

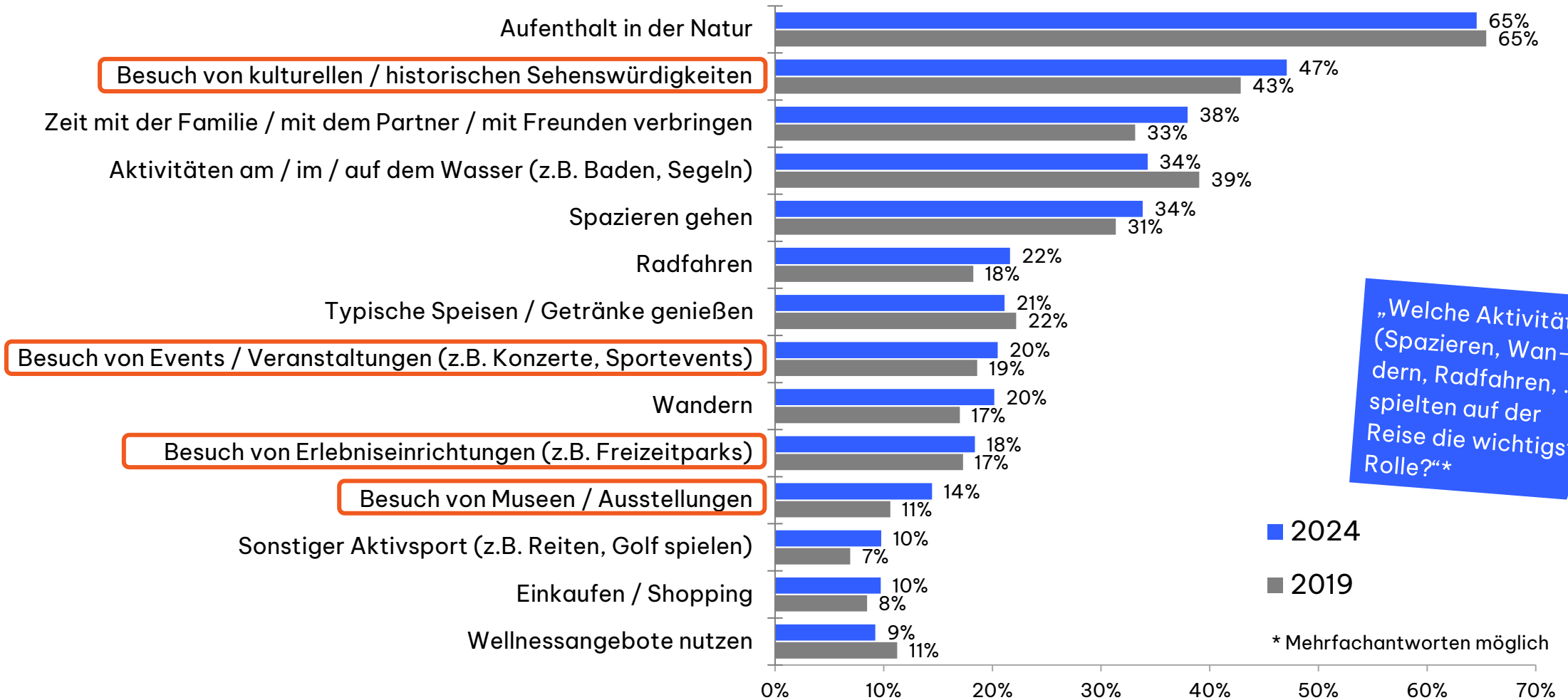
branden  
burg

# Unser Gast – das unbekannte Wesen

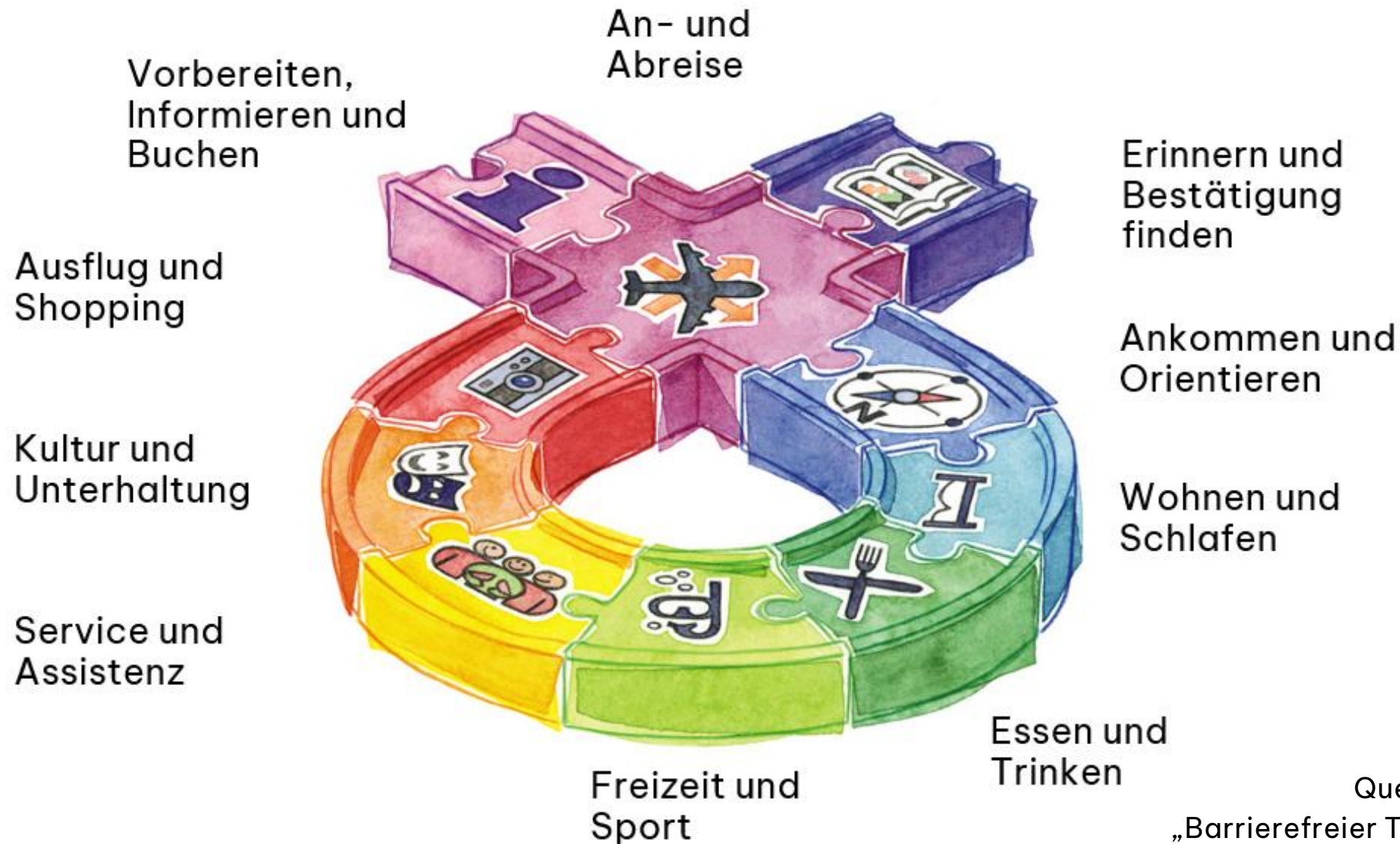
Bettina Wedde, TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH

# Top 14 Aktivitäten vor Ort

bei Urlaubsreisen nach Brandenburg 2019 und 2024



# Die touristische Servicekette



# Zielgruppen Brandenburg

**Die Vielseitigen**  
**28%**



**Die Naturliebenden**  
**14%**



**Die Entspannten**  
**6%**



# Die Vielseitigen



Gemeinwohl & Gerechtigkeit,  
Genuss & Sinnlichkeit,  
Selbstbestimmung & Freiheit,  
Avantgarde-Anspruch,  
Pragmatismus & Flexibilität, hohe  
Erwartungen



facettenreicher Urlaub: Kultur,  
Regionales (Essen usw.),  
eintauchen in die Region, Natur  
insb. Wasser, Kontakt zu  
Einheimischen

*Wir gehen intensiv auf  
Entdeckungsreise und  
brauchen  
abwechslungsreiche  
Reiseziele.*



# Die Naturliebenden



Selbstbestimmung & Entfaltung, Nachhaltigkeit, Achtsamkeit, Verantwortung, wollen entspannen und Kraft sammeln



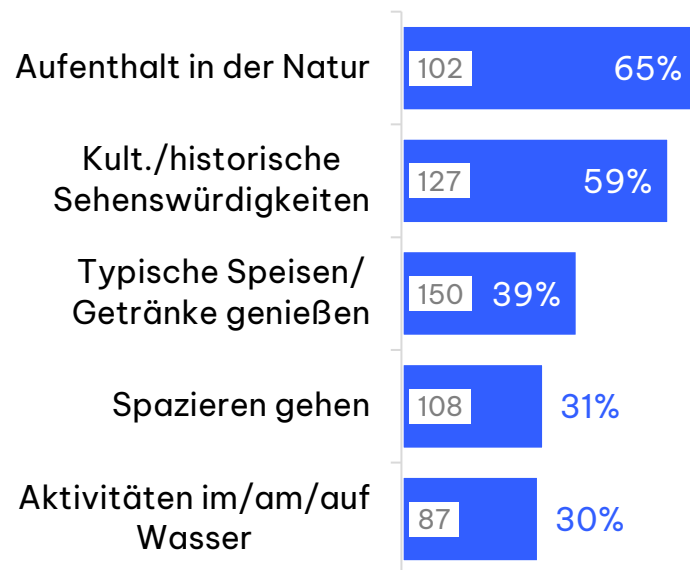
leichte Aktivitäten in der Natur, am/im/auf dem Wasser, Landurlaub, kulturelle/historische Sehenswürdigkeiten (Gärten & Parks, Schlösser & Herrenhäuser), Kulinarik, Regionales

*Wir sind gerne in der Natur, möchten Land und Leute kennenlernen und unseren Horizont erweitern.*

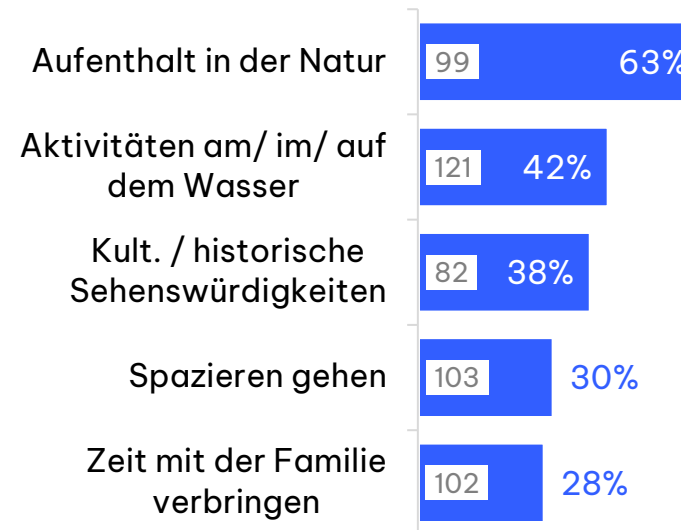


# Top 5 Aktivitäten bei Urlaubsreisen nach Kern-Zielgruppen Brandenburgs

**„Vielseitige“  
BeST 1**  
Intensivurlauber, nachhaltig



**„Naturliebende“  
BeST 3**  
Eintaucher, nachhaltig



Index-Werte bezogen auf BeST 1, 3, 4 Brandenburg-Gäste (gemessen an „Brandenburg-Gäste gesamt“ je Antwortkategorie; I > 100 = überdurchschnittlich, I < 100 = unterdurchschnittlich).

Quelle: GfK Consumer Panel Mobility, DestiMon. Brandenburg-Urlaubs-reisende 2018-2019 (Urlaubsreisende ab 14 Jahren, Sonderauswertungen)

# Mehr Infos zu den Zielgruppen



<https://bb.reisen/tSrrh>

# Keyfacts Tagesausflügler\*innen (2022-2024)



## Hauptreisezeit:

Jun-Aug (28%) + Mrz-Mai (27%)

## Wochentage:

Mo-Fr (52%) | Sa/So (48%)

Ø Aufenthaltsdauer: 4,2 Stunden



## Volumen 2024:

80,5 Mio.  
Tagesausflüge



Hauptanlass:  
32% VFR



## Top 4 Aktivitäten\*:

Besuch von Verwandten & Freunden; 37%

Restaurantbesuche; 26%

Landschaft/ Natur; 22%

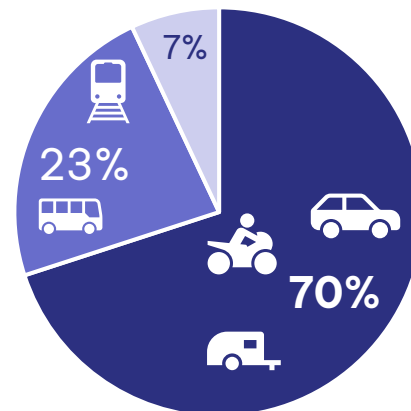
Spazierfahrten; 22%

## Wohnort:

- im Umkreis von Ø 46 km
- 49% aus Brandenburg
- 40% aus Berlin



## Anreise:



## Zielgemeinden:

45% ländliche Räume  
<20.000 Einwohner

- Ø Reisegruppengröße: 2,6 Personen
- HH-Größe: 40% aus 2-Personen-HH
- Ø Alter: 46 Jahre (46% ≥ 50 Jahre)
- Beruf: 51% Angestellte
- HH-Netto-EK ≥ 2.500 €: 56%

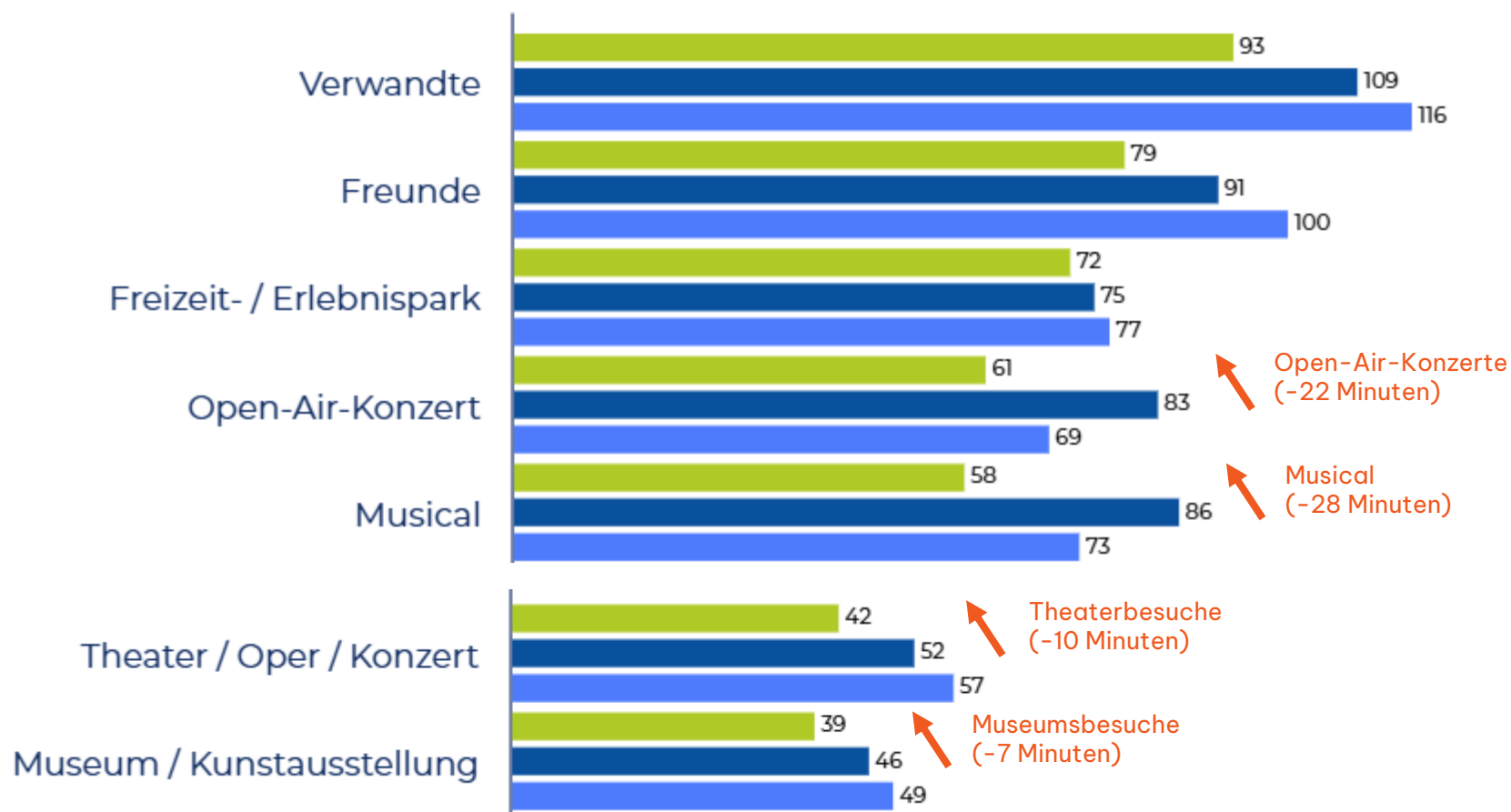
# Weniger Lust auf lange Wege

1. November 2024, [www.stiftungfuerzukunftsfragen.de](http://www.stiftungfuerzukunftsfragen.de)



Online Repräsentativbefragung von 3.000 Personen ab 18 Jahren durch die GfK in Deutschland

2024  
2013  
2003



**Fahrtzeiten in der Freizeit:**  
Von je 100 Befragten sind persönlich bereit **x Minuten im Durchschnitt** zu fahren, um folgende Ziel zu erreichen:

branden  
burg

Bettina Wedde

TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH  
Referentin Kulturtourismus/Markenführung

bettina.wedde@reiseland-brandenburg.de  
tourismusmarke-brandenburg.de  
LinkedIn: <https://bb.reisen/Fs7>