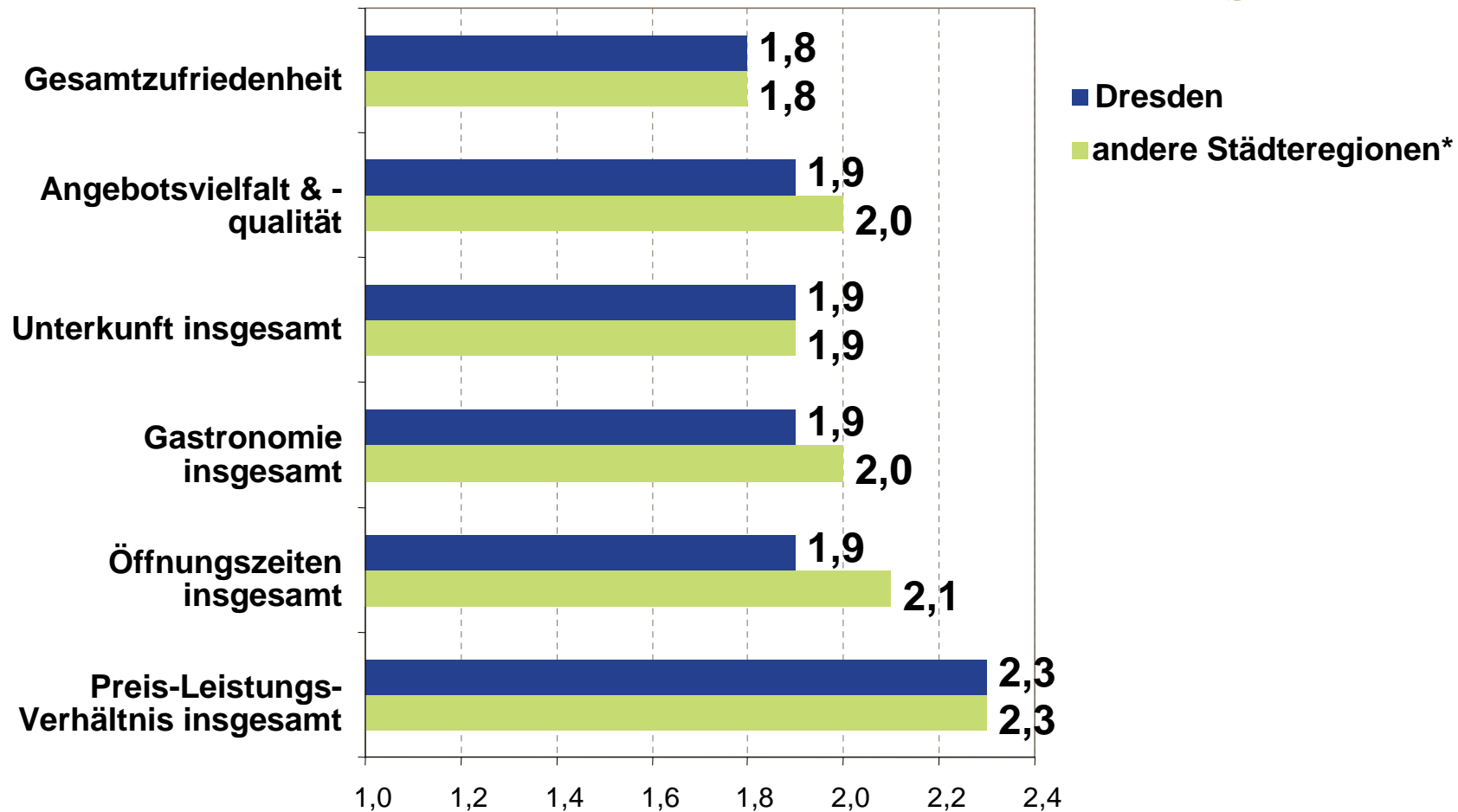
Pluspunkte für die Angebotsvielfalt & -qualität, Gastronomie und Öffnungszeiten



Deutschland
Das ReiseLand



ERV



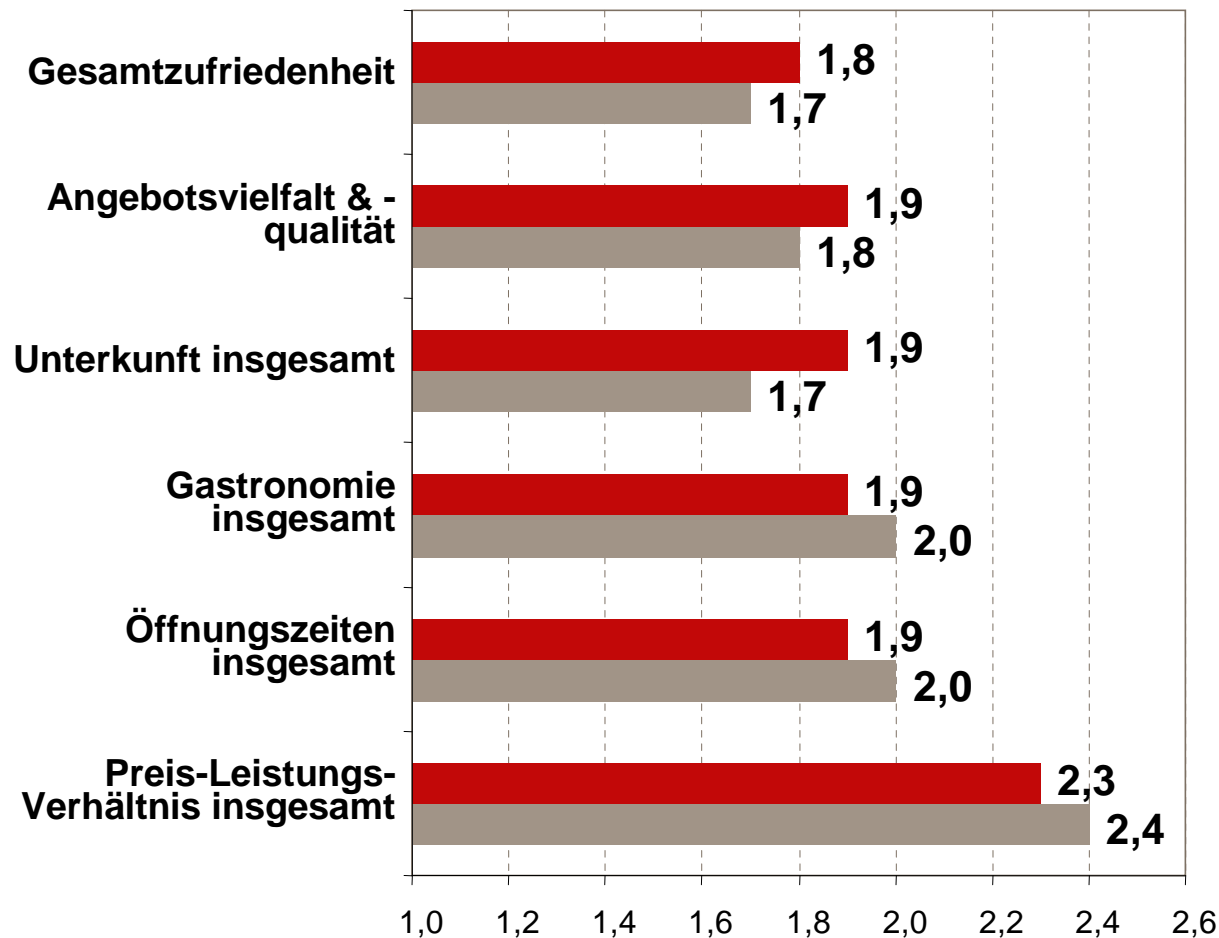
Quelle: ERV (Europäische Reiseversicherung AG) und DZT, 2009
(gerundete Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Frage: „Wie zufrieden sind Sie generell?“

Skala Zufriedenheit: 1 = 'Äußerst begeistert' bis 6 = 'Eher enttäuscht'

*andere Städtereigionen in Deutschland ohne Dresden

Deutsche und ausländische Gäste im direkten Vergleich



■ Deutsche Gäste
 ■ Ausländische Gäste

Frage: „Wie zufrieden sind Sie generell?“

Skala Zufriedenheit: 1 = 'Äußerst begeistert' bis 6 = 'Eher enttäuscht'

Quelle: ERV (Europäische Reiseversicherung AG) und DZT, 2009
 (gerundete Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

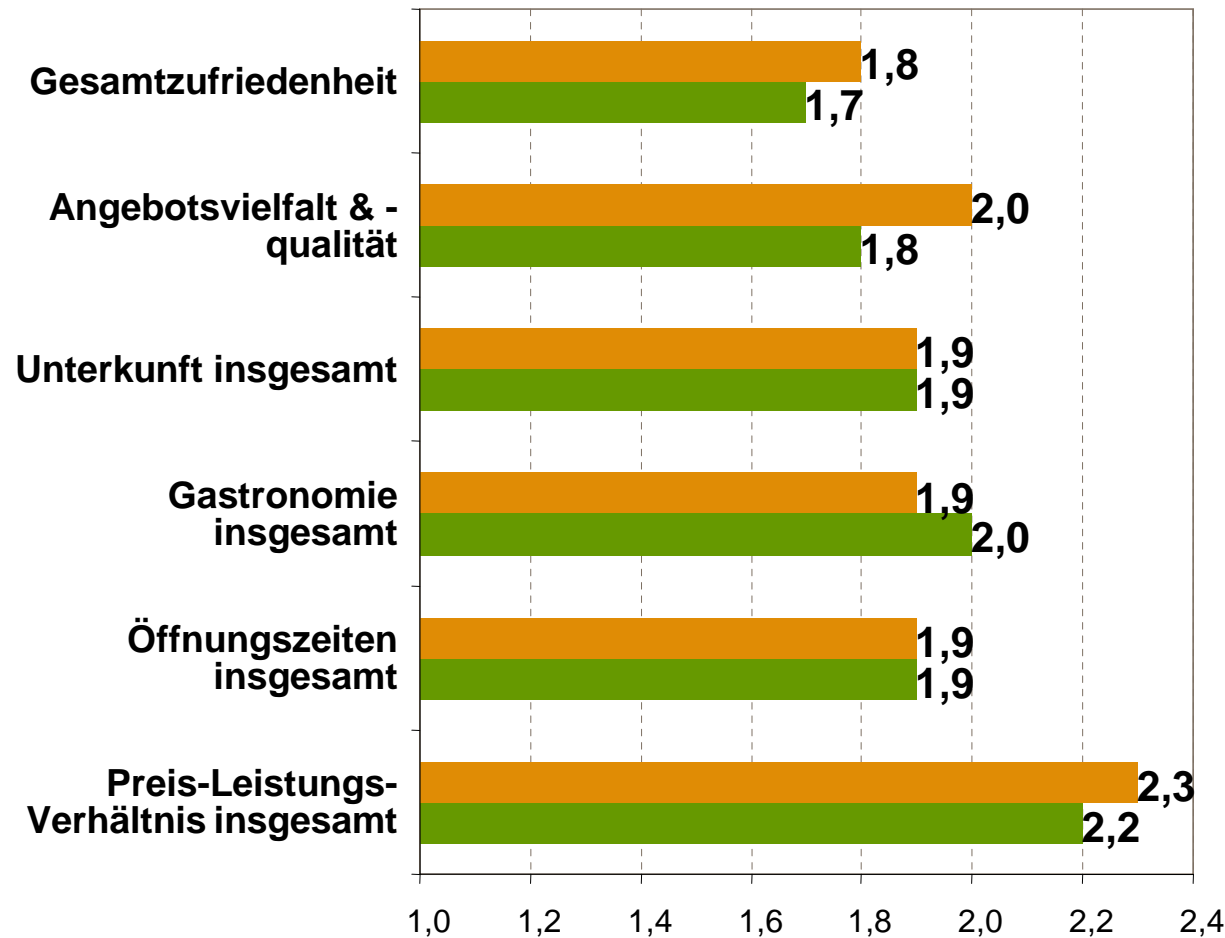
Erstbesucher sind generell zufriedener als Wiederbesucher



Deutschland
Das ReiseLand



ERV

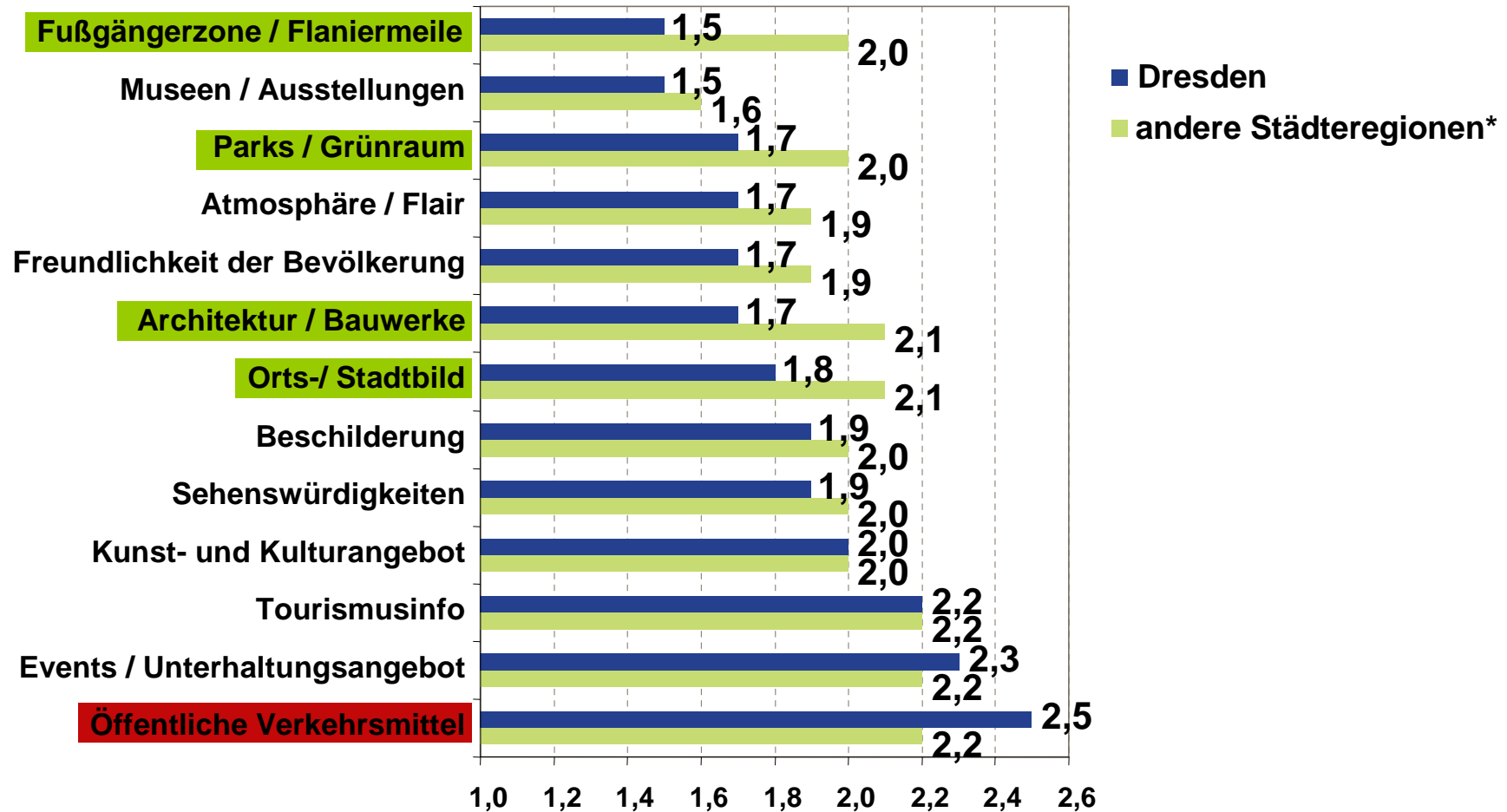


■ Wiederbesucher
■ Erstbesucher

Frage: „Wie zufrieden sind Sie generell?“

Skala Zufriedenheit: 1 = 'Äußerst begeistert' bis 6 = 'Eher enttäuscht'

Flaniermeilen / Fußgängerzonen sowie Architektur / Bauwerke werden besonders positiv bewertet



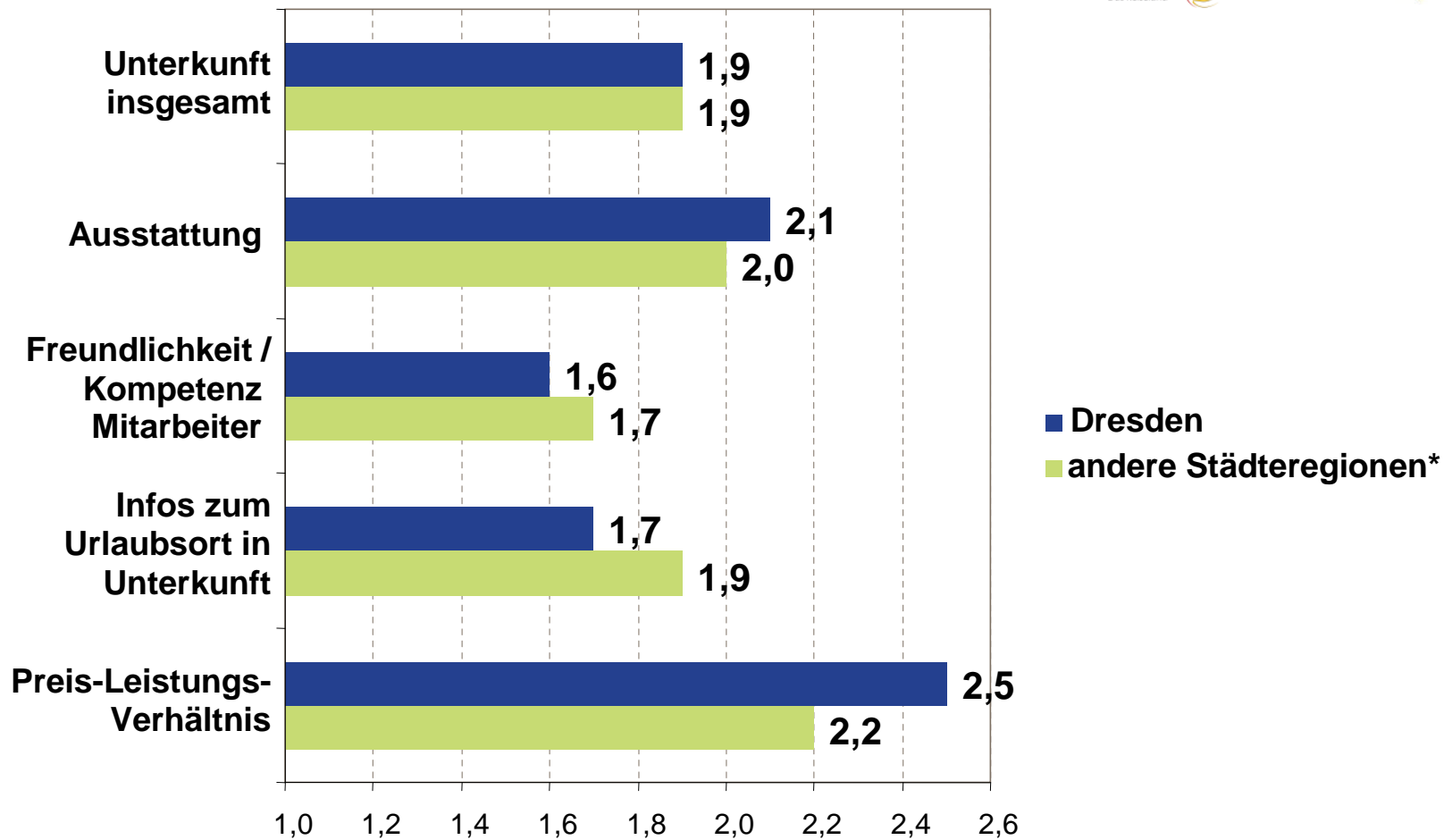
Frage: „Wie zufrieden sind Sie mit der Destination?“

Skala Zufriedenheit: 1 = 'Äußerst begeistert' bis 6 = 'Eher enttäuscht'

*andere Städtereionen in Deutschland ohne Dresden

Quelle: ERV (Europäische Reiseversicherung AG) und DZT, 2009
(gerundete Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Unterkunft: Zufriedene Gäste, jedoch wird das Preis-Leistungs-Verhältnis kritisch bewertet



Frage: „Wie zufrieden sind Sie mit der Unterkunft?“ *andere Städtereionen in Deutschland ohne Dresden
 Skala Zufriedenheit: 1 = 'Äußerst begeistert' bis 6 = 'Eher enttäuscht'

Quelle: ERV (Europäische Reiseversicherung AG) und DZT, 2009
 (gerundete Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

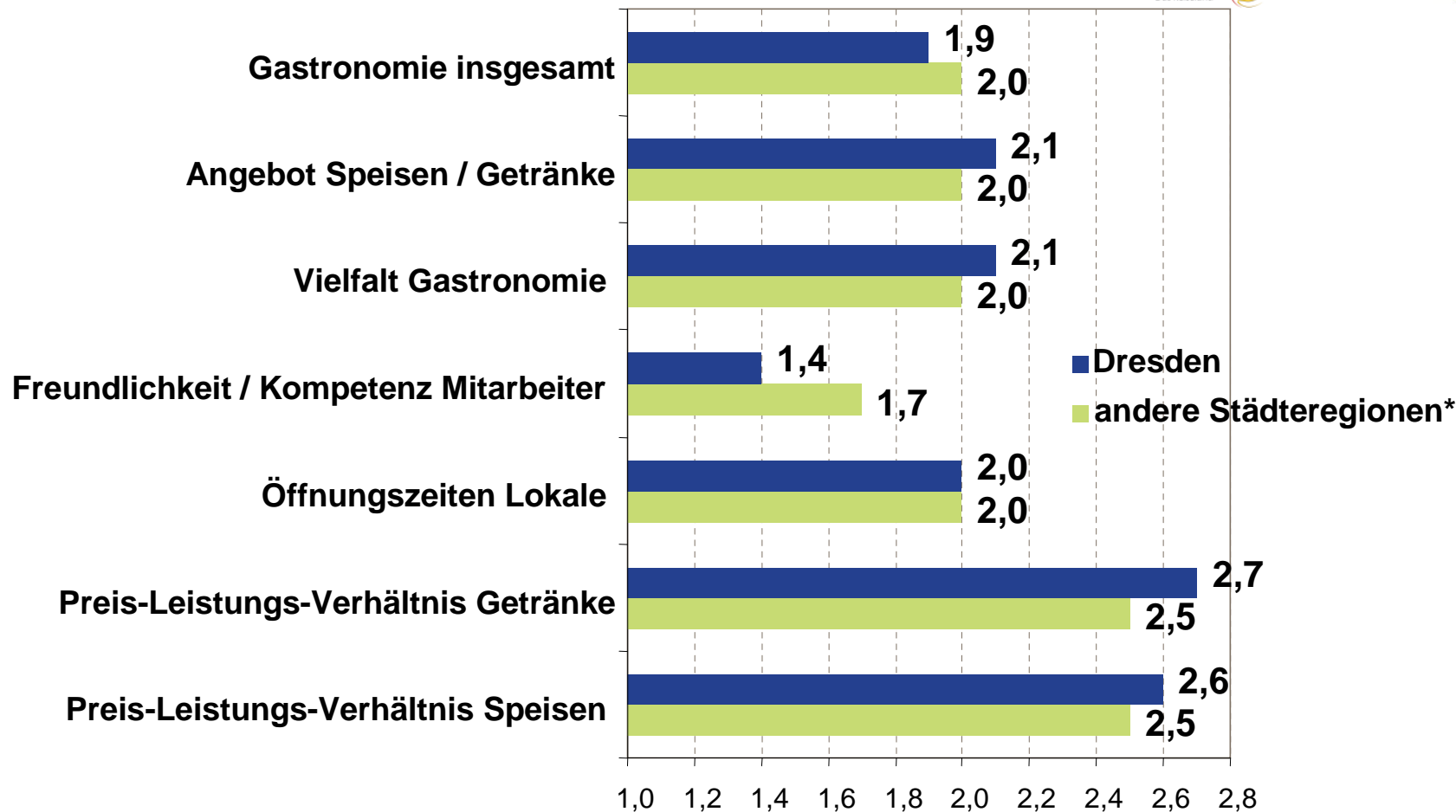
Pluspunkte bei der Freundlichkeit / Kompetenz der Mitarbeiter in der Gastronomie, Preis-Leistungs-Verhältnis abermals kritisch



Deutschland
Das ReiseLand



ERV



Frage: „Wie zufrieden sind Sie mit der Gastronomie?“

Skala Zufriedenheit: 1 = 'Äußerst begeistert' bis 6 = 'Eher enttäuscht'

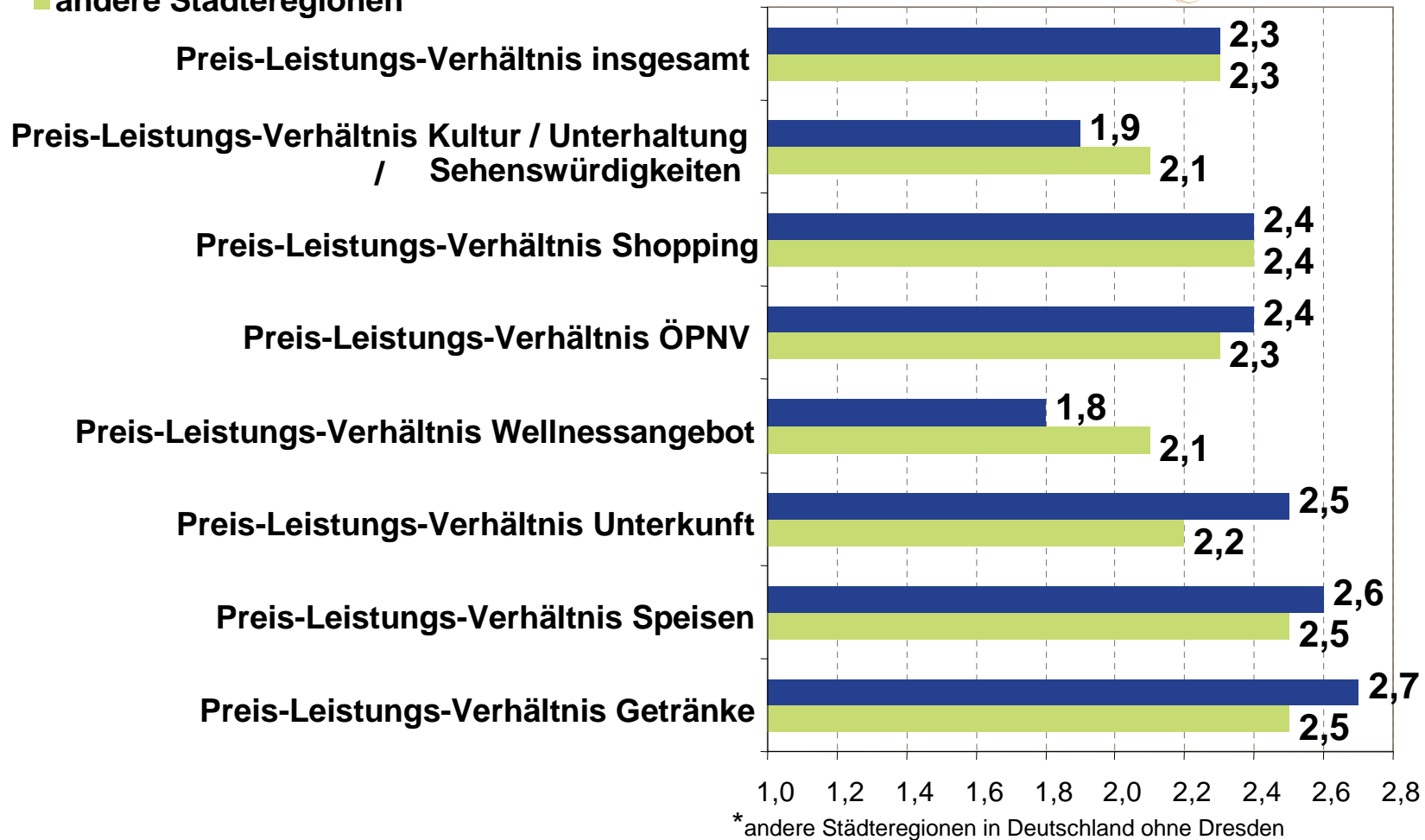
* andere Städtereionen in Deutschland ohne Dresden

Quelle: ERV (Europäische Reiseversicherung AG) und DZT, 2009
(gerundete Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Gäste sind generell etwas unzufrieden mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis



- Dresden
- andere Städtereigionen*



Frage: „Wie zufrieden sind Sie mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis?“

Skala Zufriedenheit: 1 = 'Äußerst begeistert' bis 6 = 'Eher enttäuscht'

Quelle: ERV (Europäische Reiseversicherung AG) und DZT, 2009
(gerundete Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Geringerer Wiederbesuchabsicht sowohl bei Urlaubs- als auch bei Geschäftsreisenden



Frage: „Wie sicher ist es, dass Sie in den nächsten 2 bis 3 Jahren wieder einen Urlaub in Dresden machen?“



Frage: „Wie sicher ist es, dass Sie in den nächsten 2 bis 3 Jahren einen privaten Aufenthalt hier verbringen?“



*andere Städtereigionen in Deutschland ohne Dresden

Skala Wiederbesuchabsicht: 1 = ‚Sehr sicher‘ bis 6 = ‚Sicher nicht‘

Quelle: ERV (Europäische Reiseversicherung AG) und DZT, 2009
(gerundete Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Dresden wird jedoch gerne weiterempfohlen



Dresden

1,9

**andere
Städtereigionen***

1,9

*andere Städtereigionen in Deutschland ohne Dresden

Frage: „Wie sicher würden Sie Ihren Freunden oder Bekannten einen Aufenthalt in Dresden weiterempfehlen?“

Weiterempfehlungsabsicht: Skala: 1 = 'Sehr sicher' bis 6 = 'Sicher nicht'

Quelle: ERV (Europäische Reiseversicherung AG) und DZT, 2009
(gerundete Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

TOP 10 Wichtigkeiten für die Gesamtzufriedenheit bei einem Urlaubsaufenthalt in Dresden



Deutschland
Das ReiseLand



ERV

Unterkunft insgesamt
Angebotsvielfalt & -qualität
Atmosphäre/Flair
Wetter
Preis-Leistungs-Verhältnis
Öffnungszeiten insgesamt
Gastronomie insgesamt
Qualität von Einkaufsangebote
Orts-/Stadtbild
Fußgängerzone/Flaniermeile

Quelle: ERV (Europäische Reiseversicherung AG) und DZT, 2009
(gerundete Werte, Rundungsdifferenzen möglich)



Deutschland
Das ReiseLand

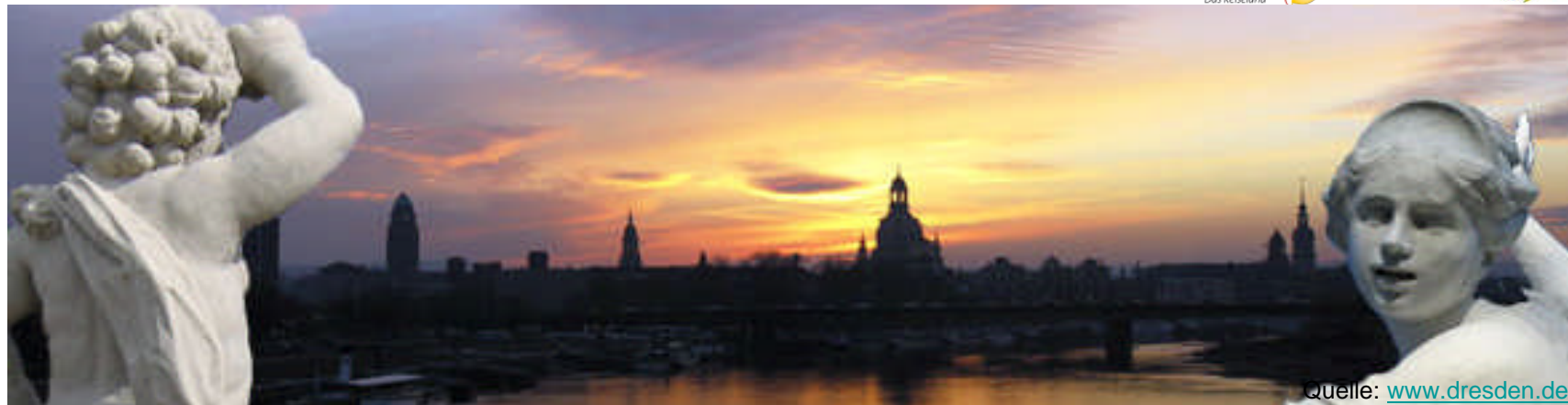


ERV



Zeit für die Zusammenfassung!

Zusammenfassung



- **Nordrhein-Westfalen, Bayern und Berlin sind die wichtigsten Quellmärkte im Inland**
- **Über die Hälfte der Urlaubsgäste ist zwischen 40 und 60 Jahre**
- **Fast die Hälfte der Urlaubsgäste war schon mal in Dresden**
- **Städte- und Kulturreisen sind die wichtigsten Urlaubsarten für Dresden**
- **Paare und Reisegruppe dominieren die Gästestruktur der Urlaubsreisenden**
- **Internet ist das wichtigste Informationsmedium**
- **Knapp die Hälfte der Gäste bucht erst in den letzten 2 Wochen vor der Reise**
- **Städtisches Flair und Spaß / Vergnügen sind wichtige Motive für die Urlaubsentscheidung**

Zusammenfassung



- Preis, Gastgewerbe und Erreichbarkeit sind vergleichsweise wenig „kaufentscheidend“
- Das Ortsbild, die Architektur und die Einkaufsmöglichkeiten sind „kaufentscheidend“
- Umso besser, dass Flaniermeilen / Fußgängerzonen sowie Architektur / Bauwerke im Vergleich besonders positiv bewertet werden
- Unterkunft und Gastronomie: Zufriedene Gäste, jedoch wird das Preis-Leistungs-Verhältnis kritisch bewertet
- Geringerer Wiederbesuchabsicht sowohl bei Urlaubs- als auch bei Geschäftsreisenden
- Dresden wird jedoch gerne weiterempfohlen.



Deutschland
Das ReiseLand



ERV

Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit !

www.qualitaetsmonitor-deutschland-tourismus.de



Rückfragen und Anmeldungen



Anfragen zum Angebot:

Europäische Reiseversicherung AG

Hans Stadler

Vogelweidestraße 5

81677 München

089 4166-1227

hans.stadler@erv.de



Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.

Norbert Tödter

Beethovenstraße 69

60325 Frankfurt/Main

069 9746 4220

norbert.toedter@d-z-t.com



Wissenschaftliche Betreuung und Umsetzung:

dwif-Consulting GmbH

Dr. Manfred Zeiner

Sonnenstraße 27

80331 München

089 237 028 90

m.zeiner@dwif.de



MANOVA GmbH

Andreas Neumann

Schlossergasse 1

6800 Feldkirch

+43 (0) 5522-70526

andreas.neumann@manova.at

