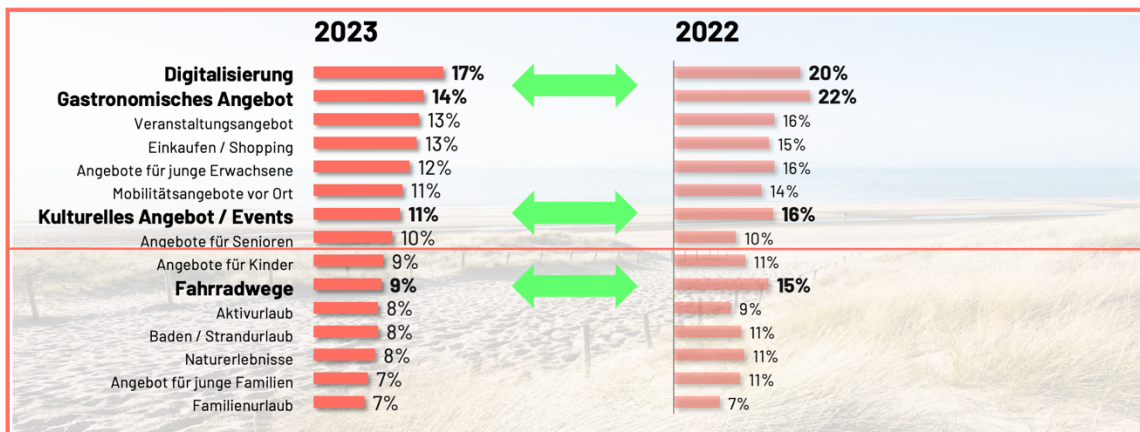


Digitalisierung an der Nordsee: Die Region liegt noch immer unter ihren Möglichkeiten



Oldenburg, 06.11.2023. Die Ergebnisse der zweiten Auflage des Nordsee-Tourismus-Reports, einer repräsentativen Studie der Pathfinding AG in Zusammenarbeit mit dem Marktforschungsinstitut MiiOS, zeigen: Die Zukunft des Nordsee-Tourismus wird digitaler werden müssen. Denn gerade für die jüngeren Zielgruppen wird ein hoher digitaler Standard immer wichtiger. Doch die Studie zeigt auch: Noch immer sehen die Gäste gerade hier das größte Optimierungspotenzial.

In der ersten Auflage des Nordsee-Tourismus-Reports gaben 20 Prozent der Urlauber:innen an, dass sie im Bereich der Digitalisierung den größten Nachholbedarf sehen. Heute sind es noch 17 Prozent. Die leichte Verbesserung erklärt sich Holger Herweg, Vorstand der Pathfinding AG, so: „Zum einen haben sich einige Orte an der Küste digital bereits besser aufgestellt, zum anderen haben wir einen leichten Anstieg bei den Aufenthalten von Stammgästen (+ 2 Prozent). Sie sind weniger auf digitale Informationsangebote angewiesen, da sie sich bestens in ihrem Ort auskennen. Ein anderer Punkt ist, dass die Ansprüche an Erlebnisqualität und Mobilität in den Vordergrund rücken. Dennoch: Die Digitalisierung ist 2023 noch immer das Top-Verbesserungspotential in den Augen der Urlauber:innen.“



Junge Zielgruppe hat besonders hohe Ansprüche

Gerade die jüngere Zielgruppe erwartet einen hohen Digitalisierungsgrad: Bei den 18 bis 25-Jährigen sind es 24 Prozent, bei den 26 bis 30-Jährigen 23 und bei den Urlauber:innen zwischen 31 und 40 Jahren 21 Prozent, die ein hohes Verbesserungspotenzial im Bereich der Digitalisierung sehen. Zum Vergleich: Bei den 41 bis 50-Jährigen sind es nur 17 Prozent, bei den 51 bis 60-Jährigen 13 und den über 60-Jährigen 11 Prozent.

Kategorie	Aktuelle Urlauber					
	18-25 J.	26-30 J.	31-40 J.	41-50 J.	51-60 J.	> 60 J.
Digitalisierung	24%	23%	21%	17%	13%	11%
Gastronomisches Angebot	14%	12%	17%	11%	16%	13%
Veranstaltungsangebot	13%	14%	11%	13%	17%	13%
Einkaufen / Shopping	12%	26%	15%	17%	11%	7%
Angebote für junge Erwachsene	26%	28%	15%	10%	9%	5%
Mobilitätsangebote vor Ort	16%	13%	14%	8%	11%	11%
Kulturelles Angebot / Events	14%	15%	13%	10%	10%	9%
Angebote für Senioren	6%	6%	5%	6%	7%	24%
Angebote für Kinder	10%	17%	17%	14%	2%	3%
Fahrradwege	10%	6%	11%	12%	7%	6%
Aktivurlaub	17%	11%	11%	8%	6%	4%
Baden / Strandurlaub	14%	10%	12%	10%	6%	3%
Naturerlebnisse	11%	13%	11%	10%	4%	5%
Angebote für junge Familien	10%	10%	15%	7%	4%	2%
Familienurlaub	7%	11%	11%	10%	3%	2%

Deutliche Steigerung in der Relevanz der Online-Buchbarkeit

Doch es gibt auch Themen, auf die sich sowohl die jüngeren als auch die älteren Gäste verständigen können: eine einfache und direkte Online-Buchbarkeit. Sie ist mit 40 Prozent das wichtigste Kriterium bei der Auswahl der Unterkunft. 2022 waren es noch 28 Prozent. Den Grund für diesen Anstieg vermutet Holger Herweg in den veränderten Rahmenbedingungen durch die Energiekrise, Inflation und Coronapandemie. „Die Gäste buchen heute viel kurzfristiger und bei kurzfristigen Buchungen ist eine einfache, schnelle Online-Buchbarkeit besonders wichtig.“

	18-25 J.	26-30 J.	31-40 J.	41-50 J.	51-60 J.	> 60 J.
Einfache / direkte Online - Buchbarkeit	34%	37%	41%	39%	42%	40%
Nähe zum Strand	37%	35%	38%	37%	34%	32%
Ausstattung	29%	31%	29%	34%	34%	37%
Familienfreundlichkeit	28%	21%	23%	38%	40%	24%
Gute Verkehrsanbindung	26%	24%	23%	28%	25%	28%
Größe des Zimmers / Wohnung / des Platzes	25%	24%	18%	23%	29%	28%
Günstige Stornogebühren	23%	19%	22%	17%	23%	24%
Günstiges Preissegment	20%	25%	14%	18%	23%	16%
Bewertungen anderer Kunden im Internet	20%	19%	32%	25%	21%	18%
Hoher digitaler Standard (W-Lan, Netflix etc.)	19%	22%	25%	21%	20%	17%
Speisen aus regionalem Umfeld / biologischem Anbau	19%	14%	10%	19%	17%	20%
Empfehlung eines Online-Buchungsystems	14%	17%	21%	17%	17%	11%
Soziale Verantwortung des Anbieters	13%	13%	15%	10%	14%	14%
Unterkunft / Anbieter steht für Nachhaltigkeit	12%	12%	15%	8%	10%	13%
Barrierefreier Zugang	10%	7%	12%	7%	7%	8%
Umweltzertifizierungen der Unterkunft	9%	13%	12%	8%	10%	7%
Angebot / Infrastruktur zum Laden von E-Autos	7%	8%	16%	8%	9%	5%

KI bei der Urlaubsplanung?

Für Urlauber:innen zwischen 18 und 40 Jahren ist ein hoher digitaler Standard zudem überdurchschnittlich wichtig. Es verwundert deshalb auch nicht, dass sich 35 Prozent dieser digital-affinen Zielgruppe vorstellen kann, zukünftig KI-Tools wie ChatGPT für ihre Urlaubsplanung zu nutzen. In den Altersklassen 41 bis 61 sind es dagegen nur 19 Prozent.

„Insgesamt lässt sich festhalten, dass Touristikerinnen und Touristiker am Ball bleiben sollten, was digitale Angebote vor und während der Reise angeht“, so Holger Herweg. Experten-Tipps und detailliertere Insights zu den Studienergebnissen erhalten Interessierte in dem Webinar „Digitalisierung und Informationsansprüche“ am 28.11.2023.

Experten-Webinare zum Nordsee-Tourismus:

Die Pathfinding AG bietet Webinare zu ausgewählten Teilaspekten des Nordsee-Tourismus-Reports 2023 an:

- 14.11.23: Die deutsche Nordseeküste im Vergleich zu Dänemark und den Niederlanden
- 28.11.23: Digitalisierung und Informationsansprüche**
- 16.01.24: Destinationen, Planung, Anreise und Mobilität
- 30.01.24: Urlauber an der deutschen Nordseeküste
- 13.02.24: Arbeiten an der deutschen Nordseeküste

Die Webinare finden jeweils von 11:00 bis 12:00 Uhr statt. Weitere Informationen und die Möglichkeit zur Anmeldung gibt es auf der [Website der Pathfinding AG](#).

Über den Nordsee-Tourismus-Report:

2023 erschien der Nordsee-Tourismus-Report der Pathfinding AG zum zweiten Mal. Für den Nordsee-Tourismus-Report 2023 wurden knapp 7.500 Personen in Deutschland im Alter von

18 bis 80 Jahren befragt. Die Ergebnisse bieten sowohl der Politik als auch den touristischen Akteurinnen und Akteuren in der Region eine perfekte Datengrundlage für die strategische Zukunftsplanung. Eine Kurzversion des Nordsee-Tourismus-Reports 2023 steht auf der Website der Pathfinding AG <https://pathfinding.eu> zur Verfügung. Sonderauswertungen zu einzelnen Themengebieten und Regionen stellt die Pathfinding AG auf Anfrage zur Verfügung: office@pathfinding.eu

Über Pathfinding:

Die Pathfinding AG mit Sitz in Oldenburg begleitet Organisationen und Unternehmen aktiv bei der Zukunftsgestaltung. Auf der Grundlage von sorgfältigen Analysen und innovativen Methoden entstehen nachhaltig erfolgreiche Zukunftsstrategien – immer im engen Miteinander mit den handelnden Personen. Zum Leistungsportfolio gehören u.a. die Entwicklung und Durchführung repräsentativer Studien in Zusammenarbeit mit Marktforschungsinstituten wie der MiiOS GmbH aus Nürnberg sowie Expertise für die digitale Transformation, moderne Organisations- und Geschäftsmodellentwicklung sowie ein progressives Changemanagement.

Über MiiOS:

Die MiiOS GmbH ist ein führender Anbieter für progressive und branchenunabhängige Marktforschung. Ganz gleich, ob Mobilitätsanbieter, Finanzdienstleister oder Tourismusbranche: MiiOS bietet seinen Kunden Zugang zu umfassenden Informationen, fachkundiger Beratung und einem weitreichenden Experten-Netzwerk. Durch den Einsatz vielfältiger Datenquellen ermöglicht MiiOS eine holistische Sicht auf den Markt und unterstützt Unternehmen dabei, die besten Entscheidungen zu treffen. Individuell, wirtschaftlich und zuverlässig.

Fotos:

Meer und Dünen.

Quelle: Henning Westerkamp via pixabay

Verbesserungspotenzial für die Region – Aktuelle Urlauber 2023 vs. 2022

Quelle: Pathfinding AG / MiiOS GmbH

Verbesserungspotenzial für die Region nach Alter

Quelle: Pathfinding AG / MiiOS GmbH

Kriterien Auswahl Unterkunft

Quelle: Pathfinding AG / MiiOS GmbH

Medienkontakt:

CCAW PR und Text

Telefon: 040 609 4399-30

E-Mail: pathfinding@ccaw-pr.de