

# Dithmarschen-Tourismus 2021 in Zahlen

Urlaubsreisetrends im Quellmarkt Deutschland bis 2030  
und ausgewählte Ergebnisse der Gästebefragung Dithmarschen 2021

April 2022

Redaktion: Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH, Kiel (NIT)

## Liebe Leserinnen und Leser,

herzlich willkommen zu der vierten Ausgabe des Newsletters „Dithmarschen in Zahlen“. Auch dieses Jahr möchten wir Ihnen auf diesem Weg Erkenntnisse aus der Marktforschung unserer Region mitteilen.

Bereits seit vielen Jahren orientiert sich der Dithmarschen Tourismus e.V. an aktuellen Marktdaten und stützt damit unter anderem laufende Entwicklungsplanungen im Dithmarschen-Tourismus. Insbesondere vor dem Hintergrund der Corona-Pandemie bieten aktuelle Marktforschungsergebnisse mehr denn je einen wichtigen Orientierungsrahmen für die touristischen Arbeit in der Region.

Ausgewählte Instrumente der Marktforschung sind regionale Gästebefragungen oder auch übergeordnete Untersuchungen, wie z. B. die Reiseanalyse der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V., Kiel. Nachfolgend finden Sie einen Überblick der Urlaubsreisetrends bis 2030 sowie eine Auswahl der Ergebnisse der Gästebefragung (GBSH) 2021 für Dithmarschen, die wir im Jahr 2021 erneut mit Ihrer Hilfe erfolgreich durchgeführt haben.

Wir möchten diese Gelegenheit nutzen, uns nochmals herzlich bei allen Vermietern und Hoteliers zu bedanken, die – trotz der schwierigen Bedingungen durch die Pandemie – auch die GBSH 2021 tatkräftig unterstützt haben.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen!

Ihr Dithmarschen Tourismus e.V.

## Inhalt

- ▶ Seite 1 und 2: Urlaubsreisetrends bis 2030
- ▶ Seite 3 bis 8: Ergebnisse der Gästebefragung Dithmarschen 2021

## Urlaubsreisetrends im Quellmarkt Deutschland bis 2030

Die Chancen und Herausforderungen des Dithmarschen-Tourismus ergeben sich u. a. aus langfristigen Entwicklungen im touristischen Gesamtmarkt. Diese Trends zumindest in ihren Grundzügen zu kennen, ist für alle Tourismusakteure vor Ort wichtig, um das eigene Handeln zukunftsfähig zu gestalten. Zudem hat die Zeit der Corona-Pandemie gezeigt, dass es sehr schnell große Änderungen in der Tourismusnachfrage geben kann. Die Ergebnisse der touristischen Marktforschung geben in der unsicheren Gesamtsituation Orientierung für die kommende Nachfrageentwicklung.

Seit 50 Jahren erhebt die Reiseanalyse (RA) der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (FUR) jährlich das Urlaubsreiseverhalten der Deutschen.

Basierend auf dieser einzigartigen Datenbasis entstand im Jahre 2020 die „Reiseanalyse Trendstudie 2030“, welche die Entwicklungslinien der Nachfrageseite des Urlaubstourismus in Deutschland bis 2030 beschreibt. Ende 2021 erschien ein Update um die Trendabschätzung 2030 im Licht neuerer Daten und Erkenntnisse zu den Einflüssen der Corona-Pandemie zu überprüfen bzw. anzupassen. Basierend auf den Daten zum Einfluss der Pandemie, kommen die Autoren des Updates der Trendstudie zu einem zentralen, ermutigenden Fazit: So intensiv die Pandemie aktuell und in der näheren Zukunft auf die Urlaubsnachfrage wirken mag, für die Perspektive bis 2030 zeichnen sich nur recht begrenzte Wirkungen ab.

**Trends: Aus der vergangenen Entwicklung heute erkennbar – Ableitung der zukünftigen Entwicklung möglich**



Für die Zukunftsbetrachtung der Nachfrage ist nicht nur interessant, was sich ändern wird. Es wird auch deutlich was bleibt, worauf man sich mit einiger Sicherheit auch in Zukunft verlassen kann, z. B. Motive, Präferenzen, Werteinstellungen.

Im Folgenden findet sich eine kurze Übersicht der Haupttrends im deutschen Urlaubsreisemarkt bis 2030 basierend auf der Trendabschätzung der Reiseanalyse Trendstudie.

**Trotz Pandemie ist langfristig bis 2030 wieder mit Stabilität zu rechnen.**

Quellen: Lohmann, Yarar, Sonntag & Schmücker: Reiseanalyse Trendstudie 2030 (FUR, 2020); Schmücker, Lohmann, Köchling & Sonntag: Reiseanalyse Trendstudie 2030 – update (FUR, 2021).



# Die Haupttrends im deutschen Urlaubsreisemarkt im Überblick

**Anmerkung zur Datenbasis:** Die Reiseanalyse Trendstudie beschreibt die Entwicklungslinien der Nachfrageseite des Urlaubs-tourismus als das ökonomisch bedeutendste Segment des Tourismus im Quellmarkt Deutschland von den frühen 70er Jahren des letzten Jahrhunderts bis zum Ende dieses Jahrzehntes (2030).

Die Analyse baut dafür auf Daten der touristischen Marktforschung auf. Die empirische Basis bietet die Reiseanalyse (RA) der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. mit ihren etwa 50 Erhebungen seit 1971, bei der jährlich über 7.500 Befragte interviewt werden. Die Studie berücksichtigt dabei aber natürlich auch Einflussfaktoren aus dem Umfeld und aus dem touristischen Angebot. [www.reiseanalyse.de](http://www.reiseanalyse.de)

## 1. Urlaubswünsche

Die Grundvoraussetzungen für das Urlaubsreisen sind das Reisen-Wollen, also eine grundsätzliche Motivation, sowie das Reisen-Können, basierend auf persönlichen Faktoren wie Geld, Zeit oder Gesundheit. Diese Voraussetzungen sind auch in den kommenden zehn Jahren geben. Selbst während der Corona-Pandemie war die Urlaubslust der Deutschen stabil, so dass Urlaubsreisen nach wie vor Platz zwei bei den Konsumprioritäten einnehmen.

Ein weiterer stabilisierender Faktor sind die Urlaubsmotive, die auch während der Pandemie hohe Zustimmungswerte aufwiesen. Somit werden sich die zentralen Motive auch bis 2030 nicht ändern: Entspannung, kein Stress, Abstand zum Alltag finden und gleichzeitig frische Kraft tanken werden weiterhin die treibenden Kräfte hinter Urlaubsreisen bilden.

Darüber hinaus führt eine große Reiseerfahrung zu kenntnisreichen Kunden, die wachsende und differenziertere Erwartungen an den Urlaub haben. Kennzeichen der zukünftigen Nachfrage sind somit ein hohes Anspruchsniveau und eine starke Flexibilität im Verhalten der Kunden.

## 2. Nachfragevolumen

Im Jahr vor der Corona-Pandemie (2019) lag die Urlaubsreiseintensität bei 78% der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren. Das entspricht einem Volumen von knapp 55 Mio. Urlaubsreisenden. Trotz des drastischen Einbruchs in den Corona-Jahren 2020 und 2021 stehen die Zeichen für die Zukunft bei langen Reisen auf Stabilität und bei den Kurzurlaubsreisen auf Zuwachs. Für 2030 wird das Volumen der Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer bei 70 Mio. Reisen etwa stabil bleiben, während man bei den Kurzurlaubsreisen mit einer leicht steigenden Kurzurlaubsreiseintensität und -häufigkeit rechnen kann. Aufgrund ihres größer werdenden Anteils an der Bevölkerung gewinnen ältere Reisende an Bedeutung auf dem Tourismusmarkt, allerdings ohne, dass damit eine fundamentale Änderung verbunden wäre.

## 3. Reisevorbereitung

Wesentlicher Treiber der Veränderungen bei der Reisevorbereitung ist die in den letzten Jahren deutlich gewachsene Internetnutzung. Es ist davon auszugehen, dass wir bis 2030 in der Bevölkerung eine Internetnutzung von annähernd 100% erreichen. Für die Informationsquellen und die Buchung wird dies eine weitere deutliche Verlagerung in Richtung online bedeuten.

**Sie möchten sich mehr über die Trends im Urlaubreisemarkt bis 2030 informieren?**

Die neue „Reiseanalyse Trendstudie 2030“ inkl. dem Update zu den Einflüssen der Corona-Pandemie auf die touristische Nachfrageentwicklung kann direkt bei der FUR erworben werden.

Kontakt: FUR, Tel.: 0431 - 88 88 800, [info@reiseanalyse.de](mailto:info@reiseanalyse.de), [www.reiseanalyse.de](http://www.reiseanalyse.de)

Ein etwas verändertes Reiseverhalten durch die Pandemie führt kurzzeitig zu mehr Einzelbuchungen bei Leistungsträgern, sowie zu einer gestiegenen Wertschätzung für Reisebüros. Mittelfristig, also bis 2030, ist dennoch eine weitere Zunahme der Online-Buchungen absehbar. Außerdem könnte sich der Anteil der Reisen ohne jegliche Vorabbuchung aufgrund des gestiegenen Sicherheitsbedürfnis leicht reduzieren. Für Reisen mit sehr hohem Organisationsgrad (Pauschalreisen) besteht bis 2030 eine stabile Perspektive.

## 4. Urlaubsziele

Bei den Urlaubs- und Kurzurlaubsreisen profitieren die Inlandsreisen kurzzeitig von der Corona-Pandemie während gleichzeitig eine Abnahme der Auslandsreisen zu erwarten ist. Ab 2023/24 können sich die Marktanteile der Großregionen dann wieder auf das Vor-Pandemie-Niveau einpendeln, wobei jedoch von einer gedämpfteren Entwicklung für Flugreisen auszugehen ist. So werden per Flug erreichbaren Mittelmeerziele und Fernreiseziele bis 2030 etwas geringere Werte als vor der Pandemie aufweisen. Insgesamt wird die Verteilung von Inlands- und Auslandsreisezielen 2030 wieder ungefähr auf dem Niveau von vor der Corona-Pandemie sein.

Innerhalb Deutschlands werden 2030 die Urlaubsziele Bayern, Mecklenburg-Vorpommern, Schleswig-Holstein, Niedersachsen und Baden-Württemberg die „großen Fünf“ bleiben.

## 5. Urlaubsreiseverhalten

Wie bisher wird sich bei der Reisebegleitung auch bis 2030 der Markt aufteilen in Reisen zu zweit (44%) oder zu dritt und mehr (45%). Bei Reisen mit Kindern ist Stabilität mit kleinen Wachstumschancen zu erwarten.

Bei der Urlaubsreisedauer ist kurz- und mittelfristig mit einem Rückgang der durchschnittlichen Reisedauer auf 12,2 Tage zu rechnen. Dies liegt überwiegend an der absehbar geänderten Reisezielwahl mit kürzeren Anreisezeiten (weniger Fernreisen).

Bei den Urlaubsunterkünften ist mit einem leichten Marktanteilsgewinn der Selbstversorgerunterkünfte (Ferienwohnung, Wohnmobil etc.) zu rechnen.

Gleichzeit wird der Anteil von Pkw-Reisen zeitweise ansteigen. Bei Flugreisen und Kreuzfahrt wird, nach dem Pandemie-Dämpfer, bis 2030 eher eine Stabilisierung bzw. Verlangsamung des Nachfragewachstums erwartet.



## Fazit:

**1. Auch während der Pandemie bleibt die Urlaubslust hoch**

**2. Stabiles Gesamtmarkt-volumen bis 2030 trotz Pandemie-Einbruch**

**3. Weitere Zunahme der Online-Buchungen**

**4. Anteile der Inlands- und Auslandsreisen bleiben stabil**

**5. Selbstversorgerunterkünfte gewinnen leicht**



## Gästebefragung Dithmarschen: Ausgewählte Ergebnisse

**Anmerkung zur Datenbasis:** Die Gästebefragung Schleswig-Holstein (GBSH) ist die regelmäßig durchgeführte, repräsentative Befragung von Übernachtungsgästen des NIT in Kiel. Die schriftlichen Befragungen der Gäste finden während ihres Aufenthalts in den Beherbergungsstätten in Schleswig-Holstein statt.

Die Gästebefragungen werden von Tourismusmarketingorganisationen in Schleswig-Holstein als Beteiligungsuntersuchungen beauftragt. Dithmarschen hat sich 2021 zum fünften Mal an der GBSH beteiligt.

Informationen zur GBSH gibt es unter: [www.nit-kiel.de/arbeitsfelder/marktforschung/gbsh/](http://www.nit-kiel.de/arbeitsfelder/marktforschung/gbsh/)

**Hinweis:** Zu berücksichtigen ist bei dieser Befragung die durch die **Corona-Pandemie** eingeschränkte Möglichkeit vor Mai 2021 in Schleswig-Holstein einen Urlaub zu verbringen und der damit im Vergleich zu den Vorjahren niedrigere Anteil der Ankünfte in den Frühjahrsmonaten. Auch bei der Interpretation der Ergebnisse ist zu beachten, dass die Befragung im zweiten Pandemiejahr stattgefunden hat und z.B. einige der abgefragten Aspekte im Reiseziel wie Veranstaltungen, Kulturangebote etc. coronabedingt nur eingeschränkt angeboten/wahrgenommen werden konnten.

### Gästebefragung Schleswig-Holstein (GBSH):

Der Dithmarschen-Tourismus benötigt über die Basisinformationen aus den Quellmärkten auch zielgebietsbezogene Fakten. Daher hat der Dithmarschen Tourismus e.V. das Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH, Kiel (NIT) mit der Durchführung der Gästebefragung GBSH Dithmarschen 2021 beauftragt.

Die GBSH ist eine schriftliche Befragung von Übernachtungsgästen ab 14 Jahre in gewerblichen Unterkünften und in Unterkünften der Privatvermietung.

Die Stichprobenziehung erfolgt auf der Basis der Gäste des aktuellen Beherbergungsangebots, für die die Ergebnisse repräsentativ sind. Ergänzend wurden auch 2021 wieder die Gäste, die ihre Unterkunft über das Buchungssystem der Region gebucht haben, unmittelbar nach ihrem Aufenthalt per Mail eingeladen, online einen identischen Fragebogen auszufüllen.

Der Erhebungszeitraum umfasst April bis Oktober 2021. Die Ergebnisse der GBSH Dithmarschen 2021 beruhen auf einer Fallzahl von knapp n=1.200 Fällen.

Die Daten sind (u. a. für Friedrichskoog und Büsum) kleinräumlich aufgebrochen. Daten liegen für zahlreiche weitere tourismusplanerisch wichtige Zielgruppen von Dithmarschen vor.

Aufgrund der gleichzeitigen Durchführung der landesweiten Gästebefragung in Schleswig-Holstein lässt sich die Marktposition Dithmarschens im Übernachtungstourismus auch im Vergleich beschreiben.

Mit sämtlichen in SH im Jahr 2021 umgesetzten Anschlussuntersuchungen in LTOs liegen landesweit Daten für fast 6.000 Fälle und im Kern identische Frageprogramme vor (Mehrwert: Benchmarking).

### Soziodemographie und Struktur der Dithmarschen-Gäste

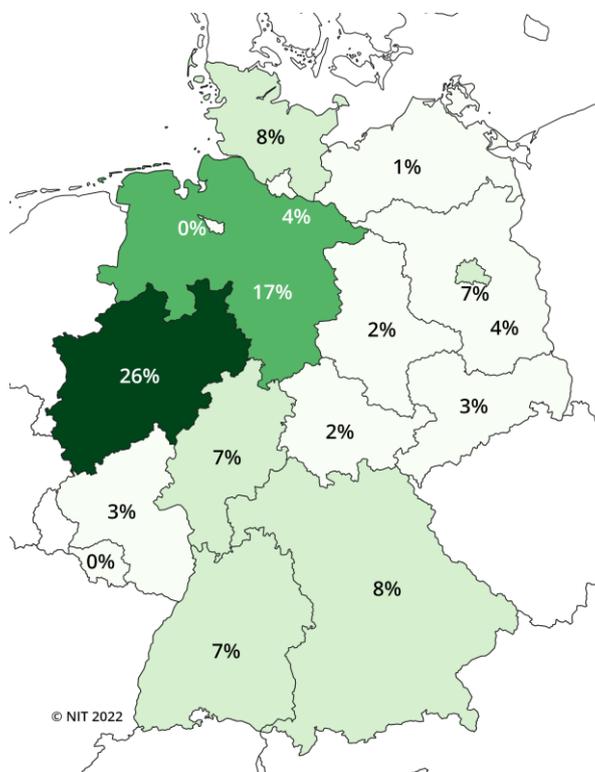
**Alter:** Dithmarschen-Gäste sind deutlich älter als der Durchschnitt der Urlaubsreisenden im deutschen Quellmarkt (57,0 Jahre vs. 48,9 Jahre). Büsum hat im Durchschnitt die „ältesten“ Gäste (59,1 Jahre), Friedrichskoog die „jüngsten“ (51,5 Jahre). Unabhängig von der Region ist deutlich mehr als die Hälfte der Gäste über 50 Jahre alt, in Büsum sind dies sogar drei Viertel der Gäste.

**Kinder/Jugendliche im Haushalt:** 20% der Dithmarschen-Gäste leben mit Kindern/Jugendlichen im Haushalt (Bevölkerung: 29%, restl. Dithmarschen 28%, Friedrichskoog 35%, Büsum 13%).

**Haushaltsnettoeinkommen:** Die Dithmarschen-Gäste sind in allen Einkommensschichten zu finden. Verglichen mit dem deutschen Quellmarkt beziehen sie häufiger ein mittleres Einkommen. Innerhalb Dithmarschens verfügen die Friedrichskoog-Gäste am häufigsten über höhere Haushaltsnettoeinkommen.

**Quellmärkte:** Die wichtigsten inländischen Quellgebiete Dithmarschens sind NRW (26%) und Niedersachsen (17%), gefolgt von Bayern und Schleswig-Holstein (jeweils 8%) sowie Baden-Württemberg und Hessen (jeweils 7%). Gegenüber 2017 hat NRW dabei an Bedeutung als Quellmarkt gewonnen, während Niedersachsen Anteile verloren hat. Da auch Hessen und Baden-Württemberg leicht Anteile verloren haben, konnten Bayern und Schleswig-Holstein im Ranking aufsteigen.

### Quellmärkte des Übernachtungstourismus in Dithmarschen 2021 im Inland



Basis: Alle inländischen Befragten mit Angaben Dithmarschen gesamt (n=1.152)  
Frage: In welchem Bundesland wohnen Sie?  
Quelle: GBSH Dithmarschen 2021

Die Gäste sind mit durchschnittlich 57 Jahren etwas älter als im deutschen Quellmarkt, in Büsum ist das Durchschnittsalter am höchsten.

Jeder fünfte Dithmarschen-Gast lebt mit Kindern unter 17 Jahren im Haushalt.

Hauptquellmärkte für Dithmarschen sind NRW und Niedersachsen.



## Urlaubsziel? Dithmarschen! Regionale Reiseentscheidungsgründe

Der Strand, das Meer, und die Bademöglichkeiten, die Erholungsmöglichkeiten sowie das Klima bzw. die Luft sind für über 50% der Befragten besonders wichtige Aspekte und stellen damit die TOP 3 der Reiseentscheidungsgründe für das Reiseziel Dithmarschen dar.

Der Strand und die Bademöglichkeiten haben als Reiseentscheidungsgrund weiterhin an Bedeutung gewonnen und sind 2021 zum ersten Mal auf dem ersten Platz. Besonders wichtig ist dieser Aspekt bei den Büsum-Gästen. Auch das Klima/Luft, die Anreise und Erreichbarkeit sowie die maritime Atmosphäre wird von den Büsum-Gästen häufiger als Reiseentscheidungsgrund genannt. Zusätzlich bewegen auch die kulinarischen Angebote die Gäste zu einem Urlaub in Büsum.



**TOP-3-Reiseentscheidungsgründe für Dithmarschen 2021: Baden/ Meer, Erholung, Klima.**

### TOP 10-Reiseentscheidungsgründe für Dithmarschen und kleinräumliche Schwerpunkte

Entscheidungsgründe für Dithmarschen (TOP 10)	Dithmarschen gesamt	Büsum	Friedrichskoog	restl. Dithmarschen
Strand, Meer, Bademöglichkeiten	67	<b>77</b>	67	<b>51</b>
Erholungsmöglichkeiten	66	70	69	<b>61</b>
Klima, Luft	58	<b>69</b>	60	<b>41</b>
Landschaft, Lage	53	49	<b>58</b>	<b>59</b>
Unterkunftsangebot	40	38	<b>32</b>	43
Gastfreundliche Einwohner, Vermieter	36	39	<b>31</b>	33
Anreise, Erreichbarkeit	33	<b>40</b>	<b>25</b>	<b>24</b>
(Tages-)Ausflugsmöglichkeiten	31	28	<b>26</b>	35
Preis	30	<b>25</b>	27	<b>39</b>
Radfahrmöglichkeiten	29	28	31	30

Angaben in %, Rot gedruckte Werte: mind. 5%-P. unter Ø Wert für Dithmarschen gesamt, grün gedruckte Werte mind. 5%-P. über Ø Wert für Dithmarschen gesamt.  
Frage: Welche der folgenden Aspekte waren bei der Entscheidung für Ihr gegenwärtiges Reiseziel besonders wichtig? (Mehrere Antworten möglich).  
Alle Befragten Dithmarschen gesamt (n=1.188), Büsum (n=390), Friedrichskoog (n=296), restl. Dithmarschen (n=502).  
Quelle: GBSH Dithmarschen 2021.

**Weitere besonders wichtige Reiseentscheidungsgründe: Landschaft, Unterkunftsangebot, Gastfreundlichkeit, die gute Erreichbarkeit sowie die (Tages-) Ausflugsmöglichkeiten.**

In Friedrichskoog haben die Landschaft und Lage, die Natur insgesamt sowie die Möglichkeiten zum Wandern überdurchschnittliche Bedeutung.

Das übrige Dithmarschen punktet unter anderem durch den Preis, die Landschaft bzw. Lage und die Natur insgesamt.

### Weitere Reiseentscheidungsgründe für Dithmarschen

Entscheidungsgründe für Dithmarschen (Rang 11-20)	Dithmarschen gesamt	Büsum	Friedrichskoog	restl. Dithmarschen
Maritime Atmosphäre	27	<b>33</b>	<b>21</b>	<b>18</b>
Natur (Flora & Fauna)	25	21	<b>35</b>	<b>30</b>
UNESCO-Weltnaturerbe Wattenmeer	22	25	26	<b>16</b>
Kulinarische Angebote	15	<b>21</b>	<b>7</b>	<b>8</b>
Corona-Bestimmungen	14	16	10	11
Freizeitangebot	12	11	9	14
Möglichkeiten zum Wandern, Joggen, (Nordic) Walking	12	12	<b>18</b>	11
(Kreuzfahrt-) Schiffe gucken	10	10	8	11
Ortsbild, Architektur	9	10	5	7
Angebote für Kinder	8	7	10	10

Angaben in %, Rot gedruckte Werte: mind. 5%-P. unter Ø Wert für Dithmarschen gesamt, grün gedruckte Werte mind. 5%-P. über Ø Wert für Dithmarschen gesamt.  
Frage: Welche der folgenden Aspekte waren bei der Entscheidung für Ihr gegenwärtiges Reiseziel besonders wichtig? (Mehrere Antworten möglich).  
Alle Befragten Dithmarschen gesamt (n=1.188), Büsum (n=390), Friedrichskoog (n=296), restl. Dithmarschen (n=502).  
Quelle: GBSH Dithmarschen 2021.

## Ausgewählte Aktivitäten der Dithmarschen-Urlauber

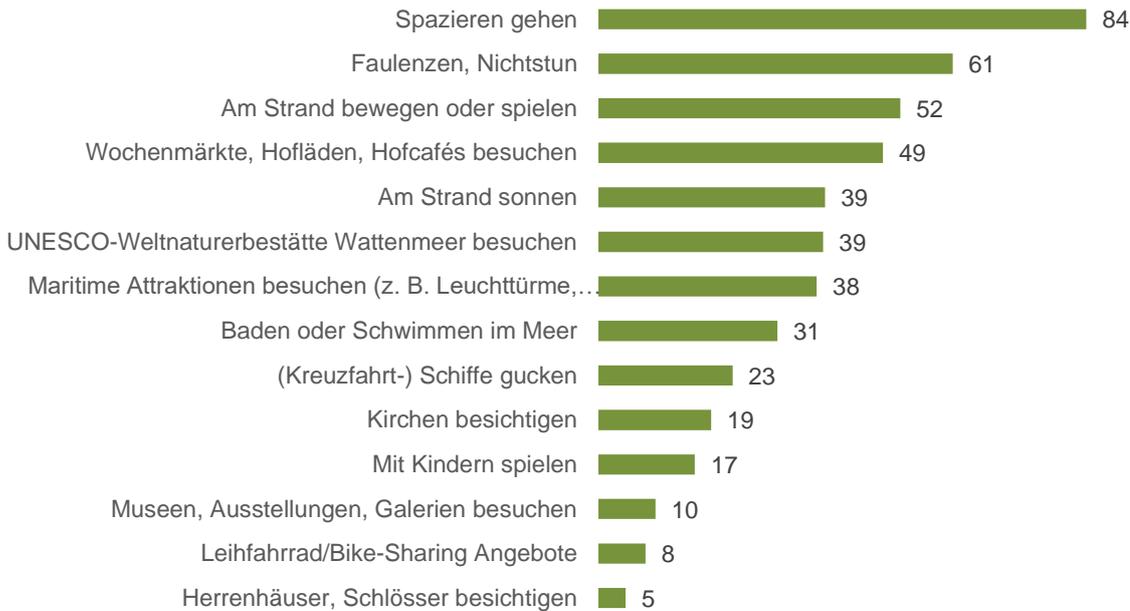
Die Dithmarschen-Gäste lassen es während ihres Aufenthaltes gern ruhig angehen: Spaziergänge und Faulenzen sind wichtige („Nicht-“) Aktivitäten der Gäste.

Jeder Zweite bewegt sich bzw. spielt am Strand und besucht Wochenmärkte, Hofläden oder Hofcafés. Knapp 40% der Gäste besuchen aber auch die UNESCO-Weltnaturerbestätte Wattenmeer.

Am häufigsten gehen dabei die Friedrichskoog-Gäste an den Strand zum Bewegen/Spielen oder besuchen das Wattenmeer und sie faulenzen überdurchschnittlich gern. Die Büsum-Gäste nutzen den Strand am häufigsten zum Sonnen und gehen spazieren, während die Gäste im übrigen Dithmarschen besonders oft nach (Kreuzfahrt-) Schiffen gucken.

Die regionalen Unterschiede in den Reisegründen spiegeln sich auch in den Aktivitäten vor Ort wider.

### Aktivitäten und Angebotsnutzungen in Dithmarschen



### „TOP 3“-Aktivitäten:



Angaben in %.

Frage: Welche besonderen Aktivitäten haben Sie während Ihres Aufenthaltes unternommen?

Basis: Alle Befragten Dithmarschen gesamt (n=1.188), Büsum (n=390), Friedrichskoog (n=296), restl. Dithmarschen (n=502).

Quelle: GBSH Dithmarschen 2021.

## Die Zielgruppen der Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2025

Die in der Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2025 definierten Zielgruppen wurden auch in der Gästebefragung 2021 wieder durch Selbsteinschätzung erhoben. Alle Befragten wurden gebeten, sich selbst in Bezug auf die aktuelle Reise anhand einer fünfstufigen Skala einzuordnen.

Der Anteil der Befragten, die sich mindestens einer der Zielgruppen „ganz genau“ oder „eher ja“ zuordnen können, liegt dabei mit 86% auf SH-Niveau.

Besonders wichtig sind dabei für Dithmarschen die „Natururlauber“ und die „Entschleuniger“ gefolgt von den „Neugierigen“ und „Familienurlaubern“. Überdurchschnittlich hoch ist der Anteil der „Natururlauber“ und der „Familienurlauber“ unter den Gästen in Friedrichskoog. Im übrigen Dithmarschen trifft man besonders häufig auf „Neugierige“ Gäste, während sich in Büsum vergleichsweise viele „Entschleuniger“ finden.

Städtereisende bilden unter den Zielgruppen erwartungsgemäß das kleinste Segment.



### Die SH-Zielgruppen in Dithmarschen

SH-Zielgruppen	Dithmarschen gesamt	Büsum	Friedrichskoog	restl. Dithmarschen
Ich bin „Natururlauber“	56	52	62	60
Ich bin „Entschleuniger“	50	54	44	44
Ich bin „Neugieriger“	39	33	35	48
Ich bin „Familienurlauber“	35	31	45	40
Ich bin „Städtereisender“	18	17	16	20

Besonders wichtig für Dithmarschen: „Natururlauber“ und „Entschleuniger“

Angaben in %. Rot gedruckte Werte mind. 5%-P. unter Ø Wert für Dithmarschen gesamt, grün gedruckte Werte mind. 5%-P. über Ø Wert für Dithmarschen gesamt.

Basis: Alle Befragten Dithmarschen gesamt (n=1.188), Büsum (n=390), Friedrichskoog (n=296), restl. Dithmarschen (n=502).

Frage: Wie weit treffen die folgenden Beschreibungen auf Sie persönlich bei dieser Reise zu? (Top-2-Boxes = ganz genau/eher ja)

Quelle: GBSH Dithmarschen 2021.



## Bewertung des Aufenthaltes in Dithmarschen – Gesamteindruck

**Anmerkung:** Messungen der Bewertung des Aufenthaltes durch die Kunden erfolgen im Rahmen von Gästebefragungen generell anhand von Bewertungsskalen. Am häufigsten finden Schulnoten Verwendung, weil die Erfahrung der Befragten mit diesem Instrument deutlicher ausgeprägt ist als mit anderen Bewertungssystemen.

Eine auf diese Weise ermittelte Durchschnittsnote erscheint im Ergebnis eher abstrakt. Aber: Im Vordergrund der Bewertungsbeurteilung steht das Erkennen der relativen Schwachpunkte und Engpässe im Angebot, an denen man am ehesten arbeiten muss.

**Methode:**  
skalierte  
Bewertungen mit  
Schulnoten

### Bewertung von zentralen Aspekten des Reiseziels

Die Bewertung von zentralen und nutzungsunabhängigen Aspekten des Reiseziels wurde, wie in den Vorjahren, auf einer sechs-stufigen Skala von 1 (sehr gut) bis 6 (ungenügend) erhoben.

Insgesamt bewerteten die Gäste das aktuelle Reiseziel in Dithmarschen wie auch schon 2015 und 2017 als „gut“ (1,8). Dabei vergeben 37% der Gäste die Bestnote „1“ und 53% die Note „2“. Für den Gesamteindruck wird die Bestnote „1“ am häufigsten von Familienurlaubern und denjenigen, die für einen Natururlaub nach Dithmarschen kommen, vergeben.

In den Teilregionen zeigt sich, dass der Gesamteindruck vom restlichen Dithmarschen etwas besser als der Durchschnitt ist, während Büsum und Friedrichskoog leicht unter dem Durchschnitt liegen.

Bei der Betrachtung der einzelnen Aspekte im Reiseziel erhalten die Unterkunft, die Landschaftsbilder und die Service- und Kundenorientierung am häufigsten „sehr gute“ oder „gute“ Noten. Trotz konstant gebliebener Gesamtbewertung von Dithmarschen als Reiseziel konnten diese drei Aspekte ihre Bewertung seit 2017 sogar leicht verbessern.



### Bewertung zentraler Aspekte des Aufenthalts in Dithmarschen

Bewertung in Schulnoten	Dithmarschen gesamt	Büsum	Friedrichskoog	restl. Dithmarschen
Unterkunft	1,6	1,7	<b>1,8</b>	1,6
Landschaftsbilder	1,7	1,8	1,7	1,6
Service- und Kundenorientierung der Anbieter	1,7	1,8	<b>1,9</b>	<b>1,5</b>
Anresemöglichkeiten, Erreichbarkeit	1,8	1,8	1,9	1,8
Preis-Leistungs-Verhältnis im Reiseziel	1,9	<b>2,1</b>	<b>2,1</b>	<b>1,6</b>
Ortsbilder, Architektur	2,2	2,3	<b>2,4</b>	2,1
<b>Reiseziel insgesamt (Gesamteindruck)</b>	<b>1,8</b>	<b>1,9</b>	<b>1,9</b>	<b>1,7</b>

Die Bewertung  
zentraler Aspekte  
des Aufenthalts in  
Dithmarschen fällt  
insgesamt sehr  
positiv aus.

Angaben in Ø Schulnoten, Rot gedruckte Werte: mind. 0,2 Schulnoten schlechter als Ø Wert für Dithmarschen gesamt, grün gedruckte Werte mind. 0,2 Schulnoten besser als Ø Wert für Dithmarschen gesamt.

Basis: n = jeweilige Zahl der Fälle, die eine Bewertung abgegeben haben.

Frage: Wie bewerten Sie die folgenden Aspekte in Ihrem Reiseziel? (Schulnoten)

Quelle: GBSH Dithmarschen 2021.

Aber auch bei diesen Aspekten zeigen sich in der Bewertung regionale Differenzen zwischen den betrachteten Teilregionen.

Der vom Gast oft sehr kritisch bewertete Aspekt des Preis-Leistungs-Verhältnisses im Reiseziel, fällt im restlichen Dithmarschen deutlich positiv auf: 89% der Gäste vergeben hier die Noten „1“ oder „2“. Ähnlich positiv fällt auch Bewertung der Service- und Kundenorientierung der Anbieter im restlichen Dithmarschen auf. Gemeinsam mit der Unterkunft und den Landschaftsbildern sind dies die TOP 4 der hier betrachteten Kriterien für das restliche Dithmarschen. Insgesamt haben sich fast alle Aspekte seit 2017 in dieser Teilregion positiv entwickelt.

Unter den Friedrichskoog-Gästen werden die Landschaftsbilder und die Unterkunft am besten bewertet. Bis auf die Landschaftsbilder liegen jedoch alle Werte Friedrichskoogs im regionalen Vergleich leicht unter dem Durchschnitt. Dies beeinträchtigt die Gesamtbewertung als Reiseziel allerdings nicht.

Die Büsum-Gäste bewerten die Unterkunft, die Kundenorientierung der Anbieter sowie die Landschaftsbilder am häufigsten mit „sehr gut“ oder „gut“ (jeweils 85%, 86% bzw. 89%).

Wie schon 2017 werden in Dithmarschen für das Ortsbild bzw. die Architektur am seltensten die Bestnoten vergeben. Im Vergleich schneidet jedoch auch hier das restliche Dithmarschen etwas besser ab.



Das restliche Dithmarschen konnte sich seit 2017 positiv entwickeln

„Luft nach oben“  
bei der Bewertung  
der Ortsbilder und  
Architektur



## Bewertung des Aufenthaltes in Dithmarschen – Angebotsoptionen

### Angebotsnutzung und -bewertung

In der Gästebefragung werden zahlreiche touristische Angebote mittels einer kombinierten Nutzungs- und Bewertungsfrage erfasst. Dadurch lassen sich solche Aspekte identifizieren, die von überdurchschnittlich vielen Gästen genutzt, aber unterdurchschnittlich bewertet werden. In Schleswig-Holstein insgesamt betrifft dies bspw. generell das Shopping, das Angebot an regionalen Lebensmitteln und die Internetversorgung.

Wie auch schon im Jahr 2017 erhalten die Möglichkeiten zum Wandern und Joggen sowie zum Radfahren die besten Noten von den Dithmarschen-Gästen in allen Teilregionen. Zudem hat sich im Vergleich zu 2017 die Bewertung der Internetversorgung deutlich verbessert.

In Büsum und dem restlichen Dithmarschen erhalten neben diesen Angeboten zudem die Einkaufsmöglich-

keiten und das damit verbundene Angebot an regionalen Lebensmitteln und Spezialitäten Bestnoten. Im restlichen Dithmarschen werden insbesondere die Naturinfozentren, die Ausflugsschiffe sowie die (Tages-) Ausflugsmöglichkeiten mit sehr guten Durchschnittsnoten bewertet. In Friedrichskoog sind die geführten Wanderungen neben den TOP 2 bewerteten Angeboten der Region das am besten bewertete Angebot.

Bei einigen Aspekten ist seit 2017 eine Verschlechterung der Bewertung zu beobachten. Dies zeigt sich am deutlichsten bei Angeboten, die während der Pandemie nur eingeschränkt, mit Auflagen oder gar nicht stattfinden konnten wie bspw. Veranstaltungen und Events oder auch der Besuch von Schwimm- und Erlebnisbädern.

### Angebotsnutzung und -bewertung:

Dithmarschen punktet nach wie vor mit Bestnoten für die Möglichkeiten zum Radfahren bzw. zum Joggen und Nordic Walking sowie den Einkaufsmöglichkeiten

### Bewertung einzelner Angebote in Dithmarschen

Bewertung in Schulnoten	Dithmarschen gesamt	Büsum	Friedrichskoog	restl. Dithmarschen
Möglichkeiten zum Wandern, Joggen, (Nordic) Walking	1,7	1,8	1,6	1,7
Radfahrmöglichkeiten	1,7	1,8	1,6	1,6
Einkaufsmöglichkeiten (Lebensmittel etc.)	1,8	1,8	2,3	1,8
Angebot an regionalen Lebensmitteln, Spezialitäten	1,9	1,9	2,2	1,8
(Tages-) Ausflugsmöglichkeiten	1,9	2,0	2,1	1,8
Tourismusstelle, Tourist-Service, Tourist-Info	2,0	1,9	1,9	2,1
Naturinfozentren, Naturerlebnisangebote	2,0	2,1	2,0	1,8
Ausflugsschiffe	2,0	2,0	2,3	1,9
Organisierte Wanderungen (z. B. naturkundliche Wanderungen, Wattwandern)	2,0	1,9	1,8	2,2
Strand und Bademöglichkeiten	2,0	1,8	2,2	2,2
Beschilderung der Radwege	2,1	2,2	1,9	1,9
Gastronomie im Reiseziel	2,1	1,9	2,3	2,2
Beschilderung der Wander- und Walkingwege	2,2	2,2	2,0	2,2
Shopping in (Innen-) Städten und Shopping-Centern	2,2	2,2	2,9	2,3
Kulturangebote (z. B. Museen, Ausstellungen)	2,2	2,3	2,6	2,1
Angebote für Kinder	2,2	2,2	2,3	2,2
Versorgung mit Internet	2,2	2,2	2,3	2,3
Organisierte Orts-, Stadtführungen	2,3	2,2	2,6	2,7
Angebote der Kirchen im Urlaubsort (Ausstellungen/Konzerte/ Veranstaltungen/Gottesdienste)	2,4	2,2	3,4	2,5
Öffentlicher Personennahverkehr (Bus, Bahn, Schiff)	2,4	2,3	3,2	2,5
Gesundheits-, Wellnessangebote	2,5	2,5	3,0	2,4
Freizeitparks, Tierparks	2,5	2,6	2,5	2,3
Veranstaltungen und Events	2,7	2,6	2,7	2,9
Schwimmbäder, Erlebnisbäder	2,9	3,3	3,5	2,4

### „TOP 3“-Angebote:



Die Bewertung der Internetversorgung hat sich seit 2017 am deutlichsten verbessert



Angaben in Ø Schulnoten, Rot gedruckte Werte: mind. 0,2 Schulnoten schlechter als Ø Wert für Dithmarschen gesamt, grün gedruckte Werte mind. 0,2 Schulnoten besser als Ø Wert für Dithmarschen gesamt.  
Basis: n=jeweilige Zahl der Fälle, die eine Bewertung abgegeben haben. Frage: Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Aspekten in Ihrem Reiseziel?  
Quelle: GBSH Dithmarschen 2021.

Wichtig bei der Betrachtung der Angebotsbewertung ist jedoch, dass die Gäste, für die das jeweilige Angebot von Bedeutung ist, dieses nutzen und damit auch zufrieden sind.

So haben z. B. 65% der Reisenden mit Kindern bis 13 Jahre die Angebote für Kinder während ihres Aufenthaltes genutzt (Ø Dithmarschen gesamt: 21%). Bewertet haben diese Gäste das Angebot mit der Note 2,0 (Ø 2,2). Sie sind mit diesem Angebot also durchschnittlich zufrieden.

Anders sieht es bei den Gästen aus, die für einen Natururlaub nach Dithmarschen kommen. Überdurchschnittlich viele dieser Gäste haben während Ihres Aufenthaltes bspw. die Wanderwege (92%) und Naturerlebnisangebote (60%) genutzt und diese jeweils auch überdurchschnittlich gut bewertet (1,5 bzw. 1,8).



Man muss nicht überall Bestnoten erzielen, solange die spezifischen Ansprüche zentraler Gäste-segmente erfüllt werden.



## Nachhaltigkeit in Dithmarschen

Erstmalig wurde in dieser Gästebefragung die Rolle von Nachhaltigkeit bei der Urlaubsreise nach Dithmarschen abgefragt, d.h. wie ökologisch verträglich, ressourcenschonend, umweltfreundlich und sozial verträglich der Urlaub gestaltet war. Alle Befragten wurden gebeten anzugeben, inwieweit Nachhaltigkeit bei der Entscheidung für ihre aktuelle Reise eine Rolle gespielt hat.

Diesbezüglich geben 4% der Gäste an, dass Nachhaltigkeit bei der Entscheidung den Ausschlag zwischen sonst gleichwertigen Aspekten gegeben hat. Für 22% war Nachhaltigkeit – neben anderen Dingen – ein Aspekt bei der Entscheidung für die Reise.

Allerdings spielte für fast zwei Drittel – und somit den Großteil – der Befragten Nachhaltigkeit bei der Entscheidung für die aktuelle Reise nach Dithmarschen keine Rolle (61%). Nur 4% interessieren sich generell nicht für nachhaltiges Reisen.

Bei der in Dithmarschen besonders großen SH-Zielgruppe der Natururlauber und auch für die drittgrößte Gruppe der Neugierigen spielt Nachhaltigkeit bei der Reiseentscheidung eine deutlich größere Rolle. Für mehr als 40% dieser Gäste war Nachhaltigkeit entweder der wichtigste (je knapp 10%) oder einer von mehreren entscheidenden Faktoren.

Im regionalen Vergleich zeigt sich eine leicht überdurchschnittliche Bedeutung der Nachhaltigkeit bei der Reiseentscheidung für Gäste im übrigen Dithmarschen (3% ausschlaggebender Aspekt, 26% ein Aspekt unter mehreren für die Reise).

## Wiederkehrbereitschaft

Die Bewertungen des Aufenthaltes spiegeln sich auch in der Wiederkehrbereitschaft der Gäste wider. Gut jeder zweite Dithmarschen-Gast hat vor, in den nächsten drei Jahren wieder eine Reise in den besuchten Ort zu unternehmen.

In der regionalen Betrachtung ist der Anteil der Wiederkehrbereiten in Büsum am höchsten, in Friedrichskoog am niedrigsten.

Für die Dithmarschen-Gäste ist aber nicht nur der aktuelle Urlaubsort interessant: 68% können sich generell einen Aufenthalt an der Nordsee vorstellen, für 31% kommt auch ein Urlaub an der Ostsee SH in Frage.

Lediglich 14% der Gäste sind sich hinsichtlich einer Wiederkehr noch nicht sicher. Abgelehnt wird ein erneuter Besuch von weniger als 1%.

Besonders hoch ist der Anteil der Wiederkehrbereiten bei den Stammgästen: drei von vier Gästen, die bereits zum dritten Mal oder häufiger in dem derzeitigen Urlaubsort waren, plant, auch noch ein weiteres Mal einen Aufenthalt vor Ort. Unter den Neukunden liegt der Anteil der Wiederkehrer mit 26% deutlich darunter. Dabei ist das Interesse an der Nordsee insgesamt auch bei den Neukunden vorhanden: Immerhin 53% der Neukunden haben in den nächsten drei Jahren insgesamt vor, einen Ort an der Nordsee SH zu besuchen.

Auch in diesem Jahr spiegelt sich in diesen Zahlen die hohe Bedeutung der Neukundenbindung wider. Insbesondere durch den zuletzt höheren Anteil an Erstbesuchern mit ihren gestiegenen Ansprüchen ist dies nach wie vor eine Herausforderung für alle Akteure vor Ort.

## Fazit

- Die Trendforschung zeigt: Die heute absehbare Entwicklung im Urlaubsreisemarkt bis 2030 ist trotz der Einbrüche durch die Corona-Pandemie von Stabilität gekennzeichnet.
- Die Reisegründe für Dithmarschen sind vielfältig, doch der Großteil der Gäste entscheidet sich wie auch in den Vorjahren aufgrund von Strand und Meer, der Erholungsmöglichkeiten, dem Klima und der Landschaft für eine Reise nach Dithmarschen.
- Ganz im Einklang mit diesen Gründen gehen die Gäste in Dithmarschen hauptsächlich spazieren, faulenzeln oder verbringen Zeit am Strand.
- Insgesamt kann Dithmarschen die Wünsche und Ansprüche der Gäste gut bis sehr gut erfüllen.
- Auch die wichtigsten SH-Zielgruppen der Tourismusstrategie SH 2025 sind in Dithmarschen vertreten. Am häufigsten finden die „Natururlauber“ und „Entschleuniger“ ihren Weg nach Dithmarschen.
- Die touristischen Angebote der Region werden von den Dithmarschen-Gästen positiv bewertet. Besonders gut bewerten die Gäste dabei zentrale und häufig genutzte Aktivitätsmöglichkeiten wie die Möglichkeiten zum Radfahren und Wandern, Joggen bzw. Nordic Walken.
- Dennoch: Der Anteil der wiederkehrbereiten Gäste hat noch „Luft nach oben“ und sollte höher sein. Das gilt insbesondere für die Neukunden der Region. Ein wichtiger Aspekt, der auch in Zukunft von allen Akteuren berücksichtigt werden sollte.

**Trotz Pandemie ist bis 2030 mit Stabilität zu rechnen**

**Dithmarschen erfüllt die Wünsche und Ansprüche der Gäste**

**Neukundenbindung als stetige Herausforderung**

## Auswertungsmöglichkeiten

Die Gästebefragung Schleswig-Holstein (GBSH) wird seit 1997 durchgeführt. Sie liefert Struktur-, Nutzungs- und Bewertungsdaten der Übernachtungsgäste in SH. Vergleichsmöglichkeiten sind im Jahr 2021 mit fast 6.000 Befragten auf den Destinationsebenen und in lokalen Tourismusorganisationen möglich, die jeweilige Freigabe durch die Auftraggeber vorausgesetzt.

Das gesamte Fragenprogramm der GBSH kann für die im SH-Tourismus wichtigen Zielgruppen und Angebotssegmente ausgewertet werden. Der beste Weg zur Ausschöpfung der Datenfülle der GBSH sind praxisrelevante Fragen. Diese beantworten wir Ihnen auf Anfrage gerne, sofern es die Datenbestände ermöglichen.

**GBSH: Ausschöpfung der Datenfülle der GBSH durch praxisrelevante Fragen**

## Impressum

- Herausgeber: Dithmarschen Tourismus e.V.  
Helge Haalck (Geschäftsführer)  
Markt 10, 25746 Heide - Tel.: 0481 – 21 22 555  
E-Mail: info@echt-dithmarschen.de
- Redaktion: Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH (NIT)  
Nadine Yarar  
Fleethörn 23, 24103 Kiel, Tel.: 0431 - 666 567 0  
E-Mail: info@nit-kiel.de, www.nit-kiel.de
- Icons: Arthur Slain, Linda Wati und Andere von The Noun Project
- Bildrechte: Dithmarschen Tourismus e.V./photocompany