

# 2023

## DEUTSCHE NORDSEEKÜSTE & INSELN

„So entwickelt sich der Tourismus  
an der Nordsee“

**Nordsee Tourismus Report**  
2023

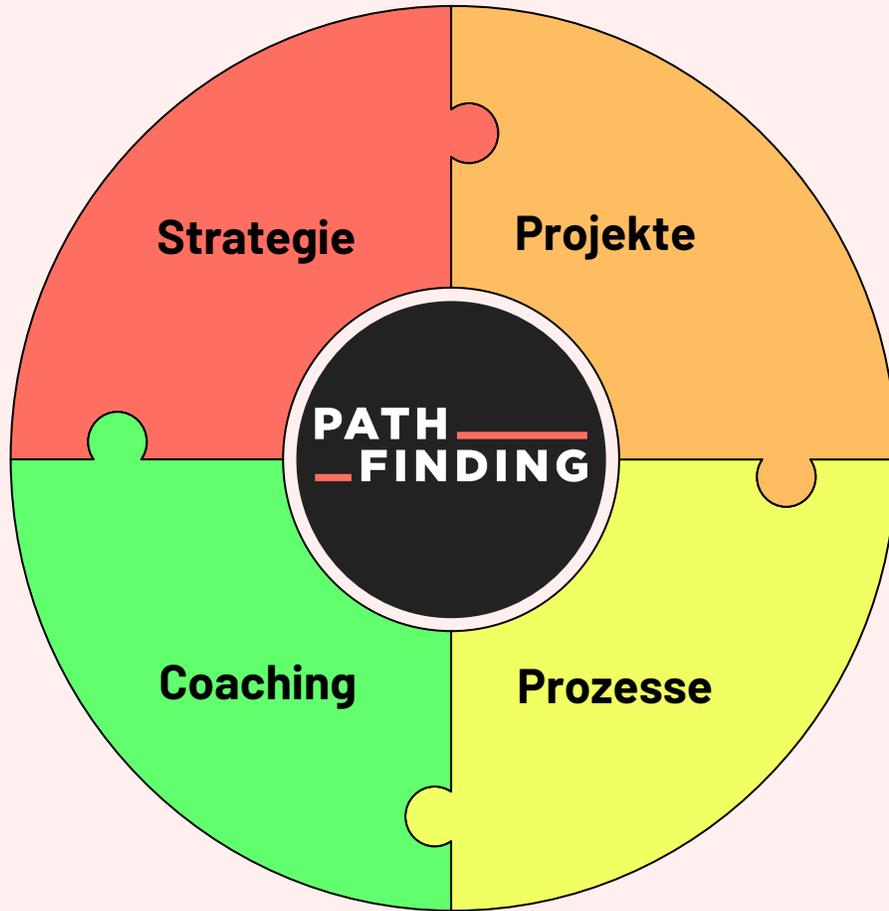
Urlauberbefragung



**Herausgeber**



## Leistungsportfolio

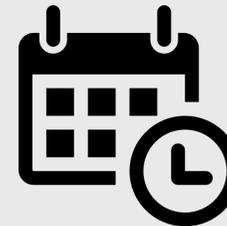


**Ansprechpartner**

**Holger Herweg**



**[hhe@pathfinding.eu](mailto:hhe@pathfinding.eu)**



**<https://pathfinding.eu/tourismus/teetied/>**

**PATH**  
**FINDING**

Die **Pathfinding AG** bietet seit 1999 ein umfassendes Know-how und langjährige Erfahrung in den Bereichen Strategieentwicklung, Projektmanagement und Digitalisierung. Unsere Mission und Leidenschaft ist die Entwicklung und Umsetzung von nachhaltigen und werthaltigen Zukunftsstrategien.



**MiiOS** GmbH ist ein führender Anbieter für progressive und branchen-unabhängige 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.



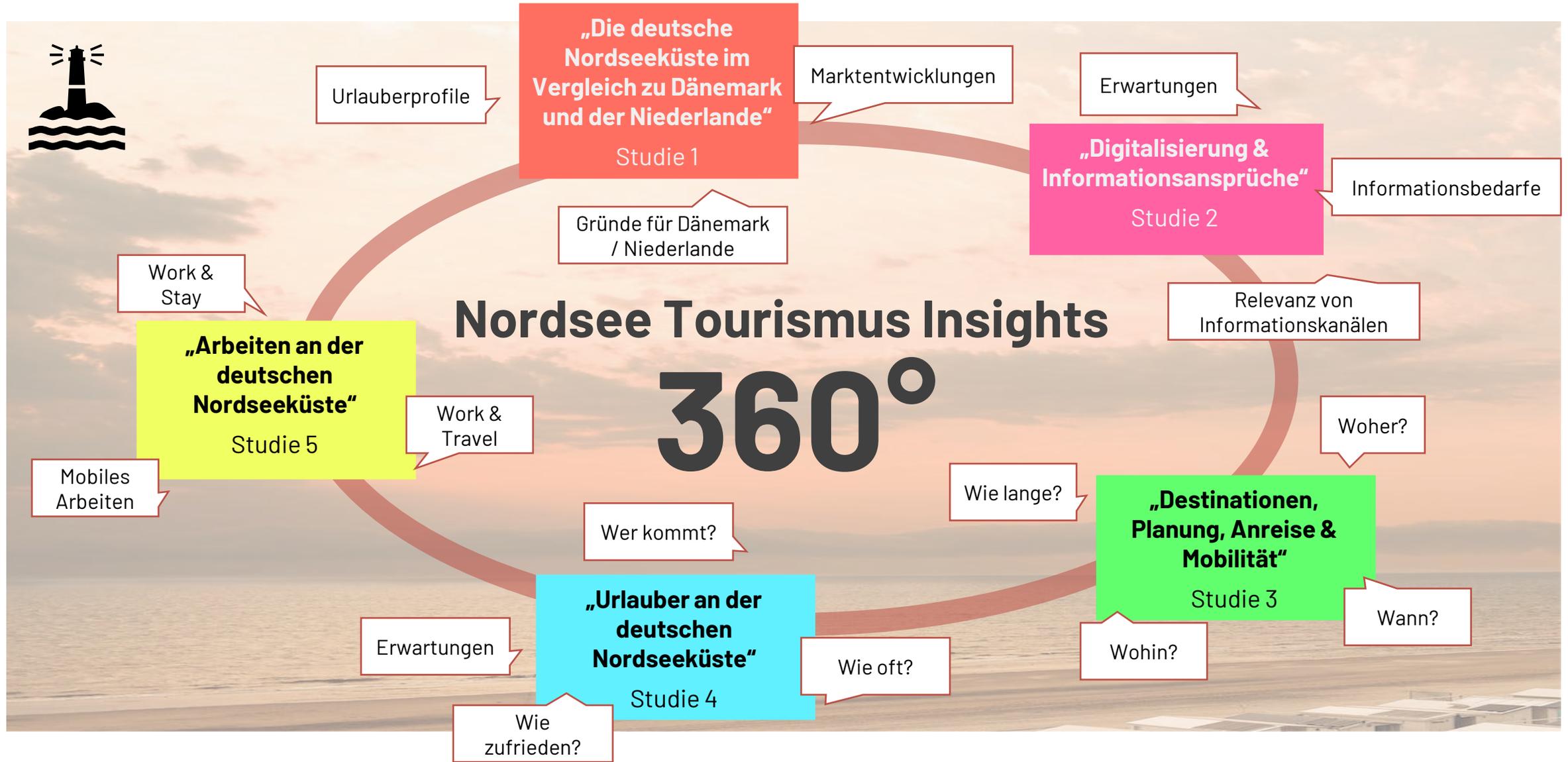
# Motivation / Vorgehen



## Ziel der Studie

Der Report zeigt **Entwicklungen** und **Trends** rund um den **Urlaub in der Region deutsche Nordseeküste**. Die zentralen Fragen des Nordsee Tourismus Reports 2023 sind:

- Wie entwickeln sich die **Erwartungen von Urlaubern** an und in der Region?
- Welchen Einfluss haben **Klimakrise, Nachhaltigkeit, Digitalisierung und Fachkräftemangel** auf den Urlaub und die Auswahl von Regionen, Anbietern und Buchung?
- Wofür **steht die Region** bei Reisenden und worin unterscheidet sie sich z.B. von angrenzenden Urlaubsregionen wie Dänemark oder Niederlande?
- Welche **Potenziale zeigen Workation** und **Work & Travel-Angebote**?





**Zielgruppe**

Bevölkerungsrepräsentative Stichprobenziehung über Panels, Personen zwischen 18 und 80 Jahren



**Methode**

Online Interviews



**Stichprobe**

n = **7.457** Interviews (Nettofallzahl)



**Interviewdauer**

Durchschnittlich 15 Minuten (Kernstichprobe)



**Befragungszeitraum & Durchführung**

Juni 2023 Pathfinding AG, Oldenburg und MiiOS GmbH, Nürnberg



**Gesamtstichprobe**

**n = 7.457**  
bevölkerungsrepräsentativ



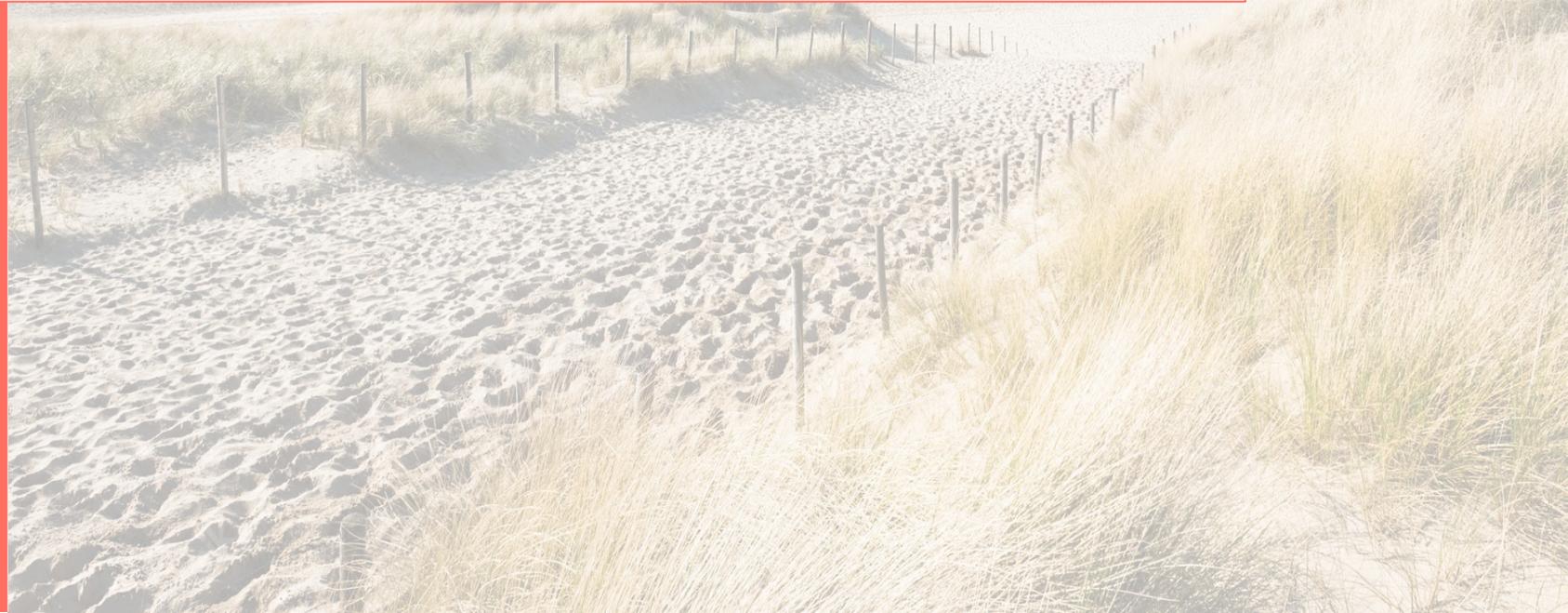
**Kernstichprobe**

**n = 2.677 Urlauber der Nordsee-Region**  
(2022: n=1.559)

- a) Nordsee-Urlauber (seit 01.01.21 bis Juli für mind. 3 Tage)
- b) Nordsee-Urlauber (bis spät. 31.12.25 für mind. 3 Tage) geplant

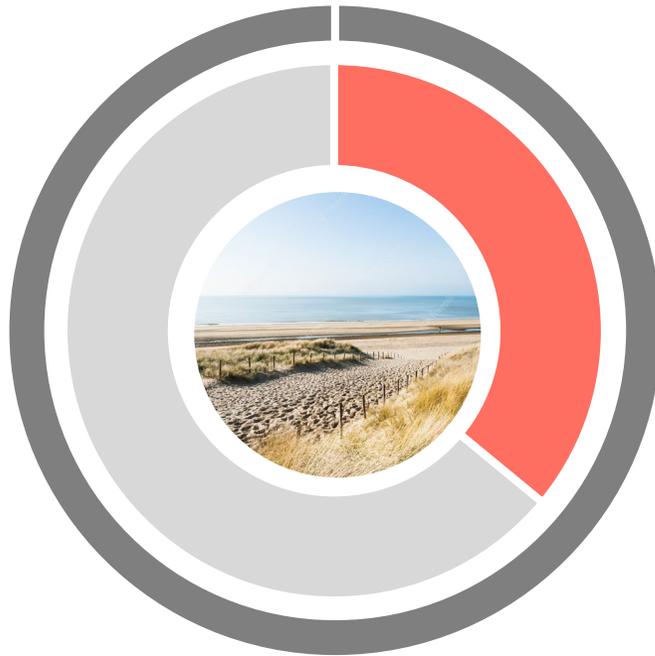
\* Die Stichprobe wurde nach der Bevölkerung in Deutschland im Alter zw. 18-80 Jahren quotiert / gewichtet und hochgerechnet.

# Allgemeine Entwicklungen „Region deutsche Nordseeküste“



➤ Leichter Anstieg der Besucherpotenziale um 4% - 23,2 Mio. potentielle Nordsee-Urlauber!

## Bevölkerungsrepräsentativ für Deutschland



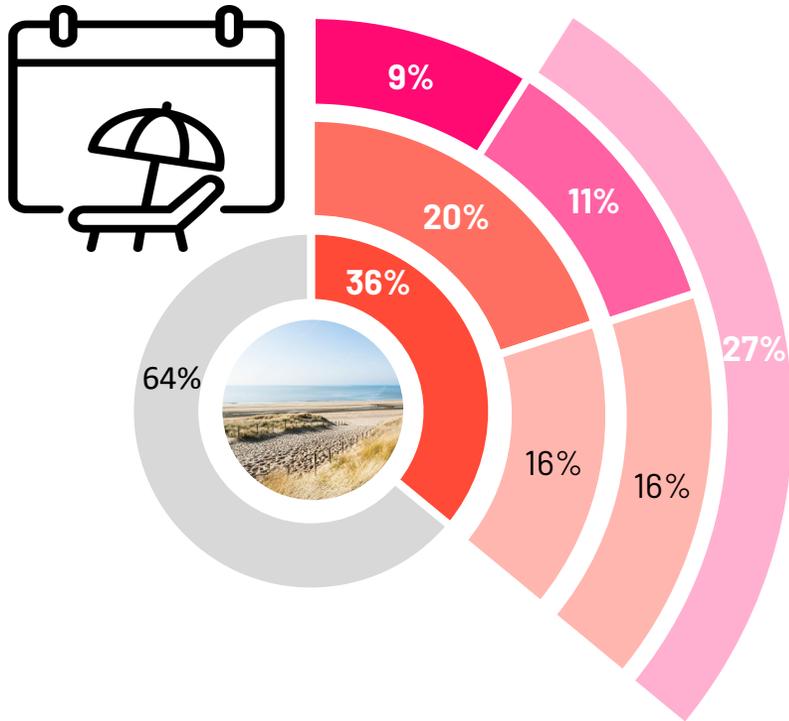
**36%** ↑

**≈ 23,2 Mio.** (tatsächliche und potentielle)  
**Urlauber der deutschen Nordsee-  
Region**

(2022: **22,4 Mio.** ± 35%)

# Bevölkerungsrepräsentativ für Deutschland

Hochrechnung Urlaubsplanung – Aktuelle und zukünftige Urlauber: Zielgruppen



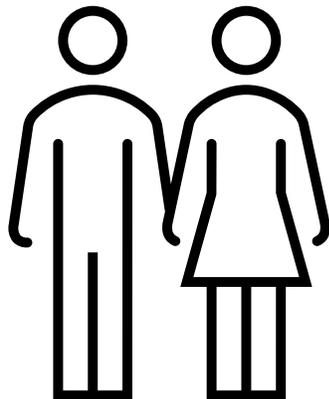
## Nordsee-Region

**Urlauber Nordsee-Region (aktuelle und potentielle)**  
**36%  $\hat{=}$  23,2 Mio. (2022: 35%)**

<p><b>Urlauber (aktuell)</b>  <b>20% <math>\hat{=}</math> 12,9 Mio. (2022: 17%)</b></p>	<p>Keine Urlauber, aber Urlaub <u>geplant</u>  <b>16% <math>\hat{=}</math> 10,3 Mio. (2022: 18%)</b></p>
<p><b>loyale:</b> Urlauber (aktuell), <u>kein</u> weiterer geplant  <b>9% (2022: 8%)</b></p>	<p><b>Loyale:</b> Urlauber (aktuell), <u>weiterer geplant</u>  <b>11% <math>\hat{=}</math> 7 Mio. (2022: 9%)</b></p>
<p><b>loyale:</b> Urlauber (aktuell), <u>kein</u> weiterer geplant  <b>9% (2022: 8%)</b></p>	<p>Keine Urlauber, aber Urlaub <u>geplant</u>  <b>16% <math>\hat{=}</math> 10,3 Mio. (2022: 18%)</b></p>
<p>Urlaubs-Planer Nordsee-Region gesamt (weiterer Urlaub + Ersturlaub)  <b>27% <math>\hat{=}</math> 17,2 Mio. (2022: 27%)</b></p>	

➤ **Trend 2023:** Besserverdiener mit hohem Urlaubsbudget, Familien und kürzerer Anreise.

## Bevölkerungsrepräsentativ: Urlauber – Region deutsche Nordsee



- Männer / Frauen gleichermaßen
- Ø 48 Jahre, eher Familien
- NRW, BY, Niedersachsen, Baden-Württemberg
- HH-Einkommen 4.000 € und mehr



Soziodemografie	Urlauber Deutschland	
	2023	2022
Ø Alter in Jahren	48 Jahre	48 Jahre
Anteil Frauen	49%	50%
Top-Bundesländer		
Nordrhein-Westfalen	<b>28%</b>	21%
Bayern	<b>13%</b>	17%
Niedersachsen	11%	10%
Baden-Württemberg	<b>10%</b>	14%

HH-Einkommen	Urlauber Deutschland	
	2023	2022
Bis € 2.000	<b>14%</b>	18%
€ 2.000 - € 4.000	41%	40%
€ 4.000 - € 6.000	<b>29%</b>	25%
€ 6.000 und mehr	<b>11%</b>	10%
HH-Größe		
1 Person	<b>19%</b>	17%
2 Personen	43%	43%
3 Personen und mehr	39%	40%

Anzahl Kinder im HH	Urlauber Deutschland	
	2023	2022
Keine Kinder	68%	73%
1 Kind	<b>17%</b>	16%
2 Kinder	<b>11%</b>	9%
3 Kinder und mehr	3%	3%
Budget*		
Budget/Person/Woche	<b>706 €</b>	683 €



Basis: n=2.677 (Urlauber 2023) / n=1.490 (Urlauber 2022) / \* Aktuelle Urlauber

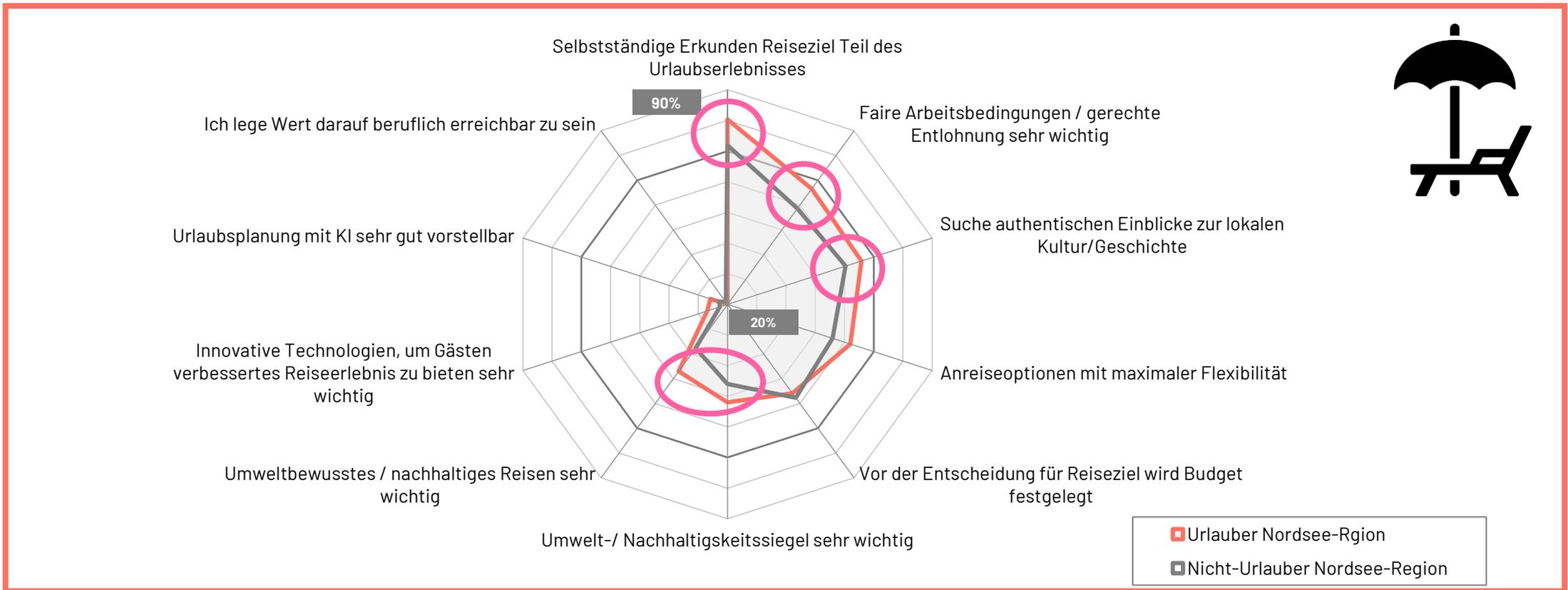
# Einstellung der Gäste



➤ **(Nordsee-)** Urlaubern sind selbstständiges Erkunden der Region, faire Arbeitsbedingungen und lokale Kultur / Geschichte sehr wichtig.

**+** **Urlaub: Einstellung / Motivation (bevölkerungsrepräsentativ): Top2Boxes**

**?** Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen rund um das Thema Urlaub zu?



Basis: n=2.677 (Urlauber), n=4.780 (Nicht-Urlauber deutsche Nordsee-Region)

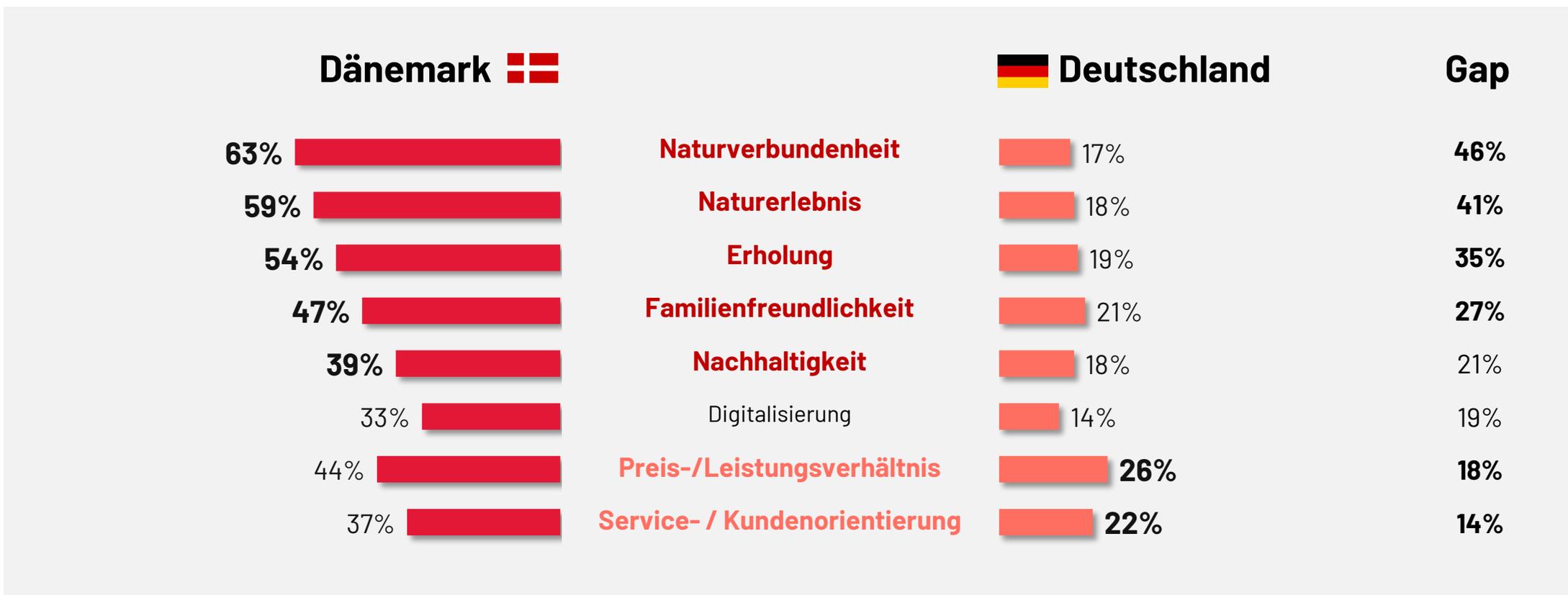
# Image und Urlauberprofile im Wettbewerbsvergleich



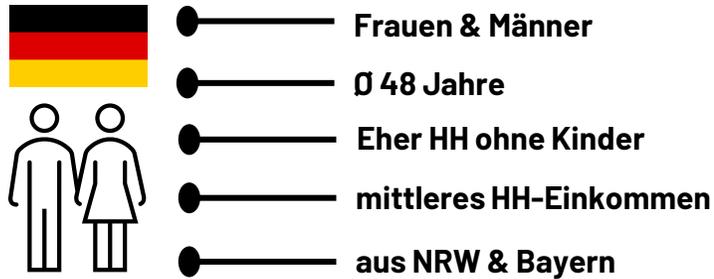
➤ Profil-Dänemark: Dänische Nordseeküste steht noch stärker für Erholung und Naturverbundenheit als die deutsche Nordseeküste.

**+ Image dänische Nordseeküste vs. deutsche Nordseeküste: Assoziationen (Ranking nach Gap)**

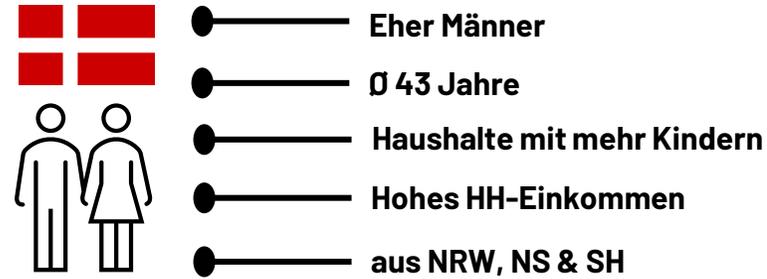
**? Wofür steht Ihrer Meinung nach die dänische / niederländische Nordseeküste stärker?**



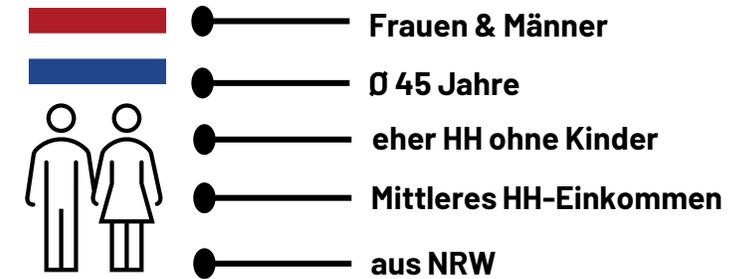
## Urlauber - Deutschland



## Urlauber - Dänemark



## Urlauber - Niederlande



Soziodemografie	Dtl. Urlauber	Dänemk. Urlauber	Niederl. Urlauber
Ø Alter in Jahren	48 Jahre	<b>43 Jahre</b>	<b>45 Jahre</b>
Anteil Frauen	<b>49%</b>	47%	<b>50%</b>
Top-Bundesländer			
NRW	<b>28%</b>	21%	<b>42%</b>
Niedersachsen	11%	<b>13%</b>	12%
Bayern	<b>13%</b>	11%	8%
Schleswig-Holstein	4%	<b>10%</b>	2%

HH-Einkommen	Dtl. Urlauber	Dänemk. Urlauber	Niederl. Urlauber
Bis € 2.000	14%	13%	14%
€ 2.000 - € 4.000	<b>41%</b>	38%	<b>41%</b>
€ 4.000 - € 6.000	29%	<b>33%</b>	30%
€ 6.000 +	11%	<b>12%</b>	11%
HH-Größe			
1 Person	19%	17%	<b>20%</b>
2 Personen	<b>43%</b>	39%	40%
3 Personen +	39%	<b>45%</b>	41%

Anzahl Kinder im HH	Dtl. Urlauber	Dänemk. Urlauber	Niederl. Urlauber
Keine Kinder	<b>68%</b>	62%	<b>67%</b>
1 Kind	17%	<b>19%</b>	17%
2 Kinder	11%	<b>15%</b>	13%
3 Kinder +	3%	<b>4%</b>	3%

Basis: n=2.677 (Urlauber deutsche Nordsee) / n=1.228 (Urlauber Dänemark) / n=1.769 (Urlauber Niederlande)

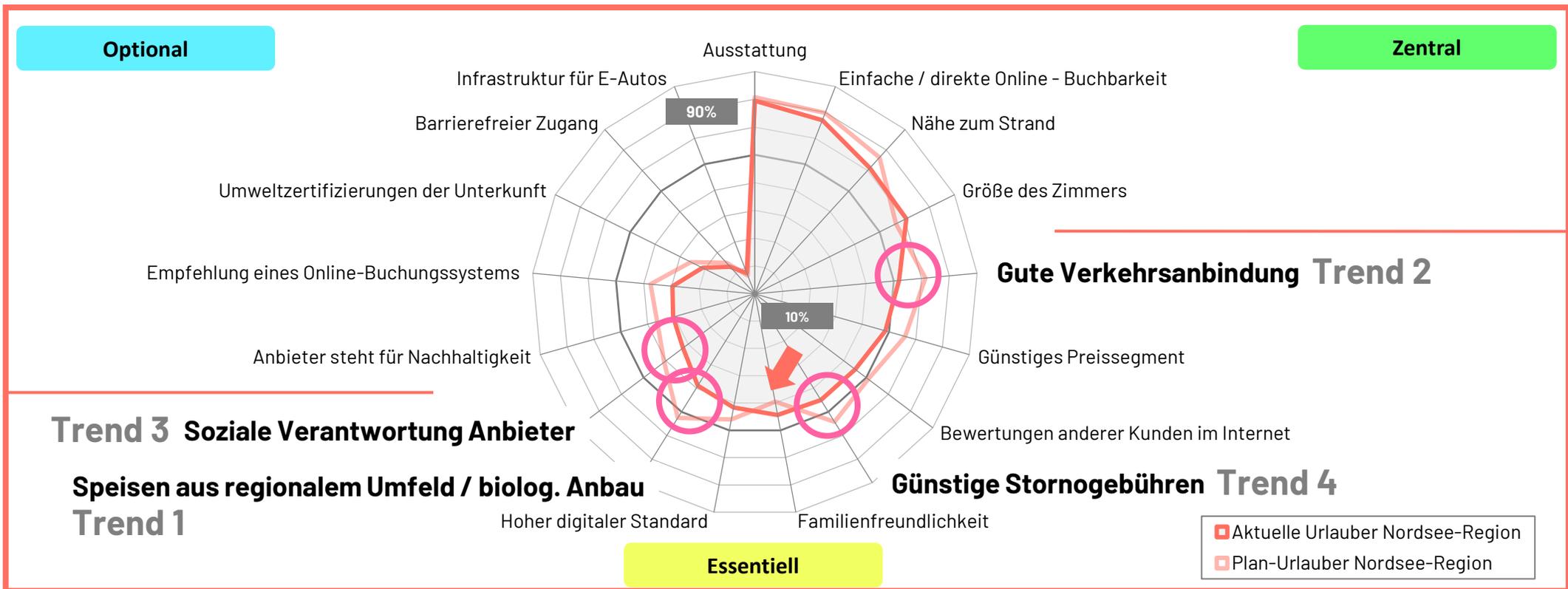
# Buchungsverhalten



➤ Zentrale Buchungskriterien der Urlauber: Ausstattung, einfache online Buchbarkeit, Nähe zum Strand und Größe und vier prospektive Trendthemen.

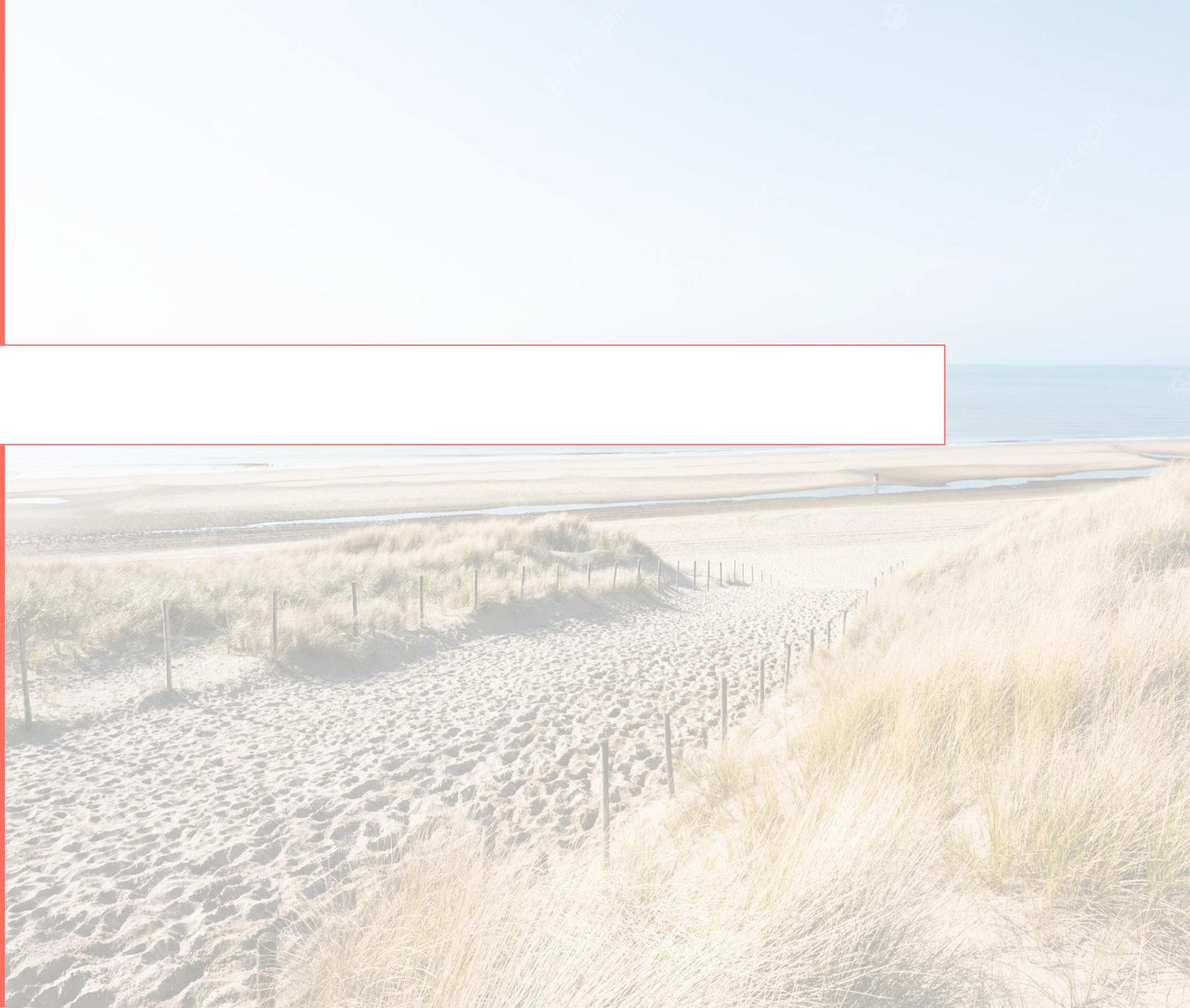
**+ Unterkunft: Kriterien Auswahl Unterkunft - Aktuelle Urlauber vs. Plan-Urlauber: Top2Boxes**

**? Wie wichtig waren / sind Ihnen die folgenden Kriterien bei der Auswahl der Unterkunft?**



Basis: n=1.494 (aktuelle Urlauber) / n=1.183 (Plan-Urlauber)

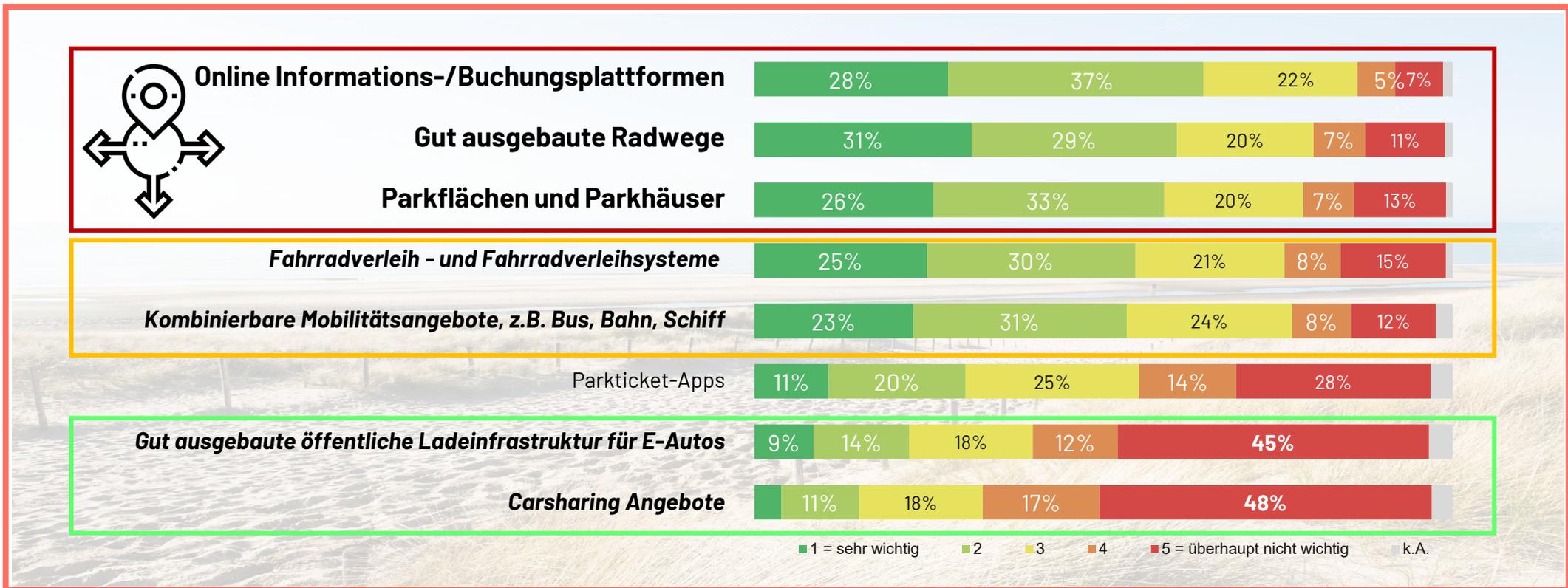
# Mobilität



➤ Urlauber wünschen sich Online Informations- und Buchungsplattformen, gute Radwege und Parkmöglichkeiten vor Ort. Notwendigkeit der Infrastruktur von E-Autos wird kommen.

**+ Mobilität vor Ort: Relevanz ausgewählter Angebote**

**? Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Angebote bei der Auswahl eines Urlaubsziels, um Ihre Mobilität vor Ort sicherzustellen?**



Basis: n=2.677 (Urlauber)

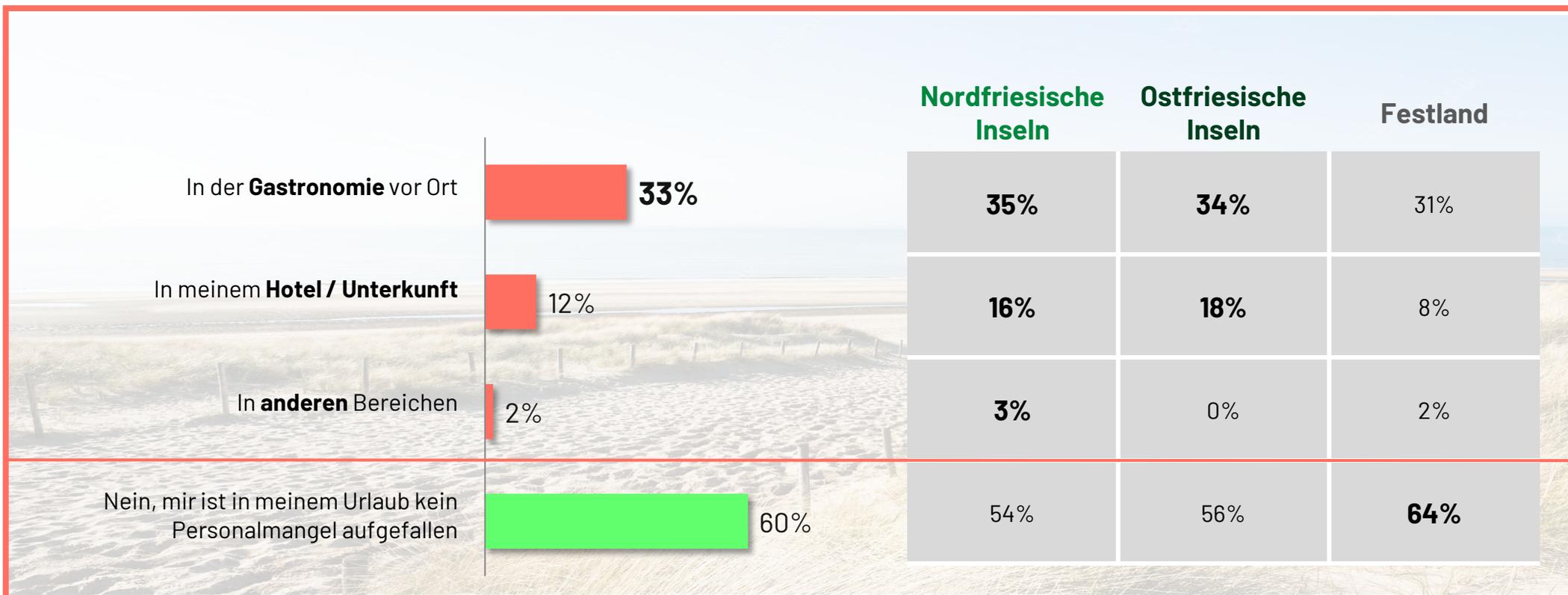
# Spotlight 1: Fachkräftemangel



➤ Für 40% der Urlauber war der Fachkräftemangel bereits spürbar.

**+** **Fachkräftemangel: Wahrnehmung – nach Insel- vs. Festlandurlauber**

**?** In welchen der folgenden Bereiche haben Sie als Gast in Ihrem Urlaub Personalmangel wahrgenommen?



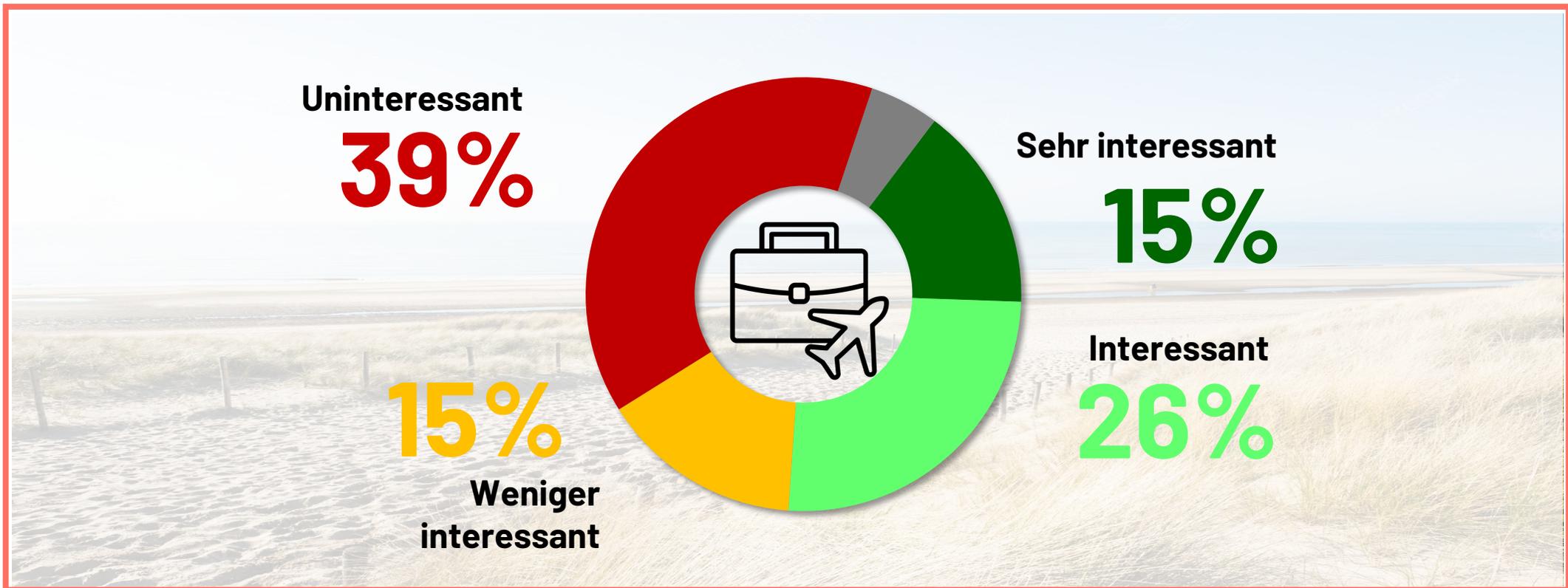
# Spotlight 2: Work & Travel



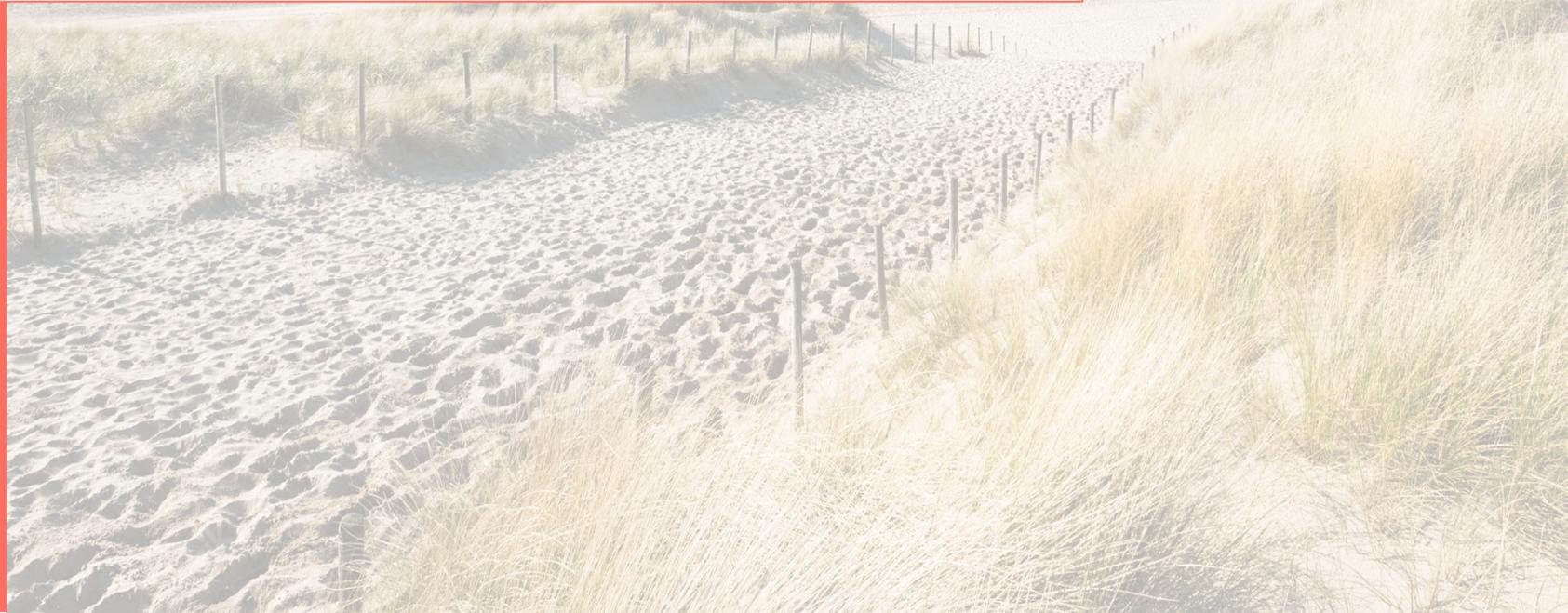
➤ 41% der Nordsee-Urlauber mit (großem) Interesse am Work& Travel.

**+** Work & Travel: Grundsätzliches Interesse bei den Urlaubern

**?** Wie interessant wäre für Sie ein sog. Work & Travel Programm in der Urlaubsregion deutsche Nordseeküste, das es Ihnen ermöglicht, dort Urlaub zu machen und gleichzeitig zu arbeiten? (Sie finanzieren den Urlaub durch die Arbeit vor Ort - Kost und Logie sind frei)



# **Loyalität: Urlauber deutsche Nordseeküste**



➤ Gute Loyalitätswerte bestätigen konstante Besucherentwicklung – Anbieter von Unterkünften stehen zukünftig wohl in stärkerem Wettbewerb!

**+ Loyalität gegenüber dem aktuellen Urlaub: 2023 vs. 2022**

**? Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie ...? 1=sehr wahrscheinlich / überhaupt nicht wahrscheinlich**

**Wie wahrscheinlich ist es , dass Sie wieder ...**



... in die **Region** fahren werden **50%** 29% 13%

**Region** 2022 **50%** 28% 15%

... in den **Ort** fahren werden **49%** 27% 15%

**Ort** 2022 **39%** 30% 20%

... in dieselbe **Unterkunft** fahren werden **33%** 30% 22%

**Unterkunft** 2022 **34%** 29% 22%

■ 1 = sehr wahrscheinlich ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 = überhaupt nicht wahrscheinlich

# Fazit: NTR 2023



## Fazit

- 1 Leicht gestiegene Nachfrage, trotz multipler Krisen**  
 Gute Ausgangslage für Politik, DMO's und Leistungsträger sich bei den gesellschaftlichen Trends, wie Nachhaltigkeit, Mobilität, Regionalität und Digitalisierung (neu) zu positionieren.
- 2 Region: Zielgruppe älter, gut situiert und aus angrenzenden Bundesländern**  
 Potenzielles Risiko vom Verlust von Stammgästen mit geringeren Haushaltsnettoeinkommen oder jüngere Familien mit überdurchschnittlichen Einkommen.
- 3 Digitalisierung und professionelles Online-Marketing bietet weiter großes Potenzial**  
 Digitalisierung bietet Potenziale zur Erreichung der jüngeren Zielgruppe – aktuell Punkten hier Dänemark und die Niederlande.
- 4 Anforderungen an die Mobilität vor Ort im Veränderungsprozess**  
 Gäste werden verstärkt auf die Anreise ohne eigenes Auto bzw. auf das Mobilitätsangebot vor Ort setzen. Informationen, Angebot und Verfügbarkeiten müssen einfach zugänglich sein –online oder offline
- 5 Online-Buchungsprozess ist gesetzt**  
 Der Urlauber sucht nach einem einfachen und schnellen Überblick über das Angebot in der Region. Letztlich entscheidet die Performance der Website des Destinationsanbieters darüber, über welchen Kanal tatsächlich gebucht wird. Die Anbieter sollten die Wirtschaftlichkeit der Zusammenarbeit mit den großen Plattformen prüfen und entsprechend ihre eigene Strategie und die zugehörigen Investitionen steuern.
- 6 Fachkräftemangel macht sich bemerkbar**  
 Innovative und gemeinschaftliche Ansätze sind gefragt. Potenziale zeigen sich im Bereich Work & Travel.
- 7 Attraktive Zielgruppen reisen verstärkt nach Dänemark oder in die Niederlande**  
 Insbesondere jüngere Zielgruppen favorisieren einen Urlaub in den angrenzenden Küstenregionen von Dänemark und in den Niederlanden.

# Studien & Workshops

<p><b>Nordsee Tourismus Report</b> 2023</p> <p><b>„Die deutsche Nordseeküste im Vergleich zu Dänemark und der Niederlande“</b></p> <p>Studie 1</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Marktentwicklungen</li> <li>✓ Typologie und Urlauberprofile</li> <li>✓ Einstellungen zum Urlaub</li> <li>✓ Gründe für Dänemark / Niederlande</li> <li>✓ Wahrnehmung: Image &amp; Assoziationen im Wettbewerbsvergleich</li> </ul>	<p><b>Nordsee Tourismus Report</b> 2023</p> <p><b>„Digitalisierung &amp; Informationsansprüche“</b></p> <p>Studie 2</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Einstellungen zum Urlaub</li> <li>✓ Erwartungen an den Urlaub (z.B. Digitalisierung, Nachhaltigkeit)</li> <li>✓ Interesse an Angeboten vor Ort</li> <li>✓ Informationsbedarf nach Urlauberprofilen</li> <li>✓ Relevanz &amp; Qualität Informationskanäle</li> <li>✓ Zufriedenheit mit lokalen Tourismusbüros</li> </ul>	<p><b>Nordsee Tourismus Report</b> 2023</p> <p><b>„Destinationen, Planung, Anreise &amp; Mobilität“</b></p> <p>Studie 3</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Destinationen nach Urlauberprofilen</li> <li>✓ Herkunft der Urlauber</li> <li>✓ Buchungsverhalten</li> <li>✓ An- und Abreise: Dauer, Verkehrsmittel</li> <li>✓ Unterkunft: Ansprüche, Auswahlkriterien, Zufriedenheit</li> <li>✓ Relevanz von Mobilitätsangeboten vor Ort</li> </ul>	<p><b>Nordsee Tourismus Report</b> 2023</p> <p><b>„Urlauber an der deutschen Nordseeküste“</b></p> <p>Studie 4</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Typologie &amp; Urlauber-profile</li> <li>✓ Wahrnehmung: Image &amp; Assoziationen</li> <li>✓ Art des Urlaubs</li> <li>✓ Aktivitäten: Nutzung &amp; Zufriedenheit</li> <li>✓ Zufriedenheit Aufenthalt</li> <li>✓ Loyalität der Urlauber</li> <li>✓ Verbesserungspotentiale für die Region</li> <li>✓ Fachkräftemangel: Wahrnehmung &amp; Auswirkungen</li> </ul>	<p><b>Nordsee Tourismus Report</b> 2023</p> <p><b>„Arbeiten an der deutschen Nordseeküste“</b></p> <p>Studie 5</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Mobiles Arbeiten: Potentiale, Interessentenprofil, Rahmenbedingungen &amp; Ansprüche</li> <li>✓ Work &amp; Travel: Interessentenprofil, relevante Bereiche, Rahmenbedingungen &amp; Ansprüche</li> <li>✓ Work &amp; Stay: Interessentenprofil &amp; Branchen</li> </ul>
<p>Online-Workshop am <b>14.11.23</b></p> <p><b>€ 69,-</b> (zzgl. MwSt.)</p>	<p>Online-Workshop am <b>28.11.23</b></p> <p><b>€ 69,-</b> (zzgl. MwSt.)</p>	<p>Online-Workshop am <b>06.01.24</b></p> <p><b>€ 69,-</b> (zzgl. MwSt.)</p>	<p>Online-Workshop am <b>30.01.24</b></p> <p><b>€ 69,-</b> (zzgl. MwSt.)</p>	<p>Online-Workshop am <b>13.02.24</b></p> <p><b>€ 69,-</b> (zzgl. MwSt.)</p>
<p><b>Bundle-Preis (Studie 1 bis 5): € 269,- (zzgl. MwSt.)</b></p>				

## Die Nordsee Tourismus Reports 2023 sind im PDF-Format erhältlich und werden unmittelbar nach den jeweiligen Themen-Workshops verschickt!

Profitieren Sie von unserem exklusiven Early Bird Angebot.

Bei Bestellung **bis zum 31.10.2023: 10% auf jede Bestellung**



Einfach den QR-Code scannen  
oder besuchen Sie direkt:

<https://pathfinding.eu/ntr23/reports>





## NTR-Themenwelten

Der **Nordsee Tourismus Report** ermöglicht vielfältige & maßgeschneiderte **Analysen**. Gelangen Sie so zu wertvollen Antworten auf **Ihre Fragen**.



## NTR-Workshops

In unseren **Workshops** diskutieren wir Studienergebnisse vor dem Hintergrund **Ihrer konkreten Fragestellungen**. „Making Insights Work“ ist unsere Devise, das Herausarbeiten **relevanter Fakten**, die ihrer Organisation einen **unmittelbaren Nutzen** stiften.

# Arbeiten mit der Studie

## Produktmanagement

Produktmanager in Touristikunternehmen, Hotels und Reiseanbietern erhalten wertvolle Informationen über Potenziale und Bedürfnisse für zukünftige Angebote und Dienstleistungen.

## Marketing

Marketingabteilungen im Tourismussektor können detailliert analysieren, wie und wo sich Touristen informieren, welche Informationsbedarfe sie vor und während ihrer Reise haben, über welche Kanäle sie am besten zu erreichen sind und wie man ihre Bindung an die Region oder den Anbieter steigern kann.

## Qualitätsmanagement

Qualitätsmanager bekommen Rückmeldungen zur Qualität der verschiedenen Touristenkontaktpunkte aus der Perspektive der Besucher. Direkte Äußerungen der Touristen geben Auskunft darüber, welche Fragen oder Bedenken sie während ihrer Reiseplanung oder ihres Aufenthalts hatten.

## Vertrieb und Anbietertraining

Reiseanbieter und Trainer für Tourismusfachkräfte gewinnen detaillierte Erkenntnisse zu den Informationsbedürfnissen und möglichen Informationslücken bei der Beratung von Nordsee-Touristen. Dies ermöglicht eine zielgerichtete Anpassung von Schulungs- und Trainingskonzepten.



## Mehrwert der Studie

### Marktverständnis

Tourismusanbieter, Hotels und lokale Unternehmen erhalten einen detaillierten Einblick in die aktuellen Trends und Präferenzen der Nordsee-Touristen. Dank der hohen Zahl an Befragten bietet die Studie eine tiefe und differenzierte Analyse der Bedürfnisse und Präferenzen der Urlauber.

### Loyalität und Umsatz

Anbieter, die ihre Angebote und Dienstleistungen an die speziellen Bedürfnisse der Nordsee-Touristen anpassen, können einen deutlichen Wettbewerbsvorteil erlangen. Dies fördert nicht nur die Steigerung ihres Marktanteils, sondern auch die Loyalität ihrer bisherigen und neuen Gäste.

### Zeit

Diese Studie ist die erste umfassende Erhebung über die Wünsche, Erwartungen und Erfahrungen von Nordsee-Touristen und liegt in diesem Jahr bereits in ihrer zweiten Ausgabe vor. Anbieter, die ihre Strategien und Angebote basierend auf diesen Erkenntnissen frühzeitig anpassen, werden sich einen entscheidenden Vorteil im wettbewerbsintensiven Tourismusmarkt sichern.



Coach aus Leidenschaft mit über 20 Jahren Erfahrung im Bereich Strategieentwicklung, Projektmanagement und Softwareentwicklung. Zahlreiche Projekte im Handel, bei Versicherungen und Finanzdienstleistern.



## Holger Herweg

+49 441 212 157 70  
hhe@pathfinding.eu  
www.pathfinding.eu

20+ Jahre Markt- und Trendforschung im Bereich Mobilität und Handel. Initialisierung und Durchführung zahlreicher Projekte für die Automobilindustrie, Branchen-/ Benchmarkstudien für die Automobilbranche



## Niklas Haupt

+49 911 477 567 75  
niklas.haupt@mios.de  
www.mios-research.de

Ansprechpartner

