

PRESSE-INFORMATION

Mitgliederversammlung des OHT in Eutin

Vorstellung Studie Destination Brand: Ostsee bekannt und sympathisch

Eutin/Scharbeutz, 16. Juni 2021. Die Ostsee Schleswig-Holstein ist bekannt, gilt als sympathisch und fast jeder zweite Deutsche ist bereit, die Region innerhalb der nächsten drei Jahre für einen Kurzurlaub zu besuchen. Diese Ergebnisse zeigt die neue Studie „Destination Brand 2020 – Die Markenstärke von Reisezielen“ des Marktforschungsinstituts „inspektour international GmbH“. Darin wurde der so genannte „Markenvierklang“, bestehend aus Bekanntheit, Sympathie, Besuchsbereitschaft und Nutzung, untersucht. Die Präsentation der Ergebnisse erfolgte auf der heutigen Mitgliederversammlung des Ostsee-Holstein-Tourismus e. V. (OHT) in Eutin. Darüber hinaus berichteten der OHT-Vorsitzende, Jörg Weber, und Geschäftsführerin Katja Lauritzen mit ihrem Team aus der laufenden Marketingarbeit des Vereins und von aktuellen Projekten aus 2020 und 2021.

„Wir freuen uns sehr, dass die Ostsee weiterhin so bekannt ist und auch als sehr sympathisch angesehen wird. Das ist ein Ziel unserer Arbeit. Während des vergangenen Jahres haben wir unsere Maßnahmen deshalb auch an die aktuellen Bedingungen angepasst und in unsere digitalen Kanäle verlegt. So konnten wir mit Projekten wie unserer Podcast- und Videoreihe ‚Ostseeauschen‘ sowie der Vorstellung unserer besonderen Fischbrötchenbuden in der Videoreihe ‚aufgefiSHt‘ unseren daheimgebliebenen Gästen ein Stück Ostsee nach Hause bringen. Auch solche Maßnahmen sichern die Bekanntheit und fördern durch neue Inspiration die Besuchsbereitschaft in der Zukunft.“

So lag die gestützte Bekanntheit der Ostsee Schleswig-Holstein laut „Destination Brand“ im „Markenvierklang“ 2020 bei 78 Prozent. Ellen Böhling, geschäftsführende Gesellschafterin der inspektour international GmbH und Ansprechpartnerin für die Studienreihe „Destination Brand“: „Um in das ‚Relevant Set potenzieller Reiseziele‘ bei (potenziellen) Gästen zu gelangen, muss ein Reiseziel nicht nur bekannt sein, sondern auch als sympathisch eingestuft werden. Im Rahmen von Destination Brand 20 bewerteten die Befragten die ‚Ostsee Schleswig-Holstein‘ mit 65 Prozent als eher sympathisch und sehr sympathisch. Mit diesem Wert rangiert die Destination im Wettbewerbsvergleich auf Platz fünf unter allen 46 berücksichtigten Küstenzielen.“ Zudem blieb die so genannte Transferrate stabil: Über 80 Prozent derjenigen, die die Ostsee Schleswig-Holstein als Reiseziel kennen, stufen die Destination auch als sympathisch ein. 32 Prozent der Befragten nannten eine Besuchsbereitschaft für eine Kurzreise bis zu drei Übernachtungen in den nächsten 12 Monaten, 29 Prozent für eine längere Urlaubsreise ab vier Nächten im gleichen Zeitraum. Gefragt nach den nächsten drei Jahren, stieg die Bereitschaft zur Kurzreise auf 48 Prozent an und für einen längeren Aufenthalt auf 43 Prozent. Das bedeutet, dass sich fast jeder zweite Deutsche innerhalb der nächsten drei Jahre vorstellen kann, an die Ostsee Schleswig-Holstein zu reisen. In der Vergangenheit nutzen 45 Prozent der Befragten das Urlaubsziel Ostsee Schleswig-Holstein.

ostsee

Schleswig-Holstein. Der echte Norden.

Im Langzeitvergleich zur Studie von 2009 hat die Region damit in allen Punkten dazugewonnen. Damals lag die Bekanntheit bei 70 Prozent, die Sympathie bei 53 Prozent, die Besuchsbereitschaft bei 28 Prozent bei den Kurzreisen und 18 Prozent bei Urlaubsreisen.

Ein weiterer Punkt der Mitgliederversammlung war die Corona-Pandemie und der Umgang damit. Hier kümmerte sich der OHT beispielsweise um Handreichen, Beratungen und viele Abstimmungen untereinander. „Wir haben in dieser schwierigen Ausnahmesituation der Pandemie mit dem OHT einen verlässlichen Partner, der immer wieder flexibel und schnell auf Hilfestellungen für seine Mitgliedsorte reagiert hat“, sagte dazu Jörg Weber, Bürgermeister von Fehmarn und Vorsitzender des OHT.

Für dieses Jahr steht in der Marketingarbeit des OHTs das Thema „Binnenland“ im Fokus. Damit möchte der Verband auf die Aktivitäten abseits der Strände aufmerksam machen und auf die zahlreichen Alternativen zum Strandtag ein paar Kilometer weiter landeinwärts hinweisen. Gerade an beliebten Wochenenden sollen so den Urlaubern, Tagesgästen und Einheimischen neue Entdeckungen und Ideen insbesondere in der Holsteinischen Schweiz vorgestellt werden.

Weitere Informationen zu einem Urlaub an der Ostseeküste Schleswig-Holsteins erhalten Interessierte online unter www.ostsee-schleswig-holstein.de.

Mehr Presse-Informationen unter:

Ostsee-Holstein-Tourismus e.V.

Julia Prange

Am Bürgerhaus 2, 23683 Scharbeutz

Tel.: 04503 / 88 85-13, Fax: 04503 / 88 85-15

E-Mail: presse@ostsee-sh.de

Internet: www.ostsee-schleswig-holstein.de