



Wie zufrieden sind die Gäste? Fazit der Urlauberbefragung wurde vorgestellt



André Rosinski, Geschäftsführer der TALB, und Projektleiterin Henrike Beer freuen sich über die positive Bilanz der Gästebefragung.

Sierksdorf. Zufriedene Gäste sind das wichtigste Ziel eines jeden Gastgebers. Um ihren Wünschen und Bedürfnissen nachkommen zu können, ist es von großer Bedeutung Stärken und Schwächen aufzuzeigen und Handlungsansätze für die Bereiche Angebots- und Serviceoptimierung zu erarbeiten.

In Kooperation mit den Gastgebern aus Scharbeutz/Haffkrug, Sierksdorf und Neustadt nahm

die Tourismus Agentur Lübecker Bucht (TALB) an einer landesweiten Gästebefragung teil. Henrike Beer, Projektleiterin des beauftragten Instituts für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa (NIT), gab in einer öffentlichen Veranstaltung Einblicke in die Ergebnisse:

So zeige die aktuelle Befragung beispielsweise, dass die Zielgruppe der Region Lübecker Bucht mit durchschnittlich 52,7 Jahren im Vergleich zu

Schleswig-Holstein, Nord- und Ostsee recht jung und sehr internetaffin sei.

Kernkompetenzen wie Meer, Strand und Bademöglichkeiten wurden von besonders vielen Gästen, die sich im Schnitt 7,2 Tage aufhielten, geschätzt. 83 Prozent der Befragten, insbesondere Familien mit Kindern im Alter von sechs bis 13 Jahren, entschieden sich aus genau diesen Gründen für ihr Reiseziel in der hiesigen Meeresbucht. Die Erholungsmöglichkeiten, die landschaftlichen Reize der Region, aber auch das Unterkunftsangebot und die Radfahrmöglichkeiten nahmen, im Vergleich zu der Befragung vor zwei Jahren, einen zunehmend höheren Stellenwert ein - genauso wie Naturerlebnisse oder interessante Angebote für Tagesausflüge. Bei der Angebotsnutzung rückten jedoch vor Strand und Bademöglichkeiten die Einkaufsmöglichkeiten an erster Stelle, gefolgt vom gastronomischen Angebot.

Das Fazit der Gäste zeigte sich insgesamt sehr positiv. So bewerteten 90 Prozent ihr Reiseziel (Gesamteindruck) und das Landschaftsbild mit „gut“ oder „sehr gut“. Ebenso wie die Anreisemöglichkeiten und Erreichbarkeit. Mit „gut“ oder „sehr gut“ beurteilten darüber hinaus 86 Prozent die Serviceleistungen und die Kundenorientierung der Anbieter. „Zudem stiegen die Pro-Kopf-Ausgaben, die einer Wertschöpfungsentwicklung der Region zuarbeiten. Nicht zu unterschätzen sind auch die Gastfreundlichkeit sowie die guten Bewertungen des Aufenthaltes und die Wiederkehrbereitschaft, die hoffnungsvoll in die Zukunft blicken lassen“, schloss Henrike Beer die wertschätzende Bilanz. Das einzige Defizit sehe sie in einer ungenügenden (mobilen) Internetversorgung, das noch Ausbau- und Gestaltungspotenzial biete. (inu)