

Tourismusregion Masuren

Ergebnisse der Befragung von Reisebüros zu Besucherpotentialen

Ansprechpartner:

Martin Siczek, M.Sc.

Tel.: 089/2180-4096

E-Mail: Martin.Siczek@geographie.uni-muenchen.de

Vorbemerkungen

Die vorliegende Präsentation enthält zentrale Ergebnisse einer Online-Befragung zu Besucherpotentialen der Tourismusregion Masuren in Polen. Die Erhebung wurde im Auftrag der Varmia and Masurian Regional Tourist Organisation vom Lehrstuhl für Wirtschaftsgeographie der Ludwig-Maximilians-Universität München und der iq-Projektgesellschaft durchgeführt.

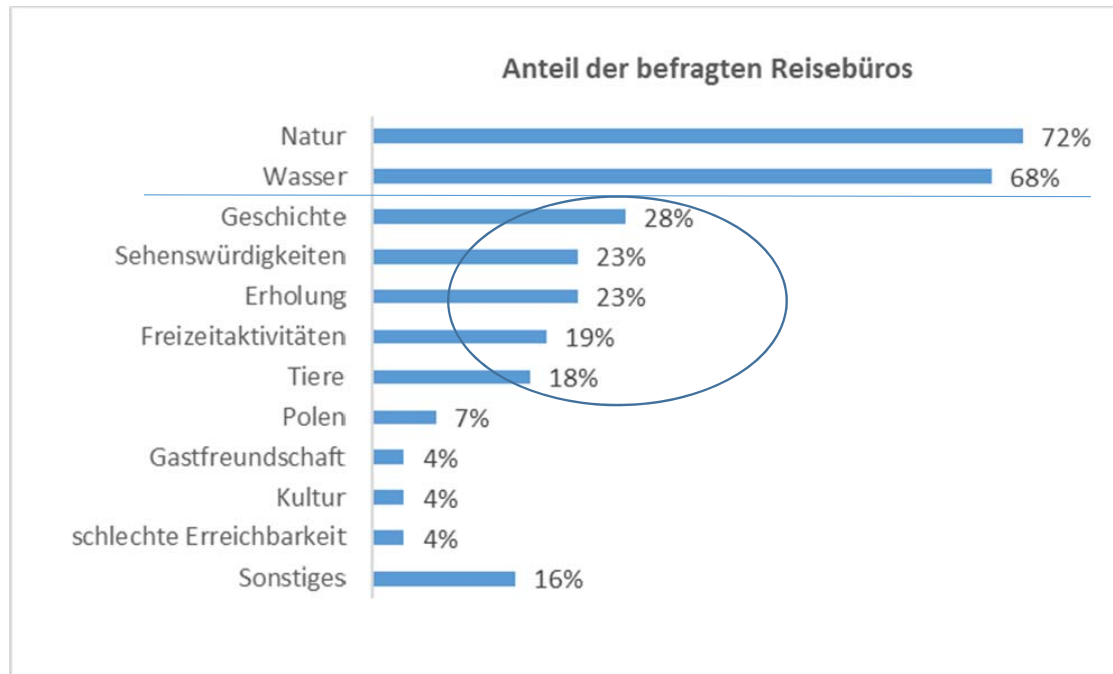
Anlass der Untersuchung sind Flugverbindungen aus Deutschland zum neu eröffneten Flughafen Olsztyn-Mazury in Polen. Dieser wird seit Januar 2016 zweimal pro Woche direkt von Berlin angefliegen. Flugverbindungen von München und Düsseldorf sollen noch im Sommer 2016 ihren Betrieb aufnehmen.

Ziel der Untersuchung war es herauszufinden, welches Potential die Tourismusregion Masuren für Touristen aus Deutschland aufweist. Dazu wurden deutsche Reisebüros zu Reisen in die Region Masuren befragt. Aufgrund der neuen Flugverbindungen wurden für die Befragung die drei Regionen Bayern, Brandenburg und Nordrhein-Westfalen ausgewählt. Ein weiteres Ziel der Befragung war es, deutsche Reisebüros zu identifizieren, welche Interesse an einer Zusammenarbeit mit der Tourismusregion Masuren haben.

Die Befragung wurde mittels eines standardisierten Online-Fragebogens zwischen dem 16. März 2016 und dem 15.04.2016 durchgeführt. Insgesamt haben sich 103 Reisebüros beteiligt.

Ergebnisse

Assoziationen der befragten Reisebüros zur Tourismusregion Masuren
N=57, n=160, Mehrfachnennungen möglich, Quelle: eigene Befragung 2016



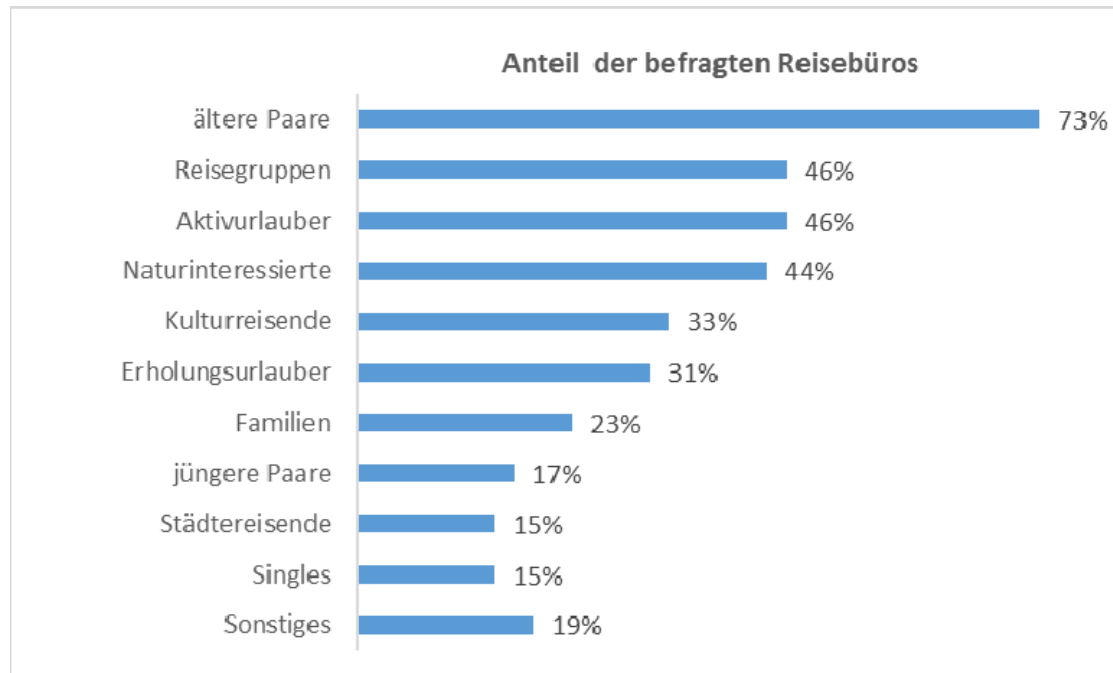
65% der befragten Reisebüros (N=103) kennen die Region Masuren in Polen.

Am häufigsten wurden die Assoziationen mit der Natur in der Region Masuren von den befragten Reisebüros genannt. Dies deckt sich auch mit den am häufigsten genannten Verkaufsargumenten (siehe auch Seite 5).

Neben dem ursprünglichen Angebot Natur und Wasser gibt es keine Assoziationen, die hohe Anteile im Antwortspektrum der Probanden aufweisen.

Ergebnisse

Kunden der befragten Reisebüros für Reisen in die Tourismusregion Masuren N=48, n=173, Mehrfachnennungen möglich, Quelle: eigene Befragung 2016



85% der befragten Reisebüros, die die Masuren kennen (N=62), verkaufen in ihrem Reisebüro Angebote für die Region Masuren.

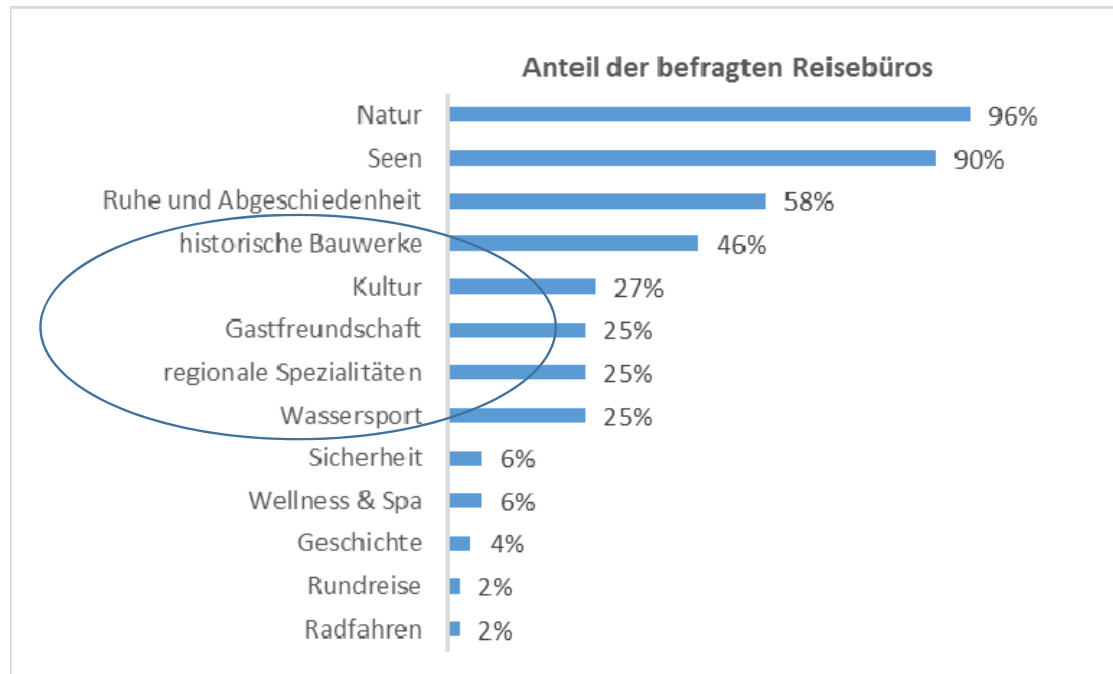
Am häufigsten werden Reisen in die Region Masuren an ältere Paare verkauft. Bei einer Überprüfung des Zusammenhangs zeigt sich, dass für ältere Paare vor allem Ruhe und Abgeschiedenheit wichtige Aspekte sind.

Das Potential für eine Erhöhung des Kundenanteils liegt unter anderem im Bereich von jüngeren Zielgruppen wie zum Beispiel Familien.

Ergebnisse

Verkaufsargumente der befragten Reisebüros für Reisen in die Tourismusregion Masuren

N=48, n=198, Mehrfachnennungen möglich, Quelle: eigene Befragung 2016



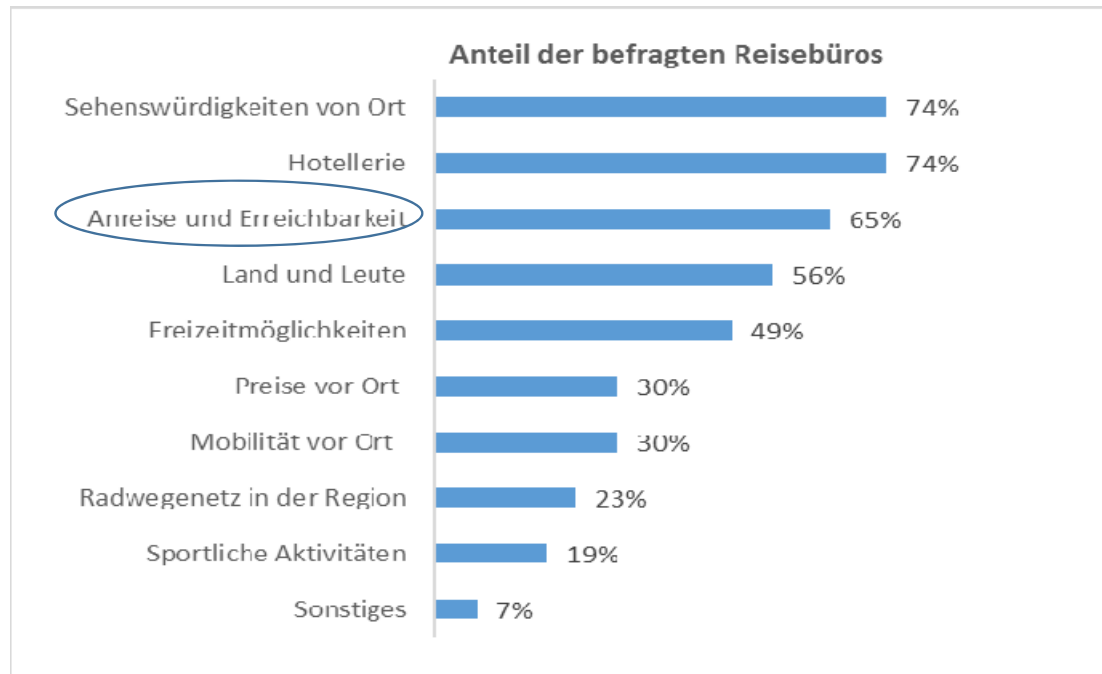
Für fast alle befragten Reisebüros, die das Angebot der Masuren **verkaufen**, ist das natürliche Angebot der Region Masuren das stärkste Verkaufsargument.

Die Argumente, die am häufigsten genannt werden, folgen den Assoziationen der befragten Reisebüros (siehe auch Seite 3).

Im Kreis markierte Verkaufsargumente der befragten Reisebüros weisen einen inhaltlichen Zusammenhang mit dem Erbe der Region auf. Sie könnten die Basis für eine Erweiterung des touristischen Angebots der Region sein.

Ergebnisse

Informationen, die für die befragten Reisebüros wichtig sind, um das Angebot der Masuren zu verkaufen
N=43, n=190, Mehrfachnennungen möglich, Quelle: eigene Befragung 2016



Die befragten Reisebüros, die **Reisen** in die Region Masuren **verkaufen**, nennen die Sehenswürdigkeiten von Ort und die Hotellerie als die wichtigsten Faktoren. Bei einer Überprüfung des Zusammenhangs zeigt sich, dass erstere vor allem für ältere Paare relevant sind.

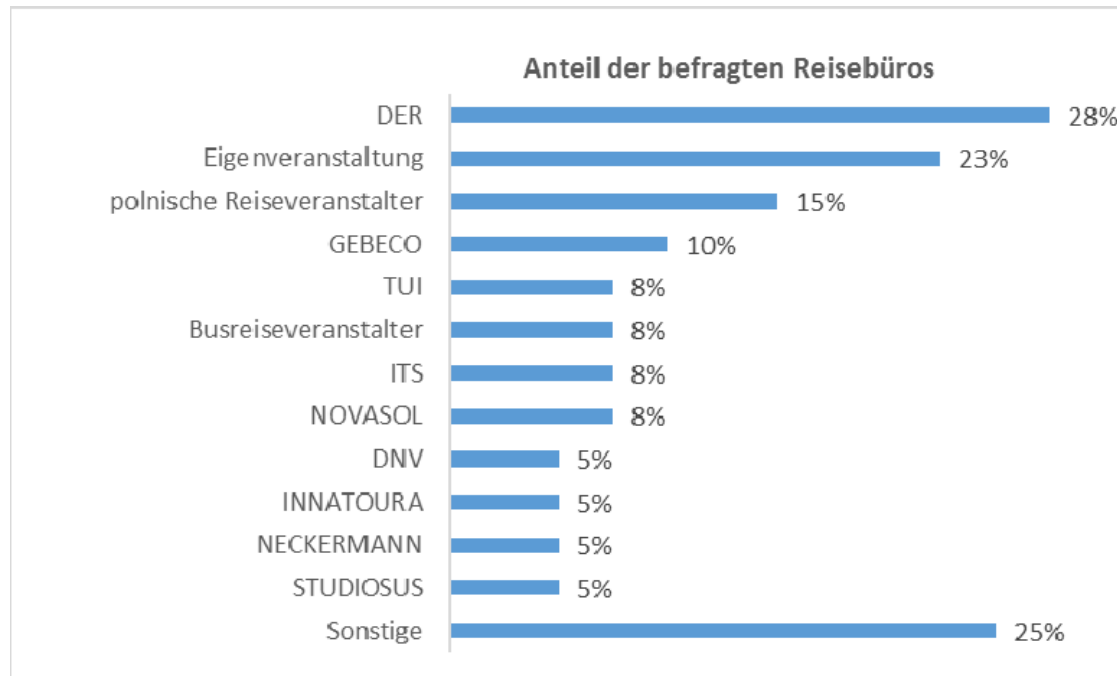
Im Bereich der **Anreise** und der **Erreichbarkeit** erfolgten in den letzten Jahren deutliche Verbesserungen. Darüber benötigen die Reisebüros weitere Informationen.

Obwohl die befragten Reisebüros die Region Masuren kennen, brauchen sie mehr fachliche Informationen.

Ergebnisse

Gewählte Reiseveranstalter der befragten Reisebüros für Reisen in die Tourismusregion Masuren

N=40, n=33, Mehrfachnennungen möglich, Quelle: eigene Befragung 2016



Die befragten Reisebüros, die **Reisen** in die Region Masuren **verkaufen**, nennen eine Vielzahl verschiedener Reiseveranstalter.

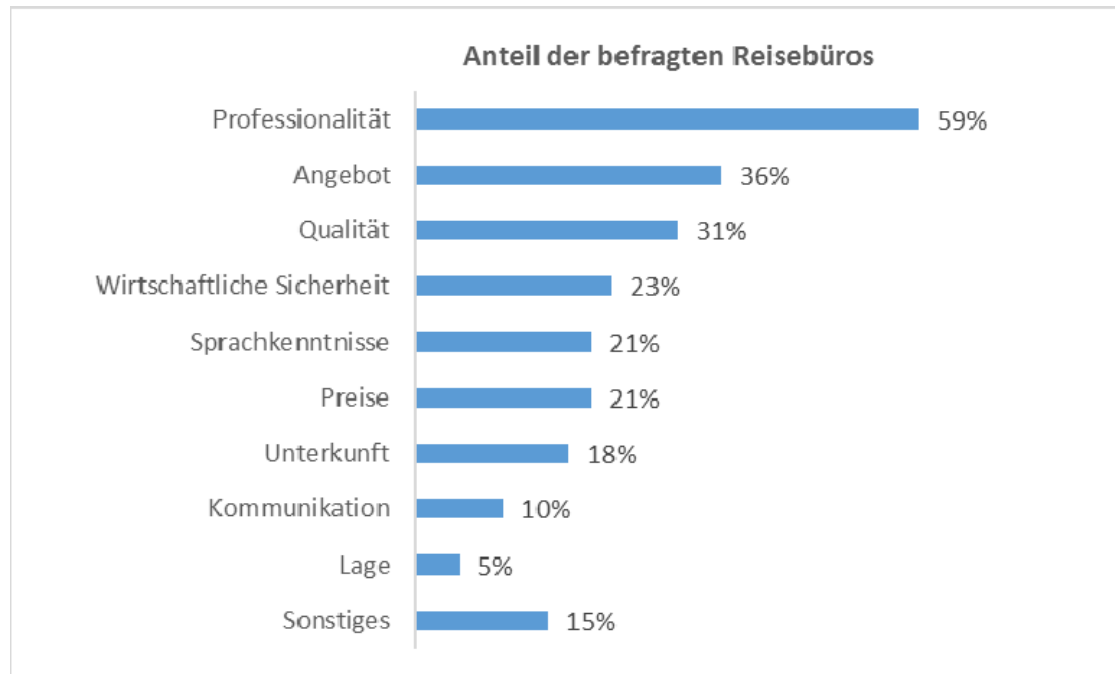
Die Reiseveranstalter, die Reisen in die Region Masuren anbieten, hätten möglicherweise auch Interesse an einer neuen Kooperation mit der Region Masuren für Pauschalreisen nach Masuren.

Mit DER wurde einer der größten deutschen Reiseveranstalter von den Reisebüros am häufigsten genannt.

Ergebnisse

Anforderungen der befragten Reisebüros an polnische Reiseveranstalter für Reisen in die Region Masuren

N=39, n=93, Mehrfachnennungen möglich, Quelle: eigene Befragung 2016



Die befragten Reisebüros, die **Reisen** in die Region Masuren **verkaufen**, nennen Professionalität als wichtigste Anforderung.

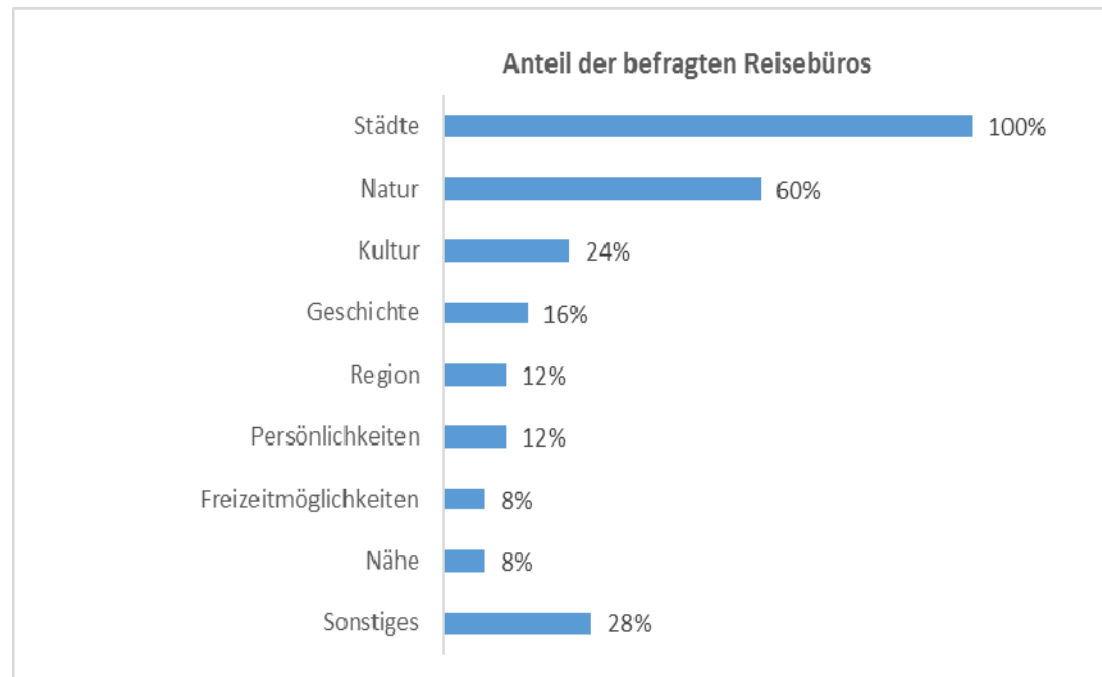
Wirtschaftliche Sicherheit und Professionalität sind sehr wichtige Voraussetzungen für eine zuverlässige Zusammenarbeit.

Für die befragten Reisebüros ist ein vielfältiges Angebot beispielsweise in Form von Aktivitäten oder Transferleistungen eine wichtige Anforderung an polnische Reiseveranstalter.

Ergebnisse

Assoziationen der befragten Reisebüros zu Polen als Reiseziel

N=25, n=67, Mehrfachnennungen möglich, Quelle: eigene Befragung 2016



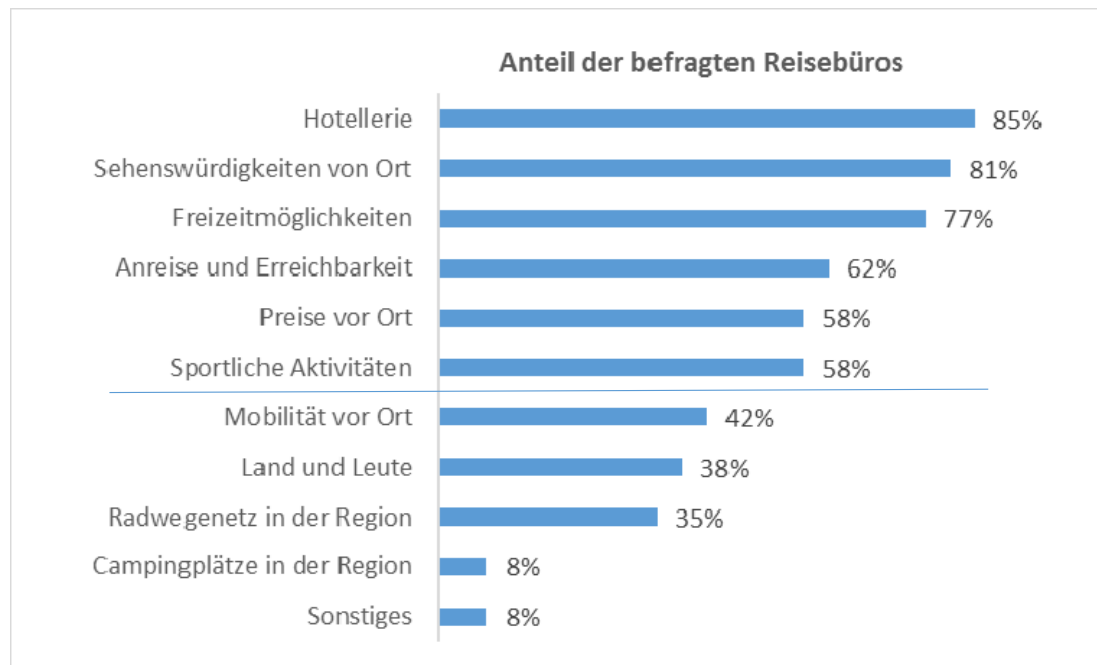
Alle befragten Reisebüros, die **keine Reisen** in die Region Masuren **verkaufen**, verbinden mit Polen vor allem Städte wie z.B. Krakau, Warschau, Danzig oder Breslau.

Das natürliche Angebot in Polen vor allem in Form von Seen und der Ostsee ist ein wesentlicher Aspekt, der von den befragten Reisebüros häufig genannt wird.

Weitere Besonderheiten Polens sind für viele Reisebüros nicht präsent.

Ergebnisse

Informationen, die für die befragten Reisebüros wichtig sind, um das Angebot der Masuren zu verkaufen
N=26, n=143, Mehrfachnennungen möglich, Quelle: eigene Befragung 2016



Die befragten Reisebüros, die **keine Reisen** in die Region Masuren **verkaufen**, nennen die Hotellerie als wichtigsten Faktor für Information.

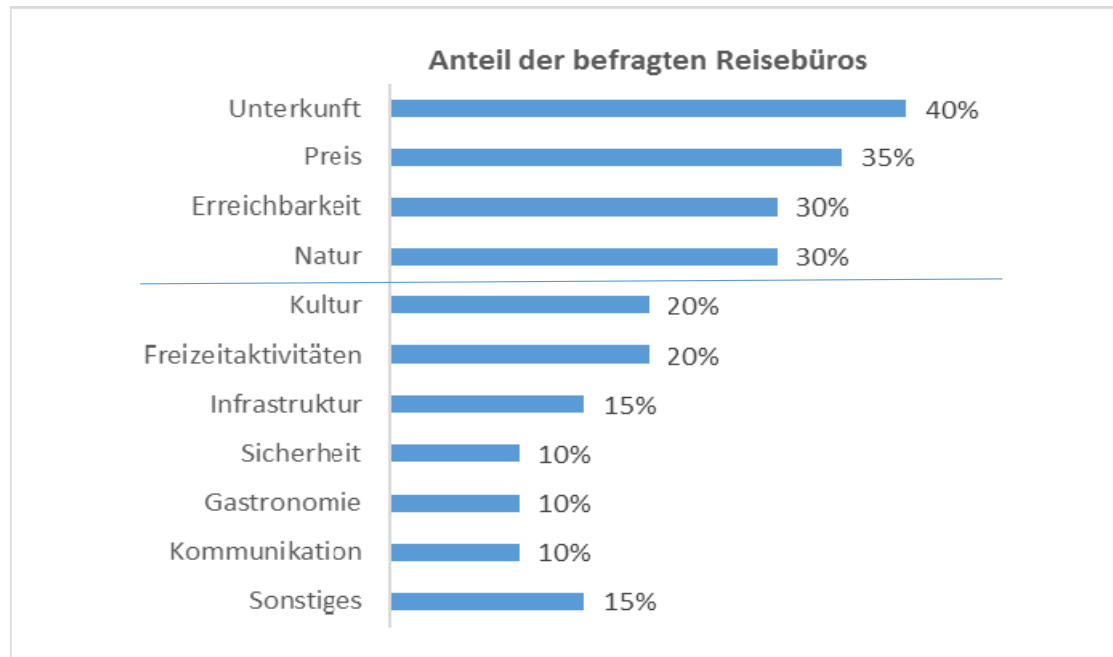
Für die befragten Reisbüros sind neben infrastrukturellen Informationen die Erholungsmöglichkeiten in Form von Freizeitmöglichkeiten sowie sportlichen Aktivitäten sehr wichtig.

Das Verhältnis von Preis und Leistung soll insgesamt ausgewogen sein.

Ergebnisse

Verkaufsargumente der befragten Reisebüros für Reisen in die Tourismusregion Masuren

N=20, n=47, Mehrfachnennungen möglich, Quelle: eigene Befragung 2016



Für die befragten Reisebüros, die **keine Reisen** in die Region **verkaufen**, sind Unterkunft und Preis die wichtigsten potentiellen Verkaufsargumente.

Die drei am häufigsten genannten Argumente weisen einen starken Zusammenhang mit der Strategie und der Positionierung der Region auf.

Die genannten Argumente sind Voraussetzungen für Reisebüros, um Reisen in die Region Masuren verkaufen zu können.

Ergebnisse

Informationsveranstaltung der Region Masuren

N=78, , Quelle: eigene Befragung 2016

48 der befragten Reisebüros haben Interesse an der Teilnahme an einer Informationsveranstaltung zur Destination Masuren.

Veranstaltungsort:

- 20 (+ 1) Reisebüros in Berlin
- 15 (+ 1) Reisebüros in München
- 6 (+ 1) Reisebüros in Düsseldorf

Sieben Reisebüros, die Interesse an der Informationsveranstaltung haben, haben keinen Ort angegeben. Von diesen sieben Befragten haben drei Reisebüros dennoch ihre Kontaktdaten hinterlassen. Diese Reisebüros können je nach Lage zu den Veranstaltungen eingeladen werden (siehe Angaben in Klammern).

Um die Anzahl der möglichen Teilnehmer an der Informationsveranstaltung zu erhöhen könnte man...

- a. die Einladung für die Veranstaltung allen Reisebüros zusenden.
- b. noch weitere Reisebüros telefonisch kontaktieren.
- c. Pressevertreter der Reiseabteilungen von Zeitungen und Zeitschriften einladen.

Fazit

- Der Mehrheit der befragten Reisebüros aus Deutschland kennt Masuren und verbindet mit der Region ein bestimmtes Image.
- Der Großteil der befragten Reisebüros assoziiert mit der Region Masuren deren naturräumliche Ausstattung.
- Ältere Paare sind aktuell die wichtigste Zielgruppe für die befragten Reisebüros.
- Es besteht bei den befragten Reisebüros Informationsbedarf über die Region und ihr Angebot, vor allem über Sehenswürdigkeiten, Hotels und Erreichbarkeit.
- Ideal für die zukünftige Zusammenarbeit mit deutschen Reisebüros wären Empfehlungen durch positive Erfahrungen oder eine Zertifizierung durch einen deutschen Partner.
- Ein erweitertes Tourismusangebot, die gezielte Ansprache weiterer Zielgruppen und ein einheitliches Markenmanagement sind wichtige Voraussetzung für eine erfolgreiche Positionierung als Destination.
- Neben der Natur als wichtigstem Verkaufsargument können auch weitere Besonderheiten der Region stärker mit dem touristischen Angebot verbunden werden.
- Professionalität und fachliche Informationen sind wichtige Voraussetzungen für eine erfolgreiche Zusammenarbeit mit deutschen Reisebüros.
- Neue Kooperationen mit deutschen Veranstaltern für das Angebot von Pauschalreisen könnten neue Perspektiven ermöglichen.

Kontakt



iq-Projektgesellschaft
Department für Geographie
Luisenstraße 37
80333 München

Prof. Dr. Jürgen Schmude
Tel.: +49 (0)89/2180-4070
Juergen.Schmude@lmu.de

Martin Siczek, M.Sc.
Tel.: +49 (0)89/2180-4096
Martin.Siczek@geographie.uni-muenchen.de