



brandenburg

# DestinationMonitor Deutschland für Brandenburg

GfK CPS - Gesellschaft für Konsumforschung

Stand: Juni 2024

1



**GfK<sub>CPS</sub> DestinationMonitor**

brandenburg

Zusätzlich zur amtlichen Tourismusstatistik nutzt die TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH seit 2012 Marktforschungsdaten aus dem GfK DestinationMonitor Deutschland. Anders als die statistische Erfassung des Tourismus im Rahmen der Monatserhebung im Tourismus, die lediglich das touristische Aufkommen in gewerblichen Beherbergungsbetrieben mit mindestens zehn Betten abbildet, umfasst der DestinationMonitor – unabhängig von der Art der Unterkunft – sämtliche privat und geschäftlich veranlasste Reisen der Deutschen ab einer Reisedistanz von 50 km zwischen dem Wohnort des Reisenden und dem Zielort der Reise.

Der **DestinationMonitor** erfasst somit auch den **Umfang des so genannten „Grauen Marktes“**, mit dem Übernachtungen in Ferienunterkünften mit weniger als zehn Betten, bei Verwandten oder Bekannten, in eigenen Urlaubsunterkünften aber z. B auch auf Hausbooten u. ä. gemeint sind. Der DMon ist für die TMB eine ideale Ergänzung zur kontinuierlichen Messung des Reiseaufkommens der Tages- und Übernachtungsgäste aus dem Inland, liefert Aussagen zum kompletten Reiseverhalten (bspw. Reisezweck, Buchungswege oder benutzte Transportmittel) der Brandenburg-Urlauber mit mindestens einer Übernachtung sowie zur Soziodemografie.

Im Gegensatz zur amtlichen Beherbergungsstatistik erfasst der GfK DestinationMonitor das Reiseverhalten auf der Nachfrageseite, also beim Reisenden selbst.

3

# GfK<sub>CPS</sub> DestinationMonitor

## Methodik und Stichprobe

**GfK  
Mobilitäts-  
Monitor**

Große monatliche  
Stichprobe,  
repräsentativ  
hochgerechnet  
für Deutschland

**Markt**

Deutscher Reisemarkt ab 50 km

---

**Methode**

Monatliche Abfrage (100% schriftlich online - seit 2022), retrospektiv, zum Selbstausfüllen

---

**Stichprobe**

Repräsentative Großstichprobe von 17.000 privaten deutschen Haushalten mit ca. 34.000 Personen (brutto)

---

**Grundgesamtheit**

72,5 Mio. Deutsche ab 0 Jahren (in deutschen Privathaushalten lebende Personen ab 0 Jahren)

In einem GfK-Verbraucherpanel wird erhoben...

- ... der **stets gleiche** Sachverhalt
- ... zu den **stets gleichen**, wiederkehrenden Zeitpunkten
- ... bei der **stets gleichen** Stichprobe (Haushalt / Person)
- ... auf die **stets gleiche** Art und Weise

Quelle: Consumer Panel Services GfK, DestinationMonitor Deutschland / Brandenburg

6

# GfK<sub>CPS</sub> DestinationMonitor

## Daten zum Gesamtmarkt und zum Urlaubsmarkt

jährlich seit 2012

**Gesamtmarkt**

- Volumen für private & geschäftlich veranlasste Übernachtungs-, Tages-, Urlaubsreisen -> für Reisen & Übernachtungen
- Plus Soziodemografie für Übernachtungs-, Tages-, Urlaubsreisende

**+ Benchmark**

- Reiseorganisation
- Reisedauer, -zeitraum
- Reiseprodukt, -ausgaben
- Reismotive, Quellmärkte
- Reiseanlass, -aktivitäten
- Qualitätseinschätzungen

Basis: Inlandsreisen ab 50 km vom Wohnort

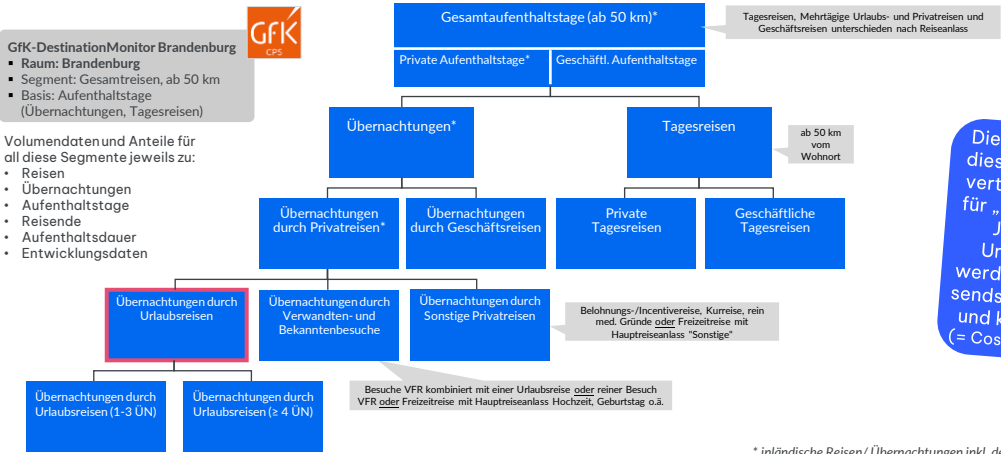
Quelle: Consumer Panel Services GfK, DestinationMonitor Deutschland / Brandenburg

9

# GfK<sub>CPS</sub> DestinationMonitor



## Untersuchungsgegenstände



Die TMB hat zu all diesen Indikatoren vertiefende Daten für „Brandenburg“. Jene zu den Urlaubsreisen werden am umfassendsten analysiert und kommuniziert (= Customer Journey).

Quelle: Consumer Panel Services GfK, DestinationMonitor Deutschland / Brandenburg

\* inländische Reisen/ Übernachtungen inkl. der inländischen Reisen/ Übernachtungen in Vorsorge- und Rehakliniken (amtlich erfasst).

# GfK<sub>CPS</sub> DestinationMonitor



## Beantwortete Fragestellungen

- Wie viele **Deutsche** besuchen eine brandenburgische Reiseregion im Rahmen **privater oder geschäftlicher Übernachtungs- oder Tagesreisen** und wie viele **Reisen** werden hierdurch jeweils generiert?
- Wie hoch liegt die **Tourismusintensität** in einer brandenburgischen Reiseregion?
- Wie sieht die **Soziodemographie** der Besucher aus?
- Wie **informieren** sich Reisende vorab der Reise (z.B. Internet, Empfehlung Bekannte/Verwandte, Touristinfo des Reiseziels)?
- Wann und wo (z.B. Onlineportal, Reisebüro, Reiseveranstalter, direkt beim Hotel etc.) **buchen** die Reisenden einzelne Leistungen vorab der Reise und wie ist die Reise **organisiert** (Pauschal-, Baustein- oder Individualreise)?
- Wie lange **dauern** die Reisen und wie viele **kurze und lange Reisen** gibt es?
- Welche **Anlässe** (z.B. Städtereise, Urlaub auf dem Land etc.) liegen den getätigten Reisen zugrunde und welche **Aktivitäten** haben die wichtigste Rolle gespielt?
- Wie viele **Personen nehmen** an der Reise **teil** und wie viele hiervon sind **Kinder**?
- Mit welchem **Verkehrsmittel** erfolgt die Anreise?
- Wo **übernachten** die Reisenden (z.B. Hotel, Ferienwohnung, bei Verwandten/Bekanntem etc.)?
- Wie **zufrieden** waren die Reiseteilnehmer mit ihrem Aufenthalt und wie hoch ist die **Wiederbesuchs- und Weiterempfehlungsbereitschaft**?

... und weitere Fragestellungen!



Quelle: GfK Consumer Panel Mobility, DestinationMonitor Brandenburg

# GfK<sub>CPS</sub> DestinationMonitor

Inhalte/ Items zum Reiseverhalten bei Urlaubsreisen

Information & Buchung	Reise-merkmale	Anreise	Vor Ort	Reisebilanz	
<p>Für Reisen mit Vorabbuchung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Infoquelle</li> <li>Buchungsstelle</li> <li>Buchungsmedium</li> <li>Buchungsfristen</li> <li>Reiseorganisation</li> </ul> <p>zusätzlich / optional:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Onlineportal (falls online)</li> <li>Buchungsgerät (falls online)</li> <li>Name Reise-V./-büro</li> <li>Ausgaben für vorabgebuchte Leistungen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reiseziel Inland</li> <li>Reisezeitraum (Monat)</li> <li>Reise- / Aufenthaltsdauer</li> <li>Reisegruppengröße</li> <li>Reiseanlass</li> <li>Reisecharakter (Familien-/Jugendreise, Reise mit Kindern inkl. Alter d.K.)</li> <li>Reisemotiv</li> </ul> <p>zusätzlich / optional:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Reisebeschreibung</li> <li>Entfernung Reiseziel</li> <li>Reiseziel Ausland</li> <li>Reisezeitpunkt (Tag)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hauptverkehrsmittel</li> </ul> <p>zusätzlich / optional:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Gründe für VKM-Wahl</li> <li>Hauptgrund für VKM-Wahl</li> <li>Ausgaben Verkehrsmittel</li> <li>Detaillfragen zu gewähltem Verkehrsmittel (PKW, Flug, Zug, Schiff)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aktivitäten</li> <li>Unterkunftsart</li> <li>Unterkunftskategorie</li> <li>Verpflegungssart</li> <li>Ausgaben vor Ort</li> </ul> <p>zusätzlich / optional:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Hotelmarke</li> <li>Anzahl der Unterkünfte</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gesamtzufriedenheit</li> <li>Wiederbesuchsabsicht</li> <li>Weiterempfehlungsbereitschaft</li> </ul>	
<div style="background-color: #A9A9A9; padding: 2px;"><b>Soziodemografie</b></div> <ul style="list-style-type: none"> <li>Geschlecht</li> <li>Alter (und Durchschnitt)</li> <li>Bildung</li> <li>Haushaltsgröße</li> <li>Haushaltsnettoeinkommen</li> <li>Berufstätigkeit</li> <li>Ortsgröße</li> <li>Internetzugang</li> <li>Internetnutzungsintensität</li> <li>Quellmarkt (Wohnbundesland)</li> </ul>		<div style="background-color: #A9A9A9; padding: 2px;"><b>Rahmendaten</b></div> <p>Planung v. Reisezielen</p> <p>zusätzlich / optional:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Wohnsituation</li> <li>Soziales Milieu</li> <li>Führerscheinbesitz</li> </ul>		<div style="background-color: #A9A9A9; padding: 2px;"><b>Medienverhalten</b></div> <p>zusätzlich / optional:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>TV</li> <li>Print</li> <li>Online</li> <li>Social Media (erfragtes Medienverhalten)</li> </ul>	
<div style="background-color: #A9A9A9; padding: 2px;"><b>Einstellungen</b></div> <p>zusätzlich / optional:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>GfK Roper Consumer Styles</li> <li>Ansichten zu Reisebuchungen, Nachhaltigkeit</li> <li>Ansichten &amp; Werte</li> </ul>					

Items in „schwarzer Schrift“ sind Bestandteil des DestinationMonitor-Berichtsbandes für Brandenburg, Items in grauer Schrift können optional bezogen werden

12

## Daten aus dem DestinationMonitor für Brandenburg

Berichtsjahr 2023 (Auswahl)

18



19

## Inlandsreisen 2023

nach Brandenburg

- Für das Jahr 2023 wurden durch den CPS GfK DestinationMonitor für Brandenburg **6,8 Mio. Reisen** durch inländische Übernachtungsgäste (Privat- und Geschäftsreisen) und rund **23,1 Mio. Übernachtungen** ermittelt.
- Diese Zahlen umfassen alle privaten und geschäftlichen Übernachtungen von Inländern – neben Übernachtungen in gewerblichen Unternehmungen (statistisch erfasst) auch solche in privaten Unterkünften mit weniger als zehn Betten (z. B. im Nebenerwerb betriebene kleine Ferienwohnung), in Privatwohnungen gegen Entgelt (z. B. Airbnb), in eigenen Ferienimmobilien oder bei Verwandten und Bekannten.

Quelle: Consumer Panel Services GfK, DestinationMonitor Brandenburg 2023



21

# GfK<sub>CPS</sub> DestinationMonitor



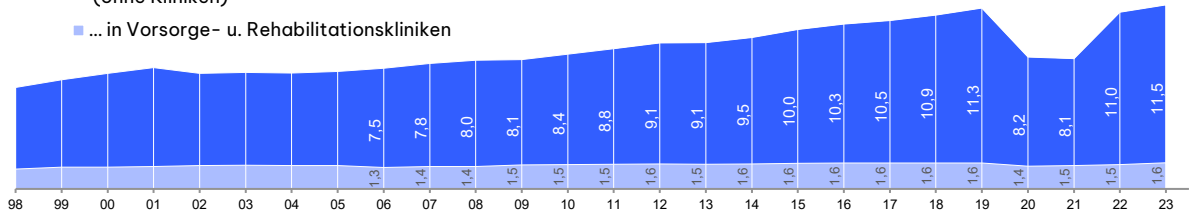
## Entwicklung INLANDs-Übernachtungen

? „Grauer Markt“ ???:  
 ... Übernachtungen in nichtgewerblichen privaten Unterkünften bzw. in Betrieben  
unter 10 Betten (erhoben ab einer Wohnortdistanz des Gastes von 50 km)

Übernachtungen von  
inländischen Gästen  
 (inkl. Camping): ...



- ... in Beherbergungsbetrieben ab 10 Betten (ohne Kliniken)
- ... in Vorsorge- u. Rehabilitationskliniken



Quelle: Amt für Statistik Berlin Brandenburg 1992-2023 (meldepflichtige gewerbliche Unterkunftsbetriebe) -> inländische Übernachtungen in Betrieben ≥ 10 Betten inkl. Camping sowie inländische Übernachtungen in Vorsorge- und Rehabilitationskliniken in Brandenburg | Hinweis: bis 2011: ≥ 9 Betten, ab 2012 ≥ 10 Betten!

22

# GfK<sub>CPS</sub> DestinationMonitor

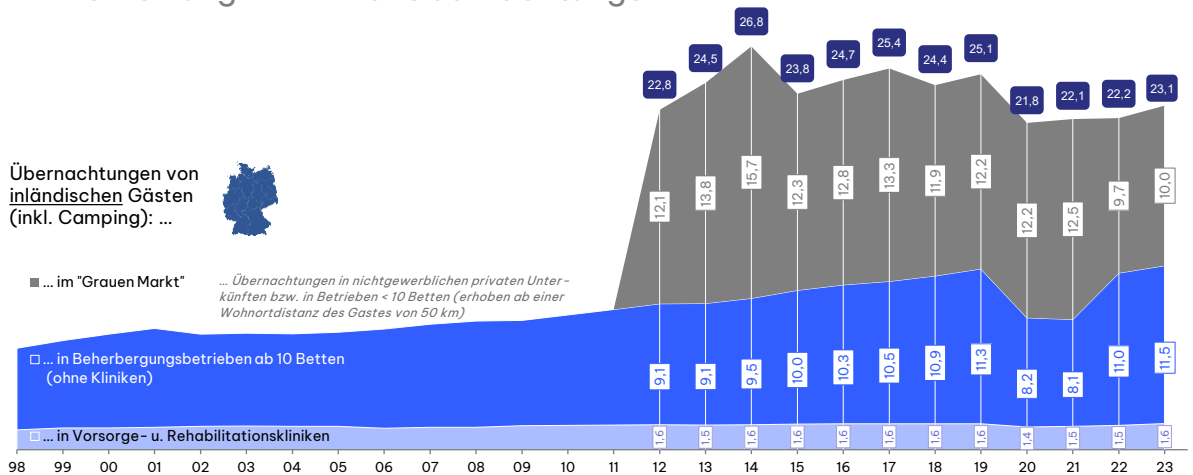


## Entwicklung INLANDs-Übernachtungen

Übernachtungen von  
inländischen Gästen  
 (inkl. Camping): ...

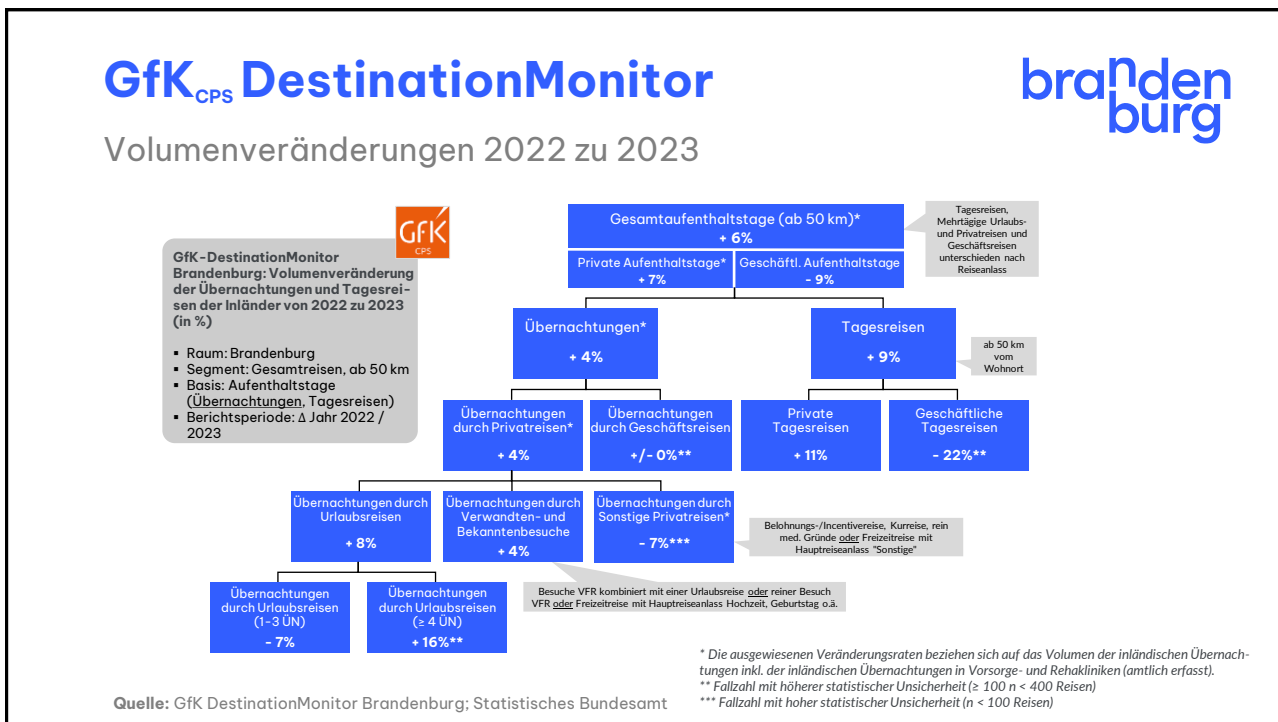
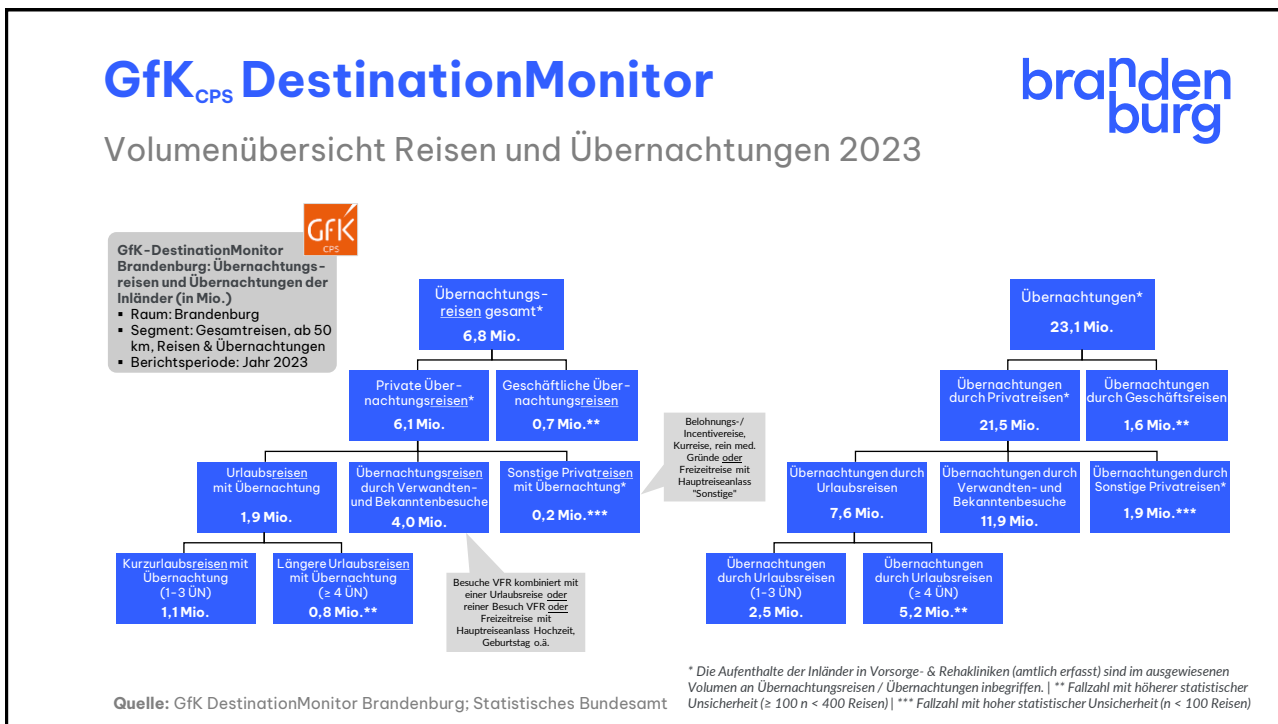


- ... im „Grauen Markt“ ... Übernachtungen in nichtgewerblichen privaten Unterkünften bzw. in Betrieben < 10 Betten (erhoben ab einer Wohnortdistanz des Gastes von 50 km)
- ... in Beherbergungsbetrieben ab 10 Betten (ohne Kliniken)
- ... in Vorsorge- u. Rehabilitationskliniken



Quelle: Amt für Statistik Berlin Brandenburg 1992-2023 (meldepflichtige gewerbliche Unterkunftsbetriebe) -> inländische Übernachtungen in Betrieben ≥ 10 Betten inkl. Camping sowie inländische Übernachtungen in Vorsorge- und Rehabilitationskliniken in Brandenburg | Hinweis: bis 2011: ≥ 9 Betten, ab 2012 ≥ 10 Betten!  
 Quelle: Consumer Panel Services GfK DestinationMonitor Brandenburg 2012 ff -> Basis: Gesamtvolumen an inländischen Übernachtungen bei „privaten & geschäftlichen Übernachtungsreisen“ (z.B. 25,1 Mio. im Jahr 2019) - erhoben ab einer Wohnortdistanz des Gastes ab 50 km -> hier Anteil „Grauer Markt“ auf Basis statistische Inlandsübernachtungen und DMon-Gesamtvolumen errechnet

23

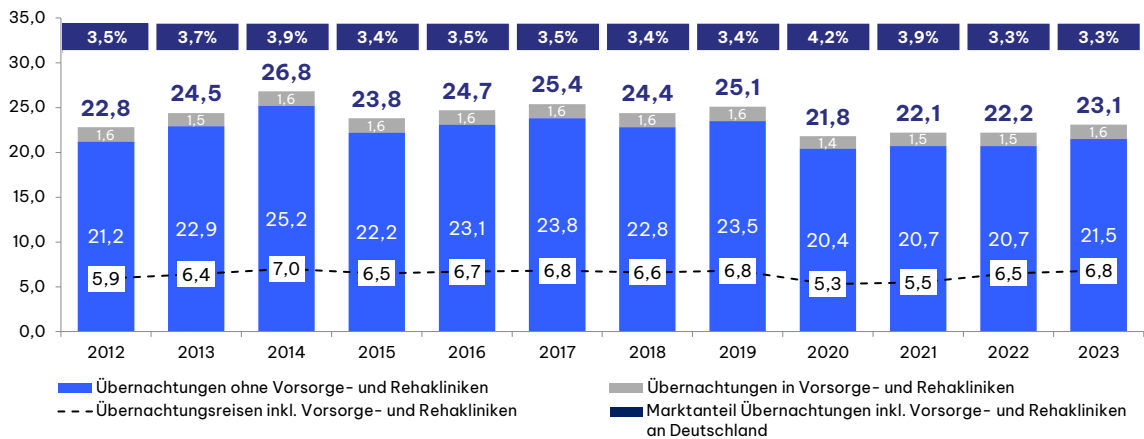


# GfK<sub>CPS</sub> DestinationMonitor



## inländische Übernachtungen & Reisen nach Brandenburg

**Zeitlicher Verlauf und Marktanteile der inländischen Übernachtungen in Brandenburg** (absolutes Volumen in Mio., Anteil der Übernachtungen an Deutschland in %), **Entwicklung der Übernachtungsreisen** (absolutes Volumen in Mio.)



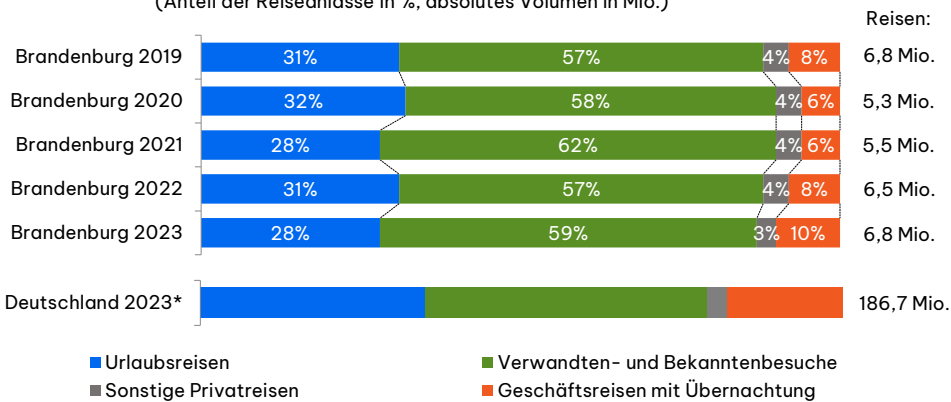
28

# Reiseanlässe



## inländischer Übernachtungsreisen

**Anlässe inländischer Übernachtungsreisen in Brandenburg und Deutschland**  
 (Anteil der Reiseanlässe in %, absolutes Volumen in Mio.)



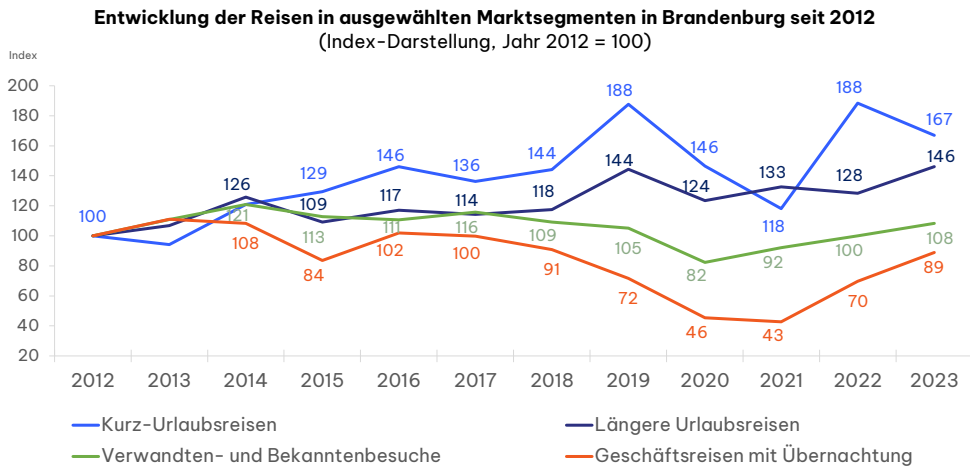
29



# Entwicklung der Reisen



ausgewählter Marktsegmente (Zeitreihe)



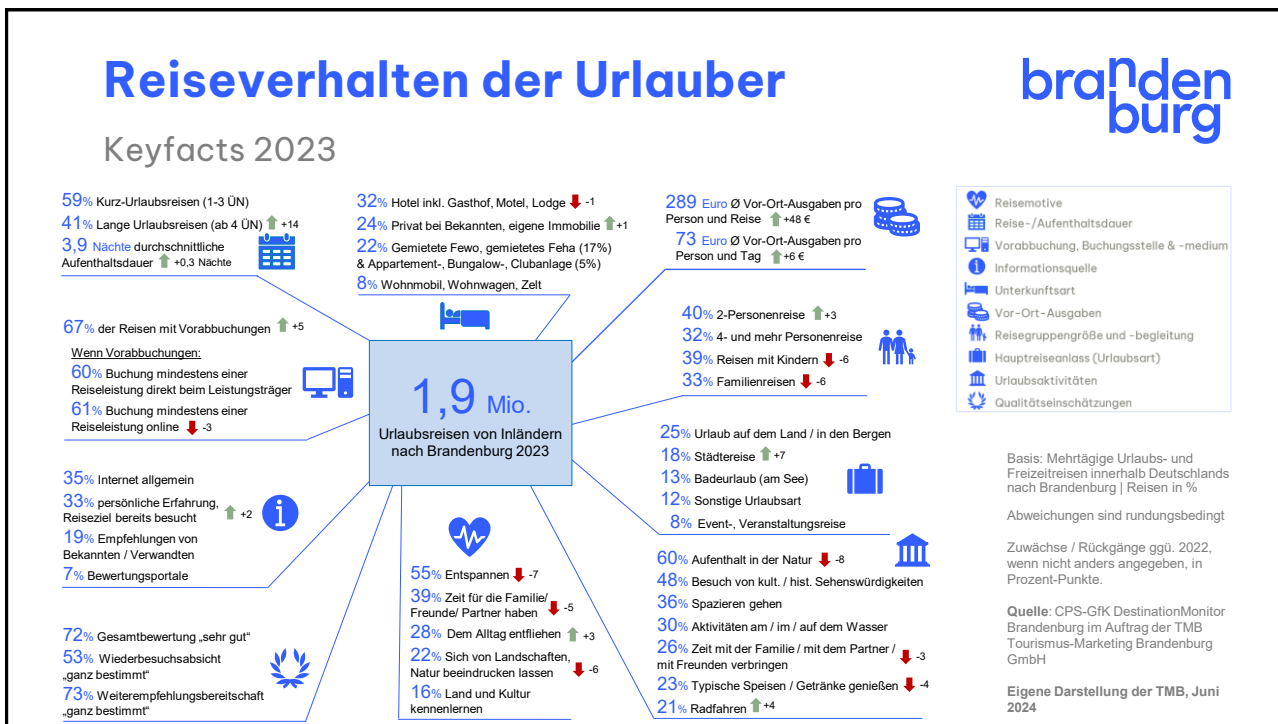
30

brandenburg

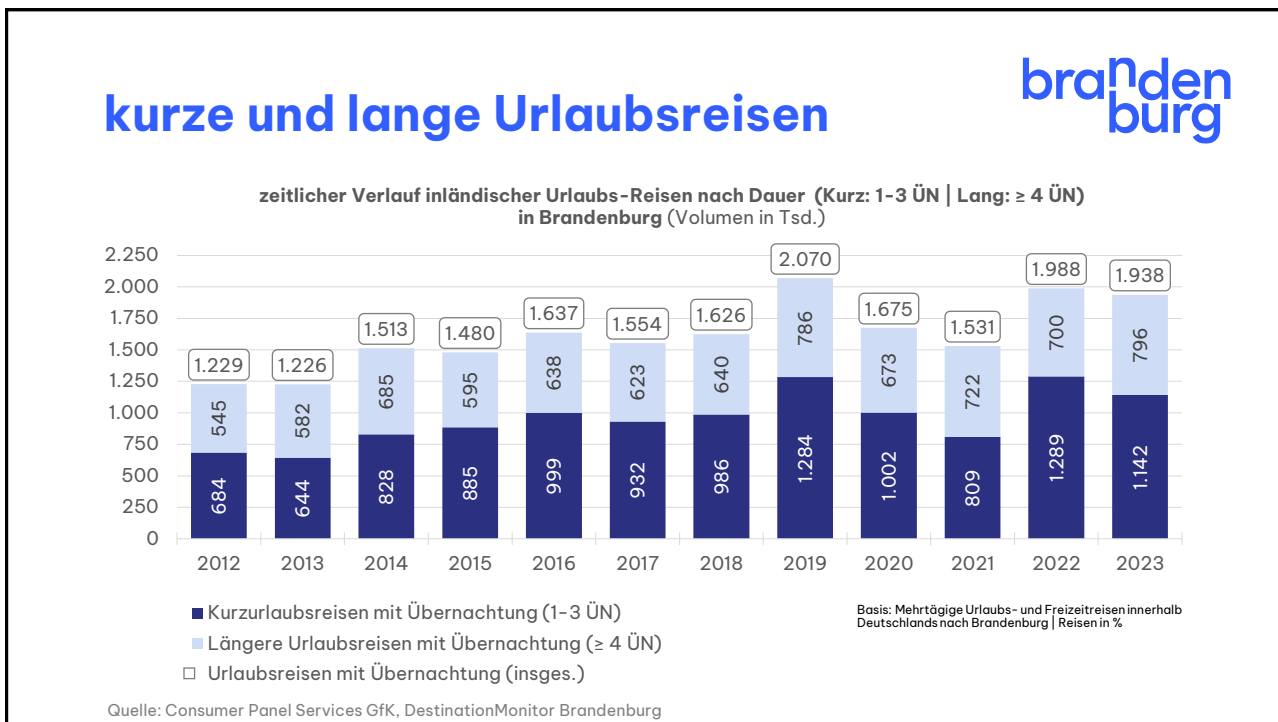
**Urlaubsmarkt-Monitoring**

GfK<sub>CPS</sub> DestinationMonitor

32



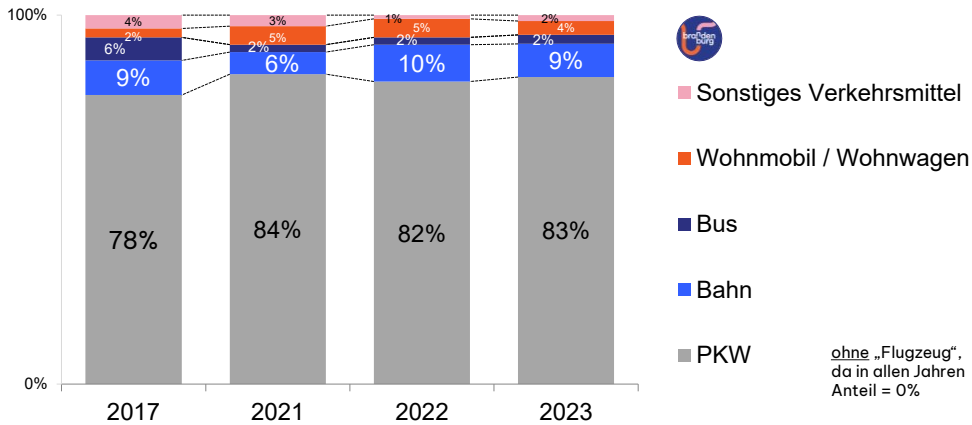
33



34

## Hauptverkehrsmittel zur Anreise

Hauptverkehrsmittel zur Anreise bei Urlaubsreisen der Inländer nach Brandenburg (Anteil der Reisen in %)

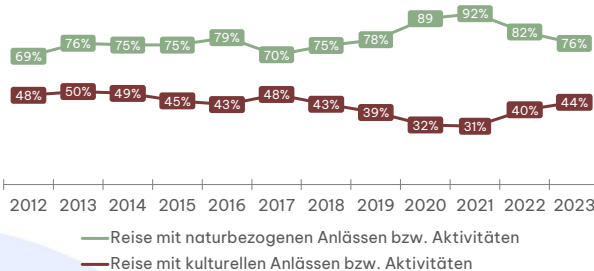


Basis: Mehrtägige Urlaubs- und Freizeitreisen innerhalb Deutschlands nach Brandenburg | Reisen in %  
Quelle: Consumer Panel Services GfK, DestinationMonitor Brandenburg

37

## Reisecharakter

Reisecharakter bei Urlaubsreisen in Brandenburg (Anteil in %)



Bei 76% der Urlaubsgäste in Brandenburg hatte die Reise 2023 einen naturbezogenen Charakter. Die Befragten gaben an, dass die Natur der Hauptanlass der Reise war und / oder naturnahe Aktivitäten während des Urlaubes unternommen wurden. Urlaubsreisen mit einem kulturellen Charakter nahmen 2022 wieder zu und lagen im Jahr 2023 bei 44%.

Quelle: Consumer Panel Services GfK, DestinationMonitor Brandenburg



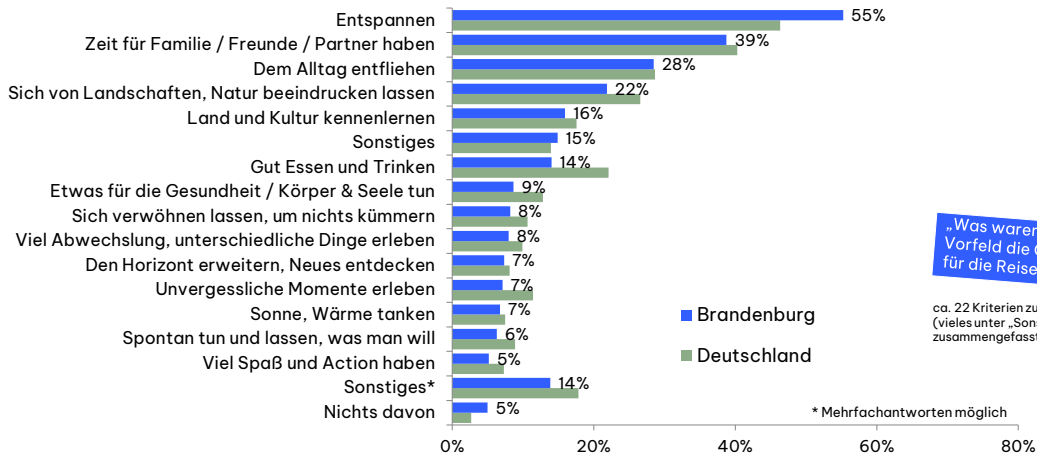
© TMB Fotoarchiv / Madlen Wetzell

40

## Reisemotive im Vorfeld



**Top 15 Reisemotive bei Urlaubsreisen der Inländer nach Brandenburg 2023 im Vergleich zu und Deutschland**  
(Anteil der Reisen in %, Mehrfachantworten möglich)



„Was waren im Vorfeld die Gründe für die Reise?“\*

ca. 22 Kriterien zur Bewertung (viele unter „Sonstiges“ zusammengefasst)

Basis: Mehrtägige Urlaubs- und Freizeitreisen innerhalb Deutschlands nach Brandenburg | Reisen in %  
Quelle: Consumer Panel Services GfK, DestinationMonitor Brandenburg

41

## Reiseanlass

### Urlaubsreisen nach Brandenburg

- In Anbetracht der genannten Reisemotive ist es wenig verwunderlich, dass der Hauptreiseanlass jeder vierten Urlaubsreise von Deutschen nach Brandenburg 2023 der Urlaub auf dem Land war (25%). Brandenburg lag bei diesem Hauptreiseanlass deutlich über dem Bundesdurchschnitt von 16%.
- Bei 13% der nach Brandenburg führenden Urlaubsreisen steht der Aufenthalt an Seen bzw. am Wasser (= Badeurlaub) im Fokus der Reise. Der Hauptreiseanlass mit der höchsten Wachstumsrate im Vergleich zum Jahr 2022 ist allerdings die Städtereise. Während im Jahr 2022 bei jeder zehnten Reise der Besuch von Städten der Hauptreisegrund war, wuchs dieser Wert für das Jahr 2023 auf 18%.
- Gleichzeitig hatten 8% der Urlaubsreisen nach Brandenburg den Besuch eines Events oder einer Veranstaltung als Hauptreiseanlass. Bei weiteren 6% der Reisen handelte es sich um Sport- und Aktivurlaube und 5% der Reisen nach Brandenburg ließen sich als Wellnessreisen klassifizieren.

Quelle: Consumer Panel Services GfK, DestinationMonitor Brandenburg



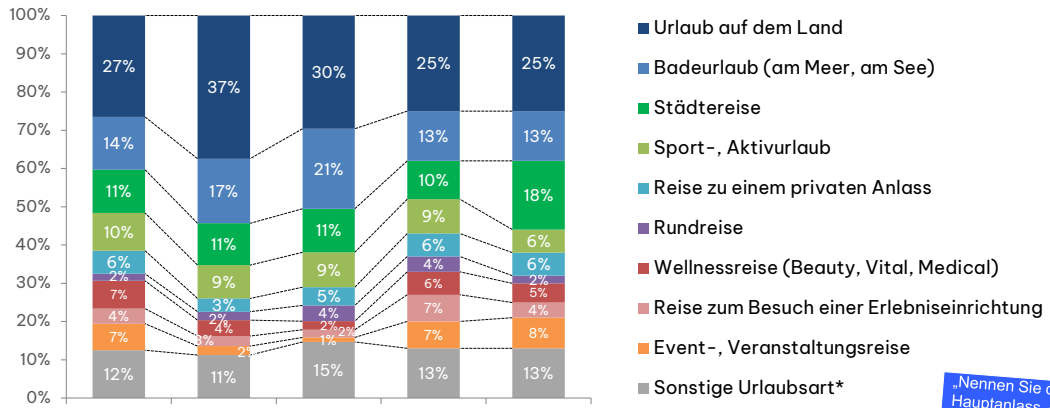
© TMB Fotoarchiv / Madlen Wetzel

42

## Hauptreiseanlass



**Top 15 Reisemotive bei Urlaubsreisen der Inländer nach Brandenburg 2023 im Vergleich zu und Deutschland**  
(Anteil der Reisen in %, Mehrfachantworten möglich)



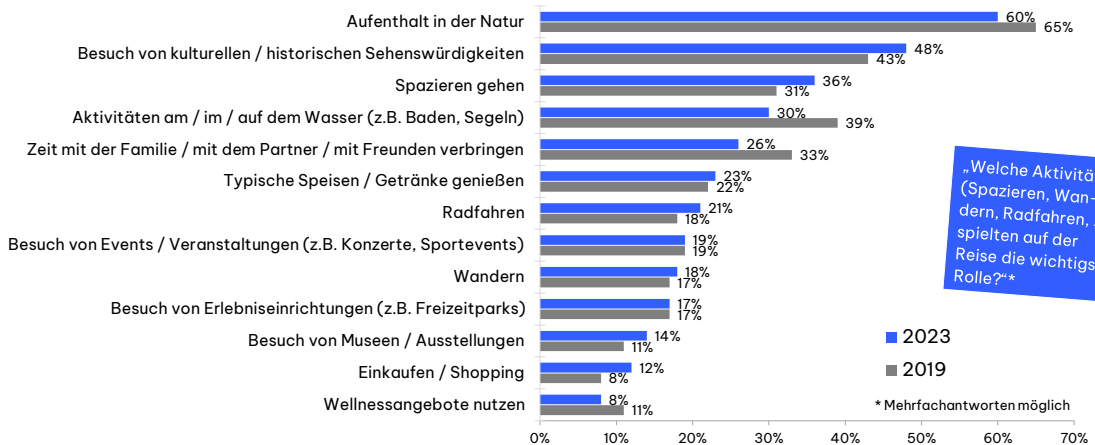
„Nennen Sie den Hauptanlass, der diese Reise am besten charakterisiert.“

Basis: Mehrtägige Urlaubs- und Freizeitreisen innerhalb Deutschlands nach Brandenburg | Reisen in %  
Quelle: Consumer Panel Services GfK, DestinationMonitor Brandenburg

## Aktivitäten vor Ort



**Top 13 Ranking der Aktivitäten bei Urlaubsreisen der Inländer nach Brandenburg 2019 & 2023 (Anteil der Reisen in %)**



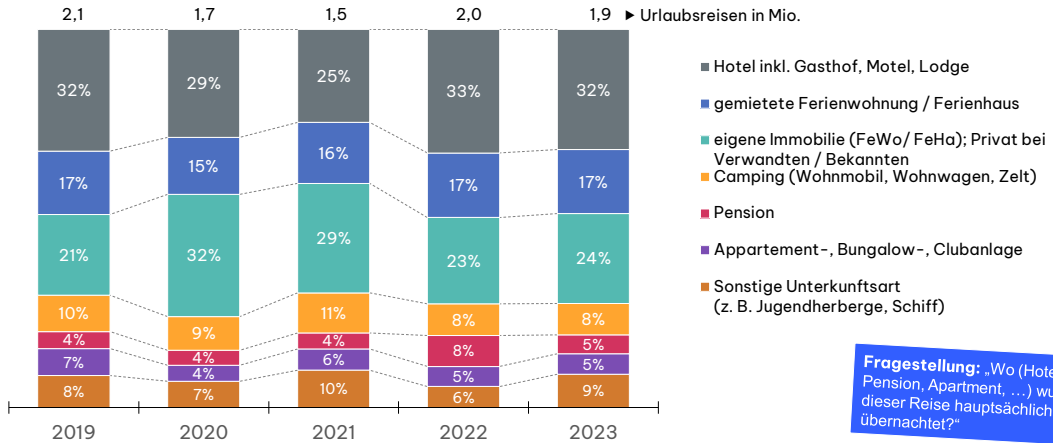
„Welche Aktivitäten (Spazieren, Wandern, Radfahren, ...) spielten auf der Reise die wichtigste Rolle?“

Quelle: Consumer Panel Services GfK, DestinationMonitor Brandenburg

## Unterkunftsart



Ausgewählte Unterkunftsarten bei Urlaubsreisen der Inländer  
nach Brandenburg (Anteil der Reisen in %)



**Fragestellung:** „Wo (Hotel ..., Pension, Apartment, ...) wurde auf dieser Reise hauptsächlich übernachtet?“

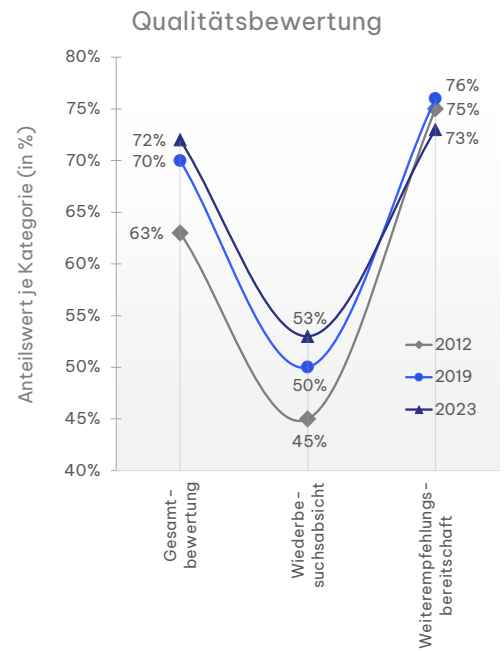
Basis: Mehrtägige Urlaubs- und Freizeitreisen innerhalb Deutschlands nach Brandenburg | Jahre 2019 - 2023 | Reisen in Mio. und in %  
Quelle: Consumer Panel Services GfK, DestinationMonitor Brandenburg 2023

## Qualitätsbewertung

### Urlaubsreisen nach Brandenburg

- Der DestinationMonitor erfasst die von den Urlaubsgästen empfundene Urlaubsqualität über drei Kennziffern:
  - die Gesamtbewertung des Aufenthaltes,
  - die Wiederbesuchsabsicht und
  - die Weiterempfehlungsbereitschaft.
- Bezüglich aller drei Kennzahlen schneiden Urlaubsreisen von deutschen Gästen nach Brandenburg im Jahr 2023 im Vergleich zu allen gesamtdeutschen Inlandsreisen überdurchschnittlich ab und können in ihrer Bewertung seit Beginn der Messung durch den DestinationMonitor im Jahr 2012 eine positive Entwicklung nachweisen.
- Bei 72% der inländischen Urlaubsreisen nach Brandenburg im Jahr 2023 wurde die Gesamtbewertung des Aufenthaltes mit „sehr gut“ angegeben. Im Jahr 2023 war bei 73% der Urlaubsreisen von inländischen Gästen nach Brandenburg eine Weiterempfehlung „ganz bestimmt“ vorstellbar, die Wiederbesuchsabsicht lag bei 53%.

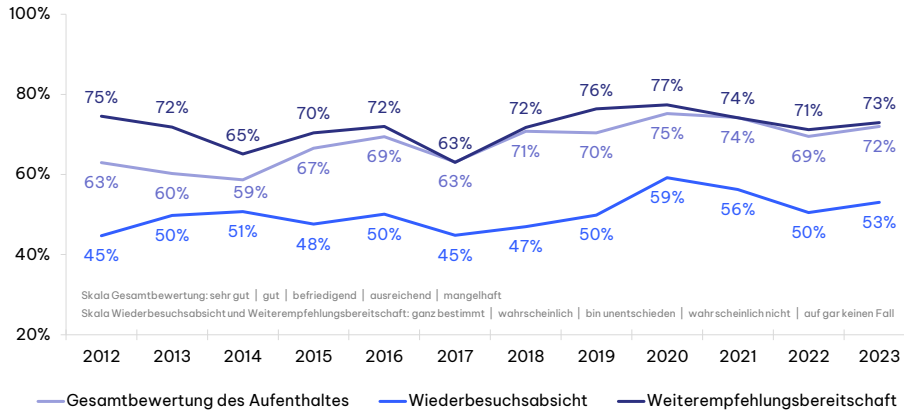
Quelle: Consumer Panel Services GfK, DestinationMonitor Brandenburg



## Qualitätsbewertung

brandenburg

**Qualitätskennzahlen inländischer Urlaubsreisen nach Brandenburg**  
(Anteil der Reisen mit Top-Wert „sehr gut“ bzw. „ganz bestimmt“ in %)



Bsp. Frage zur Gesamtbewertung: „Wie hat den mitgereisten Haushaltsmitgliedern der Aufenthalt am Reiseziel insgesamt gefallen?“

Quelle: Consumer Panel Services GfK, DestinationMonitor Brandenburg 2023

54

## Quellmärkte 2023

### Übernachtungsreisen

- Der Großteil der **Übernachtungsreisen insgesamt** (= Privat- und Geschäftsreisen mit Übernachtung) in Brandenburg wurde 2023 von Gästen aus Brandenburg selbst (21%) und Berlin (16%) generiert. An dritter Stelle folgt Sachsen (12%) und auf Platz vier ist Nordrhein-Westfalen (10%).

Basis: 6,8 Mio. Übernachtungsreisen\* Jahr 2023

- Bei den **reinen Urlaubsreisen**, die ein Segment der privaten Übernachtungsreisen sind, wies der GfK Destination-Monitor für 2023 diese Herkunftsbundesländer der Urlaubsgäste aus: 27% aus Berlin, 23% aus Sachsen, 12% aus Brandenburg, 7% Nordrhein-Westfalen und 7% Niedersachsen.

Basis: 1,9 Mio. Urlaubsreisen Jahr 2023

\* Volumen der Reisen ohne Vorsorge- und Rehakliniken

Quelle: Consumer Panel Services GfK, DestinationMonitor Brandenburg 2023



© TMB-Fotoarchiv/M. Wetzel

55

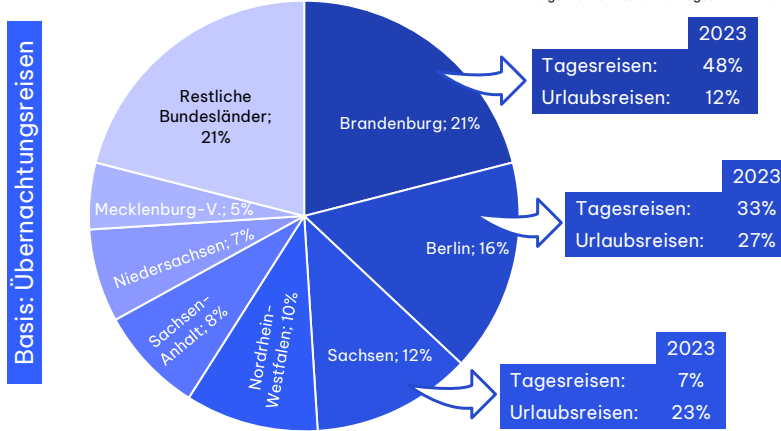
# Quellmärkte Reiseziel Brandenburg



inländische Übernachtungs-, Tages-, Urlaubsreisen

Quellmärkte inländischer Übernachtungsreisen (6,8 Mio.\*) in Brandenburg in 2023 (Anteil in %)

...ergänzt mit Anteilen bei Tages- und Urlaubsreisen in den TOP 3 Quellmärkten



**Definition:**

**Übernachtungsreisen:**

Σ Privatreisen mit Übernachtung und Geschäftsreisen mit Übernachtung

**Tagesreisen:**

Σ private Tagesreisen und geschäftliche Tagesreisen

**Urlaubsreisen:**

Übernachtungsreisen (Privatreisen) mit einem Urlaubs- oder sonstigen Freizeitreiseanlass

Quelle: Consumer Panel Services GfK, DestinationMonitor Brandenburg 2023

\* Volumen der Reisen ohne Vorsorge- und Rehakliniken



Kontakt:

Madlen Wetzel  
 Marktforschung  
[madlen.wetzel@reiseland-brandenburg.de](mailto:madlen.wetzel@reiseland-brandenburg.de)

[reiseland-brandenburg.de](http://reiseland-brandenburg.de)

Weitere Zahlen, Daten, Fakten:

[www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de](http://www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de)