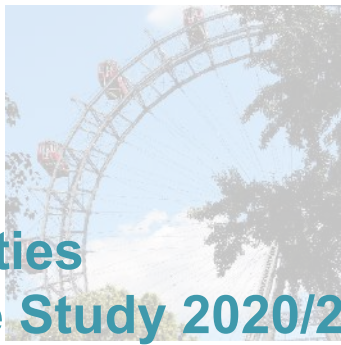




European Cities Performance Study 2020/21



in Kooperation mit

PROJECT M
ST ELMO'S

TOURISM MARKETING

- Städtetourismus während und
nach Corona in Europa -
Europäisches Tourismus Institut (ETI)
Informationen zur Studienreihe
Februar 2021



Hintergrund und Zielsetzung

Die **Corona-Krise** und damit verbundene Reise- und Ausgangsbeschränkungen haben den Tourismus weltweit hart getroffen. Insbesondere für den Städtetourismus in Europa ergeben sich **veränderte Gästebedürfnisse, Angebotsformen, Verhaltensmuster und damit neue Rahmenbedingungen und Gestaltungsparameter für das Destinationsmanagement.**

Um die im **Verlauf der Corona-Pandemie** veränderten Gästebedürfnisse als Grundlage für die Angebotsentwicklung und eine effektive Vermarktung **richtig zu erfassen und richtig zu bewerten**, erheben PROEJCT M und St. Elmo's Tourismusmarketing regelmäßig **Marktforschungsdaten, die wir für unsere Kunden verständlich aufbereitet bereitstellen:**

- **eindeutiger Fokus auf Städtereisende:** um speziell den Städten Informationen zur Sicht der potenziellen Gäste auf Bedürfnisse, Reiseverhalten und auch Wahrnehmung der Städte als potenzielles Reiseziel während und nach Corona an die Hand zu geben
- **Durchführung der Befragung in Deutschland, Österreich und der Schweiz:** hierbei Erfassung der 120 wichtigsten Städtereiseziele in Europa im Vergleich
- **individuelle Auswertung und Einordnung:** die eigene Stadt im Kontext verschiedener Zielgruppenperspektiven (Sinus-Milieus®) und in Relation zu Städtereisezielen in Europa

BEFRAGUNGSMATERIAL

Reiseverhalten

- Städtereisenbereitschaft während Corona
- Erfahrungen mit Städtereisen während der Corona-Pandemie

Bedürfnisse & Erwartungen

- Erwartungen an die Städte
- Bereitschaft zu Einschränkungen
- Gründe für SR und Hemmnisse

Informationsverhalten

- Nutzung von Medien zur Information und Buchung von Städtereisen und zu Corona

Interesse an Themen

- Interesse an städtereisetyppischen Themen
- Mobilität (Anreise & vor Ort)

Kenntnis & Eignung

- Kenntnis von 120 europ. Städten
- Eignung für städtereisetyppische Themen im Vergleich

Soziodemografie

- Alter, Geschlecht, Familienstand
- Herkunft, Haushaltsnettoeinkommen
- Sinus-Milieus®



**European Cities
Performance
Study 2020/21**

ÜBERSICHT DER MODULE

Drei Module für einen umfassenden Kunden- und Wettbewerbsüberblick!

Basismodul: Befragung von Städtereisenden

- repräsentative Bevölkerungsbefragung von über 5.000 städtereiseaffinen Personen in Deutschland, Österreich und der Schweiz
- allgemeine Informationen zu den Veränderungen der Städtereisenden
- individuelle Auswertungen zur eigenen Destination und Einordnung der eigenen Stadt im Benchmark

Zusatzmodul I: Auswertung nach Sinus-Milieus®

- Auswertung des Basismoduls nach Sinus-Milieus®
- separater Auswertungs- und Interpretationsworkshop auf Anfrage
→ ToDo's für das Destinationsmanagement & Destinationsmarketing

Zusatzmodul II: Entwicklung der Gästezahlen mit H-Benchmark

- Messung der Gästezahlen in 10 ausgewählten Hotels der Stadt in „Echtzeit“ zum Monitoring des Neustarts und zur Einordnung im Vergleich mit weiteren Großstädten

BASISMODUL: BEFRAGUNG VON STÄDTEREISENDEN

Übersicht zur Befragung

Nutzen

- Ermittlung der Bedürfnisse, des Reiseverhaltens und auch der Wahrnehmung von 120 Städten in Europa als potenzielles Reiseziel in Zeiten von Corona

Inhalte

- repräsentative Bevölkerungsbefragung von über 5.000 städtereiseaffinen Personen in Deutschland, Österreich und der Schweiz

Reporting

- Aufbereitung der Ergebnisse der Studie in individualisierten Charts inkl.
 - der Charakterisierung von Städtereisenden und deren Bedürfnisse in Zeiten von Corona allgemein aus Sicht der Städtereisenden, differenziert nach Zielgruppen aus den Quellmärkten Deutschland, Österreich und Schweiz
 - sowie Individualisierung der Bekanntheit & Eignung der eigenen Stadt für Städtereisen im Vergleich zum Benchmark und dem Durchschnitt aller 120 Städte

IN DIE UNTERSUCHUNG EINGEBUNDENE STÄDTE

Aachen	Bremen	Fulda	Koblenz	Marburg	Salzburg
Aarhus	Bremerhaven	Genf	Köln	München	Sankt Gallen
Amsterdam	Breslau	Goslar	Konstanz	Münster	Sankt Pölten
Augsburg	Brixen / Südtirol	Göttingen	Kopenhagen	Nürnberg	Schwerin
Bad Ischl	Bruneck / Südtirol	Graz	Lausanne	Oberhausen	Stockholm
Baden-Baden	Brüssel	Halle (Saale)	Leipzig	Offenbach am Main	Stralsund
Bamberg	Budapest	Hamburg	Linz	Oldenburg (Oldenburg)	Stuttgart
Barcelona	Chemnitz	Hanau	Lissabon	Oslo	Tallinn
Basel	Darmstadt	Hannover	Ljubljana	Osnabrück	Trier
Bayreuth	Dortmund	Heidelberg	London	Paris	Tübingen
Berlin	Dresden	Heilbronn	Lübeck	Passau	Turin
Bern	Duisburg	Helsinki	Lugano	Pforzheim	Ulm
Bielefeld	Düsseldorf	Hildesheim	Luxemburg	Potsdam	Venedig
Bochum	Erfurt	Ingolstadt	Luzern	Prag	Weimar
Bologna	Esch/Alzette	Innsbruck	Lyon	Regensburg	Wien
Bonn	Essen	Interlaken	Madrid	Rom	Wiesbaden
Bozen	Flensburg	Karlsruhe	Magdeburg	Rostock	Wolfsburg
Bratislava	Florenz	Kassel	Mailand	Rothenburg o.d. Tauber	Wuppertal
Braunschweig	Frankfurt am Main	Kiel	Mainz	Rotterdam	Würzburg
Bregenz	Freiburg im Breisgau	Klagenfurt	Mannheim	Saarbrücken	Zürich

Auswertung der Befragung nach Sinus-Meta-Milieus®

Nutzen

- mit der Befragung wird gleichzeitig die Zugehörigkeit zu den Sinus-Meta-Milieus® ermittelt, so dass die Bezieher auch die Auswertung nach Sinus-Milieus® auswerten lassen können

Inhalte

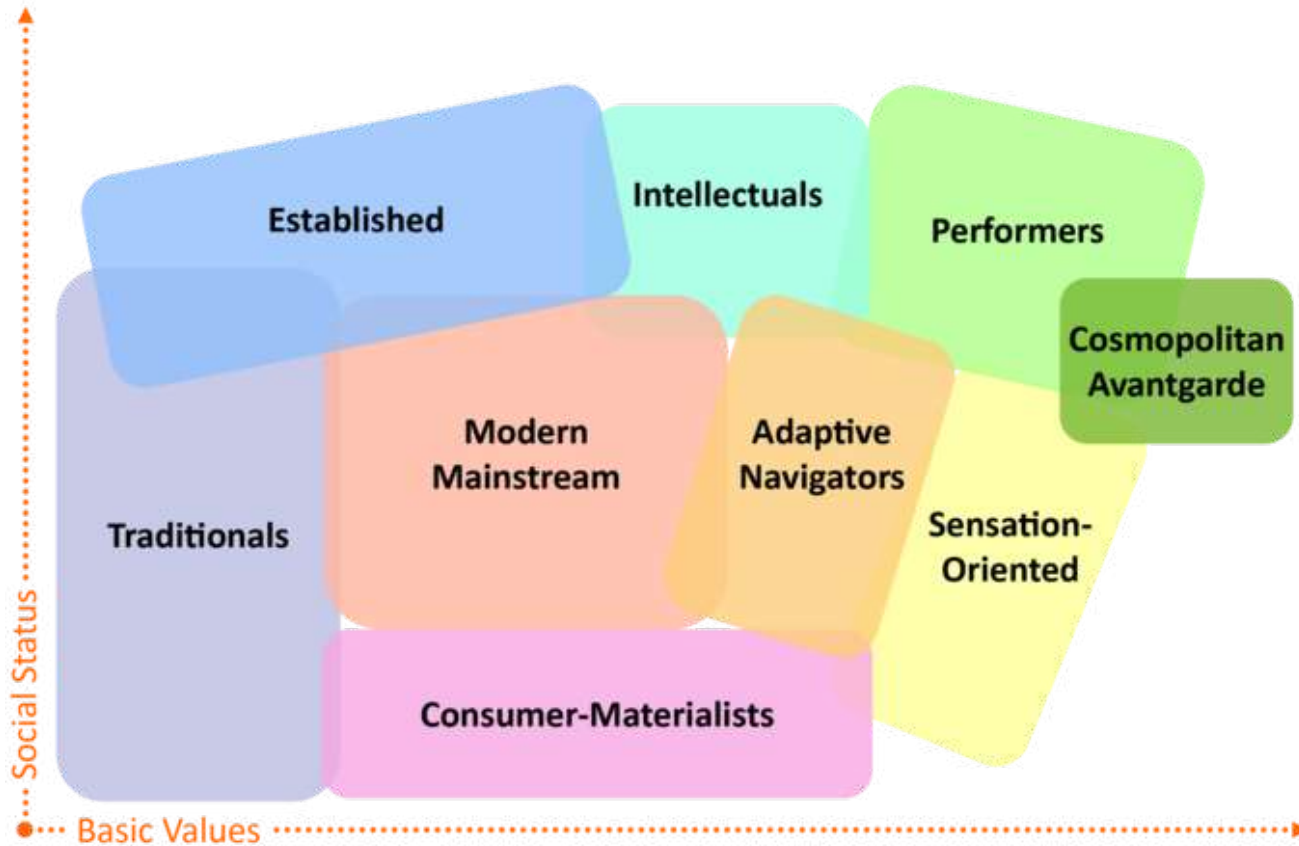
- das Zusatzmodul I beinhaltet dazu die Nutzungsrechte der Milieus, eine kundenspezifische Milieu-Analyse sowie die Interpretation der Ergebnisse durch SINUS auf der Basis eines Berater-Tages
- optional kann ein zusätzlicher Halbtagesworkshop per Video-Meeting oder bei Ihnen vor Ort von PROJECT M / Saint Elmo's und dem Sinus-Institut gebucht werden*

Reporting

- Aufbereitung der Ergebnisse der Studie in individualisierten Charts nach Sinus-Milieus®

* Für Workshops In-House werden die Reisespesen zusätzlich in Rechnung gestellt.

SINUS-META-MILIEUS® – BEREITSCHAFT ZU STÄDTEREISEN UNTER CORONA



Quelle: www.sinus-institut.de/sinus-loesungen/sinus-meta-milieus-weltweit

Auswertung nach Sinus-Meta-Milieus®:

Internationale Zielgruppen, basierend auf dem bewährten Sinus-Milieu® Know-how, ermöglichen länderübergreifende Vergleiche.

Für die individuelle Auswertung heißt das noch mehr und tieferes Wissen zu den verschiedenen, jeweils Milieu spezifischen Interessen und Befindlichkeiten der Städtereisenden für

- die eigene Marken-/Imagepositionierung
- die Erfassung neuer Zielgruppenpotenziale
- die Optimierung von Kundenzufriedenheit und Loyalität

Entwicklungsmonitoring der Gästezahlen: Rückblick & Ausblick in Echtzeit – mit H-Benchmark!

Nutzen

- mit H-Benchmark die Auslastung von Hotels und Regionen in Echtzeit monitoren

Inhalte

- Messung von Auslastung und Preis in 10 ausgewählten Hotels der Stadt in „Echtzeit“ zum Monitoring des Neustarts und zur Einordnung im Vergleich mit weiteren Großstädten

Reporting

- Dashboard mit der Echtzeit-Messung der Gästezahlen in 10 ausgewählten Hotels der Stadt im Vergleich mit dem Vorjahreszeitraum und zu weiteren Städten zur Einschätzung der eigenen Entwicklung

Zusatzmodul II: Was kann H-Benchmark?

Auslastung von Hotels und Regionen in Echtzeit monitoren

- H-Benchmark aggregiert in Echtzeit vorhandene Daten von PMS-Plattformen und stellt sie für Hotel- und Destinationsvergleiche zur Verfügung. PMS-Daten, also das Hotelprogramm, sind die zuverlässigsten Daten, die verfügbar sind.
- H-Benchmark stellt relevante Daten wie Auslastung, Forecast, Stornos, Revpar, Aufenthaltsdauer, Nationalitäten, Buchungsumsatz etc. übersichtlich in individuell konfigurierbaren Dashboards jeweils in Echtzeit bereit. Dadurch entsteht ein einzigartiges Wissen auf Basis von aktuellen PMS-Daten.
- H-Benchmark ermöglicht einen Rückblick bis zu 2 Jahre und kann damit essenzielle Erkenntnisse für Revenue Management und Vergleiche mit Vorperioden bereitstellen. Noch spannender ist der Blick nach vorne, der bis zu einem Jahr möglich ist. Mit diesen Prognose-Daten haben Hotels und Destinationen völlig neue Möglichkeiten, um Auslastung oder Preis auf Vermarktungsmaßnahmen abzustimmen. Künftig sind mit H-Benchmark auch Simulationen möglich, um Auswirkungen wie beispielsweise in der aktuellen Corona-Krise zu simulieren.

EINZELPREISE DER MODULE

Basismodul: Befragung von Städtereisenden

2.950,- €

- repräsentative Bevölkerungsbefragung von 5.000 städtereiseaffinen Personen in Deutschland, Österreich und der Schweiz

Zusatzmodul I: Auswertung nach Sinus-Milieus®

2.200,- €

- Auswertung des Basismoduls nach Sinus-Milieus®

Zusatzmodul II: Entwicklung der Gästezahlen mit H-Benchmark

16.500,- €

- Messung der Gästezahlen in 10 ausgewählten Hotels der Stadt in „Echtzeit“ zum Monitoring des Neustarts und zur Einordnung im Vergleich mit weiteren Großstädten

Gruppenrabatte für Sammelbestellungen ab 5 Beziehern sind nach Absprache möglich, bitte sprechen Sie uns an!



Premium-Paket: Basismodul und Zusatzmodule I & II

19.800,- €
statt 21.450,- €

- repräsentative Bevölkerungsbefragung von 5.000 städtereiseaffinen Personen in Deutschland, Österreich und der Schweiz
- Auswertung des Basismoduls nach Sinus-Milieus®
- Messung der Gästezahlen in 10 ausgewählten Hotels der Stadt in „Echtzeit“ zum Monitoring des Neustarts und zur Einordnung im Vergleich mit weiteren Großstädten



STÄDTEREISEN IN ZEITEN VON CORONA – BESTELLFORMULAR

Rücksendung des unterschriebenen Bestellformulars per Fax an: +49 40 419 23 96 29, per E-Mail an: staedtestudie@projectm.de

Firma (Korrekte Firmierung für die Rechnung)		Hiermit bestellen wir (Zutreffendes bitte ankreuzen)
Ansprechpartner / Besteller		<input type="checkbox"/> Basismodul: Befragung von Städtereisenden € 2.950,-
Position im Unternehmen		<input type="checkbox"/> Zusatzmodul I: Auswertung nach Sinus-Milieus® € 2.200,-
Straße / Hausnummer		<input type="checkbox"/> Individueller Strategieworkshop „ToDo's für Marketing & Management“ € 3.000,-
PLZ / Ort		<input type="checkbox"/> Zusatzmodul II: Entwicklung der Gästezahlen mit H-Benchmark € 16.500,-
E-Mail		<input type="checkbox"/> Premium-Paket: Basismodul & Zusatzmodule I & II € 19.800,-
Telefon		

Wir bestätigen hiermit verbindlich, keines der bezogenen Dokumente (auch nicht in Teilen) weder zu veröffentlichen, zu vervielfältigen, noch an Dritte weiterzugeben – auch nicht an Kooperationspartner, Zulieferer, Tochterunternehmen, Konzerngesellschaften u.ä.

Ort, Datum Name des Auftraggebers Unterschrift

*Sie erhalten alle Dokumente als pdf-files.
Alle Preise verstehen sich zuzüglich der jeweils gültigen gesetzlichen Mehrwertsteuer.
Die Rechnung wird elektronisch zugestellt.*

KONTAKT FÜR RÜCKFRAGEN



www.eti-institut.de



www.projectm.de



www.saint-elmos.com



www.tourismusperspektive.com



www.corona-navigator.de



www.kompetenzzentrum-tourismus.de



www.destinationquality.de



Jurriën Dikken
Tel: +49 40 419 23 96 26
dikken@eti-institut.de



Peter C. Kowalsky
Tel: +49 40 419 23 96 16
peter.kowalsky@projectm.de



Cornelius Obier
Tel: +49 40 419 23 96 0
cornelius.obier@projectm.de



Mario Baier
Tel: +43 664 84 27 877
m.baier@saint-elmos.com



Martin Schobert
Tel: +43 662 84 92 59 8015
m.schobert@saint-elmos.com

PROJEKTKONFIGURATION

Projektleitung

Digitale Marktforschung und Datenmanagement im Tourismus (Hamburg, München)
www.eti-institut.de



Kooperationspartner

Strategieberatung für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft (Hamburg, München)
www.projectm.de



Agentur für ganzheitliche touristische Beratung und Umsetzungsbegleitung (Wien, Salzburg, München)
www.saint-elmos.com



Unterstützer

Sinus
www.sinus-institut.de



DURCHFÜHRUNG

Die Studie wird vom Europäischen Tourismus Institut (ETI) in Zusammenarbeit mit PROJECT M und Saint Elmo's Tourismusmarketing durchgeführt.

WISSENSCHAFTLICHE KOMPETENZ

Die wissenschaftliche Leitung liegt in den Händen von Prof. Dr. Heinz-Dieter Quack (Ostfalia Hochschule Salzgitter).

UNTERSTÜTZUNG

Mit Unterstützung vom Sinus-Institut werden die Befragungsergebnisse fachlich weiter qualifiziert, um z.B. auch individuelle Auswertungen der Sinus-Milieus® vornehmen zu können.

Digitale Marktforschung und Datenmanagement im Tourismus.

Daten, Analysen, Monitoring, Controlling und Benchmarking für die
Performance Ihrer Destination.

Kontakt und weitere Informationen www.eti-institut.de

PROJECT^M

GRÜNDUNGSJAHR: 1998 · **GESCHÄFTSFÜHRUNG:** Dipl.-Kaufm. Cornelius Obier

Mitglieder der Geschäftsleitung:

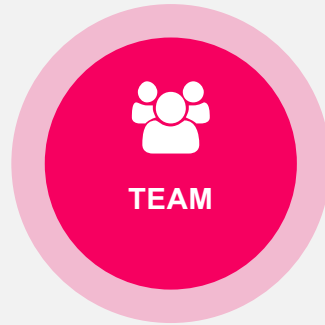
Johan Schiller Roloff Clausen, Detlef Jarosch, Peter C. Kowalsky



TÄTIGKEIT

CONSULTING

für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft: Strategie- und Markenmanagement, Organisationsentwicklung, Infrastrukturentwicklung, Marktforschung und Analyse, Gesundheitstourismus



TEAM

INTERDISZIPLINÄR

mit über 20 festen und 12 freien Mitarbeitern in einem praxisorientiertem Team (Betriebswirte, Touristiker, Marktforscher, Stadt- und Regionalplaner, Architekten...)



WISSEN

STARKE BASIS

Wissenschaftliche Verankerung über die Wissenschaftliche Leitung: Prof. Dr. Heinz-Dieter Quack, Ostfalia Hochschule Braunschweig-Salzgitter

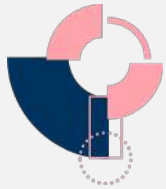


STANDORTE

Hamburg
München



Gründungsjahr: 1991 · **Managing Board:** Verena Feyock, Hannes Haller, Stephan Kalinka, Olaf Nitz, Dennis Pfisterer, Martin Schobert · **Standorte:** München, Salzburg, Linz, Wien, Villach, Bozen, Zürich



STRATEGIE

Unsere interdisziplinären, international erfahrenen Spezialisten fertigen aus den kundenspezifischen Wünschen und Zielen individuelle Lösungen. Zum Beispiel **touristische Masterpläne, Markenkonzepte, Positionierungen, Maßnahmen, Kommunikations- & Mediapläne, Anregungen für die Produktentwicklung sowie fürs Informations- und Orientierungsdesign.**



KREATION

Mit Fragen der ansprechenden, **zielgruppenkonformen Darstellung** befasst sich die Kreation, von der einfallsreichen Produktentwicklung bis zur **stimmigen Kommunikation in Wort und Bild – analog, digital, im Raum.** Die **Kreation macht die Strategie sichtbar und erlebbar.** Inhaltliche und visuelle Qualität sind die Verbindung zwischen Produkt und Kunde, auf die wir einen besonderen Wert legen.



DATEN

Unsere Experten beraten über die **Potenziale von Daten in verschiedenen Handlungsfeldern** (Sales, CRM, Vermarktung, Kommunikation und Werbung etc.). Wir unterstützen unsere Kunden beim **Sammeln (Tracking/Aggregation), Aufbereiten und Darstellen (Reporting) von Daten.** Auf Basis von Daten leiten wir **Handlungsempfehlungen** ab und aktivieren die Daten in der Kommunikation.



TECHNOLOGIE

Unser Wissen über **touristische Technologien** ist auf dem neuesten Stand. Wir **beraten unsere Kunden unabhängig über die besten Systeme.** Dank der guten Kenntnis der **technischen Anbieter** und von **touristischen Best Practices** unterstützen wir unsere Kunden dabei, ihre Anforderungen zu formulieren und begleiten sie bei der **Implementierung von (Marketing-) Technologien sowie bei der Aussteuerung und Tracking & Optimierung von Mediakampagnen.**