Gutachten zur Bedeutung und zum Einfluss der Fischerei auf den Wirtschaftsfaktor „Tourismus“

Teilbericht OZ 3

26. Februar 2010

Dr. Dirk J. Schmücker
Suitbert Schmüdderich

N.I.T. Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH
Fleethörn 23
D - 24103 Kiel
Telefon + 49 (0) 4 31 – 666 567 - 0
Telefax + 49 (0) 4 31 – 666 567 - 10
E-Mail: info@nit-kiel.de
www.nit-kiel.de

COFAD GmbH
Obere Stadt 47
D - 82362 Weilheim
Telefon +49 (0) 881 – 901 15 17 - 4
Telefax +49 (0) 881 – 901 15 17- 9
E-Mail: cofad@cofad.de
www.cofad.de

Kurzinformation

Thema

Gutachten zur Bedeutung und zum Einfluss der Fischerei auf den Wirtschaftsfaktor „Tourismus“

Inhalt

Teilbericht OZ 3

Quantitative und qualitative Bewertung des Hypothesenrahmens mit Methoden der empirischen Sozialforschung

Validierung der erfassten Datenlage

Erstellt für

Wasser- und Schifffahrtsamt Emden

2P-231.2/Au/Em/9 SA 5 UA4

Konzept und Erarbeitung

Institut für Tourismus- und Bäderforschung
in Nordeuropa GmbH, Kiel

COFAD GmbH, Weilheim

Dr. Dirk J. Schmücker

Suitbert Schmüdderich

Status

Endfassung, 26. Februar 2010

© *N.I.T.* & COFAD, 2010

Inhaltsverzeichnis

Seite

KURZINFORMATION 2

INHALTSVERZEICHNIS 3

ABBILDUNGSVERZEICHNIS 6

TABELLENVERZEICHNIS 8

1 STELLUNG DES TEILBERICHTS IM RAHMEN DES GUTACHTENS 9

2 ANALYSE DER REFERENZORTE 10

2.1 Zentrale Ergebnisse der Referenzortanalyse 10

2.2 Dangast 11

2.2.1 Ort und Lage 11
2.2.2 Ortsbild und Hafen 12
2.2.3 Entwicklung und aktuelle Situation der Fischerei 12
2.2.4 Tourismus 14
2.2.5 Verhältnis von Fischerei und Tourismus 20

2.3 Jemgum 22

2.3.1 Ort und Lage 22
2.3.2 Ortsbild und Hafen 22
2.3.3 Entwicklung und aktuelle Situation der Fischerei 23
2.3.4 Tourismus 24
2.3.5 Verhältnis von Fischerei und Tourismus 27

2.4 Neuhaus (Oste) 28

2.4.1 Ort und Lage 28
2.4.2 Ortsbild und Hafen 28
2.4.3 Entwicklung und aktuelle Situation der Fischerei 29
2.4.4 Tourismus 30
2.4.5 Verhältnis von Fischerei und Tourismus 33

2.5 Oldersum 35

2.5.1 Ort und Lage 35
2.5.2 Ortsbild und Hafen 35

2.5.3 Entwicklung und aktuelle Situation der Fischerei 37
2.5.4 Tourismus 37
2.5.5 Verhältnis von Fischerei und Tourismus 40
2.6 Tönning 41
2.6.1 Ort und Lage 41
2.6.2 Ortsbild und Hafen 41
2.6.3 Entwicklung und aktuelle Situation der Fischerei 44
2.6.4 Tourismus 44
2.6.5 Verhältnis von Fischerei und Tourismus 48
3 QUALITATIVE ANALYSE 50
3.1 Zentrale Ergebnisse der Qualitativen Analyse 50
3.2 Auswahl der Befragten 51
3.3 Gründe für/gegen den Besuch von Hafenorten als Tagesauflug/während des Urlaubs 53
3.4 Bedeutsame Elemente für das Hafenbild (Hafennutzung) 55
3.5 Touristische Attraktivität eines Hafens abhängig von Zahl und Art der dort liegenden Schiffe und deren Aktivitäten 57
3.6 Unterscheidbarkeit von gewerblichen Kuttern 61
3.7 Touristische Attraktivitätswirkung der Ensembles Stadtbild/Hafen 63
3.8 Touristische Angebote im Umfeld der Fischerei 65
4 BESUCHERBEFRAGUNG 66
4.1 Zentrale Ergebnisse der Besucherbefragung 66
4.2 Auswahl der Befragten 68
4.3 Reisebezogene Strukturdaten 69
4.3.1 Aufenthaltsdauer 69
4.3.2 Unterkunftsart 71
4.3.3 Gästeherkunft 72
4.3.4 Anreiseverkehrsmittel 80
4.3.5 Reisebegleitung 80
4.3.6 Ausgaben 81
4.3.7 Bindung 84
4.4 Wahrgenommene Attraktivität 86

4.4.1 Besuchsgründe ... 86
4.4.2 Informationsquellen ... 89
4.4.3 Attraktivität des Ortes und des Hafens ... 91
4.4.4 Hafenattraktivität ... 95
4.4.5 Besuch auch ohne gewerbliche Kutter? ... 98
4.5 Statistik ... 99
5 REPRÄSENTATIVBEFRAGUNG ... 102
5.1 Zentrale Ergebnisse der Repräsentativbefragung ... 102
5.2 Auswahl der Befragten ... 102
5.3 Ergebnisse ... 103
5.3.1 Küstenurlauber und -interessenten ... 103
5.3.2 Besucher der deutschen Nordseeküste ... 104
5.3.3 Häfen als Teil des Nordsee-Besuchs ... 104
5.3.4 Definierende Aspekte des Küstenerlebnisses ... 104
5.3.5 Attraktionspunkte in Häfen ... 107
6 ANHANG QUALITATIVE ANALYSE ... 110
6.1 Leitfaden ... 110
6.2 Bildvorlagen für die Qualitative Analyse ... 115
7 ANHANG BESUCHERBEFRAGUNG ... 142
7.1 Screening-Fragebogen ... 142
7.2 Fragebogen ... 143
7.3 Tabellen ... 144
8 ANHANG REPRÄSENTATIVBEFRAGUNG ... 145
8.1 Fragebogen ... 145
8.2 Tabellen ... 147
9 GESPRÄCHSPARTNER IN DEN REFERENZORTEN ... 148
10 LITERATUR ... 149

Abbildungsverzeichnis

Seite

Abbildung 1: Luftbild Dangast, im Vordergrund der Hafen *12*

Abbildung 2: Entwicklung der Anzahl der Fischer und Krabbenkutter seit 1920 ..... *13*

Abbildung 3: Krabbenkutter VAR 6 im Dangaster Hafen, Ankündigung der Ankunft *14*

Abbildung 4: Entwicklung der Gästeübernachtungen in Varel und Dangast, 1990–2008 (ohne Camping) *17*

Abbildung 5: Entwicklung der Gästeübernachtungen in Varel und Dangast, 1994–2008, indexiert, 1994 = 100 ..... *18*

Abbildung 6: Saisonalität der Gästeübernachtungen Varel und Dangast 2008 (ohne Camping) *20*

Abbildung 7: Historische Aufnahme des Sielhafens von Jemgum *23*

Abbildung 8: Sielhus (rechts) und Nachbargebäude am ehemaligen Hafen *23*

Abbildung 9: Heute ist das Sieltief in diesem Bereich zurückgebaut und zugewachsen *23*

Abbildung 10: Der Hafen von Jemgum mit Blick Richtung Deich, der den Hafen heute vom Ort abtrennt *23*

Abbildung 11: Entwicklung der Gästeübernachtungen im Ort und in der Gemeinde Jemgum, 1986–2008 ..... *25*

Abbildung 12: Entwicklung der Gästeübernachtungen im Ort Jemgum und in übergeordneten Gebieten, indexiert, 1994 = 100 ..... *26*

Abbildung 13: Historische Aufnahme des Hafens von Neuhaus (Oste) mit zwei Krabbenkuttern *28*

Abbildung 14: Der Hafen von Neuhaus (Oste) heute *28*

Abbildung 15: Der Hafen liegt am Ortsrand, reicht aber direkt an die historische Bebauung *29*

Abbildung 16: Die Krabbenfischerei wird noch als Hobby betrieben *29*

Abbildung 17: Die Samtgemeinde Am Dobrock wirbt auf ihrer Website mit Bildern vom Hafen Neuhaus (Oste), u. a. mit dem Bild eines Krabbenkutters im Hafen *31*

Abbildung 18: Entwicklung der Gästeübernachtungen in Neuhaus (Oste) und in übergeordneten Gebieten 1990–2008 ..... *32*

Abbildung 19: Entwicklung der Gästeübernachtungen in Neuhaus und in übergeordneten Gebieten, indexiert, 1999 = 100 ..... *32*

Abbildung 20: Das verbreiterte Sieltief in Oldersum *36*

Abbildung 21: Blick auf das Sieltief, auf der linken Seite die Werft, rechts die Hafenstraße ... *36*

Abbildung 22: Schiffswerft Diedrich *36*

Abbildung 23: Der Yachthafen von Oldersum *36*

Abbildung 24: Gästeübernachtungen Gemeinde Moormerland 1985 - 2008 ..... *39*

Abbildung 25: Gästeübernachtungen Gemeinde Moormerland 1985 - 2008 (Index 1985 = 100) *39*

Abbildung 26: Der Tönninger Hafen Mitte des 20. Jahrhunderts, geprägt von der Krabbenkutterflotte 42
Abbildung 27: Der Hafen heute 42
Abbildung 28: Hobby-Kutter 42
Abbildung 29: Fisch- und Krabbenverkauf sowie Bistro in der „Alten Fischereigenossenschaft“ im Hafen 43
Abbildung 30: Krabbenkutter an Land 43
Abbildung 31: Krabbenkutter am Eidersperrwerk, 9 km außerhalb des Stadtzentrums. 43
Abbildung 32: Gästeübernachtungen Tönning 1982 - 2008 46
Abbildung 33: Gästeübernachtungen Tönning und Kreis Nordfriesland 1995 - 2008, indexiert, 1995=100 47
Abbildung 34: Gästestruktur (gemessen) nach Aufenthaltsdauer 70
Abbildung 35: Gästestruktur nach Unterkunftsart 72
Abbildung 36: Gästestruktur nach wichtigste Quellmärkten 73
Abbildung 37: Karte der Wohnorte der befragten Übernachtungsgäste in Ditzum 74
Abbildung 38: Karte der Wohnorte der befragten Übernachtungsgäste in Greetsiel 75
Abbildung 39: Karte der Urlaubsorte der befragten Urlaubsortausflügler in Ditzum 76
Abbildung 40: Karte der Urlaubsorte der befragten Urlaubsortausflügler in Greetsiel 77
Abbildung 41: Karte der Wohnorte der befragten Wohnortausflügler in Ditzum 78
Abbildung 42: Karte der Wohnorte der befragten Wohnortausflügler in Greetsiel 79
Abbildung 43: Gästestruktur: Anreiseverkehrsmittel 80
Abbildung 44: Gästestruktur: Reisebegleitung 81
Abbildung 45: Gästestruktur: Ausgabentypen 82
Abbildung 46: Gästestruktur: Ausgaben im Durchschnitt pro Tag und Person 84
Abbildung 47: Gästestruktur: Bindung (bisherige Besuche) 85
Abbildung 48: Gästestruktur: Bindung (Wiederbesuchsabsicht) 86
Abbildung 49: Aktivitäten und Besuchsgründe: Relative Bedeutung des Hafens als Besuchsgrund 87
Abbildung 50: Besuchsgrund „Hafen“ nach Zielgruppen 88
Abbildung 51: Besuchsgrund „Hafen“ und „Fischeinkauf“ nach Zielgruppen 89
Abbildung 52: Wie aufmerksam geworden? 90
Abbildung 53: Wie aufmerksam geworden? (Ditzum/Greetsiel) 91
Abbildung 54: Attraktivitätswahrnehmung Ort allgemein und Hafen 92
Abbildung 55: Attraktivitätsfaktoren Ort und Hafen 93
Abbildung 56: Ausgewählte Attraktivitätsfaktoren (Hafen/Kutter) 94
Abbildung 57: Generelle Hafenattraktionen 95
Abbildung 58: Hafenattraktivität: Faktorenbündel Ditzum 97

Abbildung 59: Hafenattraktivität: Faktorenbündel Greetsiel 98
Abbildung 60: Besuch auch ohne gewerbliche Kutter? 99
Abbildung 61: Demographische Eckdaten 100
Abbildung 62: Demographische Eckdaten (Ditzum und Greetsiel) 101
Abbildung 63: Anteil der Küstenurlauber/-interessenten an der deutschen Bevölkerung 103
Abbildung 64: Nordsee-Besucher nach Aufenthaltstagen in den letzten 3 Jahren und Besuchstagen in einem Hafen 104
Abbildung 65: Definierende Aspekte des Küstenerlebnisses 105
Abbildung 66: Zielgruppen mit besonderem Interesse für Hafen und Kutter 106
Abbildung 67: Definierende Aspekte des Küstenerlebnisses nach Besuch der norddeutschen Küsten und Häfen 107
Abbildung 68: Attraktionspunkte in Häfen 108
Abbildung 69: Ergebnis der Faktorenanalyse: Drei wesentliche Aspekte für die Hafenattraktivität 109

Tabellenverzeichnis

Seite

Tabelle 1: Beherbergungsangebot und Gästeübernachtungen Dangast 2008 17
Tabelle 2: Zielgruppenzusammensetzung der qualitativen Analyse 52
Tabelle 3: Hafenbildelemente – Ergebnis der Bildbewertung im Überblick. 56
Tabelle 4: Anzahl der Kutter – Ergebnis der Bildbewertung im Überblick 58
Tabelle 5: Hafenleben – Ergebnis der Bildbewertung im Überblick. 59
Tabelle 6: Bedeutung konkreter Einzelaspekte beim Hafenbesuch 60
Tabelle 7: Aktive oder inaktive Fischereifahrzeuge? – Ergebnis der Bildbewertung 62
Tabelle 8: Hafenlage – Ergebnis der Bildbewertung im Überblick. 64
Tabelle 9: Berechnung der Tagesgäste- und Übernachtungsgästeanteile in Ditzum und Greetsiel 71
Tabelle 10: Ausgaben pro Tag und pro Person 83
Tabelle 11: Liste der Besuchsgründe (inkl. der offenen Nennungen, kursiv gesetzt) 88
Tabelle 12: Attraktivitätswahrnehmung in Abhängigkeit von der Zahl der sichtbaren Kutter 94

1 Stellung des Teilberichts im Rahmen des Gutachtens

Die Teilziffer OZ 3 der Leistungsbeschreibung verlangt, den „Hypothesenrahmen [...] einer quantitativen Bewertung zu unterziehen. Hierzu sind geeignete Methoden der empirischen Sozialforschung wie z. B. Fragebogenaktionen, Interviews etc. einzusetzen. Zusätzlich ist eine Validierung der erfassten Datenlage durchzuführen“.

Der vorliegende Teilbericht stellt die Ergebnisse der vier empirischen Untersuchungsteile dar:

1. Analyse der Referenzorte (Arbeitsteil B2)
2. Qualitative Analyse (Arbeitsteil C1, nachträglich in das Untersuchungsprogramm aufgenommen)
3. Besucherbefragung (Arbeitsteil C2)
4. Repräsentativbefragung (Arbeitsteil C3).

Diese Daten sind erforderlich, um den für OZ 4 geforderten gutachterlichen Stellungnahmen und der dazu erforderlichen Überprüfung des Hypothesenrahmens eine empirische Basis zu geben. Der vorliegende Teilbericht beschränkt sich auf die deskriptive Ergebnisdarstellung. Die inhaltliche und thematische Verknüpfung mit dem Hypothesenrahmen (OZ 2) und den Status-Quo-Analysen (OZ 1) sowie daraus folgende gutachterliche Einschätzungen erfolgen dann zusammenfassend in Teilbericht OZ 4.

Die empirischen Erhebungen bilden den weitaus umfangreichsten Teil des gesamten Untersuchungsprogramms. Um zu einer fundierten gutachterlichen Einschätzung zu kommen, ist eine transparente und ausführliche Ergebnisdarstellung unerlässlich. Daher ist dieser Teilbericht, insbesondere aufgrund der dokumentierten Ergebnistabellen, relativ umfangreich. Die in den Anhängen dargestellten Daten sind für das Verständnis der Ergebnisse nicht unbedingt erforderlich, erlauben aber die vertiefte Auseinandersetzung mit den Ergebnissen, wenn erforderlich.

2 Analyse der Referenzorte

Die Analyse der Referenzorte beruht auf Interviews mit Amtsträgern und Interessenvertretern, der Auswertung von Statistiken, Literatur, Internetauftritten und sonstigem Werbematerial sowie auf eigener Anschauung der Orte. Vorwiegend wurden qualitative Analysen vorgenommen, in einigen Fällen untermauert durch statistische Daten oder Schätzungen der Befragten.

Zwei der Referenzorte, Dangast und Tönning, wurden ebenfalls als Referenzorte für die Gästebefragung herangezogen. Die Darstellung in diesem Abschnitt basiert auch bei diesen Orten auf den oben genannten Quellen, an einigen Stellen wird zusätzlich auf die Ergebnisse der Befragung verwiesen.

2.1 Zentrale Ergebnisse der Referenzortanalyse

Alle ausgewählten Referenzorte besitzen einen Hafen innerhalb des Ortes oder zumindest am Ortsrand und sind in der Vergangenheit Standorte der Fischerei gewesen.

An drei der Referenzorte, Jemgum, Oldersum und Neuhaus (Oste), war die Fischerei nie sehr stark vertreten gewesen und eher als Flussfischerei ausgeprägt, nur Tönning und mit einigen Abstrichen Dangast hatten eine bedeutende Küstenfischerei, vor allem auf Krabben. In den drei Orten mit weniger bedeutender Fischerei ist der Tourismus auch weniger entwickelt. Dies kann aber nicht unmittelbar auf die Abwesenheit oder geringere Bedeutung der Fischerei zurückgeführt werden; vielmehr handelt es sich dabei um Orte an den Unterläufen von Flüssen, die aus touristischer Sicht eher dem Binnenland zuzuordnen sind. Dort entwickelte sich der Tourismus erst nach den Inseln und der Nordseeküste, oft erst in den letzten Jahrzehnten, und auch heute hat er dort nur eine begrenzte Bedeutung. Tatsächlich haben diese Orte aber auch sonst nur in begrenztem Umfang besondere Anziehungspunkte für den Tourismus entwickeln können, wie es z. B. Ditzum in einer vergleichbaren geografischen Lage gelungen ist.

In diesen Orten war die Fischerei nicht nur von geringerer Bedeutung, sondern zumeist auch bereits stark im Niedergang begriffen, als der Tourismus erst langsam entwickelt wurde. Statistisch ist daher kaum ein Zusammenhang zwischen dem Niedergang der Fischerei und dem Tourismus nachzuweisen.

Anders sieht die Situation in Dangast aus: Hier hat sich bereits seit dem Beginn des 19. Jahrhunderts der Tourismus entwickelt, zu einer Zeit, als der Ort noch von der Fischerei geprägt war, allerdings von einer Fischerei, die überwiegend zu Fuß, mit Schlickschlitten oder kleinen Booten im Watt ausgeübt wurde. Kutter zogen in diese Fischerei erst gut 100 Jahre später ein, der Sielhafen wurde erst in den 1950er Jahren gebaut. Der Tourismus entwickelte sich im langfristigen Trend stets positiv, unabhängig von der Form der Fischerei oder ihrem weitgehenden Niedergang in den letzten Jahrzehnten. Ein statistischer Zusammenhang ist auch hier nicht zu erkennen.

Tönning schließlich war bedeutender Fischereistandort mit nennenswertem Tourismus und einem Hafen, dessen Bild – wie alte Fotos belegen – stark von den Krabbenkuttern geprägt wurde. Die Situation änderte sich, als 1973 das Eidersperrwerk in Betrieb ging, an dem die Kutter seitdem überwiegend liegen. Nach dem Abzug der Kutter kam es in Tönning zu einem Rückgang im Tourismus, dessen Ursachen heute aber nicht mehr zweifelsfrei zu klären und damit auch nicht eindeutig mit dem Abzug in Verbindung zu bringen sind.

Die Vertreter des Tourismus an sämtlichen Referenzorten würden jedoch Fischkutter als attraktivitätssteigernd für ihren Hafen ansehen, Dangast zeigte großes Interesse, dass der letzte dort liegende Kutter weiterhin regelmäßig den Hafen aufsucht. Wo möglich, wird in den Orten versucht, die Fischerei für den Tourismus zu nutzen, etwa indem Kutter zu Hafenfesten

eingeladen oder Krabbenpul-Wettbewerbe abgehalten werden, oder auch durch die Erwähnung und Abbildung von Fischerei und Fischkuttern im touristischen Werbematerial.

Bei der Untersuchung der Orte bestätigte bzw. konkretisierte sich zudem die Annahme, dass eine touristische Attraktivität weniger von der Fischerei allein ausgeht, sondern dass diese stets im Zusammenhang mit der Lage des Hafens und seiner Einbettung in das Ortsbild zu sehen ist. Wo ein Hafen innerhalb des Ortes liegt und in ein historisches Gebäudeensemble eingebettet ist, stellt dieser bereits für sich eine touristische Attraktion dar (z. B. in Tönning, mit Abstrichen auch in Neuhaus (Oste)); wo die Ortsstruktur weniger optimal ist, wie an den anderen drei Referenzorten, werden die Häfen graduell weniger touristisch in Wert gesetzt – Anziehungspunkte sind sie auch dort – und bieten wohl auch weniger entsprechendes Potenzial. An allen Referenzorten war man aber bemüht, „Leben“ in den Hafen zu bringen, und zwar durch möglichst authentische und regionaltypische Attraktionen. In diesem Sinne erschien die Fischerei allen Tourismusvertretern an den Referenzorten als ein geeignetes Mittel für die touristische Inwertsetzung der Häfen bzw. als eigene Attraktion in Verbindung mit den Häfen.

Allerdings sahen die Gesprächspartner an einigen Orten für sich kaum die Möglichkeit, die Fischerei so stark für den Tourismus zu nutzen, wie das die Ausgangsorte Ditzum und Greetsiel oder z. B. auch Neuharlingersiel tun – selbst in dem unwahrscheinlichen Fall, dass sich bei ihnen Krabbenfischer ansiedeln würden. Der Grund für die Einschätzung war, dass jene Referenzorte von den Touristen nicht mit der Fischerei in Verbindung gebracht würden, wie das an den genannten Fischereistandorten seit Jahrzehnten der Fall ist; ein solches Image ließe sich auch nicht so einfach aufbauen.

Erwartungsgemäß wurde die touristische Bedeutung der Fischerei zudem in Relation zu anderen Attraktionen des Ortes gesehen. Hier war es vor allem Dangast, das ein weiter gefächertes Angebot aufwies. In der Folge wurde die Anwesenheit eines Krabbenkutters zwar als schöne und lokaltypische Attraktion gesehen, sie wurde aber kaum als entscheidend für die Wahl des Ortes als Urlaubs- oder Ausflugsziel eingeschätzt.

2.2 Dangast

2.2.1 Ort und Lage

Ort	Dangast (Ortsteil Stadt Varel)
Gemeinde/Stadt	Stadt Varel
Einwohnerzahl Ort	ca. 700
Einwohnerzahl übergeordnete Gemeinde / Stadt	24.801 (31.12.2008; Quelle: LSKN))
Lage und Erreichbarkeit Land	Dangast liegt auf einem Geestrücken, der wie eine Halbinsel in den Jadebusen hereinragt. Der Ort ist über die A29 gut zu erreichen, hat aufgrund seiner Lage aber keinen Durchgangsverkehr; nächster Bahnhof: Varel (ca. 8 km)
Lage an Gewässer	Jadebusen

2.2.2 Ortsbild und Hafen

Abbildung 1: Luftbild Dangast, im Vordergrund der Hafen

Quelle: Kurverwaltung Nordseebad Dangast
http://www.dangast.de/bilder/Dangast/dangast-Luftbild_rdax_750x535.jpg

Dangast vermittelt ein geschlossenes Ortsbild. In Selbst- und Fremddarstellungen ist z. B. von einem „beschaulichen Nordseebad“, „verträumten Fischerdorf“ (www.dangast.de) sowie „Idylle“ die Rede. Der Ort ist geprägt von kleineren Häusern, zumeist in einer für die Landschaft typischen Bauweise, darunter auch einige ältere Häuser. Allerdings finden sich kaum historisch geprägte Gebäudeensemble im Ort. Zu den historischen Gebäuden zählen das in seinen Grundzügen aus den 1820er Jahren stammende Kurhaus und die alte Schule, in der heute das Nationalparkhaus untergebracht ist.

Auf den Erhalt des „stimmigen“ Ortsbilds wurde und wird in Dangast viel Wert gelegt, auch in der derzeit laufenden Dorferneuerung.

Der Sielhafen liegt am Rande des Ortes, in der Nähe des Kurhauses. Siel und Hafen wurden erst in den 1950er Jahren gebaut.

2.2.3 Entwicklung und aktuelle Situation der Fischerei

Erst durch die großen Sturmfluten von 1164, 1334 und 1362, die zu gewaltigen Meereseinbrüchen führten, reichte der Jadebusen bis an den Geesthügel des heutigen Dangast heran. Damit konnte sich dort die Fischerei in Watt und Meer entwickeln.

Zunächst wurde die Fischerei überwiegend zu Fuß betrieben, z. B. mit Schiebehamen, das sind an Stangen befestigte Netzsäcke, oder mit Widerhakengabeln, mit denen vor allem Plattfische im Watt „gestochen“ wurden. Ebenfalls benutzt wurden Fangkörbe bzw. Reusen sowie Stellnetze. Im Laufe der Zeit wurden dann an der Nordseeküste die Schlickschlitten (Kreier) entwickelt, mit denen sich die Fischer einfacher über das Watt zu Fangstellen und

-einrichtungen bewegen konnten, später wurden kleine Boote benutzt. Laut Egidius (2000) kam in Dangast erstmals 1920 ein Segelkutter zum Einsatz – das ist mehr als 20 Jahre später als in der Krabbenfischerei an anderen Orten, wo um 1920 schon häufig Motorkutter benutzt wurden. Mit diesen Kuttern wurde dann auch weiter draußen im Meer gefischt, nicht mehr nur in den Prielen und auf den ausgedehnten Wattflächen vor Dangast.

Die Kutter wurden in den ersten Jahrzehnten zumeist im Sieltief verankert und mit Hilfe von Schlickschlitten oder kleinen Booten entladen. Erst mit der Fertigstellung des Hafens 1958 konnten sie an der Kaimauer liegen und anlanden.

Bereits im 19. Jahrhundert waren Krabben eine wichtige Zielart der Fischer von Dangast, daneben vor allem Plattfische und Aal. Im 20. Jahrhundert rückten die Krabben dann noch stärker in den Mittelpunkt der Fischerei.

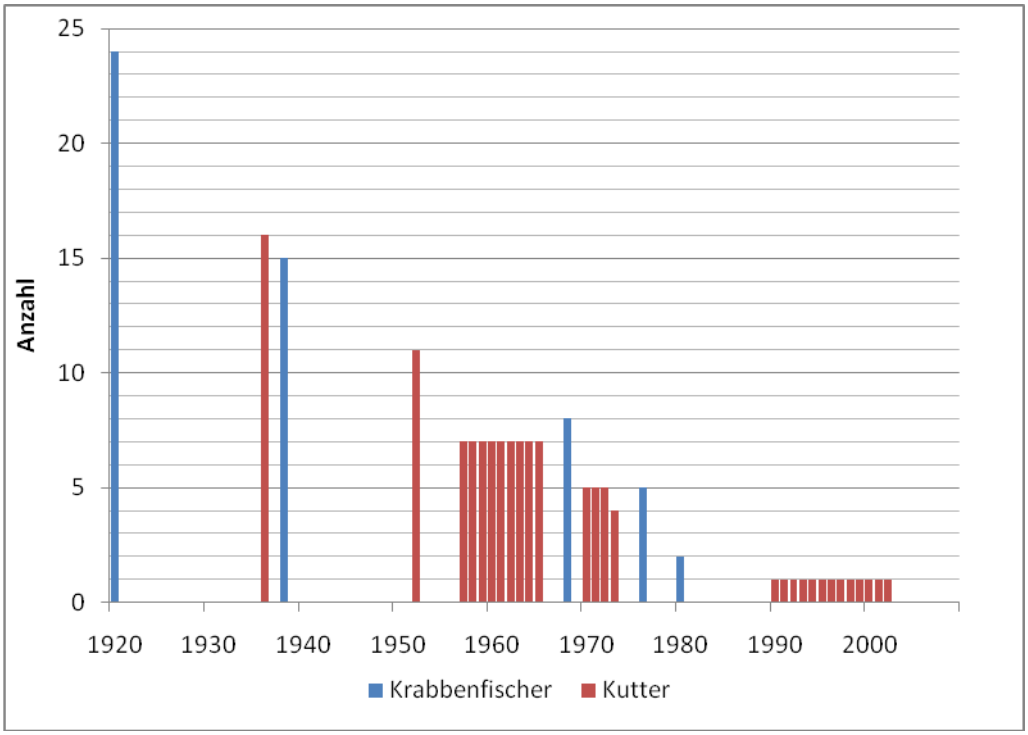


Abbildung 2: Entwicklung der Anzahl der Fischer und Krabbenkutter seit 1920

Quelle: Egidius 2000; DEUKO (1958); Flottenregister der EU

Die vorstehende Abbildung zeigt die Entwicklung der Zahl der Krabbenfischer (blau) bzw. Krabbenkutter (rot); in den frühen Jahren waren zudem noch Reusenfischer in Dangast tätig. Bei den Fischern ergibt sich ein kontinuierlicher Abwärtstrend über den Betrachtungszeitraum, die Zahl der Kutter muss nach 1920 schnell angestiegen sein; unter den Jahren, für die Informationen vorliegen, wurde mit 16 die höchste Anzahl an Kuttern 1936 erreicht. Danach ging deren Zahl kontinuierlich zurück, der letzte Dangaster Kutter (DAN 3 „Seestern“) schied im Januar 2002 aus der Fischerei aus.

Trotzdem liegt auch heute noch ein Krabbenkutter in der Krabbenfangsaison von März bis Dezember regelmäßig im Dangaster Hafen: Es handelt sich um den Kutter „Hein Godenwind“ (VAR 6), den letzten Kutter mit Heimathafen Varel. Daneben liegt eine kleine Zahl von Booten in Dangast, mit denen die Krabbenfischerei in geringem Umfang als Hobby betrieben wird.

Von Bord des Kutters werden frische Krabben verkauft, wobei nicht nur Touristen, sondern sehr stark auch Einheimische zu den Kunden zählen. Die verkauften Mengen schwanken dabei sehr stark, insgesamt verkauft der Fischer nach eigenen Angaben aber weniger als 5 % seiner Fänge direkt von Bord.

Zu den Gründen für den Rückgang der Fischerei in Dangast gehört die starke Gezeitenabhängigkeit des Hafens, zudem gelten auch die Fanggebiete in der Jade als durch Wasserbau und andere Einflüsse degradiert (vgl. COFAD 2004). Die Anfahrt zu ertragreicheren Fanggebieten etwa im äußeren Weserästuar ist von Dangast aus aber weit für die Tagesfischerei. Daneben nennt Egidius (2000, S. 104f) den Fremdenverkehr als einen Grund für den Rückgang der Fischerei, da dieser andere Verdienstmöglichkeiten eröffnete als der oft beschwerliche Fischfang.

Abbildung 3: Krabbenkutter VAR 6 im Dangaster Hafen, Ankündigung der Ankunft

Es wurde berichtet, dass die Kunden zu den angegebenen Zeiten oft schon auf den Kutter warten

2.2.4 Tourismus

2.2.4.1 Natürliche Voraussetzungen und ursprüngliches Angebot

Wesentliche Elemente des ursprünglichen Angebots sind Natur, Meer und Seeklima, laut Gästebefragung auch „Ruhe“. Als Angebotselement zum Meer gehört auch der Strand. Bei diesem handelt es sich teilweise um Grünstrand, teilweise um aufgeschütteten Sandstrand, der nicht als rein ursprüngliches Angebot gelten kann.

2.2.4.2 Touristische Infrastruktur/abgeleitetes Angebot

Drei wesentliche Elemente der touristischen Infrastruktur sind zu nennen:

Altes Kurhaus	Das Alte Kurhaus in der Nähe des Hafens von Dangast ist ein wesentlicher Anziehungspunkt für Tagestouristen aus der Region. Es beherbergt eine einfache Gastronomie (Selbstbedienung) und ist für seinen selbst gebackenen Rhabarberkuchen berühmt. Im Kurhaus finden Ausstellungen und Musikveranstaltungen statt. Geöffnet ist es nur freitags bis sonntags.
DanGastQuellbad	Das DanGastQuellbad ist ein kombiniertes Frei- und Hallenbad mit Jod-Sole-Wasser.
DanGastHaus	Im DanGastHaus ist die Kurverwaltung untergebracht, zudem bestehen Informations- und Kursangebote sowie eine Kinderbetreuung.

Weitere Angebote werden im Zusammenhang mit den Profilthemen dargestellt.

2.2.4.3 Profilthemen und Konzepte

Baden, Strand	• Baden am Strand zählt zu den bedeutenden Profilthemen von Dangast, insbesondere während des Sommers und bei der Zielgruppe Familien. Allerdings kann in Dangast nur bei Flut gebadet werden, zudem ist das Watt sehr schlickhaltig. Entsprechend vermutete die befragte Vertreterin der Kurverwaltung, dass kaum Touristen nur wegen des Badens nach Dangast kommen. Dies wird auch durch die Besucherbefragung bestätigt, wo nur 4,4 % der Befragten in Dangast angaben, vor allem wegen eines Strand-/Wattbesuchs in den Ort gekommen zu sein (Mehrfachnennungen waren möglich; siehe Kap. 4)
Familienurlaub	• im Sommer wichtiges Thema, das u. a. durch ein Kinderbetreuungsangebot unterstützt wird
Wellness, Gesundheit, Kur	• Wellness ist Thema, aber nur begrenzte Angebote; kein Hotel, dass speziell dem Thema gewidmet wäre • Gesundheit ist vor allem durch die Mutter-Kind-Klinik Friesenhörn wichtiges Thema • der Bereich Kur war früher interessant für den Tourismus, auch durch die Jod-Sole-Quellen in Dangast, in Folge der Gesundheitsreform hat sich dieses Segment aber schlecht entwickelt
Natur	• nach Auskunft der Kurverwaltung Dangast wird Natur / Naturerlebnis immer wieder als Grund für die Wahl von Dangast als Urlaubsort genannt
maritimes Erlebnis allgemein	• wird als wichtig erachtet; Angebote u. a. Fahrten mit dem Ausflugsschiff „Etta von Dangast“; insgesamt werden maritime und regionaltypische Angebote bevorzugt, z. B. der Shanty-Chor gegenüber anderen musikalischen Darbietungen

Radfahren	• Dangast liegt an der *North Sea Cycle* Route, es kommen Radfahrer nach bzw. durch Dangast, Urlauber kommen mit Rädern oder leihen sie vor Ort. Es gibt aber kaum organisierte Angebote bzw. solche werden in geringem Umfang genutzt, insgesamt ist die Bedeutung begrenzt.
Wassersport, Segeln, Wattwandern	• Angebote für Segeln und Surfen, aber keine Schule, Gastliegeplätze, insgesamt begrenzte Bedeutung
Sonstiger Sport	• Wandern und Nordic Walking bedeutend, insgesamt kaum hervorzuhebende Angebote
Kunst	• Spezielles und sehr wichtiges Profilthema von Dangast, das sich u. a. auf die Anwesenheit von „Brücke“-Malern Anfang des 20sten Jahrhunderts berufen kann; Angebote sind u. a. der Dangaster Kunstpfad, das Franz-Radziwill-Haus, die Akademie Dangast und das Alte Kurhaus als Treffpunkt und Ausstellungsort für Künstler.

Seit 1983 darf der Vareler Stadtteil Dangast aufgrund von Heilquellen und Kurbetrieb das Prädikat „Nordseebad“ im Namen führen. Damit ist dieses Profilthema Namensbestandteil des Ortes, wenngleich, wie oben angesprochen, die aktuelle Bedeutung des Kurbetriebs innerhalb des touristischen Angebots nachgelassen hat.

Dangast verfügt derzeit nicht über ein Tourismuskonzept, dass die aktuelle Entwicklung des touristischen Angebots maßgeblich beeinflussen würde.

2.2.4.4 Touristische Angebote im Zusammenhang mit der Fischerei und dem Hafen

Wesentliche Elemente des Angebots in und um den Hafen sind die häufige Anwesenheit des Krabbenkutters mit Verkauf von Krabben sowie das Ausflugsschiff „Etta von Dangast“. Im Hafen wird alljährlich ein Hafenfest abgehalten.

2.2.4.5 Historische Entwicklung des Tourismus

Dangast wird häufig als „ältestes Seebad an der deutschen Nordseeküste“ bezeichnet. Tatsächlich gründete hier Graf Wilhelm Gustaf Friedrich von Bentinck bereits spätestens 1804 – nach anderen Quellen 1790 oder 1797 – eine Seebadeanstalt. Er hatte das Bäderwesen zuvor in England kennengelernt.

Seitdem findet in Dangast Tourismus statt, der mit der Errichtung einer Eisenbahnhaltestelle in Dangastermoor (1889) und der besseren Erschließung per Straße zu jener Zeit deutlich anstieg. Im Laufe der Zeit nahm der Tourismus am Ort praktisch stetig zu, unterbrochen nur durch die beiden Weltkriege.

2.2.4.6 Tourismusstatistik

Kategorie	Anzahl Betten	Gästeübernachtungen
Hotels und Gaststätten	257	27.072
Privatvermietungen	1.995	216.019
Mutter-Kind-Klinik Friesenhörn	312	78.001
Zwischensumme	**2.564**	**321.092**
Campingplätze einschl. Privat		90.779
Summe einschl. Camping		**411.871**

Tabelle 1: Beherbergungsangebot und Gästeübernachtungen Dangast 2008

Quelle: Kurverwaltung Nordseebad Dangast

Mit 588 Gästeübernachtungen (gesamt, einschließlich Camping) pro Einwohner weist Dangast eine vergleichsweise hohe Tourismusintensität aus. Die Entwicklung der Gästeübernachtungen seit 1990 zeigen die nachfolgenden Grafiken:

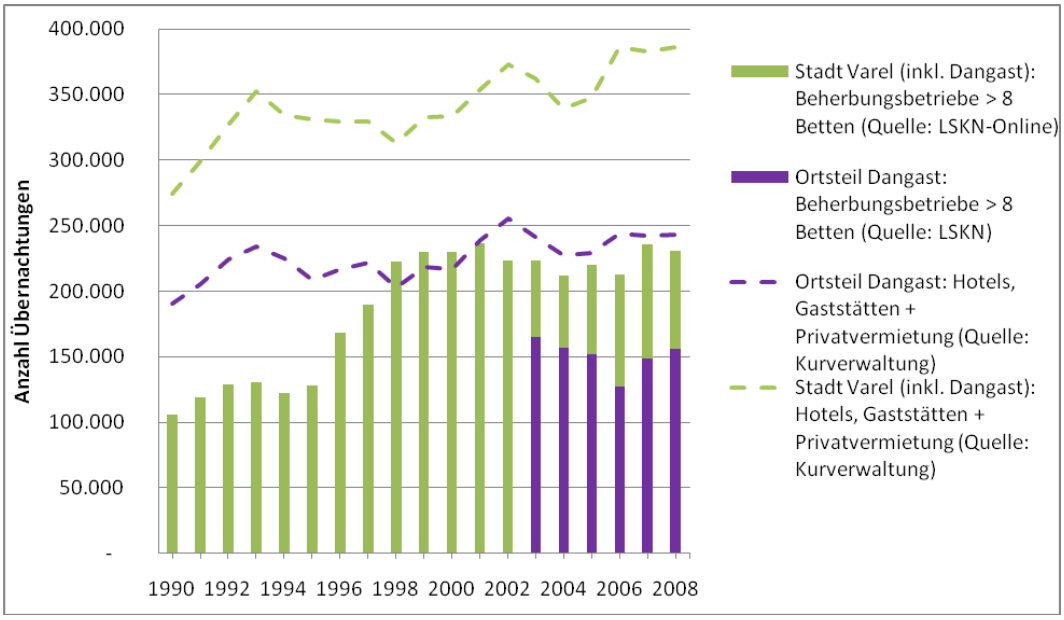


Abbildung 4: Entwicklung der Gästeübernachtungen in Varel und Dangast, 1990–2008 (ohne Camping)

Quelle: LSKN, Kurverwaltung Dangast

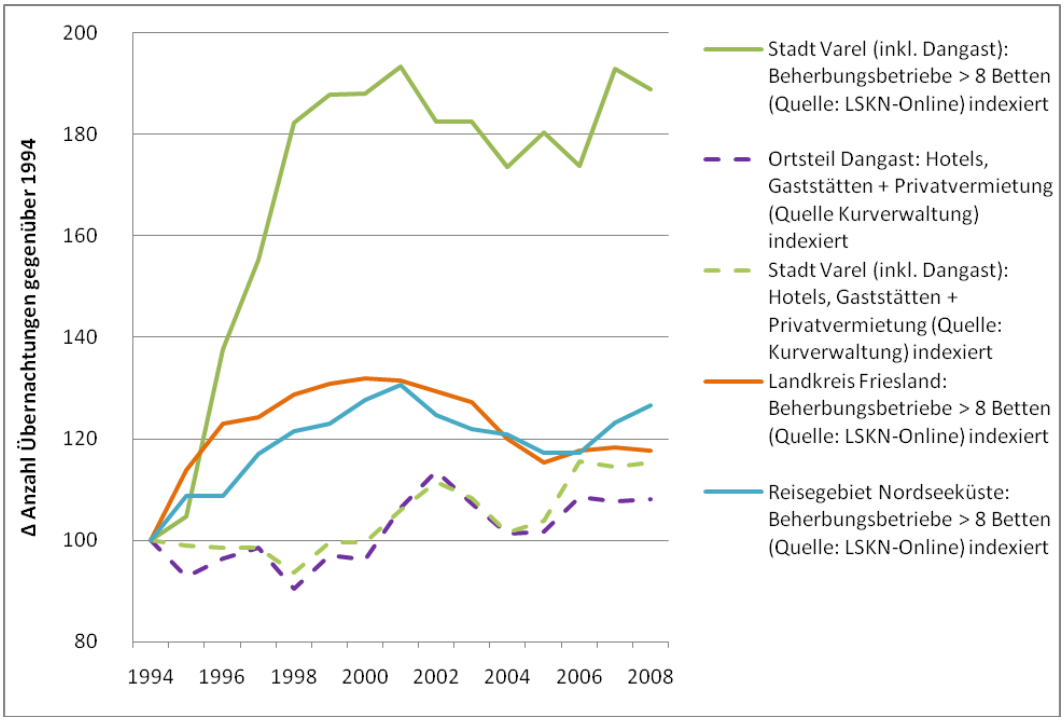


Abbildung 5: Entwicklung der Gästeübernachtungen in Varel und Dangast, 1994–2008, indexiert, 1994 = 100

Quelle: LSKN, Kurverwaltung Dangast

Beide Schaubilder zeigen einen langfristig steigenden Trend sowohl für die Gästeübernachtungen gemäß Landesstatistik als auch gemäß der auf Angaben der Vermieter beruhenden Statistik der Kurverwaltung bzw. Stadt Varel. Im Vergleich der Landeszahlen für Betriebe mit mehr als acht Betten hat sich Varel zwischen 1994 und 1997 extrem positiv entwickelt, wobei diese Statistik durch einzelne Beherbergungsbetriebe mit mehr als 8 Betten (z. B. die 1994 eröffnete Mutter-Kind-Klinik) beeinflusst sein kann. Die Entwicklung verlief demnach deutlich besser als im Landkreis Friesland und im Reisegebiet Nordseeküste insgesamt. Die auf anderer Datengrundlage beruhenden Zahlen der Kurverwaltung haben seit 1994 nicht ganz mit der positiven Entwicklung auf Landkreis- und Reisegebietsebene mithalten können, weisen insgesamt aber auch einen positiven Trend auf (wobei die Werte aufgrund der verschiedenen Datengrundlage nicht vollständig vergleichbar sind).

Campingplatz

Dangast besitzt einen Campingplatz mit rund 200 Stellplätzen (nur von April bis Oktober geöffnet). Insgesamt geht die Kurverwaltung von rund 90.000 Camping-Übernachtungen im Jahr 2008 aus. Siehe Tabelle 1.

Wohnmobilstellplätze

Wohnmobilstellplätze sind in Dangast nicht offiziell ausgewiesen, auf einer Wiese in Nähe des Hafens können Wohnmobile aber gegen Gebühr abgestellt werden. Die Zahl der Übernachtungen ist nicht bekannt.

Zweitwohnungen

Die Zahl der Zweitwohnungen in Dangast ist nicht bekannt, wird aber als hoch eingeschätzt. Die Broschüre „200 Jahre Dangast“ schätzt die jährlichen Übernachtungen von Zweitwohnungsbesitzern auf 45.000.

Tagesgäste

Dangast ist ein beliebtes Tagesausflugsziel. Die Chronik „200 Jahre Dangast“ gibt die Zahl der Tagesbesucher in Varel und Dangast mit 350.000 pro Jahr an (S. 46), die befragte Vertreterin der Kurverwaltung schätzte die Zahl für Dangast auf etwa 200.000.

2.2.4.7 Zusammensetzung der Gäste und Saisonalität

Übernachtungsgäste:

regionale Herkunft	• NRW, Niedersachsen, Hessen, Rheinland-Pfalz, Süddeutschland; ost- und sonstige norddeutsche Bundesländer geringer vertreten
Alterszusammensetzung	• wenige junge alleinreisende Gäste, Gäste etwa ab 30, dann häufig mit Kindern, • in den Sommerferien viele Familien mit Kindern, in der Vor- und Nachsaison Schwerpunkt 50+ • Dangast sieht sich als Familienbad, teilweise kommen Familien auch generationenübergreifend
Sonstiges	• hoher Anteil an Stammgästen, teilweise Gäste, die schon in ihrer Kindheit in Dangast Urlaub machten; (die in der Gästebefragung ermittelten hohen Werte für die Bindung bestätigen diese Aussage; siehe Kap. 4)

Tagesgäste:

regionale Herkunft	• vor allem aus Niedersachsen, insbesondere Raum Oldenburg und weitere Umgebung, auch Urlauber der Region
soziale Zusammensetzung	• von verschiedenen Befragten wurde das breite Spektrum der sozialen Zugehörigkeit der Gäste betont
Sonstiges	• entsprechend der Herkunft der Tagesgäste liegt der Schwerpunkt des Tagestourismus auf den Wochenenden; zuweilen verursachen die Tagesbesucher dann Verkehrsprobleme.

Saisonalität

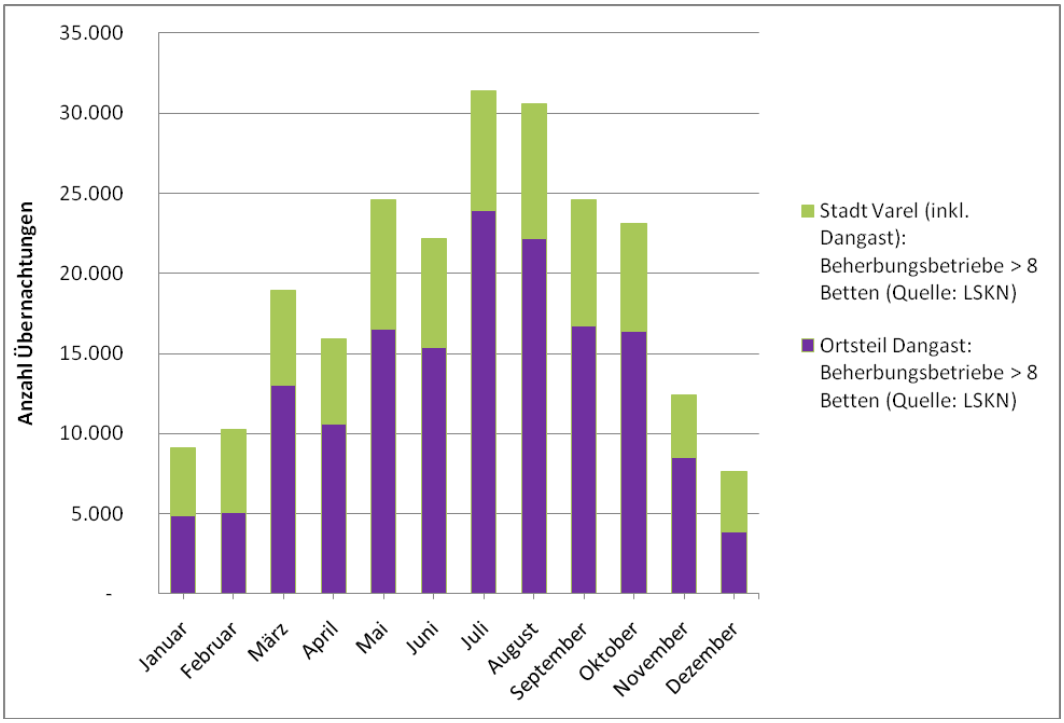


Abbildung 6: Saisonalität der Gästeübernachtungen Varel und Dangast 2008 (ohne Camping)

Quelle: LSKN

Durch das *DanGastQuellbad* und andere Angebote versucht Dangast, seine Saisonabhängigkeit zu verringern. Dennoch bleibt die warme Jahreszeit die wesentliche Reisezeit, außerhalb bestehen die üblichen Schwerpunkte Weihnachten/Neujahr, Karneval und Ostern. Wie die obenstehende Grafik zeigt, ist die Saisonalität der Gästeübernachtungen in der Stadt Varel außerhalb von Dangast geringer, was vermutlich darauf zurückzuführen ist, dass Übernachtungen dort häufig beruflich veranlasst sind und das Angebot zudem weniger wetterabhängig ist.

2.2.4.8 Wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus

Die Broschüre „200 Jahre Dangast“ veranschlagt den Beitrag des Tourismus zum Volkseinkommen in Varel mit circa 5,9 % (S. 49). Der wesentliche Anteil davon dürfte auf Dangast entfallen, wo nach Einschätzung der Gesprächspartner der Tourismus der wichtigste Wirtschaftsfaktor ist. In der Stadt Varel sind auch Industrie (Airbus, Papierfabrik, etc.), nichttourismusbezogenes Dienstleistungsgewerbe und Verwaltung von Bedeutung.

2.2.5 Verhältnis von Fischerei und Tourismus

2.2.5.1 Bedeutung der Fischerei für den Tourismus in Dangast

Die Selbstdarstellung von Dangast im Internetauftritt der Kurverwaltung beginnt mit den Worten: „Dangast, das beschauliche Nordseebad, wurde über viele Jahrhunderte hinweg vom Fischfang geprägt. Und doch ist Dangast am Jadebusen der Nordsee weitaus mehr als ein verträumtes Fischerdorf.“ (http://www.dangast.de/3237.php). Historisch ist sicherlich richtig,

dass die Fischerei in der Vergangenheit stets eine wichtige Rolle für den Ort gespielt hat, neben der Landwirtschaft. Die Bezeichnung „Fischerdorf“ wird so durchaus mit Berechtigung für die Selbstdarstellung verwendet, wobei es sicherlich auch Marketinggedanken zuzurechnen ist, dass man sich nicht etwa als „Bauerndorf“ beschreibt, was historisch in gleicher Weise gerechtfertigt wäre (die Chronik „200 Jahre Dangst“ etwa spricht von „Fischer- und Bauernort“). Im Vergleich zu Ditzum und Greetsiel, die sich uneingeschränkt als „Fischerdorf“ bezeichnen, fällt bei Dangast die Aussage auf, dass der Ort „weitaus mehr“ als ein Fischerdorf sei.

Bereits im 18. Jahrhundert ließen sich Touristen in Dangast mit Fischern fotografieren, Fischer sind auf alten Postkarten abgebildet (Egidius 2000, S. 55, 97f). Offensichtlich wurde die Fischerei also auch in der Vergangenheit bereits von den Touristen als interessanter Teil der Regionalkultur betrachtet. Ein bedeutender Anziehungspunkt für den Tourismus war die Fischerei dagegen wohl eher nicht, zumindest konnten keine Belege dafür gefunden werden.

Nach der Entstehung des Tourismus wurde die Fischerei noch ein gutes Jahrhundert zu Fuß, von Schlickschlitten oder kleinen Booten aus ausgeübt; dadurch war sie für die Touristen möglicherweise einfacher zu beobachten. Der Attraktionspunkt „Kutter“ kam dann erst in den 1920er Jahren hinzu.

Ein Bild des zumeist in Dangast liegenden Krabbenkutters findet sich immer wieder im Werbematerial der Stadt, u. a. im Internet. Auch im Rahmen der Dorferneuerung wurde die Anwesenheit des Kutters als eine Stärke von Dangast benannt (http://www.varel.de/dokumente/4._AK.pdf). Laut Auskunft der Kurverwaltung fragen einige Besucher explizit nach Kuttern und der Möglichkeiten zum Erwerb von Krabben. Daher ist man bestrebt, den Kutter aus Varel am Ort zu halten, er wird als ein wichtiges Angebotselement des Ortes gesehen, das „einfach dazugehört“. Dennoch ist der Kutter nach Einschätzung der Vertreterin der Kurverwaltung kaum ein Entscheidungsgrund, um nach Dangast zu kommen.

Der Tourismus entwickelte sich in den über 200 Jahren seines Bestehens in Dangast im Wesentlichen nach oben, die Fischerei insgesamt kam weitgehend zum Erliegen, speziell die Kutterfischerei entwickelte sich ab 1920 stark, unterlag dann aber bald einem Abwärtstrend. Eine Korrelation zwischen beiden Entwicklungen lässt sich aus den vorliegenden Daten nicht ablesen.

2.2.5.2 Zusammenfassender Vergleich mit Ditzum und Greetsiel

Die Fischerei ist eine traditionelle Tätigkeit in Dangast, die den Ort in der Vergangenheit auch deutlich geprägt hat. Touristisch relevant ist sie heute noch in Form eines in Varel beheimateten Kutters, auf den im touristischen Marketing Bezug genommen wird und von dem aus Krabben an Touristen verkauft werden, was auf eine gute Nachfrage trifft. Dennoch war die Fischerei in Dangast nie zentrales Profilthema, wie das in Ditzum und Greetsiel der Fall ist. Entsprechend korreliert ihr Rückgang auch nicht mit der Entwicklung des Tourismus‘.

Ein wesentlicher Unterschied zu Ditzum und Greetsiel besteht in der Lage und Struktur des Hafens: Der Hafen ist Ende der 1950er Jahre erbaut und eher am Ortsrand gelegen; er bildet damit nicht in gleicher Weise den Ortsmittelpunkt wie in den beiden Ausgangsorten, auch ist er nicht in ein Ensemble zumindest teilweise historischer Bauten eingebettet. Insgesamt erscheint der Hafen, auch unabhängig von der Existenz von Kuttern, weniger prägend für Dangast als für die Ausgangsorte. Dies belegt auch die qualitative Befragung, wo ein Bild des Hafens Dangast mit Krabbenkutter als eher neutral und weniger attraktiv als z. B. Bilder aus Greetsiel eingestuft wurde, u. a. mit der Bemerkung, dass keine Häuser ringsherum seien und die Szene eher wie ein „Abstellgleis“ wirke. Auch in der Gästebefragung gaben nur 3,8 % der Befragten an, dass der Hafen den Ort attraktiv mache (andere Orte zwischen 15,5 % und

64,3 %). Zudem wird die Attraktivität des Hafens weniger positiv eingeschätzt als in den drei anderen Befragungsorten – jedoch beurteilten auch in Dangast noch 83 % den Hafen als sehr attraktiv oder attraktiv (siehe Kap. 4).

So weist Dangast von Haus aus ein geringeres Potenzial auf, Hafen und Fischerei touristisch in Wert zu setzen als die Ausgangsorte. Auf der anderen Seite besitzt Dangast durch seinen Strand, das Alte Kurhaus und die Tradition als Badeort ein breiter gefächertes touristisches Angebot. Dies gilt in jedem Fall im Vergleich zu Ditzum; im Vergleich zu Greetsiel ist zu konstatieren, dass Dangast teilweise andere Themenfelder besetzt und besetzen kann, die den Ausgangsorten aufgrund ihrer natürlichen Gegebenheiten und Geschichte so nicht offen stehen.

2.3 Jemgum

2.3.1 Ort und Lage

Ort	Jemgum
Gemeinde/Stadt	Gemeinde Jemgum
Einwohnerzahl Ort	1.596 (Quelle: www.jemgum.de)
Einwohnerzahl übergeordnete Gemeinde / Stadt	3.679 (31.12.2008; Quelle: LSKN))
Lage und Erreichbarkeit Land	Jemgum liegt im deutschen Teil des Rheiderlands sowie im südlichen Ostfriesland. Es ist gut erreichbar über die A31 aus Richtung Ruhrgebiet, Rheinland und den Niederlanden sowie über die A28 und A31 aus Richtung Oldenburg (Oldenburg); nächster Bahnhof: Leer (11 km)
Lage an Gewässer	Unterlauf der Ems, oberhalb von Emssperrwerk und Dollart

2.3.2 Ortsbild und Hafen

Jemgum entstand aus einer Langwarft aus dem 8. Jahrhundert. Der Ort hat einige historische Gebäude aufzuweisen, die Website der Gemeinde nennt u. a. den Turm der Kreuzkirche, das „Alba-Haus“ von 1576, die noch funktionsfähige Galerieholländer-Windmühle von 1756, das ehemalige Waagengebäude von 1589 sowie das frühere Sielwärterhaus, das „Sielhus“. Im Ortskern herrschen traditionelle Backsteinbauten vor.

Der historische Sielhafen lag ebenfalls im Ortskern, an seinem Kopf lag ein Platz, u. a. mit Sielwärterhaus und andere historischen Gebäuden. Durch den Bau des Deiches wurde der Hafen vor den Deich verlegt und vom Ortskern abgeschnitten, im Ort wurde der frühere Hafen zu einem schmalen und heute weitgehend eingewachsenen Sieltief zurückgebaut. Der Platzcharakter und die den Hafen umgebenden Häuser sind noch vorhanden und zu erkennen und bilden noch immer eine Art Zentrum des Ortes, doch ziehen sie mangels Hafen und, nach Einschätzung des Bürgermeisters, Fischerei kaum Besucher an. Die Ziegelei auf der Westseite des alten Hafens ist geschlossen, über die Verwendung des Grundstücks ist noch nicht entschieden.

Abbildung 7: Historische Aufnahme des Sielhafens von Jemgum

Quelle: Gemeinde Jemgum

Abbildung 8: Sielhus (rechts) und Nachbargebäude am ehemaligen Hafen

Abbildung 9: Heute ist das Sieltief in diesem Bereich zurückgebaut und zugewachsen

Abbildung 10: Der Hafen von Jemgum mit Blick Richtung Deich, der den Hafen heute vom Ort abtrennt

Im neuen Hafen vor dem Deich liegen heute überwiegend Sportboote. Der für den Passagiertransport umgebaute Krabbenkutter „Heike“ mit Heimathafen Ditzum liegt in der Saison auch häufig in Jemgum und nimmt hier Fahrgäste auf.

Es gab in den letzten Jahren verschiedene Interessenten für Investitionen im Bereich des Hafens, der dadurch touristisch aufgewertet werden sollte. Bisher wurden aber keine Projekte realisiert. Auch unabhängig davon besteht im Ort das Interesse, den Hafen touristisch besser in Wert zu setzen, doch wurde das noch nicht konkretisiert.

2.3.3 Entwicklung und aktuelle Situation der Fischerei

Zu Beginn des 20. Jahrhunderts war Jemgum einer der Standorte der Fischerei an der Ems. Allerdings nutzten die Fischer vor dem Ersten Weltkrieg hier nur die nächstgelegenen Standorte im Watt und besaßen lediglich offene Ruderboote, keine seetüchtigen Fahrzeuge (vgl. Sarrazin 1987, S. 170).

Laut Brüning (1954) gab es im Jahr 1953 in Jemgum einen Krabbenkutter, eine bedeutende Kutterflotte hat dort aber nie existiert; die Fischerei bleib weitgehend auf die Ems konzentriert.

Die berufliche Flussfischerei kam 1994 zum Erliegen, heute wird sie teilweise noch auf Hobby-Ebene ausgeübt.

2.3.4 Tourismus

2.3.4.1 Natürliche Voraussetzungen und ursprüngliches Angebot

Zum natürlichen Angebot von Jemgum zählen die Lage an der Ems, der Sportboothafen, die historischen Gebäude im Ortskern sowie das Vogelschutzgebiet in der Region, in dem jährlich schätzungsweise 150.000 Gänse überwintern. Eine realistische Einschätzung, auch vonseiten der Verantwortlichen im Ort, zeigt allerdings, dass Ems, Hafen und historische Gebäude in der jetzigen Form und Darbietung nur begrenzt geeignet sind, Gäste anzuziehen. Auch Fahrten zur Beobachtung von Gänsen erfolgen eher von Ditzum als von Jemgum.

2.3.4.2 Touristische Infrastruktur/abgeleitetes Angebot

Spezielle touristische Infrastruktur und Angebote existieren in Jemgum nur wenige, zu nennen sind Gastliegeplätze im Sportboothafen, der Kutter „Heike“ und das Speiselokal im Hafen.

2.3.4.3 Profilthemen und Konzepte

Für den Ort Jemgum wurden keine präzise definierten Profilthemen entwickelt. Die Tourismuswerbung bezog sich immer auf die gesamte Gemeinde, wobei Ditzum stets besonders herausgehoben wurde.

Baden, Strand	nicht vorhanden
Familienurlaub	kaum spezielle Angebote
Wellness, Gesundheit, Kur	bisher keine Angebote, es bestehen aber Überlegungen, solche zu schaffen
Natur	Wanderungen auf dem Deich, Beobachtung von Gänsen
maritimes Erlebnis allgemein	weniger ein Thema
Radfahren	wichtiger Themenbereich, Jemgum liegt an der internationalen Dollard-Route
Wassersport, Segeln, Wattwandern	Ein Angebot besteht durch den Sportboothafen mit Gastliegeplätzen und besonderen Veranstaltungen
Sonstiger Sport	Verschiedene Läufe ziehen Teilnehmer aus der Region an, ebenso Boßeltouren auf dem Deich

2.3.4.4 Touristische Angebote im Zusammenhang mit der Fischerei und dem Hafen

Hier ist erneut der Traditionskutter „Heike“ zu nennen, der oft in Jemgum liegt.

2.3.4.5 Entwicklung des Tourismus

Historisch gesehen hat sich der Tourismus in Ostfriesland zuerst auf den Inseln, dann an der Küste entwickelt. Im Binnenland, zu dem auch Jemgum trotz seiner Lage an der Ems zu zählen ist, konnte erst in einer dritten Welle der Tourismus in gewissem Umfang entwickelt werden. Etwa seit den 1960er Jahren haben sich die Verantwortlichen der Region Gedanken zur Entwicklung des Tourismus gemacht, seit den 1980er Jahren gibt es Vereine und Organisationen zur Förderung des Tourismus. Insgesamt ist dieser aber immer auf verhältnismäßig geringem Niveau geblieben.

2.3.4.6 Tourismusstatistik

Der Verkehrsverein Ems-Dollart e. V. erhebt bei seinen Mitgliedern – im Ort Jemgum sind dies 17, in der Gemeinde 88 – die Zahl der Gästeübernachtungen. Es wird allerdings vermutet, dass manche Vermieter keine vollständigen Angaben machen; die tatsächliche Zahl der Übernachtungen könnte damit höher liegen. Die Daten werden nach den Orten der Gemeinde Jemgum aufgeschlüsselt. Die Zahlen liegen deutlich höher als jene der offiziellen Statistik für Beherbergungsbetriebe mit mehr als 8 Betten, welche in der Gemeinde Jemgum 2008 nur 3 Betriebe mit 147 Betten abdeckte, da der Großteil der Übernachtungen bei Privatvermietern und in sonstigen kleineren Beherbergungsbetrieben stattfindet.

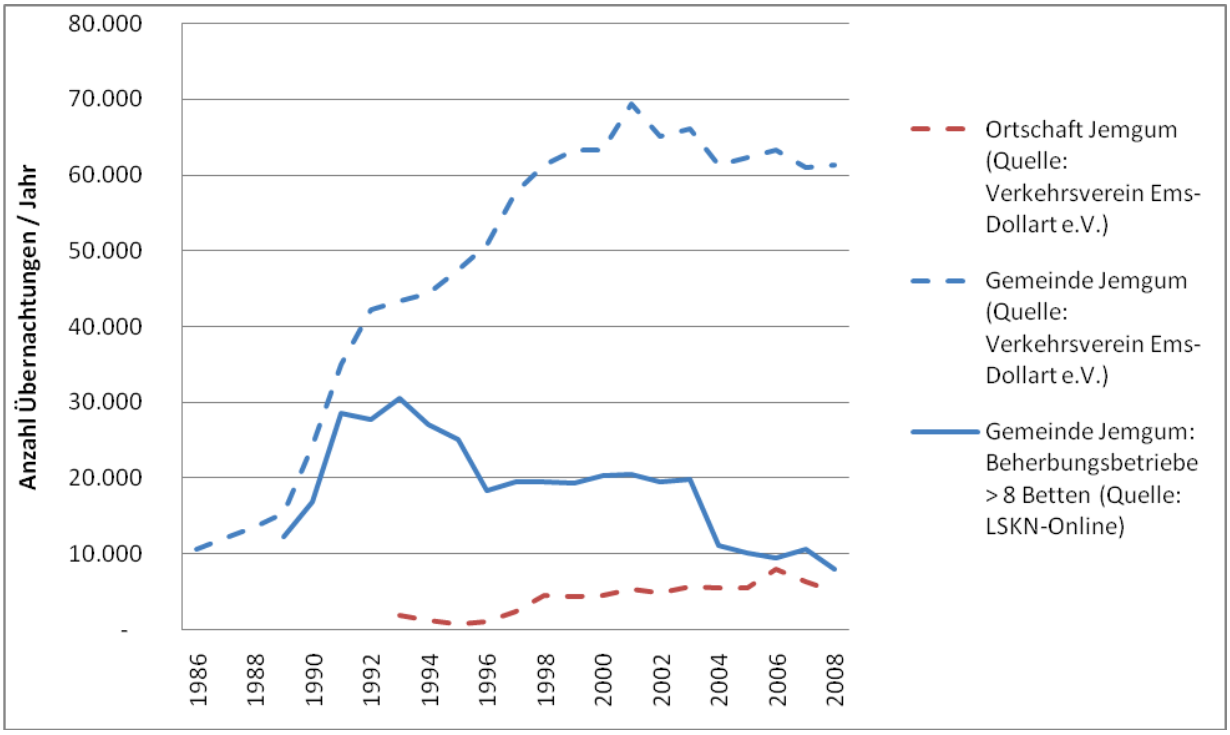


Abbildung 11: Entwicklung der Gästeübernachtungen im Ort und in der Gemeinde Jemgum, 1986–2008

Quelle: Verkehrsverein Ems-Dollart e. V.; LSKN

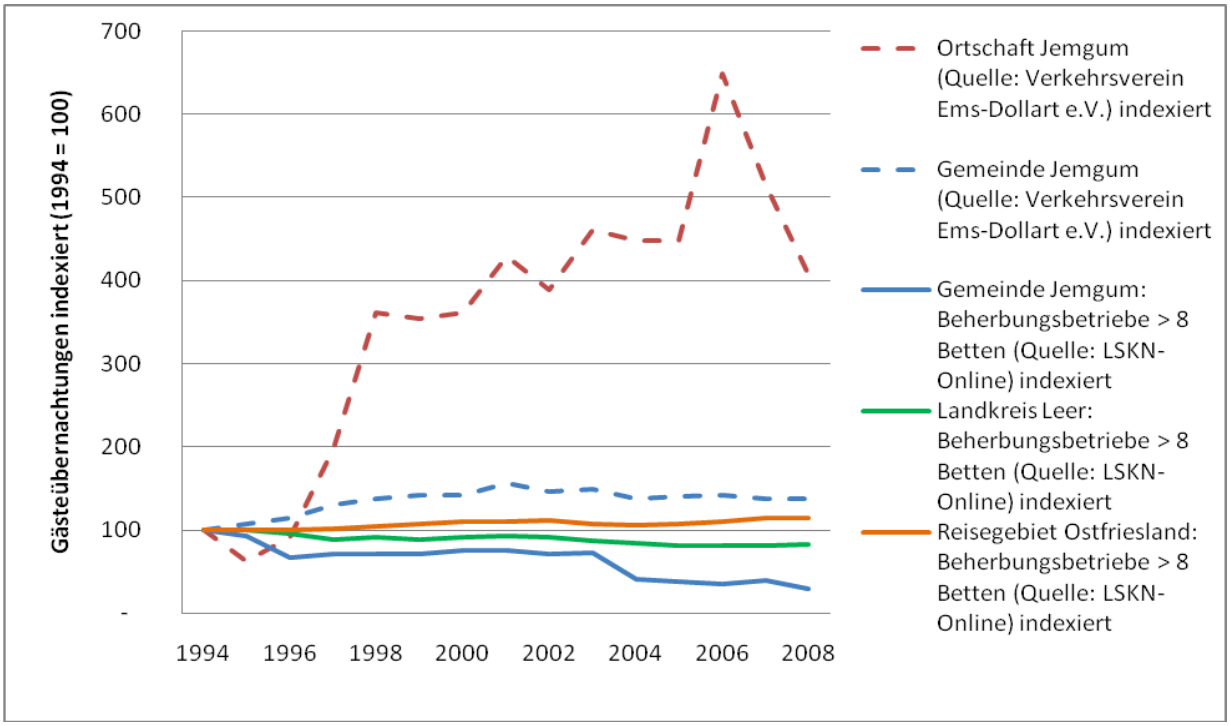


Abbildung 12: Entwicklung der Gästeübernachtungen im Ort Jemgum und in übergeordneten Gebieten, indexiert, 1994 = 100

Quellen: LSKN, Verkehrsverein Ems-Dollart e. V.

Wie die Statistik zeigt, haben die Übernachtungen in Jemgum seit 1994 deutlich zugenommen; in den letzten Jahren betrugen sie das vier- bis sechsfache des Ausgangswertes. Diese Veränderung fand aber auf vergleichsweise niedrigem Niveau statt: Mit 5.039 Übernachtungen entfielen 2008 nur 8 % der Übernachtungen der Gemeinde Jemgum auf den Namensgebenden Ort, gegenüber 41.876 Übernachtungen (68 %) in Ditzum und 6.837 (11 %) in dessen Nachbarort Pogum. Mit 3,2 Gästeübernachtungen je Einwohner in 2008 war die Tourismusintensität im Ort Jemgum gering.

Für die Gemeinde Jemgum ergibt sich in der längerfristigen Betrachtung eine deutliche Steigerung der Übernachtungszahlen bis zum Jahr 2001, seitdem ein leicht rückläufiger Trend. Die Zahl von nur 10.600 Gästeübernachtungen in der Gemeinde im Jahr 1986 belegt erneut, dass der Tourismus sich in dieser Region erst in den 1980er Jahren in nennenswertem Umfang entwickelte.

2.3.4.7 Zusammensetzung der Gäste und Saisonalität

Übernachtungsgäste

regionale Herkunft	• es wird vermutet, dass NRW vorwiegendes Herkunfts-Bundesland der Gäste ist, Zahlen für den Ort Jemgum liegen nicht vor
Alterszusammensetzung	• den Schwerpunkt unter den Gästen bildet die Gruppe 50+, Familien mit Kindern sind unterrepräsentiert

Die zum Wassersportverein „Luv-up“ Jemgum gehörende Speisegaststätte im Park neben dem Hafen gilt als Anziehungspunkt für Besucher aus der weiteren Umgebung. Auch verschiedene Veranstaltungen ziehen Gäste aus der Umgebung an. Ansonsten ist ein gezielter Tagestourismus in den Ort Jemgum kaum zu finden, allerdings machen Tagestouristen der Region auch Halt in Jemgum.

2.3.4.8 Wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus

Im Ort Jemgum ist der Tourismus wirtschaftlich von eher untergeordneter Bedeutung, genaue Zahlen liegen nicht vor.

2.3.5 Verhältnis von Fischerei und Tourismus

2.3.5.1 Bedeutung der Fischerei für den Tourismus in Jemgum

Die in Jemgum verbliebene Flussfischerei auf Hobby-Niveau ist für Touristen kaum wahrzunehmen, eine berufsmäßige Fischerei ist nicht vorhanden. Die häufige Anwesenheit des Traditionskutters „Heike“ wird im touristischen Informationsmaterial des Ortes erwähnt und dürfte sich positiv auf den Tourismus auswirken, allerdings auf insgesamt niedrigem Niveau.

Ob der Ort Jemgum davon profitiert, dass die Gemeinde Werbung mit den Fischkuttern in Ditzum macht, oder ob im Gegenteil Ditzum aus diesem Grunde für den Ort Jemgum eine besondere Konkurrenz im Wettbewerb um Besucher darstellt, konnte hier nicht untersucht werden. Anhaltspunkte, dass einer der beiden möglichen Effekte tatsächlich in bedeutender Weise wirksam würde, wurden nicht gefunden.

2.3.5.2 Zusammenfassender Vergleich mit Ditzum und Greetsiel

Jemgum ist in erster Linie mit Ditzum vergleichbar, mit dem es zur selben Gemeinde gehört und von dem es nur knapp 10 km entfernt liegt. Beide Orte hatten früher einen von der Lage im Ort her vergleichbaren Hafen, Ditzum hatte stets die bedeutendere und stärker auf die Seefischerei orientierte Kutterflotte. Dass heute rund achtmal mehr Übernachtungen auf Ditzum bzw. fast zehnmal mehr Übernachtungen auf Ditzum und Pogum zusammen entfallen als auf den Ort Jemgum, wird von den Verantwortlichen im Ort auf das Abschneiden des Hafens vom Dorf durch den Deich sowie die Abwesenheit von Kuttern zurückgeführt. Gerade der Vergleich zwischen Ditzum und Jemgum lässt die Verantwortlichen Schlimmstes für den Fall des Abzugs der Kutter aus Ditzum befürchten.

Tatsächlich konnten außer den beiden Faktoren Hafen und Fischerei keine weiteren bedeutenden Faktoren identifiziert werden, die den deutlichen Unterschied im Tourismus zwischen Jemgum und Ditzum erklären würden. Dieser Vergleich unterstützt damit die Einschätzung, dass die Fischerei und der Hafen samt dessen Einbettung in den Ort bzw. das Ortsbild eine bedeutende Attraktion für einen Ort darstellen können, wenn diese Faktoren in günstiger Weise zusammentreffen. Eine Zuordnung der Anziehungskraft zu einem der beiden Faktoren, Fischerei oder Hafen, ist aus diesem Vergleich nicht möglich.

Eine Rolle mag natürlich auch die auf Ditzum konzentrierte Werbung der Gemeinde Jemgum spielen, aber hier zeigt die Erfahrung, dass Tourismuswerbung ohne ein entsprechendes Potenzial kaum dauerhaft erfolgreich sein kann: In Ditzum wurde der Tourismus seit den 1980er Jahren erfolgreich ausgebaut und damit bewiesen, dass hier das Potenzial existierte. Für Jemgum haben die örtlichen Verantwortlichen kein Potenzial in vergleichbarer Größenordnung gesehen; es gibt wenig Grund, diese Einschätzung anzuzweifeln.

2.4 Neuhaus (Oste)

2.4.1 Ort und Lage

Ort	Neuhaus (Oste), Flecken
Gemeinde/Stadt	Am Dobrock
Einwohnerzahl Ort	1.186 (31.12.2008; Quelle: LSKN)
Einwohnerzahl übergeordnete Gemeinde	12.047 (31.12.2008; Quelle: LSKN)
Lage und Erreichbarkeit Land	über B73, L111 gut zu erreichen, zur A27 bei Cuxhaven ca. 25 km; nächster Bahnhof Cadenberge (ca. 6 km)
Lage an Gewässer	Oste (Nebenfluss der Elbe)

2.4.2 Ortsbild und Hafen

Der Tourismus Ostemündung e. V. stellt den Ort wie folgt dar: „Der Flecken Neuhaus (Oste) hat einen reizenden, historischen Ortskern. Die dichte Bebauung der restaurierten Deichstraße mit schmucken Häusern auf und unter dem Deich, der Schleusenplatz, der Historischer Kornspeicher mit dem Heimatmuseum, die Kopfstein gepflasterte Poststraße, strahlen Ruhe und Gemütlichkeit aus. Einen besonderen maritimen Charme des staatl. anerkannten Erholungsortes erleben Sie am alten Hafen, der mitten im Ort gelegen ist“ (http://www.neuhaus-tourismus.de/).

Tatsächlich prägen einige historische Bauten das Ortsbild, neben dem Kornspeicher vor allem die Emmauskirche, eine 1729 geweihte Backsteinbarockkirche.

Prägend für den Ort ist auch der alte Hafen am Ortsrand. Dieser ist, wie der gesamte historische Ortskern, in den Jahren 2004 bis 2006 grundlegend saniert und neu gestaltet worden. Der Hafen liegt an der Aue, etwas abseits der Oste und ist sehr stark gezeitenabhängig.

Abbildung 13: Historische Aufnahme des Hafens von Neuhaus (Oste) mit zwei Krabbenkuttern

Quelle: Tourismus Ostemündung e. V.

Abbildung 14: Der Hafen von Neuhaus (Oste) heute

Foto: Tourismus Ostemündung e. V./Frau Wentzel

Abbildung 15: Der Hafen liegt am Ortsrand, reicht aber direkt an die historische Bebauung

Abbildung 16: Die Krabbenfischerei wird noch als Hobby betrieben

Der Hafen war ursprünglich vor allem ein Frachthafen. Vom 16. bis ins 19. Jahrhundert bestand seine besondere Bedeutung darin, dass in Neuhaus eine Zollstation war und alle Schiffe den Hafen anlaufen mussten.

Im Hafen befindet sich eine kleine Werft, in der auch Arbeiten an Fischereifahrzeugen vorgenommen werden. Der Hafen wird auch öfter von Traditionsseglern und Plattbodenschiffen aufgesucht.

Im Zuge der Modernisierung wurde im Hafen ein Wohnmobilstellplatz errichtet, der gut angenommen wird. Bei den Befragungen in Neuhaus wurde allerdings auch berichtet, dass nach Ansicht einiger Bürger die Wohnmobilie das Hafenbild zu stark prägen und dadurch seinen traditionellen und beschaulichen Charakter gefährden.

Gemäß den Befragungen ist der Hafen einer der beiden „sozialen Mittelpunkte“ des Ortes, der andere ist der Platz bei der Kirche, der eher in der Mitte des historischen Ortskerns liegt.

Neben dem alten Hafen besitzt Neuhaus noch einen modernen Yachthafen an der Oste, der weitgehend gezeitenunabhängig ist.

2.4.3 Entwicklung und aktuelle Situation der Fischerei

Gemäß den Erläuterungen eines Hamenfischers aus dem Nachbarort Gewersdorf war die Fischerei in Neuhaus im letzten Jahrhundert stark zur Seefischerei hin orientiert, es gab aber immer auch Flussfischer. Ein besonders wichtiger Standort der Krabbenfischerei war Neuhaus nie, nach Schätzungen des Fischers könnten aber bis zu vier oder fünf Kutter dort beheimatet gewesen sein. Nolte (1976) vermerkt 2 Krabbenkutter für das Jahr 1973. Im Flottenregister ist bis 1993 noch ein Krabbenkutter mit Neuhauser Kennzeichen (NEU319) vermerkt; dieser Kutter ging anschließend nach Cuxhaven, wurde aber zwei Jahre später außer Dienst gestellt.

Auch heute sind in Neuhaus noch aktive Krabbenfischer ansässig, bis vor Kurzem zwei, derzeit einer. Der Kutter dieses Fischers hat allerdings ein Cuxhavener Fischereikennzeichen, wo er auch liegt. Gründe für die Abwanderung der Fischer nach Cuxhaven sind die von Neuhaus aus langen Anfahrten zu den Fangplätzen und die starke Tidenabhängigkeit des Hafens von Neuhaus. Nur zu besonderen Anlässen sind die örtlichen Fischer in den letzten Jahren noch gelegentlich in den Hafen von Neuhaus gekommen.

Im Hafen liegen allerdings noch kleinere Fahrzeuge, mit denen die Krabbenfischerei auf heimatnahen Fangplätzen, vor allem in der Ostemündung und auf der Elbe, als Hobby ausgeübt wird, ebenso Boote von Reusenfischern.

2.4.4 Tourismus

2.4.4.1 Natürliche Voraussetzungen und ursprüngliches Angebot

In und um Neuhaus befindet sich ein Netz verschiedener natürlicher und künstlicher Gewässer, darunter die Oste, die Aue, der Neuhaus-Bülkauer Kanal und der Ostesee. Letzterer ist eigentlich ein Altarm der Oste, der dadurch entstand, dass der Fluss im Zuge des Baus des Ostesperrwerks verlegt wurde. Die Gewässer sind zum Angeln und für den Bootstourismus geeignet.

Im Ort gibt es zudem einen Park mit Waldcharakter.

Auch in der Umgebung außerhalb des Ortes bestehen einige touristische Anziehungspunkte wie das Natureum Niederelbe in Balje, das Ostesperrwerk oder Osten-Hemmoor.

2.4.4.2 Touristische Infrastruktur/abgeleitetes Angebot

Zur touristischen Infrastruktur von Neuhaus (Oste) gehören die privat betriebene Wasserskianlage am Ostesee, der Yachthafen und der historische Kornspeicher, in welchem der „Tourismus Ostemündung e. V.“ ein Informationsbüro unterhält. Dort können auch Ortsführungen gebucht werden.

2.4.4.3 Profilthemen und Konzepte

Baden, Strand	Bademöglichkeit am Ostesee (auf eigene Gefahr)
Familienurlaub	am Ostesee, sonst weniger
Wellness, Gesundheit, Kur	nur kleinere Angebote im Rahmen von Privatquartieren o. Ä.
Natur	Natur und Idylle werden als vorherrschende Themen gesehen, die Gäste in Neuhaus suchen; die Wingst, ein bewaldeter Höhenzug, zieht Besucher an, ebenso kommen Naturfreunde zum Beobachten von Vögeln
maritimes Erlebnis allgemein	„maritimer Charme“ wird in der Eigenwerbung thematisiert (siehe Zitat unter Ortsbild), verbunden auch mit dem alten Hafen und dem Yachthafen; der alte Hafen wird als ganz zentraler touristischer Anziehungspunkt des Ortes eingeschätzt
Radfahren	Neuhaus liegt an den Fernradwegen Elberadweg, „Deutschen Fährstraße“ und „Vom Teufelsmoor zum Wattenmeer“, dem Cuxland-Rundweg „Rund um Otterndorf“ und dem lokalen Strampelpfad „Entlang der Oste“ (vgl. Tourismuskonzept Am Dobrock)
Wassersport, Segeln	ist besonders durch den Yachthafen ein Anziehungspunkt, etwa für Segler aus Hamburg. Ein Bootsverleih existiert nicht mehr, die Möglichkeit des Wasserwanderns soll in Zukunft ausgebaut werden

Sonstiger Sport	früher stand das Angeln an den verschiedenen Gewässern um Neuhaus sehr im Mittelpunkt des Tourismus, heute weniger.

Neuhaus ist staatlich anerkannter Erholungsort und Erholung wird auch als ein zentrales Thema gesehen, das die Gäste im Ort suchen.

Nach Einschätzung der Gesprächspartner profitiert Neuhaus auch davon, dass der Urlaub hier günstiger ist als in Cuxhaven oder Otterndorf.

Ein Tourismuskonzept der Samtgemeinde Am Dobrock aus dem Mai 2008 geht ausführlich auf Neuhaus (Oste) ein, das zudem auch im Tourismuskonzept 2007–2013 des Landkreises Cuxhaven Berücksichtigung findet. Vorgesehen für Neuhaus sind in diesen Konzepten u. a. eine Verbesserung der Gastronomie und des Wassertourismus.

2.4.4.4 Touristische Angebote im Zusammenhang mit der Fischerei und dem Hafen

Im alten Hafen von Neuhaus findet alljährlich im August ein Hafenfest (mit Pappbootrennen) statt. Zum Hafenfest werden auch stets die in Cuxhaven stationierten Krabbenkutter von Neuhauser Fischern eingeladen, doch angesichts der umständlichen Anfahrt kommen diese nicht immer. Die Fischerei ist bei diesen Festen aber dennoch vertreten, etwa durch einen örtlichen Reusenfischer, der geräucherte Aale verkauft.

Abbildung 17: Die Samtgemeinde Am Dobrock wirbt auf ihrer Website mit Bildern vom Hafen Neuhaus (Oste), u. a. mit dem Bild eines Krabbenkutters im Hafen

Quelle: http://www.am-dobrock.de/

2.4.4.5 Entwicklung des Tourismus

In Neuhaus haben schon immer Durchreisende an der B73 übernachtet. Zudem soll eine Ende des 19. Jahrhunderts gebaute Festhalle – die heute nicht mehr existiert – früher Besucher bis aus Hamburg angezogen haben.

Ein Urlaubstourismus entwickelte sich etwa in den 1970er Jahren, blieb aber immer auf geringem Niveau.

2.4.4.6 Tourismusstatistik

Laut Tourismuskonzept der Samtgemeinde am Dobrock gibt es in Neuhaus 13 Ferienwohnungen/Häuser sowie ein Ferienhausgebiet mit 118 Blockhäusern, zwei Gasthöfe/Hotels und den Wohnmobilstellplatz am Hafen. Laut offizieller Beherbergungsstatistik gibt es nur zwei Beherbergungsbetriebe mit mehr als acht Betten (daher werden aus Datenschutzgründen keine Übernachtungszahlen veröffentlicht); bis 1997 waren es drei (rund 2.000 Übernachtungen im Schnitt der Jahre 1994–96).

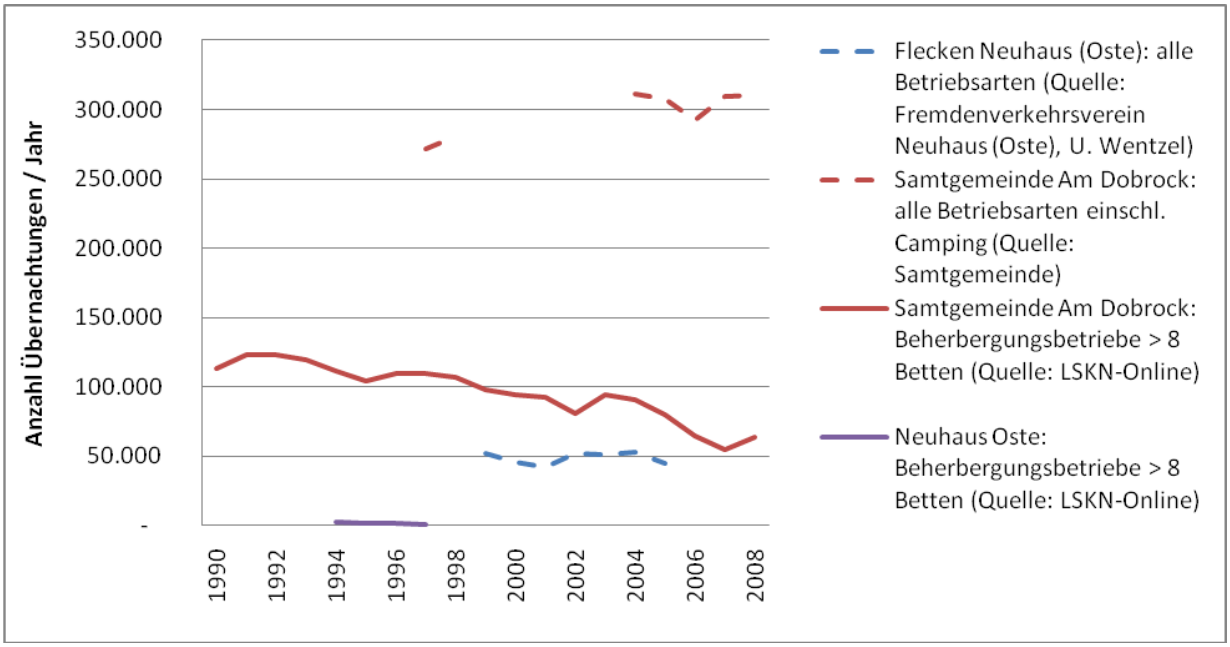


Abbildung 18: Entwicklung der Gästeübernachtungen in Neuhaus (Oste) und in übergeordneten Gebieten 1990–2008

Quellen: LSKN, Samtgemeinde Am Dobrock, Fremdenverkehrsverein Neuhaus Oste

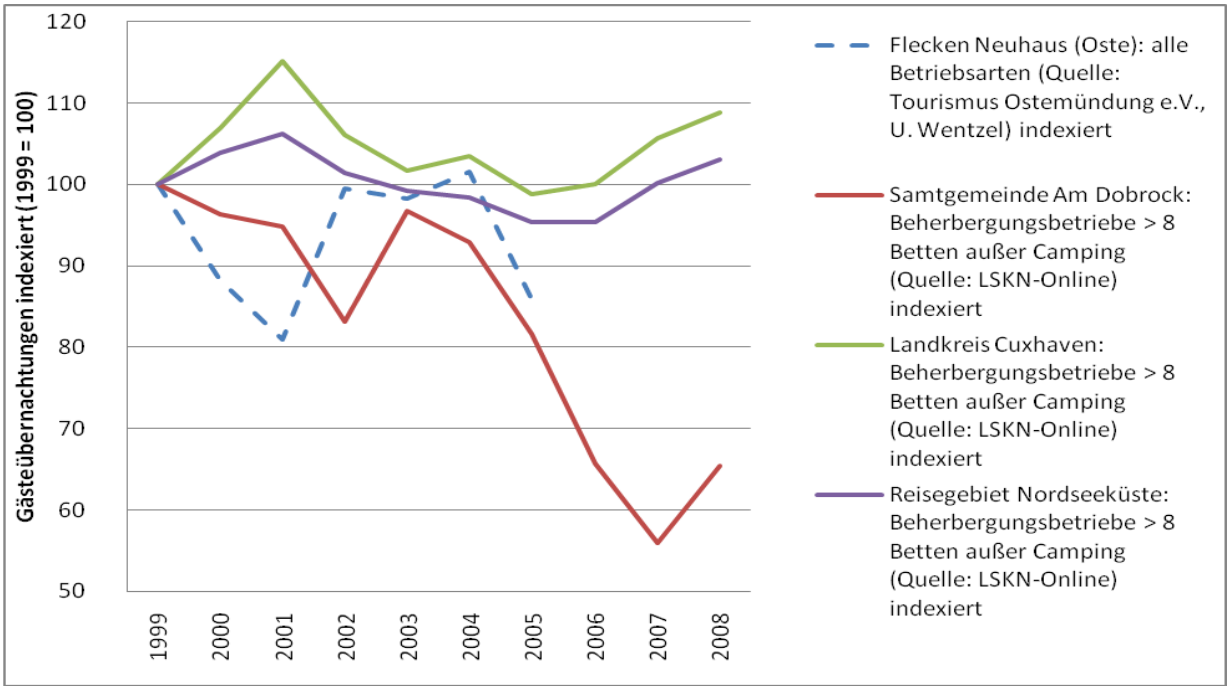


Abbildung 19: Entwicklung der Gästeübernachtungen in Neuhaus und in übergeordneten Gebieten, indexiert, 1999 = 100

Quellen: LSKN, Fremdenverkehrsverein Neuhaus (Oste)

Die Zahlen zu Neuhaus sind sehr lückenhaft, sodass sich kaum eine gesicherte Tendenz ablesen lässt. Auffällig ist auch hier die Diskrepanz zwischen den Zahlen der offiziellen Tourismusstatistik (> 8 Betten) von rund 2.000 und den eigenen Erhebungen, die auf rund 50.000 Gästeübernachtungen kamen. Dies zeigt die Kleinstrukturiertheit des Angebots, wo vor allem kleine Pensionen und Privatquartiere vorherrschen. Diese Diskrepanz scheint sich auf Ebene der Samtgemeinde Am Dobrock eher zu verschärfen: Während die offizielle Statistik einen negativen Trend bei den Übernachtungen zeigt, deuten die Zahlen der Gemeinde auf eine Aufwärtsbewegung. In den letzten Jahren wurden die Zahlen nicht mehr nach Mitgliedsgemeinden aufgeschlüsselt, die Einschätzungen am Ort deuten aber darauf hin, dass es keine großen Bewegungen bei der Zahl der Übernachtungen gibt.

Die Zahlen des Tourismus Ostemündung e. V. für frühere Jahre lassen für Neuhaus auf eine Tourismusintensität von rund 42 Übernachtungen pro Einwohner schließen, einem mittleren Wert unter den hier untersuchten Orten.

2.4.4.7 Zusammensetzung der Gäste und Saisonalität

Übernachtungsgäste

regionale Herkunft	vor allem NRW, auch Niedersachsen, Berlin, Hessen und Bayern nennenswert vertreten
Alterszusammensetzung	eher älteres Publikum, etwa 45+; im Ferienpark am Ostesee sind auch Familien mit Kindern häufiger zu Gast
Sonstiges	in den letzten Jahren hat sich ein Tourismus von Gästen entwickelt, die einmal im Ort übernachten, z. B. Radfahrer

Tagesgäste kommen oft vom Urlaubsort nach Neuhaus, etwa aus Cuxhaven oder Otterndorf.

2.4.4.8 Wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus

Von den Befragten wird der Tourismus als wirtschaftlich sehr wichtig für den Ort angesehen, dies auch vor dem Hintergrund, dass Neuhaus den früheren Status als Amtssitz verloren hat und dadurch Arbeitsplätze verloren gingen.

2.4.5 Verhältnis von Fischerei und Tourismus

2.4.5.1 Bedeutung der Fischerei für den Tourismus in Neuhaus

Krabbenkutter werden wie erwähnt zum Hafenfest eingeladen, Bilder davon in der Tourismuswerbung eingesetzt; allerdings gelingt es nicht einmal jedes Jahr, die Kutter zum Hafenfest in den Ort zu bringen. Tatsächlich zu sehen ist im Hafen eine kleine Zahl von Fischerbooten, die als Hobby oder im Nebenerwerb die Fischerei auf Oste und Elbe ausüben, zwei bis drei von ihnen auch die Krabbenfischerei. Soweit bekannt kaufen Touristen diesen Krabbenfischern gerne ihre Fänge direkt vom Boot ab. So stellt auch die Hobby-Krabbenfischerei eine gewisse Attraktion für den Tourismus dar, ob dieser Effekt mit dem von hauptberuflichen Krabbenfischern und ihren Kutten zu vergleichen ist, kann bezweifelt werden.

Insgesamt betonten die Vertreterinnen des Tourismusvereins, dass sie eine aktive Krabbenfischerei in ihrem Hafen als Attraktion für den Tourismus sehen würden, dass diese aber realistischerweise nicht wieder in den Hafen kommen wird und dass sie aktuell keine besondere Wirkung der begrenzten fischereilichen Aktivitäten am Ort auf den Tourismus sähen.

2.4.5.2 Zusammenfassender Vergleich mit Ditzum und Greetsiel

Neuhaus (Oste) ist primär mit Ditzum zu vergleichen, insbesondere aufgrund seiner Lage am Fluss-Unterlauf. Auch hier haben sich die Fischer zum Teil für die Seefischerei entschieden. Da diese ihre Fanggebiete immer weiter heraus in der Nordsee suchten (zumal die Fanggebiete in den Flussmündungen an Ertragskraft verloren), haben die Fischer von Neuhaus jedoch ihre Kutter nach Cuxhaven verlegt. Ein gravierender, zusätzlicher Grund dafür war die Verschlickung der Hafenzufahrt, die von den Befragten vor allem auf wasserbauliche Maßnahmen zurückgeführt wurde.

Der alte Hafen wird in Neuhaus noch immer als zentraler Attraktionspunkt gesehen, an dem die touristische Vermarktbarkeit des Ortes hängt. Der Vergleich zeigt also mit Sicherheit, dass sich ein Hafen auch ohne Fischerei touristisch in Wert zu setzen lässt, dass also mit Abzug der Fischerei der Tourismus wohl kaum vollständig zusammenbricht. Allerdings zeigt sich in Neuhaus auch, dass sich nicht so einfach Mittel und Wege finden lassen, wie man den Hafen für den Tourismus nutzt. Ohne Fischerei fehlt ein naheliegendes und effektives Mittel dazu. Die Nutzung des Hafens als Wohnmobilstellplatz ist im Ort nicht unumstritten – nicht umsonst hat Ditzum seine Wohnmobile an den Ortsrand verbannt, kann es doch so seine „Hafenidylle“ mit aktiver Fischerei besser vermarkten.

Neuhaus kommt nach eigener Zählung in den Jahren 1999 bis 2005 auf Übernachtungszahlen zwischen 42.000 und 53.000, Ditzum zählte im selben Zeitraum zwischen 61.000 und 69.000 Übernachtungen, hat aber mit 670 kaum mehr als die Hälfte der Einwohner von Neuhaus (1.186). Die Untersuchungen legen nahe, dass die Fischerei und die Selbstdarstellung als Fischerdorf zu den Gründen gehören, die zu einem besseren Abschneiden Ditzums im Tourismus geführt haben. Allerdings gibt es auch einige strukturelle Unterschiede zwischen beiden Orten, etwa die größere Nähe Ditzums zum Quellmarkt Ruhrgebiet, andererseits die Nähe von Neuhaus zu wichtigen Urlaubsgebieten an der Nordsee. Welches Gewicht die Fischerei innerhalb der verschiedenen Faktoren hat, lässt sich durch die qualitative Untersuchungsmethode nicht bestimmen.

2.5 Oldersum

2.5.1 Ort und Lage

Ort	Oldersum
Gemeinde/Stadt	Gemeinde Moormerland
Einwohnerzahl Ort	1.565 (31.12.2007; Quelle: Luft (2008))
Einwohnerzahl übergeordnete Gemeinde / Stadt	22.500 (31.12.2008; Quelle: LSKN)
Lage und Erreichbarkeit Land	Oldersum ist über die A31 zu erreichen, die Anschlussstelle liegt etwa 4 km vom Ort entfernt; nächstgelegene Bahnhöfe sind Emden und Leer, jeweils in rund 20 km Entfernung
Lage an Gewässer	Oldersum liegt an der Ems. Durch den Ems-Seitenkanal und das Oldersumer Sieltief, die beide durch den Ort verlaufen, ist Oldersum mit der Ems verbunden, im Falle des Ems-Seitenkanals tidenunabhängig durch eine Schleuse.

2.5.2 Ortsbild und Hafen

Oldersum wurde auf eine Langwarft im Überschwemmungsgebiet der Ems errichtet. Der Ort wurde 1381 erstmals urkundlich erwähnt, seine Anfänge dürften aber wesentlich weiter zurückreichen. Zur Zeit der ersten Erwähnung soll der Ort zwei Burgen gehabt haben, von denen eine nach einer Zerstörung wieder aufgebaut wurde; 1954 wurden die letzten Gebäudeteile davon abgerissen. Eine Kirche fiel 1916 den Flammen zum Opfer, eine Windmühle wurde 1971 abgerissen. Ebenfalls abgerissen wurden in den 1970er Jahren eine große Anzahl alter Wohn- und Geschäftshäuser im Zuge des Straßenausbaus (vgl. Euhausen o.J. a und b). Dies „führte zum Verlust von einstmals kulturhistorisch bedeutender, siedlungstypischer Bausubstanz und wertvollen Baudenkmälern“ (Euhausen o.J. a), „nahezu alle wichtigen Bauzeugnisse aus der wechselvollen Geschichte Oldersums wurden im vergangenen Jahrhundert zerstört“ (Wikipedia). Ausnahmen bilden die „Alte Waage“, eines der letzten ostfriesischen Waagengebäude, und das „Hafenviertel“ (s. u.) mit alten Bürgerhäusern, Resten einer Maschinenfabrik und die verbliebenen Gebäude einer Seilerei, wo ein Museum Seilerbahn (Reepschlägerbahn) aufgebaut werden soll. Auch das Schöpfwerk gilt aufgrund seiner Größe als besonderes Bauwerk.

Die Ortsmitte ist von der Abzweigung der Landesstraße 1 von der Landesstraße 2 gekennzeichnet.

So stellt sich das Ortsbild von Oldersum heute eher als von den 1970er Jahren denn von der früheren Geschichte geprägt dar und dürfte insgesamt auf Touristen keine besondere Anziehungskraft entfalten. Dennoch existieren einige Stellen gerade im Umfeld der verschiedenen Gewässer und der Häfen, die durchaus positive Eindrücke bei den Besuchern hinterlassen können.

Oldersum besitzt zwei Häfen, einen innerörtlichen und einen Hafen vor dem Deich an der Schleuse des Ems-Seitenkanals. Der innerörtliche Hafen besteht aus einer Verbreiterung des Sieltiefs, wobei der vom Sieltor und der Ems aus gesehene erste Hafenabschnitt wenig

auffällig und von Grünland umgeben ist. Er findet seine Fortsetzung im verbreiterten Sieltief innerhalb des Ortes, mit der Schiffswerft Diedrich auf der südwestlichen Seite. In dieser Werft werden größere Fährschiffe gebaut und überholt, aber auch traditionelle Segelschiffe. Wenngleich dadurch einiges „Leben“ in den Hafen gebracht wird, vermittelt sich hier eher der Eindruck eines industriellen Betriebs. Ein Bild der Werft wurde bei der qualitativen Befragung mit „Lärm und Arbeit“ in Verbindung gebracht und als nicht besonders attraktiv eingestuft (s. u.).

Auf der gegenüberliegenden, nordöstlichen Seite des Tiefs an der Hafenstraße existieren Häuser und Anlegemöglichkeiten für Boote. Dieses Viertel, „Hafenviertel“ genannt, vermittelt durch seine alten Backsteingebäude zumindest in Teilen einen regionaltypischen Eindruck. Hier ist eine Teestube angesiedelt sowie ein Hotel mit Biergarten am Wasser, beide sind jedoch zurzeit geschlossen, auch andere Häuser in der Hafenstraße stehen leer.

Die Gespräche in der Gemeinde Moormerland ergaben, dass die Verantwortlichen sich der Situation durchaus bewusst sind und konkrete Pläne zur besseren touristischen Erschließung des Hafens entwickeln, bei denen auch die Hafenstraße eine zentrale Rolle spielt.

Abbildung 20: Das verbreiterte Sieltief in Oldersum

Abbildung 21: Blick auf das Sieltief, auf der linken Seite die Werft, rechts die Hafenstraße

Abbildung 22: Schiffswerft Diedrich

Abbildung 23: Der Yachthafen von Oldersum

Traditionell war der Hafen wohl vor allem ein Fracht- und Werfthafen. Über diesen Hafen verfrachteten Reeder aus der Fehn- (Torf-)Landschaft des Hinterlandes Waren im Seeverkehr z. B. nach England.

Der Yachthafen von Oldersum liegt vor der Schleuse am Ems-Seitenkanal. Er liegt etwas am Ortsrand, von Deich und Grünland umgeben, ist also nicht ins Ortszentrum eingebettet. Hinter der Schleuse bestehen weitere Anlegemöglichkeiten für Boote im Ems-Seitenkanal.

2.5.3 Entwicklung und aktuelle Situation der Fischerei

Oldersum gehörte mit Ditzum und Terborg zu den drei Orten an der Ems, die Ende des 19. Jahrhunderts ihre Fischerei teilweise auf die Seefischerei umstellten, während gleichzeitig aber die traditionelle Flussfischerei in der Ems weiter beibehalten wurde (vgl. Sarrazin 1987, S. 170ff). Anfang des 20. Jahrhunderts sollen hier 17 Heringsfischer beheimatet gewesen sein. Die Gründung einer Heringsfischerei AG scheiterte 1907 aber an Kapitalmangel (Euhausen o.J. a).

1920 hat es in Oldersum fünf motorisierte Fischereifahrzeuge und ein unmotorisiertes gegeben (Sarrazin, S. 206), für 1953 sind drei Krabbenkutter verzeichnet (Brüning, S. 173), Nolte (1976) nennt einen Kutterbetrieb für 1973. Im Flottenregister der EU, das Daten ab 1990 enthält, sind keine Fischereifahrzeuge für Oldersum mehr verzeichnet.

Wie in vielen Nachbarorten ist hier also die Fischerei zum Erliegen gekommen, mit Ausnahme von wenigen Hobbyfischern. Ein spezieller Grund konnte für diesen Fall nicht ausgemacht werden.

2.5.4 Tourismus

2.5.4.1 Natürliche Voraussetzungen und ursprüngliches Angebot

Zum ursprünglichen Angebot von Oldersum zählen vor allem die Fehnlandschaft als Kulturlandschaft, die Wasserstraßen und die Ems mit den Emsauen. Touristischer Anziehungspunkt in der Nachbarschaft ist das Emssperrwerk. Wichtiger Teil des ursprünglichen Angebots ist der Hafen.

2.5.4.2 Touristische Infrastruktur/abgeleitetes Angebot

Die wichtigste touristische Infrastruktur ist der Yachthafen. Für den Ort selber ist dieses aber wohl auch das einzige erwähnenswerte Angebot.

2.5.4.3 Profilthemen und Konzepte

Baden, Strand	Baden ist am Baggersee im Nachbarort Neermoor möglich
Familienurlaub	derzeit nur begrenzt Thema, soll ausgebaut werden
Wellness, Gesundheit, Kur	wird nur von einzelnen Anbietern verfolgt
Natur	die Kulturlandschaft der Fehngebiete und ihrer Wasserstraßen bildet einen Mittelpunkt der Selbstdarstellung; insgesamt liegt der konzeptionelle Schwerpunkt auf Wasser; „Am Wasser, im Wasser, auf dem Wasser. Moormerland ist Wasserland“ textet das Urlaubsmagazin der Tourist-Information Moormerland

maritimes Erlebnis allgemein	der maritime Charakter mit Hafen und Werft wird betont
Radfahren	Radfahren ist ein wichtiges Thema für Oldersum; der Ort liegt an bzw. in der Nähe von verschiedenen Fahrradrouten. Es ist vorgesehen, den Fahrradtourismus im Rahmen eines integrierten ländlichen Entwicklungskonzeptes auszubauen.
Wassersport, Segeln, Wattwandern	durch den Yachthafen ist Segeln ein wichtiges Thema; eine Paddel- und Pedalstation existiert in Rorichum, es führen auch Routen über Oldersum, dort ist es aber noch kein zugkräftiges Thema
Sonstiger Sport	weniger ein Thema

Innerhalb des Landkreises Leer wurde für Oldersum das Entwicklungsziel „Erholung“ aufgestellt.

Als ein positiver Punkt wurde von den befragten Gemeindevertretern auch das niedrige Preisniveau in der Region gesehen. Dieses veranlasse Gäste auch zu weiteren Ausgaben in der Region, vom Friseurbesuch bis zum Autokauf.

Insgesamt mag auffallen, dass bei Oldersum mehr als bei den anderen untersuchten Orten von Zukunftsplänen die Rede ist. Dies kann als Anzeichen für das gegenwärtige Entwicklungsstadium des Tourismus in Moormerland gesehen werden, wo längere Zeit Potenziale nicht systematisch ausgenutzt wurden, nun aber zahlreiche Initiative geplant sind.

Moormerland hat keine Prädikatisierung und erhebt keine Kurabgabe.

2.5.4.4 Touristische Angebote im Zusammenhang mit der Fischerei und dem Hafen

Spezifische touristische Angebote im Zusammenhang mit der Fischerei gibt es nicht; einen gewissen Anklang an die Fischerei bieten die Schollentage, die alle zwei Jahre abgehalten werden.

2.5.4.5 Entwicklung des Tourismus

In Oldersum gab es schon länger Hotels, einen Gastgeberverein und Initiativen zur Entwicklung des Tourismus, während man in der Gemeinde Moormerland lange Zeit den Tourismussektor als weniger wichtig ansah bzw. auch wenig erfolgreiche Initiativen zur Entwicklung des Tourismus ergriff. Erst in den letzten Jahren ist es hier zu einer Neuorganisation und Verstärkung der Bemühungen gekommen.

Neben der Touristeninformation, die als Amt von der Gemeinde betrieben wird, gibt es seit 2006 den Tourismusverein Moormerland e.V., dem auch der Gewerbeverein und der Gastgeberverein Oldersum angehören.

Entsprechend – wie auch nachfolgend durch die Touristikstatistik belegt wird – war auf Ebene der Gemeinde Moormerland bis Mitte der 1980er Jahre ein Tourismus praktisch inexistent. Oldersum mag innerhalb der 1973 gegründeten Gemeinde in dieser Hinsicht eine führende Position gehabt haben, das aber auch nur auf dem insgesamt niedrigen Niveau.

2.5.4.6 Tourismusstatistik

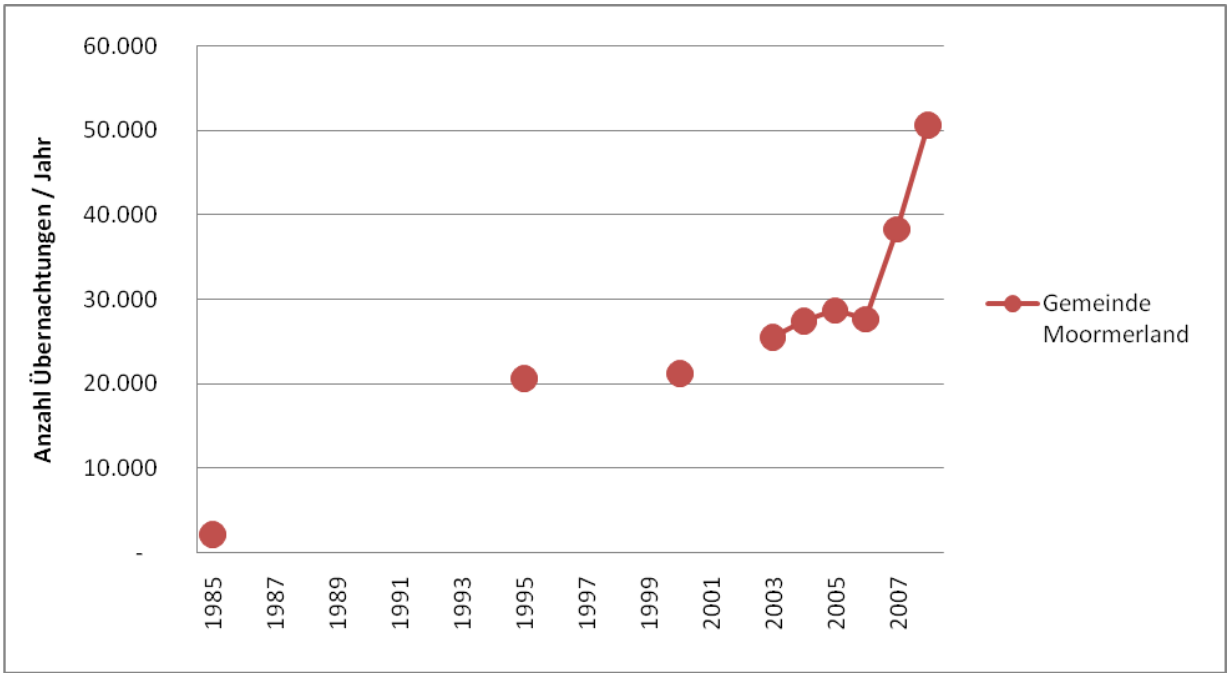


Abbildung 24: Gästeübernachtungen Gemeinde Moormerland 1985 - 2008

Quelle: Touristik GmbH Südliches Ostfriesland

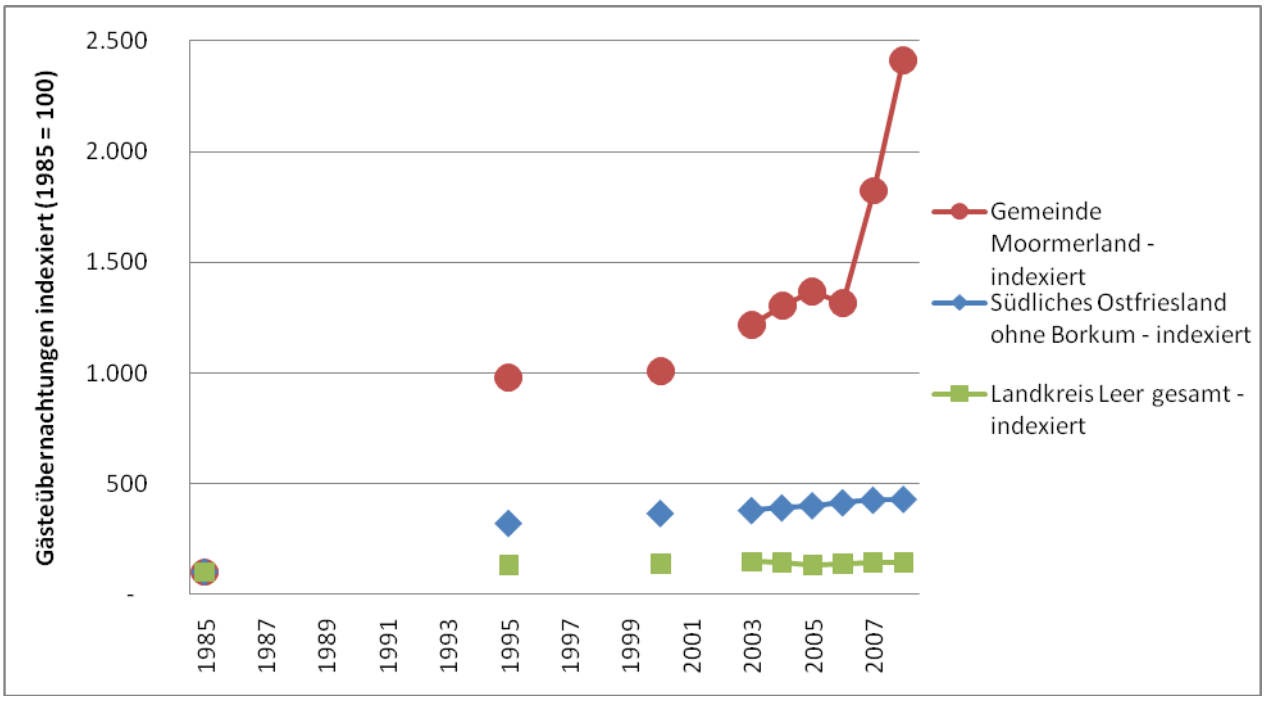


Abbildung 25: Gästeübernachtungen Gemeinde Moormerland 1985 - 2008 (Index 1985 = 100)

Quelle: Touristik GmbH Südliches Ostfriesland

In der Gemeinde Moormerland existieren laut amtlicher Statistik zwei Beherbergungsbetriebe mit mehr als acht Betten, weshalb keine Übernachtungszahlen veröffentlicht werden. Nach Auskunft der Gemeindevertreter liegen beide Betriebe nicht in Oldersum. Dort werden etwa 18 bis 20 Ferienwohnungen angeboten.

Die von der Gemeinde Moormerland erhobenen und der Touristik GmbH Südliches Ostfriesland übermittelten Zahlen basieren auf den Belegzeiten, die die Vermieter an die zentrale Zimmervermittlung melden. Wo keine Belegzeiten gemeldet werden, wird die Auslastung geschätzt, wobei man deutlich unter der von der DEHOGA für die Schwelle zur Wirtschaftlichkeit angegebenen Mindestauslastung bleibt; zudem gibt es nicht angeschlossene bzw. nicht gemeldete Vermieter. Nach Ansicht der Verantwortlichen dürfte die tatsächliche Zahl der Übernachtungen daher eher höher liegen als in den Zahlen zum Ausdruck kommt.

Die Zahlen legen nahe, dass die Förderung und verbesserte Vermarktung des Tourismus durch die Gemeinde Erfolge zeitigt; vor allem in den Jahren 2007 und 2008 wurden hohe Wachstumsraten erzielt. Der Ausgangspunkt lag dabei allerdings mit 2.100 Übernachtungen in 1985 sehr tief. In 2008 wurden 50.628 Übernachtungen gezählt; mit 2,3 Übernachtungen pro Einwohner ist dies noch immer eine niedrige Tourismusintensität.

Für Oldersum liegen keine getrennten Zahlen vor.

2.5.4.7 Zusammensetzung der Gäste und Saisonalität

Übernachtungsgäste

regionale Herkunft	hauptsächlich NRW, dann Niedersachsen
Alterszusammensetzung	überwiegen 45+, die Gemeinde will in Zukunft stärker Familien bewerben, etwa mit Hinweis auf die Badestelle in Neermoor

Tagestouristen kommen überwiegend aus einem Umkreis, der etwa bis nach Bremen reicht. Ein Magnet für Tagestouristen in der Region ist das Emssperrwerk (8–10.000 Besucher pro Jahr), in gewissem Umfang können die Orte der Umgebung davon profitieren. Auch die Schiffsüberführungen der Meyer-Werft ziehen viele Besucher an.

2.5.4.8 Wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus

Der Tourismus hat in der Gemeinde Moormerland inzwischen einige Bedeutung erlangt, nach Auskunft der Gemeindevertreter liegt sein Anteil an der Wertschöpfung bei über 3 %.

2.5.5 Verhältnis von Fischerei und Tourismus

2.5.5.1 Bedeutung der Fischerei für den Tourismus in Oldersum

Aktuell spielt die Fischerei keine Rolle für den Tourismus in Oldersum und sie war auch längst verschwunden, als der Tourismus sich langsam entwickelte. Die Tourismusverantwortlichen wollen den Hafen touristisch aufwerten, auch mit Booten. Dafür suchen sie nach Traditionsschiffen; die Fischerei halten sie grundsätzlich für interessant für den Tourismus. Da Oldersum damit von den Gästen aber nicht in Verbindung gebracht wird, halten sie diese für den Ort nicht für wichtig, andere interessante Schiffe samt Mitfahrmöglichkeiten reichten hier aus. Gerne hätten sie jedoch einen Fischverkauf im Hafen, der mehr maritimes und fischereiliches Flair mit sich bringen könnte.

2.5.5.2 Zusammenfassender Vergleich mit Ditzum und Greetsiel

Auf einer privaten Website zu Oldersum (http://www.oldersum-online.de/oldersum.html) wird die Lage von Oldersum so beschrieben: „Oldersum ist ein kleiner Ort an der Mündung der Ems in die Nordsee [...] in der Nähe des Dollart und des Fischerdorf Ditzum [...]“. Man kann daraus schließen, dass die touristische Attraktivität von Ditzum und sein Image als „Fischerdorf“ im nahegelegenen Oldersum gesehen, vielleicht sogar als vorbildlich betrachtet werden.

Die Tourismusverantwortlichen in der Gemeinde halten das touristische Potenzial des Hafens für nicht ausgeschöpft; die Betrachtungen legen nahe, dass dies tatsächlich so ist. Durch die Fischerei und ihre Kutter bieten sich für Ditzum und Greetsiel ganz andere und zudem authentische Anknüpfungspunkte für eine Inwertsetzung des Hafens mittels Fischerei bzw. Nutzung der Fischerei selbst als Attraktion. Im Falle Oldersums kommt erschwerend hinzu, dass der Ort zwar über einen zumindest abschnittsweise „idyllisch“ in den Ort eingebetteten Hafen verfügt, dass aber durch seine begrenzte Zugänglichkeit sowie den schlechten Zustand des „Hafenviertels“ und anderer Bereiche (z. B. alte Schlömer-Werft mit kontaminiertem Boden) die räumlichen und ortsplanerischen Bedingungen für eine Inwertsetzung des Hafens derzeit nicht optimal sind; es fehlt ein zentraler Ort, an dem der Hafen wahrzunehmen ist und der zum Verweilen einlädt.

2.6 Tönning

2.6.1 Ort und Lage

Ort	Tönning (Stadt)
Einwohnerzahl	4.936 (31.12.2008; Quelle: Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig-Holstein)
Lage und Erreichbarkeit Land	Vom Süden her ist Tönning über die A23 bis zum Autobahnende bei Heide und anschließend rund 20 km über die B5 zu erreichen. Tönning hat einen Bahnhof, der von der Nord-Ostsee-Bahn angefahren wird. In der Nähe der Stadt liegen bedeutende Tourismusgebiete, z. B. St. Peter Ording
Lage an Gewässer	Eider

2.6.2 Ortsbild und Hafen

Das Ortsbild Tönnings ist geprägt durch seinen Hafen wie durch seinen historischen Ortskern. Im Ortskern zu nennen ist vor allem der Marktplatz mit den unter holländischem Einfluss entstanden Fassaden und der St. Laurentius-Kirche. Der Platz ist als Baudenkmal geschützt.

Ebenfalls Baudenkmal ist der historische Hafen, der im Jahr 1613 entstand. In seiner Gründungszeit wurde der Hafen als Handelshafen genutzt, die Fischerei fand zu jener Zeit noch überwiegend zu Fuß statt. Erst um die Zeit des Ersten Weltkriegs zogen die Krabbenkutter in den Hafen ein, dessen Bild sie dann aber bis zum Bau des Eidersperrwerks 1973 stark prägten.

Abbildung 26: Der Tönninger Hafen Mitte des 20. Jahrhunderts, geprägt von der Krabbenkutterflotte

Quelle: DEUKO 1958

Abbildung 27: Der Hafen heute

Heute ist der Hafen vor allem durch Sportboote geprägt, aber auch durch seine innerörtliche Lage und die Einbettung in ein Ensemble überwiegend historischer Gebäude.

Abbildung 28: Hobby-Kutter

Im Hafen gibt es eine ganze Reihe offener oder teilgedeckter Boote, mit denen die Krabbenfischerei auf Hobby-Ebene ausgeübt wird. Im Hintergrund das Schifferhaus mit Turm.

Abbildung 29: Fisch- und Krabbenverkauf sowie Bistro in der „Alten Fischereigenossenschaft“ im Hafen

Abbildung 30: Krabbenkutter an Land

Am Eingang des Hafens wirbt ein alter Krabbenkutter an Land für Fischbrötchen und andere Angebote des „Beach Club“.

Abbildung 31: Krabbenkutter am Eidersperrwerk, 9 km außerhalb des Stadtzentrums.

Der Hafenbereich dort ist nicht öffentlich zugänglich, sodass die Kutter nur vom Sperrwerk aus betrachtet werden können.

Der Hafen bildet ein Ensemble mit den ihn umgebenden Gebäuden aus verschiedenen Zeiten, wie das große Packhaus von 1783, das Zollhaus, das Schifferhaus von 1625, in dem früher eine Navigationsschule betrieben wurde, sowie eine Reihe von Bürgerhäusern.

In der Besucherbefragung wurde der Hafen mit Abstand am häufigsten als Attraktivitätsfaktor der Stadt genannt, was die Einschätzung der örtlichen Verantwortlichen bestätigt. Auf die Frage, was ihn attraktiv mache, wurde am häufigsten die Häuserkulisse erwähnt (s. u.); es ist also gerade die Ensemblewirkung, die hier wirksam wird.

Der Hafen wird heute vor allem als Sportboothafen genutzt. Die Fischerei ist nur noch durch einige Hobby-Fischereifahrzeuge vertreten. Zwischen Eider und Hafen ist der Tonnenhof des Wasser- und Schifffahrtsamts untergebracht.

2.6.3 Entwicklung und aktuelle Situation der Fischerei

Die Fischerei wurde an der Eidermündung seit alters her betrieben, bis Mitte des 19. Jahrhunderts aber überwiegend im Nebenerwerb oder für den Eigenverbrauch. Gefangen wurden Butt, Aal, Störe und Krabben. Versuche Tönnings im 17. und 18. Jahrhundert, in den Walfang einzusteigen oder auswärtige Fischer anzusiedeln, scheiterten ebenso wie ein Versuch der Ansiedlung der Heringsfischerei 1900.

Gegen Ende des 19. Jahrhunderts wurde dann die Krabbenfischerei ausgeweitet, deren Zentrum aber zunächst der Nachbarort Olversum (heute zu Tönning gehörend) war. Zu der Zeit hatten auch bereits Boote verstärkt in die Fischerei der Region Einzug gehalten, überwiegend aber noch kleinere. Im Jahr 1906 begann dann die Motorisierung der Fischereifahrzeuge, die bis zum Ersten Weltkrieg nahezu abgeschlossen war. Damit bot der Tönninger Hafen vorteilhafte Bedingungen als Standort; in ihm siedelte sich daher die Krabbenkutterflotte an, einschließlich der Kutter aus Olversum.

Die Krabbenwirtschaft erlangte in der Folge beachtliche wirtschaftliche Bedeutung, zog sie doch Arbeitsplätze in der Verarbeitung und Vermarktung nach sich. Wichtige Abnehmer der Krabben waren die Fischhändler in Hamburg-Altona, wohin die Krabben per Bahn verschickt wurden (vgl. B. Schmidt in: Stadt Tönning 1990 sowie Schübeler 2005).

1936 gab es in Tönning samt Olversum 45 Krabbenkutter, 1952 waren es 47, 1957 46 (DEUKO 1958). Nachdem 1973 das Eidersperrwerk fertiggestellt wurde, verlegten die Fischer ihre Kutter vom Tönninger Hafen dort hin. Vom Sperrwerk aus können sie günstiger ihre Fangplätze erreichen, die mit zunehmender Schiffsgröße immer weiter in die Nordsee hinaus wanderten. Je nach Jahreszeit und günstigen Fanggebieten liegen einige Kutter auch häufig in anderen Häfen, z. B. in Büsum oder in Dänemark.

Laut EU-Flottenregister waren 1990 noch 21 Krabbenkutter in Tönning gemeldet, seit 1995 pendelte sich deren Zahl auf 16 ein, zusätzlich ist ein großer Baumkurrenkutter niederländischer Herkunft dort gemeldet.

2.6.4 Tourismus

2.6.4.1 Natürliche Voraussetzungen und ursprüngliches Angebot

Wesentliche Elemente des ursprünglichen Angebots sind der Hafen und die historische Innenstadt, die Natur und die Landschaft der Umgebung, bis hin zur Nordseeküste.

2.6.4.2 Touristische Infrastruktur/abgeleitetes Angebot

Zur touristischen Infrastruktur zählen u. a.

- der Grünstrand mit einem Teilbereich Sand
- das Meerwasser-Freibad
- das Multimar-Wattforum, ein Informations- und Bildungszentrums des Nationalparks Schleswig-Holsteinisches Wattenmeer.

2.6.4.3 Profilthemen und Konzepte

Baden, Strand	eher zweitrangig, die Leute können nach St. Peter Ording an den Strand fahren; im Ort gibt es den Grünstrand am Deich und das Meerwasser-Freibad
Familienurlaub	weniger; ohne Sandstrand sind Familien mit Kindern schwer anzulocken, es müssten mit hohen Investitionskosten andere Angebote geschaffen werden
Wellness, Gesundheit, Kur	nur wenige Angebote, z. B. in Verbindung mit dem Kreiskrankenhaus; Angebote zu diesem Themenbereich rechnen sich nach Einschätzung des Tourismusdirektors für Tönning nur schwerlich
Natur	wichtiges Profilthema
maritimes Erlebnis allgemein	wichtiges Profilthema
Radfahren	wichtig, die Bedeutung steigt
Wassersport, Segeln, Wattwandern	Tönning ist Anlaufhafen für Segler, Wasserwandern weniger wichtig
Sonstiger Sport	eher weniger bedeutend

Insgesamt steht der Hafen klar im Mittelpunkt des touristischen Profils, er wird als wichtigste Attraktion angesehen. Bei den Motivationen der Gäste stehen nach Einschätzung des Tourismusdirektors Ruhe, Erholung und Natur im Vordergrund.

2.6.4.4 Touristische Angebote im Zusammenhang mit der Fischerei und dem Hafen

Alle zwei Jahre wird in Tönning das Hafenfest gefeiert; einige Fischer kommen dann mit ihren Kuttern in den Hafen, es wird ein „Fischerball“ abgehalten. Außerhalb des Hafenfests gelingt es aber kaum, Krabbenkutter in den Hafen zu bekommen.

Das Packhaus im Hafen ist kürzlich zu einem Veranstaltungszentrum ausgebaut worden. Hier findet in der Saison regelmäßig Krabbenpulen statt, sogar eine Stadtmeisterschaft wird abgehalten.

Ebenfalls finden Open-Air-Kino-Vorführungen im Hafen statt.

2.6.4.5 Entwicklung des Tourismus

In Tönning gab es 1818 im Zuge des zu der Zeit aufkommenden Bäderwesens einen ersten Versuch, eine Badeanstalt an der Eider zu etablieren. Wegen des Schlicks und des abschüssigen Ufers blieb dieser Versuch aber erfolglos (vgl. Wikipedia). Einen gewissen Reiseverkehr dürfte Tönning als Hafenstadt immer schon gehabt haben, ein moderner Urlaubs-Tourismus entwickelte sich aber wohl erst im 20. Jahrhundert. 1927 wertete man 548 Gäste, die länger als drei Tage in der Stadt logierten, als ermunternden Anfangserfolg. „Motorkutter-Rennen und Korsofahrten mit den Kurgästen bildeten eine Attraktion“ (W. Werthen in: Stadt Tönning (1990)).

Aus den 1950er Jahren werden eher bescheidene Ausgaben für die Herrichtung des Badestrands an der Eider und die Fremdenverkehrswerbung berichtet, 1964 wurde das Meerwasser-Schwimmbad eröffnet (vgl. H.J. Witte in: Stadt Tönning 1990). Bis in die 1970er Jahre kam es zu einer deutlichen Ausweitung des Tourismus, anschließend aber zu einem Rückgang, wie im folgenden Abschnitt gezeigt wird.

2.6.4.6 Tourismusstatistik

Für 1963 werden 51.863 Gästeübernachtungen berichtet, für 1976 122.994 (G. Bittner in: Stadt Tönning 1990, S. 163), bis zum Jahr 1982 ist deren Zahl dann auf 74.980 zurückgegangen; die Verlässlichkeit dieser Zahlen konnte nicht überprüft werden. Den weiteren Verlauf der Übernachtungszahlen zeigt die nachfolgende Grafik:

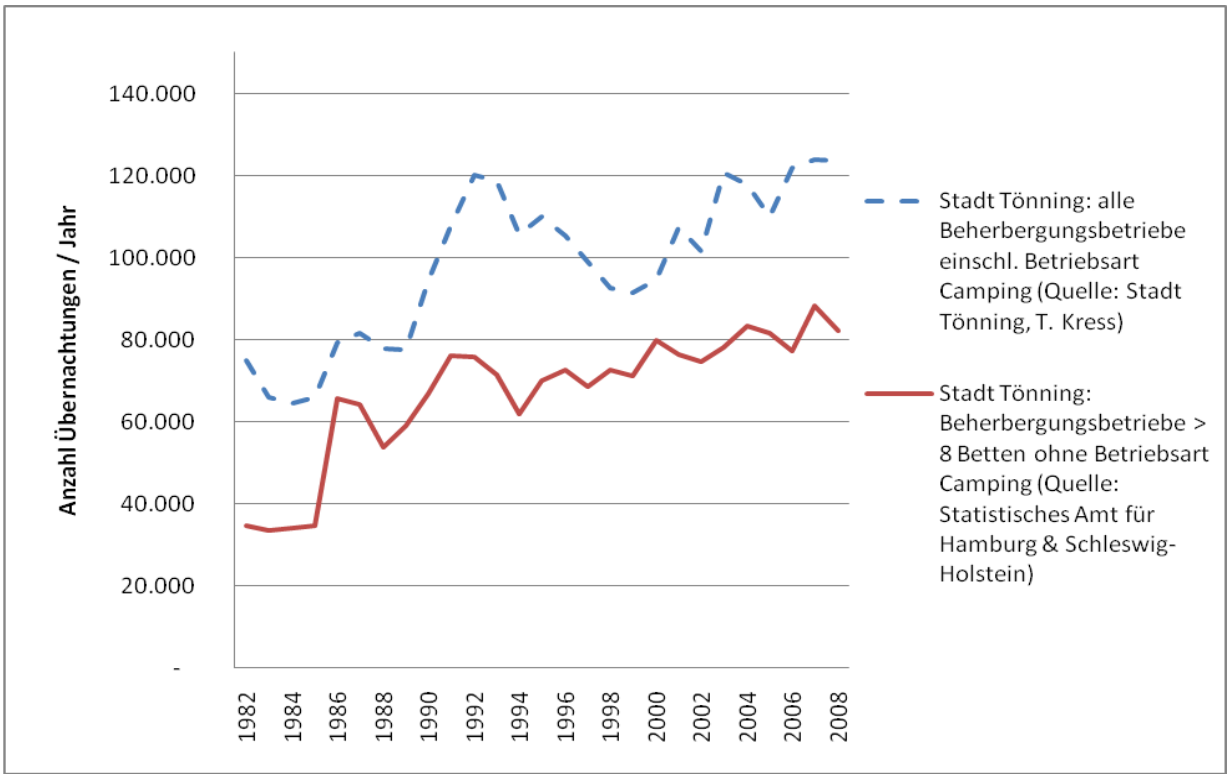


Abbildung 32: Gästeübernachtungen Tönning 1982 - 2008

Quelle: Stat. Amt für Hamburg und Schleswig-Holstein, Stadt Tönning

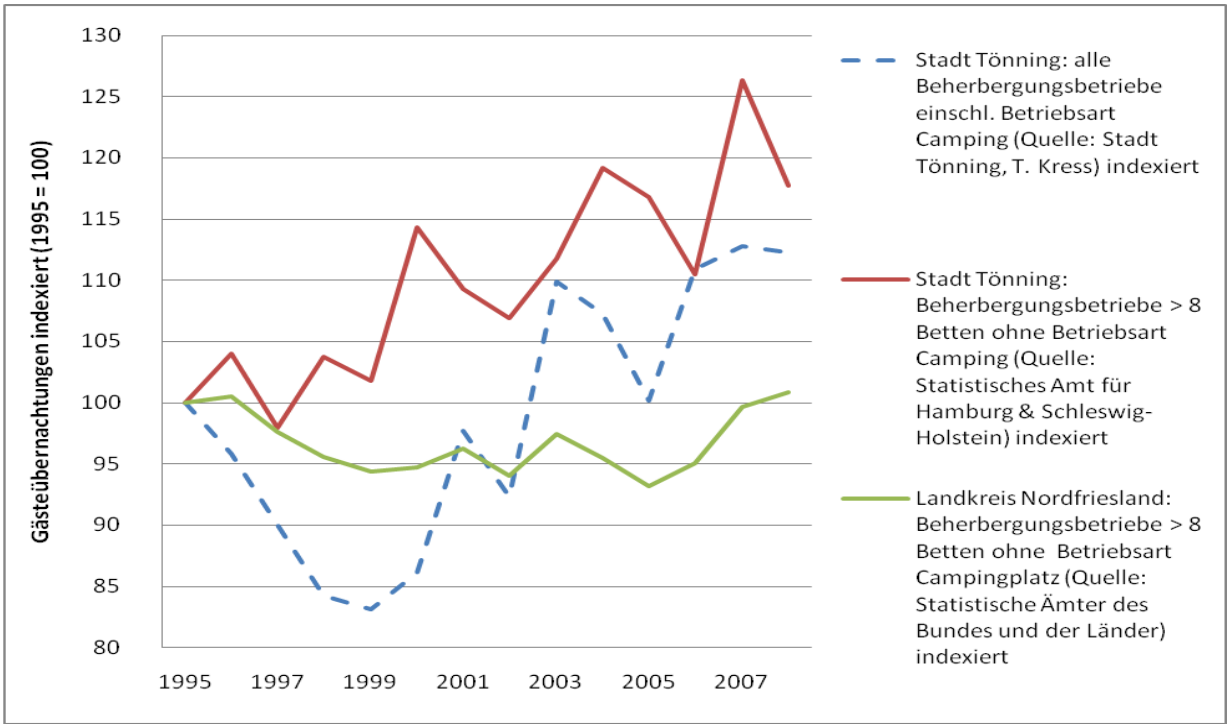


Abbildung 33: Gästeübernachtungen Tönning und Kreis Nordfriesland 1995 - 2008, indexiert, 1995=100

Quelle: Stat. Amt für Hamburg und Schleswig-Holstein, Stadt Tönning

Nach Berechnungen der Stadt Tönning gab es 2008 1.003 Betten in Hotels, Gasthöfen, Privatquartieren und Ferienwohnungen, 203 Betten in der Jugendherberge und 300 Stellplätze auf dem Campingplatz. Laut derselben Quelle verbrachte jeder Gast 2008 im Durchschnitt 4,5 Nächte in Tönning – 1982 waren es noch 10,45 Nächte. (Zum Vergleich: Die Besucherbefragung ermittelte in Tönning einen Durchschnitt von 5,9 Nächten; s. u.). Somit ist Tönning auch dem Trend zu immer kürzerem Urlaub ausgesetzt. Zudem wird berichtet, dass die Urlauber immer höhere Ansprüche stellen und mit einfachen Privatquartieren nicht mehr zufrieden sind (auch dies ein Trend, der sich praktisch überall zeigt), gleichzeitig aber stark auf den Preis achten.

56 % der von der Stadt gezählten Übernachtungen in Hotels etc. finden in Betrieben mit mehr als 8 Betten statt und werden daher auch in der Landesstatistik erfasst. Dies ist ein deutlich höherer Anteil als in den kleineren Referenzorten.

Mit 25 Übernachtungen je Einwohner (alle Übernachtungen, einschließlich Camping und Jugendherberge) erreicht Tönning für eine Stadt einen beachtlichen Grad an Tourismus-intensität.

Die Zahl der Tagesgäste wird auf 150.000 geschätzt. Zusätzlich werden Tagesgäste durch das im Jahr 1999 eröffnete Multimar Wattforum angelockt, das jährlich 240.000 Besucher zählt. Tönning hat ein Leitkonzept entwickelt, das die Besucher vom Wattforum in die Stadt führen soll.

2.6.4.7 Zusammensetzung der Gäste und Saisonalität

Übernachtungsgäste

regionale Herkunft	laut Statistik der Stadt längerfristig NRW vor Niedersachsen und Schleswig-Holstein, in 2008 Niedersachsen knapp vor NRW
Alterszusammensetzung	Hauptzielgruppe ist 50+

Tagesgäste

regionale Herkunft	Tagesgäste kommen häufig von den umliegenden Urlaubsorten, ansonsten von Wohnorten in Schleswig-Holstein und Hamburg (vgl. auch Besucherbefragung)

Der Schwerpunkt des Tourismus liegt in der warmen Jahreszeit.

2.6.4.8 Wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus

Der Tourismus ist wirtschaftlich bedeutend für Tönning, Zahlen dazu liegen aber nicht vor.

2.6.5 Verhältnis von Fischerei und Tourismus

2.6.5.1 Bedeutung der Fischerei für den Tourismus in Tönning

Wie geschildert gehörten Motorkutter-Rennen etc. bereits in den 1920er Jahren zu den Attraktionen des Tourismus in Tönning.

Wenige Jahre nach dem Abzug der Fischerei aus dem Stadthafen von Tönning kam es zu dem oben aufgezeigten Einbruch bei den Übernachtungszahlen. Gerhard Bittner, Bürgermeister von Tönning in den Jahren 1978 bis 1997, nennt für den Rückgang vor allem zwei Gründe: 1., dass nicht alle Vermieter den erhöhten Ansprüchen der Gäste nachkamen und 2. das rasche Anwachsen von Umweltschäden, gerade im Bereich der Nordsee, das zu einem Umdenken geführt habe, aber auch zu Konflikten bezüglich der Schaffung touristischer Angebote – womit er sich offenbar auf damalige Diskussionen um die Nutzung des Katinger Watts bezieht (Bittner in: Stadt Tönning 1990). Den Abzug der Krabbenfischerei erwähnt er in diesem Zusammenhang nicht als Ursache. Dennoch schreibt er im selben Aufsatz: „Die Fertigstellung des Eidersperrwerks im Jahre 1973 hat eindeutig zu einer Verbesserung der Sicherheit vor Sturmfluten geführt. Dieses Bauwerk hatte aber unter fischereilichen Aspekten auch gravierende Nachteile für Tönning. Unsere Fischer sind im Tönninger Hafen in ein „Mauseloch“ geraten. Das hat dazu geführt, dass man die Krabbenkutterflotte zumindest während der Fangsaison kaum noch im Tönninger Hafen antrifft. [...] Nun bemühen sich unsere Fischer seit 1986 beim Land Schleswig-Holstein darum, dass beim Eidersperrwerk weitere Liegeplätze und verbesserte Löschbedingungen geschaffen werden. [...] Wir sind als Stadt nicht glücklich darüber, dass unsere Fischer aus dem Tönninger Hafen wegwollen. Wir können uns aber ihren wirtschaftlichen Zwängen auch nicht verschließen. Deshalb ist unsere Position die, dass wir sagen: Ehe sie ganz aus unserer Stadt abwandern, sollen sie lieber an den Westrand der Gemeinde, sprich zum Eidersperrwerk, gehen. Infolgedessen wird heute das Bild des landeseigenen Tönninger Hafens aus dem Jahre 1613, der als Gesamtensemble in das Denkmalbuch des Landes Schleswig-Holstein als Baudenkmal eingetragen worden ist,

weitgehend von einheimischen und durchgehenden Sportbooten geprägt. [...] Nicht nur wir Tönninger, sondern viele auswärtige Besucher unserer Stadt sagen, der Tönninger Hafen sei der schönste an der schleswig-holsteinischen Westküste. Leider hat er aber an wirtschaftlicher Bedeutung eingebüßt“ (Bittner in: Stadt Tönning (1990), S. 166f).

Der Abzug der Fischer wird direkt mit dem Hafenbild in Verbindung gebracht, auswärtige Gäste werden zwar im weiteren Zusammenhang angesprochen, der Abzug wird aber nicht mit dem Rückgang des Tourismus in Verbindung gebracht. Ob ein solcher Zusammenhang bestand, konnte bei der Befragung vor Ort nicht mehr ermittelt werden.

Allerdings erläuterte der Tourismusdirektor von Tönning, dass die Stadt bzw. auch Vereine und Privatleute in der Stadt seit dem Abzug versuchen, die Kutter zumindest zu Hafenfesten und anderen Veranstaltungen in den Hafen zu bekommen – in manchen Fällen, aber nicht immer mit Erfolg. Dass von den Kuttern eine positive Wirkung auf das Hafenbild ausgeht und dass sie eine Attraktion für den Tourismus darstellen, ist demnach in Tönning unumstritten.

Im neuen „Urlaubsmagazin 2010“ der Stadt Tönning sind nicht nur auf dem Cover, sondern auch auf den nachfolgenden drei Doppelseiten Krabbenkutter abgebildet. Ebenso zeigen die Veranstaltung von Krabbenpulen im Tönninger Packhaus oder ein alter Kutter an Land neben einem Gastronomiebetrieb, dass man sich der Anziehungskraft der Krabbenfischerei und ihrer Kutter bewusst ist und diese ausnutzen will, so weit das unter den gegebenen Umständen noch möglich ist.

2.6.5.2 Zusammenfassender Vergleich mit Ditzum und Greetsiel

Das Beispiel Tönning zeigt erneut, dass bei der Untersuchung der Attraktivitätsfaktoren Fischerei und Hafen betrachtet werden müssen. Wo ein besonders eindrucksvolles Ensemble aus historischem Hafen und ihn umgebenden Gebäuden besteht, wie dies bei Tönning zweifellos der Fall ist, geht auch von einem solchen Ensemble alleine eine hohe Attraktivität auf den Tourismus aus. In dieser Hinsicht ist Tönning vielleicht ansatzweise mit Greetsiel zu vergleichen; Ditzum kann von der Größe des Hafens, aber auch von den ihn umgebenden Gebäuden und vom Gesamtensemble her in diesem Vergleich wohl nicht mithalten. Daher dürfte Ditzum umso mehr auf zusätzliche Attraktivitätsfaktoren angewiesen sein, die vor Ort vor allem in der Fischerei gesehen werden.

Auch in Tönning wäre nach Einschätzung der Verantwortlichen die Attraktivität des Hafens mit Krabbenkuttern höher. Zwar wurde ein Teil dieser Attraktivität durch den Verkauf von Krabben und Fisch oder andere Maßnahmen mit Bezug zur Fischerei erhalten, es kann aber kaum angenommen werden, dass dieses die Anwesenheit von Kuttern vollständig ersetzen kann. Und auch wenn keine Anhaltspunkte dafür gefunden wurden, dass der Rückgang des Tourismus zwischen Mitte der 1970er Jahre und 1982 kausal mit dem Abzug der Krabbenkutter verbunden ist, so kann ein gewisser Zusammenhang doch nicht ausgeschlossen werden. In diesem Sinne kann aus dem Beispiel Tönning auch mit Blick auf Greetsiel geschlossen werden, dass ein Abzug der Krabbenfischer die Attraktivität des Ortes verringern würde, auch wenn der Hafen und seine Umgebung weiterhin deutliche Anziehungskraft behalten würden. Zudem konnte in Tönning zuletzt der Rekordwert von über 120.000 Gästeübernachtungen aus dem Jahr 1976 wieder erreicht werden, auch ohne Fischerei. Es zeigt sich also, dass solche Möglichkeiten grundsätzlich bestehen, wenn das auch in Tönning erst nach langer Zeit und mit beträchtlichen Investitionen (z. B. Multimar) gelang.

3 Qualitative Analyse

In diesem Abschnitt werden die wesentlichen Ergebnisse der Teilstudie C1 (Gruppendiskussionen mit ausgewählten Zielgruppen) wiedergegeben. Dieser Untersuchungsteil wurde nachträglich (August 2009) in das Untersuchungsprogramm aufgenommen, da sich im Laufe der Arbeiten herausstellte, dass einzelne Aspekte im Rahmen der Besucher- und Repräsentativbefragung nicht hinreichend genau untersucht werden konnten.

In der qualitativen Markt- und Sozialforschung steht die Frage nach dem „Warum“ im Vordergrund, nicht die Frage nach dem „Wie viele“. Daher sind quantitative Angaben in den Ergebnissen nur als Tendenzaussagen zu verstehen.

Die Untersuchung wird in Form von Gruppendiskussionen (Fokusgruppen) durchgeführt. Dabei werden 8-10 Personen nach vorgegebenen Quoten in ein Studio eingeladen. Die Diskussion wird von einem erfahrenen Moderator geleitet, er nutzt dazu einen Leitfaden (Anhang 6.1), der in diesem Fall durch umfangreiche Bildvorlagen (Anhang 6.2) ergänzt wurde. Die Diskussionen werden im Studio mit Video- und Audioaufzeichnungen dokumentiert, um eine anschließende Tiefenanalyse zu ermöglichen. Die Rekrutierung erfolgt anhand vorgegebener Quoten, die Teilnehmer werden incentiviert.

Die Gruppendiskussionen wurden von MSM Marktforschung, Hamburg, koordiniert, geleitet und analysiert. Durchgeführt wurden sie im September 2009. Die Autoren danken Frank Heinrich und den durchführenden Studios in Bochum und Bremen für die sehr konstruktive und professionelle Zusammenarbeit.

3.1 Zentrale Ergebnisse der Qualitativen Analyse

Urlauber und Tagesausflügler haben sehr ähnliche Vorstellungen davon, wie ihr Ziel beschaffen sein sollte und wie sie ihre Zeit an der Nordseeküste verbringen möchten: Beide Gruppen wünschen sich an ihrem Zielort vor allem Natur, Ruhe und Ursprünglichkeit. Zu den typischen Beschäftigungen zählen insbesondere Outdoor-Aktivitäten wie Baden, am Strand spielen, Spaziergänge oder Radfahren. Diese wollen abgerundet werden durch das Erlebnis der landestypischen Gastronomie.

Die Tagesgäste wünschen sich zusätzlich an ihrem Zielort eine schöne Altstadt mit Sehenswürdigkeiten, Geschäfte für einen Einkaufsbummel, ein ansprechendes gastronomisches Angebot und eine Schlechtwetteralternative für die Kinder (z. B. Indoor-Spielplätze oder Schwimmbäder) – sie möchten ein Bündel aller Elemente, damit sich der Tagesausflug lohnt und nicht zu einem kürzeren Ausflug zu nur einem dieser Angebote wird. Die Urlauber wünschen sich diese Angebote ebenfalls, allerdings reicht ihnen dafür auch ein größerer Ort in der Umgebung, es müssen nicht alle vor Ort gebündelt vorhanden sein.

Häfen gehören wie das Meer für beide Teilnehmergruppen zur Grundausstattung des Zielortes an der Küste. Dabei spielen Sporthäfen eher keine Rolle, da sie oft zu künstlich, leblos und austauschbar wirken. Fähr- und Kreuzfahrthäfen bieten nur einen kurzfristigen Reiz beim Ein- und Auslaufen der Schiffe. Von besonderer Attraktivität hingegen sind für beide Gruppen die Fischereihäfen.

Ein Fischereihafen zeigt sich idealerweise in seiner Ursprünglichkeit, d. h. er ist regionaltypisch, historisch gewachsen und hält Traditionen lebendig. Urlauber wie auch Tagesgäste verbinden mit diesen Häfen Romantik, Nostalgie und Flair. Sie möchten aktive Häfen sehen und selbst mitten im Geschehen sein. Unbedingt dazu gehört das kulinarische Erlebnis frische Krabben und Fisch im Hafen kaufen und verzehren zu können.

Konkret heißt das:

Bei den Hafennutzungen an der ostfriesischen Küste favorisieren die Befragten bei den Bildvorlagen die Fotos, die die Nutzungen Holzschiffsreparatur, Fischereihafen und Fähre zeigen, da sie Authentizität und Lebendigkeit vermitteln – allesamt auf überschaubarem Raum und mit vergleichsweise kleinen Objekten. Als weniger attraktiv werden die Werft (zu technisch, Lärm) oder der Stückgut- und Containerhafen (zu industriell, künstlich, riesig) empfunden.

Gewünscht wird ein überschaubarer Hafen mit Nutzungen, die typisch für die Region sind. Die Befragten wollen Schiffe ein- und ausfahren und Menschen bei ihrer Arbeit sehen – der Hafenbetrieb soll in dieser Form seit jeher stattfinden und nicht extra ein Angebot für die Gäste darstellen. Der Großteil der Befragten möchte mit den im Hafen tätigen Personen in Kontakt kommen und gern einmal auf einem Kutter mitfahren. Touristische Angebote im Umfeld der Fischerei wie ein Kutterkorso, ein Museumshafen oder Ausfahrten zum Hochseeangeln/Schaufischen haben eher einen ergänzenden Charakter.

Die Bewertung weiterer Bildvorlagen zeigt, dass Fischereihäfen als attraktiver gelten, wenn sie eine gewisse Gemütlichkeit ausstrahlen, es einen Grünflächenanteil gibt und gerade so viele als aktiv vermutete Fischereifahrzeuge festmachen, dass weder ein gedrängtes Bild entsteht noch das Hafenbecken verlassen wirkt.

Hafenanlagen im Orts-/Stadtbereich haben eine höhere Attraktivität, da sie eine größere touristische Vielfalt versprechen – mit Synergie-Effekten in beide Richtungen (All-in-One-Bündel, s.o.). Wichtig ist hierbei das Wissen für die Urlauber/Tagesgäste, nicht umsonst zum Zielort gefahren zu sein: Wartezeiten auf Schiffe im Hafen können mit Aktivitäten im Ort ausgeglichen werden und umgekehrt. Entsprechend ergibt die nachfolgende Bildbewertung, dass die Häfen am besten abschneiden, die nicht nur *per se* überschaubar, gemütlich und historisch gewachsen wirkten, sondern in der unmittelbaren Umgebung reizvolle Natur und typische Bebauung (Fischerhäuser etc.), aufweisen.

Zu entscheiden, ob ein Kutter noch aktiv gewerblich genutzt wird oder ob er ein Traditions- oder Museumsschiff ist, fiel den Befragten sehr schwer. Nur Wenige wussten, dass es dafür offizielle Kennzeichnungen gibt.

3.2 Auswahl der Befragten

Da die Gruppendiskussionen keinen quantitativen Ansatz verfolgen, wird bei der Zusammenstellung der Gruppen gezielt vorgegangen. Für die Rekrutierung werden feste Quoten vorgegeben, die einen Querschnitt der relevanten Zielgruppen abbilden sollen (Anhang 6.1).

Für die Befragung ergab diese Vorgabe folgende Zusammensetzung:

	Zielgruppenquoten	Alle Befragten	(n = 24)
A	Stammgäste Nordsee: Personen, die in den Jahren 2004-2009 bereits mehr als dreimal an der ostfriesischen Nordseeküste ihren Urlaub (min. 1 Nacht) verbracht haben	35 %	4
	Gäste Nordsee: Personen, die in den Jahren 2004-2009 bereits ein- oder zweimal an der ostfriesischen Nordseeküste ihren Urlaub (min. 1 Nacht) verbracht haben	38 %	6
	Gäste Außenems: Personen, die in den Jahren 2004-2009 mindestens einmal an der Ems/Außenems ihren Urlaub (min. 1 Nacht) verbracht haben.	38 %	6
	Tagesausflügler Nordsee: Personen, die die ostfriesische Nordseeküste in den Jahren 2006-2009 bei einem Tagesausflug besucht haben	63 %	5
	Tagesausflügler Ems: Personen, die die Ems/Außenems in den Jahren 2004-2009 bei einem Tagesausflug besucht haben	38 %	3
B	Personen 18 - 40 Jahre	29 %	(n = 7)
	Personen 41-60 Jahre	42 %	(n = 10)
	Personen 61 Jahre und älter	29 %	(n = 7)
C	Personen, die mit Kindern gereist sind	54 %	(n= 13)
	Personen, die ohne Kinder gereist sind	46 %	(n= 11)
D	Frauen	50 %	(n = 12)
	Männer	50 %	(n = 12)

Tabelle 2: Zielgruppenzusammensetzung der qualitativen Analyse

Es fanden drei 90-minütige Gruppendiskussionen mit jeweils acht Teilnehmern an zwei Orten statt. Als Orte wurden Bremen und Bochum (bzw. das Rhein-Ruhrgebiet) gewählt, da beide u. a. aufgrund der guten Erreichbarkeit wichtige Quellmärkte darstellen und somit die Zielgruppe gut widerspiegeln.

Die Teilnehmer der Gruppendiskussion in Bremen waren ausschließlich Tagesausflügler, die in den vergangenen drei Jahren Tagesausflüge an die ostfriesische Nordseeküste oder die Ems/Außenems gemacht haben. Die Teilnehmer der beiden Gruppendiskussionen in Bochum setzten sich aus Stammgästen und Gästen der ostfriesischen Nordseeküste sowie Gästen der Ems/Außenems zusammen. Stammgäste sind Personen, die dort in den letzten 5 Jahren bereits mehr als dreimal Urlaub gemacht haben, Gäste sind Personen, die mindestens einmal dort ihren Urlaub verbracht haben.

Auch in den Merkmalen Alter, Geschlecht und Reisende mit/ohne Kinder konnten die Teilnehmer so gewählt werden, dass sie den Querschnitt der Urlauber bzw. Tagesausflügler repräsentieren.

3.3 Gründe für/gegen den Besuch von Hafenorten als Tagesauflug/ während des Urlaubs

Die Eingangsfrage der Diskussion diente dazu, generell wichtige Kriterien bei der Zielauswahl für Übernachtungsreisen/Tagesausflüge an die Nordseeküste in Erfahrung zu bringen, um anschließend speziell auf die Häfen zu sprechen zu kommen.

Aspekte bei der Auswahl des Urlaubsortes an der (ostfriesischen) Nordseeküste

Die befragten Urlauber suchen bei ihren Urlaubszielen in Ostfriesland vor allem Natur, Ruhe und Ursprünglichkeit – für viele der genaue Gegensatz zu ihrem Heimatort. *„Ich möchte es da grün haben, nicht zugebaut, nicht künstlich wie bei uns hier, sondern mit den kleinen typischen Häuschen!“* und *„Ich suche da Gemütlichkeit und Entspannung; wenn ich Remmidemmi und Action möchte, dann fliege ich nach Mallorca!“*

Typische Aktivitäten bei einem Ostfriesland-Urlaub sind: Baden und Schwimmen, mit Kindern am Strand spielen, Spaziergänge (auch Wattwandern), Radfahren, Reiten – spontan werden fast ausschließlich Outdoor-Aktivitäten genannt. Die Befragten achten bei der Wahl des Urlaubsortes aber auch darauf, dass Schlechtwetteralternativen zwar nicht am Ort, aber in der Umgebung vorhanden sind. „*Ich finde diese Spielhäuser sehr gut, die Kinder finden das Klasse!“* und *„Es sollte auch Schwimmbäder in der Nähe geben!“* und *„Ein niveauvolles Wellness-Angebot wäre auch nicht schlecht, da könnten die noch etwas mehr tun!“*

Eine wichtige Komponente für das Urlaubserlebnis spielt auch die Gastronomie, speziell die Möglichkeit, landestypische Gerichte (insbesondere Fisch) essen zu können. *„Den Krabben-Geschmack haben wir hier schon im Mund, wenn wir losfahren!“* Auch ansprechende Cafés und Teestuben (authentisch!) sind den Befragten wichtig. *„Es muss so kleine gemütliche Teestuben geben, wo man beim Bummeln mal Pause machen kann.“*

Mehrere Befragte wünschen sich größere Orte, die eine gewisse Abwechslung bieten, in der Nähe. *„Dass man so 25 Kilometer weiter einen Ort hat, in dem man sich auch mal Geschäfte anschauen und shoppen kann!“* und *„Wo dann vielleicht auch Kulturelles oder Historisches zu sehen, zu besichtigen ist – ein Museum zum Beispiel!“*

Generell müssen nicht alle o. a. Aspekte und Möglichkeiten direkt am Urlaubsort vorhanden sein, es muss aber entsprechende Orte in der Umgebung geben, die lohnende Ausflugsziele darstellen, weil sie mehrere attraktive touristische Angebote gleichzeitig anbieten, z. B. eine schöne historische Altstadt mit Sehenswürdigkeiten, Geschäfte/Einkaufsmöglichkeiten und gute Gastronomie.

Aspekte bei der Auswahl von Tagesausflugszielen an die (ostfriesische) Nordseeküste

Tagesausflügler wünschen sich ähnlich wie die Urlauber ein Bündel, in dem mehrere Elemente attraktiv miteinander verknüpft sind. Typischerweise gehören zu einem Tagesausflugsziel Spaziergänge oder Wanderungen, frische Luft, viel Natur, schöne Aussicht (aufs Wasser/Meer), Spielmöglichkeiten bzw. Aktivitätsangebote für Kinder, Gastronomie und auch interessante Orte/Sehenswürdigkeiten dazu.

Ist nur eine einzige Komponente vorhanden, so reduziert sich die Aufenthaltsdauer beträchtlich, d. h. das Ziel oder die Attraktion allein taugt nicht für einen Tagesausflug, sondern wäre dann eher ein Abstecher im Rahmen eines Tagesausfluges. *„Ich bleibe gern den ganzen Tag an einem interessanten Ort, wo man sich viel ansehen bzw. viel unternehmen kann!“* aber *„Wenn ich mir ein Museum angucken will, dann ist das für mich kein Tagesausflug, da bleibe ich höchstens ein paar Stunden.“* oder *„Das finde ich in Emden gut; der Museumshafen und die Waffenkammer sind interessant und da ist ein sehr gutes Fischrestaurant in der Nähe, das ist dann schon eine reizvollere Kombination!“*

Typischerweise wird bei Tagesausflügen an Ziele mit Outdoor-Möglichkeiten und Naturattraktionen gedacht. *„Bei schönem Wetter bin ich viel lieber draußen, ich möchte diesen weiten blauen Himmel über mir sehen!“* und *„Ich bin nicht nur im Sommer gerne an der frischen Seeluft, auch im Winter kann man schöne Spaziergänge am Meer machen!“* Speziell für die Kinder ist es bei schönem Wetter einfacher, sich zu beschäftigen: *„Die baden dann, spielen im Sand … alles kein Problem im Sommer, aber in der kälteren Jahreszeit achte ich schon darauf, dass es da auch Spaßbäder oder Indoor-Spielplätze gibt – nur stundenlang Spazierengehen oder Museum geht mit Kindern nicht!“*

Bedeutung/Attraktivität von Häfen für das Urlaubserlebnis

Weder die Urlauber noch die Tagesgäste nannten in dieser Eingangsfrage spontan Häfen.

Auf Nachfrage äußerten die Befragten, dass Häfen von ihnen nicht erwähnt wurden, da diese doch wohl selbstverständlich zu einem Urlaub an der Küste/am Wasser dazugehören: *„Das muss man doch nicht extra sagen, das ist doch sozusagen Grundausstattung!“* oder *„Deswegen fährt man doch an die Küste, wegen Meer, Schiffen und Häfen – und um frischen Fisch zu essen!“*

Fischereihäfen sind von besonderer Attraktivität, insbesondere wenn sie gewachsen sind, d. h. nicht künstlich oder industriell wirken, sondern Ursprünglichkeit zeigen. Auch haben Seefahrt und Fischerei stets etwas Romantisches: *„Da ist auch immer dieses Fernweh mit drinnen!“* Die Fischerei ist zudem typisch für die Region, eine lebendige Tradition, die man bis heute bewahrt hat. Gerade wenn ältere Schiffe (Holz) im Hafen liegen, bekommt das gesamte Bild auch eine gewisse Nostalgie: „*So wie früher wie in meiner Kindheit, wie die das schon immer gemacht haben - wie in der guten alten Zeit!“* Auch die Möglichkeit, frischen Fisch kaufen bzw. verzehren zu können, gehört für fast alle Urlauber (einer mochte keinen Fisch) zum perfekten Hafenerlebnis dazu – sei es als frischer Fisch/Krabben vom Kutter, als Fischbrötchen an der Bude oder in einem guten Fischrestaurant. *„Ich möchte von dort dann auch mit einer Tüte Krabben in der Hand wieder wegfahren!“*

Im Gegensatz dazu wirken Sporthäfen meist künstlich, oftmals steril und auch beliebig, d. h. sie wären austauschbar. *„Einen Sportboothafen kann ich mir auch hier am Kanal oder am Rhein ansehen, das ist nichts Typisches für eine Region wie Ostfriesland.“* oder *„Diese Sportboothäfen sind ja wie ein riesiger Parkplatz für Schiffe: Da passiert nichts, da ist wenig Leben, da steht bzw. liegt ja alles nur!“*

Auch Fähr- und Kreuzfahrthäfen sind von geringerem bzw. nur kurzzeitigem Reiz: „*Gut, wenn da gerade ein großes Kreuzfahrtschiff ausläuft, ist das interessant, aber das ist ja auch nur der kurze Moment und dann ist nichts mehr los und alles leer.“* und *„Außerdem ist das auch schon wieder alles sehr künstlich und technisch und irgendwie anonym!“*

Bedeutung/Attraktivität von Häfen für Tagesausflüge

Genauso wie für Urlauber sind auch für Tagesausflugsgäste Häfen nicht gleich Häfen.

Besonders reizvoll für Tagesausflüge sind Fischereihäfen, weil dort etwas passiert, was für Erwachsene und Kinder gleichermaßen interessant ist. *„Das ist doch toll für die Kinder, wenn die mal den ganzen kompletten Ablauf sehen, vom Einlaufen, Abladen bis zum Abtransport oder zur Zubereitung der Fische, wenn es da vielleicht direkt eine Bude oder Räucherei gibt!“*

Auch der Lerneffekt für Kinder (und Erwachsene) ist dabei wichtig. *„Wenn mich dann unser Kleiner fragt, was das für Fische sind, dann leite ich die Frage gleich an den Fischer weiter, weil der es besser erklären kann und ich mich dann nicht blamiere!“*

Ebenso gehört das kulinarische Erlebnis bei Tagesausflügen untrennbar zum Fischereihafen dazu*: „Da möchte ich abends mit frischem Fisch oder Krabben nach Hause fahren, die ich dort direkt im Hafen vom Schiff gekauft habe!“ oder „Ich fange da direkt im Hafen an, die*

frischen Krabben zu pulen, meist sind sie schon alle aufgegessen, wenn wir abends wieder zu Hause ankommen!“

Die Teilnehmer denken dabei eher an romantische, nostalgische, historisch gewachsene Häfen, die ein gewisses Flair ausstrahlen, zum gemütlichen Bummel einladen und nicht durch Lärm, Hektik, Größe oder auffällige Industriegebäude bzw. Einrichtungen abschrecken.

Fähr- oder Kreuzfahrthäfen/Terminals sind zwar generell auch interessant, allerdings nur für den jeweiligen Moment, nicht für einen kompletten Tagesaufenthalt. *„Das ist ja nur der Augenblick, wo da einer an- oder ablegt, ansonsten passiert da ja nichts, sonst ist das tot, und meistens ist auch nichts Interessantes drum herum.“* und *„Das wirkt außerdem auch immer sehr neu und sehr künstlich angelegt, das sind keine typischen, keine ursprünglichen Häfen!“*

Sportboothäfen sind weniger reizvoll, da sie nichts Besonderes sind – sie sind überall entlang der Weser zu finden – und kaum Erlebnis-Charakter bieten. *„Gerade wenn man da unter der Woche hinfährt, passiert da gar nichts, da ist keine Bewegung, keiner fährt rein oder raus, keiner legt an oder ab, die Schiffe liegen alle nur an ihren Liegeplätzen.“*

Ideal ist das so: *„Ich habe da einen schönen Deich mit Meerblick, kann schön spazieren gehen, sehe die Natur; dann gibt es einen kleinen historischen Hafenort, durch den man gemütlich bummeln kann, mit kleinen Teestuben und einem schönen Restaurant, wo man gute - also frische - Fischgerichte essen kann.“*

3.4 Bedeutsame Elemente für das Hafenbild (Hafennutzung)

Den Teilnehmern wurden sechs Bilder von typischen Hafennutzungen zur Bewertung anhand einer Skala von 1 = „abschreckend/unattraktiv“ bis 5 = „anziehend/attraktiv“ vorgelegt:

Motiv	Mittelwert	Erläuterung
B4: Schiffsreparatur.	4,3	Als besonders attraktiv beurteilt wurden die Motive B4 (M = 4,3), B3 (Mittelwert = 3,9) und B6 (M = 3,8). Alle vermitteln ein hohes Maß an Ursprünglichkeit und Authentizität, zeigen zudem Lebendigkeit und Aktivität. Sie strahlen auch Tradition, Nostalgie und Gemütlichkeit aus. *„Das Holzschiff (B4) ist nicht einfach nur historisch, sondern wird intakt gehalten, d. h. es wird noch benutzt, die Tradition wird aufrecht erhalten!“*
B3: Fischereihafen.	3,9	Einige Teilnehmer stört bei B3 der Bagger im Hintergrund: *„Das ist mir schon wieder zu technisch, erinnert mich an Baustelle, Industrie, Lärm usw., obwohl das Bild sonst wunderschön und idyllisch ist!“*
B6: Fähre	3,8	*„Bei B6 ist das auch eine Fähre, aber kein modernes Riesenfährschiff, sondern eine historische Fähre in einem überschaubaren Hafen – mit grüner Umgebung!“*
B2: Sportboothafen / Marina.	3,1	Das Bild B2 (M = 3,1) wird weder als besonders attraktiv noch als unattraktiv bewertet. Positiv wird der maritime Bezug wahrgenommen und die Umgebung wirkt insgesamt eher ruhig und gemütlich. Man stört sich aber auch am vergleichsweise sterilen Eindruck des Sportboothafens: *„Im Vergleich zu B4 oder B6 ist das eine ganz andere Atmosphäre, das liegt hier alles nur so da, da ist wenig Leben drinnen!“* und *„Dann auch noch dieses Verbotsschild im Vordergrund – das grenzt einen schon wieder aus und macht es unnatürlich!“* Und generell ist ein Sportboothafen nichts Besonderes, nichts Typisches für die Region Ostfrieslands: *„Eine Marina halt – die gibt’s überall, auch an der Weser!“*
B1: Werft.	2,9	Auch B1 (M = 2,9) wirkt auf viele Teilnehmer zu technisch und künstlich. Im Vergleich zu B5 sieht es überschaubarer und natürlicher aus, aber: *„Es ist eine Werft, also denkt man auch an Lärm und Arbeit; ich möchte da nicht in der Nähe mein Quartier haben!“*
B5: Stückgut- und Containerhafen.	2,8	Als vergleichsweise weniger attraktiv wird das Motiv B5 (M = 2,8) beurteilt. Der Hafen wirkt sehr groß und unüberschaubar, sehr künstlich und industriell. Die Atmosphäre wird als eher hektisch, laut und anonym eingeschätzt. *„Das erschlägt einen ja!“* oder *„Das ist nicht der romantische kleine Hafen, durch den ich im Urlaub bummeln möchte!“* Das heißt keinesfalls, dass dieser Hafen gänzlich uninteressant wäre: *„Das wäre jetzt ein riesiger Industriehafen, wo man eine Hafenrundfahrt machen muss, um alles zu sehen, aber kein gewachsener historischer Hafen, durch den man gemütlich spazieren geht.“*

Tabelle 3: Hafenbildelemente – Ergebnis der Bildbewertung im Überblick.

Dargestellt sind pro Bild jeweils der Mittelwert aller Teilnehmer-Bewertungen (Skala 1 = „abschrecken/unattraktiv“ bis 5 = „anziehend/attraktiv“) sowie die zuordenbare Erläuterung.

Die Teilnehmer wünschen sich übereinstimmend, dass im Hafen etwas passiert, dass dort Schiffe hin- und herfahren und Menschen arbeiten. Allerdings sollte dieser Hafenbetrieb eine gewisse Beschaulichkeit und auch Ursprünglichkeit ausstrahlen. *„Das sollen die dort schon immer so gemacht haben und nicht extra wegen der Touristen."* und *„Ich möchte da beim Zuschauen entspannen und die Seele baumeln lassen, vielleicht von der See, von der Ferne träumen!"* und *„Das muss auch eine gewisse Romantik haben!"*

Der Hafen soll durch seine Größe keinesfalls erschlagen, vielmehr wünscht man sich im Rahmen eines Ostfrieslandurlaubs kleinere, überschaubare Hafenanlagen, die sich quasi nahtlos in die Umgebung einfügen. *„Da möchte ich historisch gewachsene und nicht künstlich neu angelegte Häfen sehen!"* und „*Das muss zu den kleineren Orten, zu der Architektur der Siele passen, mit den kleinen typischen Häusern ringsherum, nicht mit irgendwelchen modernen Betonbauten oder riesigen Silotürmen!"*

Auch wünscht man sich eine gewisse Nähe, die es ermöglicht, die Arbeit und das Leben im Hafen hautnah mitzuerleben, anstatt nur anonym aus der Distanz zuzuschauen. Die meisten Befragten wünschen sich dabei den direkten Kontakt zu den dort arbeitenden Menschen. „*Im Hamburger Hafen kann ich nicht mal eben so auf ein Schiff gehen, aber dort in den kleineren Häfen kann ich einfach mal den Fischer fragen, ob ich mal auf seinen Kutter drauf darf oder ihn mir von drinnen anschauen kann."*

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass ein Hafen lebendig sein muss, aber nicht hektisch; zudem soll er gewachsen sein, Gemütlichkeit ausstrahlen und das Geschehen durch Nähe greifbar machen. An Nutzungen werden die bevorzugt, die als typisch für Ostfriesland gelten – Fischerei, Holzschiffsreparatur, kleine Fähren – und in Einklang stehen mit Beschaulichkeit.

3.5 Touristische Attraktivität eines Hafens abhängig von Zahl und Art der dort liegenden Schiffe und deren Aktivitäten

Zur generellen Attraktivität der Fischereihäfen für einen Besuch äußerten sich die Teilnehmer bereits zu Beginn der Veranstaltung (vgl. 3.3).

Bewertung der Bildvorlagen

Nach dieser spontanen Diskussion wurden den Teilnehmern zudem neun Bilder von Häfen zur Bewertung der allgemeinen Attraktivität mittels einer Skala von 1 = „abschreckend/ unattraktiv" bis 5 = „anziehend/attraktiv" vorgelegt.

Die folgenden Bilder 1-5 zielten darauf ab, die Attraktivität eines Hafens aufgrund der Anzahl der Kutter zu bewerten.

Motiv	Mittelwert	Erläuterung
C1: Kutter, gepackt und geflaggt.	4,0	Das Bild C1 (M = 4,0) wurde als eher attraktiv beurteilt. Es imponiert der geballte Auftritt vieler Schiffe, man spürt den Eventcharakter: *„Das ist bestimmt eine spezielle Veranstaltung, eine Regatta oder Ähnliches, die nicht ständig, sondern nur einmal im Jahr stattfindet!“* und *„Ein besonderes Erlebnis, da zuzuschauen!“*
C2: Sehr belebter Hafen (10 Kutter).	4,8	Als besonders attraktiv wurden die Bilder C2 (Mittelwert = 4,8) und C3 (Mittelwert = 4,7) eingestuft. Beide Motive strahlen in nahezu perfekter Weise das gewünschte Maß an Authentizität, gewachsener Ursprünglichkeit und Gemütlichkeit aus:
C3: Mäßig belebter Hafen (4 Kutter).	4,7	*„Es geht ja nicht nur um den Hafen und die Schiffe an sich, sondern auch um das Drumherum – hier passt alles zusammen!“* und *„Es sieht nach heiler Natur, nach viel Grün aus!“* oder *„Hier könnte man auch schön auf dem Deich spazieren gehen.“*
C4: Mäßig belebter Fischereihafen (Krabbenkutter und Boot).	3,6	Das Bild C4 (M = 3,6) wurde als eher neutral bewertet. Es zeigt sowohl positive wie auch negative Aspekte. C4 wirkt natürlich und ursprünglich, aber auch relativ einsam: *„Wie ein toter Nebenarm, wie ein Abstellgleis!“* und *„Drumherum ist ja nix, kein Ort, keine anderen Häuser!“*
C5: Leeres Hafenbecken.	2,3	Als eher abschreckend wird das Motiv C5 (M = 2,3) beurteilt. Hier haben die Befragten übereinstimmend den Eindruck, dass zu wenig los ist. „Das wirkt trostlos – richtig tote Hose!“ Es sind keine Schiffe im Hafen, es gibt kein Indiz und keinen Hinweis darauf, ob hier prinzipiell Schiffe liegen. Man sieht keine Menschen und keine potenziell attraktive Umgebung, es sind zu wenig Grünflächen und Natur im Bild. Die Gebäude sehen zudem nicht ansprechend und einladend aus, sondern eher groß, kalt und ungemütlich. *„Das sind nicht diese typischen kleinen Fischerhäuser!“* oder *„Auch wenn da Gastronomie drin zu sein scheint, wirkt das auf mich eher so wie ein Kasernengebäude – und dann noch diese hohe kahle Kaimauer davor!“*

Tabelle 4: Anzahl der Kutter – Ergebnis der Bildbewertung im Überblick.

Je Hafenmotiv sind jeweils der Mittelwert aller Teilnehmer-Bewertungen (Skala 1 = „abschrecken/unattraktiv“ bis 5 = „anziehend/attraktiv") sowie die zuordenbare Erläuterung dargestellt.

Die folgenden Bilder 7-9 dienten dazu, die Hafenattraktivität anhand verschiedener Tätigkeiten und Stimmungen zu beurteilen.

Motiv	Mittelwert	Erläuterung
C7: Fisch direkt vom Kutter.	4,3	Das Bild C7 (M = 4,3) wurde als eher attraktiv beurteilt. Für den Großteil der Befragten gehört Fisch kaufen/verzehren unbedingt zum maritimen Urlaubserlebnis dazu, und C7 zeigt: *„Frischer kann man keinen Fisch bekommen als direkt vom Kutter!“* und *„Die Restaurants kriegen den dann ja auch direkt vom Schiff!“*
C9: Fischer und Katzen nach der Arbeit.	4,0	Das Bild C9 (M = 4,0) wurden als eher attraktiv beurteilt. C9 hat hohen Authentizitäts- und Gemütlichkeitswert gleichermaßen, es vermittelt eine ruhige und entspannte Atmosphäre nach einem harten Arbeitstag der Fischer. Wichtig ist hierbei auch der Holzsteg – als Indiz für einen historischen, gewachsenen Hafen.
C6: Schild: Erklärung zu Krabbenkutter.	3,6	Das Bild C6 (M = 3,6) wurde als eher neutral bewertet. Zu sehen sind sowohl positive wie auch negative Aspekte. Motiv C6 vermittelt einerseits informativen Charakter, andererseits weist es darauf hin, dass man sich in einem inaktiven Hafenareal befindet. *„Wenn ein Museum gut gemacht ist, hat das auch seinen Reiz!“* versus *„Museum ist immer tot, da fahren keine Schiffe mehr, da passiert nichts, vielleicht darf man noch nicht mal auf die Schiffe draufgehen!“*
C8: Fischer bei der Netzarbeit.	3,5	Das Bild C8 (M = 3,5) wurde als eher neutral bewertet. Es zeigt beides, positive und negative Aspekte. Positiv wird der Hafen mit aktiven Fischereifahrzeugen gesehen. Der Hintergrund mit großen Gebäuden wie Silotürmen wirkt dagegen eher industriell und ungemütlich.

Tabelle 5: Hafenleben – Ergebnis der Bildbewertung im Überblick.

Dargestellt sind pro Motiv jeweils der Mittelwert aller Teilnehmer-Bewertungen (Skala 1 = „abschrecken/unattraktiv“ bis 5 = „anziehend/attraktiv“) sowie die zuordenbare Erläuterung.

Bei der Bewertung der Bildvorlagen wird deutlich, dass Kleinigkeiten große Unterschiede in der Attraktivitätswahrnehmung verursachen können. Im Folgenden zwei Beispiele:

- Einige Teilnehmer, die den Hafen von Heiligenhafen bereits kannten, stellten (auf den zweiten Blick) im Anschluss an die Bewertung fest, dass es sich bei den Motiven C8 und C9 um denselben Hafen handelt, nur aus anderen Perspektiven fotografiert. Umso erstaunter waren sie, wie unterschiedlich ihre Beurteilung ob des jeweils gezeigten Ausschnittes ausfiel: *„Bei C9 hat man wirklich diese ruhige, ursprüngliche Atmosphäre, es wirkt idyllisch – mit dem Holzsteg, den Möwen und Katzen."* und *„Bei C8 sieht das mit dem großen Schiff und den hohen Gebäuden schon eher nach ungemütlichem, lautem und unruhigen Industriehafen mit viel Betrieb aus – der dort in Heiligenhafen auf der rechten Seite ja auch tatsächlich ist."*

- Bei C6 spielen Details ebenfalls eine wichtige Rolle; sie vermitteln den Eindruck von fehlendem Leben und fehlender Infrastruktur: *„Da sehe ich überhaupt keine Menschen; und die Imbissbuden, oder was das da links sein soll, sind geschlossen oder verwaist!"* und *„Das sind auch nur Lagerhallen in der Umgebung, keine Wohnhäuser, keine Restaurants oder Teestuben, da kann man sich nichts angucken außer den Schiffen*!"

Die Anzahl der vor Ort liegenden Schiffe beeinflusst die Bewertung ebenfalls; es lässt sich feststellen, dass nur zwei Schiffe wie auf C6 zu wenig sind, die Ballung von Schiffen wie auf C1 aber auch nicht nötig ist, teilweise als unangenehm empfunden wird, so sie denn Dauerzustand wäre. *„Es soll im Hafen nicht überfüllt und drängelig aussehen, das bringt wieder Hektik und Unruhe rein, aber auch nicht total leer!"* und *„Es kommt doch auch immer auf die Hafengröße an und auf die Abstände der Liegeplätze … so wie auf C2 oder C3 ist es ideal!"*

Bedeutung konkreter Einzelaspekte beim Hafenbesuch

Im Anschluss an die Bewertung der Bildvorlagen zur Hafenattraktivität wurden jedem Teilnehmer sieben Klebepunkte ausgehändigt, die er je nach individueller Wichtigkeit beliebig auf die folgenden sieben Aspekte eines Hafenbesuches verteilen konnte. Die 16 Urlauber konnten folglich insgesamt 112 Punkte auf alle sieben Aspekte zusammen vergeben, die 8 Tagesausflügler insgesamt 56 Punkte. Die Ergebnisse in der Übersicht:

Aspekt	Urlauber (insg. 112 P.)	Tages-Ausflügler (insg. 56 P.)
Fisch kaufen oder vor Ort verzehren können	27	15
Schiffe bewegen sich, laufen ein und aus	24	8
Schiffe liegen im Hafen	18	9
Menschen arbeiten auf oder an den Schiffen	15	7
Echte Arbeiten werden im Hafen durchgeführt bzw. sind zu sehen	13	4
Möglichkeit, mit Fischern über die Fischerei zu sprechen	8	9
Viele Schiffe liegen im Hafen	7	4

Tabelle 6: Bedeutung konkreter Einzelaspekte beim Hafenbesuch

Die Gewichtung der einzelnen Aspekte durch die Teilnehmer zeigt deutlich, dass ein Hafen aktiv sein muss, um attraktiv zu sein. Von zentraler Bedeutung ist dabei nicht das bloße

Vorhandensein oder eine hohe Anzahl von Schiffen, sondern vielmehr, dass diese in Bewegung sind; dabei ist den Befragten auch wichtig, *„Dass die wirklich zum Fischen rein- und rausfahren und nicht nur solche Touristenausflugsfahrten machen!“*

Abgesehen von der Bewegung müssen aber auch irgendwann einmal Schiffe im Hafen liegen bzw. für längere Zeit zu sehen sein (idealerweise dann auch zu betreten/besichtigen). *„Irgendwann kommen die ja auch mal zurück!“* oder *„Das hängt ja immer vom Hoch- und Niedrigwasser ab, ob und wann die aus- und einlaufen können!“*

Hier wären entsprechende **Hinweise/Zeittafeln** aus Besuchersicht sehr hilfreich: *„Wenn ich weiß, dass die in einer Stunde wiederkommen, dann bummele ich solange durch die Stadt, gehe in die Geschäfte oder einen Tee trinken!“* und *„Wenn da keine Informationen sind und niemand ist, kein Hafenmeister, den man fragen kann, dann weiß ich ja nicht, wie viele Stunden ich unter Umständen noch warten muss, und dann fahr ich vielleicht direkt wieder ab – das hängt natürlich auch davon ab, ob da nur ein Hafen ist oder ob man in der unmittelbaren Umgebung noch etwas anderes unternehmen kann!“*

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass der Themenkomplex „aktive, authentische Fischerei“ von großer Bedeutung für das Urlaubs- bzw. Ausflugserlebnis ist. Man möchte nicht nur Ausflugsfahrten für Touristen offeriert bekommen, sondern echten Fischern bei der Arbeit zusehen und auch mit ihnen sprechen können. Anders wäre auch der wichtigste Aspekt, nämlich vor Ort frischen Fisch kaufen bzw. essen zu können, nicht wirklich bzw. nicht glaubwürdig erfüllt.

3.6 Unterscheidbarkeit von gewerblichen Kuttern

Den Teilnehmern wurden sechs Bilder von Fischereifahrzeugen vorgelegt. Auf einer Liste zum Ankreuzen sollten die Befragten einschätzen, ob es sich bei den jeweils gezeigten Fahrzeugen um noch aktive (zum Fischfang genutzte) oder nicht mehr aktive (Traditions- oder Museumsschiffe) handelt.

Die Aufgabe fiel den meisten Bochumer Teilnehmern – auch den Stammgästen unter ihnen – extrem schwer. Mehrfach äußerten die Befragten spontan Kommentare wie *„Das kann man doch so gar nicht sehen!“* oder *„Das habe ich so aus dem Handgelenk geraten – ich hätte die Kreuze auch genau andersherum machen können!“*

Die Bremer Teilnehmer waren teilweise darüber im Bilde, dass „*Kennzeichen wie GRE 16*“ Hinweise auf ein noch aktives Fischereifahrzeug sind.

Viele der Teilnehmer versuchten, nach Indizien zu suchen: *„Wenn da am Schiff Netze dran hängen oder davor liegen, dann fischt der wohl noch!“* oder *„Ich denke, wenn ein Schiff zu sauber und adrett aussieht, dann ist es eher ein Museumsschiff und nicht mehr im täglichen Einsatz!“* oder *„Ich glaube, ein Holzschiff ist heutzutage nicht mehr im Einsatz, die haben doch mittlerweile alle Metallrümpfe!“*

Die folgende Tabelle zeigt die Bewertungen der Teilnehmer und den tatsächlichen Status des jeweiligen Fahrzeugs:

Motiv	aktiv	inaktiv	Erläuterung	tatsächl. Status
D2	19	5	Vom Großteil der Teilnehmer (jeweils mehr als 2/3) wurden die Fahrzeuge D2, D3, D5, D6 als aktive Fischereifahrzeuge eingestuft.	aktiv
D3	17	7		inaktiv
D5	19	5		aktiv
D6	20	4		aktiv
D1	13	11	Von der einen Hälfte der Teilnehmer wurde das auf D1 abgebildete Fahrzeug als derzeit noch aktiv, von der anderen Hälfte als nicht mehr aktives Schiff eingestuft. Gründe für die Einschätzung als aktives Fahrzeug sind vor allem die vor dem Schiff liegenden Netze. Der Hauptgrund für die Beurteilung als nicht mehr aktives Schiff liegt vor allem in der Optik, die auf das Alter des Schiffes schließen lässt. *„Das sieht schon sehr alt aus, ich glaube nicht, dass die damit noch raus fahren!“*	*aktiv*
D4	10	14	Die Mehrheit der Teilnehmer (60%) stufte das Fahrzeug D4 als nicht mehr aktiv ein. Hauptgründe für diese Beurteilung waren die gepflegte, tadellose Optik und die Holzkonstruktion. *„Das sieht so schnieke aus, total sauber, das fährt nicht mehr zum Fischen raus!“* und *„Das ist komplett aus Holz, man sieht dieses alte Teakholz, das ist ein historischer Kutter!“*	*inaktiv*

Tabelle 7: Aktive oder inaktive Fischereifahrzeuge? – Ergebnis der Bildbewertung

Von zentraler Bedeutung ist den Befragten jedoch nicht das bloße Vorhandensein von Schiffen, sondern vielmehr, dass die Schiffe in Bewegung sind und dass sie dabei *„wirklich zum Fischen rein- und rausfahren und nicht nur solche Touristenausflugsfahrten machen!“*, wie es bei Traditions- oder Museumsschiffen der Fall ist.

3.7 Touristische Attraktivitätswirkung der Ensembles Stadtbild/ Hafen

Exkurs: Vorgelagerte Hafenanlagen versus Stadthäfen

Hafenanlagen im Stadtbereich haben generell eine höhere Attraktivität, sie versprechen sowohl dem Urlauber als auch dem Tagesausflügler eine größere touristische Vielfalt. Die Synergie-Effekte funktionieren in beide Richtungen, d. h. das Stadt-/Ortsbild profitiert vom Hafen, der Hafen aber ebenso von der ihn umgebenden Infrastruktur.

Ein wichtiger Faktor ist dabei das Erlebnis: „Ich bin da nicht umsonst hingefahren“. Bei einem Stadthafen kann die Umgebung fehlende Schiffe oder längere Wartezeiten bis zu deren Rückkehr leicht kompensieren, d. h. es gibt hier nur leichte Enttäuschungen. *„Man kann ja dann im Ort auch noch viele andere interessante Sachen machen!“* Fährt man hingegen einen vorgelagerten Hafen an, um sich den Fischereibetrieb und die Schiffe ansehen zu wollen, dann ist ein leerer Hafen eine massive Enttäuschung. *„Wir sind da mal im Urlaub extra in einen weit entfernten Hafen gefahren, weil das angeblich ganz toll sein sollte; und als wir ankamen, waren da überhaupt keine Schiffe und sonst war da auch nichts Interessantes – da sind wir dann gleich wieder frustriert abgehauen!“*

Das Ausmaß der o. a. Frustration ist auch immer davon abhängig, wie zentral der Hafen in die Urlaubs- oder Ausflugspläne eingebunden ist. *„Wenn ich auf einer Radtour am Deich entlang einen kleinen Umweg mache, um mal in den Hafen zu schauen, und da ist gerade kein Schiff, dann ist das nicht weiter tragisch!“* aber *„Wenn ich kilometerweit mit dem Auto dahin fahre und mich auf Schiffe und Fischer freue, und dann ist da alles leer, dann wäre ich sauer!“* Allerdings versuchen viele Befragte, sich im Vorfeld schon abzusichern, um Enttäuschungen zu vermeiden. *„Wenn es dann um einen speziellen Hafen geht, mache ich mich im Internet schlau, wann Hoch- und Niedrigwasser ist, versuche vorab schon herauszufinden, wann die Schiffe da sind bzw. zurückkommen.“*

Bewertung der Bilder

Den Teilnehmern wurden sechs Bilder mit Häfen in unterschiedlicher Lage bzw. mit unterschiedlichem Umfeld zur Bewertung vorgelegt. Maßgebend war die bekannte Skala von 1 = „abschreckend/unattraktiv“ bis 5 = „anziehend/attraktiv“.

Motiv	Mittelwert	Erläuterung
E2: Innenstadthafen	4,7	Als besonders attraktiv wurden die Bilder E2 (Mittelwert = 4,7), E3 (M = 4,5) und E1 (M = 4,3) beurteilt. Alle Motive zeigen nicht nur überschaubare, gewachsene, ursprüngliche Häfen mit gemütlicher Atmosphäre, sondern auch eine reizvolle Umgebung – man sieht grüne Natur und auch typische Bebauung, assoziiert auch Gastronomie und Geschäfte, die sich um den Hafenbereich herum befinden werden.
E3: Fischereihafen und Kaipromenade	4,5	Hier ist genau das touristische All-in-One-Bündel dargestellt, das sich Urlauber und auch Tagesausflügler wünschen. *„Da würde man sich dann auch den ganzen Tag aufhalten können, weil man nicht nur den Hafen hat, sondern auch in den Ort gehen kann, in Teestuben sitzen usw.!“*
E1: Hafen in der Stadt	4,3	Bei E1 stören sich einzelne Teilnehmer aber an fehlender Natur: *„Schon zu städtisch!“*
E4: Anleger außerhalb des Ortes	3,7	Motiv E4 (M = 3,7) wird als eher attraktiv bewertet. Auch hier wirkt die Umgebung recht reizvoll, allerdings aus anderen Gründen als bei den Motiven E1, E2 und E3. Das Bild reizt durch die Hafenlage direkt am Meer, es vermittelt Weite und Freiheit durch den Blick in die Ferne übers Wattenmeer; und man sieht eine natürliche, grüne Umgebung, auch wenn die Hafenanlage selbst schon einen neueren und etwas künstlichen Eindruck macht. Allerdings stören sich mehrere Befragte an der fehlenden Infrastruktur in der direkten Umgebung. *„Es sieht ja so aus, als ob da wirklich nur der Hafen ist und sonst nichts!“* und *„Zum Essen müsste ich dann wohl in den nächsten Ort fahren?!“* und *„Das wäre jetzt was für ein oder zwei Stunden, aber nichts für einen ganzen Tag!“*
E5: Anleger außerhalb des Ortes, Hooksiel	3,2	Als neutral wird das Motiv E5 (M = 3,2) bewertet. Der Hafen auf Bild E5 wirkt zwar vergleichsweise kleiner und gemütlicher, man sieht auch Grünflächen, aber *„Da ist sehr viel Beton, das sieht neu angelegt und nicht wirklich gewachsen aus!“* und *„Da ist kein Gebäude, keine Gastronomie, gar nichts, sieht sehr trostlos aus!“* und *„Das wird dort bestimmt schnell langweilig!“*
E6: Fischereihafen industriegeprägt	2,5	E6 (M = 2,5) wird als eher unattraktiv beurteilt. Das Bild vermittelt den Eindruck eines größeren, belebten Industriehafens mit großen, optisch unattraktiven Verwaltungs- und Produktionsgebäuden im Hintergrund. *„Da ist bestimmt viel Betrieb, viel Hektik!“* oder *„Ich stelle es mir auch ziemlich laut und ungemütlich vor!*

Tabelle 8: Hafenlage – Ergebnis der Bildbewertung im Überblick.
Pro Bild sind jeweils der Mittelwert aller Teilnehmer-Bewertungen (Skala 1 = „abschrecken/unattraktiv“ bis 5 = „anziehend/attraktiv“) sowie die Erläuterung dargestellt.

Zusammenfassend: Besonders attraktive Fischereihäfen

Gefragt, welche Fischereihäfen die Teilnehmer denn allgemein als besonders attraktiv empfunden bzw. in besonders positiver Erinnerung behalten haben, wurden – sehr konform zu den eingangs geäußerten Wünschen/Idealvorstellungen der Befragten und den Bewertungen der Bilder – vor allem die Stadthäfen der „Siele“ genannt. Besonders attraktiv sind dabei:

> Greetsiel, Neuharlingersiel und Carolinensiel: aktive Fischerei in allen Häfen, alle historisch gewachsen, mit ansprechender, abwechslungsreicher Umgebung, dennoch ruhig, gemütlich und beschaulich.

Vereinzelt wurden weitere, eher kleinere Häfen direkt am Meer genannt, insbesondere:

> Neßmersiel und Bensersiel: Die Häfen sind von der Größe her noch überschaubar, die unmittelbare Meernähe mit Blick aufs Watt und in die Ferne ist reizvoll, es gibt auch aktive Fischerei und die Fähren zu den Inseln Baltrum und Langeoog legen hier an und ab. Es fehlt aber im Vergleich zu den o. a. Stadthäfen die historische, ursprüngliche Atmosphäre und die direkte Einbettung in die Stadt bzw. den Ort.

3.8 Touristische Angebote im Umfeld der Fischerei

Die Mitfahrt auf Fischereifahrzeugen hat für Urlauber wie Tagesausflügler die höchste Attraktivität. Im Umfeld der Fischerei sind Museen und Kutter-Regatten zwar nicht uninteressant, vergleichsweise aber deutlich weniger reizvoll. Folgende Kernaussagen verdeutlichen dies:

- Der Großteil der Befragten möchte (insbesondere im Urlaub) gerne mal auf einem Kutter mitfahren, wünscht sich aber keinesfalls eine typische Touristen-Ausflugsfahrt, sondern idealerweise das authentische Erlebnis: *„Dass man wirklich nur mit ein paar Leuten, vielleicht nur mit der Familie, an Bord ist und so richtig mit den Fischern zum Fischen hinausfährt und auch selbst mit Hand anlegt!“*

- Auch ein Schaufischen oder Ausfahrten zum Angeln/Hochseeangeln wären akzeptabel, eine Ausflugsfahrt mit Butterfahrtcharakter hingegen deutlich weniger. *„Das ist dann nicht mehr das Echte, was die Fischer dort typischerweise machen, sondern etwas, was speziell für die Touris veranstaltet wird – für mich dann ein reiner Fake!“*

- Ein interessant gestaltetes Museum, idealerweise in Kombination mit Museumshafen und Museumsschiffen, hat auch einen gewissen Reiz, bietet aber deutlich geringeren Erlebnischarakter als aktive Schiffe und Fischerei. *„Das wäre dann vielleicht im Winter oder bei schlechtem Wetter die Alternative.“*

- Der Besuch bzw. das Anschauen einer Kutterregatta oder eines Korsos ist zwar nicht uninteressant, hat aber den eher kurzfristigen Charakter einer Momentaufnahme. *„Das hat man dann gesehen, aber das bleibt nicht großartig hängen!“* oder *„Das hat man schnell wieder vergessen, aber an die tollen Spaziergänge im romantischen Hafen, da erinnert man sich noch lange dran, da zehrt man länger von!“*

4 Besucherbefragung

In diesem Abschnitt werden die wesentlichen Ergebnisse der Teilstudie C2 (Persönliche Befragung von Übernachtungs- und Tagesgästen in Ditzum, Greetsiel und in den Referenzorten Dangast und Tönning) wiedergegeben.

Die Besucherbefragung stellt eine wesentliche Datenquelle für das Gutachten dar, da hier erstmals präzise Daten über die Hafen-Wahrnehmung bei aktuellen Besuchern erhoben werden konnten.

Durch die Untersuchungsanlage (zeitlich geschichtete Zufallsauswahl) sind die Ergebnisse repräsentativ für die Touristen in den Befragungsorten für den Zeitraum April bis Oktober 2009.

Das Fragenprogramm lässt sich in drei Teile gliedern:

1. Reisebezogene Strukturdaten: Hier wurden Strukturdaten zur aktuellen Reise erfragt. Dazu gehören Angaben zur Reisegruppe, zum Reisezweck, Wohn- und Übernachtungsort, Verkehrsmittel, Reisezielerfahrung, Ausgaben vor Ort und Wiederbesuchsabsicht.
2. Wahrgenommene Attraktivität: Dies ist der Kern des Fragebogens, in dem, neben den wesentlichen Besuchsmotiven, vor allem Attraktivitätsfaktoren, Attraktivitätseinschätzung des Ortes und des Hafens, generell prägende Aspekte eines attraktiven Hafens und, im Fall von Ditzum und Greetsiel, eine Einschätzung zur Besuchsabsicht ohne das Vorhandensein von Kuttern, erfragt wurden.
3. Statistik: Der Statistikteil umfasst allgemeine Angaben zur Person: Alter, Geschlecht, Haushaltsgröße und –struktur sowie das monatliche Haushaltsnettoeinkommen.

Der Fragebogen wird ergänzt um Interviewerangaben zur Wettersituation, zur Schiffsfrequenz im Hafen und zur Besucherfrequenz im Hafen.

Die Ergebnisse des Fragebogens (vgl. Anhang 7.2) werden im Folgenden textlich dargestellt, ein ausführlicher Tabellenteil befindet sich im Anhang (ab 7.3).

4.1 Zentrale Ergebnisse der Besucherbefragung

Die Besucherprofile der beiden Orte Ditzum und Greetsiel sind recht unterschiedlich. Dies ließ sich aufgrund der bereits bekannten sehr unterschiedlichen Angebots- und Nachfragedaten vermuten (siehe Teilbericht OZ1).

In Ditzum überwiegen die Tagesbesucher deutlich: Rund 75% der Befragten sind Tagesgäste vom Wohnort, weitere 7% Tagesgäste vom Urlaubsort. Übernachtungsgäste in der Gemeinde Jemgum machen also nur rund 18% der Befragten aus. Darin sind jeweils 8% Gäste in zimmervermietenden Betrieben und 8% in Ferienwohnungen und Ferienhäusern enthalten. Weitere 2% übernachten bei Verwandten oder Freunden, 1% hat eine eigene Wohnung. Die hochgerechnet rund 13.000 Übernachtungsgäste produzieren rund 61.000 Übernachtungen, während die rund 275.000 Tagesgäste ebenso viele Aufenthaltstage nach sich ziehen.

Die Übernachtungsgäste wohnen fast zur Hälfte (46%) in Niedersachsen, ein weiteres Drittel (32%) in NRW, andere Quellmärkte machen nur 20% der Übernachtungsgäste aus. Bei den Tagesbesuchern vom Wohnort überwiegt der Quellmarkt Niedersachsen deutlich (86%), weitere 7% wohnen in den Niederlanden. Der Anteil der PKW-Reisenden ist unter den Tagesreisenden mit 61% relativ gering, Fahrradreisende machen hingegen fast ein Drittel der Tagesbesucher (32%) aus. Die Fähre von Ditzum nach Petkum wurde von fast der Hälfte der Tagesreisenden (48%) genutzt. Die überwiegende Zahl der Besucher (mehr als 80%) ist ohne

Kinder unterwegs, Familien mit kleinen Kindern fehlen praktisch ganz. Vor allem die Wohnortausflügler sind ganz überwiegend Wiederholungsbesucher, der Anteil der Erstbesucher liegt bei 9%. Bei den Übernachtungsgästen liegt der Erstkundenanteil bei 27%, bei Urlaubsortausflüglern hingegen bei 77%. Die Wiederbesuchsabsicht ist relativ hoch, am höchsten bei den Wohnortausflüglern (91%). Die Ditzum-Besucher sind relativ alt (Durchschnittsalter 57 Jahre), vor allem die Wohnortausflügler verfügen über ein deutlich unterdurchschnittliches Haushaltsbudget (zwei Drittel fallen in die Kategorie Haushaltsnettoeinkommen unter 1.500 Euro). Konsequenterweise fallen auch die Ausgaben am Ort (ohne Kosten der An- und Abreise) leicht unterdurchschnittlich aus und liegen bei den Tagesgästen bei 15,11 Euro. Übernachtungsgäste in bezahlten Unterkünften hingegen geben pro Tag und Person 44,90 Euro aus, Übernachtungsgäste ohne direkt bezahlte Unterkunft 17,56 Euro (hier fehlt der Übernachtungskostenanteil).

In Greetsiel ist die Zahl der Wohnortausflügler hingegen deutlich geringer (24%), hier machen die Urlaubsortausflügler mit 41% die größte Gruppe vor den Übernachtungsgästen in der Gemeinde Krummhörn (35%) aus. Die Übernachtungsgäste übernachten häufiger in Ferienwohnungen und Ferienhäusern (16%) als in zimmervermietenden Betrieben (11%), rund 3% der Befragten wohnen in der eigenen Zweitwohnung, 1% bei Verwandten und Freunden. Die hochgerechnet 68.000 Übernachtungsgäste repräsentieren bei einer durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von 5,7 Nächten rund 390.000 Aufenthaltstage, hinzukommen rund 680.000 Tagesgäste. Der Quellmarkt NRW ist für Greetsiel wichtiger als für Ditzum: Mehr als die Hälfte (54%) der Übernachtungsgäste und 48% der Urlaubsortausflügler wohnt in NRW. Die Reichweite Greetsiels ist deutlich größer als die Ditzums, der Heimatquellmarkt Niedersachsen ist im Vergleich zu Ditzum unter- und andere Quellmärkte sind überrepräsentiert. In Greetsiel machen Reisende ohne Kinder rund 75% der Befragten aus, Familien mit kleinen Kindern rund 15% (bei Tagesgästen: 17%). In Greetsiel ist der Anteil der Erstkunden unter den Wohnortausflüglern ebenfalls gering (8%), und unter den Urlaubsortausflüglern mit 36% deutlich geringer als in Ditzum. Die Wiederkehrbereitschaft liegt unter den Wohnortausflüglern ebenfalls bei rund 90%, ist bei den Urlaubern (Übernachtungsgäste und Urlaubsortausflügler) aber höher als in Ditzum. Die Greetsiel-Gäste sind jünger als in Ditzum (52 Jahre), was vor allem auf den höheren Anteil von (jüngeren) Familien mit Kindern zurückzuführen ist. Die Einkommensverteilung ist deutlich positiver als in Ditzum, die mittlere Einkommensgruppe (1.500 bis 2.499 Euro Haushaltsnettoeinkommen) ist hier im Vergleich zur Bevölkerung überrepräsentiert. Die Tagesausgaben pro Person liegen dennoch nur unwesentlich höher als in Ditzum (Wohnortausflügler 15,78 Euro, Übernachtungsgäste in bezahlten Unterkünften 51,76 Euro, Übernachtungsgäste ohne direkt bezahlte Unterkunft 18,26 Euro).

Der Hafen ist für jeweils um die 90% der Besucher in Ditzum und Greetsiel einer von höchstens zwei zu benennenden Besuchsgründen. In der Regel wird aber neben dem Hafen auch noch ein weiterer Besuchsgrund genannt, am häufigsten der Ort selbst. Nur wegen des Hafens kamen in Ditzum zwischen 6% (Urlaubsortausflügler) und 13% (Wohnortausflügler), in Greetsiel jeweils um 5% der Befragten. Als Besuchsgrundkombination „Hafen anschauen“ und „Krabben bzw. Fisch kaufen“ gaben in Ditzum zwischen 19% und 32% der Befragten an, in Greetsiel zwischen 9% und 13%. Aufgrund der Angebotsanalyse war zu erwarten, dass der Hafen in Ditzum im Vergleich zu Greetsiel eine deutlich zentralere Rolle als Besuchsgrund spielt: In Greetsiel stehen einfach mehr Möglichkeiten zur Verfügung als in Ditzum.

Die Greetsiel-Besucher bewerten Ort und Hafen zu jeweils zwei Dritteln als „sehr attraktiv“. In Ditzum sind diese Werte geringer ausgeprägt (9% für den Ort, 34% für den Hafen). Die wichtigsten Attraktivitätsfaktoren für den Ort Ditzum sind das Ortsbild (22%), die Fähre (20%) und der Hafen (16%). In Greetsiel hingegen sind vor allem die Häuser und die Architektur (40%) vor dem Hafen (37%) und dem Ortsbild (26%) Attraktivitätstreiber.

Als Attraktivitätsfaktoren für den Hafen wirken in Ditzum vor allem Kutter (30%), die Übersichtlichkeit (29%) und die Fähre (27%). In Greetsiel ist der Attraktivitätsfaktor Kutter für den Hafen

deutlich ausgeprägter und wird von 59% der Besucher genannt, gefolgt von der Übersichtlichkeit (13%) und der Sauberkeit (11%). Die Kutter wirken in beiden Orten vor allem für die Urlaubsortausflügler überdurchschnittlich attraktiv.

Gewerbliche Kutter mit echtem Fischereibetrieb werden in beiden Orten als wichtigste Aspekte eines attraktiven Hafens genannt, und zwar deutlich häufiger als in den Referenzorten (Ditzum: 86%, Greetsiel: 71%, Dangast: 33%, Tönning: 47%). An zweiter und dritter Stelle der abgefragten Hafenattraktionsfaktoren folgen in Ditzum die Möglichkeit frischen Fisch zu kaufen (81%) und ein belebter Hafen (80%). In Greetsiel werden als weitere wichtige Faktoren genannt: ein belebter Hafen (70%) und historische oder Museumskutter (70%).

Demzufolge sind bei den Ditzum-Besuchern die gewerblichen Kutter einerseits stark mit dem frischen Fisch (im Hafen oder direkt vom Kutter zu kaufen) und dem Fischereierlebnis (z. B. der Möglichkeit mit einem Kutter mitzufahren oder die Fangtechnik erklärt zu bekommen) verknüpft. Hier spielt die authentische („lebendige“) Fischerei eine zentrale Rolle.

Die gewerblichen Kutter werden zwar auch von den Greetsiel-Gästen als wichtigstes der abgefragten Elemente eingeschätzt, hier stehen die „echten“ Kutter aber stärker mit der Einkaufsmöglichkeit, dem belebten Hafen und auch den Museumskuttern in inhaltlichem Zusammenhang. Hier ist der Aspekt der Belebungs- oder Kulissenwirkung der Kutter etwas ausgeprägter als in Ditzum.

Der Anteil der Befragten, die behaupten, dass sie ohne das Vorhandensein gewerblicher Kutter nicht gekommen wären, liegt in Greetsiel bei 29% und in Ditzum doppelt so hoch, bei 58%. Allerdings spricht einiges dafür, dass diese Werte die tatsächlichen Gegebenheiten eher über- als unterschätzen, denn zum Einen ist der Anteil derjenigen, die nach eigener Auskunft gar nicht wegen des Hafens oder des Krabben-/Fischkaufs gekommen sind, substanziell; zum Anderen zeigen die Ergebnisse der qualitativen Analyse, dass eine konkrete Aufteilung in „gewerbliche“ und „Museumskutter“ in der Regel gar nicht möglich ist.

4.2 Auswahl der Befragten

Im Zeitraum April bis Oktober 2009 wurden Besucher im Hafengebiet der vier Befragungsorte Ditzum, Greetsiel, Dangst und Tönning in persönlichen, voll standardisierten Interviews befragt. Die Interviews hatten eine durchschnittliche Länge von 15 Minuten.

Die Befragungen wurden über den Zeitraum auf jeweils 30 oder 31 Befragungstage gestreut. Je Befragungstag wurden mindestens 16 und höchsten 20 Interviews durchgeführt. Die Zahl der Befragungstage wurde analog der touristischen Übernachtungsnachfrage gewählt, sodass sichergestellt ist, dass in nachfragestarken Monaten mehr und in nachfrageschwachen Monaten weniger Interviews durchgeführt werden. Besondere Termine wie Hafenfeste oder ähnliches wurden berücksichtigt.

Anzahl Befragte	Ditzum	Greetsiel	Dangast	Tönning	Gesamt
April	58	72	63	48	241
Mai	86	69	92	100	347
Juni	80	74	81	76	311
Juli	80	95	84	104	363
August	81	85	96	98	360
September	83	82	76	92	333
Oktober	48	68	80	56	252
Gesamt	**516**	**545**	**572**	**574**	**2.207**

Tabelle 3: Verteilung der Befragten nach Befragungsort und Monaten

Die Befragten wurden an den Befragungstagen nach einer systematischen Zufallsauswahl („jeder x.“) ausgewählt. Dabei wurde je Reisegruppe immer nur eine Person befragt. Personen, die bereits an der Befragung teilgenommen hatten, wurden nicht erneut befragt.

Für die Auswahl der Befragten erhielten die Interviewer einen ausführlichen Screening-Fragebogen, der jeweils vor dem eigentlichen Interview abgearbeitet wurde. Damit wurde sicher gestellt, dass ausschließlich Touristen an der Befragung teilnahmen und nicht Einwohner der Gemeinde oder Besucher aus der Region, die ausschließlich zum Einkauf von Gegenständen des täglichen Bedarfs, auf dem Weg zur Arbeits- oder Ausbildungsstätte oder zur Erledigung von Arzt- oder Behördengängen angetroffen wurden. Der Screening-Fragebogen ist in Anhang 7.1 wiedergegeben.

Die Interviewer wurden von der HKM Gesellschaft für Marketingforschung und –beratung in Hamburg koordiniert. Dort wurden auch die offenen Fragen vercodet und der Masterdatensatz erstellt. Die Autoren danken Claudia Liebl, Kirsten Stein und Thomas Braun und ihrem Team für die sehr konstruktive und professionelle Zusammenarbeit.

4.3 Reisebezogene Strukturdaten

4.3.1 Aufenthaltsdauer

Die Struktur der Besucher in den vier Orten lässt sich anhand der Aufenthaltsdauer in zwei große Gruppen einteilen: Tagesgäste und Übernachtungsgäste. Tagesgäste sind Besucher, die den Ort besuchen, ohne zu übernachten (und nicht auf dem Weg zum oder vom Arbeits- oder Ausbildungsplatz, zum Einkaufen von Lebensmitteln oder ähnlichem, zu einer Behörde, zum Arzt oder zum Vereinssport sind). Dabei ist zu unterscheiden zwischen Tagesbesuchern vom Wohnort und Tagesbesuchern vom Urlaubsort. Bei den Übernachtungsgästen (das sind Besucher, die aus privaten Gründen im Gemeindegebiet übernachten), kann zudem nach Aufenthaltsdauer unterschieden werden.

Abbildung 34 zeigt deutlich, dass in Ditzum (ähnlich wie in Dangast) ganz überwiegend Tagesbesucher bei einem Tagesausflug vom Wohnort angetroffen wurden, während in Greetsiel (ähnlich wie in Tönning) die Tagesausflügler vom Urlaubsort die stärkste Gruppe ausmachten.

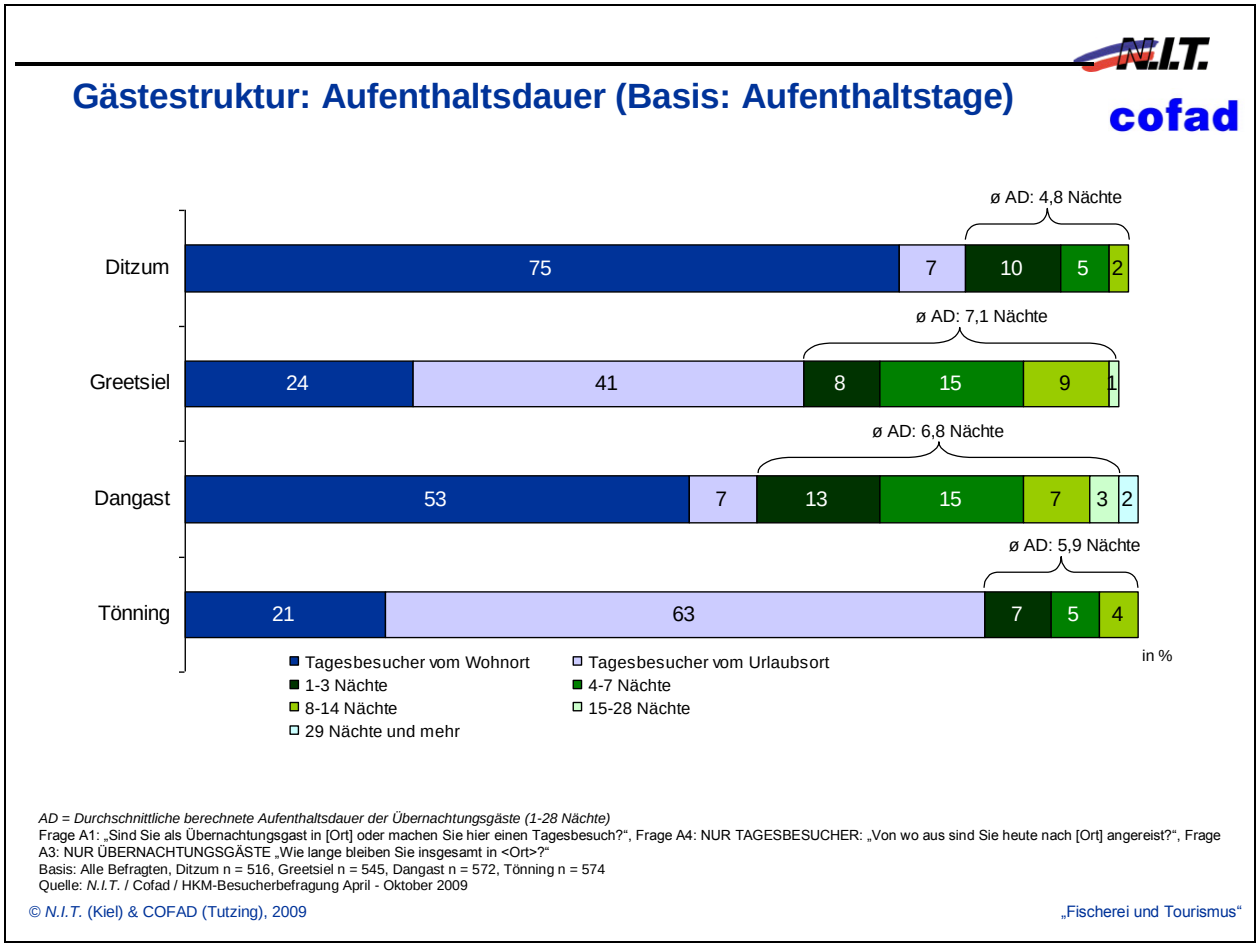


Abbildung 34: Gästestruktur (gemessen) nach Aufenthaltsdauer

Die Abbildung 34 zeigt die im Feld gemessenen Anteile von Tages- und Übernachtungsgästen. Um das reale Verhältnis von Tages- zu Übernachtungsgästen darzustellen, ist aber zunächst eine Umrechnung der eigentlich gemessenen Aufenthaltstage in Gästezahlen erforderlich, wie die folgenden Überlegungen zeigen:

1. Die Auswahlwahrscheinlichkeit (also die Wahrscheinlichkeit, für die Befragung ausgewählt zu werden) ist für Übernachtungsgäste höher als für Tagesgäste. Ist z. B. ein Übernachtungsgast vier Tage lang in der Untersuchungsregion, so ist seine Auswahlwahrscheinlichkeit a priori viermal höher als die eines Tagesgastes, der sich definitionsgemäß eben nur einen Tag in der Region aufhält.

2. An einem gegebenen Tag befindet sich eine gegebene Masse von Besuchern im Feld. Diese Masse repräsentiert die tatsächliche Besucherzahl (Tagesgäste und Übernachtungsgäste) am gegebenen Tag. Eine Auswahl aus diesen Besuchern ergäbe die Anteile nach Abbildung 34. Eine Befragung am nächsten Tag ergäbe wiederum das Verhältnis in Abbildung 34. Dann ist von einem Tag zum nächsten jedenfalls die gesamte Masse der Tagesbesucher ausgetauscht worden, aber nur ein Teil der Masse der Übernachtungsbesucher. Ein weiterer Teil der Übernachtungsbesucher ist erneut im Feld und steht als Auswahlgrundgesamtheit zur Verfügung. Verlängert man diese Argumentation gedanklich weiter, so wird klar, dass die Auswahl-Grundgesamtheit nicht die Personen, sondern die Aufenthaltstage sind.

Die Verteilung laut Abbildung 34 spiegelt demnach nicht die Verteilung der Personen, sondern die Verteilung der Aufenthaltstage dieser Personen wider. Das im Feld ermittelte Verhältnis Tagesgäste zu Übernachtungsgästen muss also nicht auf die Zahl der Personen, sondern auf die Zahl der Aufenthaltstage angewendet werden.

Die Berechnung wird in Tabelle 9 dargestellt. Im Ergebnis sind fast 96% der Gäste in Ditzum und 93% der Gäste in Greetsiel Tagesgäste. Bei den Aufenthaltstagen und Wertschöpfungsbeiträgen sind die Bedeutungen der Segmente allerdings deutlich unterschiedlich (vgl. dazu auch die Wertschöpfungsberechnungen im Teilbericht OZ 1).

		Ditzum		Greetsiel	
Auswahlbasis: Aufenthaltstage					
Anteil Tagesgäste lt. Befragung	%T		81,8%		63,8%
Anteil Übernachtungsgäste lt. Befragung	%Ü		18,2%		36,2%
Anzahl Übernachtungsgäste (ÜN/DA)	ÜG	13.226		62.633	
durchschn. Aufenthaltsdauer der Übernachtungsgäste (lt. Besucher-Befragung)	DA	4,8 Nächte		7,1 Nächte	
Anzahl Übernachtungen lt. Status-Quo-Analyse (in bezahlten Unterkünften, bei Verwandten und Freunden und in Zweitwohnungen)	ÜN	63.484	18,2%	444.694	36,2%
Anteilsberechnung Tagesgäste: ÜN * %T / %Ü	TG	285.329	81,8%	783.742	63,8%
Aufenthaltstage insgesamt (ÜN + TG)	**AT**	**348.813**	**100,0%**	**1.228.436**	**100,0%**
Anzahl Übernachtungsgäste	ÜG	13.226	4,4%	62.633	7,4%
Anzahl Tagesgäste	TG	285.329	95,6%	783.742	92,6%
Anzahl Gäste insgesamt (ÜG+TG)	**G**	**298.555**	**100,0%**	**846.375**	**100,0%**

Tabelle 9: Berechnung der Tagesgäste- und Übernachtungsgästeanteile in Ditzum und Greetsiel

4.3.2 Unterkunftsart

Die Unterkünfte der Übernachtungsgäste können in zwei große Gruppen unterschieden werden: Zum Einen die Unterkunftsbetriebe, die Leistungen für eher kurzfristige und nicht oder selten wiederholte Aufenthalte mit Bezahlung anbieten, zum Anderen die Unterkünfte für Dauergäste und die kostenlose Beherbergung bei Verwandten und Freunden. In Abbildung 35 ist die erste, klassische touristische Kategorie in Grünfarben dargestellt, die zweite Kategorie in Orange/Rot. Deutlich wird, dass die klassisch touristischen Unterkunftsformen deutlich gewichtiger sind als die nicht-klassischen Formen.

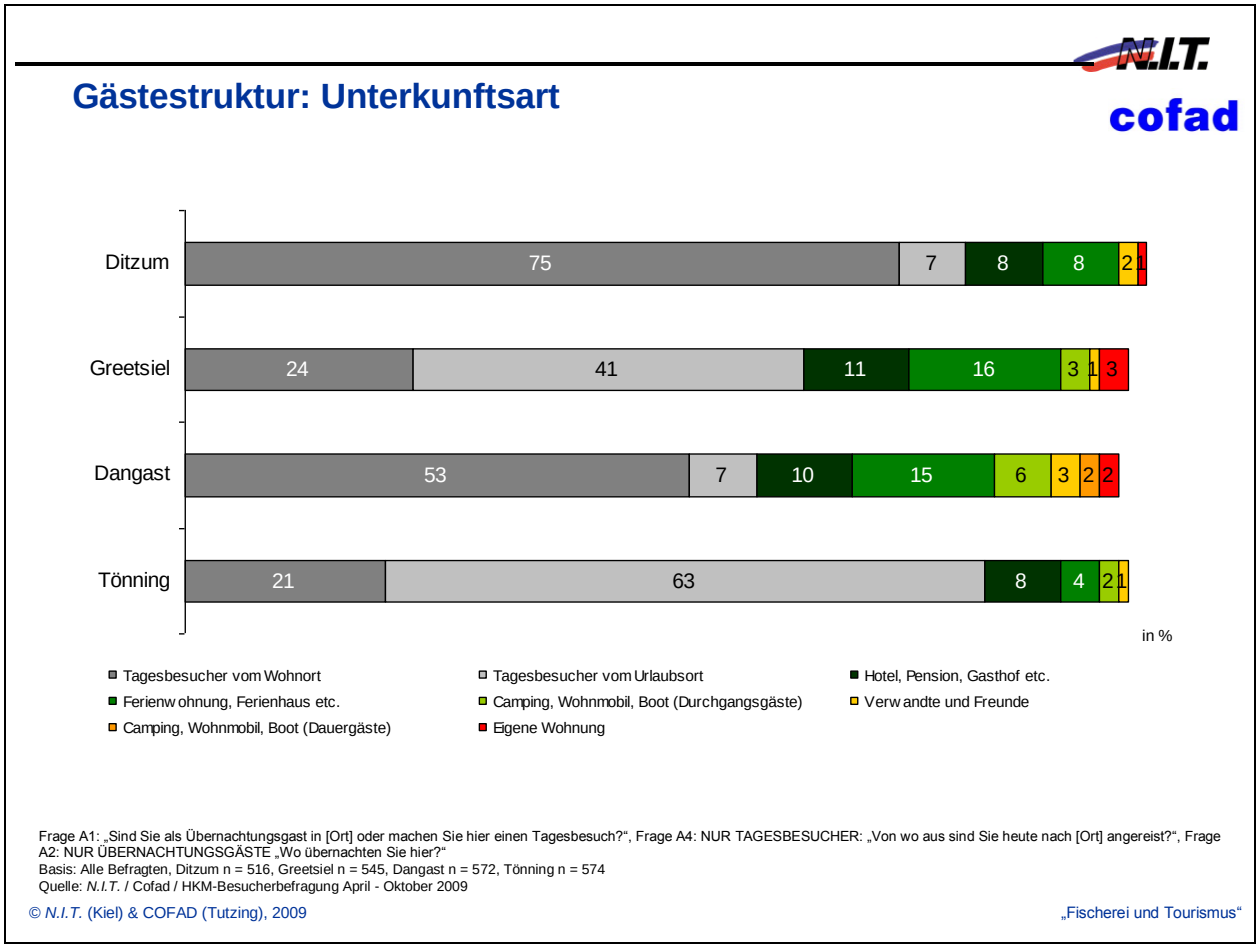


Abbildung 35: Gästestruktur nach Unterkunftsart

4.3.3 Gästeherkunft

Die Gästeherkunft ist je nach Zielgruppe differenziert zu betrachten. So ist die Erreichbarkeit eines Ortes im Rahmen eines Tagesausfluges anders zu bewerten als für übernachtende Urlaubsgäste (Abbildung 36).

So ist für Ditzum und Greetsiel bei Tagesausflügen vom Wohnort naturgemäß Niedersachsen der wichtigste Quellmarkt. Aber: Substanzielle Teile der Tagesausflügler kommen auch aus NRW und aus den Niederlanden. Bei den Übernachtungsgästen und Tagesgästen vom Urlaubsort ist NRW in der Regel der wichtigste Quellmarkt, allerdings zeigt Ditzum eine deutlich stärkere Ausrichtung auf das Heimatbundesland als Greetsiel. Die Quellmärkte für Greetsiel sind insgesamt deutlich diversifizierter als für Ditzum. Auch hier lassen sich wiederum Parallelen zwischen Dangast und Ditzum einerseits und Tönning und Greetsiel andererseits ziehen.

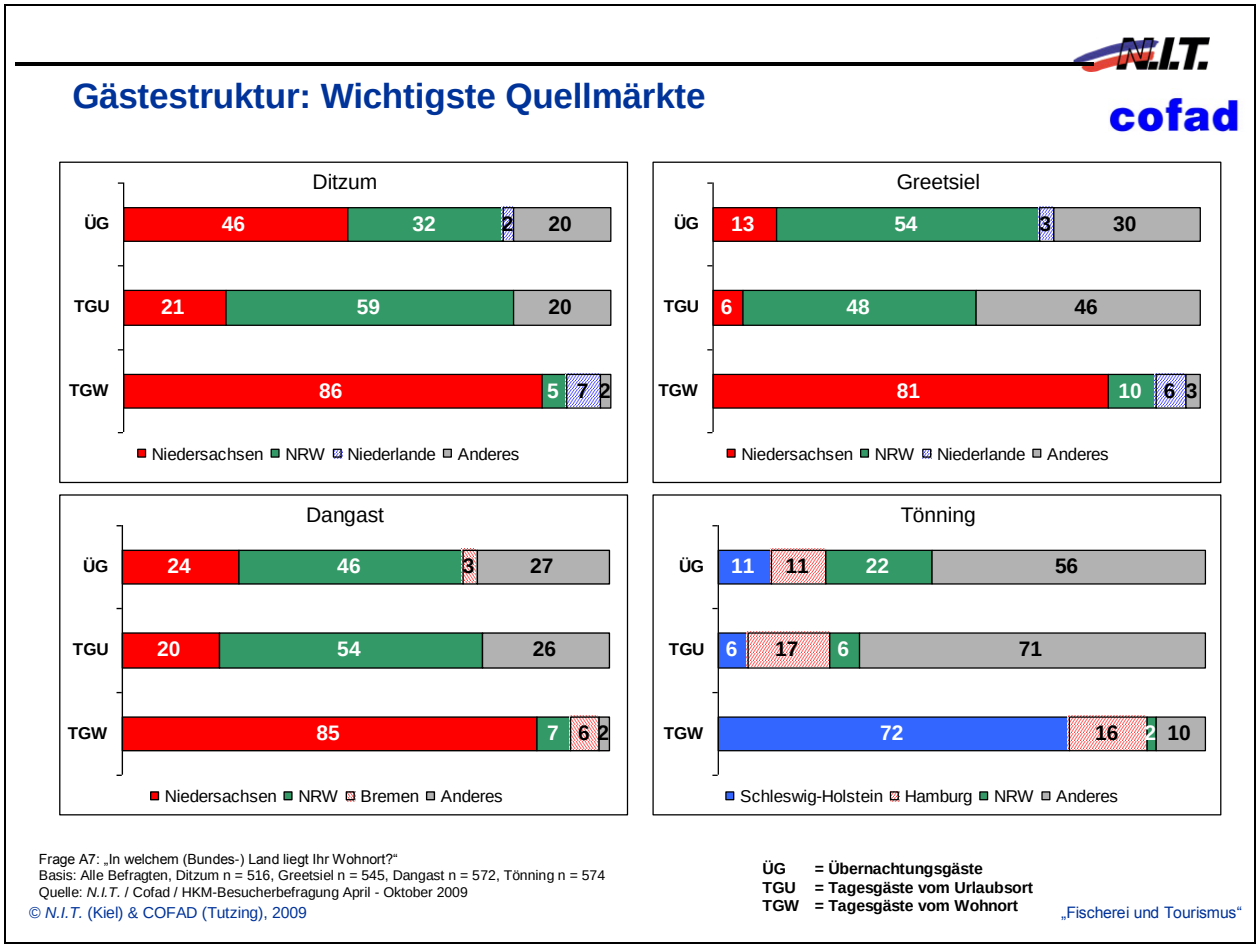


Abbildung 36: Gästestruktur nach wichtigste Quellmärkten

Um die unterschiedlichen Reichweiten der Orte Ditzum und Greetsiel zu verdeutlichen, wurde für die wichtigsten Segmente Verteilungskarten angefertigt, die nachfolgend dargestellt sind.

Gutachten zur Bedeutung und zum Einfluss der Fischerei auf den Wirtschaftsfaktor „Tourismus“

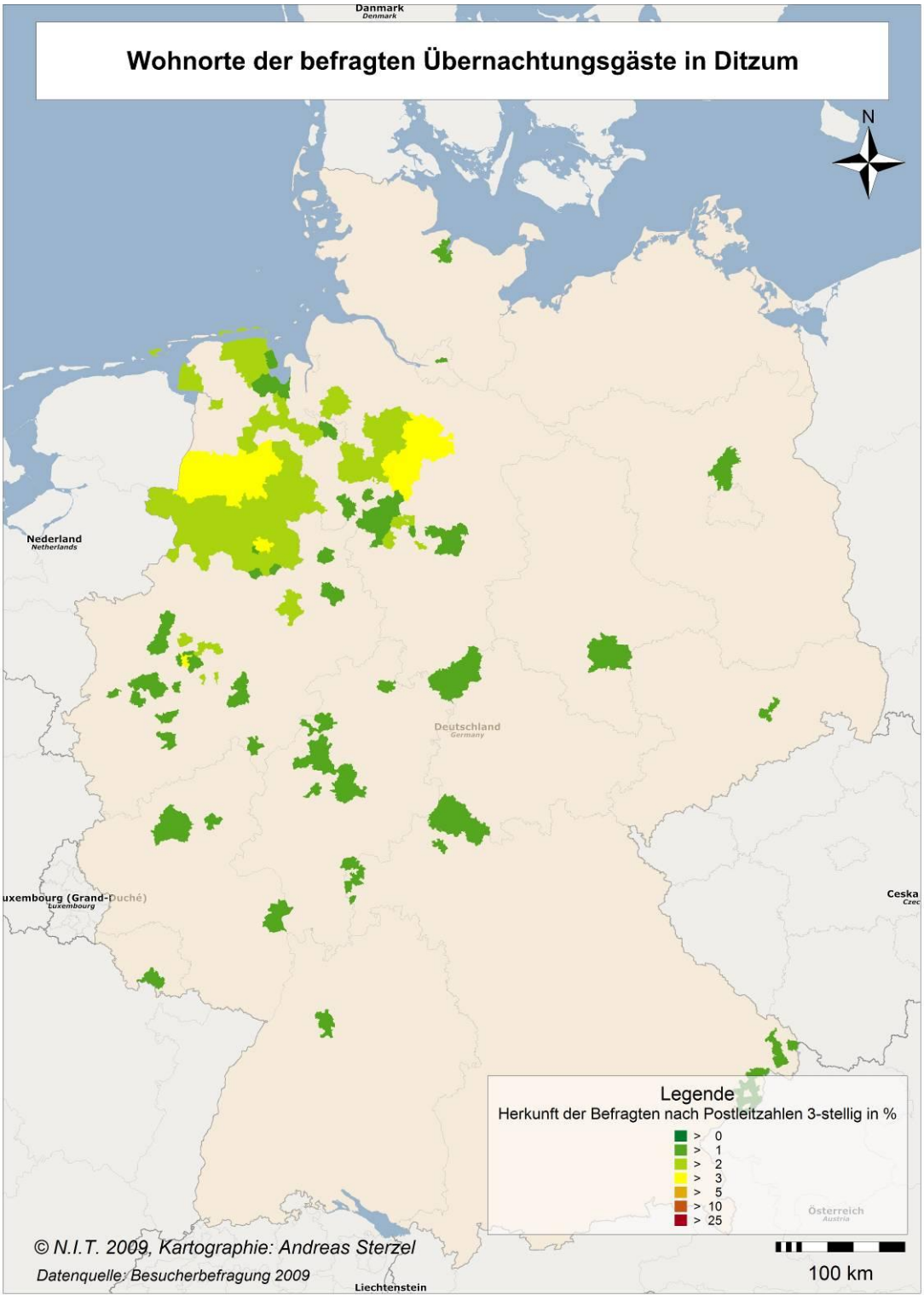


Abbildung 37: Karte der Wohnorte der befragten Übernachtungsgäste in Ditzum

Gutachten zur Bedeutung und zum Einfluss der Fischerei auf den Wirtschaftsfaktor „Tourismus“

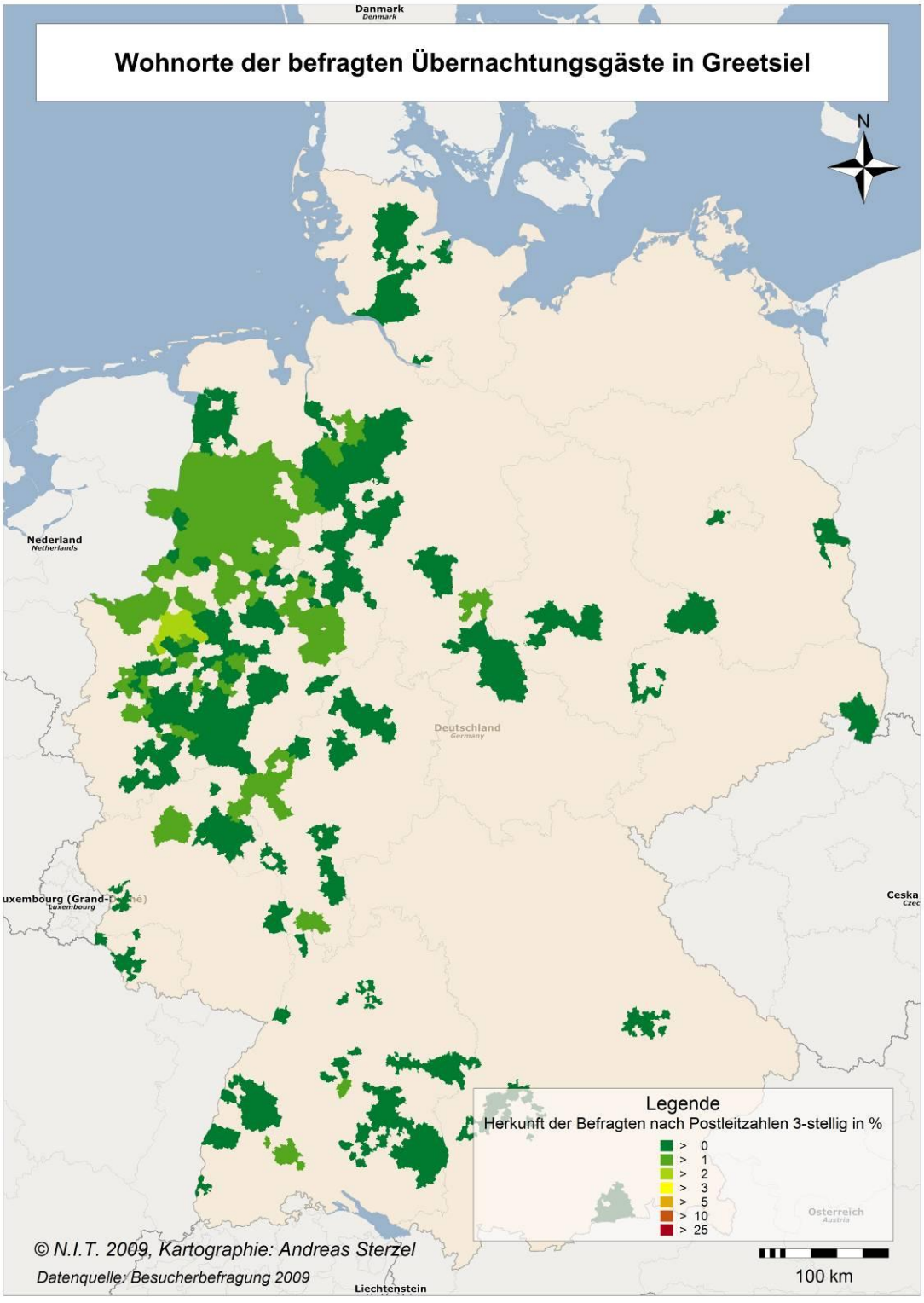


Abbildung 38: Karte der Wohnorte der befragten Übernachtungsgäste in Greetsiel

Gutachten zur Bedeutung und zum Einfluss der Fischerei auf den Wirtschaftsfaktor „Tourismus“

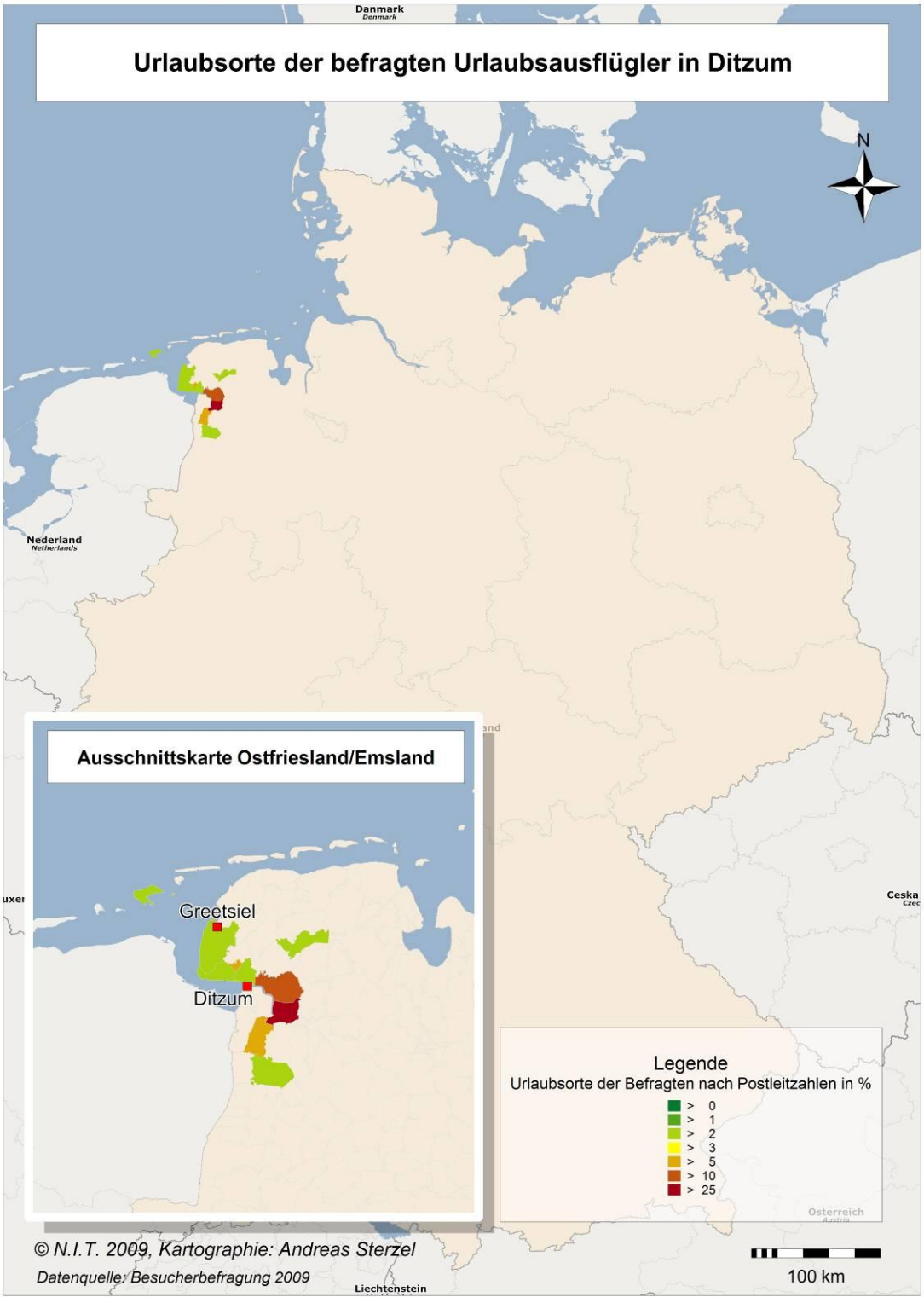


Abbildung 39: Karte der Urlaubsorte der befragten Urlaubsortausflügler in Ditzum

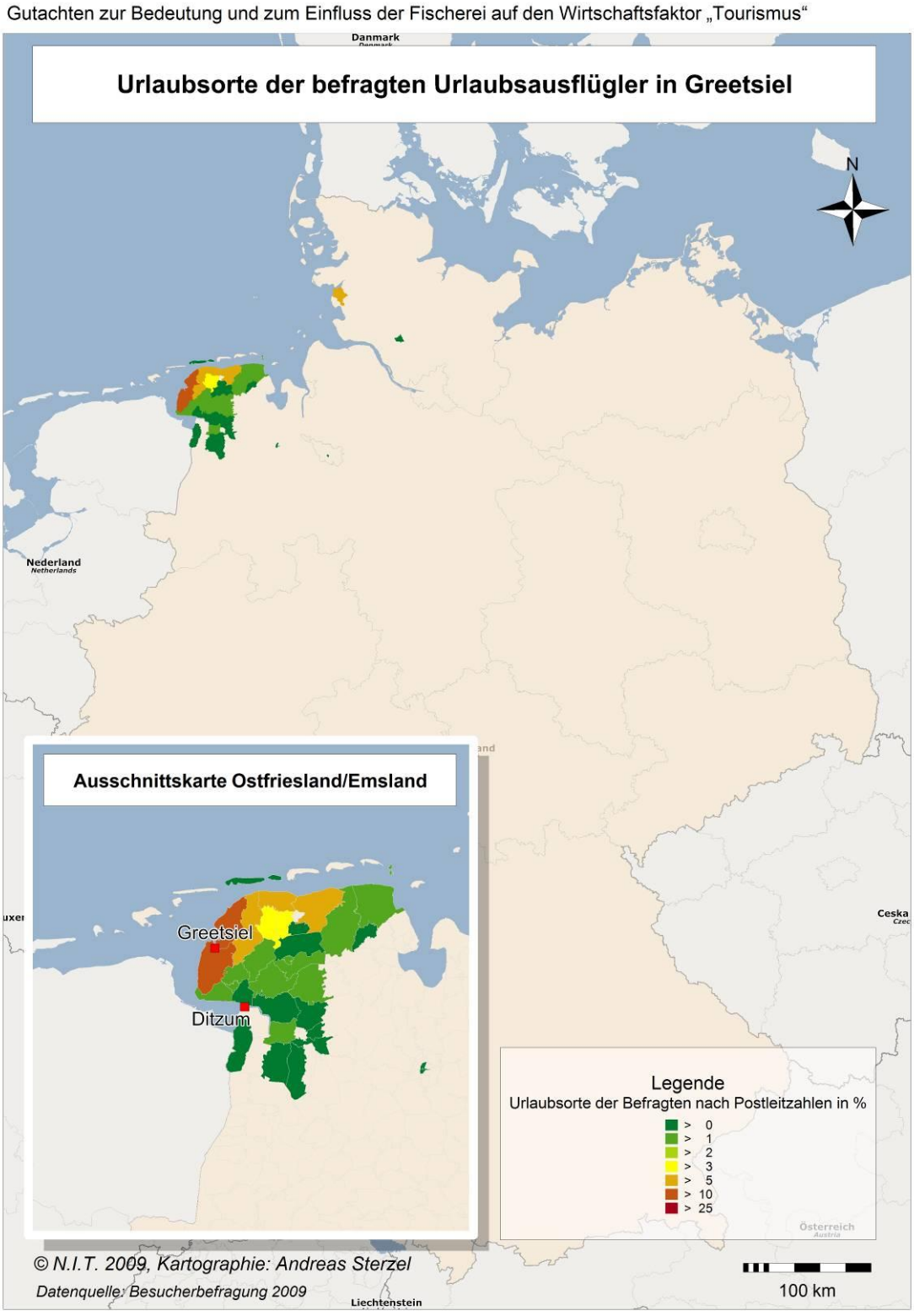


Abbildung 40: Karte der Urlaubsorte der befragten Urlaubsortausflügler in Greetsiel

Gutachten zur Bedeutung und zum Einfluss der Fischerei auf den Wirtschaftsfaktor „Tourismus“

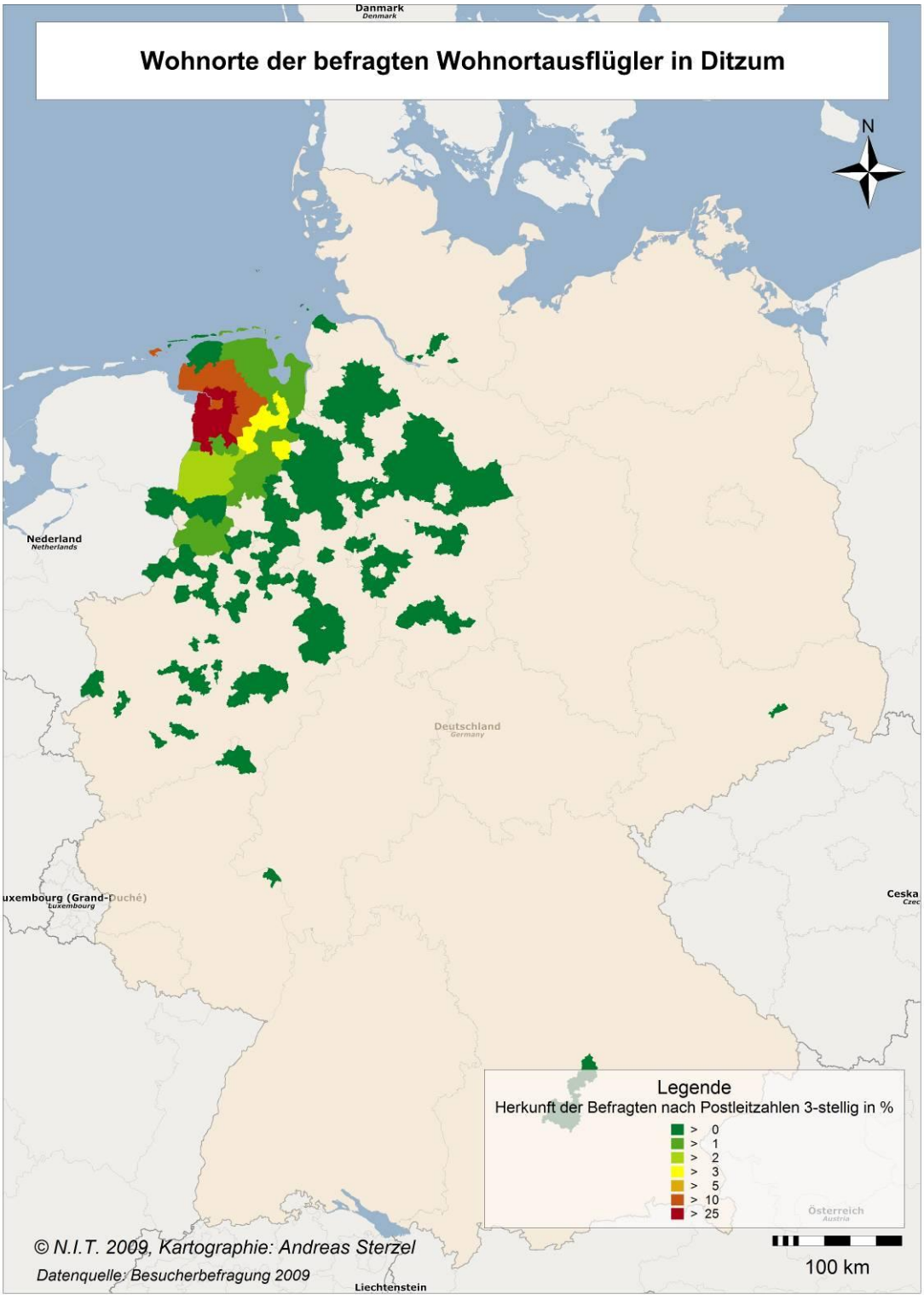


Abbildung 41: Karte der Wohnorte der befragten Wohnortausflügler in Ditzum

Gutachten zur Bedeutung und zum Einfluss der Fischerei auf den Wirtschaftsfaktor „Tourismus“

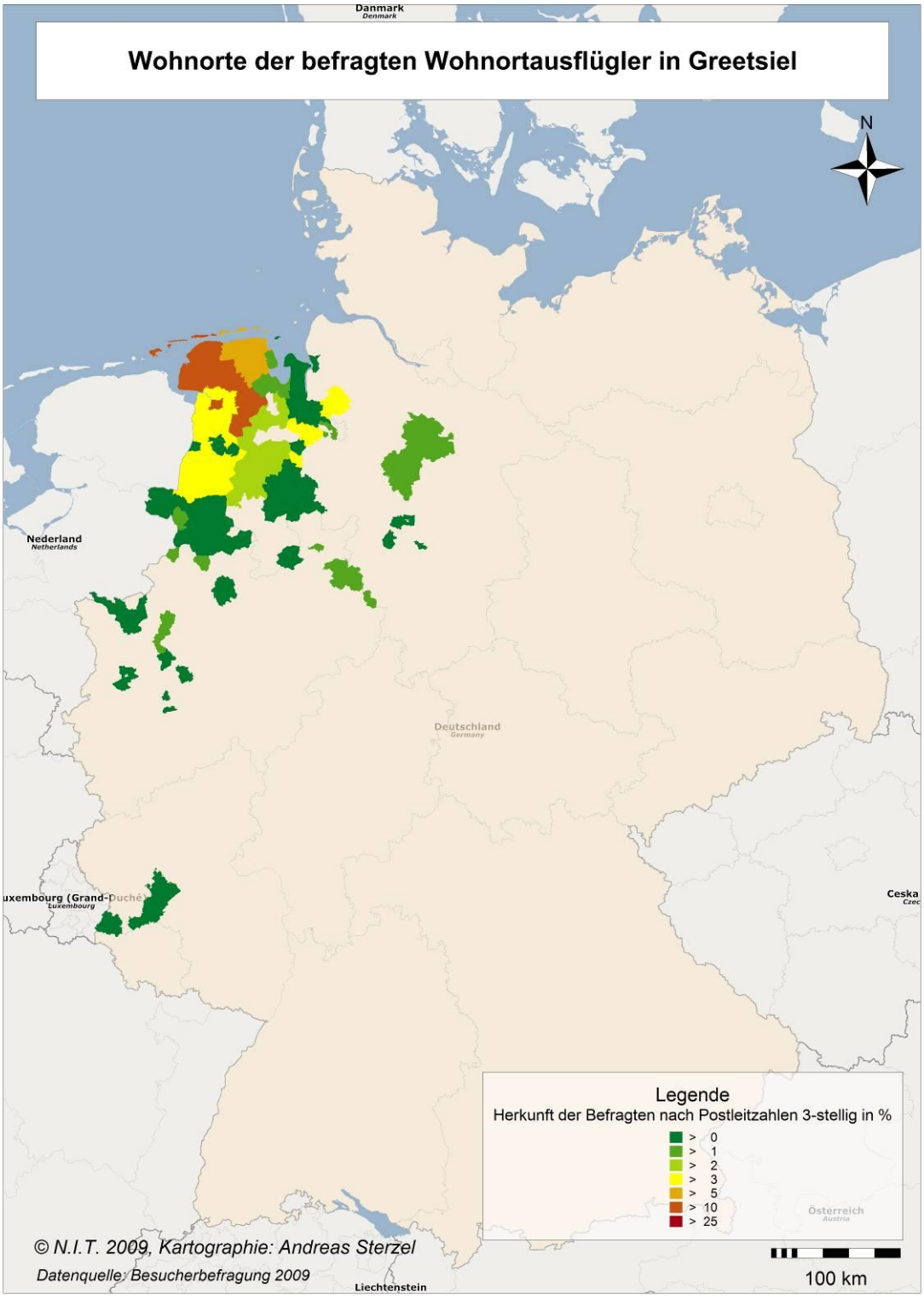


Abbildung 42: Karte der Wohnorte der befragten Wohnortausflügler in Greetsiel

4.3.4 Anreiseverkehrsmittel

Auch beim Anreiseverkehrsmittel ist zwischen Tagesgästen und Übernachtungsgästen zu differenzieren (Abbildung 43).

Hier zeigen sich vor allem für Ditzum Ergebnisse, die von den anderen Orten stark abweichen. Das liegt zum einen an der Fähre, die in der Regel zusätzlich genutzt wurde (und zwar von fast der Hälfte der Tagestouristen und 16% der Übernachtungsgäste) und vor allem bei den Tagesgästen an einem deutlich höheren Radfahreranteil: Fast ein Drittel der Ditzum-Tagesgäste nutzte das Fahrrad (häufig in Verbindung mit der Fähre) zur Anreise, bei den Übernachtungsgästen sind es 15%.

Für Greetsiel lassen sich, mit Ausnahme einer leicht erhöhten Frequenz für motorradfahrende Tagesgäste, kaum Besonderheiten ausmachen.

Gästestruktur: Anreiseverkehrsmittel

in %	Tagesgäste				Übernachtungsgäste			
	Ditzum	Greetsiel	Dangast	Tönning	Ditzum	Greetsiel	Dangast	Tönning
PKW	61	85	90	86	93	87	84	81
Fahrrad	32	7	6	7	15	2	0	2
Fähre	48	1	0	0	16	0	0	0
Wohnmobil	4	1	1	3	3	9	13	7
Motorrad	8	5	1	2	0	1	0	0
Bahn	1	1	2	3	2	3	5	11
Anderes	0	1	2	1	0	1	1	3
ø Anzahl Nennungen	*1,5*	*1,0*	*1,0*	*1,0*	*1,3*	*1,0*	*1,0*	*1,0*

Frage A8: „Wie sind Sie nach [Ort] angereist?“
Basis: Alle Befragten, Ditzum n = 516, Greetsiel n = 545, Dangast n = 572, Tönning n = 574
Quelle: *N.I.T.* / Cofad / HKM-Besucherbefragung April - Oktober 2009

© *N.I.T.* (Kiel) & COFAD (Tutzing), 2009

Abbildung 43: Gästestruktur: Anreiseverkehrsmittel

4.3.5 Reisebegleitung

Sowohl in Ditzum als auch in Greetsiel dominieren Besucher, die ohne Begleitung von Kindern reisen (Abbildung 44).

In Ditzum ist dies noch deutlicher ausgeprägt als in Greetsiel. Gäste mit kleinen Kindern (0-5 Jahre) sind in Ditzum nur sporadisch anzutreffen.

Die durchschnittliche Gruppengröße liegt in allen Orten und in beiden Zielgruppen (Tagesgäste und Übernachtungsgäste) um den Wert 3, darin grob gerechnet 2,5 Erwachsene und ein halbes Kind.

Lediglich in Ditzum ist die Gruppengröße der Tagesgäste mit 3,2 (darin drei Erwachsene und 0,2 Kinder) etwas größer.

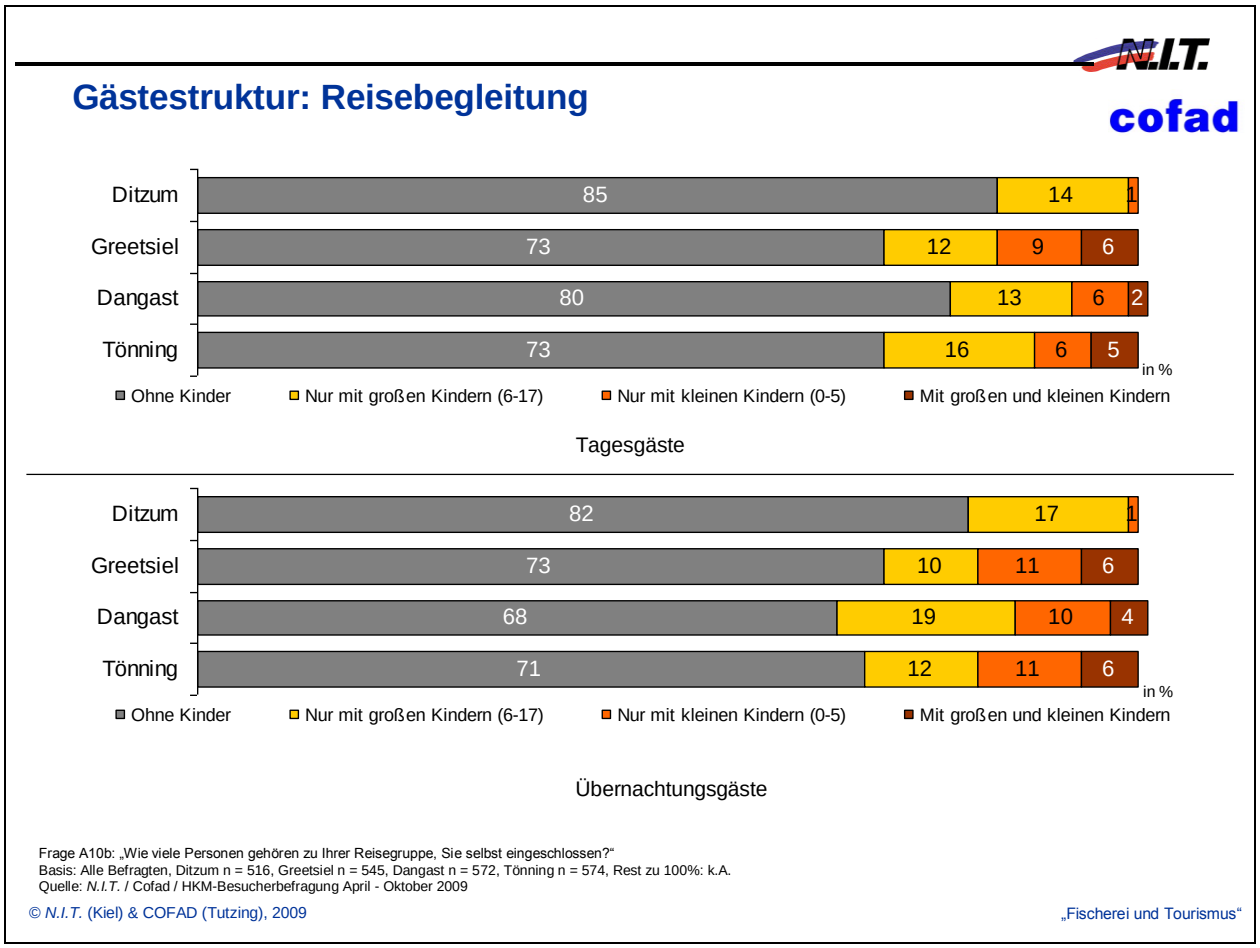


Abbildung 44: Gästestruktur: Reisebegleitung

4.3.6 Ausgaben

Die Ausgaben der Besucher im Ort bilden die Basis für die Wertschöpfungsberechnung. Bei der Abfrage wurde ein Verfahren gewählt, das in Unterkunftskosten einerseits und Kosten für andere Positionen andererseits differenziert. Die Unterkunftskosten wurden nur bei Übernachtungsgästen erhoben, denn Zielsetzung dieser Frage ist die Ermittlung der lokalen Ausgaben. Bei der Ermittlung der Unterkunftskosten war in vielen Fällen keine konkrete Angabe möglich, weil es sich um selbstgenutzte Zweitwohnungen, Dauercamping oder Dauerliegeplätze oder einen (nicht monetär vergüteten) Besuch bei Freunden oder Verwandten handelte. Für diese Zielgruppen sind konsequenterweise keine Unterkunfts-ausgaben ausgewiesen.

Kosten der An- und Abreise wurden aus Gründen mangelnder Präzision bei der Abfrage nicht erhoben, damit sind also auch Treibstoffkosten nicht in der Analyse enthalten.

Die Verteilung der Ausgabentypen zeigt Abbildung 45. Die Darstellung Tabelle 10 erfolgt einheitlich auf Basis der genannten Ausgaben, geteilt durch die Zahl der Reisenden und, bei den Unterkunftskosten, durch die Aufenthaltsdauer. Dazu wurde die Aufenthaltsdauer mit der Zahl der Nächte gleich gesetzt, weil wir branchenüblich davon ausgehen, dass An- und Abreisetag jeweils als halber Tag vor Ort gezählt werden können.

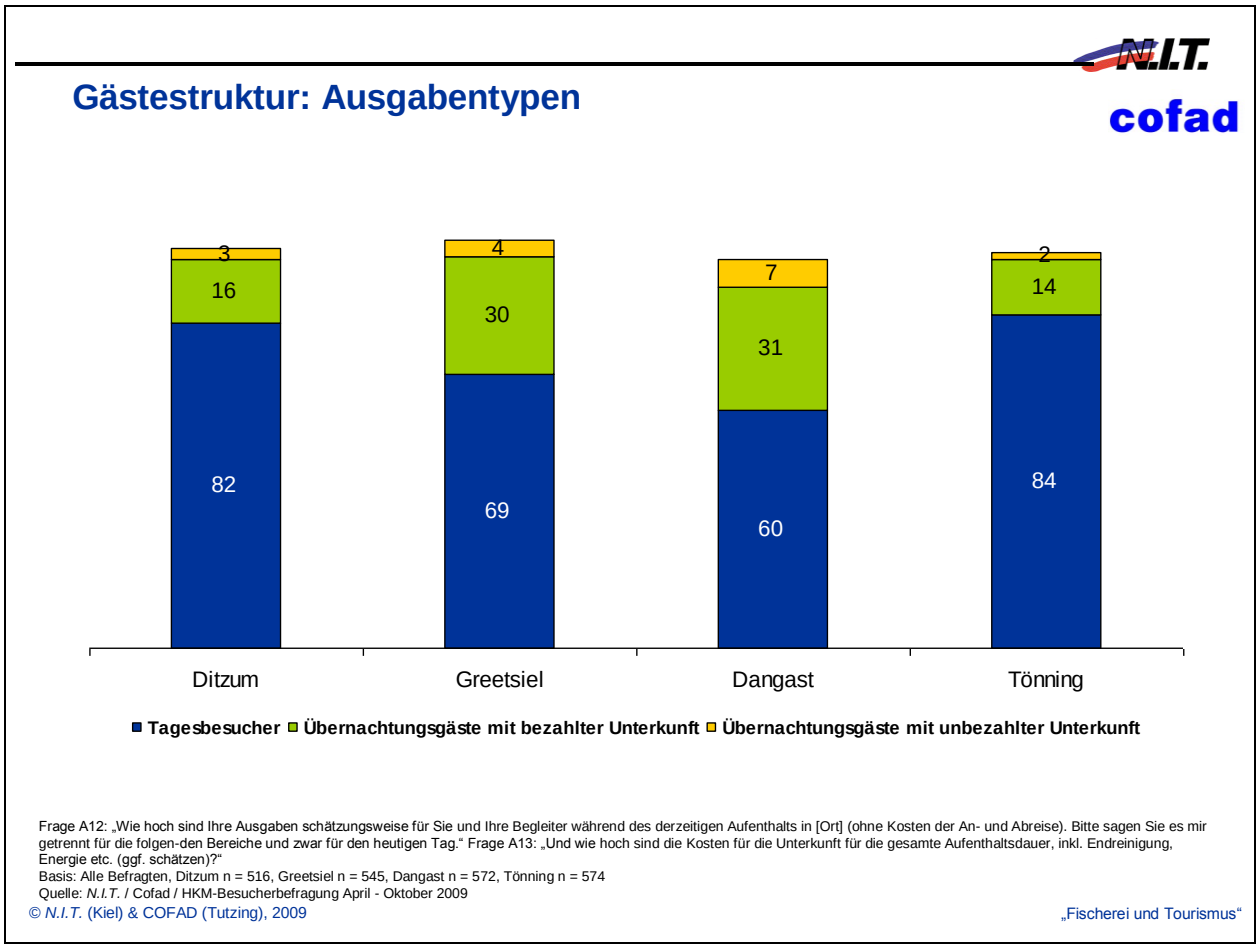


Abbildung 45: Gästestruktur: Ausgabentypen

Die empirisch ermittelten Werte (Tabelle 9 und Abbildung 46) liegen leicht unter denen anderer Untersuchungen. So weisen Harrer & Scherr (2002, S. 52) für das Reisegebiet „Ostfriesische Inseln, Ostfriesische Küste und Cuxhavener Küste-Unterelbe“ für Übernachtungsgäste in Betrieben mit mehr als 8 Betten (dort als „gewerbliche Betriebe“ bezeichnet) einen Tagesausgabenwert pro Person in Höhe von 67,70 Euro (darin 26,00 Euro für die Unterkunft) aus. Für Niedersachsen werden für Gäste in Betrieben mit weniger als 9 Betten (dort als „Privatquartiere“ bezeichnet) 47,70 Euro ausgewiesen (darin 15,00 Euro für die Unterkunft). Für Tagesgäste weist Maschke (2005, S. V) im Reisegebiet „Ostfriesland“ einen Durchschnittswert von 27,70 Euro aus, darin 12,80 Euro für „sonstige Einkäufe“.

Die Differenzen lassen sich mindestens zum Teil dadurch erklären, dass in der Besucherbefragung nicht alle Ausgaben für die Reise erhoben wurden, sondern konsequent nur der Teil, der vor Ort (also am Befragungsort) ausgegeben wurde. Für das Gutachten werden die Daten der vorliegenden Untersuchung verwendet, da diese das eigentliche Forschungsobjekt (Hafen) deutlich präziser beschreiben dürften als Mittelwerte für einen vergleichsweise großen Untersuchungsraum.

Mittelwerte in Euro	Ditzum			Greetsiel			Dangast			Tönning		
	TG	ÜG (BEZ)	ÜG (UN-BEZ)	TG	ÜG (BEZ)	ÜG (UN-BEZ)	TG	ÜG (BEZ)	ÜG (UN-BEZ)	TG	ÜG (BEZ)	ÜG (UN-BEZ)
Basis n =	*422*	*81*	*13*	*358*	*165*	*22*	*343*	*176*	*41*	*483*	*81*	*8*
Tagesausgaben ermittelbar für n =	*421*	*80*	*13*	*358*	*165*	*22*	*343*	*176*	*41*	*479*	*81*	*8*
Allgemeine Ausgaben	**15,11**	**23,13**	**17,56**	**15,78**	**26,59**	**18,26**	**13,59**	**22,81**	**14,03**	**14,17**	**24,18**	**7,24**
Mahlzeiten und Getränke im Restaurant, Imbiss, Eisstand, etc.	8,18	13,70	6,40	11,04	15,53	9,13	10,20	14,39	9,13	9,17	16,99	5,74
Kauf von Andenken, Postkarten, Mitbringseln etc.	1,33	1,86	4,74	2,13	1,72	0,74	0,70	0,93	0,59	1,05	1,65	0,63
Eintritt in Museum, Schwimmbad etc.	0,14	0,71	0,38	0,08	0,38	0,00	0,28	0,76	0,51	1,67	1,52	0,25
Teilnahme an Ausflügen, Bootsfahrten etc.	1,24	0,89	1,44	0,35	0,82	0,00	0,83	0,85	0,12	0,41	0,52	0,00
Miete von Fahrrädern, Booten	0,03	0,09	0,00	0,11	0,42	0,34	0,03	0,20	0,24	0,00	0,26	0,00
Einkauf von Krabben, Fisch oder Meeresfrüchten	2,94	3,52	3,16	1,71	1,77	2,74	1,04	1,55	0,82	1,09	0,88	0,00
Einkauf von Lebensmitteln, Getränken, etc. im Einzelhandel	1,26	2,36	1,44	0,34	4,95	5,31	0,52	4,12	2,52	0,78	2,36	0,63
Übernachtungsausgaben	-	**21,77**	-	-	**25,17**	-	-	**21,44**	-	-	**25,80**	-
Gesamt	**15,11**	**44,90**	**17,56**	**15,78**	**51,76**	**18,26**	**13,59**	**44,25**	**14,03**	**14,17**	**49,98**	**7,24**

TG = Tagesbesucher

ÜG (BEZ) = Übernachtungsgäste mit bezahlter Unterkunft

ÜG (UN BEZ) = Übernachtungsgäste ohne zurechenbare Kosten für die Unterkunft

Tabelle 10: Ausgaben pro Tag und pro Person

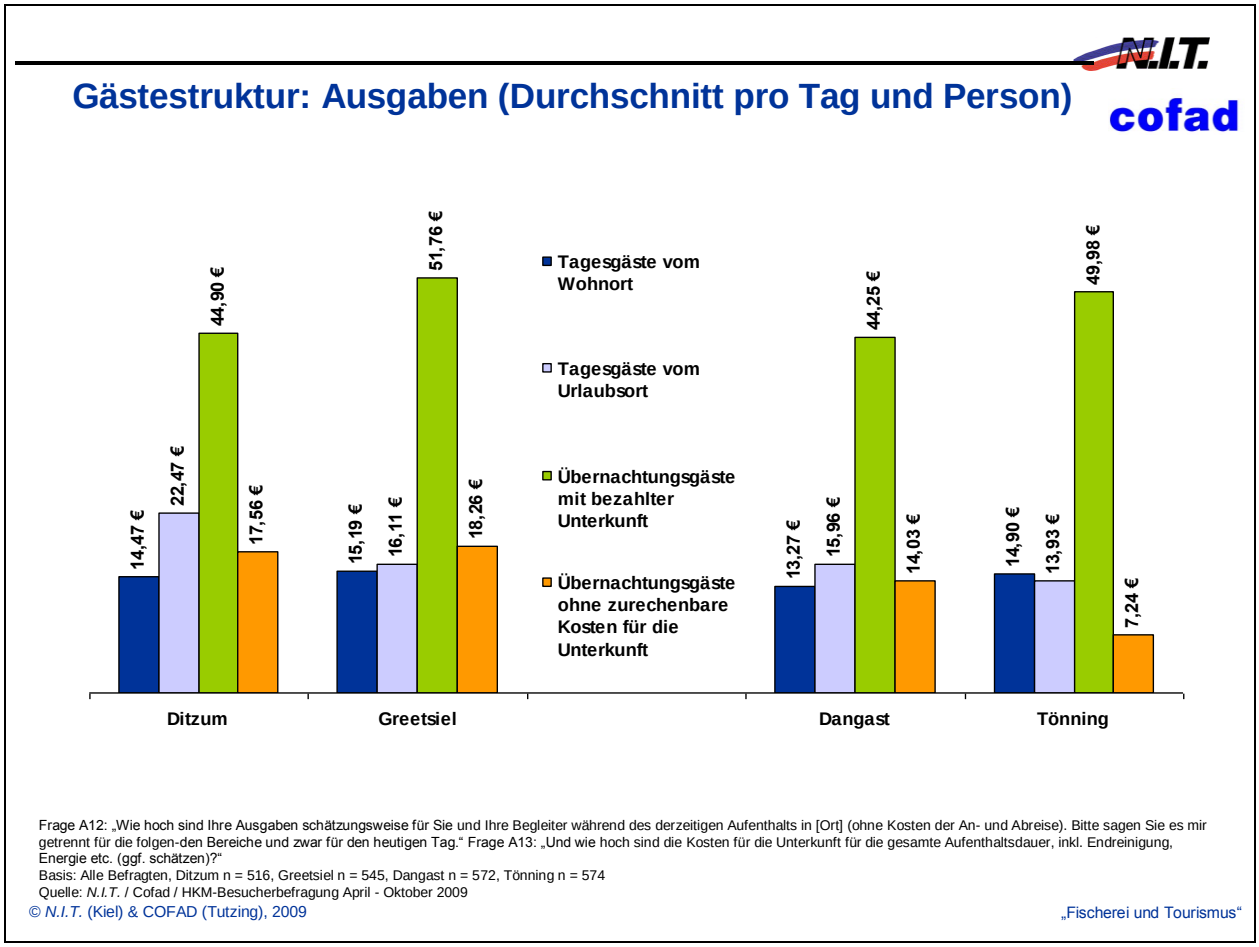


Abbildung 46: Gästestruktur: Ausgaben im Durchschnitt pro Tag und Person

4.3.7 Bindung

Bei der Bindung der Gäste an den Ort ist zu unterscheiden in die Zahl der bisherigen Besuche und die Wiederbesuchsabsicht.

Bei den bisherigen Besuchen ist die Zahl der Erstbesucher unter den Tagesgäste vom Wohnort stets am geringsten und erreicht in Ditzum 9%, in Greetsiel 8% der Zielgruppen (Abbildung 47). Bei den Tagesbesuchern vom Urlaubsort ist die Situation dagegen deutlich anders: 36% der Zielgruppe in Greetsiel und sogar 77% in Ditzum sind Erstkunden. Auffallend ist das vollständige Fehlen von Stammkunden in der Zielgruppe der „Tagesgäste vom Urlaubsort" in Ditzum: Offensichtlich konnte sich Ditzum als Sekundärausflugsziel nicht im gleichen Maße etablieren wie Greetsiel, obwohl es bei den Tagesgästen durchaus ansehnliche Anteile von Wiederholungsbesuchern und Stammgästen gibt.

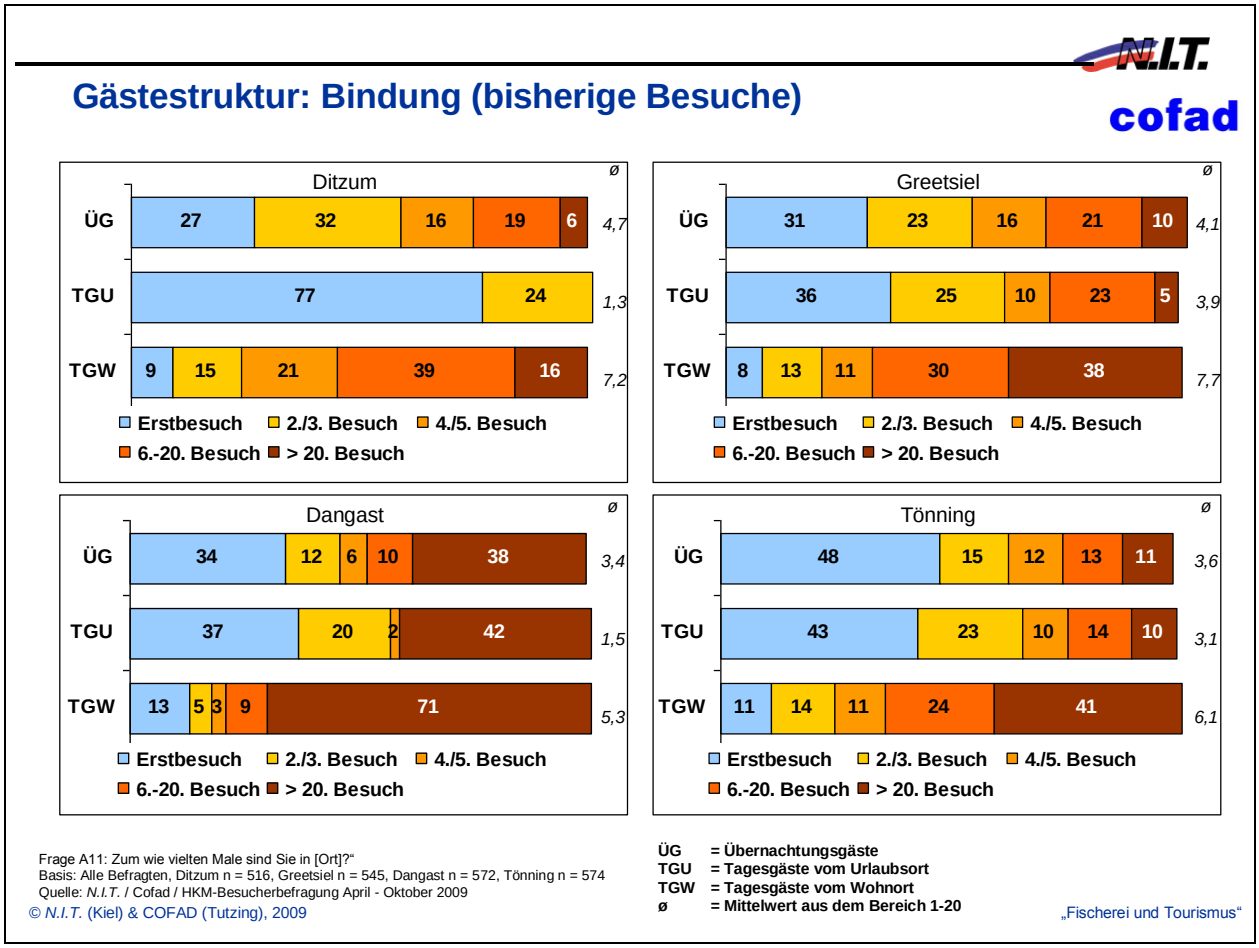


Abbildung 47: Gästestruktur: Bindung (bisherige Besuche)

Bei der Interpretation der Durchschnittswerte ist zu beachten, dass diese nur aus dem Wertebereich 1-20 gebildet wurden. Die Gruppe „> 20. Besuch“ enthält auch Nennungen wie „unzählbar“ oder „zum Xten Mal“, die sich nicht für die Berechnung von Mittelwerten eignen.

Ein ähnliches Bild lässt sich auch bei der Wiederbesuchsabsicht zeichnen (Abbildung 48): Hier zeigt die Gruppe der Tagesgäste vom Wohnort die höchste Wiederbesuchsabsicht mit Werten ab 90% (außer Tönning). Dangast erreicht die höchsten Wiederbesuchsquoten, Greetsiel schneidet in den Urlauberzielgruppen etwas besser ab als Ditzum. Insgesamt ist aber der Anteil der Ablehner (Personen, die die Wiederbesuchsabsicht klar verneinen) relativ gering. In Ditzum ist diese Gruppe gar nicht zu finden.

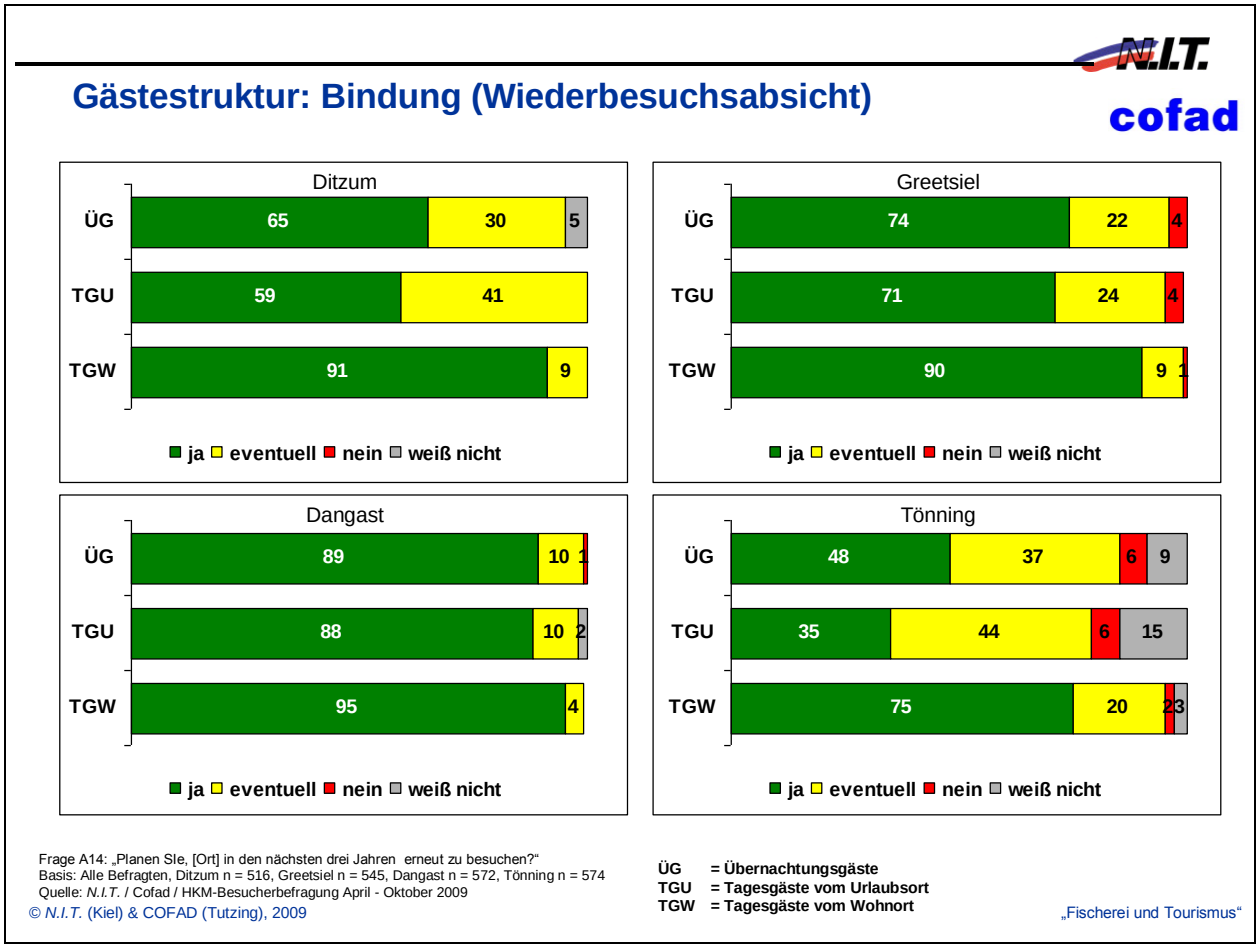


Abbildung 48: Gästestruktur: Bindung (Wiederbesuchsabsicht)

4.4 Wahrgenommene Attraktivität

Kern der Besucherbefragung ist Attraktivitätswahrnehmung des Hafens, differenziert nach Orten und Zielgruppen. Dazu sind eine Reihe von Zusatzinformationen erhoben worden (Besuchsgründe und Informationsquellen), die zunächst dargestellt werden.

4.4.1 Besuchsgründe

Die Besuchsgründe wurden in zwei Stufen abgefragt: Zunächst allgemein im Sinne von „Aktivitäten“, etwas später im Fragebogen dann konkret mit der Fragestellung „Warum sind Sie heute vor allem hierher gekommen?“. Bei beiden Fragen wurde eine Listenvorgabe vorgelesen, außerdem konnten weitere Aspekte frei genannt werden.

Wie Abbildung 49 zeigt, ist „Hafen anschauen“ der am häufigsten genannte Besuchsgrund. Bei der Interpretation ist zu berücksichtigen, dass die Befragung unmittelbar im Hafen stattfand. Man kann davon ausgehen, dass der zugrunde liegende Standort-Effekt, (also die Tendenz, etwas Nahe liegendes als wichtig zu bewerten[1]) ohne weitere Interpretation, zu einer Überschätzung der Hafenbedeutung führen würde.

[1] in der Literatur wird u. a. zwischen Irradiations- und *Carry-over*-Effekten unterschieden. Hier dürfte es sich um eine Mischform handeln (vgl. Pepels, W.: Käuferverhalten und Marktforschung. Stuttgart, 1995, S. 81)

Besuchsaktivitäten und Besuchsgründe

in %	Aktivitäten insgesamt				Besuchsgründe (max. 2)			
	Ditzum	Greetsiel	Dangast	Tönning	Ditzum	Greetsiel	Dangast	Tönning
Basis n =	*516*	*545*	*572*	*574*	*516*	*545*	*572*	*574*
Den Ort anschauen	**79**	93	88	76	48	63	46	35
Den Hafen anschauen	**99**	**97**	**95**	**96**	**90**	**86**	**67**	**63**
Einkaufen von Krabben, Fisch oder anderen Meeresfrüchten	55	30	37	24	25	15	10	6
Einkaufen von sonstigen Lebensmitteln, Kleidung etc.	1	22	17	13	0	3	0	1
Veranstaltung(en) besuchen	13	8	14	14	10	1	3	8
Museum oder andere Sehenswürdigkeit besuchen	2	13	19	37	0	0	2	17
Anderes	10	35	54	41	10	20	40	33
Anzahl Nennungen (Mittelwert)	*2,6*	*3,0*	*3,2*	*3,0*	*1,8*	*1,9*	*1,7*	*1,6*
Nur wegen des Hafens gekommen					**12**	**5**	**8**	**11**
Auch wegen des Hafens gekommen					78	81	59	52
Nicht wegen des Hafens gekommen					10	14	33	37
Saldo „Nur" - „Nicht"					*+ 2*	*- 9*	*- 25*	*- 26*

Frage A9: „Sicher haben Sie während Ihres Aufenthaltes hier in [Ort] einiges unternommen oder besucht oder haben dies noch vor. Welche Aktivitäten oder Ausflüge aus der folgenden Liste sind das?" (Mehrfachnennungen, Listenvorlage); Frage B1:"Warum sind Sie heute vor allem hierher gekommen?" (max. 2 Antworten möglich, Listenvorlage)
Basis: Alle Befragten
Quelle: *N.I.T.*/Cofad Besucherbefragung 2009

© *N.I.T.* (Kiel) & COFAD (Tutzing), 2009

„Fischerei und Tourismus"

Abbildung 49: Aktivitäten und Besuchsgründe: Relative Bedeutung des Hafens als Besuchsgrund

Ein erster Interpretationsschritt ist die Isolierung des Besuchsgrundes „Hafen". Dazu sind in Abbildung 49 die Anteile der Befragten ausgewiesen, die a) nur den Hafen als Besuchsgrund genannt haben, die b) auch den Hafen als Besuchsgrund genannt haben und die c) den Hafen nicht als Besuchsgrund genannt haben.

Es wird deutlich, dass der Hafen als zentraler Besuchsgrund in Ditzum und Tönning eine deutlich wichtigere Rolle spielt als in Greetsiel und Dangast (Anteil der Befragten, die nur wegen des Hafens gekommen sind).

Zugleich zeigen die Daten, dass der *Überlaufeffekt* (Carry-over-Effekt) zugunsten des Hafens in Ditzum und Greetsiel deutlich geringer ist als in den Referenzorten (Anteil der Befragten, die nicht wegen des Hafens gekommen sind, aber dennoch dort angetroffen wurden).

In Ditzum hat der Hafen vor allem auf Tagesgäste vom Wohnort eine starke Attraktionswirkung. 13% der Tagesausflügler vom Wohnort sind nur wegen des Hafens gekommen, bei den Urlaubsortausflüglern hingegen sind es nur 6%. In Greetsiel ist dieser Effekt bei Weitem nicht so ausgeprägt (Abbildung 50).

Unter den in der Rubrik „Anderes" zusammengefassten Besuchsgründen spielt die allgemeine Kategorie „Ausflug machen, spazieren gehen, frische Luft oder schönes Wetter genießen" die wichtigste Rolle, gefolgt vom Halt auf einer längeren Tour, oft einer Radtour (Tabelle 11).

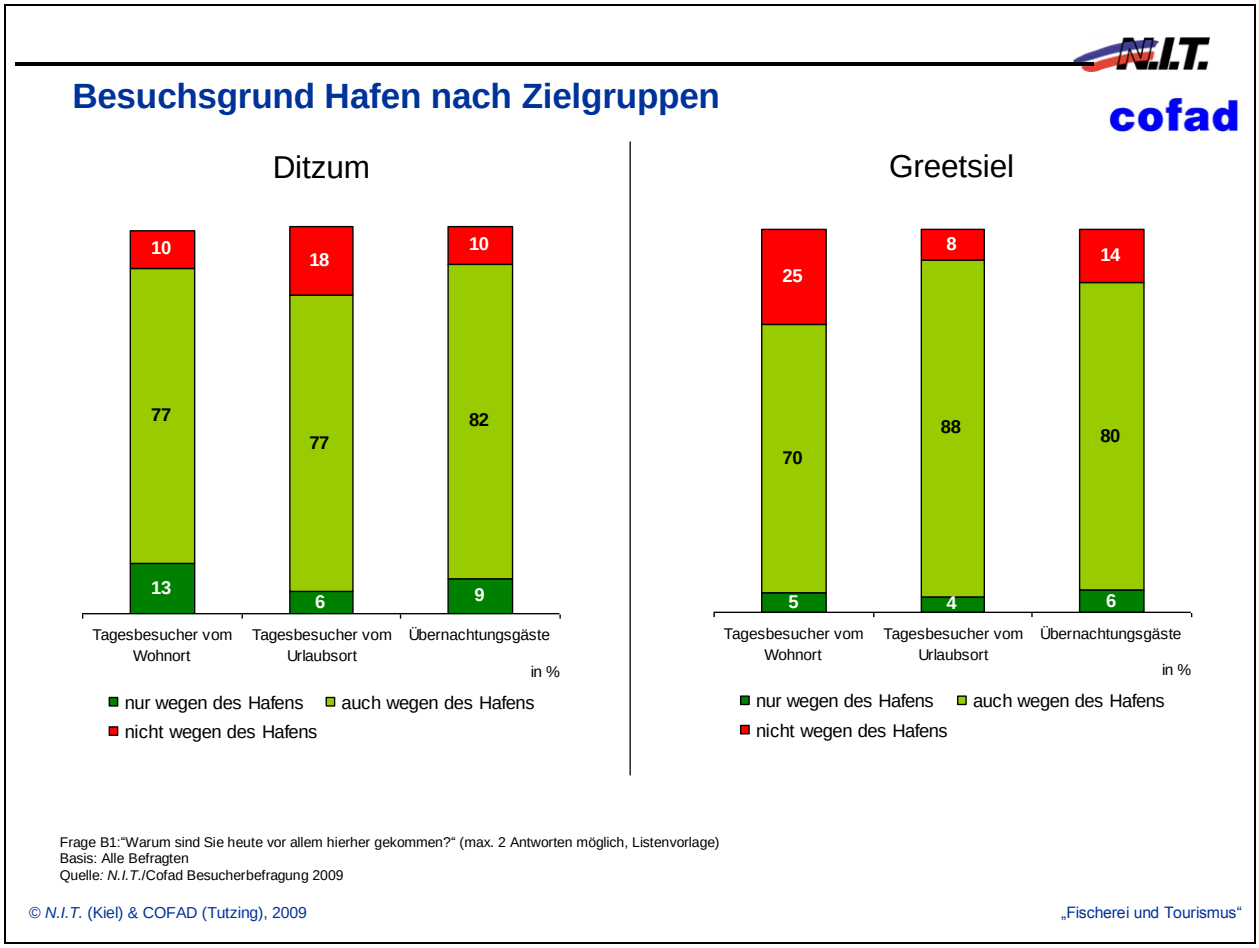


Abbildung 50: Besuchsgrund „Hafen" nach Zielgruppen

in %	Ditzum	Greetsiel	Dangast	Tönning
Den Hafen anschauen	90	86	67	63
Den Ort anschauen	47	63	46	35
Einkaufen von Krabben, Fisch, anderen Meeresfrüchten	25	15	10	6
Ausflug (Spazierengehen, schönes Wetter genießen etc.)	*1*	*6*	*16*	*5*
Veranstaltung(en) besuchen	10	1	3	8
Museum oder andere Sehenswürdigkeit besuchen	0	0	2	17
Halt auf einer längeren Tour (auch: Fahrradtour)	*3*	*2*	*2*	*4*
Essen gehen (ohne spezifische Nennung von Fisch)	*3*	*1*	*2*	*6*
Fisch essen	*2*	*2*	*2*	*5*
Tee/Kaffee trinken, Kuchen/Eis essen	*0*	*4*	*4*	*2*
Schiffstour / Fährüberfahrt	*1*	*1*	*4*	*2*
Verwandte/Freunde besuchen	*0*	*1*	*2*	*3*
Strand-/Watt-/Küstenbesuch	*0*	*0*	*4*	*0*
Einkaufen von sonstigen Lebensmitteln, Kleidung etc.	*0*	*3*	*0*	*1*
Schwimmbad besuchen	*0*	*0*	*1*	*0*
Kutter anschauen, Fisch vom Kutter kaufen	*0*	*1*	*1*	*0*
Anderes	0	3	5	6

Tabelle 11: Liste der Besuchsgründe (inkl. der offenen Nennungen, kursiv gesetzt)

Betrachtet man noch einmal konzentriert die beiden wesentlichen fischereibezogenen Besuchsgründe („Hafen anschauen“ und „Einkaufen von Krabben, Fisch, anderen Meeresfrüchten“) so ergibt sich das in Abbildung 51 dargestellte Bild: Nur für eine Minderheit in den beiden Orten trifft keiner der beiden Besuchsgründe zu, in Ditzum sogar für rund 20-30% beide Gründe.

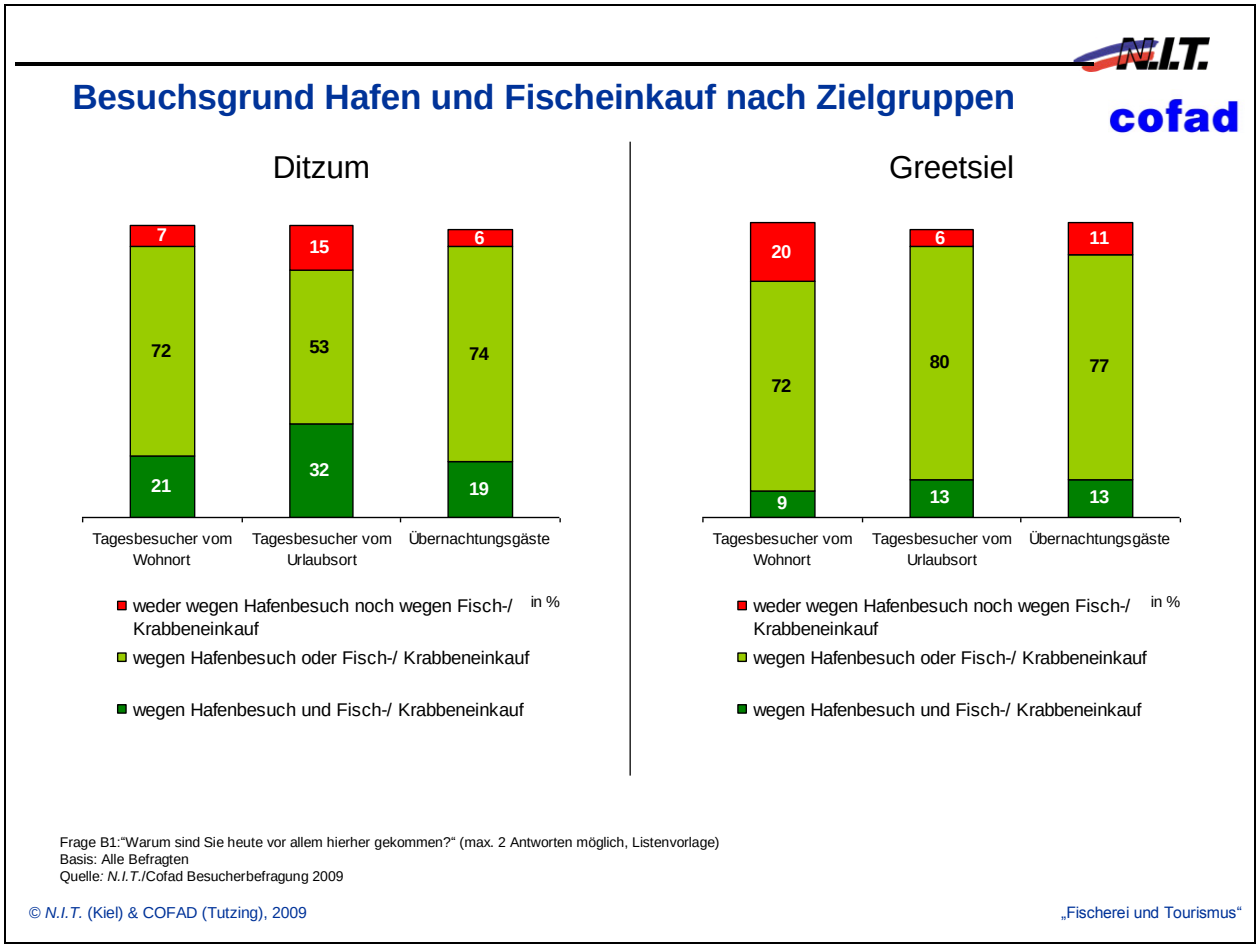


Abbildung 51: Besuchsgrund „Hafen“ und „Fischeinkauf“ nach Zielgruppen

4.4.2 Informationsquellen

Die Frage, wie die Besucher auf den jeweiligen Ort aufmerksam geworden sind, lässt sich für Greetsiel und insbesondere für Ditzum auf die zwei wesentlichen Faktoren „eigene Erfahrung“ („war früher schon einmal hier“) und die „Empfehlung von Verwandten oder Freunden“ zurückführen. Alle weiteren Informationsquellen treten demgegenüber deutlich zurück (Abbildung 52). In Tönning spielt der Aspekt „darüber gelesen“ noch eine bemerkenswerte Rolle.

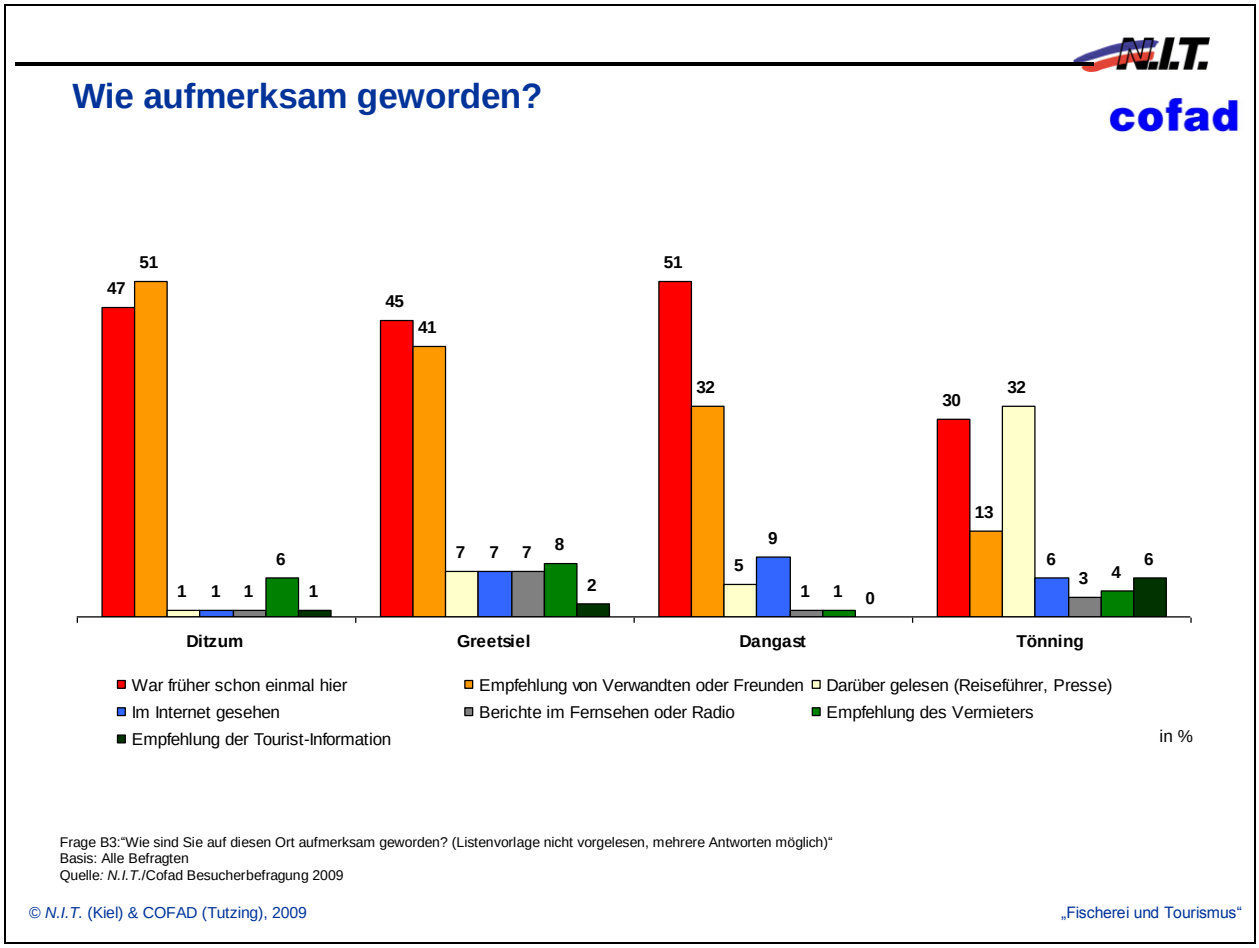


Abbildung 52: Wie aufmerksam geworden?

Betrachtet man die Zielgruppen in Ditzum und Greetsiel genauer, so wird deutlich, dass gerade bei Tagesgästen vom Urlaubsort die Empfehlung des Vermieters eine wichtige Rolle spielt (insbesondere in Ditzum). Bei den Übernachtungsgästen sind es vor allem die Empfehlungen von Verwandten oder Freunden, in Greetsiel auch mit einem nennenswerten Anteil das Internet (Abbildung 53).

Wie aufmerksam geworden? (Ditzum und Greetsiel)

in %	Ditzum			Greetsiel		
	Tages-gäste vom Wohnort	Tages-gäste vom Urlaubsort	Übernach-tungs-gäste	Tages-gäste vom Wohnort	Tages-gäste vom Urlaubsort	Übernach-tungs-gäste
War früher schon einmal hier	59	0	14	68	40	33
Empfehlung von Verwandten oder Freunden	44	47	78	27	40	54
Darüber gelesen (Reiseführer, Presse)	1	3	2	2	8	9
Im Internet gesehen	1	0	2	2	2	16
Berichte im Fernsehen oder Radio	0	0	3	3	7	11
Empfehlung des Vermieters	0	65	6	0	18	1

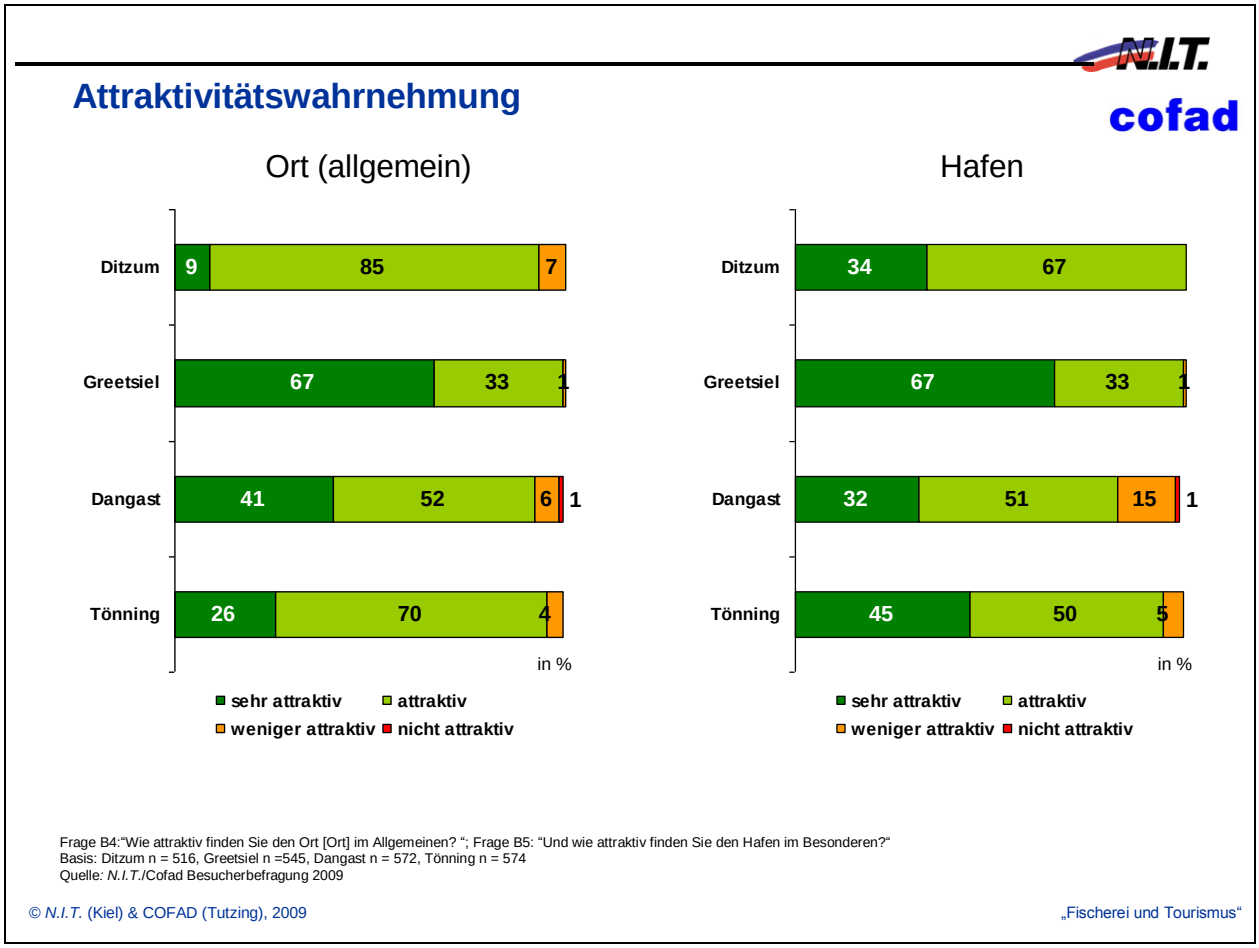
Frage B3:"Wie sind Sie auf diesen Ort aufmerksam geworden? (Listenvorlage nicht vorgelesen, mehrere Antworten möglich)"
Basis: Alle Befragten, Ditzum n = 516, Greetsiel n = 545
Quelle: *N.I.T.*/Cofad Besucherbefragung 2009

© *N.I.T.* (Kiel) & COFAD (Tutzing), 2009

Abbildung 53: Wie aufmerksam geworden? (Ditzum/Greetsiel)

4.4.3 Attraktivität des Ortes und des Hafens

Die Attraktivitätswahrnehmung wurde getrennt für den Ort allgemein und für den Hafen im Besonderen abgefragt. Wie Abbildung 54 zeigt, wird in Ditzum und Tönning, auf insgesamt sehr positivem Niveau, der Hafen etwas positiver beurteilt als der Ort insgesamt, in Greetsiel lässt sich kein Unterschied messen und in Dangast wird der Hafen sogar etwas weniger attraktiv beurteilt als der Ort.



Frage B4:"Wie attraktiv finden Sie den Ort [Ort] im Allgemeinen? "; Frage B5: "Und wie attraktiv finden Sie den Hafen im Besonderen?"
Basis: Ditzum n = 516, Greetsiel n =545, Dangast n = 572, Tönning n = 574
Quelle: *N.I.T.*/Cofad Besucherbefragung 2009

© *N.I.T.* (Kiel) & COFAD (Tutzing), 2009
„Fischerei und Tourismus"

Abbildung 54: Attraktivitätswahrnehmung Ort allgemein und Hafen

Bei der insgesamt sehr positiven Einschätzung ist wiederum zu beachten, dass Besucher befragt wurden, die in der Mehrzahl nicht zum ersten Mal in dem jeweiligen Ort waren. Ein Wiederholungsbesuch wäre also in der Regel nicht realisiert worden, wenn Ort und/oder Hafen auf grundsätzliche Ablehnung gestoßen wären.

Deutliche Unterschiede gibt es zwischen den Orten, wenn man die Attraktivitätsfaktoren betrachtet (Abbildung 55). Diese wurden als offene Nennungen abgefragt und im Rahmen der Datenanalyse vercodet. Dabei kann man unterscheiden in Aspekte, die in den meisten Orten wichtig sind und Aspekte, die ortsspezifisch wirken. Dazu gehören etwa die Fähre in Ditzum oder das Multimar in Tönning.

Bei der Betrachtung der Ortsattraktivitätsfaktoren ist festzustellen, dass in Ditzum, vor allem aber in Greetsiel, der Hafen an sich auf die Attraktivität des Ortes einzahlt. Dieser Aspekt ist aber in Tönning noch deutlich ausgeprägter. Neben dem Hafen sind es in Greetsiel vor allem die Häuser und der Baustil, die für eine Attraktivität sorgen. In Ditzum sind die Nennungen für die einzelnen Attraktionsfaktoren deutlich geringer ausgeprägt als in den anderen Orten (in Ditzum wurden durchschnittlich 1,8 Attraktionsfaktoren genannt, in Greetsiel 2,8, in Dangast 3,0 und in Tönning 2,8).

Attraktivitätsfaktoren Ort und Hafen (offen, Auswahl)

Ort in %	Ditzum	Greetsiel	Dangast	Tönning
Basis n =	*516*	*545*	*572*	*574*
Hafen	16	37	4	64
Ort, Altstadt	22	26	15	36
Gemütlichkeit, Ruhe	11	24	31	22
Wasser, Meer, Ebbe+Flut	2	8	34	15
Häuser, Baustil, Architektur	1	40	1	13
Atmosphäre, Flair, Ambiente	4	24	12	11
altmodisch, urig, historisch	2	21	15	12
gute Erreichbarkeit	19	4	11	4
Cafés, Gastronomie	2	17	8	7
frische Luft	2	3	26	3
klein, überschaubar	12	6	8	8
gut für Kurzzeiterholung	11	2	8	1
Kutter, Fischerboote	6	12	0	1
ausgewählte Spezifika				
Altes Kurhaus	-	-	21	-
Kunst, Künstler	-	-	9	-
Fähre	20	-	-	-
Multimar	-	-	-	17
Nichts / k.A.	*0*	*1*	*1*	*2*
Anzahl Nennungen (ø)	1,8	2,8	3,0	2,8

Frage B2: "Was macht diesen Ort für Sie attraktiv?" (offene Antworten vercodet)
Basis: Alle Befragten, ausgewiesen sind Items mit mehr als 10% Anteil in einem Ort
Quelle: *N.I.T.*/Cofad Besucherbefragung 2009

Hafen in %	Ditzum	Greetsiel	Dangast	Tönning
Basis n =	*516*	*545*	*572*	*574*
Klein, übersichtlich	29	13	38	25
Kutter, Fischerboote	30	59	6	5
Segelboote, Yachten	15	6	5	20
Schön, hübsch, niedlich	14	4	17	9
Häuser (-kulisse)	1	9	0	32
Alt, ursprünglich	2	5	14	21
Ruhe, keine Hektik	6	5	16	14
Atmosphäre, Flair, Ambiente	6	8	4	12
(viele) Schiffe	2	7	3	17
Idylle	0	4	13	7
Cafés, Gastronomie	1	3	2	16
Sauber, gepflegt	0	11	2	8
Gemütlich	2	2	3	12
Form und Bau des Hafens	1	3	1	11
ausgewählte Spezifika				
Fähre	27	-	1	-
Werft	12	-	-	1
Packhaus/Speicher	-	-	-	11
Nichts / k.A.	*1*	*12*	*10*	*2*
Anzahl Nennungen (ø)	1,7	3,9	2,2	3,1

Frage B6: "Was macht diesen Hafen attraktiv?" (offene Antworten vercodet)
Basis: Alle Befragten, ausgewiesen sind Items mit mehr als 10% Anteil in einem Ort
Quelle: *N.I.T.*/Cofad Besucherbefragung 2009

© *N.I.T.* (Kiel) & COFAD (Tutzing), 2009
„Fischerei und Tourismus"

Abbildung 55: Attraktivitätsfaktoren Ort und Hafen

Betrachtet man die Attraktionsfaktoren für den Hafen selbst, so sind die Kutter (auch in Kombinationen wie Holzkutter, Krabbenkutter etc.) in Ditzum der wichtigste und in Greetsiel sogar der dominierende Faktor bei der Attraktivitätswahrnehmung.

Betrachtet man nur diese beiden Attraktivitätsfaktoren (der Hafen für den Ort und die Kutter für den Hafen), so zeigen sich zwischen einigen Zielgruppen Unterschiede (Abbildung 56). So sind die Kutter vor allem für die Tagesgäste vom Urlaubsort von überdurchschnittlicher Bedeutung (sowohl in Ditzum als auch in Greetsiel). In Ditzum sind es vor allem die älteren Besucher, die den Hafen als Attraktionspunkt für den Ort einschätzen. Die Kutter, als Attraktionsfaktor für den Ort, werden ebenfalls eher von älteren Besuchern, als Attraktionsfaktor für den Hafen hingegen eher von den mittleren (Ditzum) und jüngeren Altersgruppen (Greetsiel) überdurchschnittlich oft genannt.

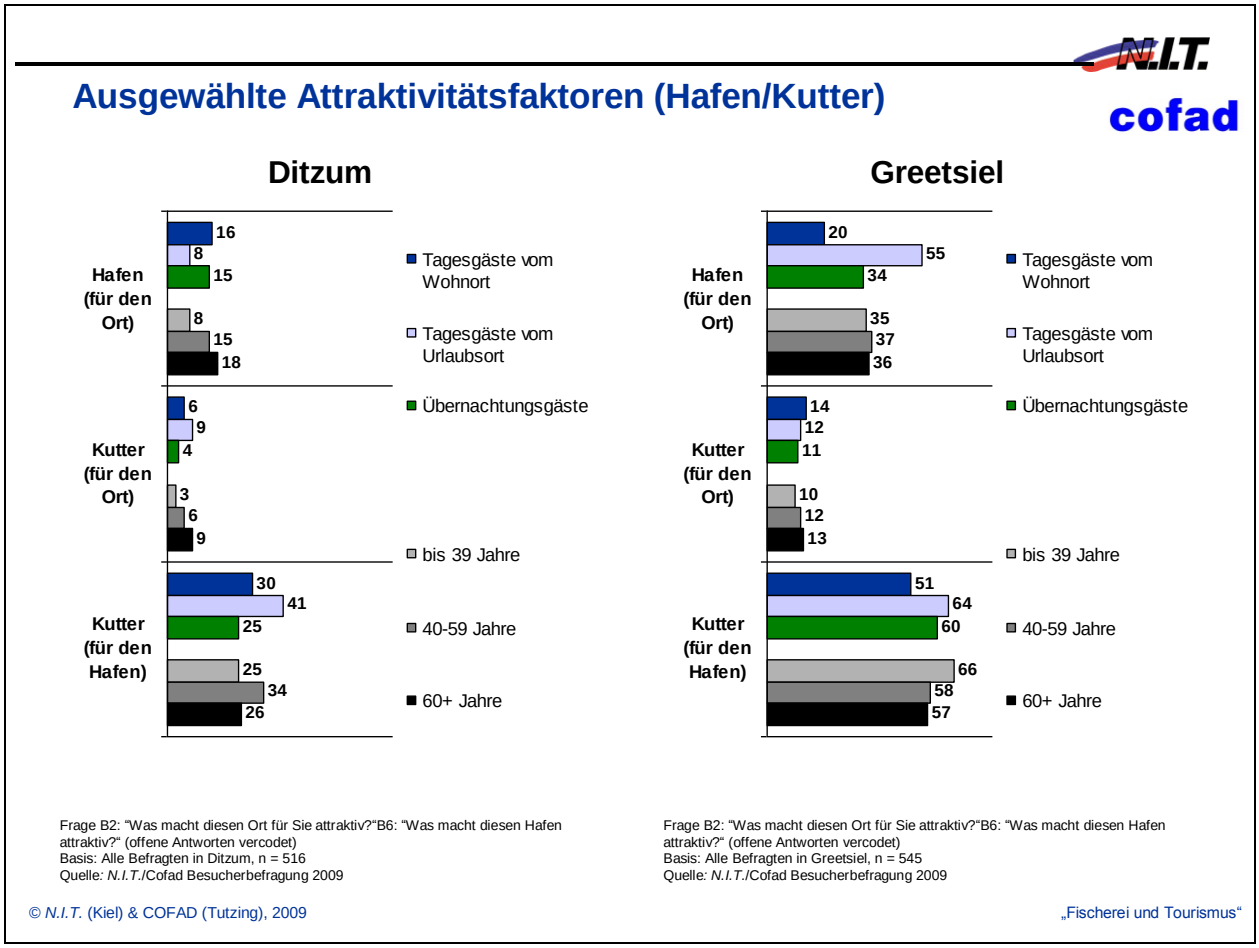


Abbildung 56: Ausgewählte Attraktivitätsfaktoren (Hafen/Kutter)

Ein klarer Zusammenhang zwischen der Attraktivitätsbewertung des Hafens und der Zahl der dort vorhandenen Kutter lässt sich anhand der vorliegenden Daten nicht belegen. Zwar ist für Dangast in den Fällen, in denen gar keine Kutter vorhanden waren, eine sichtbare Abnahme der Attraktivitätseinschätzung vorhanden. Allerdings nennen hier auch mehr Befragte die Kutter/Fischerboote als Attraktionsfaktor, obwohl keine Kutter im Hafen vorhanden waren.

in %	Ditzum			Greetsiel		Dangast			Tönning		
Anzahl Kutter	5-6	7-8	9-12	8-15	16 u.m.	0	1	2-3	0-6	7-12	13 u.m.
Basis n =	*87*	*266*	*163*	*165*	*380*	*130*	*319*	*123*	*99*	*340*	*132*
Bewertung des Hafens											
sehr attraktiv	39	31	34	66	67	24	31	43	29	42	67
attraktiv	61	69	66	32	33	52	52	49	64	52	31
weniger attraktiv	0	0	0	1	1	23	15	8	5	6	2
nicht attraktiv	0	0	0	1	0	2	2	0	2	0	0
Kutter attraktiv für den Hafen	24	35	26	68	68	10	7	3	6	6	4

Tabelle 12: Attraktivitätswahrnehmung in Abhängigkeit von der Zahl der sichtbaren Kutter

4.4.4 Hafenattraktivität

Ergänzend zu den offenen Fragen wurde eine Batterie von hafenspezifischen potenziellen Attraktionsfaktoren eingesetzt. Mit der Frage „Welche der folgenden Punkte gehören für Sie generell zu einem attraktiven Hafen dazu?“ wurden 11 verschiedene Aspekte erhoben.

Erwartungsgemäß gibt es bei den Antworten eine Anspruchsinflation, d. h. die Tendenz, im Zweifel eher mit „ja“ als mit „nein“ zu antworten. So wurde im Durchschnitt rund 6 von 11 Items zugestimmt.

Gleichwohl lassen die einzelnen Punkte deutliche Differenzierungen erkennen: Die höchste Zustimmung erfährt in Ditzum das Item „Gewerbliche Kutter mit echtem Fischereibetrieb“ (86%), die Geringste das Item „Fischereimuseum“ mit 33% (Abbildung 57).

Generelle Hafenattraktionsfaktoren

in %	Ditzum	Greetsiel	Dangast	Tönning
Die Möglichkeit, Fisch oder Krabben direkt vom Kutter kaufen zu können	47	51	93	70
Die Möglichkeit, Fisch oder Krabben fangfrisch im Hafen kaufen zu können	81	58	87	64
Mit einem Fischkutter mitzufahren	63	55	79	46
Einen Kutter und die Fangtechnik erklärt bekommen	66	44	75	33
Ein Fischereimuseum zu besuchen	33	25	40	32
Ein belebter Hafen, wo etwas los ist	80	70	34	58
Historische Kutter oder Museumskutter	45	69	63	68
Gewerbliche Kutter mit echtem Fischereibetrieb	86	71	33	47
Segelboote und andere Sportboote	61	26	53	47
Ein Seenotrettungskreuzer	37	21	30	40
Hafenfeste	49	49	65	54
Anderes	0	9	9	13
Durchschnittliche Anzahl zugestimmter Items	*6,5*	*5,5*	*6,6*	*5,7*

Frage B7:“Welche der folgenden Punkte gehören für Sie generell zu einem attraktiven Hafen dazu?“
Basis: Ditzum n = 516, Greetsiel n =545, Dangast n = 572, Tönning n = 574
Quelle: *N.I.T.*/Cofad Besucherbefragung 2009

© *N.I.T.* (Kiel) & COFAD (Tutzing), 2009 „Fischerei und Tourismus“

Abbildung 57: Generelle Hafenattraktionen

Zwischen den Orten ergeben sich teilweise erhebliche Unterschiede. So gehört „die Möglichkeit, Fisch oder Krabben fangfrisch im Hafen kaufen zu können“ in Ditzum, Dangast und Tönning zu den drei wichtigsten Nennungen, in Greetsiel hingegen nicht.

Tendenziell lässt sich hier ein Lokalisationseffekt nachzeichnen, nachdem die tatsächlich vorhandenen Angebote als relativ wichtig eingestuft werden. In Ditzum gibt es gewerbliche Kutter und eine Möglichkeit frischen Fisch zu kaufen, in Greetsiel sowohl Museums- als auch historische Kutter, in Dangast einen Fischladen („Fischturm“) und Ausfahrten (nicht mit einem Kutter, aber mit der *Etta von Dangast*, einer der wichtigsten Attraktionen des Hafenstandortes).

Die elf abgefragten Attraktivitätsaspekte eines Hafens sind natürlich nicht unabhängig voneinander. So liegt z. B. die Vermutung nahe, dass, wer Hafenfeste interessant findet, wahrscheinlich auch „einen belebten Hafen, wo etwas los ist“ als attraktiv bewertet.

Um den Zusammenhängen zwischen diesen Aspekten auf die Spur zu kommen, kann ein Datenanalyseverfahren eingesetzt werden, das untersucht, welche Aspekte durch dahinter stehende gemeinsame „Faktoren“ als zusammengehörig betrachtet werden können. Dieses Analyseverfahren heißt „Faktorenanalyse“ (hier konkret: Hauptkomponentenanalyse mit Varimax-Rotation und Faktorenextraktion bei Eigenwerten > 1). Ergebnis einer Faktorenanalyse ist eine Zuordnung jedes einzelnen Aspekts zu einem Bündel von Faktoren. Die Stärke dieser Zuordnung wird durch die „Faktorladung“ dargestellt, die zwischen 0 und 1 liegt. Je näher der Wert an 1, desto stärker ist die Zugehörigkeit des jeweiligen Aspektes zu dem Faktorenbündel (der Übersichtlichkeit halber sind in den folgenden Darstellungen Faktorladungen < :400 weggelassen).

Natürlich repräsentieren die so gewonnenen Faktoren nicht das komplette Bild der Zusammengehörigkeit einzelner Aspekte: Mit der Reduktion von, in diesem Fall, 11 Aspekten auf drei bis vier Faktoren geht zwangsläufig ein Informationsverlust einher. Daher ist bei jeder Analyse angegeben, zu welchem Anteil die extrahierten Faktoren das Gesamtbild erklären (Anteil erklärter „Varianz“). Um die Faktoren verständlicher zu machen, werden sie nach Abschluss der Analyse mit einem Namen versehen. Dieser Name ist also nicht Ergebnis des Rechenverfahrens, sondern eine Interpretation nach Abschluss der Berechnungen.

Unterzieht man die Datensätze, nach Orten getrennt, einer solchen Faktorenanalyse, so ergeben sich für Ditzum und Greetsiel in Teilen durchaus sehr unterschiedliche Ergebnisse.

Für die Befragten in Ditzum ergeben sich vier Faktoren (Abbildung 58):

- „Freizeithäfen“ beschreibt die Aspekte: Hafenfeste, belebter Hafen, Segelboote und Seenotrettungskreuzer.
- „Fisch & Krabben“ beschreibt die Möglichkeit, Fisch oder Krabben direkt vom Kutter oder fangfrisch im Hafen kaufen zu können. Auch die gewerblichen Kutter weisen eine recht starke Beziehung zu diesem Faktor auf.
- „Authentische Fischerei“ enthält die unmittelbare Berührung mit den (Berufs-) Fischern: Mitfahren mit einem Kutter, den Kutter erklärt bekommen und das Vorhandensein gewerblicher Kutter.
- Demgegenüber ist die „historische Fischerei“ geprägt durch Museumskutter und die Möglichkeit, ein Fischereimuseum zu besuchen.

Das eigentlich interessierende Objekt, die gewerblichen Kutter mit echtem Fischereibetrieb, fallen also sowohl in den Faktor „Fisch & Krabben“ (also als Vehikel frische Ware im Hafen zu kaufen) als auch in den Faktor „authentische Fischerei“, der mit dem direkten Erlebnis der Erwerbsfischerei zu tun hat.

Hafenattraktivität: Faktorenbündel Ditzum

	%	„Freizeit-hafen“	„Fisch & Krabben“	„authentische Fischerei“	„historische Fischerei“
1) die Möglichkeit, Fisch oder Krabben direkt vom Kutter kaufen zu können	*47*		.762		
2) die Möglichkeit, Fisch oder Krabben fangfrisch im Hafen kaufen zu können	*81*		.805		
8) gewerbliche Kutter mit echtem Fischereibetrieb	***86***		**.441**	**.548**	
3) mit einem Fischkutter mitzufahren	*63*			.677	
4) einen Kutter und die Fangtechnik erklärt zu bekommen	*66*			.684	
5) ein Fischereimuseum zu besuchen	*33*				.866
7) historische Kutter oder Museumskutter	*45*	.			.568
10) ein Seenotrettungskreuzer	*37*	.611			
6) ein belebter Hafen, wo was los ist	*80*	.577			
9) Segelboote und andere Sportboote	*61*	.441			
11) Hafenfeste	*49*	.788			

Frage B7:“Welche der folgenden Punkte gehören für Sie generell zu einem attraktiven Hafen dazu?“
Hauptkomponentenanalyse mit Faktorextraktion bei Eigenwerten > 1, Varimax-rotiert, 55,4% erklärte Varianz
Basis: Alle Befragten in Ditzum, n = 516
Quelle: *N.I.T.*/Cofad Besucherbefragung 2009

© *N.I.T.* (Kiel) & COFAD (Tutzing), 2009

Abbildung 58: Hafenattraktivität: Faktorenbündel Ditzum

In Greetsiel dagegen sind die Faktoren anders zusammengesetzt (Abbildung 59). Hier findet das Rechenverfahren der Faktorenanalyse drei Faktoren:

- „Fischerei“ umfasst sowohl die Möglichkeit Fisch und Krabben vom Kutter zu kaufen, als auch das Mitfahren auf einem Kutter und die Erläuterung der Technik sowie den Besuch im Fischereimuseum.
- „Kutterkulisse“ umfasst in gleicher Weise gewerbliche und historische Kutter, die Möglichkeit zum Kauf fangfrischer Ware und einen belebten Hafen
- der „Freizeithafen“ umfasst die Aspekte Segelboote/Sportboote, Hafenfeste und Seenotrettungskreuzer.

Die gewerblichen Kutter mit echtem Fischereibetrieb fallen in Greetsiel also in eine gänzlich andere Gruppe als in Ditzum: Sie hängen hier enger mit der Kulisse (belebt, Museumskutter) und der Einkaufsmöglichkeit frischer Ware (aber eben nicht unbedingt direkt vom Kutter) zusammen.

Damit erhalten wir in Greetsiel im Hinblick auf die gewerblichen Kutter ähnliche Faktorenbündel wie in den Referenzorten, in denen in der Regel keine gewerblichen Kutter stationiert sind.

Hafenattraktivität: Faktorenbündel Greetsiel

	%	„Fischerei“	„Kutterkulisse“	„Freizeithafen“
1) die Möglichkeit, Fisch oder Krabben direkt vom Kutter kaufen zu können	*51*	.538		
3) mit einem Fischkutter mitzufahren	*55*	.684		
4) einen Kutter und die Fangtechnik erklärt zu bekommen	*44*	.756		
5) ein Fischereimuseum zu besuchen	*25*	.445		
2) die Möglichkeit, Fisch oder Krabben fangfrisch im Hafen kaufen zu können	*58*		.690	
8) gewerbliche Kutter mit echtem Fischereibetrieb	***71***		**.694**	
7) historische Kutter oder Museumskutter	*69*		.489	
6) ein belebter Hafen, wo was los ist	*70*		.661	
10) ein Seenotrettungskreuzer	*21*			.691
9) Segelboote und andere Sportboote	*26*			.650
11) Hafenfeste	*49*			.443

Frage B7:“Welche der folgenden Punkte gehören für Sie generell zu einem attraktiven Hafen dazu?“
Hauptkomponentenanalyse mit Faktorextraktion bei Eigenwerten > 1, Varimax-rotiert, 47,1% erklärte Varianz
Basis: Alle Befragten in Greetsiel, n =545
Quelle: *N.I.T.*/Cofad Besucherbefragung 2009

© *N.I.T.* (Kiel) & COFAD (Tutzing), 2009

Abbildung 59: Hafenattraktivität: Faktorenbündel Greetsiel

4.4.5 Besuch auch ohne gewerbliche Kutter?

Zum Schluss des zweiten Fragenblocks wurde den Befragten in Ditzum und Greetsiel noch die Frage gestellt, ob sie den Ort auch besucht hätten, wenn keine gewerblichen Kutter mit echtem Fischereibetrieb im Hafen wären. Von den Befragten im Ditzumer Hafen antworteten 58% mit „nein“, in Greetsiel waren es insgesamt 29%.

Die Quote derjenigen, die behaupten, ohne das Vorhandensein gewerblicher Kutter wären sie nicht gekommen, differiert zwischen verschiedenen Zielgruppen. So liegt sie z. B. bei Erstkunden deutlich geringer als bei Stammkunden, bei Tagesgästen vom Wohnort höher als bei anderen Segmenten.

Allerdings können die so ermittelten Quoten nicht ohne Weiteres für eine Folgenabschätzung herangezogen werden. Differenziert man nämlich nach dem Besuchsgrund (siehe Abschnitt 4.4.1), so lassen sich die Überschneidungen zwischen dem Besuchsgrund „Hafen anschauen“ und „Einkaufen von Krabben, Fisch oder anderen Meeresfrüchten“ identifizieren (vgl. Abbildung 51 auf Seite 89). Betrachtet man nun gezielt die (relativ kleine) Gruppe derjenigen, die weder wegen des Einkaufs von Krabben etc. gekommen sind, noch um den Hafen anzuschauen, so stellt man fest, dass auch in dieser Gruppe 33% (Greetsiel) bzw. 43% (Ditzum) behaupten, sie wären nicht gekommen, wenn keine gewerblichen Kutter im Hafen wären.

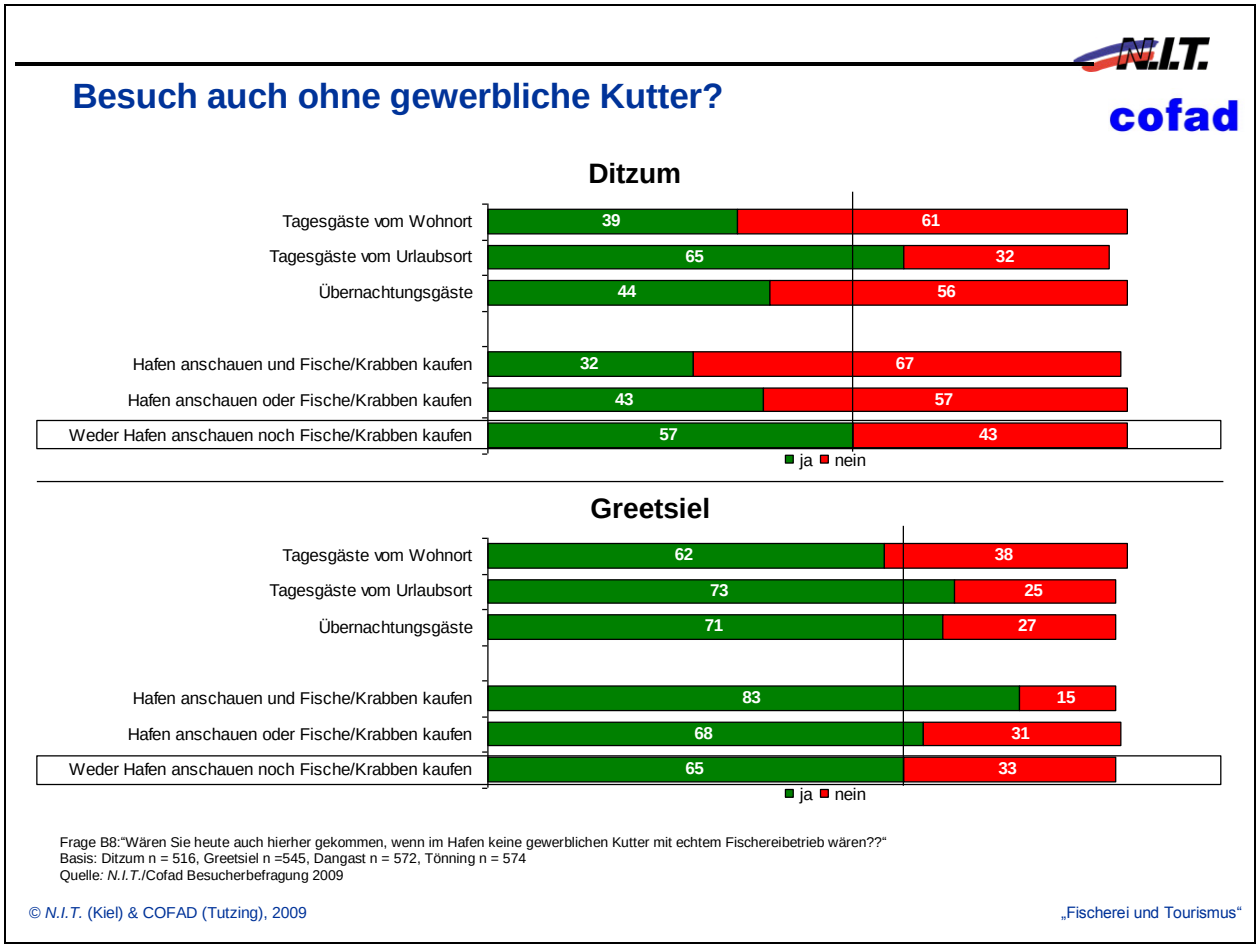


Abbildung 60: Besuch auch ohne gewerbliche Kutter?

4.5 Statistik

Die demographischen Eckdaten wurden erhoben, um eine generelle Einschätzung der Besucherstrukturen in den vier Orten zu erhalten. Auffallend ist insbesondere die deutliche Abweichung der Besucher in Ditzum von den Werten in den anderen drei Orten: Ditzum-Besucher sind im Schnitt deutlich älter, haben seltener Kinder im Haushalt und verfügen über ein geringeres Haushaltsnettoeinkommen. Haushalte mit kleinen Kindern (0-5Jahre) sind fast gar nicht anzutreffen (Abbildung 61).

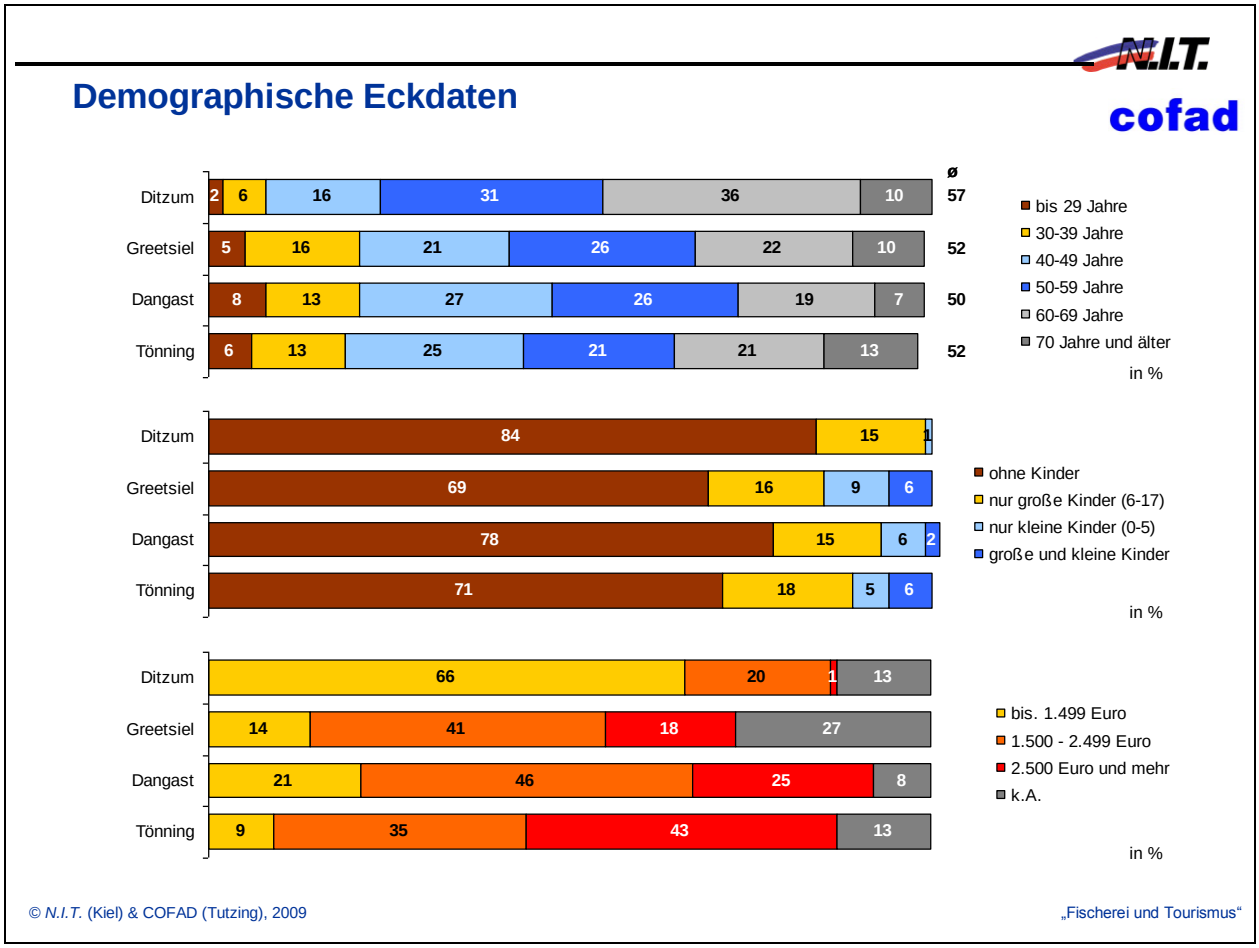


Abbildung 61: Demographische Eckdaten

Diese massive Verschiebung in Ditzum ist im Wesentlichen auf den großen Anteil von Tagesbesuchern vom Wohnort zurückzuführen. Die Tagesbesucher vom Urlaubsort hingegen zeigen diese Auffälligkeiten konsequenterweise nicht. Aber auch die Übernachtungsgäste in Ditzum sind im Vergleich zu den anderen Orten deutlich älter und verfügen über weniger Geld (Abbildung 62).

Demographische Eckdaten (Ditzum und Greetsiel)

in %	Ditzum			Greetsiel			Bevölkerung
	Tages-besucher vom Wohnort	Tages-besucher vom Urlaubsort	Übernach-tungsgäste	Tages-besucher vom Wohnort	Tages-besucher vom Urlaubsort	Übernach-tungsgäste	(in D, ab 14 J.)
Basis n =	*388*	*34*	*94*	*133*	*225*	*187*	*64,9 Mio.*
14 bis 39 Jahre	9	6	5	19	25	20	36
40-59 Jahre	50	47	32	52	42	47	34
60 Jahre und älter	41	47	63	29	32	33	30
Durchschnittsalter (in Jahren)	*56*	*55*	*60*	*51*	*51*	*53*	*48*
Haushalt ohne Kinder	84	74	88	71	66	71	71
Haushalt nur mit großen Kindern (6-17)	14	27	12	20	17	13	21
Haushalt nur mit kleinen Kindern (0-5)	1	0	0	2	11	11	5
Haushalt mit kleinen und großen Kindern	0	0	0	7	6	5	3
Haushaltsnettoeinkommen bis 1.499 Euro	78	3	40	20	11	13	27
Haushaltsnettoeinkommen 1.500 bis 2.499 Euro	13	65	31	32	48	41	40
Haushaltsnettoeinkommen 1.500 bis 2.499 Euro	0	3	2	16	17	21	33
k.A.	*9*	*29*	*27*	*33*	*24*	*25*	-

Frage C: „Wie alt sind Sie?“, C3: „Wie viele Personen leben insgesamt in Ihrem Haushalt, Sie selbst mitgezählt?“, C4: „Wie hoch ist Ihr monatliches Haushaltsnettoeinkommen? Bitte sagen Sie mir den passenden Buchstaben auf dieser Liste.“
Basis: Ditzum n = 516, Greetsiel n =545
Quelle: *N.I.T.*/Cofad Besucherbefragung 2009, Bevölkerungsdaten: FUR Reiseanalyse 2009

© *N.I.T.* (Kiel) & COFAD (Tutzing), 2009
„Fischerei und Tourismus“

Abbildung 62: Demographische Eckdaten (Ditzum und Greetsiel)

5 Repräsentativbefragung

In diesem Abschnitt werden die wesentlichen Ergebnisse der Teilstudie C3 wiedergegeben. Diese Untersuchung bildet die quantitative Absicherung für die Perspektive der Zielgruppen, die nicht in der Region angetroffen werden können (Potenzialperspektive).

Die Aussagequalität dieser Untersuchungsphase ist zwangsläufig weniger spezifisch als in den anderen Arbeitsphasen, erlaubt dafür aber bevölkerungsrepräsentative Aussagen.

Der Fragebogen für diesen Untersuchungsteil ist in Anhang 8.1 wiedergegeben, die ausführlichen Ergebnistabellen ab Anhang 8.2

5.1 Zentrale Ergebnisse der Repräsentativbefragung

Rund ein Drittel der deutschen Bevölkerung hat eine Affinität zum Urlaub an der Nord- und Ostseeküste Deutschlands und den benachbarten Ländern Dänemark, Niederlande und Belgien. Darin sind 17% der Bevölkerung enthalten, die in den letzten 3 Jahren die deutsche Nordseeküste bei einer Übernachtungsreise mit mindestens einer Übernachtung besucht haben.

Zum „Küstenerlebnis“ gehört in erster Linie die frische, gesunde Luft und der Strand am Meer zum Spazierengehen und dann der Strand am Meer zum Baden. Diese Aspekte werden von jeweils rund 80% oder mehr der Zielgruppe als wichtig oder sehr wichtig benannt. Fisch und Fischer-Hafen sind demgegenüber deutlich weniger wichtig, gehören aber für 36% („frischen Fisch kaufen“) bzw. 25% („Fischer-Hafen mit Kuttern und Fischerbooten“) der Zielgruppe auf jeden Fall zu einem Küstenaufenthalt dazu. Besonders Familien mit kleinen Kindern und Senioren sind überdurchschnittlich stark an Fischer-Häfen und Kuttern interessiert.

Unabhängig von der wahrgenommenen Attraktivität und Bedeutung spielt der Besuch eines Hafens beim Nordseeurlaub eine wichtige Rolle: Praktisch jeder Besucher gibt an, mindestens einmal einen Hafen besucht zu haben.

Fragt man nach Attraktionspunkten in Häfen, so werden verschiedene Attraktionsfelder deutlich. Das erste Feld umfasst „frischen Fisch“ und verbindet gewerbliche Kutter mit der Möglichkeit, im Hafen oder vom Kutter, Fisch oder Krabben fangfrisch zu kaufen. Der zweite Aspekt bezieht sich auf „maritime Technik“ und umfasst die schiffs- und fischereitechnischen Aspekte eines Hafens bis hin zum Vorhandensein eines Seenotrettungskreuzers. Der dritte Aspekt schließlich beschreibt den „Freizeithafen“, einen belebten Hafen mit Freizeitbooten und Hafenfesten. Die drei Aspekte sind hinsichtlich ihrer Bedeutsamkeit stark überschnitten und werden von jeweils um die 90% der Zielgruppe als attraktivitätssteigernd genannt, für 78% der Zielgruppe gehören sogar alle drei Faktoren zu einem attraktiven Hafen dazu.

5.2 Auswahl der Befragten

Die Befragung erfolgt im Rahmen einer Mehrthemenbefragung (Bus) in Form persönlicher Interviews. Die Fragen werden vom Interviewer aus einem mitgeführten, tragbaren Computer vorgelesen und sofort erfasst (CAPI: Computer Assisted Personal Interviews).

Die Stichprobenziehung erfolgt im Rahmen des ADM Mastersample. Für wesentliche soziodemographische Parameter wird anschließend eine Designgewichtung durchgeführt. Die Ergebnisse der Untersuchung sind repräsentativ für die deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren in Privathaushalten in Deutschland.

Die Feldarbeit erfolgte im Oktober 2009. Befragt wurden insgesamt 2.000 Personen.

Die Durchführung der Untersuchung, die Gewichtung und die notwendigen Datenarbeiten wurden von der IPSOS GmbH, Hamburg/Mölln, durchgeführt. Die Autoren danken insbesondere Doni Boll für die professionelle Zusammenarbeit.

5.3 Ergebnisse

5.3.1 Küstenurlauber und -interessenten

Um die Befragungsergebnisse für die Belange des Gutachtens zu spezifizieren, wurde die Gesamtstichprobe zunächst gefiltert nach Personen, die entweder in den letzten 3 Jahren eine private Reise mit mindestens einer Übernachtung in eines der Zielgebiete Niederlande, Belgien, Nordseeküste Niedersachsen, Nordseeküste Schleswig-Holstein, Hamburg/Bremen, Ostseeküste Schleswig-Holstein, Ostseeküste Mecklenburg-Vorpommern, Ostseeküste Dänemark, Nordseeküste Dänemark unternommen haben oder sich vorstellen können, das in Zukunft zu tun. Damit werden von vornherein solche Personen ausgeschlossen, für die eine private Reise in die nordeuropäischen Küstenregionen nicht infrage kommt. Das betrifft rund zwei Drittel der Bevölkerung, das verbleibende Drittel wird als „Küstenurlauber/-interessenten“ bezeichnet (Abbildung 63). Nur diese Zielgruppe wurde im Folgenden weiter befragt.

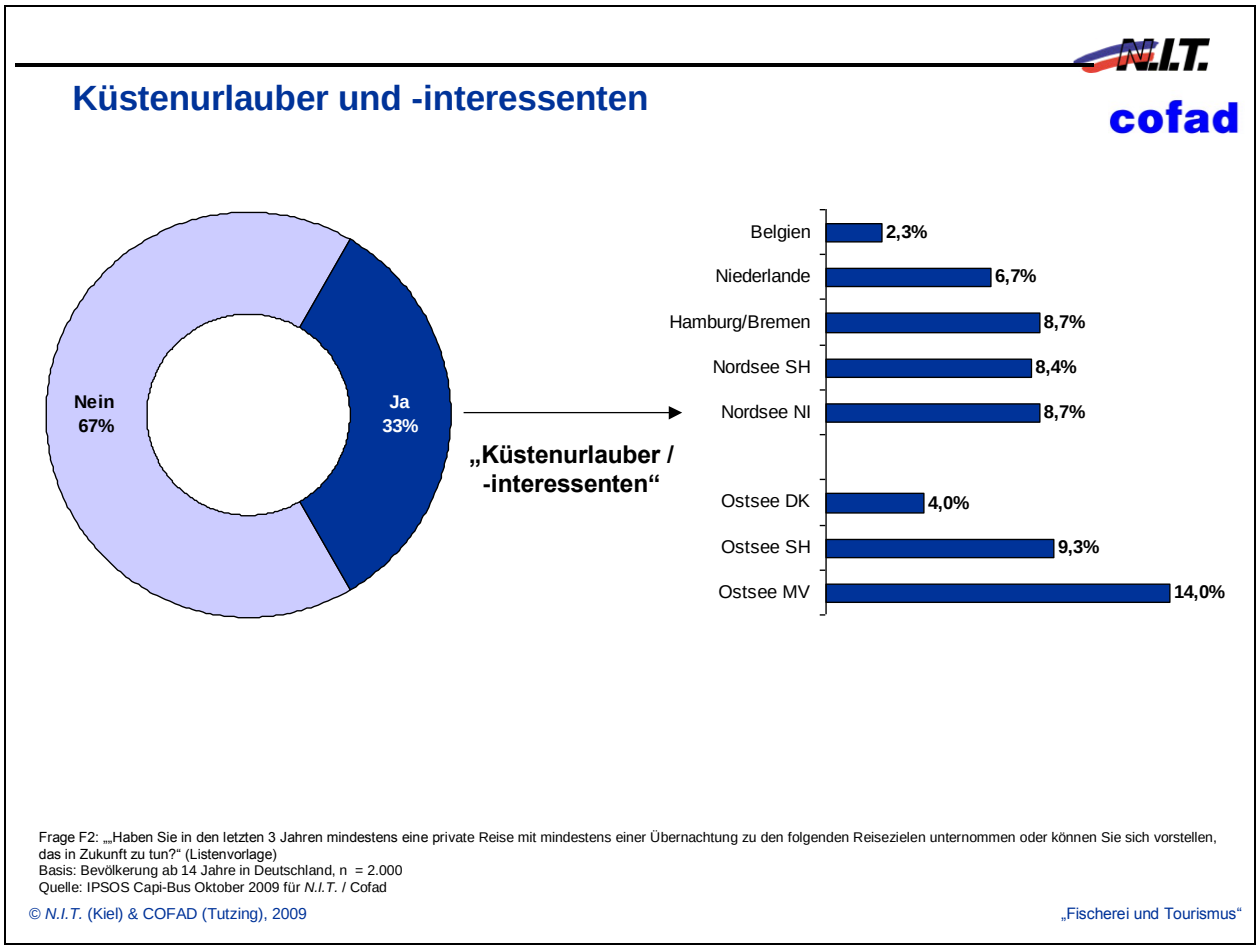


Abbildung 63: Anteil der Küstenurlauber/-interessenten an der deutschen Bevölkerung

Unter den abgefragten Zielen trifft die Ostsee Mecklenburg-Vorpommerns auf die höchste Resonanz (14% der Befragten), die niedersächsische Nordsee liegt mit 8,7% im Mittelfeld.

5.3.2 Besucher der deutschen Nordseeküste

Noch spezifischer werden die Ergebnisse, wenn man die tatsächlichen Besucher der deutschen Nordseeküste betrachtet. Das sind rund 17% der deutschen Bevölkerung, von denen fast die Hälfte (42%) in den letzten 3 Jahren mehr als 10 Besuchstage an der deutschen Nordseeküste verbracht hat. 7% der Zielgruppe können sich nicht an die Zahl der Besuchstage erinnern oder hat tatsächlich keinen Besuch durchgeführt und kann sich diesen lediglich für die Zukunft vorstellen (Abbildung 64).

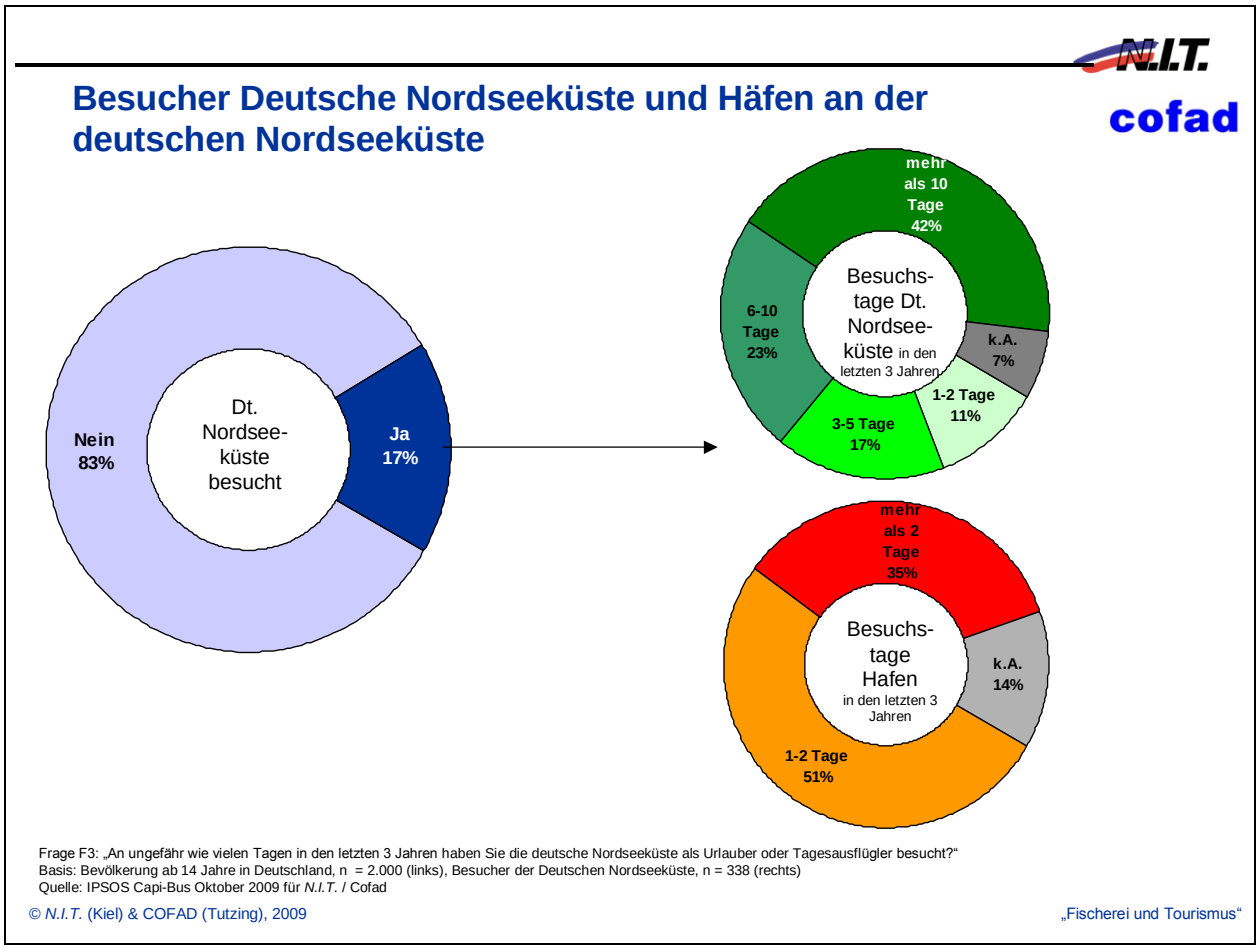


Abbildung 64: Nordsee-Besucher nach Aufenthaltstagen in den letzten 3 Jahren und Besuchstagen in einem Hafen

5.3.3 Häfen als Teil des Nordsee-Besuchs

Die ganz überwiegende Mehrheit dieser Zielgruppe (86%) ist auch in der Lage, konkrete Angaben über den Besuch von Häfen zu machen. Für die restlichen 14% liegen keine Angaben vor: Dies können sowohl Personen sein, die gar nicht an der Nordsee waren, als auch solche, die keinen Hafen besucht haben oder sich nicht an die Zahl der Besuchstage erinnern. Die Dimensionen machen aber klar, dass ein Hafenbesuch für annähernd 90% der Zielgruppe Bestandteil ihrer Reise(n) war(en).

5.3.4 Definierende Aspekte des Küstenerlebnisses

Die Küstenurlauber und -interessenten wurden in der Befragung gebeten, eine Liste von sechs Aspekten hinsichtlich ihrer Zusammengehörigkeit mit einer Reise an die Küsten an Nord- oder Ostsee zu bewerten.

Dabei zeigen sich deutlich drei Gruppen: Die natürlichen Gegebenheiten der Küste wie frische, gesunde Luft und der Strand am Meer spielen die wichtigste Rolle. Mit deutlichem Abstand folgen die Aspekte Fisch und Fischer-Hafen/Kutter. Abgeschlagen rangieren die großen Häfen mit „dicken Pötten“ (Abbildung 65).

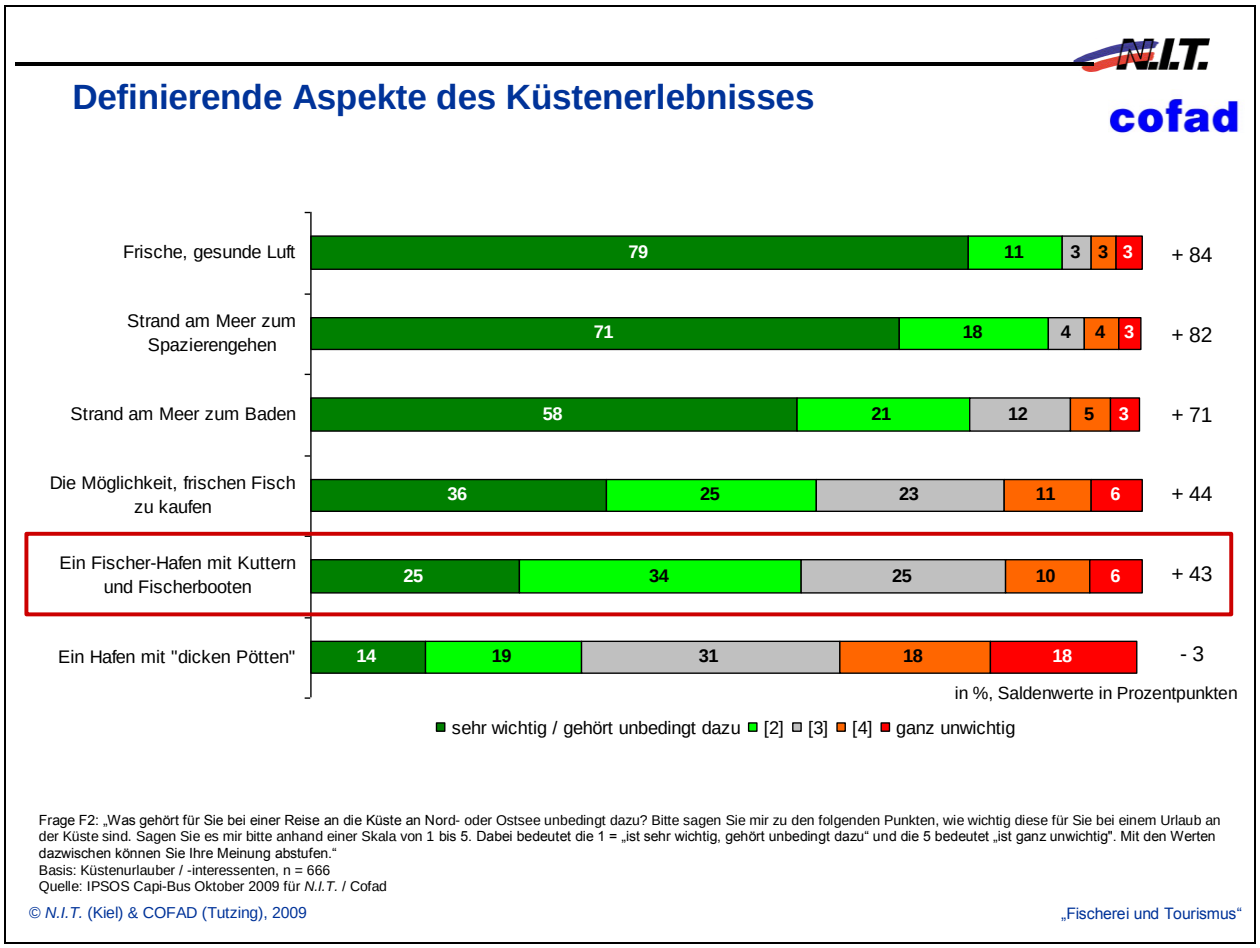


Abbildung 65: Definierende Aspekte des Küstenerlebnisses

Fischer-Häfen mit Kuttern und Fischerbooten gehören für ein Viertel der Zielgruppe unbedingt zur Reise an die Küste dazu. Weitere 34% finden diese Aspekte zumindest noch wichtig, sodass sich insgesamt fast 60% der Zielgruppe ergeben, für die Fischereihäfen und Kutter zu einer Küstenreise an Nord- oder Ostsee dazugehören.

Männer sind etwas Fischereihafen-affiner als Frauen, Familien mit kleinen Kindern und Senioren mehr als junge Leute oder mittelalte Personen. Überdurchschnittlich viele Fischerei-Hafen-affine kommen aus Nordrhein-Westfalen und den Bundesländern Hessen, Rheinland-Pfalz und Saarland (Abbildung 66).

Besucher der deutschen Nordseeküste ist ein Fischer-Hafen mit Kuttern und Fischerbooten ungefähr genauso wichtig wie der gesamten Zielgruppe der Küstenurlauber und -interessenten. Allerdings steigt das Interesse mit der Zahl der an der Küste verbrachten Aufenthaltstage: Diejenigen, die in den letzten 3 Jahren mehr als 5 Besuchstage an der deutschen Nordseeküste verbracht haben, finden Fischer-Häfen und die Möglichkeit, frischen Fisch zu kaufen, überdurchschnittlich wichtig (Abbildung 67).

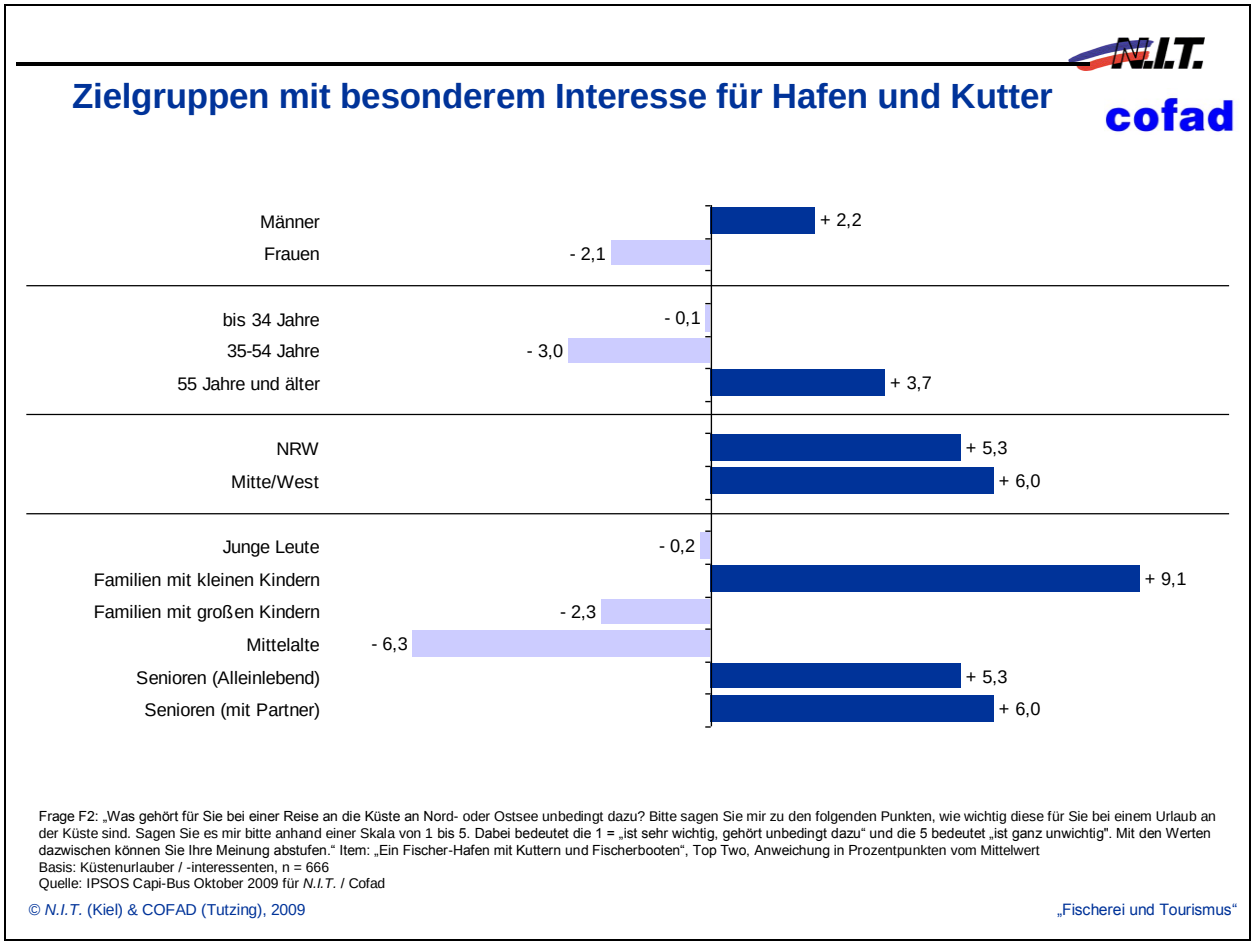


Abbildung 66: Zielgruppen mit besonderem Interesse für Hafen und Kutter

Definierende Aspekte des Küstenerlebnisses - Detail

Top Two auf einer Skala von 1 = „sehr wichtig/gehört unbedingt dazu“ bis 5 „ganz unwichtig“ in %	„Küstenurlauber / -interessenten“	Besucher der deutschen Nordseeküste	1-5 Besuchs-Tage	Mehr als 5 Besuchs-Tage	Selten-Hafenbesucher (1-2 Tage)	Oft-Hafenbesucher (mehr als 2 Tage)
n =	666	338	93	222	175	118
Strand am Meer zu Baden	79	74	70	75	73	74
Ein Fischer-Hafen mit Kuttern und Fischerbooten	59	60	55	**63**	61	**67**
Ein Hafen mit „dicken Pötten“	33	36	39	35	40	34
Die Möglichkeit, frischen Fisch zu kaufen	61	60	51	**64**	58	**65**
Strand am Meer zum Spazierengehen	89	89	85	82	87	92
Frische, gesunde Luft	90	90	86	92	86	94
Anderes	66					
Urlaub, Aktivitäten, Urlaubsangebote	25					
Landschaft, Umgebung, Atmosphäre	30					
Erholung, Gesundheit	8					
Kulinarisches	9					
Sonstiges	8					

Frage F2: „Was gehört für Sie bei einer Reise an die Küste an Nord- oder Ostsee unbedingt dazu? Bitte sagen Sie mir zu den folgenden Punkten, wie wichtig diese für Sie bei einem Urlaub an der Küste sind. Sagen Sie es mir bitte anhand einer Skala von 1 bis 5. Dabei bedeutet die 1 = „ist sehr wichtig, gehört unbedingt dazu“ und die 5 bedeutet „ist ganz unwichtig“. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstufen.“
Basis: Küstenurlauber / -interessenten, n = 666
Quelle: IPSOS Capi-Bus Oktober 2009 für *N.I.T.* / Cofad

© *N.I.T.* (Kiel) & COFAD (Tutzing), 2009
„Fischerei und Tourismus“

Abbildung 67: Definierende Aspekte des Küstenerlebnisses nach Besuch der norddeutschen Küsten und Häfen

5.3.5 Attraktionspunkte in Häfen

Um dem zentralen Thema „Hafenattraktivität“ näher zu kommen, wurde die Zielgruppe der Küstenurlauber und -interessenten gebeten, eine Liste von elf Punkten hinsichtlich ihrer Zugehörigkeit zu einem attraktiven Hafen zu bewerten. Erwartungsgemäß gibt es bei den Antworten eine Anspruchsinflation, d. h. die Tendenz, im Zweifel eher mit „ja“ als mit „nein“ zu antworten. So wurde im Durchschnitt mehr als 7 von 11 Items zugestimmt, mehr als 20% der Zielgruppe stimmten allen oder fast allen (10 oder 11 von 11) Möglichkeiten zu.

Gleichwohl lassen die einzelnen Punkte deutliche Differenzierungen erkennen: Die höchste Zustimmung (81%) erfährt das Item „ein belebter Hafen, wo etwas los ist“, während die „Erklärung von Kutter und Fangtechnik“ mit 40% nur rund halb so viel Zustimmung erfährt (Abbildung 68).

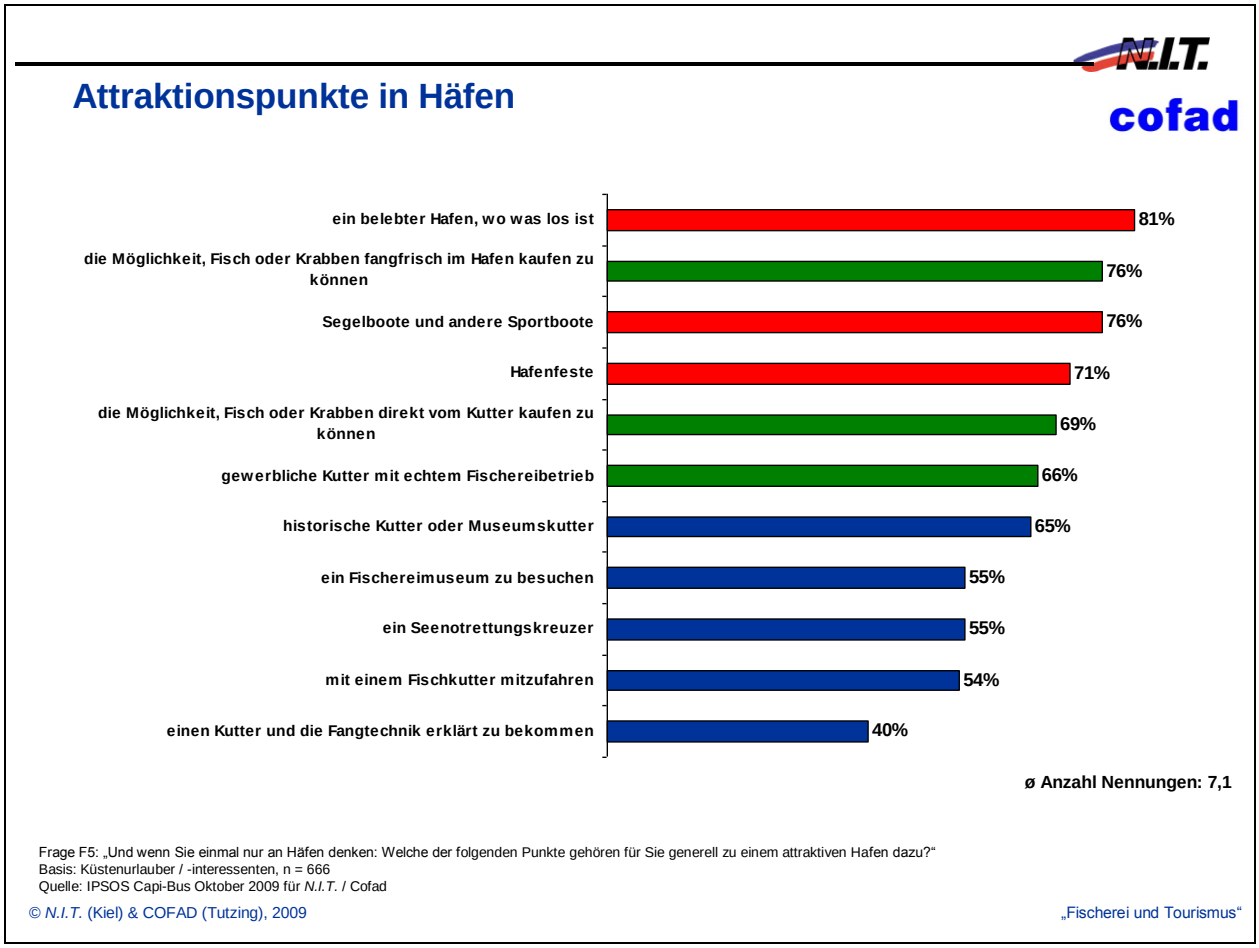


Abbildung 68: Attraktionspunkte in Häfen

Für die Fragstellung der Untersuchung ist das Item „gewerbliche Kutter mit echtem Fischereibetrieb" von besonderer Relevanz. Neben der rein quantitativen Zustimmung (hier liegt das Item mit 66% im Mittelfeld) ist hier auch die Frage interessant, ob die Befragten bei der Bewertung der Items übergeordnete Faktoren im Kopf hatten, die eine Gruppierung der Items ermöglicht. Mit Hilfe entsprechender Datenanalyseverfahren kann man versuchen, diese übergeordneten Faktoren aus den Daten zu rekonstruieren. Wendet man diese „Faktorenanalyse" auf unsere Fragestellung an, so zeigen sich recht deutlich drei Gruppen von Argumenten, die aus der Sicht der Befragten die touristische Attraktivität eines Hafens bestimmen (Abbildung 69):

- „Frischer Fisch": In diese Gruppe fallen die Argumente „die Möglichkeit, Fisch oder Krabben direkt vom Kutter kaufen zu können", „die Möglichkeit, Fisch oder Krabben fangfrisch im Hafen kaufen zu können" und „gewerbliche Kutter mit echtem Fischereibetrieb" (mit einem schwächeren Anteil auch „mit einem Fischkutter mitzufahren"). Es geht also um den Attraktionsfaktor „Fisch", der im Hafen frisch angelandet wird und dort gekauft werden kann.
- „Maritime Technik": In diese Gruppe fallen die Argumente, die sich mit der Schifffahrt und der Fischereitechnik befassen („mit einem Fischkutter mitzufahren", „einen Kutter und die Fangtechnik erklärt zu bekommen", „ein Fischereimuseum zu besuchen", „historische Kutter oder Museumskutter", „ein Seenotrettungskreuzer").

- „Freizeithafen“: In dieser Gruppe sind die typischen Freizeitnutzungen eines Hafens zusammengefasst: „Segelboote und andere Sportboote“ und „Hafenfeste“. Zudem fällt das Attribut mit der insgesamt höchsten Zustimmung „belebter Hafen, wo etwas los ist“ in diese Gruppe.

Von Wert ist diese Analyse weniger, um den absoluten Beitrag einzelner Punkte zur Attraktivität herauszufinden. Dazu sind die Zustimmungsquoten insgesamt zu hoch, sie liegen für jedes der drei Faktorenbündel bei knapp unter oder über 90% der Zielgruppe.

Vielmehr kann man auf diese Weise die „gewerblichen Kutter mit echtem Fischereibetrieb“ dem „richtigen“ Argumentenbündel zuordnen. Dabei zeigt sich, dass die gewerbliche Fischerei in sehr starkem Zusammenhang mit dem Produkt Fisch bzw. Krabben steht und weniger stark als technik- oder freizeitaffin gesehen wird. Im Umkehrschluss lässt sich ableiten, dass die gewerblichen Kutter ihre Stärke am besten im Zusammenhang mit dem Produkt „Fisch und Krabben“ zeigen können. Diese Dimension wiederum hat enge Beziehungen zur Authentizität des Hafenstandortes: Das Vorhandensein tatsächlich aktiver Kutter und die Möglichkeit, deren Fang frisch zu kaufen, sind auf das Engste miteinander verbunden.

3 wesentliche Aspekte für die Hafenattraktivität

	%	„Frischer Fisch“	„Maritime Technik“	„Freizeithafen“
1) die Möglichkeit, Fisch oder Krabben direkt vom Kutter kaufen zu können	69	.858		
2) die Möglichkeit, Fisch oder Krabben fangfrisch im Hafen kaufen zu können	76	.852		
8) gewerbliche Kutter mit echtem Fischereibetrieb	66	.444		
3) mit einem Fischkutter mitzufahren	54	.297	.519	
4) einen Kutter und die Fangtechnik erklärt zu bekommen	40		.688	
5) ein Fischereimuseum zu besuchen	55		.723	
7) historische Kutter oder Museumskutter	65		.686	
10) ein Seenotrettungskreuzer	55		.568	
6) ein belebter Hafen, wo was los ist	81			.814
9) Segelboote und andere Sportboote	76			.561
11) Hafenfeste	71			.625
Anteil der Zielgruppe, die an diesem Aspekt Interesse hat (Nettowert)		88%	89%	95%
Anteil der Zielgruppe, der an ... Aspekten Interesse hat				
keiner der drei Aspekte	1			
einer von drei Aspekten	6			
zwei von drei Aspekten	16			
alle drei Aspekte	78			

Frage F5: „Und wenn Sie einmal nur an Häfen denken: Welche der folgenden Punkte gehören für Sie generell zu einem attraktiven Hafen dazu?“
Basis: Küstenurlauber / -interessenten, n = 666, Faktorenanalyse, Extraktion wenn Eigenwert > 1, Anteil erklärter Varianz: 59%, Varimax-rotiert
Quelle: IPSOS Capi-Bus Oktober 2009 für *N.I.T.* / Cofad

© *N.I.T.* (Kiel) & COFAD (Tutzing), 2009
„Fischerei und Tourismus“

Abbildung 69: Ergebnis der Faktorenanalyse: Drei wesentliche Aspekte für die Hafenattraktivität

6 Anhang Qualitative Analyse

6.1 Leitfaden

Studie	KUTTER
Kunde	WSA Emden
Erhebung	2 Fokusgruppen im Ruhrgebiet, 1 Fokusgruppe in Bremen
Feld	MSM Hamburg
Nettostichprobe	3 * 8-10 Teilnehmer

Fragestellungen

- Gründe für/gegen Besuch von Hafenorten als Tagesauflug / während des Urlaubs
- Bedeutsame Elemente für das Hafenbild aus touristischer Perspektive
- Touristische Attraktivität eines Hafens abhängig von Zahl und Art der dort liegenden Schiffe und deren Aktivitäten (Bildbewertung: Typ und Anzahl Kutter)
- Unterscheidbarkeit von gewerblichen Kuttern (Wie erkennbar? Was sichtbar?)
- Touristische Attraktivitätswirkung der Ensembles Stadtbild / Hafen (evtl. Bildbewertung)

Zielgruppen

1. eine GD im Tagesausflugsbereich (Bremen) (Typ 1)
2. zwei GD im wichtigsten (Kurz-) Reisenbereich Ruhrgebiet (Typ 2)

Quotenvorgaben

	Zielgruppenquoten	GD 1-2	GD 3
A	Stammgäste Nordsee: Personen, die in den Jahren 2004-2009 bereits mehr als dreimal an der ostfriesischen Nordseeküste ihren Urlaub (min. 1 Nacht) verbracht haben	2	0
	Gäste Nordsee: Personen, die in den Jahren 2004-2009 bereits ein- oder zweimal an der ostfriesischen Nordseeküste ihren Urlaub (min. 1 Nacht) verbracht haben	4	0
	Gäste Außenems: Personen, die in den Jahren 2004-2009 mindestens einmal an der Ems/Außenems ihren Urlaub (min. 1 Nacht) verbracht haben.	4	0
	Tagesausflügler Nordsee: Personen, die die ostfriesische Nordseeküste in den Jahren 2006-2009 bei einem Tagesausflug besucht haben	0	7
	Tagesausflügler Ems: Personen, die die Ems/Außenems in den Jahren 2006-2009 bei einem Tagesausflug besucht haben	0	3
B	Personen bis 40 Jahre	3	3
	Personen 41-60 Jahre	4	4
	Personen 61 Jahre und älter	3	3
D	Personen, die mit Kindern gereist sind	5	-
	Personen, die ohne Kinder gereist sind	5	-

0) EINFÜHRUNG/WARM UP: (10 MIN)

- **Vorstellung des Instituts / des Moderators**
- **Ziel** (Erkenntnisse über die Bedeutung unterschiedlicher Einflussfaktoren auf die Attraktivität von Urlaubsregionen gewinnen) **und Ablauf der Gesprächsrunde** (offene Diskussion).
- **Die persönliche Meinung ist wichtig** - es gibt keine „richtigen oder falschen" Aussagen. Jede einzelne Meinung zählt und wir müssen keinesfalls immer einer Meinung sein. Wichtig ist, dass jeder zu Wort kommt und sich aus seiner Sicht und Erfahrung zu Wort meldet.
- **Datenschutz, Anonymität, Videoaufzeichnung**
- **Kurze Vorstellungsrunde:**
  Name, Alter, Familienstand (Kinder), Hobbys, Reiseverhalten (Reisearten, bevorzugte Ziele)

A) GRÜNDE FÜR/GEGEN BESUCH VON HAFENORTEN ALS TAGESAUFLUG / WÄHREND DES URLAUBS (10 MIN)

A1 Was sind für Sie wichtige Aspekte, wenn Sie Ziele für Tagesausflüge / Übernachtungsreisen an der Nordseeküsten auswählen?

INT: TRENNEN NACH TAGESAUSFLUG, ÜBERNACHTUNGSZIEL

A2 Welche Rolle spielen dabei speziell Häfen?

INT: TRENNEN NACH TAGESAUSFLUG, ÜBERNACHTUNGSZIEL

A3 Welche Art von Häfen sind besonders attraktiv, welche weniger?

INT: ERST SPONTAN, DANN GESTÜTZT ABFRAGEN

BEISPIEL FÜR HAFENTYPEN SIND Z.B.: FÄHRHÄFEN, FISCHEREIHAFEN, KREUZFAHRTHAFEN, SEGEL-/SPORTBOOTHAFEN

B) BEDEUTSAME ELEMENTE FÜR DAS HAFENBILD (15 MIN)

B1) Hier zeige ich Ihnen einige Fotos von typischen Hafennutzungen. Wenn Sie als Tourist in einem Hafen unterwegs wären, wie würden Sie dann solche Hafennutzungen bewerten? Bitte sehen Sie sich die Bilder in Ruhe an und bewerten Sie sie dann auf Ihrem Fragebogen.

Auswahl Fotos (B)

	anziehend / attraktiv	eher anziehend/ attraktiv	neutral	eher unattraktiv	unattraktiv/ abschreckend
B1					
B2					
B3					
B4					
B5					
B6					

INT: BITTE ZUNÄCHST EINZELN BEWERTEN LASSEN UND DANN NACHFRAGEN: WAS MACHT DIE JEWEILIGE NUTZUNGSART ATTRAKTIV BZW. UNATTRAKTIV.

C) TOURISTISCHE ATTRAKTIVITÄT EINES HAFENS ABHÄNGIG VON ZAHL UND ART DER DORT LIEGENDEN SCHIFFE UND DEREN AKTIVITÄTEN (20 MIN)

C1) Kommen wir speziell zu Fischereihäfen: Besuchen Sie solche Häfen gerne als Tourist? Warum ? Warum nicht?

C2) Hier habe ich wieder einige Fotos. Wenn Sie als Tourist in dem jeweiligen Hafen unterwegs wären, wie würden Sie dann den Hafen bewerten? Bitte bewerten Sie zunächst wieder jeder für sich auf Ihrem Fragebogen.

Auswahl Fotos (C)

	anziehend / attraktiv	eher anziehend/ attraktiv	neutral	eher unattraktiv	unattraktiv/ abschreckend
C1					
C2					
C3					
C4					
C5					
C6					
C7					
C8					
C9					

INT: BITTE ZUNÄCHST EINZELN BEWERTEN LASSEN UND DANN NACHFRAGEN: WAS MACHT DAS JEWEILIGE BILD ATTRAKTIV BZW. UNATTRAKTIV?

C3) Wie wichtig sind Ihnen als touristischer Besucher eines Hafens folgende Aspekte:

a. **Dass „echte Arbeiten“ im Hafen durchgeführt werden bzw. zu sehen sind?**
b. **Dass Schiffe im Hafen liegen?**
c. **Dass viele Schiffe im Hafen liegen?**
d. **Dass sich die Schiffe im Hafen bewegen (ein- und auslaufen)?**
e. **Dass Menschen auf oder an den Schiffen arbeiten?**
f. **Dass man mit den Fischern über die Fischerei sprechen kann?**
g. **Dass man dort Fisch kaufen oder gleich verzehren kann?**

INT: BITTE ZUNÄCHST EINZELN KURZ DISKUTIEREN, DANN PRO PERSON 7 KLEBEPUNKTE VERTEILEN UND DIE TEILNEHMER BITTEN, DIESE AUF EIN FLIPCHART NEBEN DIE FÜR SIE WICHTIGSTEN ASPEKTE ZU KLEBEN.

D) UNTERSCHEIDBARKEIT VON GEWERBLICHEN KUTTERN (15 MIN)

D1) Hier sehen Sie noch einige Fotos von Fischereifahrzeugen. Bitte schätzen Sie zunächst jeder für sich ein, ob es sich um ein noch aktives Fischereifahrzeug (mit dem also noch gefischt wird) handelt oder nicht.

	aktives Fischereifahrzeug, wird noch zum Fischfang genutzt	nicht mehr aktiv, Traditions- oder Museumsschiff
D1		
D2		
D3		
D4		
D5		
D6		

D2) Kann man überhaupt erkennen, ob ein Kutter noch aktiv ist oder nicht? Woran?

D3) Spielt es eine Rolle für die Attraktivität des Hafens, ob die dort liegenden Kutter aktiv fischen oder nur als Traditionsschiffe genutzt werden?

E) TOURISTISCHE ATTRAKTIVITÄTSWIRKUNG DER ENSEMBLES STADTBILD / HAFEN (15 MIN)

E1) Nun interessiert uns noch die Lage des Hafens. Wenn Sie als Tourist in dem jeweiligen Hafen unterwegs wären, wie würden Sie dann die Lage des Hafens bewerten? Bitte bewerten Sie zunächst wieder jeder für sich auf Ihrem Fragebogen.

	anziehend / attraktiv		neutral		abschreckend
E1					
E2					
E3					
E4					
E5					
E6					

INT: BITTE ZUNÄCHST EINZELN BEWERTEN LASSEN UND DANN NACHFRAGEN: WAS MACHT DAS JEWEILIGE BILD ATTRAKTIV BZW. UNATTRAKTIV?

E2) Welche besonders attraktiven Fischereihäfen kennen Sie? Was macht sie so attraktiv?

INT: AKTIVER HAFEN ODER NICHT IST EGAL. FALLS NICHT SCHON VON ALLEINE GENANNT: NACHFRAGEN NACH ATTRAKTIVEN FISCHEREIHÄFEN AN DER OSTFRIESISCHEN NORDSEEKÜSTE UND EMSMÜNDUNG

F) TOURISTISCHE ANGEBOTE IM UMFELD DER FISCHEREI (5 MIN)

F1) Welche Angebote im Umfeld der Fischerei, die sich besonders an Touristen richten, interessieren Sie?

a. Erläuterung der Fischerei durch Tafeln, Vorträge oder Museen im/am Hafen
b. Mitfahrt auf einem Fischkutter
c. Anschauen einer Kutterregatta / eines Kutterkorsos

6.2 Bildvorlagen für die Qualitative Analyse

B1: Hafennutzung: Werft

Oldersum, Mai 2009

S. Schmüdderich

B2: Sportboothafen / Marina

Heiligenhafen, Juni 2009

D. Schmücker

B3: Hafennutzung: Fischereihafen

Neuharlingersiel, April 2009

S. Schmüdderich

B4: Hafennutzung: Holzschiffsreparatur

Ditzum, Mai 2009

D. Schmücker

B5: Hafennutzung: Stückgut- und Containerhafen Hamburg

Hamburg, o.J.

Hamburg Hafen Marketing e.V.

B6: Hafennutzung: Fähre

Ditzum, Mai 2009

D. Schmücker

C1: Kutter, gepackt, geflaggt

Büsum, o.J.

unbekannt

C2: Sehr belebter Hafen (10 Kutter)

Greetsiel, Mai 2009

S. Schmüdderich

C3: Mäßig belebter Hafen (4 Kutter)

Greetsiel, Mai 2009

S. Schmüdderich

C4: Mäßig belegter Fischereihafen (Krabbenkutter und Boot)

Dangast, März 2007

S. Schmüdderich

C5: Leeres Hafenbecken

S. Schmüdderich

Hooksiel, alter Hafen, April 2007

C6: Schild: Erklärung zu Krabbenkutter

Harlesiel, 2007

S. Schmüdderich

C7: Fisch direkt vom Kutter

S. Schmüdderich

Sassnitz, Dez. 2008

C8: Fischer bei der Netzarbeit

Heiligenhafen, Juni 2009

D. Schmücker

C9: Fischer und Katzen nach der Arbeit

Heiligenhafen, Juni 2009

D. Schmücker

D1: Museumsschiff oder noch im Dienst?

Burgstaaken, Juni 2009

D. Schmücker

D2: Museumsschiff oder noch im Dienst?

Ditzum, März 2009

S. Schmüdderich

D3: Museumsschiff oder noch im Dienst?

Ditzum, März 2009

S. Schmüdderich

D4: Museumsschiff oder noch im Dienst?

Ditzum, März 2009

S. Schmüdderich

D5: Museumsschiff oder noch im Dienst?

Greetsiel, Mai 2009

S. Schmüdderich

D6: Museumsschiff oder noch im Dienst?

Greetsiel, Mai 2009

S. Schmüdderich

E1: Umfeldwirkung: Hafen in der Stadt

Weener, Mai 2009

S. Schmüdderich

E2: Umfeldwirkung: Innenstadthafen

Neuharlingersiel, April 2009

S. Schmüdderich

E3: Umfeldwirkung: Fischereihafen und Kaipromenade

Greetsiel, Mai 2009

S. Schmüdderich

E4: Umfeldwirkung: Anleger außerhalb des Ortes

Dornumersiel, o.J.

unbekannt

E5: Umfeldwirkung: Anleger außerhalb des Ortes

Hooksiel, April 2007

S. Schmüdderich

E6: Umfeldwirkung: Fischereihafen, industriegeprägt

Cuxhaven, o.J.

unbekannt

7 Anhang Besucherbefragung

7.1 Screening-Fragebogen

Interviewerhinweis:
Immer wenn [Ort] im Screener genannt ist ➔ setzen Sie jeweils den Befragungsort (Ditzum, Greetsiel, Dangast oder Tönning) ein, in dem Sie an diesem Tag interviewen. Analog dazu die Gemeinde / Stadt einsetzen, wo immer es erforderlich ist.

Guten Morgen/Tag/Abend. Mein Name ist ... vom Institut N.I.T. in Kiel. Wir führen z.Zt. im Auftrag des Wasser- und Schifffahrtsamtes Emden und mit Unterstützung der Stadt /Gemeinde [Stadt/ Gemeinde, zu der [Ort] gehört] eine Befragung unter Besuchern des Ortes [Ort] durch. Darf ich Ihnen im Rahmen dieser Befragung ein paar Fragen stellen? Es wird max. 15 Minuten dauern.

Ja .....1➔ **WEITER**
Nein.....2➔ **ENDE**

Frage 1: Sind Sie Einwohner der Stadt/ Gemeinde [Liste siehe nachfolgend]?

- **für Ditzum ➔ Gemeinde Jemgum**
- **für Greetsiel ➔ Gemeinde Krummhörn**
- **für Dangast ➔ Stadt Varel**
- **für Tönning ➔ Stadt Tönning**

Ja .....1➔ **ENDE**
Nein.....2➔ **WEITER**

Frage 2: Sind Sie aus beruflichen oder geschäftlichen Gründen hier?

Ja .....1➔ **ENDE**
Nein.....2➔ **WEITER**

Frage 3: Sind Sie gerade auf dem Weg …

… zum Arbeitsplatz / zur Ausbildung?	**Ja ➔ ENDE**	**Nein**
… zum Einkaufen von Lebensmitteln oder ähnlichem?	**Ja ➔ ENDE**	**Nein**
… zu einer Behörde?	**Ja ➔ ENDE**	**Nein**
… zum Arzt?	**Ja ➔ ENDE**	**Nein**
… zum Vereinssport?	**Ja ➔ ENDE**	**Nein**

Frage 4: Wurden Sie innerhalb der vergangenen [Anzahl der Wochen seit 13. April 2009] Wochen in vergleichbarer Weise zur Durchführung eines Interviews aufgefordert und haben daran auch teilgenommen?

Ja .....1➔ **ENDE**
Nein.....2➔ **Fragebogen**

ENDE:
Die Befragung richtet sich ausschließlich an touristische Besucher. Leider kommen Sie für die Befragung deshalb nicht in Betracht.

7.2 Fragebogen

Der Fragebogen umfasst sechs Seiten und ist im Anschluss an dieses Blatt dargestellt.

Institut für Tourismus- und Bäderforschung
in Nordeuropa GmbH
Fleethörn 23
24103 Kiel

Tel 0431 666 567 0
E-Mail info@nit-kiel.de

Studie - Nr.	**KUTTER: 2009/205**	
Fragebogen - Nr.	Bitte nichts eintragen	
Interviewer-Name ➔		

HINWEIS: Immer wenn [Ort] im Fragebogen genannt ist ➔ setzen Sie jeweils den Befragungsort (Ditzum, Greetsiel, Dangast oder Tönning) ein, in dem Sie an diesem Tag interviewen.

Interviewereintragung: Uhrzeit eintragen.

Uhrzeit Interviewbeginn:_____

TEIL 1 – REISEBEZOGENE STRUKTURDATEN

A1 Sind Sie als Übernachtungsgast in [Ort] oder machen Sie hier einen Tagesbesuch?

Übernachtungsgast
(auch Inhaber von Zweitwohnungen) .....1 ➔ weiter Frage **A2**
Tagesbesucher .....2 ➔ weiter Frage **A4**

NUR ÜBERNACHTUNGSGÄSTE
A2 Wo übernachten Sie hier?

Hotel, Pension, Gasthof 01
Privatzimmer, Privatpension 02
gemietete Ferienwohnung 03
gemietetes Ferienhaus 04
Campingplatz 05
Wohnmobilstellplatz 06
Jugendherberge 07
bei Verwandten oder Freunden 08
in einer eigenen Wohnung (Zweitwohnsitz) 09
Anderes 10

NUR ÜBERNACHTUNGSGÄSTE
A3 Wie viele Nächte bleiben Sie insgesamt in [Ort]?

_____ Anzahl Nächte ➔ weiter Frage **A6**

NUR TAGESBESUCHER
A4 Von wo aus sind Sie heute nach [Ort] angereist?

vom Wohnort .....1 ➔ weiter Frage **A6**
vom Urlaubsort .....2 ➔ weiter Frage **A5**

NUR TAGESBESUCHER vom Urlaubsort
A5 In welchem Ort haben Sie Ihr Urlaubsquartier?
INTERVIEWER: wenn innerhalb Deutschlands ➔ Name und/oder PLZ des Urlaubsortes notieren.
wenn außerhalb Deutschlands ➔ Urlaubsland notieren.

_____

© 2009 *N.I.T.* (Kiel), Cofad (Tutzing), HKM (Hamburg)

AN ALLE

A6 In welchem Ort wohnen Sie?
INTERVIEWER: bitte Name des Wohnorts und PLZ notieren.

_____

A7 In welchem Bundesland liegt Ihr Wohnort?
INTERVIEWER: wenn Wohnort außerhalb Deutschlands ➔ Land notieren

_____

A8 Wie sind Sie nach [Ort] angereist?

Mehrere Antworten möglich

Pkw 1
Wohnmobil 2
Fahrrad 3
Fähre 4
Sportboot 5
Bahn 6
Motorrad 7
Anderes 8

A9 Sicher haben Sie während Ihres Aufenthaltes hier in [Ort] einiges unternommen oder besucht oder haben dies noch vor. Welche Aktivitäten oder Ausflüge aus der folgenden Liste sind das?
INTERVIEWER: Fragebogen an Befragten weiterreichen und einkreisen lassen.

Bitte alles Zutreffende umkreisen

Den Ort anschauen 1
Den Hafen anschauen 2
Einkaufen von Krabben, Fisch oder anderen Meeresfrüchten 3
Einkaufen von sonstigen Lebensmitteln, Kleidung etc. 4
Veranstaltung(en) besuchen 5
Museum oder andere Sehenswürdigkeit besuchen 6
Anderes ..... 7 ➔ **Nachfragen!**
➔ Was?
_____

A10a Reisen Sie allein oder in Begleitung?

Ich reise allein .....1 ➔ weiter Frage **A11**
Ich reise in Begleitung .....2 ➔ weiter Frage **A10b**

A10b Wie viele Personen gehören zu Ihrer Reisegruppe, Sie selbst eingeschlossen?
INTERVIEWER: Optionen A-D vorlesen und Antwort mit führenden Nullen eintragen (z.B. 02). Keine = 00.

A) Erwachsene (18 Jahre und älter) |__|__|

B) Kinder bis 5 Jahre |__|__|

C) Kinder 6 –13 Jahre |__|__|

D) Jugendliche 14-17 Jahre |__|__|

© 2009 *N.I.T.* (Kiel), Cofad (Tutzing), HKM (Hamburg)

AN ALLE

A11 Zum wievielten Mal sind Sie in [Ort]?

zum _____ Mal

INTERVIEWER: Ist Antwort entweder > *20 Mal* oder *unspezifische Angabe* (z.B. zum x-ten Mal, unzählbar häufig, kann ich nicht mehr zählen, etc)?

Ja 1
Nein 2

A12 Wie hoch sind Ihre Ausgaben schätzungsweise für Sie und Ihre Begleiter während des derzeitigen Aufenthalts in [Ort] (ohne Kosten der An- und Abreise). Bitte sagen Sie es mir getrennt für die folgenden Bereiche und zwar für den heutigen Tag:

INTERVIEWER: Bitte bei den Antworten noch einmal explizit nachfragen, ob die jeweilige Angabe alle Reisenden einbezieht und sich auf den heutigen Tag bezieht!

Antwort mit führenden Nullen eintragen (z.B. 500 € = 00500 Euro).

Vorlesen:

a) Mahlzeiten und Getränke im Restaurant, Imbiss, Eisstand, etc. |__|__|__|__|__| Euro

b) Kauf von Andenken, Postkarten, Mitbringseln etc. |__|__|__|__|__| Euro

c) Eintritt in Museum, Schwimmbad etc. |__|__|__|__|__| Euro

d) Teilnahme an Ausflügen, Bootsfahrten etc. |__|__|__|__|__| Euro

e) Miete von Fahrrädern, Booten |__|__|__|__|__| Euro

f) Einkauf von Krabben, Fisch oder Meeresfrüchten |__|__|__|__|__| Euro

g) Einkauf von Lebensmitteln, Getränken, etc. im Einzelhandel |__|__|__|__|__| Euro

---

NUR ÜBERNACHTUNGSGÄSTE (d.h. wenn Frage A1 mit Code 1 beantwortet wurde)

A13 Und wie hoch sind die Kosten für die Unterkunft für die gesamte Aufenthaltsdauer, inkl. Endreinigung, Energie etc. (ggf. schätzen)?
INTERVIEWER: Antwort mit führenden Nullen eintragen (z.B. 500 € = 00500 Euro).

- keine Angabe zu Unterkunftskosten, weil Zweitwohnung, Dauer-Bootliegeplatz, Dauercamper (bzw. -wohnmobilist), etc. 1

- für die Unterkunft (Angabe für alle Personen, für den gesamten Aufenthalt) |__|__|__|__|__| Euro

---

AN ALLE

A14 Planen Sie, [Ort] in den nächsten 3 Jahren erneut zu besuchen?

Vorlesen

Ja 1
Eventuell 2
Nein ..... 3 ➔ **Begründung nachfragen!**
➔ Und warum nicht?
_____
_____
weiß nicht / keine Angabe 4

TEIL 2 – WAHRGENOMMENE ATTRAKTIVITÄT

B1 Warum sind Sie heute <u>vor allem</u> hierher gekommen?

Vorlesen; maximal 2 Antworten möglich

Den Ort anschauen 1
Den Hafen anschauen 2
Einkaufen von Krabben, Fisch oder anderen Meeresfrüchten 3
Einkaufen von sonstigen Lebensmitteln, Kleidung etc. 4
Veranstaltung(en) besuchen 5
Museum oder andere Sehenswürdigkeit besuchen 6
Anderes ..... 7 ➔ **Nachfragen**
➔ Was?
_____

B2 Was macht diesen Ort für Sie attraktiv?
<u>INTERVIEWER:</u> Antwort wörtlich notieren.

_____

_____

_____

B3 Wie sind Sie auf diesen Ort aufmerksam geworden?

Nicht vorlesen; mehrere Antworten möglich

Darüber gelesen (z.B. im Reiseführer, in der Presse) 1
Im Internet gesehen 2
Berichte im Fernsehen oder Radio gesehen / gehört 3
Empfehlung von Verwandten oder Freunden 4
Empfehlung des Vermieters 5
Empfehlung der Tourist-Information 6
War früher schon einmal hier 7
Anderes ..... 8 ➔ **Nachfragen**
➔ Wie?
_____

B4 Wie attraktiv finden Sie den Ort [Ort] im Allgemeinen?

Vorlesen; nur eine Antwort

sehr attraktiv 1
attraktiv 2
weniger attraktiv 3
nicht attraktiv 4

B5 Und wie attraktiv finden Sie den Hafen im Besonderen?

Vorlesen; nur eine Antwort

sehr attraktiv 1
attraktiv 2
weniger attraktiv 3
nicht attraktiv 4

© 2009 *N.I.T.* (Kiel), Cofad (Tutzing), HKM (Hamburg)

B6a Warum bewerten Sie den Hafen so? Was macht diesen Hafen attraktiv?
INTERVIEWER: Antwort wörtlich notieren.

_____

_____

_____

B6b Und was macht diesen Hafen weniger attraktiv als andere?
INTERVIEWER: Antwort wörtlich notieren.

_____

_____

_____

B7 Welche der folgenden Punkte gehören für Sie *generell* zu einem attraktiven Hafen dazu?
INTERVIEWER: Fragebogen an Befragten weiterreichen und einkreisen lassen.

Mehrere Antworten möglich

Die Möglichkeit, Fisch oder Krabben direkt vom Kutter kaufen zu können 01
Die Möglichkeit, Fisch oder Krabben fangfrisch im Hafen kaufen zu können .. 02
Mit einem Fischkutter mitzufahren 03
Einen Kutter und die Fangtechnik erklärt bekommen 04
Ein Fischereimuseum zu besuchen 05
Ein belebter Hafen, wo etwas los ist 06
Historische Kutter oder Museumskutter 07
Gewerbliche Kutter mit echtem Fischereibetrieb 08
Segelboote und andere Sportboote 09
Ein Seenotrettungskreuzer 10
Hafenfeste 11
Anderes ..... 12 ➔ **Nachfragen!**
➔ Was?
_____

NUR AN BEFRAGTE IN DITZUM + GREETSIEL
B8 Wären Sie heute auch hierher gekommen, wenn im Hafen keine gewerblichen Kutter mit echtem Fischereibetrieb wären?

Ja 1
Nein 2
Weiß nicht 3

TEIL 3 – STATISTIK

Vielen Dank, nun haben wir es schon fast geschafft. Zum Schluss nur noch wenige Fragen zur Statistik.

C1 Wie alt sind Sie?

Exaktes Alter in Jahren eintragen: _____ Jahre

C2 Sie sind …

… männlich 1
… weiblich 2

© 2009 *N.I.T.* (Kiel), Cofad (Tutzing), HKM (Hamburg)

C3 Wie viele Personen leben insgesamt in Ihrem Haushalt, Sie selbst mitgezählt?
INTERVIEWER: Antworten mit führenden Nullen eintragen (z.B. 02).

A) Erwachsene (18 Jahre und älter) |__|__|

B) Kinder bis 5 Jahre |__|__|

C) Kinder 6 –13 Jahre |__|__|

D) Jugendliche 14-17 Jahre |__|__|

C4 Wie hoch ist Ihr monatliches Haushaltsnettoeinkommen? Bitte sagen Sie mir den passenden Buchstaben auf dieser Liste.

bis 1.499 Euro..... F
1.500 – 2.499 Euro ..... A
mehr als 2.500 Euro ..... D

Vielen Dank für Ihre Teilnahme und weiterhin einen schönen Aufenthalt in [Ort].

TEIL 4 – INTERVIEWEREINTRAGUNG

D1 Datum und Uhrzeit eintragen.

Datum: _____

Uhrzeit Interviewende:_____

D2 Wetter

warm (> 20 Grad) und Boden und Luft trocken.....1
warm (> 20 Grad) und Boden oder Luft nass.....2
kalt (≤ 20 Grad) und Boden und Luft trocken 3
kalt (≤ 20 Grad) und Boden oder Luft nass 4

D3 Anzahl Sportboote im Hafen (ca.): _____

D4 Anzahl Museums- / Traditions-Kutter im Hafen: _____

D5 Anzahl aktiver Kutter (=gewerbliche Kutter mit echtem Fischereibetrieb) im Hafen: _____

D6 Besucherfrequenz am Standort

sehr belebt (mehr als 30 Passanten am Standort).....1
mittelmäßig belebt (10-29 Passanten am Standort).....2
wenig belebt (weniger als 10 Passante am Standort).....3

D7 Ziffer des Befragungsorts eintragen

Befragungsort: _____

1 = Ditzum
2 = Greetsiel
3 = Dangast
4 = Tönning

Hiermit bestätige ich, das Interview genau nach den Anweisungen des Institutes durchgeführt zu haben.

INTERVIEW-ORT	DATUM	UNTERSCHRIFT DES INTERVIEWERS

7.3 Tabellen

Die Tabellen sind nach Befragungsort separat erstellt in folgender Reihenfolge:

1. Ditzum
2. Greetsiel
3. Dangast (Referenzort)
4. Tönning (Referenzort)

Jeder Tabellensatz umfasst 51 Seiten.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A1: Sind Sie als Übernachtungsgast in ... (Ort) oder machen Sie hier einen Tagesbesuch?

	Befragungsort: D I T Z U M														
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung			
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen	
Alle Befragten	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	
Übernachtungsgast (auch Inhaber von Zweitwohnungen)	94	5	30	59	94	-	-	-	25	45	24	8	77	9	
	18.2%	*12.5%*	*12.4%*	*25.1%*	*100.0%*	-	-	-	*29.4%*	*23.4%*	*10.0%*	*13.1%*	*19.2%*	*17.0%*	
Tagesbesucher	422	35	211	176	-	422	388	34	60	147	215	53	325	44	
	81.8%	*87.5%*	*87.6%*	*74.9%*	-	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*70.6%*	*76.6%*	*90.0%*	*86.9%*	*80.8%*	*83.0%*	
Summe der Nennungen	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A2: Wo übernachten Sie hier?

	Befragungsort: D I T Z U M														
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung			
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen	
Alle Übernachtungsgäste	94	5	30	59	94	-	-	-	25	45	24	8	77	9	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	-	-	-	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	
Hotel, Pension, Gasthof	2	-	-	2	2	-	-	-	-	2	-	-	2	-	
	2.1%	-	-	*3.4%*	*2.1%*	-	-	-	-	*4.4%*	-	-	*2.6%*	-	
Privatzimmer, Privatpension	38	2	13	23	38	-	-	-	16	17	5	2	35	1	
	40.4%	*40.0%*	*43.3%*	*39.0%*	*40.4%*	-	-	-	*64.0%*	*37.8%*	*20.8%*	*25.0%*	*45.5%*	*11.1%*	
Gemietete Ferienwohnung	38	2	11	25	38	-	-	-	9	21	8	5	28	5	
	40.4%	*40.0%*	*36.7%*	*42.4%*	*40.4%*	-	-	-	*36.0%*	*46.7%*	*33.3%*	*62.5%*	*36.4%*	*55.6%*	
Gemietetes Ferienhaus	2	-	-	2	2	-	-	-	-	1	1	1	1	-	
	2.1%	-	-	*3.4%*	*2.1%*	-	-	-	-	*2.2%*	*4.2%*	*12.5%*	*1.3%*	-	
Campingplatz	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Wohnmobilstellplatz	1	-	-	1	1	-	-	-	-	-	1	-	1	-	
	1.1%	-	-	*1.7%*	*1.1%*	-	-	-	-	-	*4.2%*	-	*1.3%*	-	
Jugendherberge	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Bei Verwandten oder Freunden	8	1	5	2	8	-	-	-	-	4	4	-	6	2	
	8.5%	*20.0%*	*16.7%*	*3.4%*	*8.5%*	-	-	-	-	*8.9%*	*16.7%*	-	*7.8%*	*22.2%*	
In einer eigenen Wohnung (Zweitwohnsitz)	5	-	1	4	5	-	-	-	-	-	5	-	4	1	
	5.3%	-	*3.3%*	*6.8%*	*5.3%*	-	-	-	-	-	*20.8%*	-	*5.2%*	*11.1%*	
Anderes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Summe der Nennungen	94	5	30	59	94	-	-	-	25	45	24	8	77	9	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	-	-	-	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A2: Gasttyp

	Befragungsort: D I T Z U M													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Übernachtungsgast in Hotel, Pension, Gasthof, Privatzimmer, Privatpension, Jugenherberge	40	2	13	25	40	-	-	-	16	19	5	2	37	1
	7.8%	*5.0%*	*5.4%*	*10.6%*	*42.6%*	-	-	-	*18.8%*	*9.9%*	*2.1%*	*3.3%*	*9.2%*	*1.9%*
Übernachtungsgast in gemieteter Ferienwohnung oder gemietetem Ferienhaus	40	2	11	27	40	-	-	-	9	22	9	6	29	5
	7.8%	*5.0%*	*4.6%*	*11.5%*	*42.6%*	-	-	-	*10.6%*	*11.5%*	*3.8%*	*9.8%*	*7.2%*	*9.4%*
Übernachtungsgast auf Campingplatz, Wohnmobil-stellplatz oder auf einem Boot, sofern Ausgaben für Übernachtung getätigt	1	-	-	1	1	-	-	-	-	-	1	-	1	-
	0.2%	-	-	*0.4%*	*1.1%*	-	-	-	-	-	*0.4%*	-	*0.2%*	-
Übernachtung bei Verwandten und Freunden	8	1	5	2	8	-	-	-	-	4	4	-	6	2
	1.6%	*2.5%*	*2.1%*	*0.9%*	*8.5%*	-	-	-	-	*2.1%*	*1.7%*	-	*1.5%*	*3.8%*
Übernachtungsgast auf Campingplatz, Wohnmobil-stellplatz oder auf einem Boot, sofern keine zuordenbaren Ausgaben für Übernachtung getätigt (“Dauercamper”)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Übernachtung in einer eigenen Wohnung (Zweitwohnsitz)	5	-	1	4	5	-	-	-	-	-	5	-	4	1
	1.0%	-	*0.4%*	*1.7%*	*5.3%*	-	-	-	-	-	*2.1%*	-	*1.0%*	*1.9%*
Tagesbesucher vom Urlaubsort	34	2	16	16	-	34	-	34	26	8	-	2	26	6
	6.6%	*5.0%*	*6.6%*	*6.8%*	-	*8.1%*	-	*100.0%*	*30.6%*	*4.2%*	-	*3.3%*	*6.5%*	*11.3%*
Tagesbesucher vom Wohnort	388	33	195	160	-	388	388	-	34	139	215	51	299	38
	75.2%	*82.5%*	*80.9%*	*68.1%*	-	*91.9%*	*100.0%*	-	*40.0%*	*72.4%*	*90.0%*	*83.6%*	*74.4%*	*71.7%*
Summe der Nennungen	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A3: Wie viele Nächte bleiben Sie insgesamt in ... (Ort)?

	Befragungsort: D I T Z U M														
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung			
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen	
Alle Übernachtungsgäste	94	5	30	59	94	-	-	-	25	45	24	8	77	9	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	-	-	-	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	
1-3 Nächte	54	3	17	34	54	-	-	-	18	27	9	5	45	4	
	57.4%	*60.0%*	*56.7%*	*57.6%*	*57.4%*	-	-	-	*72.0%*	*60.0%*	*37.5%*	*62.5%*	*58.4%*	*44.4%*	
4-7 Nächte	27	1	8	18	27	-	-	-	4	16	7	3	22	2	
	28.7%	*20.0%*	*26.7%*	*30.5%*	*28.7%*	-	-	-	*16.0%*	*35.6%*	*29.2%*	*37.5%*	*28.6%*	*22.2%*	
8-14 Nächte	11	1	4	6	11	-	-	-	3	2	6	-	9	2	
	11.7%	*20.0%*	*13.3%*	*10.2%*	*11.7%*	-	-	-	*12.0%*	*4.4%*	*25.0%*	-	*11.7%*	*22.2%*	
15-28 Nächte	2	-	1	1	2	-	-	-	-	-	2	-	1	1	
	2.1%	-	*3.3%*	*1.7%*	*2.1%*	-	-	-	-	-	*8.3%*	-	*1.3%*	*11.1%*	
29 Nächte und mehr	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Summe der Nennungen	94	5	30	59	94	-	-	-	25	45	24	8	77	9	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	-	-	-	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	
1-28 Nächte	94	5	30	59	94	-	-	-	25	45	24	8	77	9	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	-	-	-	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	
Mittelwert (aus 1-28 Nächten)	4.8	5.4	5.2	4.5	4.8	-	-	-	4.2	4.1	6.6	3.6	4.6	7.4	
Standardabweichung	3.7	5.3	4.0	3.4	3.7	-	-	-	3.4	2.5	5.1	1.5	3.3	6.5	

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A4: Von wo aus sind Sie heute nach ... (Ort) angereist?

	Befragungsort: D I T Z U M													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Tagesbesucher	422	35	211	176	-	422	388	34	60	147	215	53	325	44
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	-	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Vom Wohnort	388	33	195	160	-	388	388	-	34	139	215	51	299	38
	91.9%	*94.3%*	*92.4%*	*90.9%*	-	*91.9%*	*100.0%*	-	*56.7%*	*94.6%*	*100.0%*	*96.2%*	*92.0%*	*86.4%*
Vom Urlaubsort	34	2	16	16	-	34	-	34	26	8	-	2	26	6
	8.1%	*5.7%*	*7.6%*	*9.1%*	-	*8.1%*	-	*100.0%*	*43.3%*	*5.4%*	-	*3.8%*	*8.0%*	*13.6%*
Summe der Nennungen	422	35	211	176	-	422	388	34	60	147	215	53	325	44
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	-	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A7: In welchem Bundesland liegt Ihr Wohnort?

	Befragungsort: D I T Z U M													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Niedersachsen	383	29	187	167	43	340	333	7	30	143	210	51	295	37
	74.2%	*72.5%*	*77.6%*	*71.1%*	*45.7%*	*80.6%*	*85.8%*	*20.6%*	*35.3%*	*74.5%*	*87.9%*	*83.6%*	*73.4%*	*69.8%*
Nordrhein-Westfalen	71	2	29	40	30	41	21	20	35	21	15	2	59	10
	13.8%	*5.0%*	*12.0%*	*17.0%*	*31.9%*	*9.7%*	*5.4%*	*58.8%*	*41.2%*	*10.9%*	*6.3%*	*3.3%*	*14.7%*	*18.9%*
Rheinland-Pfalz	6	1	3	2	3	3	2	1	2	2	2	1	5	-
	1.2%	*2.5%*	*1.2%*	*0.9%*	*3.2%*	*0.7%*	*0.5%*	*2.9%*	*2.4%*	*1.0%*	*0.8%*	*1.6%*	*1.2%*	-
Hessen	4	-	1	3	3	1	-	1	1	2	1	-	4	-
	0.8%	-	*0.4%*	*1.3%*	*3.2%*	*0.2%*	-	*2.9%*	*1.2%*	*1.0%*	*0.4%*	-	*1.0%*	-
Bayern	4	-	3	1	3	1	1	-	3	1	-	-	3	1
	0.8%	-	*1.2%*	*0.4%*	*3.2%*	*0.2%*	*0.3%*	-	*3.5%*	*0.5%*	-	-	*0.7%*	*1.9%*
Sachsen	4	1	2	1	1	3	2	1	1	1	2	-	4	-
	0.8%	*2.5%*	*0.8%*	*0.4%*	*1.1%*	*0.7%*	*0.5%*	*2.9%*	*1.2%*	*0.5%*	*0.8%*	-	*1.0%*	-
Hamburg	3	1	1	1	1	2	1	1	2	1	-	-	3	-
	0.6%	*2.5%*	*0.4%*	*0.4%*	*1.1%*	*0.5%*	*0.3%*	*2.9%*	*2.4%*	*0.5%*	-	-	*0.7%*	-
Bremen	3	-	1	2	2	1	-	1	-	3	-	1	2	-
	0.6%	-	*0.4%*	*0.9%*	*2.1%*	*0.2%*	-	*2.9%*	-	*1.6%*	-	*1.6%*	*0.5%*	-
Saarland	2	-	-	2	1	1	-	1	2	-	-	-	2	-
	0.4%	-	-	*0.9%*	*1.1%*	*0.2%*	-	*2.9%*	*2.4%*	-	-	-	*0.5%*	-
Baden-Württemberg	2	-	2	-	1	1	-	1	1	1	-	1	-	1
	0.4%	-	*0.8%*	-	*1.1%*	*0.2%*	-	*2.9%*	*1.2%*	*0.5%*	-	*1.6%*	-	*1.9%*
Schleswig-Holstein	2	-	1	1	1	1	1	-	-	2	-	-	2	-
	0.4%	-	*0.4%*	*0.4%*	*1.1%*	*0.2%*	*0.3%*	-	-	*1.0%*	-	-	*0.5%*	-
Sachsen-Anhalt	1	-	-	1	1	-	-	-	-	1	-	-	1	-
	0.2%	-	-	*0.4%*	*1.1%*	-	-	-	-	*0.5%*	-	-	*0.2%*	-

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A7: In welchem Bundesland liegt Ihr Wohnort?

	Befragungsort: D I T Z U M													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Brandenburg	1	-	-	1	1	-	-	-	1	-	-	-	1	-
	0.2%	-	-	*0.4%*	*1.1%*	-	-	-	*1.2%*	-	-	-	*0.2%*	-
Thüringen	1	-	1	-	1	-	-	-	1	-	-	1	-	-
	0.2%	-	*0.4%*	-	*1.1%*	-	-	-	*1.2%*	-	-	*1.6%*	-	-
Berlin	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mecklenburg-Vorpommern	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Niederlande	29	6	10	13	2	27	27	-	6	14	9	4	21	4
	5.6%	*15.0%*	*4.1%*	*5.5%*	*2.1%*	*6.4%*	*7.0%*	-	*7.1%*	*7.3%*	*3.8%*	*6.6%*	*5.2%*	*7.5%*
Übriges Ausland	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Summe der Nennungen	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A8: Wie sind Sie nach ... (Ort) angereist?

	Befragungsort: D I T Z U M													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Pkw	345	17	142	186	87	258	229	29	66	147	132	40	271	34
	66.9%	*42.5%*	*58.9%*	*79.1%*	*92.6%*	*61.1%*	*59.0%*	*85.3%*	*77.6%*	*76.6%*	*55.2%*	*65.6%*	*67.4%*	*64.2%*
Fähre	218	18	112	88	15	203	195	8	25	75	118	25	175	18
	42.2%	*45.0%*	*46.5%*	*37.4%*	*16.0%*	*48.1%*	*50.3%*	*23.5%*	*29.4%*	*39.1%*	*49.4%*	*41.0%*	*43.5%*	*34.0%*
Fahrrad	148	11	85	52	14	134	130	4	16	39	93	13	126	9
	28.7%	*27.5%*	*35.3%*	*22.1%*	*14.9%*	*31.8%*	*33.5%*	*11.8%*	*18.8%*	*20.3%*	*38.9%*	*21.3%*	*31.3%*	*17.0%*
Motorrad	35	12	21	2	-	35	35	-	3	15	17	5	24	6
	6.8%	*30.0%*	*8.7%*	*0.9%*	-	*8.3%*	*9.0%*	-	*3.5%*	*7.8%*	*7.1%*	*8.2%*	*6.0%*	*11.3%*
Wohnmobil	21	4	11	6	3	18	17	1	4	9	8	5	12	4
	4.1%	*10.0%*	*4.6%*	*2.6%*	*3.2%*	*4.3%*	*4.4%*	*2.9%*	*4.7%*	*4.7%*	*3.3%*	*8.2%*	*3.0%*	*7.5%*
Bahn	5	1	2	2	2	3	3	-	3	2	-	-	4	1
	1.0%	*2.5%*	*0.8%*	*0.9%*	*2.1%*	*0.7%*	*0.8%*	-	*3.5%*	*1.0%*	-	-	*1.0%*	*1.9%*
Sportboot	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Anderes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Summe der Nennungen	772	63	373	336	121	651	609	42	117	287	368	88	612	72
	149.6%	*157.5%*	*154.8%*	*143.0%*	*128.7%*	*154.3%*	*157.0%*	*123.5%*	*137.6%*	*149.5%*	*154.0%*	*144.3%*	*152.2%*	*135.8%*

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A9: Sicher haben Sie während Ihres Aufenthaltes hier in ... (Ort) einiges unternommen oder besucht oder haben dies noch vor.

Welche Aktivitäten oder Ausflüge aus der folgenden Liste sind das?

	Befragungsort: D I T Z U M													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Den Ort anschauen	409	27	188	194	86	323	302	21	71	153	185	29	340	40
	79.3%	*67.5%*	*78.0%*	*82.6%*	*91.5%*	*76.5%*	*77.8%*	*61.8%*	*83.5%*	*79.7%*	*77.4%*	*47.5%*	*84.6%*	*75.5%*
Den Hafen anschauen	511	40	237	234	94	417	383	34	84	192	235	61	402	48
	99.0%	*100.0%*	*98.3%*	*99.6%*	*100.0%*	*98.8%*	*98.7%*	*100.0%*	*98.8%*	*100.0%*	*98.3%*	*100.0%*	*100.0%*	*90.6%*
Einkaufen von Krabben, Fisch oder anderen Meeresfrüchten	284	15	131	138	55	229	203	26	54	118	112	19	237	28
	55.0%	*37.5%*	*54.4%*	*58.7%*	*58.5%*	*54.3%*	*52.3%*	*76.5%*	*63.5%*	*61.5%*	*46.9%*	*31.1%*	*59.0%*	*52.8%*
Einkaufen von sonstigen Lebensmitteln, Kleidung etc.	5	1	1	3	3	2	-	2	1	2	2	-	4	1
	1.0%	*2.5%*	*0.4%*	*1.3%*	*3.2%*	*0.5%*	-	*5.9%*	*1.2%*	*1.0%*	*0.8%*	-	*1.0%*	*1.9%*
Veranstaltung(en) besuchen	69	8	31	30	16	53	45	8	8	27	34	1	52	16
	13.4%	*20.0%*	*12.9%*	*12.8%*	*17.0%*	*12.6%*	*11.6%*	*23.5%*	*9.4%*	*14.1%*	*14.2%*	*1.6%*	*12.9%*	*30.2%*
Museum oder andere Sehenswürdigkeit besuchen	9	1	3	5	2	7	6	1	2	2	5	-	8	1
	1.7%	*2.5%*	*1.2%*	*2.1%*	*2.1%*	*1.7%*	*1.5%*	*2.9%*	*2.4%*	*1.0%*	*2.1%*	-	*2.0%*	*1.9%*
Anderes, und zwar:	53	5	22	26	6	47	39	8	11	14	28	1	28	24
	10.3%	*12.5%*	*9.1%*	*11.1%*	*6.4%*	*11.1%*	*10.1%*	*23.5%*	*12.9%*	*7.3%*	*11.7%*	*1.6%*	*7.0%*	*45.3%*
- Radfahren, Ziel d. Radtour	11	-	9	2	-	11	10	1	1	2	8	-	7	4
	2.1%	-	*3.7%*	*0.9%*	-	*2.6%*	*2.6%*	*2.9%*	*1.2%*	*1.0%*	*3.3%*	-	*1.7%*	*7.5%*
- Essen gehen	10	-	2	8	3	7	4	3	4	3	3	-	6	4
	1.9%	-	*0.8%*	*3.4%*	*3.2%*	*1.7%*	*1.0%*	*8.8%*	*4.7%*	*1.6%*	*1.3%*	-	*1.5%*	*7.5%*
- Fisch essen, Fischbrötchen, Krabbenbrötchen	9	-	5	4	1	8	6	2	2	4	3	-	5	4
	1.7%	-	*2.1%*	*1.7%*	*1.1%*	*1.9%*	*1.5%*	*5.9%*	*2.4%*	*2.1%*	*1.3%*	-	*1.2%*	*7.5%*
- Fähre	7	-	2	5	-	7	6	1	2	1	4	-	2	5
	1.4%	-	*0.8%*	*2.1%*	-	*1.7%*	*1.5%*	*2.9%*	*2.4%*	*0.5%*	*1.7%*	-	*0.5%*	*9.4%*
- Ostermarkt	4	-	2	2	-	4	4	-	-	-	4	-	3	1
	0.8%	-	*0.8%*	*0.9%*	-	*0.9%*	*1.0%*	-	-	-	*1.7%*	-	*0.7%*	*1.9%*

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A9: Sicher haben Sie während Ihres Aufenthaltes hier in ... (Ort) einiges unternommen oder besucht oder haben dies noch vor.

Welche Aktivitäten oder Ausflüge aus der folgenden Liste sind das?

	Befragungsort: D I T Z U M													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
- Tagestour, Ausflug, Wohnortnähe	3	2	-	1	-	3	3	-	-	1	2	-	1	2
	0.6%	*5.0%*	-	*0.4%*	-	*0.7%*	*0.8%*	-	-	*0.5%*	*0.8%*	-	*0.2%*	*3.8%*
- Motorrad fahren	3	2	1	-	-	3	3	-	-	1	2	-	1	2
	0.6%	*5.0%*	*0.4%*	-	-	*0.7%*	*0.8%*	-	-	*0.5%*	*0.8%*	-	*0.2%*	*3.8%*
- Besuch v. Verwandten/ Freunden	2	-	1	1	2	-	-	-	-	1	1	-	-	2
	0.4%	-	*0.4%*	*0.4%*	*2.1%*	-	-	-	-	*0.5%*	*0.4%*	-	-	*3.8%*
- Eis essen	2	-	-	2	-	2	1	1	1	1	-	-	2	-
	0.4%	-	-	*0.9%*	-	*0.5%*	*0.3%*	*2.9%*	*1.2%*	*0.5%*	-	-	*0.5%*	-
- Spazieren gehen/ Stadtbummel/ wandern	2	1	-	1	-	2	2	-	-	-	2	1	1	-
	0.4%	*2.5%*	-	*0.4%*	-	*0.5%*	*0.5%*	-	-	-	*0.8%*	*1.6%*	*0.2%*	-
- Sperrwerk	1	-	1	-	-	1	-	1	1	-	-	-	-	1
	0.2%	-	*0.4%*	-	-	*0.2%*	-	*2.9%*	*1.2%*	-	-	-	-	*1.9%*
- Erholung, faulenzen	1	-	1	-	-	1	1	-	-	-	1	-	-	1
	0.2%	-	*0.4%*	-	-	*0.2%*	*0.3%*	-	-	-	*0.4%*	-	-	*1.9%*
- Sonstiges	1	-	-	1	-	1	1	-	1	-	-	-	-	1
	0.2%	-	-	*0.4%*	-	*0.2%*	*0.3%*	-	*1.2%*	-	-	-	-	*1.9%*
Summe der Nennungen	1343	97	615	631	262	1081	980	101	232	508	603	111	1071	161
	260.3%	*242.5%*	*255.2%*	*268.5%*	*278.7%*	*256.2%*	*252.6%*	*297.1%*	*272.9%*	*264.6%*	*252.3%*	*182.0%*	*266.4%*	*303.8%*

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A10a: Reisen Sie allein oder in Begleitung?

Frage A10b: Wie viele Personen gehören zu Ihrer Reisegruppe, Sie selbst eingeschlossen?

	Befragungsort: D I T Z U M													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Ohne Kinder	434	30	185	219	77	357	333	24	67	159	208	50	342	42
	84.1%	*75.0%*	*76.8%*	*93.2%*	*81.9%*	*84.6%*	*85.8%*	*70.6%*	*78.8%*	*82.8%*	*87.0%*	*82.0%*	*85.1%*	*79.2%*
Nur mit großen Kindern (6-17)	76	6	56	14	16	60	50	10	17	31	28	11	55	10
	14.7%	*15.0%*	*23.2%*	*6.0%*	*17.0%*	*14.2%*	*12.9%*	*29.4%*	*20.0%*	*16.1%*	*11.7%*	*18.0%*	*13.7%*	*18.9%*
Nur mit kleinen Kindern (0-5)	5	3	-	2	1	4	4	-	-	2	3	-	4	1
	1.0%	*7.5%*	-	*0.9%*	*1.1%*	*0.9%*	*1.0%*	-	-	*1.0%*	*1.3%*	-	*1.0%*	*1.9%*
Mit kleinen und großen Kindern	1	1	-	-	-	1	1	-	1	-	-	-	1	-
	0.2%	*2.5%*	-	-	-	*0.2%*	*0.3%*	-	*1.2%*	-	-	-	*0.2%*	-
Summe der Nennungen	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Mittelwert Anzahl Erwachsene	2.91	1.85	3.11	2.88	2.69	2.96	2.99	2.56	2.69	2.70	3.16	2.67	2.97	2.72
Mittelwert Anzahl Kinder bis 5 Jahre	0.02	0.10	0.00	0.03	0.04	0.01	0.02	0.00	0.01	0.01	0.03	0.00	0.02	0.02
Mittelwert Anzahl Kinder 6-13 Jahre	0.02	0.08	0.02	0	0.02	0.02	0.02	0.00	0.04	0.02	0.01	0.05	0.02	0.00
Mittelwert Anzahl Kinder 14-17 Jahre	0.18	0.15	0.28	0.08	0.20	0.17	0.15	0.38	0.25	0.20	0.13	0.18	0.17	0.25
Mittelwert Anzahl Kinder insgesamt	0.22	0.32	0.31	0.11	0.27	0.21	0.19	0.38	0.29	0.23	0.18	0.23	0.21	0.26
Mittelwert Anzahl Personen insgesamt	3.11	2.17	3.41	2.97	2.91	3.16	3.18	2.94	2.99	2.93	3.31	2.90	3.16	2.98

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A11: Zum wievielten Mal sind Sie in ... (Ort)?

	Befragungsort: D I T Z U M													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Erstbesuch	85	6	36	43	25	60	34	26	85	-	-	8	67	10
	16.5%	*15.0%*	*14.9%*	*18.3%*	*26.6%*	*14.2%*	*8.8%*	*76.5%*	*100.0%*	-	-	*13.1%*	*16.7%*	*18.9%*
2./3. Besuch	95	11	37	47	30	65	57	8	-	95	-	12	75	8
	18.4%	*27.5%*	*15.4%*	*20.0%*	*31.9%*	*15.4%*	*14.7%*	*23.5%*	-	*49.5%*	-	*19.7%*	*18.7%*	*15.1%*
4./5. Besuch	97	9	45	43	15	82	82	-	-	97	-	11	77	9
	18.8%	*22.5%*	*18.7%*	*18.3%*	*16.0%*	*19.4%*	*21.1%*	-	-	*50.5%*	-	*18.0%*	*19.2%*	*17.0%*
6. - 20. Besuch	171	11	99	61	18	153	153	-	-	-	171	19	134	18
	33.1%	*27.5%*	*41.1%*	*26.0%*	*19.1%*	*36.3%*	*39.4%*	-	-	-	*71.5%*	*31.1%*	*33.3%*	*34.0%*
> 20. Besuch (Stammgast)	68	3	24	41	6	62	62	-	-	-	68	11	49	8
	13.2%	*7.5%*	*10.0%*	*17.4%*	*6.4%*	*14.7%*	*16.0%*	-	-	-	*28.5%*	*18.0%*	*12.2%*	*15.1%*
Summe der Nennungen	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
1-20 Besuche	448	37	217	194	88	360	326	34	85	192	171	50	353	45
	86.8%	*92.5%*	*90.0%*	*82.6%*	*93.6%*	*85.3%*	*84.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*71.5%*	*82.0%*	*87.8%*	*84.9%*
Mittelwert (aus 1-20 Besuchen)	6.2	5.9	6.7	5.7	4.5	6.6	7.2	1.3	1.0	3.6	11.7	6.3	6.1	6.6
Standardabweichung	5.0	5.4	4.9	5.1	4.7	5.0	4.9	0.6	0.0	1.2	3.7	5.1	5.0	5.5

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A12: Wie hoch sind Ihre Ausgaben schätzungsweise für Sie und Ihre Begleiter während des derzeitigen Aufenthalts in ... (Ort) (ohne Kosten der An- und Abreise).

Bitte sagen Sie es mir getrennt für die folgenden Bereiche und zwar für den heutigen Tag:

	Befragungsort: D I T Z U M													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Keine Angaben	2	-	-	2	1	1	1	-	-	-	2	-	2	-
	0.4%	-	-	*0.9%*	*1.1%*	*0.2%*	*0.3%*	-	-	-	*0.8%*	-	*0.5%*	-
Gültig	514	40	241	233	93	421	387	34	85	192	237	61	400	53
	99.6%	*100.0%*	*100.0%*	*99.1%*	*98.9%*	*99.8%*	*99.7%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*99.2%*	*100.0%*	*99.5%*	*100.0%*
Mittelwerte: Ausgaben pro Person für... (in Euro)														
a) Mahlzeiten und Getränke im Restaurant, Imbiss, Eisstand etc.	8.99	5.47	7.85	10.77	12.68	8.18	7.58	14.94	13.27	9.68	6.89	7.10	9.38	8.19
b) Kauf von Andenken, Postkarten, Mitbringseln etc.	1.50	1.01	1.42	1.66	2.26	1.33	1.17	3.16	2.30	1.47	1.23	0.92	1.54	1.86
c) Eintritt in Museum, Schwimmbad etc.	0.23	0.08	0.26	0.24	0.67	0.14	0.14	0.16	0.11	0.33	0.20	0.03	0.28	0.13
d) Teilnahme an Ausflügen, Bootsfahrten etc.	1.19	1.27	1.15	1.21	0.96	1.24	1.34	0.05	1.09	1.03	1.34	0.48	1.37	0.62
e) Miete von Fahrrädern, Booten	0.04	0.00	0.02	0.07	0.08	0.03	0.01	0.29	0.17	0.03	0.00	0.00	0.05	0.00
f) Einkauf von Krabben, Fisch und Meeresfrüchten	3.04	2.84	2.98	3.13	3.47	2.94	2.96	2.69	2.39	3.24	3.11	1.96	3.19	3.11
g) Einkauf von Lebensmitteln, Getränken etc. im Einzelhandel	1.44	1.68	1.52	1.32	2.23	1.26	1.27	1.17	1.24	1.53	1.44	0.63	1.52	1.76
a-g) Ausgaben insgesamt	16.43	12.35	15.20	18.40	22.35	15.12	14.47	22.47	20.57	17.32	14.22	11.12	17.34	15.68

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A13: Und wie hoch sind die Kosten für die Unterkunft für die gesamte Aufenthaltsdauer, inkl. Endreinigung, Energie etc. (ggf. schätzen)?

	Befragungsort: D I T Z U M													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Übernachtungsgäste mit direkt bezahlter Unterkunft	81	4	24	53	81	-	-	-	25	41	15	8	67	6
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	-	-	-	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Keine Angaben	1	-	-	1	1	-	-	-	-	-	1	-	1	-
	1.2%	-	-	*1.9%*	*1.2%*	-	-	-	-	-	*6.7%*	-	*1.5%*	-
Gültig	80	4	24	52	80	-	-	-	25	41	14	8	66	6
	98.8%	*100.0%*	*100.0%*	*98.1%*	*98.8%*	-	-	-	*100.0%*	*100.0%*	*93.3%*	*100.0%*	*98.5%*	*100.0%*
Übernachtungskosten pro Tag und Person	21.77	19.14	20.18	22.70	21.77	-	-	-	26.63	20.93	15.53	27.81	20.55	27.08

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A14: Planen Sie, ... (Ort) in den nächsten 3 Jahren erneut zu besuchen?

	Befragungsort: D I T Z U M														
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung			
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen	
Alle Befragten	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	
Ja	435	31	211	193	61	374	354	20	43	154	238	52	337	46	
	84.3%	*77.5%*	*87.6%*	*82.1%*	*64.9%*	*88.6%*	*91.2%*	*58.8%*	*50.6%*	*80.2%*	*99.6%*	*85.2%*	*83.8%*	*86.8%*	
Eventuell	76	9	29	38	28	48	34	14	41	35	-	8	61	7	
	14.7%	*22.5%*	*12.0%*	*16.2%*	*29.8%*	*11.4%*	*8.8%*	*41.2%*	*48.2%*	*18.2%*	-	*13.1%*	*15.2%*	*13.2%*	
Nein	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Weiß nicht/ keine Angaben	5	-	1	4	5	-	-	-	1	3	1	1	4	-	
	1.0%	-	*0.4%*	*1.7%*	*5.3%*	-	-	-	*1.2%*	*1.6%*	*0.4%*	*1.6%*	*1.0%*	-	
Summe der Nennungen	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B1: Warum sind Sie heute vor allem hierher gekommen?

	Befragungsort: D I T Z U M													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Den Ort anschauen	245	15	124	106	53	192	184	8	36	91	118	-	229	16
	47.5%	*37.5%*	*51.5%*	*45.1%*	*56.4%*	*45.5%*	*47.4%*	*23.5%*	*42.4%*	*47.4%*	*49.4%*	-	*57.0%*	*30.2%*
Den Hafen anschauen	463	34	218	211	85	378	350	28	75	175	213	61	402	-
	89.7%	*85.0%*	*90.5%*	*89.8%*	*90.4%*	*89.6%*	*90.2%*	*82.4%*	*88.2%*	*91.1%*	*89.1%*	*100.0%*	*100.0%*	-
Einkaufen von Krabben, Fisch oder anderen Meeresfrüchten	128	5	53	70	21	107	95	12	27	53	48	-	112	16
	24.8%	*12.5%*	*22.0%*	*29.8%*	*22.3%*	*25.4%*	*24.5%*	*35.3%*	*31.8%*	*27.6%*	*20.1%*	-	*27.9%*	*30.2%*
Einkaufen von sonstigen Lebensmitteln, Kleidung etc.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Veranstaltung(en) besuchen	51	7	24	20	9	42	36	6	6	18	27	-	35	16
	9.9%	*17.5%*	*10.0%*	*8.5%*	*9.6%*	*10.0%*	*9.3%*	*17.6%*	*7.1%*	*9.4%*	*11.3%*	-	*8.7%*	*30.2%*
Museum oder andere Sehenswürdigkeit besuchen	1	1	-	-	-	1	1	-	-	-	1	-	1	-
	0.2%	*2.5%*	-	-	-	*0.2%*	*0.3%*	-	-	-	*0.4%*	-	*0.2%*	-
Anderes, und zwar:	52	4	22	26	6	46	38	8	11	14	27	-	28	24
	10.1%	*10.0%*	*9.1%*	*11.1%*	*6.4%*	*10.9%*	*9.8%*	*23.5%*	*12.9%*	*7.3%*	*11.3%*	-	*7.0%*	*45.3%*
- Zwischenstopp aus längerer Tour (auch Fahrradtour)	16	2	10	4	-	16	15	1	2	3	11	-	8	8
	3.1%	*5.0%*	*4.1%*	*1.7%*	-	*3.8%*	*3.9%*	*2.9%*	*2.4%*	*1.6%*	*4.6%*	-	*2.0%*	*15.1%*
- Essen gehen (ohne Nennung von Fisch)	13	-	2	11	3	10	6	4	5	4	4	-	9	4
	2.5%	-	*0.8%*	*4.7%*	*3.2%*	*2.4%*	*1.5%*	*11.8%*	*5.9%*	*2.1%*	*1.7%*	-	*2.2%*	*7.5%*
- Fisch essen	8	-	5	3	1	7	5	2	2	4	2	-	4	4
	1.6%	-	*2.1%*	*1.3%*	*1.1%*	*1.7%*	*1.3%*	*5.9%*	*2.4%*	*2.1%*	*0.8%*	-	*1.0%*	*7.5%*
- Schiffstour, Bootstour	7	-	2	5	-	7	6	1	2	1	4	-	2	5
	1.4%	-	*0.8%*	*2.1%*	-	*1.7%*	*1.5%*	*2.9%*	*2.4%*	*0.5%*	*1.7%*	-	*0.5%*	*9.4%*
- Ausflug (Spazierengehen, bummeln, frische Luft schnappen, Wetter genießen, etc.)	3	2	-	1	-	3	3	-	-	1	2	-	2	1
	0.6%	*5.0%*	-	*0.4%*	-	*0.7%*	*0.8%*	-	-	*0.5%*	*0.8%*	-	*0.5%*	*1.9%*

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B1: Warum sind Sie heute vor allem hierher gekommen?

	Befragungsort: D I T Z U M													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
- Verwandte, Freunde besuchen	2	-	1	1	2	-	-	-	-	1	1	-	-	2
	0.4%	-	*0.4%*	*0.4%*	*2.1%*	-	-	-	-	*0.5%*	*0.4%*	-	-	*3.8%*
Summe der Nennungen	937	66	439	432	174	763	701	62	155	351	431	61	804	72
	181.6%	*165.0%*	*182.2%*	*183.8%*	*185.1%*	*180.8%*	*180.7%*	*182.4%*	*182.4%*	*182.8%*	*180.3%*	*100.0%*	*200.0%*	*135.8%*
Nur wegen des Hafens gekommen	61	8	28	25	8	53	51	2	8	23	30	61	-	-
	11.8%	*20.0%*	*11.6%*	*10.6%*	*8.5%*	*12.6%*	*13.1%*	*5.9%*	*9.4%*	*12.0%*	*12.6%*	*100.0%*	-	-
Auch wegen des Hafens gekommen	402	26	190	186	77	325	299	26	67	152	183	-	402	-
	77.9%	*65.0%*	*78.8%*	*79.1%*	*81.9%*	*77.0%*	*77.1%*	*76.5%*	*78.8%*	*79.2%*	*76.6%*	-	*100.0%*	-
Nicht wegen des Hafens gekommen	53	6	23	24	9	44	38	6	10	17	26	-	-	53
	10.3%	*15.0%*	*9.5%*	*10.2%*	*9.6%*	*10.4%*	*9.8%*	*17.6%*	*11.8%*	*8.9%*	*10.9%*	-	-	*100.0%*
Summe der Nennungen	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B2: Was macht diesen Ort für Sie attraktiv?

	Befragungsort: D I T Z U M													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Ort, Altstadt, alter Ortskern, Innenstadt	111	7	51	53	22	89	86	3	19	44	48	11	84	16
	21.5%	*17.5%*	*21.2%*	*22.6%*	*23.4%*	*21.1%*	*22.2%*	*8.8%*	*22.4%*	*22.9%*	*20.1%*	*18.0%*	*20.9%*	*30.2%*
Fähre	101	8	50	43	12	89	81	8	20	25	56	15	75	11
	19.6%	*20.0%*	*20.7%*	*18.3%*	*12.8%*	*21.1%*	*20.9%*	*23.5%*	*23.5%*	*13.0%*	*23.4%*	*24.6%*	*18.7%*	*20.8%*
Erreichbarkeit (gut)	98	9	48	41	5	93	93	-	2	29	67	11	78	9
	19.0%	*22.5%*	*19.9%*	*17.4%*	*5.3%*	*22.0%*	*24.0%*	-	*2.4%*	*15.1%*	*28.0%*	*18.0%*	*19.4%*	*17.0%*
Hafen (allg., schön, klein)	80	3	35	42	14	66	63	3	9	28	43	21	51	8
	15.5%	*7.5%*	*14.5%*	*17.9%*	*14.9%*	*15.6%*	*16.2%*	*8.8%*	*10.6%*	*14.6%*	*18.0%*	*34.4%*	*12.7%*	*15.1%*
Klein, überschaubar	61	3	28	30	17	44	42	2	8	28	25	8	48	5
	11.8%	*7.5%*	*11.6%*	*12.8%*	*18.1%*	*10.4%*	*10.8%*	*5.9%*	*9.4%*	*14.6%*	*10.5%*	*13.1%*	*11.9%*	*9.4%*
Gemütlichkeit, Ruhe, wenig Hektik, beschaulich	59	6	29	24	19	40	40	-	10	29	20	4	53	2
	11.4%	*15.0%*	*12.0%*	*10.2%*	*20.2%*	*9.5%*	*10.3%*	-	*11.8%*	*15.1%*	*8.4%*	*6.6%*	*13.2%*	*3.8%*
(Kurzzeit-)Erholung, für Tagesausflug geeignet, “1 Tag Urlaub”	57	6	34	17	9	48	48	-	4	27	26	3	52	2
	11.0%	*15.0%*	*14.1%*	*7.2%*	*9.6%*	*11.4%*	*12.4%*	-	*4.7%*	*14.1%*	*10.9%*	*4.9%*	*12.9%*	*3.8%*
Fahrrad/ (schöne) Fahrradwege	36	4	20	12	1	35	35	-	-	8	28	9	25	2
	7.0%	*10.0%*	*8.3%*	*5.1%*	*1.1%*	*8.3%*	*9.0%*	-	-	*4.2%*	*11.7%*	*14.8%*	*6.2%*	*3.8%*
Kutter, Fischerboote, Krabbenkutter, Fischerei	32	1	11	20	4	28	25	3	6	9	17	3	24	5
	6.2%	*2.5%*	*4.6%*	*8.5%*	*4.3%*	*6.6%*	*6.4%*	*8.8%*	*7.1%*	*4.7%*	*7.1%*	*4.9%*	*6.0%*	*9.4%*
Natur, Klima, Landschaft, Grün	29	4	12	13	2	27	18	9	12	10	7	2	26	1
	5.6%	*10.0%*	*5.0%*	*5.5%*	*2.1%*	*6.4%*	*4.6%*	*26.5%*	*14.1%*	*5.2%*	*2.9%*	*3.3%*	*6.5%*	*1.9%*
Gegensatz zum Heimatort/ etw. Besonderes	22	1	9	12	7	15	10	5	9	9	4	3	17	2
	4.3%	*2.5%*	*3.7%*	*5.1%*	*7.4%*	*3.6%*	*2.6%*	*14.7%*	*10.6%*	*4.7%*	*1.7%*	*4.9%*	*4.2%*	*3.8%*
Atmosphäre, Ambiente, Flair, Idylle, Romantik	19	2	4	13	4	15	15	-	4	4	11	-	15	4
	3.7%	*5.0%*	*1.7%*	*5.5%*	*4.3%*	*3.6%*	*3.9%*	-	*4.7%*	*2.1%*	*4.6%*	-	*3.7%*	*7.5%*

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B2: Was macht diesen Ort für Sie attraktiv?

	Befragungsort: D I T Z U M													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Menschen/ Leute/ Personal (allg., freundlich, nett), Gastfreundlichkeit	16	3	6	7	7	9	7	2	2	9	5	1	14	1
	3.1%	*7.5%*	*2.5%*	*3.0%*	*7.4%*	*2.1%*	*1.8%*	*5.9%*	*2.4%*	*4.7%*	*2.1%*	*1.6%*	*3.5%*	*1.9%*
Heimat	16	-	8	8	-	16	16	-	-	4	12	2	12	2
	3.1%	-	*3.3%*	*3.4%*	-	*3.8%*	*4.1%*	-	-	*2.1%*	*5.0%*	*3.3%*	*3.0%*	*3.8%*
Ostfriesisch, norddeutsch, flaches Land, die Weite	14	1	4	9	5	9	8	1	1	10	3	1	11	2
	2.7%	*2.5%*	*1.7%*	*3.8%*	*5.3%*	*2.1%*	*2.1%*	*2.9%*	*1.2%*	*5.2%*	*1.3%*	*1.6%*	*2.7%*	*3.8%*
Spezielle Veranstaltung (Weihnachtsmarkt, Hafenfest, ...)	14	1	7	6	3	11	7	4	6	2	6	1	9	4
	2.7%	*2.5%*	*2.9%*	*2.6%*	*3.2%*	*2.6%*	*1.8%*	*11.8%*	*7.1%*	*1.0%*	*2.5%*	*1.6%*	*2.2%*	*7.5%*
Motorrad	13	3	8	2	-	13	13	-	-	5	8	1	10	2
	2.5%	*7.5%*	*3.3%*	*0.9%*	-	*3.1%*	*3.4%*	-	-	*2.6%*	*3.3%*	*1.6%*	*2.5%*	*3.8%*
Cafés/ Geschäfte/ Gastronomie/ Fischrestaurants (allg., viele, kleine, gute)/ gutes Essen/ gut zum Bummeln	12	-	6	6	3	9	7	2	3	6	3	3	8	1
	2.3%	-	*2.5%*	*2.6%*	*3.2%*	*2.1%*	*1.8%*	*5.9%*	*3.5%*	*3.1%*	*1.3%*	*4.9%*	*2.0%*	*1.9%*
Luft (allg., frisch, gut, Seeluft)	12	1	6	5	2	10	8	2	3	5	4	2	9	1
	2.3%	*2.5%*	*2.5%*	*2.1%*	*2.1%*	*2.4%*	*2.1%*	*5.9%*	*3.5%*	*2.6%*	*1.7%*	*3.3%*	*2.2%*	*1.9%*
Wasser, Meer, Nordsee, Wasser-/ Küsten-/ Seenähe/ Ebbe + Flut/ Watt(meer)	12	1	2	9	3	9	8	1	4	7	1	3	6	3
	2.3%	*2.5%*	*0.8%*	*3.8%*	*3.2%*	*2.1%*	*2.1%*	*2.9%*	*4.7%*	*3.6%*	*0.4%*	*4.9%*	*1.5%*	*5.7%*
Altmodisch, historisch, urig, Tradition	11	1	5	5	3	8	8	-	1	4	6	-	10	1
	2.1%	*2.5%*	*2.1%*	*2.1%*	*3.2%*	*1.9%*	*2.1%*	-	*1.2%*	*2.1%*	*2.5%*	-	*2.5%*	*1.9%*
Fisch	9	-	3	6	-	9	8	1	-	4	5	-	7	2
	1.7%	-	*1.2%*	*2.6%*	-	*2.1%*	*2.1%*	*2.9%*	-	*2.1%*	*2.1%*	-	*1.7%*	*3.8%*
Werft	8	-	5	3	2	6	6	-	2	2	4	1	7	-
	1.6%	-	*2.1%*	*1.3%*	*2.1%*	*1.4%*	*1.5%*	-	*2.4%*	*1.0%*	*1.7%*	*1.6%*	*1.7%*	-
Schiffe allg.	7	1	3	3	1	6	3	3	2	5	-	2	3	2
	1.4%	*2.5%*	*1.2%*	*1.3%*	*1.1%*	*1.4%*	*0.8%*	*8.8%*	*2.4%*	*2.6%*	-	*3.3%*	*0.7%*	*3.8%*

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B2: Was macht diesen Ort für Sie attraktiv?

	Befragungsort: D I T Z U M													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Umgebung/ Umfeld	5	-	2	3	1	4	4	-	2	3	-	2	3	-
	1.0%	-	*0.8%*	*1.3%*	*1.1%*	*0.9%*	*1.0%*	-	*2.4%*	*1.6%*	-	*3.3%*	*0.7%*	-
gutes Preis-Leistungsverhältnis/ keine Gebühren	4	-	3	1	1	3	3	-	-	2	2	-	4	-
	0.8%	-	*1.2%*	*0.4%*	*1.1%*	*0.7%*	*0.8%*	-	-	*1.0%*	*0.8%*	-	*1.0%*	-
Spazierengehen/ (viele) Spazierwege	4	-	3	1	1	3	2	1	1	1	2	1	2	1
	0.8%	-	*1.2%*	*0.4%*	*1.1%*	*0.7%*	*0.5%*	*2.9%*	*1.2%*	*0.5%*	*0.8%*	*1.6%*	*0.5%*	*1.9%*
Vögel	3	-	1	2	1	2	2	-	2	1	-	1	2	-
	0.6%	-	*0.4%*	*0.9%*	*1.1%*	*0.5%*	*0.5%*	-	*2.4%*	*0.5%*	-	*1.6%*	*0.5%*	-
Sperrwerk, Schleuse	3	1	1	1	1	2	1	1	1	2	-	-	2	1
	0.6%	*2.5%*	*0.4%*	*0.4%*	*1.1%*	*0.5%*	*0.3%*	*2.9%*	*1.2%*	*1.0%*	-	-	*0.5%*	*1.9%*
Häuser (allg., alt, klein, süß), Baustil, Architektur	3	-	2	1	-	3	2	1	1	-	2	-	2	1
	0.6%	-	*0.8%*	*0.4%*	-	*0.7%*	*0.5%*	*2.9%*	*1.2%*	-	*0.8%*	-	*0.5%*	*1.9%*
Die Lage (allg, gut)	2	-	-	2	-	2	2	-	-	1	1	-	1	1
	0.4%	-	-	*0.9%*	-	*0.5%*	*0.5%*	-	-	*0.5%*	*0.4%*	-	*0.2%*	*1.9%*
Nicht überfüllt	2	-	-	2	-	2	2	-	-	2	-	-	2	-
	0.4%	-	-	*0.9%*	-	*0.5%*	*0.5%*	-	-	*1.0%*	-	-	*0.5%*	-
Kinder-/ familienfreundlich	2	1	1	-	1	1	1	-	-	2	-	-	2	-
	0.4%	*2.5%*	*0.4%*	-	*1.1%*	*0.2%*	*0.3%*	-	-	*1.0%*	-	-	*0.5%*	-
Angebot, Sehenswürdigkeiten (abwechslungsreich, vielseitig)	2	-	-	2	-	2	2	-	-	-	2	-	2	-
	0.4%	-	-	*0.9%*	-	*0.5%*	*0.5%*	-	-	-	*0.8%*	-	*0.5%*	-
Kirche	1	-	-	1	-	1	1	-	-	-	1	-	1	-
	0.2%	-	-	*0.4%*	-	*0.2%*	*0.3%*	-	-	-	*0.4%*	-	*0.2%*	-
Parken (gut)	1	-	-	1	-	1	1	-	-	1	-	-	1	-
	0.2%	-	-	*0.4%*	-	*0.2%*	*0.3%*	-	-	*0.5%*	-	-	*0.2%*	-

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B2: Was macht diesen Ort für Sie attraktiv?

	Befragungsort: D I T Z U M													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Campingplatz (allg., am Hafen)	1	-	-	1	-	1	1	-	-	-	1	-	1	-
	0.2%	-	-	*0.4%*	-	*0.2%*	*0.3%*	-	-	-	*0.4%*	-	*0.2%*	-
Kunst/ Künstler/ Kunstausstellung/ Künstlerart/ Radziwill Museum	1	-	-	1	-	1	1	-	-	1	-	-	1	-
	0.2%	-	-	*0.4%*	-	*0.2%*	*0.3%*	-	-	*0.5%*	-	-	*0.2%*	-
Gesamtheit, allgemein	14	-	7	7	4	10	10	-	1	6	7	1	11	2
	2.7%	-	*2.9%*	*3.0%*	*4.3%*	*2.4%*	*2.6%*	-	*1.2%*	*3.1%*	*2.9%*	*1.6%*	*2.7%*	*3.8%*
Sonstiges	4	-	-	4	1	3	2	1	2	2	-	-	3	1
	0.8%	-	-	*1.7%*	*1.1%*	*0.7%*	*0.5%*	*2.9%*	*2.4%*	*1.0%*	-	-	*0.7%*	*1.9%*
Keine Angaben	2	1	-	1	1	1	1	-	1	-	1	1	1	-
	0.4%	*2.5%*	-	*0.4%*	*1.1%*	*0.2%*	*0.3%*	-	*1.2%*	-	*0.4%*	*1.6%*	*0.2%*	-
Summe der Nennungen	903	69	414	420	157	746	693	53	138	337	428	113	695	95
	175.0%	*172.5%*	*171.8%*	*178.7%*	*167.0%*	*176.8%*	*178.6%*	*155.9%*	*162.4%*	*175.5%*	*179.1%*	*185.2%*	*172.9%*	*179.2%*

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B3: Wie sind Sie auf diesen Ort aufmerksam geworden?

	Befragungsort: D I T Z U M													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Darüber gelesen (z.B. im Reiseführer, in der Presse)	5	-	3	2	2	3	2	1	4	1	-	-	3	2
	1.0%	-	*1.2%*	*0.9%*	*2.1%*	*0.7%*	*0.5%*	*2.9%*	*4.7%*	*0.5%*	-	-	*0.7%*	*3.8%*
Im Internet gesehen	4	1	1	2	2	2	2	-	1	3	-	1	2	1
	0.8%	*2.5%*	*0.4%*	*0.9%*	*2.1%*	*0.5%*	*0.5%*	-	*1.2%*	*1.6%*	-	*1.6%*	*0.5%*	*1.9%*
Berichte im Fernsehen oder Radio gesehen/ gehört	4	-	1	3	3	1	1	-	3	1	-	-	3	1
	0.8%	-	*0.4%*	*1.3%*	*3.2%*	*0.2%*	*0.3%*	-	*3.5%*	*0.5%*	-	-	*0.7%*	*1.9%*
Empfehlung von Verwandten oder Freunden	261	24	110	127	74	187	171	16	55	141	65	24	218	19
	50.6%	*60.0%*	*45.6%*	*54.0%*	*78.7%*	*44.3%*	*44.1%*	*47.1%*	*64.7%*	*73.4%*	*27.2%*	*39.3%*	*54.2%*	*35.8%*
Empfehlung des Vermieters	29	1	13	15	6	23	1	22	20	6	3	2	23	4
	5.6%	*2.5%*	*5.4%*	*6.4%*	*6.4%*	*5.5%*	*0.3%*	*64.7%*	*23.5%*	*3.1%*	*1.3%*	*3.3%*	*5.7%*	*7.5%*
Empfehlung der Tourist-Information	6	-	4	2	2	4	3	1	4	1	1	-	5	1
	1.2%	-	*1.7%*	*0.9%*	*2.1%*	*0.9%*	*0.8%*	*2.9%*	*4.7%*	*0.5%*	*0.4%*	-	*1.2%*	*1.9%*
War früher schon einmal hier	241	14	128	99	13	228	228	-	1	58	182	36	175	30
	46.7%	*35.0%*	*53.1%*	*42.1%*	*13.8%*	*54.0%*	*58.8%*	-	*1.2%*	*30.2%*	*76.2%*	*59.0%*	*43.5%*	*56.6%*
Anderes, und zwar:	10	3	3	4	1	9	9	-	4	1	5	1	7	2
	1.9%	*7.5%*	*1.2%*	*1.7%*	*1.1%*	*2.1%*	*2.3%*	-	*4.7%*	*0.5%*	*2.1%*	*1.6%*	*1.7%*	*3.8%*
- Zufall, vorbeigekommen, Erkundung der Umgebung, Durchfahrt	7	3	2	2	1	6	6	-	3	1	3	1	5	1
	1.4%	*7.5%*	*0.8%*	*0.9%*	*1.1%*	*1.4%*	*1.5%*	-	*3.5%*	*0.5%*	*1.3%*	*1.6%*	*1.2%*	*1.9%*
- wir wohnen/ Verwandtschaft/ Bekanntschaft wohnt in der Umgebung	2	-	-	2	-	2	2	-	-	-	2	-	2	-
	0.4%	-	-	*0.9%*	-	*0.5%*	*0.5%*	-	-	-	*0.8%*	-	*0.5%*	-
Summe der Nennungen	569	46	265	258	104	465	425	40	95	213	261	65	443	61
	110.3%	*115.0%*	*110.0%*	*109.8%*	*110.6%*	*110.2%*	*109.5%*	*117.6%*	*111.8%*	*110.9%*	*109.2%*	*106.6%*	*110.2%*	*115.1%*

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B4: Wie attraktiv finden Sie den Ort ... im Allgemeinen?

	Befragungsort: D I T Z U M													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
(1) Sehr attraktiv	45	3	18	24	10	35	32	3	5	9	31	2	37	6
	8.7%	*7.5%*	*7.5%*	*10.2%*	*10.6%*	*8.3%*	*8.2%*	*8.8%*	*5.9%*	*4.7%*	*13.0%*	*3.3%*	*9.2%*	*11.3%*
(2) Attraktiv	437	32	209	196	76	361	332	29	71	172	194	53	342	42
	84.7%	*80.0%*	*86.7%*	*83.4%*	*80.9%*	*85.5%*	*85.6%*	*85.3%*	*83.5%*	*89.6%*	*81.2%*	*86.9%*	*85.1%*	*79.2%*
(3) Weniger attraktiv	34	5	14	15	8	26	24	2	9	11	14	6	23	5
	6.6%	*12.5%*	*5.8%*	*6.4%*	*8.5%*	*6.2%*	*6.2%*	*5.9%*	*10.6%*	*5.7%*	*5.9%*	*9.8%*	*5.7%*	*9.4%*
(4) Nicht attraktiv	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Summe der Nennungen	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Top-Box (1+2)	482	35	227	220	86	396	364	32	76	181	225	55	379	48
	93.4%	*87.5%*	*94.2%*	*93.6%*	*91.5%*	*93.8%*	*93.8%*	*94.1%*	*89.4%*	*94.3%*	*94.1%*	*90.2%*	*94.3%*	*90.6%*
Low-Box (3+4)	34	5	14	15	8	26	24	2	9	11	14	6	23	5
	6.6%	*12.5%*	*5.8%*	*6.4%*	*8.5%*	*6.2%*	*6.2%*	*5.9%*	*10.6%*	*5.7%*	*5.9%*	*9.8%*	*5.7%*	*9.4%*
Mittelwert (1-4)	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	1.9	2.1	2.0	2.0
Standardabweichung	0.4	0.5	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.3	0.4	0.4	0.4	0.5

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B5: Und wie attraktiv finden Sie den Hafen im Besonderen?

	Befragungsort: D I T Z U M													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
(1) Sehr attraktiv	173	12	72	89	27	146	127	19	35	43	95	23	130	20
	33.5%	*30.0%*	*29.9%*	*37.9%*	*28.7%*	*34.6%*	*32.7%*	*55.9%*	*41.2%*	*22.4%*	*39.7%*	*37.7%*	*32.3%*	*37.7%*
(2) Attraktiv	343	28	169	146	67	276	261	15	50	149	144	38	272	33
	66.5%	*70.0%*	*70.1%*	*62.1%*	*71.3%*	*65.4%*	*67.3%*	*44.1%*	*58.8%*	*77.6%*	*60.3%*	*62.3%*	*67.7%*	*62.3%*
(3) Weniger attraktiv	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(4) Nicht attraktiv	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Summe der Nennungen	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Top-Box (1+2)	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Low-Box (3+4)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mittelwert (1-4)	1.7	1.7	1.7	1.6	1.7	1.7	1.7	1.4	1.6	1.8	1.6	1.6	1.7	1.6
Standardabweichung	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.4	0.5	0.5	0.5	0.5

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B6a: Warum bewerten Sie den Hafen so? Was macht diesen Hafen attraktiv?

	Befragungsort: D I T Z U M													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Kutter (Holz-, Fisch-, Krabben-), Fischerboote	154	10	82	62	23	131	117	14	23	56	75	18	116	20
	29.8%	*25.0%*	*34.0%*	*26.4%*	*24.5%*	*31.0%*	*30.2%*	*41.2%*	*27.1%*	*29.2%*	*31.4%*	*29.5%*	*28.9%*	*37.7%*
Klein, übersichtlich, überschaubar, man kann zu Fuß alles erreichen/ zum Spazierengehen	147	12	65	70	33	114	104	10	32	58	57	12	120	15
	28.5%	*30.0%*	*27.0%*	*29.8%*	*35.1%*	*27.0%*	*26.8%*	*29.4%*	*37.6%*	*30.2%*	*23.8%*	*19.7%*	*29.9%*	*28.3%*
Fähre, Fährschiff	140	12	69	59	19	121	111	10	22	47	71	21	105	14
	27.1%	*30.0%*	*28.6%*	*25.1%*	*20.2%*	*28.7%*	*28.6%*	*29.4%*	*25.9%*	*24.5%*	*29.7%*	*34.4%*	*26.1%*	*26.4%*
(Segel-)Boote, Yachten	79	9	41	29	18	61	56	5	13	34	32	7	63	9
	15.3%	*22.5%*	*17.0%*	*12.3%*	*19.1%*	*14.5%*	*14.4%*	*14.7%*	*15.3%*	*17.7%*	*13.4%*	*11.5%*	*15.7%*	*17.0%*
Schön, hübsch, niedlich	71	5	42	24	9	62	57	5	13	30	28	7	57	7
	13.8%	*12.5%*	*17.4%*	*10.2%*	*9.6%*	*14.7%*	*14.7%*	*14.7%*	*15.3%*	*15.6%*	*11.7%*	*11.5%*	*14.2%*	*13.2%*
(Schiffs-)Werft	61	5	24	32	12	49	48	1	9	20	32	6	49	6
	11.8%	*12.5%*	*10.0%*	*13.6%*	*12.8%*	*11.6%*	*12.4%*	*2.9%*	*10.6%*	*10.4%*	*13.4%*	*9.8%*	*12.2%*	*11.3%*
Ruhe, nichts los, nicht überlaufen, keine Hektik, entspannend/ Erholung	31	5	13	13	4	27	27	-	7	8	16	2	27	2
	6.0%	*12.5%*	*5.4%*	*5.5%*	*4.3%*	*6.4%*	*7.0%*	-	*8.2%*	*4.2%*	*6.7%*	*3.3%*	*6.7%*	*3.8%*
Atmosphäre allg., Ambiente, Flair	30	3	14	13	8	22	20	2	4	13	13	3	23	4
	5.8%	*7.5%*	*5.8%*	*5.5%*	*8.5%*	*5.2%*	*5.2%*	*5.9%*	*4.7%*	*6.8%*	*5.4%*	*4.9%*	*5.7%*	*7.5%*
Für Tagesausflug/ -tour/ Wochenende geeignet/ (Wohnort)Nähe/ ortsnah	25	5	13	7	1	24	24	-	-	9	16	4	19	2
	4.8%	*12.5%*	*5.4%*	*3.0%*	*1.1%*	*5.7%*	*6.2%*	-	-	*4.7%*	*6.7%*	*6.6%*	*4.7%*	*3.8%*
Leute (allg., nett, freundlich), freundlicher Service	12	1	5	6	2	10	10	-	1	7	4	1	10	1
	2.3%	*2.5%*	*2.1%*	*2.6%*	*2.1%*	*2.4%*	*2.6%*	-	*1.2%*	*3.6%*	*1.7%*	*1.6%*	*2.5%*	*1.9%*
Gemütlich	12	1	6	5	3	9	9	-	1	6	5	-	11	1
	2.3%	*2.5%*	*2.5%*	*2.1%*	*3.2%*	*2.1%*	*2.3%*	-	*1.2%*	*3.1%*	*2.1%*	-	*2.7%*	*1.9%*
Lebendig/ gutes Angebot/ vielseitig/ immer was los	11	-	3	8	5	6	6	-	1	3	7	2	8	1
	2.1%	-	*1.2%*	*3.4%*	*5.3%*	*1.4%*	*1.5%*	-	*1.2%*	*1.6%*	*2.9%*	*3.3%*	*2.0%*	*1.9%*

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B6a: Warum bewerten Sie den Hafen so? Was macht diesen Hafen attraktiv?

	Befragungsort: D I T Z U M														
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung			
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen	
Alle Befragten	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	
Alt, historisch, ursprünglich, einfach, schlicht, nicht verbaut	10	-	5	5	1	9	9	-	2	3	5	-	9	1	
	1.9%	-	*2.1%*	*2.1%*	*1.1%*	*2.1%*	*2.3%*	-	*2.4%*	*1.6%*	*2.1%*	-	*2.2%*	*1.9%*	
Luft (frisch, gut, Seeluft, Duft)	10	-	7	3	1	9	6	3	2	4	4	-	8	2	
	1.9%	-	*2.9%*	*1.3%*	*1.1%*	*2.1%*	*1.5%*	*8.8%*	*2.4%*	*2.1%*	*1.7%*	-	*2.0%*	*3.8%*	
(viele) Schiffe	9	1	2	6	4	5	5	-	2	5	2	-	8	1	
	1.7%	*2.5%*	*0.8%*	*2.6%*	*4.3%*	*1.2%*	*1.3%*	-	*2.4%*	*2.6%*	*0.8%*	-	*2.0%*	*1.9%*	
Wasser	8	1	1	6	1	7	7	-	1	4	3	1	4	3	
	1.6%	*2.5%*	*0.4%*	*2.6%*	*1.1%*	*1.7%*	*1.8%*	-	*1.2%*	*2.1%*	*1.3%*	*1.6%*	*1.0%*	*5.7%*	
Fisch/ Krabben (allg, kaufen)/ Fischer/ Fischerei	7	-	2	5	1	6	6	-	-	3	4	1	6	-	
	1.4%	-	*0.8%*	*2.1%*	*1.1%*	*1.4%*	*1.5%*	-	-	*1.6%*	*1.7%*	*1.6%*	*1.5%*	-	
Schleuse/ Emssperrwerk	7	-	2	5	-	7	5	2	2	2	3	1	4	2	
	1.4%	-	*0.8%*	*2.1%*	-	*1.7%*	*1.3%*	*5.9%*	*2.4%*	*1.0%*	*1.3%*	*1.6%*	*1.0%*	*3.8%*	
Die Lage (allg.)	5	-	3	2	1	4	4	-	1	3	1	1	2	2	
	1.0%	-	*1.2%*	*0.9%*	*1.1%*	*0.9%*	*1.0%*	-	*1.2%*	*1.6%*	*0.4%*	*1.6%*	*0.5%*	*3.8%*	
Gastronomie/ Restaurant/ Cafés	5	-	2	3	-	5	4	1	1	1	3	-	5	-	
	1.0%	-	*0.8%*	*1.3%*	-	*1.2%*	*1.0%*	*2.9%*	*1.2%*	*0.5%*	*1.3%*	-	*1.2%*	-	
Gutes Preis-Leistungs-Verhältnis, kein Eintritt/ Gebühren, keine Zäune	5	-	2	3	3	2	2	-	1	4	-	-	5	-	
	1.0%	-	*0.8%*	*1.3%*	*3.2%*	*0.5%*	*0.5%*	-	*1.2%*	*2.1%*	-	-	*1.2%*	-	
Hafenanlage allg., Form des Hafens, wie der Hafen angelegt ist/ Bau des Hafens	5	-	-	5	-	5	5	-	-	1	4	-	4	1	
	1.0%	-	-	*2.1%*	-	*1.2%*	*1.3%*	-	-	*0.5%*	*1.7%*	-	*1.0%*	*1.9%*	
Gegensatz zum Heimatort/ etw. Besonderes	4	1	2	1	-	4	2	2	2	1	1	2	2	-	
	0.8%	*2.5%*	*0.8%*	*0.4%*	-	*0.9%*	*0.5%*	*5.9%*	*2.4%*	*0.5%*	*0.4%*	*3.3%*	*0.5%*	-	
Häuschen, Häuser (alt, hübsch, schön), Häuserkulisse, Häuserzeile	3	-	1	2	-	3	3	-	1	-	2	-	3	-	
	0.6%	-	*0.4%*	*0.9%*	-	*0.7%*	*0.8%*	-	*1.2%*	-	*0.8%*	-	*0.7%*	-	

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B6a: Warum bewerten Sie den Hafen so? Was macht diesen Hafen attraktiv?

	Befragungsort: D I T Z U M													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Parken (kostenlos, gut)	2	-	1	1	-	2	2	-	-	2	-	-	2	-
	0.4%	-	*0.4%*	*0.4%*	-	*0.5%*	*0.5%*	-	-	*1.0%*	-	-	*0.5%*	-
Kinder-/ familienfreundlich	2	1	1	-	-	2	2	-	1	-	1	-	2	-
	0.4%	*2.5%*	*0.4%*	-	-	*0.5%*	*0.5%*	-	*1.2%*	-	*0.4%*	-	*0.5%*	-
Idyllisch	2	-	-	2	1	1	1	-	-	1	1	-	2	-
	0.4%	-	-	*0.9%*	*1.1%*	*0.2%*	*0.3%*	-	-	*0.5%*	*0.4%*	-	*0.5%*	-
Geschäfte/ Läden/ Büdchen/ Einkaufsmöglich-keiten (viele, kleine, zum Stöbern)	2	-	-	2	-	2	1	1	1	1	-	-	1	1
	0.4%	-	-	*0.9%*	-	*0.5%*	*0.3%*	*2.9%*	*1.2%*	*0.5%*	-	-	*0.2%*	*1.9%*
Deich(e)/ Damm	1	-	-	1	-	1	1	-	-	-	1	-	1	-
	0.2%	-	-	*0.4%*	-	*0.2%*	*0.3%*	-	-	-	*0.4%*	-	*0.2%*	-
Natur, naturbelassen, Klima	1	-	1	-	-	1	-	1	-	1	-	-	-	1
	0.2%	-	*0.4%*	-	-	*0.2%*	-	*2.9%*	-	*0.5%*	-	-	-	*1.9%*
Zentrale Lage im Ort, Hafen in der Stadt, Integration im Ortskern	1	-	1	-	-	1	1	-	-	-	1	-	1	-
	0.2%	-	*0.4%*	-	-	*0.2%*	*0.3%*	-	-	-	*0.4%*	-	*0.2%*	-
Sportl. Aktivitäten (Fahrrad fahren, angeln, etc.), (Rad-) Gehwege (schön)	1	-	-	1	1	-	-	-	-	-	1	-	1	-
	0.2%	-	-	*0.4%*	*1.1%*	-	-	-	-	-	*0.4%*	-	*0.2%*	-
Bänke/ Sitzgelegenheiten/ Platz zum Ausruhen/ kann am Hafen gut sitzen	1	-	-	1	-	1	1	-	-	-	1	-	1	-
	0.2%	-	-	*0.4%*	-	*0.2%*	*0.3%*	-	-	-	*0.4%*	-	*0.2%*	-
Meer/ Wattenmeer	1	-	1	-	-	1	1	-	1	-	-	-	-	1
	0.2%	-	*0.4%*	-	-	*0.2%*	*0.3%*	-	*1.2%*	-	-	-	-	*1.9%*
Ebbe und Flut, Gezeiten	1	-	1	-	1	-	-	-	-	-	1	-	1	-
	0.2%	-	*0.4%*	-	*1.1%*	-	-	-	-	-	*0.4%*	-	*0.2%*	-
Sieltor/ Siel	1	-	-	1	-	1	1	-	-	-	1	-	1	-
	0.2%	-	-	*0.4%*	-	*0.2%*	*0.3%*	-	-	-	*0.4%*	-	*0.2%*	-

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B6a: Warum bewerten Sie den Hafen so? Was macht diesen Hafen attraktiv?

	Befragungsort: D I T Z U M													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Gesamtheit, allgemein, das “Drumherum”	15	2	8	5	3	12	11	1	3	8	4	2	12	1
	2.9%	*5.0%*	*3.3%*	*2.1%*	*3.2%*	*2.8%*	*2.8%*	*2.9%*	*3.5%*	*4.2%*	*1.7%*	*3.3%*	*3.0%*	*1.9%*
Sonstiges	3	-	2	1	-	3	2	1	1	1	1	1	1	1
	0.6%	-	*0.8%*	*0.4%*	-	*0.7%*	*0.5%*	*2.9%*	*1.2%*	*0.5%*	*0.4%*	*1.6%*	*0.2%*	*1.9%*
Keine Angaben	3	-	3	-	-	3	3	-	-	-	3	1	2	-
	0.6%	-	*1.2%*	-	-	*0.7%*	*0.8%*	-	-	-	*1.3%*	*1.6%*	*0.5%*	-
Summe der Nennungen	888	74	425	389	155	733	674	59	148	336	404	93	696	99
	172.1%	*185.0%*	*176.3%*	*165.5%*	*164.9%*	*173.7%*	*173.7%*	*173.5%*	*174.1%*	*175.0%*	*169.0%*	*152.5%*	*173.1%*	*186.8%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B6b: Und was macht diesen Hafen weniger attraktiv als andere?

	Befragungsort: D I T Z U M													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Zu wenig Parkplätze	38	3	10	25	13	25	20	5	7	14	17	3	33	2
	7.4%	*7.5%*	*4.1%*	*10.6%*	*13.8%*	*5.9%*	*5.2%*	*14.7%*	*8.2%*	*7.3%*	*7.1%*	*4.9%*	*8.2%*	*3.8%*
Wenig Angebot, langweilig, nichts los	18	1	10	7	2	16	15	1	1	9	8	1	16	1
	3.5%	*2.5%*	*4.1%*	*3.0%*	*2.1%*	*3.8%*	*3.9%*	*2.9%*	*1.2%*	*4.7%*	*3.3%*	*1.6%*	*4.0%*	*1.9%*
Nähe zum Emssperrwerk	15	1	8	6	1	14	14	-	-	5	10	3	12	-
	2.9%	*2.5%*	*3.3%*	*2.6%*	*1.1%*	*3.3%*	*3.6%*	-	-	*2.6%*	*4.2%*	*4.9%*	*3.0%*	-
Wasser (dreckig, schmutzig, verschlickt)	13	1	7	5	2	11	11	-	1	4	8	-	12	1
	2.5%	*2.5%*	*2.9%*	*2.1%*	*2.1%*	*2.6%*	*2.8%*	-	*1.2%*	*2.1%*	*3.3%*	-	*3.0%*	*1.9%*
Keine Möglichkeit (frischen) Fisch/ Krabben zu kaufen	12	-	6	6	2	10	10	-	1	3	8	1	10	1
	2.3%	-	*2.5%*	*2.6%*	*2.1%*	*2.4%*	*2.6%*	-	*1.2%*	*1.6%*	*3.3%*	*1.6%*	*2.5%*	*1.9%*
Zu hohes Preisniveau/ zu teuer	9	-	3	6	3	6	6	-	1	4	4	3	6	-
	1.7%	-	*1.2%*	*2.6%*	*3.2%*	*1.4%*	*1.5%*	-	*1.2%*	*2.1%*	*1.7%*	*4.9%*	*1.5%*	-
Kleiner Hafen, zu klein	9	2	4	3	2	7	7	-	2	5	2	-	8	1
	1.7%	*5.0%*	*1.7%*	*1.3%*	*2.1%*	*1.7%*	*1.8%*	-	*2.4%*	*2.6%*	*0.8%*	-	*2.0%*	*1.9%*
Tourismus/ überfüllt/ zu viele Leute	8	-	5	3	2	6	6	-	1	2	5	-	7	1
	1.6%	-	*2.1%*	*1.3%*	*2.1%*	*1.4%*	*1.5%*	-	*1.2%*	*1.0%*	*2.1%*	-	*1.7%*	*1.9%*
Zu wenig Toiletten/ fehlende sanitäre Einrichtungen	5	1	3	1	-	5	5	-	-	4	1	2	2	1
	1.0%	*2.5%*	*1.2%*	*0.4%*	-	*1.2%*	*1.3%*	-	-	*2.1%*	*0.4%*	*3.3%*	*0.5%*	*1.9%*
Schiffe, Boote, Kutter (keine/ zu wenig/ zu kleine)	5	1	3	1	-	5	5	-	-	2	3	-	4	1
	1.0%	*2.5%*	*1.2%*	*0.4%*	-	*1.2%*	*1.3%*	-	-	*1.0%*	*1.3%*	-	*1.0%*	*1.9%*
Mangelnde Öffnungszeiten	5	-	3	2	3	2	2	-	-	1	4	-	5	-
	1.0%	-	*1.2%*	*0.9%*	*3.2%*	*0.5%*	*0.5%*	-	-	*0.5%*	*1.7%*	-	*1.2%*	-
Fähre (zu voll mit Fahrrädern)	5	-	3	2	-	5	5	-	-	1	4	-	5	-
	1.0%	-	*1.2%*	*0.9%*	-	*1.2%*	*1.3%*	-	-	*0.5%*	*1.7%*	-	*1.2%*	-

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B6b: Und was macht diesen Hafen weniger attraktiv als andere?

	Befragungsort: D I T Z U M														
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung			
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen	
Alle Befragten	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	
Schmutzig/ ungepflegt/ gammelig/ optisch nicht ansprechend/ zu viel Müll/ zu wenig Mülleimer Papierkörbe)	4	-	1	3	1	3	3	-	-	1	3	-	3	1	
	0.8%	-	*0.4%*	*1.3%*	*1.1%*	*0.7%*	*0.8%*	-	-	*0.5%*	*1.3%*	-	*0.7%*	*1.9%*	
Nicht kinderfreundlich/ wenig Angebot, Spiel-möglichkeiten, -plätze für Kinder	3	-	2	1	1	2	2	-	-	-	3	-	3	-	
	0.6%	-	*0.8%*	*0.4%*	*1.1%*	*0.5%*	*0.5%*	-	-	-	*1.3%*	-	*0.7%*	-	
Schlechte Beleuchtung, wenig Straßenlaternen	2	1	-	1	1	1	1	-	-	1	1	-	2	-	
	0.4%	*2.5%*	-	*0.4%*	*1.1%*	*0.2%*	*0.3%*	-	-	*0.5%*	*0.4%*	-	*0.5%*	-	
Zu wenig (keine) Sitzmöglichkeiten/ Bänke	2	-	-	2	1	1	1	-	1	-	1	-	2	-	
	0.4%	-	-	*0.9%*	*1.1%*	*0.2%*	*0.3%*	-	*1.2%*	-	*0.4%*	-	*0.5%*	-	
Zu viele parkende Autos, zu viel Verkehr	2	-	1	1	1	1	1	-	-	-	2	-	2	-	
	0.4%	-	*0.4%*	*0.4%*	*1.1%*	*0.2%*	*0.3%*	-	-	-	*0.8%*	-	*0.5%*	-	
Schiffverbindung (eingeschränkt)	1	-	-	1	-	1	-	1	-	1	-	-	1	-	
	0.2%	-	-	*0.4%*	-	*0.2%*	-	*2.9%*	-	*0.5%*	-	-	*0.2%*	-	
Parkplätze (allg.)	1	-	-	1	-	1	1	-	-	1	-	1	-	-	
	0.2%	-	-	*0.4%*	-	*0.2%*	*0.3%*	-	-	*0.5%*	-	*1.6%*	-	-	
Sonstiges	5	-	4	1	-	5	5	-	-	1	4	-	3	2	
	1.0%	-	*1.7%*	*0.4%*	-	*1.2%*	*1.3%*	-	-	*0.5%*	*1.7%*	-	*0.7%*	*3.8%*	
Keine Angaben	368	31	172	165	63	305	278	27	70	138	160	47	279	42	
	71.3%	*77.5%*	*71.4%*	*70.2%*	*67.0%*	*72.3%*	*71.6%*	*79.4%*	*82.4%*	*71.9%*	*66.9%*	*77.0%*	*69.4%*	*79.2%*	
Summe der Nennungen	530	42	245	243	98	432	398	34	85	197	248	61	415	54	
	102.7%	*105.0%*	*101.7%*	*103.4%*	*104.3%*	*102.4%*	*102.6%*	*100.0%*	*100.0%*	*102.6%*	*103.8%*	*100.0%*	*103.2%*	*101.9%*	

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B7: Welche der folgenden Punkte gehören für Sie generell zu einem attraktiven Hafen dazu?

	Befragungsort: D I T Z U M													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Die Möglichkeit, Fisch oder Krabben direkt vom Kutter kaufen zu können	243	16	109	118	51	192	185	7	30	85	128	20	200	23
	47.1%	*40.0%*	*45.2%*	*50.2%*	*54.3%*	*45.5%*	*47.7%*	*20.6%*	*35.3%*	*44.3%*	*53.6%*	*32.8%*	*49.8%*	*43.4%*
Die Möglichkeit, Fisch oder Krabben fangfrisch im Hafen kaufen zu können	417	29	194	194	79	338	314	24	68	149	200	49	328	40
	80.8%	*72.5%*	*80.5%*	*82.6%*	*84.0%*	*80.1%*	*80.9%*	*70.6%*	*80.0%*	*77.6%*	*83.7%*	*80.3%*	*81.6%*	*75.5%*
Mit einem Fischkutter mitzufahren	323	28	168	127	59	264	238	26	56	120	147	39	249	35
	62.6%	*70.0%*	*69.7%*	*54.0%*	*62.8%*	*62.6%*	*61.3%*	*76.5%*	*65.9%*	*62.5%*	*61.5%*	*63.9%*	*61.9%*	*66.0%*
Einen Kutter und die Fangtechnik erklärt bekommen	340	25	159	156	60	280	256	24	62	129	149	38	272	30
	65.9%	*62.5%*	*66.0%*	*66.4%*	*63.8%*	*66.4%*	*66.0%*	*70.6%*	*72.9%*	*67.2%*	*62.3%*	*62.3%*	*67.7%*	*56.6%*
Ein Fischereimuseum zu besuchen	168	8	57	103	39	129	116	13	23	63	82	20	132	16
	32.6%	*20.0%*	*23.7%*	*43.8%*	*41.5%*	*30.6%*	*29.9%*	*38.2%*	*27.1%*	*32.8%*	*34.3%*	*32.8%*	*32.8%*	*30.2%*
Ein belebter Hafen, wo etwas los ist	413	34	202	177	75	338	306	32	70	154	189	56	317	40
	80.0%	*85.0%*	*83.8%*	*75.3%*	*79.8%*	*80.1%*	*78.9%*	*94.1%*	*82.4%*	*80.2%*	*79.1%*	*91.8%*	*78.9%*	*75.5%*
Historische Kutter oder Museumskutter	232	12	100	120	39	193	176	17	39	81	112	29	179	24
	45.0%	*30.0%*	*41.5%*	*51.1%*	*41.5%*	*45.7%*	*45.4%*	*50.0%*	*45.9%*	*42.2%*	*46.9%*	*47.5%*	*44.5%*	*45.3%*
Gewerbliche Kutter mit echtem Fischereibetrieb	446	32	213	201	85	361	335	26	71	164	211	52	346	48
	86.4%	*80.0%*	*88.4%*	*85.5%*	*90.4%*	*85.5%*	*86.3%*	*76.5%*	*83.5%*	*85.4%*	*88.3%*	*85.2%*	*86.1%*	*90.6%*
Segelboote und andere Sportboote	316	29	156	131	58	258	230	28	60	123	133	43	239	34
	61.2%	*72.5%*	*64.7%*	*55.7%*	*61.7%*	*61.1%*	*59.3%*	*82.4%*	*70.6%*	*64.1%*	*55.6%*	*70.5%*	*59.5%*	*64.2%*
Ein Seenotrettungskreuzer	192	13	95	84	38	154	135	19	34	72	86	25	144	23
	37.2%	*32.5%*	*39.4%*	*35.7%*	*40.4%*	*36.5%*	*34.8%*	*55.9%*	*40.0%*	*37.5%*	*36.0%*	*41.0%*	*35.8%*	*43.4%*
Hafenfeste	255	30	140	85	40	215	194	21	40	92	123	33	196	26
	49.4%	*75.0%*	*58.1%*	*36.2%*	*42.6%*	*50.9%*	*50.0%*	*61.8%*	*47.1%*	*47.9%*	*51.5%*	*54.1%*	*48.8%*	*49.1%*

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B7: Welche der folgenden Punkte gehören für Sie generell zu einem attraktiven Hafen dazu?

	Befragungsort: D I T Z U M													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Anderes, und zwar:	2	1	1	-	-	2	2	-	-	1	1	-	1	1
	0.4%	*2.5%*	*0.4%*	-	-	*0.5%*	*0.5%*	-	-	*0.5%*	*0.4%*	-	*0.2%*	*1.9%*
- Sonstiges	2	1	1	-	-	2	2	-	-	1	1	-	1	1
	0.4%	*2.5%*	*0.4%*	-	-	*0.5%*	*0.5%*	-	-	*0.5%*	*0.4%*	-	*0.2%*	*1.9%*
Summe der Nennungen	3347	257	1594	1496	623	2724	2487	237	553	1233	1561	404	2603	340
	648.6%	*642.5%*	*661.4%*	*636.6%*	*662.8%*	*645.5%*	*641.0%*	*697.1%*	*650.6%*	*642.2%*	*653.1%*	*662.3%*	*647.5%*	*641.5%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B8: Wären Sie heute auch hierher gekommen, wenn im Hafen keine gewerblichen Kutter mit echtem Fischereibetrieb wären?

	Befragungsort: D I T Z U M														
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung			
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen	
Alle Befragten	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	
Ja	213	21	92	100	41	172	150	22	51	74	88	19	164	30	
	41.3%	*52.5%*	*38.2%*	*42.6%*	*43.6%*	*40.8%*	*38.7%*	*64.7%*	*60.0%*	*38.5%*	*36.8%*	*31.1%*	*40.8%*	*56.6%*	
Nein	300	18	148	134	53	247	236	11	33	117	150	42	235	23	
	58.1%	*45.0%*	*61.4%*	*57.0%*	*56.4%*	*58.5%*	*60.8%*	*32.4%*	*38.8%*	*60.9%*	*62.8%*	*68.9%*	*58.5%*	*43.4%*	
Weiß nicht	3	1	1	1	-	3	2	1	1	1	1	-	3	-	
	0.6%	*2.5%*	*0.4%*	*0.4%*	-	*0.7%*	*0.5%*	*2.9%*	*1.2%*	*0.5%*	*0.4%*	-	*0.7%*	-	
Summe der Nennungen	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage C1: Wie alt sind Sie?

	Befragungsort: D I T Z U M														
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung			
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen	
Alle Befragten	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	
Bis 29 Jahre	11	11	-	-	2	9	9	-	1	5	5	-	9	2	
	2.1%	*27.5%*	-	-	*2.1%*	*2.1%*	*2.3%*	-	*1.2%*	*2.6%*	*2.1%*	-	*2.2%*	*3.8%*	
30-39 Jahre	29	29	-	-	3	26	24	2	5	15	9	8	17	4	
	5.6%	*72.5%*	-	-	*3.2%*	*6.2%*	*6.2%*	*5.9%*	*5.9%*	*7.8%*	*3.8%*	*13.1%*	*4.2%*	*7.5%*	
40-49 Jahre	82	-	82	-	10	72	63	9	11	28	43	12	60	10	
	15.9%	-	*34.0%*	-	*10.6%*	*17.1%*	*16.2%*	*26.5%*	*12.9%*	*14.6%*	*18.0%*	*19.7%*	*14.9%*	*18.9%*	
50-59 Jahre	159	-	159	-	20	139	132	7	25	54	80	16	130	13	
	30.8%	-	*66.0%*	-	*21.3%*	*32.9%*	*34.0%*	*20.6%*	*29.4%*	*28.1%*	*33.5%*	*26.2%*	*32.3%*	*24.5%*	
60-69 Jahre	184	-	-	184	47	137	121	16	34	74	76	16	149	19	
	35.7%	-	-	*78.3%*	*50.0%*	*32.5%*	*31.2%*	*47.1%*	*40.0%*	*38.5%*	*31.8%*	*26.2%*	*37.1%*	*35.8%*	
70 Jahre und älter	51	-	-	51	12	39	39	-	9	16	26	9	37	5	
	9.9%	-	-	*21.7%*	*12.8%*	*9.2%*	*10.1%*	-	*10.6%*	*8.3%*	*10.9%*	*14.8%*	*9.2%*	*9.4%*	
Summe der Nennungen	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	
Mittelwert	56.7	34.0	51.6	65.9	60.0	56.0	56.1	55.2	57.5	56.2	56.9	55.5	57.2	55.1	
Standardabweichung	10.7	4.8	5.4	4.4	10.1	10.7	10.8	10.0	10.7	11.1	10.4	12.1	10.3	12.0	

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage C2: Sie sind ...

	Befragungsort: D I T Z U M													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Männlich	378	32	167	179	77	301	273	28	66	140	172	45	290	43
	73.3%	*80.0%*	*69.3%*	*76.2%*	*81.9%*	*71.3%*	*70.4%*	*82.4%*	*77.6%*	*72.9%*	*72.0%*	*73.8%*	*72.1%*	*81.1%*
Weiblich	138	8	74	56	17	121	115	6	19	52	67	16	112	10
	26.7%	*20.0%*	*30.7%*	*23.8%*	*18.1%*	*28.7%*	*29.6%*	*17.6%*	*22.4%*	*27.1%*	*28.0%*	*26.2%*	*27.9%*	*18.9%*
Summe der Nennungen	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage C3: Wie viele Personen leben insgesamt in Ihrem Haushalt, Sie selbst mitgezählt?

	Befragungsort: D I T Z U M													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Haushalt ohne Kinder	435	25	182	228	83	352	327	25	68	163	204	48	347	40
	84.3%	*62.5%*	*75.5%*	*97.0%*	*88.3%*	*83.4%*	*84.3%*	*73.5%*	*80.0%*	*84.9%*	*85.4%*	*78.7%*	*86.3%*	*75.5%*
Haushalt nur mit großen Kindern (6-17)	76	10	59	7	11	65	56	9	16	26	34	13	51	12
	14.7%	*25.0%*	*24.5%*	*3.0%*	*11.7%*	*15.4%*	*14.4%*	*26.5%*	*18.8%*	*13.5%*	*14.2%*	*21.3%*	*12.7%*	*22.6%*
Hauhalt nur mit kleinen Kindern (0-5)	4	4	-	-	-	4	4	-	-	3	1	-	3	1
	0.8%	*10.0%*	-	-	-	*0.9%*	*1.0%*	-	-	*1.6%*	*0.4%*	-	*0.7%*	*1.9%*
Haushalt mit großen und kleinen Kindern	1	1	-	-	-	1	1	-	1	-	-	-	1	-
	0.2%	*2.5%*	-	-	-	*0.2%*	*0.3%*	-	*1.2%*	-	-	-	*0.2%*	-
Mittelwert (Anzahl Personen im HH insgesamt)	2.4	2.5	2.6	2.2	2.4	2.4	2.4	2.5	2.4	2.4	2.4	2.4	2.4	2.5
Standardabweichung	0.8	1.1	0.8	0.6	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	0.7	0.8	0.7	0.8	0.8
Summe der Nennungen	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage C4: Wie hoch ist Ihr monatliches Haushaltsnettoeinkommen? Bitte sagen Sie mir den passenden Buchstaben auf dieser Liste.

	Befragungsort: D I T Z U M														
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung			
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen	
Alle Befragten	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	
(F) Bis 1.499 Euro	342	29	152	161	38	304	303	1	25	129	188	47	264	31	
	66.3%	*72.5%*	*63.1%*	*68.5%*	*40.4%*	*72.0%*	*78.1%*	*2.9%*	*29.4%*	*67.2%*	*78.7%*	*77.0%*	*65.7%*	*58.5%*	
(A) 1.500 - 2.499 Euro	103	8	56	39	29	74	52	22	35	39	29	10	77	16	
	20.0%	*20.0%*	*23.2%*	*16.6%*	*30.9%*	*17.5%*	*13.4%*	*64.7%*	*41.2%*	*20.3%*	*12.1%*	*16.4%*	*19.2%*	*30.2%*	
(D) 2.500 Euro und mehr	3	-	-	3	2	1	-	1	1	-	2	-	3	-	
	0.6%	-	-	*1.3%*	*2.1%*	*0.2%*	-	*2.9%*	*1.2%*	-	*0.8%*	-	*0.7%*	-	
Keine Angaben	68	3	33	32	25	43	33	10	24	24	20	4	58	6	
	13.2%	*7.5%*	*13.7%*	*13.6%*	*26.6%*	*10.2%*	*8.5%*	*29.4%*	*28.2%*	*12.5%*	*8.4%*	*6.6%*	*14.4%*	*11.3%*	
Summe der Nennungen	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage D1: Befragungsmonat

	Befragungsort: D I T Z U M														
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung			
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen	
Alle Befragten	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	
April	58	3	20	35	14	44	42	2	5	18	35	1	49	8	
	11.2%	*7.5%*	*8.3%*	*14.9%*	*14.9%*	*10.4%*	*10.8%*	*5.9%*	*5.9%*	*9.4%*	*14.6%*	*1.6%*	*12.2%*	*15.1%*	
Mai	86	3	35	48	23	63	63	-	8	29	49	1	78	7	
	16.7%	*7.5%*	*14.5%*	*20.4%*	*24.5%*	*14.9%*	*16.2%*	-	*9.4%*	*15.1%*	*20.5%*	*1.6%*	*19.4%*	*13.2%*	
Juni	80	6	39	35	22	58	58	-	9	36	35	7	65	8	
	15.5%	*15.0%*	*16.2%*	*14.9%*	*23.4%*	*13.7%*	*14.9%*	-	*10.6%*	*18.8%*	*14.6%*	*11.5%*	*16.2%*	*15.1%*	
Juli	80	5	43	32	17	63	63	-	19	30	31	1	74	5	
	15.5%	*12.5%*	*17.8%*	*13.6%*	*18.1%*	*14.9%*	*16.2%*	-	*22.4%*	*15.6%*	*13.0%*	*1.6%*	*18.4%*	*9.4%*	
August	81	14	40	27	9	72	60	12	14	34	33	19	47	15	
	15.7%	*35.0%*	*16.6%*	*11.5%*	*9.6%*	*17.1%*	*15.5%*	*35.3%*	*16.5%*	*17.7%*	*13.8%*	*31.1%*	*11.7%*	*28.3%*	
Oktober	83	7	42	34	7	76	61	15	22	26	35	16	60	7	
	16.1%	*17.5%*	*17.4%*	*14.5%*	*7.4%*	*18.0%*	*15.7%*	*44.1%*	*25.9%*	*13.5%*	*14.6%*	*26.2%*	*14.9%*	*13.2%*	
November	48	2	22	24	2	46	41	5	8	19	21	16	29	3	
	9.3%	*5.0%*	*9.1%*	*10.2%*	*2.1%*	*10.9%*	*10.6%*	*14.7%*	*9.4%*	*9.9%*	*8.8%*	*26.2%*	*7.2%*	*5.7%*	
Summe der Nennungen	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage D2: Wetter

	Befragungsort: D I T Z U M													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Warm (> 20 Grad) und Boden und Luft trocken	300	26	145	129	67	233	222	11	47	118	135	19	254	27
	58.1%	*65.0%*	*60.2%*	*54.9%*	*71.3%*	*55.2%*	*57.2%*	*32.4%*	*55.3%*	*61.5%*	*56.5%*	*31.1%*	*63.2%*	*50.9%*
Warm (> 20 Grad) und Boden oder Luft nass	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Kalt (bis 20 Grad) und Boden und Luft trocken	184	12	78	94	23	161	139	22	36	57	91	34	128	22
	35.7%	*30.0%*	*32.4%*	*40.0%*	*24.5%*	*38.2%*	*35.8%*	*64.7%*	*42.4%*	*29.7%*	*38.1%*	*55.7%*	*31.8%*	*41.5%*
Kalt (bis 20 Grad) und Boden oder Luft nass	32	2	18	12	4	28	27	1	2	17	13	8	20	4
	6.2%	*5.0%*	*7.5%*	*5.1%*	*4.3%*	*6.6%*	*7.0%*	*2.9%*	*2.4%*	*8.9%*	*5.4%*	*13.1%*	*5.0%*	*7.5%*
Summe der Nennungen	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage D3: Anzahl Sportboote im Hafen:

	Befragungsort: D I T Z U M													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Kein Boot	39	1	12	26	10	29	27	2	4	10	25	1	30	8
	7.6%	*2.5%*	*5.0%*	*11.1%*	*10.6%*	*6.9%*	*7.0%*	*5.9%*	*4.7%*	*5.2%*	*10.5%*	*1.6%*	*7.5%*	*15.1%*
1 - 5 Boote	19	2	8	9	4	15	15	-	1	8	10	-	19	-
	3.7%	*5.0%*	*3.3%*	*3.8%*	*4.3%*	*3.6%*	*3.9%*	-	*1.2%*	*4.2%*	*4.2%*	-	*4.7%*	-
6 - 10 Boote	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
11 - 15 Boote	19	1	8	10	4	15	15	-	4	5	10	-	18	1
	3.7%	*2.5%*	*3.3%*	*4.3%*	*4.3%*	*3.6%*	*3.9%*	-	*4.7%*	*2.6%*	*4.2%*	-	*4.5%*	*1.9%*
16 - 20 Boote	48	3	19	26	9	39	38	1	8	17	23	8	37	3
	9.3%	*7.5%*	*7.9%*	*11.1%*	*9.6%*	*9.2%*	*9.8%*	*2.9%*	*9.4%*	*8.9%*	*9.6%*	*13.1%*	*9.2%*	*5.7%*
21 Boote und mehr	391	33	194	164	67	324	293	31	68	152	171	52	298	41
	75.8%	*82.5%*	*80.5%*	*69.8%*	*71.3%*	*76.8%*	*75.5%*	*91.2%*	*80.0%*	*79.2%*	*71.5%*	*85.2%*	*74.1%*	*77.4%*
Mittelwert	26.4	30.1	27.7	24.3	24.3	26.8	25.5	41.9	31.1	26.4	24.6	29.0	25.7	28.3
Standardabweichung	16.1	17.8	15.7	15.9	15.5	16.2	14.0	28.2	20.9	14.7	14.9	10.6	16.1	20.3
Summe der Nennungen	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage D4: Anzahl Museums-/ Traditions-Kutter im Hafen:

	Befragungsort: D I T Z U M													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Kein Kutter	308	31	152	125	37	271	239	32	66	119	123	52	224	32
	59.7%	*77.5%*	*63.1%*	*53.2%*	*39.4%*	*64.2%*	*61.6%*	*94.1%*	*77.6%*	*62.0%*	*51.5%*	*85.2%*	*55.7%*	*60.4%*
1 - 5 Kutter	208	9	89	110	57	151	149	2	19	73	116	9	178	21
	40.3%	*22.5%*	*36.9%*	*46.8%*	*60.6%*	*35.8%*	*38.4%*	*5.9%*	*22.4%*	*38.0%*	*48.5%*	*14.8%*	*44.3%*	*39.6%*
6 - 10 Kutter	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
11 - 15 Kutter	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
16 - 20 Kutter	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
21 Kutter und mehr	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mittelwert	0.5	0.2	0.4	0.6	0.7	0.4	0.4	0.1	0.2	0.4	0.6	0.2	0.5	0.5
Standardabweichung	0.6	0.4	0.6	0.7	0.7	0.6	0.6	0.2	0.5	0.6	0.6	0.4	0.6	0.7
Summe der Nennungen	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage D5: Anzahl aktiver Kutter (=gewerbliche Kutter mit echtem Fischereibetrieb) im Hafen:

	Befragungsort: D I T Z U M														
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung			
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen	
Alle Befragten	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	
Kein Kutter	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
1 - 5 Kutter	74	5	26	43	14	60	57	3	9	23	42	7	59	8	
	14.3%	*12.5%*	*10.8%*	*18.3%*	*14.9%*	*14.2%*	*14.7%*	*8.8%*	*10.6%*	*12.0%*	*17.6%*	*11.5%*	*14.7%*	*15.1%*	
6 - 10 Kutter	378	31	182	165	66	312	281	31	60	149	169	54	284	40	
	73.3%	*77.5%*	*75.5%*	*70.2%*	*70.2%*	*73.9%*	*72.4%*	*91.2%*	*70.6%*	*77.6%*	*70.7%*	*88.5%*	*70.6%*	*75.5%*	
11 - 15 Kutter	64	4	33	27	14	50	50	-	16	20	28	-	59	5	
	12.4%	*10.0%*	*13.7%*	*11.5%*	*14.9%*	*11.8%*	*12.9%*	-	*18.8%*	*10.4%*	*11.7%*	-	*14.7%*	*9.4%*	
16 - 20 Kutter	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
21 Kutter und mehr	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Mittelwert	7.6	7.5	7.8	7.4	7.8	7.6	7.6	7.3	8.1	7.5	7.5	7.2	7.7	7.4	
Standardabweichung	2.0	1.9	2.0	1.9	2.0	1.9	2.0	1.1	2.2	1.8	2.0	1.3	2.0	1.9	
Summe der Nennungen	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage D6: Besucherfrequenz am Standort

	Befragungsort: D I T Z U M													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Sehr belebt (mehr als 30 Passanten am Standort)	16	2	8	6	2	14	7	7	7	5	4	1	12	3
	3.1%	*5.0%*	*3.3%*	*2.6%*	*2.1%*	*3.3%*	*1.8%*	*20.6%*	*8.2%*	*2.6%*	*1.7%*	*1.6%*	*3.0%*	*5.7%*
Mittelmäßig belebt (10-29 Passanten am Standort)	400	31	185	184	85	315	293	22	62	146	192	38	322	40
	77.5%	*77.5%*	*76.8%*	*78.3%*	*90.4%*	*74.6%*	*75.5%*	*64.7%*	*72.9%*	*76.0%*	*80.3%*	*62.3%*	*80.1%*	*75.5%*
Wenig belebt (weniger als 10 Passante am Standort)	100	7	48	45	7	93	88	5	16	41	43	22	68	10
	19.4%	*17.5%*	*19.9%*	*19.1%*	*7.4%*	*22.0%*	*22.7%*	*14.7%*	*18.8%*	*21.4%*	*18.0%*	*36.1%*	*16.9%*	*18.9%*
Summe der Nennungen	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Kopf 1 - D I T Z U M

	Befragungsort: D I T Z U M													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Altersgruppe														
Bis 39 Jahre	40	40	-	-	5	35	33	2	6	20	14	8	26	6
	7.8%	*100.0%*	-	-	*5.3%*	*8.3%*	*8.5%*	*5.9%*	*7.1%*	*10.4%*	*5.9%*	*13.1%*	*6.5%*	*11.3%*
40-59 Jahre	241	-	241	-	30	211	195	16	36	82	123	28	190	23
	46.7%	-	*100.0%*	-	*31.9%*	*50.0%*	*50.3%*	*47.1%*	*42.4%*	*42.7%*	*51.5%*	*45.9%*	*47.3%*	*43.4%*
60 Jahre und älter	235	-	-	235	59	176	160	16	43	90	102	25	186	24
	45.5%	-	-	*100.0%*	*62.8%*	*41.7%*	*41.2%*	*47.1%*	*50.6%*	*46.9%*	*42.7%*	*41.0%*	*46.3%*	*45.3%*
Übernachtungsgäste	94	5	30	59	94	-	-	-	25	45	24	8	77	9
	18.2%	*12.5%*	*12.4%*	*25.1%*	*100.0%*	-	-	-	*29.4%*	*23.4%*	*10.0%*	*13.1%*	*19.2%*	*17.0%*
Tagesgäste														
Gesamt	422	35	211	176	-	422	388	34	60	147	215	53	325	44
	81.8%	*87.5%*	*87.6%*	*74.9%*	-	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*70.6%*	*76.6%*	*90.0%*	*86.9%*	*80.8%*	*83.0%*
Tagesgäste vom Wohnort	388	33	195	160	-	388	388	-	34	139	215	51	299	38
	75.2%	*82.5%*	*80.9%*	*68.1%*	-	*91.9%*	*100.0%*	-	*40.0%*	*72.4%*	*90.0%*	*83.6%*	*74.4%*	*71.7%*
Tagesgäste vom Urlaubsort	34	2	16	16	-	34	-	34	26	8	-	2	26	6
	6.6%	*5.0%*	*6.6%*	*6.8%*	-	*8.1%*	-	*100.0%*	*30.6%*	*4.2%*	-	*3.3%*	*6.5%*	*11.3%*

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Kopf 1 - D I T Z U M

	Befragungsort: D I T Z U M													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	516	40	241	235	94	422	388	34	85	192	239	61	402	53
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Bindung														
Erstbesucher	85	6	36	43	25	60	34	26	85	-	-	8	67	10
	16.5%	*15.0%*	*14.9%*	*18.3%*	*26.6%*	*14.2%*	*8.8%*	*76.5%*	*100.0%*	-	-	*13.1%*	*16.7%*	*18.9%*
2.-5. Besuch	192	20	82	90	45	147	139	8	-	192	-	23	152	17
	37.2%	*50.0%*	*34.0%*	*38.3%*	*47.9%*	*34.8%*	*35.8%*	*23.5%*	-	*100.0%*	-	*37.7%*	*37.8%*	*32.1%*
Stammgast (6. Besuch und mehr)	239	14	123	102	24	215	215	-	-	-	239	30	183	26
	46.3%	*35.0%*	*51.0%*	*43.4%*	*25.5%*	*50.9%*	*55.4%*	-	-	-	*100.0%*	*49.2%*	*45.5%*	*49.1%*
Hafenbedeutung														
Nur wegen des Hafens gekommen	61	8	28	25	8	53	51	2	8	23	30	61	-	-
	11.8%	*20.0%*	*11.6%*	*10.6%*	*8.5%*	*12.6%*	*13.1%*	*5.9%*	*9.4%*	*12.0%*	*12.6%*	*100.0%*	-	-
Auch wegen des Hafens gekommen	402	26	190	186	77	325	299	26	67	152	183	-	402	-
	77.9%	*65.0%*	*78.8%*	*79.1%*	*81.9%*	*77.0%*	*77.1%*	*76.5%*	*78.8%*	*79.2%*	*76.6%*	-	*100.0%*	-
Nicht wegen des Hafens gekommen	53	6	23	24	9	44	38	6	10	17	26	-	-	53
	10.3%	*15.0%*	*9.5%*	*10.2%*	*9.6%*	*10.4%*	*9.8%*	*17.6%*	*11.8%*	*8.9%*	*10.9%*	-	-	*100.0%*

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A1: Sind Sie als Übernachtungsgast in ... (Ort) oder machen Sie hier einen Tagesbesuch?

	Befragungsort: G R E E T S I E L													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Übernachtungsgast (auch Inhaber von Zweitwohnungen)	187	37	88	62	187	-	-	-	57	72	58	11	150	26
	34.3%	*31.4%*	*34.9%*	*35.6%*	*100.0%*	-	-	-	*38.3%*	*39.3%*	*27.2%*	*40.7%*	*33.9%*	*34.2%*
Tagesbesucher	358	81	164	112	-	358	133	225	92	111	155	16	292	50
	65.7%	*68.6%*	*65.1%*	*64.4%*	-	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*61.7%*	*60.7%*	*72.8%*	*59.3%*	*66.1%*	*65.8%*
Summe der Nennungen	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A2: Wo übernachten Sie hier?

	Befragungsort: G R E E T S I E L														
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung			
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen	
Alle Übernachtungsgäste	187	37	88	62	187	-	-	-	57	72	58	11	150	26	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	-	-	-	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	
Hotel, Pension, Gasthof	36	6	20	10	36	-	-	-	13	11	12	3	25	8	
	19.3%	*16.2%*	*22.7%*	*16.1%*	*19.3%*	-	-	-	*22.8%*	*15.3%*	*20.7%*	*27.3%*	*16.7%*	*30.8%*	
Privatzimmer, Privatpension	26	8	6	12	26	-	-	-	10	11	5	1	22	3	
	13.9%	*21.6%*	*6.8%*	*19.4%*	*13.9%*	-	-	-	*17.5%*	*15.3%*	*8.6%*	*9.1%*	*14.7%*	*11.5%*	
Gemietete Ferienwohnung	66	18	27	21	66	-	-	-	26	26	14	3	56	7	
	35.3%	*48.6%*	*30.7%*	*33.9%*	*35.3%*	-	-	-	*45.6%*	*36.1%*	*24.1%*	*27.3%*	*37.3%*	*26.9%*	
Gemietetes Ferienhaus	21	2	13	6	21	-	-	-	3	14	4	2	16	3	
	11.2%	*5.4%*	*14.8%*	*9.7%*	*11.2%*	-	-	-	*5.3%*	*19.4%*	*6.9%*	*18.2%*	*10.7%*	*11.5%*	
Campingplatz	5	-	3	2	5	-	-	-	2	3	-	-	4	1	
	2.7%	-	*3.4%*	*3.2%*	*2.7%*	-	-	-	*3.5%*	*4.2%*	-	-	*2.7%*	*3.8%*	
Wohnmobilstellplatz	11	-	8	3	11	-	-	-	3	5	3	-	11	-	
	5.9%	-	*9.1%*	*4.8%*	*5.9%*	-	-	-	*5.3%*	*6.9%*	*5.2%*	-	*7.3%*	-	
Jugendherberge	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Bei Verwandten oder Freunden	7	1	2	4	7	-	-	-	-	2	5	-	6	1	
	3.7%	*2.7%*	*2.3%*	*6.5%*	*3.7%*	-	-	-	-	*2.8%*	*8.6%*	-	*4.0%*	*3.8%*	
In einer eigenen Wohnung (Zweitwohnsitz)	15	2	9	4	15	-	-	-	-	-	15	2	10	3	
	8.0%	*5.4%*	*10.2%*	*6.5%*	*8.0%*	-	-	-	-	-	*25.9%*	*18.2%*	*6.7%*	*11.5%*	
Anderes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Summe der Nennungen	187	37	88	62	187	-	-	-	57	72	58	11	150	26	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	-	-	-	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A2: Gasttyp

	Befragungsort: G R E E T S I E L													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Übernachtungsgast in Hotel, Pension, Gasthof, Privatzimmer, Privatpension, Jugenherberge	62	14	26	22	62	-	-	-	23	22	17	4	47	11
	11.4%	*11.9%*	*10.3%*	*12.6%*	*33.2%*	-	-	-	*15.4%*	*12.0%*	*8.0%*	*14.8%*	*10.6%*	*14.5%*
Übernachtungsgast in gemieteter Ferienwohnung oder gemietetem Ferienhaus	87	20	40	27	87	-	-	-	29	40	18	5	72	10
	16.0%	*16.9%*	*15.9%*	*15.5%*	*46.5%*	-	-	-	*19.5%*	*21.9%*	*8.5%*	*18.5%*	*16.3%*	*13.2%*
Übernachtungsgast auf Campingplatz, Wohnmobil-stellplatz oder auf einem Boot, sofern Ausgaben für Übernachtung getätigt	16	-	11	5	16	-	-	-	5	8	3	-	15	1
	2.9%	-	*4.4%*	*2.9%*	*8.6%*	-	-	-	*3.4%*	*4.4%*	*1.4%*	-	*3.4%*	*1.3%*
Übernachtung bei Verwandten und Freunden	7	1	2	4	7	-	-	-	-	2	5	-	6	1
	1.3%	*0.8%*	*0.8%*	*2.3%*	*3.7%*	-	-	-	-	*1.1%*	*2.3%*	-	*1.4%*	*1.3%*
Übernachtungsgast auf Campingplatz, Wohnmobil-stellplatz oder auf einem Boot, sofern keine zuordenbaren Ausgaben für Übernachtung getätigt (“Dauercamper”)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Übernachtung in einer eigenen Wohnung (Zweitwohnsitz)	15	2	9	4	15	-	-	-	-	-	15	2	10	3
	2.8%	*1.7%*	*3.6%*	*2.3%*	*8.0%*	-	-	-	-	-	*7.0%*	*7.4%*	*2.3%*	*3.9%*
Tagesbesucher vom Urlaubsort	225	56	95	73	-	225	-	225	82	79	64	9	199	17
	41.3%	*47.5%*	*37.7%*	*42.0%*	-	*62.8%*	-	*100.0%*	*55.0%*	*43.2%*	*30.0%*	*33.3%*	*45.0%*	*22.4%*
Tagesbesucher vom Wohnort	133	25	69	39	-	133	133	-	10	32	91	7	93	33
	24.4%	*21.2%*	*27.4%*	*22.4%*	-	*37.2%*	*100.0%*	-	*6.7%*	*17.5%*	*42.7%*	*25.9%*	*21.0%*	*43.4%*
Summe der Nennungen	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A3: Wie viele Nächte bleiben Sie insgesamt in ... (Ort)?

	Befragungsort: G R E E T S I E L													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Übernachtungsgäste	187	37	88	62	187	-	-	-	57	72	58	11	150	26
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	-	-	-	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
1-3 Nächte	45	9	27	9	45	-	-	-	19	15	11	4	33	8
	24.1%	*24.3%*	*30.7%*	*14.5%*	*24.1%*	-	-	-	*33.3%*	*20.8%*	*19.0%*	*36.4%*	*22.0%*	*30.8%*
4-7 Nächte	84	16	33	35	84	-	-	-	26	33	25	4	68	12
	44.9%	*43.2%*	*37.5%*	*56.5%*	*44.9%*	-	-	-	*45.6%*	*45.8%*	*43.1%*	*36.4%*	*45.3%*	*46.2%*
8-14 Nächte	50	12	22	16	50	-	-	-	11	22	17	3	42	5
	26.7%	*32.4%*	*25.0%*	*25.8%*	*26.7%*	-	-	-	*19.3%*	*30.6%*	*29.3%*	*27.3%*	*28.0%*	*19.2%*
15-28 Nächte	8	-	6	2	8	-	-	-	1	2	5	-	7	1
	4.3%	-	*6.8%*	*3.2%*	*4.3%*	-	-	-	*1.8%*	*2.8%*	*8.6%*	-	*4.7%*	*3.8%*
29 Nächte und mehr	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Summe der Nennungen	187	37	88	62	187	-	-	-	57	72	58	11	150	26
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	-	-	-	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
1-28 Nächte	187	37	88	62	187	-	-	-	57	72	58	11	150	26
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	-	-	-	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Mittelwert (aus 1-28 Nächten)	7.1	7.5	6.8	7.2	7.1	-	-	-	6.0	7.2	8.0	5.9	7.4	5.8
Standardabweichung	4.6	4.2	5.1	4.0	4.6	-	-	-	4.0	4.4	5.3	4.3	4.7	4.1

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A4: Von wo aus sind Sie heute nach ... (Ort) angereist?

	Befragungsort: G R E E T S I E L													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Tagesbesucher	358	81	164	112	-	358	133	225	92	111	155	16	292	50
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	-	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Vom Wohnort	133	25	69	39	-	133	133	-	10	32	91	7	93	33
	37.2%	*30.9%*	*42.1%*	*34.8%*	-	*37.2%*	*100.0%*	-	*10.9%*	*28.8%*	*58.7%*	*43.8%*	*31.8%*	*66.0%*
Vom Urlaubsort	225	56	95	73	-	225	-	225	82	79	64	9	199	17
	62.8%	*69.1%*	*57.9%*	*65.2%*	-	*62.8%*	-	*100.0%*	*89.1%*	*71.2%*	*41.3%*	*56.3%*	*68.2%*	*34.0%*
Summe der Nennungen	358	81	164	112	-	358	133	225	92	111	155	16	292	50
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	-	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A7: In welchem Bundesland liegt Ihr Wohnort?

	Befragungsort: G R E E T S I E L													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Nordrhein-Westfalen	223	43	103	76	101	122	13	109	65	81	77	14	178	31
	40.9%	*36.4%*	*40.9%*	*43.7%*	*54.0%*	*34.1%*	*9.8%*	*48.4%*	*43.6%*	*44.3%*	*36.2%*	*51.9%*	*40.3%*	*40.8%*
Niedersachsen	145	29	66	50	24	121	107	14	14	33	98	8	111	26
	26.6%	*24.6%*	*26.2%*	*28.7%*	*12.8%*	*33.8%*	*80.5%*	*6.2%*	*9.4%*	*18.0%*	*46.0%*	*29.6%*	*25.1%*	*34.2%*
Hessen	46	12	23	11	13	33	-	33	17	21	8	2	39	5
	8.4%	*10.2%*	*9.1%*	*6.3%*	*7.0%*	*9.2%*	-	*14.7%*	*11.4%*	*11.5%*	*3.8%*	*7.4%*	*8.8%*	*6.6%*
Baden-Württemberg	34	7	16	11	15	19	-	19	14	10	10	1	32	1
	6.2%	*5.9%*	*6.3%*	*6.3%*	*8.0%*	*5.3%*	-	*8.4%*	*9.4%*	*5.5%*	*4.7%*	*3.7%*	*7.2%*	*1.3%*
Rheinland-Pfalz	28	14	8	6	10	18	1	17	9	12	7	-	26	2
	5.1%	*11.9%*	*3.2%*	*3.4%*	*5.3%*	*5.0%*	*0.8%*	*7.6%*	*6.0%*	*6.6%*	*3.3%*	-	*5.9%*	*2.6%*
Schleswig-Holstein	9	2	5	2	3	6	-	6	6	1	2	1	7	1
	1.7%	*1.7%*	*2.0%*	*1.1%*	*1.6%*	*1.7%*	-	*2.7%*	*4.0%*	*0.5%*	*0.9%*	*3.7%*	*1.6%*	*1.3%*
Bayern	8	1	5	2	3	5	-	5	4	3	1	-	8	-
	1.5%	*0.8%*	*2.0%*	*1.1%*	*1.6%*	*1.4%*	-	*2.2%*	*2.7%*	*1.6%*	*0.5%*	-	*1.8%*	-
Sachsen-Anhalt	7	1	3	3	2	5	-	5	3	3	1	1	6	-
	1.3%	*0.8%*	*1.2%*	*1.7%*	*1.1%*	*1.4%*	-	*2.2%*	*2.0%*	*1.6%*	*0.5%*	*3.7%*	*1.4%*	-
Bremen	6	1	4	1	2	4	4	-	1	3	2	-	3	3
	1.1%	*0.8%*	*1.6%*	*0.6%*	*1.1%*	*1.1%*	*3.0%*	-	*0.7%*	*1.6%*	*0.9%*	-	*0.7%*	*3.9%*
Saarland	6	4	1	1	1	5	-	5	4	2	-	-	6	-
	1.1%	*3.4%*	*0.4%*	*0.6%*	*0.5%*	*1.4%*	-	*2.2%*	*2.7%*	*1.1%*	-	-	*1.4%*	-
Sachsen	5	1	2	2	2	3	-	3	1	3	1	-	5	-
	0.9%	*0.8%*	*0.8%*	*1.1%*	*1.1%*	*0.8%*	-	*1.3%*	*0.7%*	*1.6%*	*0.5%*	-	*1.1%*	-
Brandenburg	3	1	1	1	1	2	-	2	2	-	1	-	3	-
	0.6%	*0.8%*	*0.4%*	*0.6%*	*0.5%*	*0.6%*	-	*0.9%*	*1.3%*	-	*0.5%*	-	*0.7%*	-

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A7: In welchem Bundesland liegt Ihr Wohnort?

	Befragungsort: G R E E T S I E L													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Berlin	2	-	2	-	2	-	-	-	2	-	-	-	2	-
	0.4%	-	*0.8%*	-	*1.1%*	-	-	-	*1.3%*	-	-	-	*0.5%*	-
Mecklenburg-Vorpommern	2	-	-	2	-	2	-	2	-	1	1	-	2	-
	0.4%	-	-	*1.1%*	-	*0.6%*	-	*0.9%*	-	*0.5%*	*0.5%*	-	*0.5%*	-
Hamburg	2	-	2	-	1	1	-	1	1	-	1	-	1	1
	0.4%	-	*0.8%*	-	*0.5%*	*0.3%*	-	*0.4%*	*0.7%*	-	*0.5%*	-	*0.2%*	*1.3%*
Thüringen	2	1	1	-	1	1	-	1	1	-	1	-	2	-
	0.4%	*0.8%*	*0.4%*	-	*0.5%*	*0.3%*	-	*0.4%*	*0.7%*	-	*0.5%*	-	*0.5%*	-
Niederlande	15	1	10	4	6	9	8	1	3	10	2	-	10	5
	2.8%	*0.8%*	*4.0%*	*2.3%*	*3.2%*	*2.5%*	*6.0%*	*0.4%*	*2.0%*	*5.5%*	*0.9%*	-	*2.3%*	*6.6%*
Übriges Ausland	2	-	-	2	-	2	-	2	2	-	-	-	1	1
	0.4%	-	-	*1.1%*	-	*0.6%*	-	*0.9%*	*1.3%*	-	-	-	*0.2%*	*1.3%*
Summe der Nennungen	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A8: Wie sind Sie nach ... (Ort) angereist?

	Befragungsort: G R E E T S I E L													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Pkw	466	108	207	150	162	304	105	199	130	158	178	23	378	65
	85.5%	*91.5%*	*82.1%*	*86.2%*	*86.6%*	*84.9%*	*78.9%*	*88.4%*	*87.2%*	*86.3%*	*83.6%*	*85.2%*	*85.5%*	*85.5%*
Fahrrad	28	6	12	10	3	25	13	12	5	6	17	3	19	6
	5.1%	*5.1%*	*4.8%*	*5.7%*	*1.6%*	*7.0%*	*9.8%*	*5.3%*	*3.4%*	*3.3%*	*8.0%*	*11.1%*	*4.3%*	*7.9%*
Wohnmobil	20	-	12	8	16	4	2	2	6	8	6	-	19	1
	3.7%	-	*4.8%*	*4.6%*	*8.6%*	*1.1%*	*1.5%*	*0.9%*	*4.0%*	*4.4%*	*2.8%*	-	*4.3%*	*1.3%*
Motorrad	18	3	15	-	1	17	13	4	2	6	10	-	15	3
	3.3%	*2.5%*	*6.0%*	-	*0.5%*	*4.7%*	*9.8%*	*1.8%*	*1.3%*	*3.3%*	*4.7%*	-	*3.4%*	*3.9%*
Bahn	10	1	4	5	5	5	2	3	2	5	3	-	9	1
	1.8%	*0.8%*	*1.6%*	*2.9%*	*2.7%*	*1.4%*	*1.5%*	*1.3%*	*1.3%*	*2.7%*	*1.4%*	-	*2.0%*	*1.3%*
Fähre	2	-	1	1	-	2	1	1	1	1	-	-	2	-
	0.4%	-	*0.4%*	*0.6%*	-	*0.6%*	*0.8%*	*0.4%*	*0.7%*	*0.5%*	-	-	*0.5%*	-
Sportboot	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Anderes	7	1	3	3	2	5	1	4	3	1	3	1	6	-
	1.3%	*0.8%*	*1.2%*	*1.7%*	*1.1%*	*1.4%*	*0.8%*	*1.8%*	*2.0%*	*0.5%*	*1.4%*	*3.7%*	*1.4%*	-
Summe der Nennungen	551	119	254	177	189	362	137	225	149	185	217	27	448	76
	101.1%	*100.8%*	*100.8%*	*101.7%*	*101.1%*	*101.1%*	*103.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*101.1%*	*101.9%*	*100.0%*	*101.4%*	*100.0%*

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A9: Sicher haben Sie während Ihres Aufenthaltes hier in ... (Ort) einiges unternommen oder besucht oder haben dies noch vor.

Welche Aktivitäten oder Ausflüge aus der folgenden Liste sind das?

	Befragungsort: G R E E T S I E L													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Den Ort anschauen	504	108	230	165	173	331	115	216	146	172	186	17	424	63
	92.5%	*91.5%*	*91.3%*	*94.8%*	*92.5%*	*92.5%*	*86.5%*	*96.0%*	*98.0%*	*94.0%*	*87.3%*	*63.0%*	*95.9%*	*82.9%*
Den Hafen anschauen	529	114	244	170	179	350	126	224	148	182	199	26	442	61
	97.1%	*96.6%*	*96.8%*	*97.7%*	*95.7%*	*97.8%*	*94.7%*	*99.6%*	*99.3%*	*99.5%*	*93.4%*	*96.3%*	*100.0%*	*80.3%*
Einkaufen von Krabben, Fisch oder anderen Meeresfrüchten	165	44	74	47	77	88	27	61	45	58	62	1	143	21
	30.3%	*37.3%*	*29.4%*	*27.0%*	*41.2%*	*24.6%*	*20.3%*	*27.1%*	*30.2%*	*31.7%*	*29.1%*	*3.7%*	*32.4%*	*27.6%*
Einkaufen von sonstigen Lebensmitteln, Kleidung etc.	117	32	59	26	81	36	16	20	31	43	43	5	88	24
	21.5%	*27.1%*	*23.4%*	*14.9%*	*43.3%*	*10.1%*	*12.0%*	*8.9%*	*20.8%*	*23.5%*	*20.2%*	*18.5%*	*19.9%*	*31.6%*
Veranstaltung(en) besuchen	41	9	13	19	35	6	3	3	10	16	15	3	35	3
	7.5%	*7.6%*	*5.2%*	*10.9%*	*18.7%*	*1.7%*	*2.3%*	*1.3%*	*6.7%*	*8.7%*	*7.0%*	*11.1%*	*7.9%*	*3.9%*
Museum oder andere Sehenswürdigkeit besuchen	72	13	30	29	33	39	3	36	25	27	20	3	61	8
	13.2%	*11.0%*	*11.9%*	*16.7%*	*17.6%*	*10.9%*	*2.3%*	*16.0%*	*16.8%*	*14.8%*	*9.4%*	*11.1%*	*13.8%*	*10.5%*
Anderes, und zwar:	193	46	86	61	83	110	54	56	44	59	90	12	127	54
	35.4%	*39.0%*	*34.1%*	*35.1%*	*44.4%*	*30.7%*	*40.6%*	*24.9%*	*29.5%*	*32.2%*	*42.3%*	*44.4%*	*28.7%*	*71.1%*
- Spazieren gehen/ Stadtbummel/ wandern	41	9	19	13	18	23	16	7	7	11	23	2	26	13
	7.5%	*7.6%*	*7.5%*	*7.5%*	*9.6%*	*6.4%*	*12.0%*	*3.1%*	*4.7%*	*6.0%*	*10.8%*	*7.4%*	*5.9%*	*17.1%*
- Eis essen	37	15	18	4	5	32	20	12	6	7	24	1	24	12
	6.8%	*12.7%*	*7.1%*	*2.3%*	*2.7%*	*8.9%*	*15.0%*	*5.3%*	*4.0%*	*3.8%*	*11.3%*	*3.7%*	*5.4%*	*15.8%*
- Schifffahrt/ Bootsfahrt/ Tretboot	31	7	11	13	21	10	2	8	12	9	10	1	23	7
	5.7%	*5.9%*	*4.4%*	*7.5%*	*11.2%*	*2.8%*	*1.5%*	*3.6%*	*8.1%*	*4.9%*	*4.7%*	*3.7%*	*5.2%*	*9.2%*
- Radfahren, Ziel d. Radtour	23	4	9	10	15	8	3	5	2	8	13	2	17	4
	4.2%	*3.4%*	*3.6%*	*5.7%*	*8.0%*	*2.2%*	*2.3%*	*2.2%*	*1.3%*	*4.4%*	*6.1%*	*7.4%*	*3.8%*	*5.3%*
- Tagestour, Ausflug, Wohnortnähe	23	2	11	10	17	6	3	3	5	7	11	3	15	5
	4.2%	*1.7%*	*4.4%*	*5.7%*	*9.1%*	*1.7%*	*2.3%*	*1.3%*	*3.4%*	*3.8%*	*5.2%*	*11.1%*	*3.4%*	*6.6%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A9: Sicher haben Sie während Ihres Aufenthaltes hier in ... (Ort) einiges unternommen oder besucht oder haben dies noch vor.

Welche Aktivitäten oder Ausflüge aus der folgenden Liste sind das?

	Befragungsort: G R E E T S I E L													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
- Essen gehen	20	7	8	5	5	15	8	7	2	7	11	1	12	7
	3.7%	*5.9%*	*3.2%*	*2.9%*	*2.7%*	*4.2%*	*6.0%*	*3.1%*	*1.3%*	*3.8%*	*5.2%*	*3.7%*	*2.7%*	*9.2%*
- Erholung, faulenzen	16	2	11	3	13	3	-	3	4	7	5	1	11	4
	2.9%	*1.7%*	*4.4%*	*1.7%*	*7.0%*	*0.8%*	*-*	*1.3%*	*2.7%*	*3.8%*	*2.3%*	*3.7%*	*2.5%*	*5.3%*
- Fisch essen, Fischbrötchen, Krabbenbrötchen	13	2	6	5	-	13	6	7	3	5	5	-	8	5
	2.4%	*1.7%*	*2.4%*	*2.9%*	*-*	*3.6%*	*4.5%*	*3.1%*	*2.0%*	*2.7%*	*2.3%*	*-*	*1.8%*	*6.6%*
- Inseln besuchen	11	3	4	4	10	1	-	1	7	2	2	1	10	-
	2.0%	*2.5%*	*1.6%*	*2.3%*	*5.3%*	*0.3%*	*-*	*0.4%*	*4.7%*	*1.1%*	*0.9%*	*3.7%*	*2.3%*	*-*
- Kaffee/ Tee trinken	6	2	2	2	1	5	3	2	3	1	2	-	4	2
	1.1%	*1.7%*	*0.8%*	*1.1%*	*0.5%*	*1.4%*	*2.3%*	*0.9%*	*2.0%*	*0.5%*	*0.9%*	*-*	*0.9%*	*2.6%*
- Pause, Zwischenstopp, Durchreise	6	-	3	3	1	5	1	4	4	1	1	1	4	1
	1.1%	*-*	*1.2%*	*1.7%*	*0.5%*	*1.4%*	*0.8%*	*1.8%*	*2.7%*	*0.5%*	*0.5%*	*3.7%*	*0.9%*	*1.3%*
- Schwimmen/ baden/ Strand/ Schwimmbad	5	2	2	1	4	1	-	1	1	3	1	1	3	1
	0.9%	*1.7%*	*0.8%*	*0.6%*	*2.1%*	*0.3%*	*-*	*0.4%*	*0.7%*	*1.6%*	*0.5%*	*3.7%*	*0.7%*	*1.3%*
- Schönes Wetter/ Sonne genießen	4	1	2	1	1	3	2	1	-	1	3	1	2	1
	0.7%	*0.8%*	*0.8%*	*0.6%*	*0.5%*	*0.8%*	*1.5%*	*0.4%*	*-*	*0.5%*	*1.4%*	*3.7%*	*0.5%*	*1.3%*
- Watt/ Wattwanderung	4	1	2	1	3	1	1	-	4	-	-	-	3	1
	0.7%	*0.8%*	*0.8%*	*0.6%*	*1.6%*	*0.3%*	*0.8%*	*-*	*2.7%*	*-*	*-*	*-*	*0.7%*	*1.3%*
- Besuch v. Verwandten/ Freunden	3	-	1	2	2	1	1	-	-	-	3	-	2	1
	0.6%	*-*	*0.4%*	*1.1%*	*1.1%*	*0.3%*	*0.8%*	*-*	*-*	*-*	*1.4%*	*-*	*0.5%*	*1.3%*
- Immobilie (putzen, pflegen)	2	-	2	-	2	-	-	-	-	-	2	1	1	-
	0.4%	*-*	*0.8%*	*-*	*1.1%*	*-*	*-*	*-*	*-*	*-*	*0.9%*	*3.7%*	*0.2%*	*-*
- Fotografieren	2	-	1	1	1	1	-	1	-	1	1	-	2	-
	0.4%	*-*	*0.4%*	*0.6%*	*0.5%*	*0.3%*	*-*	*0.4%*	*-*	*0.5%*	*0.5%*	*-*	*0.5%*	*-*

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A9: Sicher haben Sie während Ihres Aufenthaltes hier in ... (Ort) einiges unternommen oder besucht oder haben dies noch vor.

Welche Aktivitäten oder Ausflüge aus der folgenden Liste sind das?

	Befragungsort: G R E E T S I E L													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
- Wasser/ Meer/ Küste/ Tide	2	-	2	-	1	1	1	-	1	-	1	-	1	1
	0.4%	-	*0.8%*	-	*0.5%*	*0.3%*	*0.8%*	-	*0.7%*	-	*0.5%*	-	*0.2%*	*1.3%*
- Drachen steigen	1	1	-	-	-	1	1	-	1	-	-	-	1	-
	0.2%	*0.8%*	-	-	-	*0.3%*	*0.8%*	-	*0.7%*	-	-	-	*0.2%*	-
- Luft (frisch, gut)	1	-	1	-	-	1	1	-	-	-	1	-	-	1
	0.2%	-	*0.4%*	-	-	*0.3%*	*0.8%*	-	-	-	*0.5%*	-	-	*1.3%*
- Ruhe genießen	1	-	1	-	1	-	-	-	-	-	1	-	1	-
	0.2%	-	*0.4%*	-	*0.5%*	-	-	-	-	-	*0.5%*	-	*0.2%*	-
- Sonstiges	27	6	13	8	13	14	5	9	7	11	9	2	17	8
	5.0%	*5.1%*	*5.2%*	*4.6%*	*7.0%*	*3.9%*	*3.8%*	*4.0%*	*4.7%*	*6.0%*	*4.2%*	*7.4%*	*3.8%*	*10.5%*
Keine Angaben	2	-	2	-	2	-	-	-	-	-	2	1	-	1
	0.4%	-	*0.8%*	-	*1.1%*	-	-	-	-	-	*0.9%*	*3.7%*	-	*1.3%*
Summe der Nennungen	1709	384	781	542	714	995	364	631	474	579	656	74	1380	255
	313.6%	*325.4%*	*309.9%*	*311.5%*	*381.8%*	*277.9%*	*273.7%*	*280.4%*	*318.1%*	*316.4%*	*308.0%*	*274.1%*	*312.2%*	*335.5%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A10a: Reisen Sie allein oder in Begleitung?

Frage A10b: Wie viele Personen gehören zu Ihrer Reisegruppe, Sie selbst eingeschlossen?

	Befragungsort: G R E E T S I E L													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Ohne Kinder	397	42	188	167	136	261	103	158	99	131	167	19	321	57
	72.8%	*35.6%*	*74.6%*	*96.0%*	*72.7%*	*72.9%*	*77.4%*	*70.2%*	*66.4%*	*71.6%*	*78.4%*	*70.4%*	*72.6%*	*75.0%*
Nur mit großen Kindern (6-17)	60	16	40	4	19	41	18	23	16	23	21	4	48	8
	11.0%	*13.6%*	*15.9%*	*2.3%*	*10.2%*	*11.5%*	*13.5%*	*10.2%*	*10.7%*	*12.6%*	*9.9%*	*14.8%*	*10.9%*	*10.5%*
Nur mit kleinen Kindern (0-5)	54	40	10	3	21	33	4	29	20	19	15	1	47	6
	9.9%	*33.9%*	*4.0%*	*1.7%*	*11.2%*	*9.2%*	*3.0%*	*12.9%*	*13.4%*	*10.4%*	*7.0%*	*3.7%*	*10.6%*	*7.9%*
Mit kleinen und großen Kindern	34	20	14	-	11	23	8	15	14	10	10	3	26	5
	6.2%	*16.9%*	*5.6%*	-	*5.9%*	*6.4%*	*6.0%*	*6.7%*	*9.4%*	*5.5%*	*4.7%*	*11.1%*	*5.9%*	*6.6%*
Summe der Nennungen	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Mittelwert Anzahl Erwachsene	2.36	2.28	2.44	2.31	2.28	2.41	2.39	2.41	2.41	2.39	2.30	2.48	2.31	2.62
Mittelwert Anzahl Kinder bis 5 Jahre	0.21	0.65	0.12	0.02	0.24	0.19	0.10	0.24	0.30	0.20	0.15	0.19	0.21	0.17
Mittelwert Anzahl Kinder 6-13 Jahre	0.22	0.40	0.28	0.02	0.21	0.23	0.24	0.22	0.26	0.23	0.19	0.37	0.19	0.33
Mittelwert Anzahl Kinder 14-17 Jahre	0.07	0.03	0.13	0.01	0.05	0.08	0.11	0.06	0.04	0.10	0.07	0.22	0.07	0.04
Mittelwert Anzahl Kinder insgesamt	0.50	1.08	0.54	0.06	0.50	0.50	0.45	0.53	0.59	0.54	0.41	0.78	0.48	0.54
Mittelwert Anzahl Personen insgesamt	2.86	3.36	2.97	2.37	2.78	2.91	2.84	2.94	3.00	2.93	2.71	3.26	2.79	3.16

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A11: Zum wievielten Mal sind Sie in ... (Ort)?

	Befragungsort: G R E E T S I E L														
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung			
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen	
Alle Befragten	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	
Erstbesuch	149	50	67	32	57	92	10	82	149	-	-	4	126	19	
	27.3%	*42.4%*	*26.6%*	*18.4%*	*30.5%*	*25.7%*	*7.5%*	*36.4%*	*100.0%*	-	-	*14.8%*	*28.5%*	*25.0%*	
2./3. Besuch	116	31	56	29	42	74	17	57	-	116	-	7	94	15	
	21.3%	*26.3%*	*22.2%*	*16.7%*	*22.5%*	*20.7%*	*12.8%*	*25.3%*	-	*63.4%*	-	*25.9%*	*21.3%*	*19.7%*	
4./5. Besuch	67	10	30	27	30	37	15	22	-	67	-	6	55	6	
	12.3%	*8.5%*	*11.9%*	*15.5%*	*16.0%*	*10.3%*	*11.3%*	*9.8%*	-	*36.6%*	-	*22.2%*	*12.4%*	*7.9%*	
6. - 20. Besuch	132	12	60	59	40	92	40	52	-	-	132	3	112	17	
	24.2%	*10.2%*	*23.8%*	*33.9%*	*21.4%*	*25.7%*	*30.1%*	*23.1%*	-	-	*62.0%*	*11.1%*	*25.3%*	*22.4%*	
> 20. Besuch (Stammgast)	81	15	39	27	18	63	51	12	-	-	81	7	55	19	
	14.9%	*12.7%*	*15.5%*	*15.5%*	*9.6%*	*17.6%*	*38.3%*	*5.3%*	-	-	*38.0%*	*25.9%*	*12.4%*	*25.0%*	
Summe der Nennungen	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	
1-20 Besuche	464	103	213	147	169	295	82	213	149	183	132	20	387	57	
	85.1%	*87.3%*	*84.5%*	*84.5%*	*90.4%*	*82.4%*	*61.7%*	*94.7%*	*100.0%*	*100.0%*	*62.0%*	*74.1%*	*87.6%*	*75.0%*	
Mittelwert (aus 1-20 Besuchen)	4.6	2.8	4.6	5.9	4.1	4.9	7.7	3.9	1.0	3.2	10.8	3.8	4.7	4.6	
Standardabweichung	4.7	3.1	4.4	5.3	4.2	4.9	6.0	3.9	0.0	1.1	4.3	3.1	4.7	4.6	

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A12: Wie hoch sind Ihre Ausgaben schätzungsweise für Sie und Ihre Begleiter während des derzeitigen Aufenthalts in ... (Ort) (ohne Kosten der An- und Abreise).

Bitte sagen Sie es mir getrennt für die folgenden Bereiche und zwar für den heutigen Tag:

	Befragungsort: G R E E T S I E L													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Keine Angaben	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Gültig	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Mittelwerte: Ausgaben pro Person für... (in Euro)														
a) Mahlzeiten und Getränke im Restaurant, Imbiss, Eisstand etc.	12.32	8.05	13.82	13.09	14.77	11.04	11.28	10.90	11.55	12.75	12.49	14.59	11.98	13.54
b) Kauf von Andenken, Postkarten, Mitbringseln etc.	2.25	2.32	2.37	2.03	2.49	2.13	1.13	2.72	3.52	2.02	1.56	3.15	2.37	1.25
c) Eintritt in Museum, Schwimmbad etc.	0.17	0.28	0.13	0.15	0.33	0.08	0.15	0.04	0.08	0.26	0.15	0.00	0.17	0.18
d) Teilnahme an Ausflügen, Bootsfahrten etc.	0.48	0.41	0.48	0.50	0.73	0.35	0.14	0.48	0.59	0.48	0.40	0.00	0.44	0.87
e) Miete von Fahrrädern, Booten	0.21	0.15	0.35	0.06	0.41	0.11	0.09	0.12	0.33	0.22	0.13	0.28	0.22	0.14
f) Einkauf von Krabben, Fisch und Meeresfrüchten	1.77	1.42	1.76	2.00	1.88	1.71	2.00	1.54	1.53	1.48	2.18	0.28	1.80	2.11
g) Einkauf von Lebensmitteln, Getränken etc. im Einzelhandel	1.94	1.69	2.14	1.82	4.99	0.34	0.40	0.31	2.14	2.29	1.50	1.11	2.07	1.47
a-g) Ausgaben insgesamt	19.14	14.32	21.04	19.65	25.61	15.77	15.19	16.11	19.74	19.50	18.41	19.41	19.05	19.56

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A13: Und wie hoch sind die Kosten für die Unterkunft für die gesamte Aufenthaltsdauer, inkl. Endreinigung, Energie etc. (ggf. schätzen)?

	Befragungsort: G R E E T S I E L													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Übernachtungsgäste mit direkt bezahlter Unterkunft	165	34	77	54	165	-	-	-	57	70	38	9	134	22
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	-	-	-	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Keine Angaben	8	2	3	3	8	-	-	-	3	3	2	-	8	-
	4.8%	*5.9%*	*3.9%*	*5.6%*	*4.8%*	-	-	-	*5.3%*	*4.3%*	*5.3%*	-	*6.0%*	-
Gültig	157	32	74	51	157	-	-	-	54	67	36	9	126	22
	95.2%	*94.1%*	*96.1%*	*94.4%*	*95.2%*	-	-	-	*94.7%*	*95.7%*	*94.7%*	*100.0%*	*94.0%*	*100.0%*
Übernachtungskosten pro Tag und Person	25.17	22.36	25.66	26.23	25.17	-	-	-	23.78	23.94	29.54	39.22	23.82	27.18

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A14: Planen Sie, ... (Ort) in den nächsten 3 Jahren erneut zu besuchen?

	Befragungsort: G R E E T S I E L														
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung			
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen	
Alle Befragten	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	
Ja	419	82	198	138	139	280	120	160	78	129	212	20	338	61	
	76.9%	*69.5%*	*78.6%*	*79.3%*	*74.3%*	*78.2%*	*90.2%*	*71.1%*	*52.3%*	*70.5%*	*99.5%*	*74.1%*	*76.5%*	*80.3%*	
Eventuell	108	31	47	30	41	67	12	55	62	46	-	4	90	14	
	19.8%	*26.3%*	*18.7%*	*17.2%*	*21.9%*	*18.7%*	*9.0%*	*24.4%*	*41.6%*	*25.1%*	-	*14.8%*	*20.4%*	*18.4%*	
Nein	17	4	7	6	7	10	1	9	9	7	1	3	13	1	
	3.1%	*3.4%*	*2.8%*	*3.4%*	*3.7%*	*2.8%*	*0.8%*	*4.0%*	*6.0%*	*3.8%*	*0.5%*	*11.1%*	*2.9%*	*1.3%*	
Weiß nicht/ keine Angaben	1	1	-	-	-	1	-	1	-	1	-	-	1	-	
	0.2%	*0.8%*	-	-	-	*0.3%*	-	*0.4%*	-	*0.5%*	-	-	*0.2%*	-	
Summe der Nennungen	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B1: Warum sind Sie heute vor allem hierher gekommen?

	Befragungsort: G R E E T S I E L													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Den Ort anschauen	343	71	149	122	106	237	81	156	102	117	124	-	311	32
	62.9%	*60.2%*	*59.1%*	*70.1%*	*56.7%*	*66.2%*	*60.9%*	*69.3%*	*68.5%*	*63.9%*	*58.2%*	-	*70.4%*	*42.1%*
Den Hafen anschauen	469	99	220	149	161	308	100	208	130	162	177	27	442	-
	86.1%	*83.9%*	*87.3%*	*85.6%*	*86.1%*	*86.0%*	*75.2%*	*92.4%*	*87.2%*	*88.5%*	*83.1%*	*100.0%*	*100.0%*	-
Einkaufen von Krabben, Fisch oder anderen Meeresfrüchten	82	25	39	18	30	52	19	33	27	21	34	-	66	16
	15.0%	*21.2%*	*15.5%*	*10.3%*	*16.0%*	*14.5%*	*14.3%*	*14.7%*	*18.1%*	*11.5%*	*16.0%*	-	*14.9%*	*21.1%*
Einkaufen von sonstigen Lebensmitteln, Kleidung etc.	16	6	9	1	10	6	6	-	-	6	10	-	11	5
	2.9%	*5.1%*	*3.6%*	*0.6%*	*5.3%*	*1.7%*	*4.5%*	-	-	*3.3%*	*4.7%*	-	*2.5%*	*6.6%*
Veranstaltung(en) besuchen	4	-	2	2	2	2	1	1	1	1	2	-	4	-
	0.7%	-	*0.8%*	*1.1%*	*1.1%*	*0.6%*	*0.8%*	*0.4%*	*0.7%*	*0.5%*	*0.9%*	-	*0.9%*	-
Museum oder andere Sehenswürdigkeit besuchen	2	-	2	-	1	1	-	1	2	-	-	-	-	2
	0.4%	-	*0.8%*	-	*0.5%*	*0.3%*	-	*0.4%*	*1.3%*	-	-	-	-	*2.6%*
Anderes, und zwar:	108	24	51	33	38	70	36	34	24	35	49	3	50	55
	19.8%	*20.3%*	*20.2%*	*19.0%*	*20.3%*	*19.6%*	*27.1%*	*15.1%*	*16.1%*	*19.1%*	*23.0%*	*11.1%*	*11.3%*	*72.4%*
- Ausflug (Spazierengehen, bummeln, frische Luft schnappen, Wetter genießen, etc.)	32	3	17	12	19	13	7	6	5	11	16	-	15	17
	5.9%	*2.5%*	*6.7%*	*6.9%*	*10.2%*	*3.6%*	*5.3%*	*2.7%*	*3.4%*	*6.0%*	*7.5%*	-	*3.4%*	*22.4%*
- Tee/ Kaffee trinken, Kuchen essen, Eis essen	21	11	9	1	1	20	12	8	2	5	14	-	8	13
	3.9%	*9.3%*	*3.6%*	*0.6%*	*0.5%*	*5.6%*	*9.0%*	*3.6%*	*1.3%*	*2.7%*	*6.6%*	-	*1.8%*	*17.1%*
- Zwischenstopp aus längerer Tour (auch Fahrradtour)	13	1	4	8	6	7	2	5	5	4	4	-	7	6
	2.4%	*0.8%*	*1.6%*	*4.6%*	*3.2%*	*2.0%*	*1.5%*	*2.2%*	*3.4%*	*2.2%*	*1.9%*	-	*1.6%*	*7.9%*
- Fisch essen	9	1	5	3	-	9	5	4	2	3	4	-	4	5
	1.7%	*0.8%*	*2.0%*	*1.7%*	-	*2.5%*	*3.8%*	*1.8%*	*1.3%*	*1.6%*	*1.9%*	-	*0.9%*	*6.6%*
- Schiffstour, Bootstour	8	1	3	4	5	3	1	2	3	2	3	-	3	5
	1.5%	*0.8%*	*1.2%*	*2.3%*	*2.7%*	*0.8%*	*0.8%*	*0.9%*	*2.0%*	*1.1%*	*1.4%*	-	*0.7%*	*6.6%*

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B1: Warum sind Sie heute vor allem hierher gekommen?

	Befragungsort: G R E E T S I E L													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
- Essen gehen (ohne Nennung von Fisch)	5	2	2	1	1	4	2	2	-	2	3	-	2	3
	0.9%	*1.7%*	*0.8%*	*0.6%*	*0.5%*	*1.1%*	*1.5%*	*0.9%*	-	*1.1%*	*1.4%*	-	*0.5%*	*3.9%*
- Verwandte, Freunde besuchen	3	1	1	1	1	2	2	-	1	1	1	-	1	2
	0.6%	*0.8%*	*0.4%*	*0.6%*	*0.5%*	*0.6%*	*1.5%*	-	*0.7%*	*0.5%*	*0.5%*	-	*0.2%*	*2.6%*
- Kutter anschauen, Fisch vom Kutter kaufen	3	1	2	-	-	3	2	1	-	1	2	-	2	1
	0.6%	*0.8%*	*0.8%*	-	-	*0.8%*	*1.5%*	*0.4%*	-	*0.5%*	*0.9%*	-	*0.5%*	*1.3%*
- Strand-/ Watt-Besuch	2	-	2	-	2	-	-	-	2	-	-	-	1	1
	0.4%	-	*0.8%*	-	*1.1%*	-	-	-	*1.3%*	-	-	-	*0.2%*	*1.3%*
- Anderes	15	3	7	5	4	11	7	4	3	7	5	-	7	8
	2.8%	*2.5%*	*2.8%*	*2.9%*	*2.1%*	*3.1%*	*5.3%*	*1.8%*	*2.0%*	*3.8%*	*2.3%*	-	*1.6%*	*10.5%*
Summe der Nennungen	1027	225	473	327	349	678	247	431	285	343	399	27	884	116
	188.4%	*190.7%*	*187.7%*	*187.9%*	*186.6%*	*189.4%*	*185.7%*	*191.6%*	*191.3%*	*187.4%*	*187.3%*	*100.0%*	*200.0%*	*152.6%*
Nur wegen des Hafens gekommen	27	3	16	8	11	16	7	9	4	13	10	27	-	-
	5.0%	*2.5%*	*6.3%*	*4.6%*	*5.9%*	*4.5%*	*5.3%*	*4.0%*	*2.7%*	*7.1%*	*4.7%*	*100.0%*	-	-
Auch wegen des Hafens gekommen	442	96	204	141	150	292	93	199	126	149	167	-	442	-
	81.1%	*81.4%*	*81.0%*	*81.0%*	*80.2%*	*81.6%*	*69.9%*	*88.4%*	*84.6%*	*81.4%*	*78.4%*	-	*100.0%*	-
Nicht wegen des Hafens gekommen	76	19	32	25	26	50	33	17	19	21	36	-	-	76
	13.9%	*16.1%*	*12.7%*	*14.4%*	*13.9%*	*14.0%*	*24.8%*	*7.6%*	*12.8%*	*11.5%*	*16.9%*	-	-	*100.0%*
Summe der Nennungen	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B2: Was macht diesen Ort für Sie attraktiv?

	Befragungsort: G R E E T S I E L													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Häuser (allg., alt, klein, süß), Baustil, Architektur	214	51	97	66	64	150	27	123	75	72	67	6	192	16
	39.3%	*43.2%*	*38.5%*	*37.9%*	*34.2%*	*41.9%*	*20.3%*	*54.7%*	*50.3%*	*39.3%*	*31.5%*	*22.2%*	*43.4%*	*21.1%*
Hafen (allg., schön, klein)	199	41	94	63	71	128	55	73	61	57	81	13	162	24
	36.5%	*34.7%*	*37.3%*	*36.2%*	*38.0%*	*35.8%*	*41.4%*	*32.4%*	*40.9%*	*31.1%*	*38.0%*	*48.1%*	*36.7%*	*31.6%*
Ort, Altstadt, alter Ortskern, Innenstadt	139	22	79	38	51	88	41	47	37	52	50	8	105	26
	25.5%	*18.6%*	*31.3%*	*21.8%*	*27.3%*	*24.6%*	*30.8%*	*20.9%*	*24.8%*	*28.4%*	*23.5%*	*29.6%*	*23.8%*	*34.2%*
Atmosphäre, Ambiente, Flair, Idylle, Romantik	132	29	61	42	53	79	22	57	36	48	48	5	113	14
	24.2%	*24.6%*	*24.2%*	*24.1%*	*28.3%*	*22.1%*	*16.5%*	*25.3%*	*24.2%*	*26.2%*	*22.5%*	*18.5%*	*25.6%*	*18.4%*
Gemütlichkeit, Ruhe, wenig Hektik, beschaulich	130	34	51	44	57	73	20	53	27	55	48	4	105	21
	23.9%	*28.8%*	*20.2%*	*25.3%*	*30.5%*	*20.4%*	*15.0%*	*23.6%*	*18.1%*	*30.1%*	*22.5%*	*14.8%*	*23.8%*	*27.6%*
Altmodisch, historisch, urig, Tradition	116	27	50	39	37	79	24	55	33	40	43	6	93	17
	21.3%	*22.9%*	*19.8%*	*22.4%*	*19.8%*	*22.1%*	*18.0%*	*24.4%*	*22.1%*	*21.9%*	*20.2%*	*22.2%*	*21.0%*	*22.4%*
Cafés/ Geschäfte/ Gastronomie/ Fischrestaurants (allg., viele, kleine, gute)/ gutes Essen/ gut zum Bummeln	95	20	48	27	32	63	28	35	24	27	44	7	72	16
	17.4%	*16.9%*	*19.0%*	*15.5%*	*17.1%*	*17.6%*	*21.1%*	*15.6%*	*16.1%*	*14.8%*	*20.7%*	*25.9%*	*16.3%*	*21.1%*
Kutter, Fischerboote, Krabbenkutter, Fischerei	66	12	31	23	21	45	19	26	19	22	25	5	50	11
	12.1%	*10.2%*	*12.3%*	*13.2%*	*11.2%*	*12.6%*	*14.3%*	*11.6%*	*12.8%*	*12.0%*	*11.7%*	*18.5%*	*11.3%*	*14.5%*
Wasser, Meer, Nordsee, Wasser-/ Küsten-/ Seenähe/ Ebbe + Flut/ Watt(meer)	41	6	24	11	16	25	15	10	13	16	12	3	30	8
	7.5%	*5.1%*	*9.5%*	*6.3%*	*8.6%*	*7.0%*	*11.3%*	*4.4%*	*8.7%*	*8.7%*	*5.6%*	*11.1%*	*6.8%*	*10.5%*
Gepflegt/ sauber/ organisiert	33	4	15	14	12	21	1	20	8	14	11	1	27	5
	6.1%	*3.4%*	*6.0%*	*8.0%*	*6.4%*	*5.9%*	*0.8%*	*8.9%*	*5.4%*	*7.7%*	*5.2%*	*3.7%*	*6.1%*	*6.6%*
Klein, überschaubar	31	9	11	11	9	22	6	16	9	9	13	1	27	3
	5.7%	*7.6%*	*4.4%*	*6.3%*	*4.8%*	*6.1%*	*4.5%*	*7.1%*	*6.0%*	*4.9%*	*6.1%*	*3.7%*	*6.1%*	*3.9%*
Schiffe allg.	28	3	14	11	10	18	8	10	5	7	16	5	17	6
	5.1%	*2.5%*	*5.6%*	*6.3%*	*5.3%*	*5.0%*	*6.0%*	*4.4%*	*3.4%*	*3.8%*	*7.5%*	*18.5%*	*3.8%*	*7.9%*

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B2: Was macht diesen Ort für Sie attraktiv?

	Befragungsort: G R E E T S I E L													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Verkehrsberuhigt/ keine Autos	28	12	14	2	9	19	6	13	13	9	6	2	25	1
	5.1%	*10.2%*	*5.6%*	*1.1%*	*4.8%*	*5.3%*	*4.5%*	*5.8%*	*8.7%*	*4.9%*	*2.8%*	*7.4%*	*5.7%*	*1.3%*
Windmühlen, Mühlen	28	2	14	12	7	21	8	13	10	10	8	2	24	2
	5.1%	*1.7%*	*5.6%*	*6.9%*	*3.7%*	*5.9%*	*6.0%*	*5.8%*	*6.7%*	*5.5%*	*3.8%*	*7.4%*	*5.4%*	*2.6%*
Menschen/ Leute/ Personal (allg., freundlich, nett), Gastfreundlichkeit	23	6	9	8	16	7	2	5	5	4	14	-	20	3
	4.2%	*5.1%*	*3.6%*	*4.6%*	*8.6%*	*2.0%*	*1.5%*	*2.2%*	*3.4%*	*2.2%*	*6.6%*	-	*4.5%*	*3.9%*
Fisch	21	8	10	3	5	16	7	9	5	5	11	1	19	1
	3.9%	*6.8%*	*4.0%*	*1.7%*	*2.7%*	*4.5%*	*5.3%*	*4.0%*	*3.4%*	*2.7%*	*5.2%*	*3.7%*	*4.3%*	*1.3%*
Angebot, Sehenswürdigkeiten (abwechslungsreich, vielseitig)	21	3	10	8	2	19	4	15	7	4	10	-	19	2
	3.9%	*2.5%*	*4.0%*	*4.6%*	*1.1%*	*5.3%*	*3.0%*	*6.7%*	*4.7%*	*2.2%*	*4.7%*	-	*4.3%*	*2.6%*
Kinder-/ familienfreundlich	21	17	4	-	13	8	-	8	8	11	2	-	18	3
	3.9%	*14.4%*	*1.6%*	-	*7.0%*	*2.2%*	-	*3.6%*	*5.4%*	*6.0%*	*0.9%*	-	*4.1%*	*3.9%*
Erreichbarkeit (gut)	19	2	10	7	5	14	10	4	4	5	10	1	12	6
	3.5%	*1.7%*	*4.0%*	*4.0%*	*2.7%*	*3.9%*	*7.5%*	*1.8%*	*2.7%*	*2.7%*	*4.7%*	*3.7%*	*2.7%*	*7.9%*
Luft (allg., frisch, gut, Seeluft)	18	6	6	6	11	7	5	2	5	5	8	1	14	3
	3.3%	*5.1%*	*2.4%*	*3.4%*	*5.9%*	*2.0%*	*3.8%*	*0.9%*	*3.4%*	*2.7%*	*3.8%*	*3.7%*	*3.2%*	*3.9%*
Fahrrad/ (schöne) Fahrradwege	12	-	8	4	6	6	4	2	2	3	7	1	11	-
	2.2%	-	*3.2%*	*2.3%*	*3.2%*	*1.7%*	*3.0%*	*0.9%*	*1.3%*	*1.6%*	*3.3%*	*3.7%*	*2.5%*	-
Natur, Klima, Landschaft, Grün	10	-	7	3	7	3	1	2	5	2	3	-	8	2
	1.8%	-	*2.8%*	*1.7%*	*3.7%*	*0.8%*	*0.8%*	*0.9%*	*3.4%*	*1.1%*	*1.4%*	-	*1.8%*	*2.6%*
(Kurzzeit-)Erholung, für Tagesausflug geeignet, “1 Tag Urlaub”	8	2	5	1	2	6	5	1	-	3	5	-	5	3
	1.5%	*1.7%*	*2.0%*	*0.6%*	*1.1%*	*1.7%*	*3.8%*	*0.4%*	-	*1.6%*	*2.3%*	-	*1.1%*	*3.9%*
Spazierengehen/ (viele) Spazierwege	7	2	1	4	4	3	-	3	2	3	2	-	6	1
	1.3%	*1.7%*	*0.4%*	*2.3%*	*2.1%*	*0.8%*	-	*1.3%*	*1.3%*	*1.6%*	*0.9%*	-	*1.4%*	*1.3%*

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B2: Was macht diesen Ort für Sie attraktiv?

	Befragungsort: G R E E T S I E L													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Die Lage (allg, gut)	6	-	6	-	5	1	1	-	5	-	1	-	3	3
	1.1%	-	*2.4%*	-	*2.7%*	*0.3%*	*0.8%*	-	*3.4%*	-	*0.5%*	-	*0.7%*	*3.9%*
Umgebung/ Umfeld	6	-	3	3	4	2	2	-	1	4	1	-	5	1
	1.1%	-	*1.2%*	*1.7%*	*2.1%*	*0.6%*	*1.5%*	-	*0.7%*	*2.2%*	*0.5%*	-	*1.1%*	*1.3%*
Ostfriesisch, norddeutsch, flaches Land, die Weite	6	2	2	2	2	4	-	4	4	1	1	-	6	-
	1.1%	*1.7%*	*0.8%*	*1.1%*	*1.1%*	*1.1%*	-	*1.8%*	*2.7%*	*0.5%*	*0.5%*	-	*1.4%*	-
Campingplatz (allg., am Hafen)	4	-	4	-	4	-	-	-	1	3	-	-	3	1
	0.7%	-	*1.6%*	-	*2.1%*	-	-	-	*0.7%*	*1.6%*	-	-	*0.7%*	*1.3%*
Nicht überfüllt	3	1	1	1	1	2	-	2	1	1	1	1	1	1
	0.6%	*0.8%*	*0.4%*	*0.6%*	*0.5%*	*0.6%*	-	*0.9%*	*0.7%*	*0.5%*	*0.5%*	*3.7%*	*0.2%*	*1.3%*
Bootstour	3	-	2	1	2	1	-	1	1	-	2	-	2	1
	0.6%	-	*0.8%*	*0.6%*	*1.1%*	*0.3%*	-	*0.4%*	*0.7%*	-	*0.9%*	-	*0.5%*	*1.3%*
gutes Preis-Leistungsverhältnis/ keine Gebühren	3	2	-	1	2	1	-	1	1	1	1	-	3	-
	0.6%	*1.7%*	-	*0.6%*	*1.1%*	*0.3%*	-	*0.4%*	*0.7%*	*0.5%*	*0.5%*	-	*0.7%*	-
Gärten, Rosen	2	1	-	1	1	1	-	1	1	1	-	-	2	-
	0.4%	*0.8%*	-	*0.6%*	*0.5%*	*0.3%*	-	*0.4%*	*0.7%*	*0.5%*	-	-	*0.5%*	-
Straßenpflaster	2	1	-	1	-	2	-	2	1	1	-	-	2	-
	0.4%	*0.8%*	-	*0.6%*	-	*0.6%*	-	*0.9%*	*0.7%*	*0.5%*	-	-	*0.5%*	-
Deich (mit Schafen)	2	-	-	2	-	2	1	1	1	-	1	-	2	-
	0.4%	-	-	*1.1%*	-	*0.6%*	*0.8%*	*0.4%*	*0.7%*	-	*0.5%*	-	*0.5%*	-
Wald	1	-	1	-	1	-	-	-	-	1	-	-	1	-
	0.2%	-	*0.4%*	-	*0.5%*	-	-	-	-	*0.5%*	-	-	*0.2%*	-
Multimar, Multimar Museum	1	-	1	-	-	1	-	1	1	-	-	-	1	-
	0.2%	-	*0.4%*	-	-	*0.3%*	-	*0.4%*	*0.7%*	-	-	-	*0.2%*	-

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B2: Was macht diesen Ort für Sie attraktiv?

	Befragungsort: G R E E T S I E L													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Parken (gut)	1	-	1	-	-	1	1	-	-	1	-	-	1	-
	0.2%	-	*0.4%*	-	-	*0.3%*	*0.8%*	-	-	*0.5%*	-	-	*0.2%*	-
Kunst/ Künstler/ Kunstausstellung/ Künstlerart/ Radziwill Museum	1	-	-	1	1	-	-	-	-	-	1	-	1	-
	0.2%	-	-	*0.6%*	*0.5%*	-	-	-	-	-	*0.5%*	-	*0.2%*	-
Kirche	1	-	-	1	-	1	1	-	-	-	1	-	1	-
	0.2%	-	-	*0.6%*	-	*0.3%*	*0.8%*	-	-	-	*0.5%*	-	*0.2%*	-
Spezielle Veranstaltung (Weihnachtsmarkt, Hafenfest, ...)	1	-	-	1	1	-	-	-	-	-	1	-	1	-
	0.2%	-	-	*0.6%*	*0.5%*	-	-	-	-	-	*0.5%*	-	*0.2%*	-
Sperrwerk, Schleuse	1	1	-	-	-	1	1	-	1	-	-	-	-	1
	0.2%	*0.8%*	-	-	-	*0.3%*	*0.8%*	-	*0.7%*	-	-	-	-	*1.3%*
Schwimmbad, Hallenbad, Solebad	1	-	-	1	-	1	-	1	-	1	-	-	1	-
	0.2%	-	-	*0.6%*	-	*0.3%*	-	*0.4%*	-	*0.5%*	-	-	*0.2%*	-
Vögel	1	-	1	-	1	-	-	-	-	1	-	-	1	-
	0.2%	-	*0.4%*	-	*0.5%*	-	-	-	-	*0.5%*	-	-	*0.2%*	-
Gesamtheit, allgemein	8	1	3	4	2	6	2	4	-	1	7	-	6	2
	1.5%	*0.8%*	*1.2%*	*2.3%*	*1.1%*	*1.7%*	*1.5%*	*1.8%*	-	*0.5%*	*3.3%*	-	*1.4%*	*2.6%*
Sonstiges	16	1	7	8	6	10	5	5	3	5	8	-	14	2
	2.9%	*0.8%*	*2.8%*	*4.6%*	*3.2%*	*2.8%*	*3.8%*	*2.2%*	*2.0%*	*2.7%*	*3.8%*	-	*3.2%*	*2.6%*
Keine Angaben	5	1	3	1	-	5	3	2	-	1	4	1	3	1
	0.9%	*0.8%*	*1.2%*	*0.6%*	-	*1.4%*	*2.3%*	*0.9%*	-	*0.5%*	*1.9%*	*3.7%*	*0.7%*	*1.3%*
Summe der Nennungen	1515	329	708	476	553	962	335	627	435	506	574	74	1234	207
	278.0%	*278.8%*	*281.0%*	*273.6%*	*295.7%*	*268.7%*	*251.9%*	*278.7%*	*291.9%*	*276.5%*	*269.5%*	*274.1%*	*279.2%*	*272.4%*

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B3: Wie sind Sie auf diesen Ort aufmerksam geworden?

	Befragungsort: G R E E T S I E L													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Darüber gelesen (z.B. im Reiseführer, in der Presse)	38	4	18	16	17	21	2	19	18	12	8	4	33	1
	7.0%	*3.4%*	*7.1%*	*9.2%*	*9.1%*	*5.9%*	*1.5%*	*8.4%*	*12.1%*	*6.6%*	*3.8%*	*14.8%*	*7.5%*	*1.3%*
Im Internet gesehen	36	10	20	6	29	7	2	5	23	9	4	2	30	4
	6.6%	*8.5%*	*7.9%*	*3.4%*	*15.5%*	*2.0%*	*1.5%*	*2.2%*	*15.4%*	*4.9%*	*1.9%*	*7.4%*	*6.8%*	*5.3%*
Berichte im Fernsehen oder Radio gesehen/ gehört	40	2	22	16	20	20	4	16	13	16	11	-	34	6
	7.3%	*1.7%*	*8.7%*	*9.2%*	*10.7%*	*5.6%*	*3.0%*	*7.1%*	*8.7%*	*8.7%*	*5.2%*	-	*7.7%*	*7.9%*
Empfehlung von Verwandten oder Freunden	225	57	98	70	100	125	36	89	78	77	70	8	183	34
	41.3%	*48.3%*	*38.9%*	*40.2%*	*53.5%*	*34.9%*	*27.1%*	*39.6%*	*52.3%*	*42.1%*	*32.9%*	*29.6%*	*41.4%*	*44.7%*
Empfehlung des Vermieters	42	11	15	16	1	41	-	41	28	8	6	-	39	3
	7.7%	*9.3%*	*6.0%*	*9.2%*	*0.5%*	*11.5%*	-	*18.2%*	*18.8%*	*4.4%*	*2.8%*	-	*8.8%*	*3.9%*
Empfehlung der Tourist-Information	8	4	2	2	2	6	-	6	5	1	2	-	8	-
	1.5%	*3.4%*	*0.8%*	*1.1%*	*1.1%*	*1.7%*	-	*2.7%*	*3.4%*	*0.5%*	*0.9%*	-	*1.8%*	-
War früher schon einmal hier	243	48	109	85	62	181	90	91	6	84	153	10	203	30
	44.6%	*40.7%*	*43.3%*	*48.9%*	*33.2%*	*50.6%*	*67.7%*	*40.4%*	*4.0%*	*45.9%*	*71.8%*	*37.0%*	*45.9%*	*39.5%*
Anderes, und zwar:	64	11	43	10	19	45	31	14	9	27	28	7	45	12
	11.7%	*9.3%*	*17.1%*	*5.7%*	*10.2%*	*12.6%*	*23.3%*	*6.2%*	*6.0%*	*14.8%*	*13.1%*	*25.9%*	*10.2%*	*15.8%*
- Zufall, vorbeigekommen, Erkundung der Umgebung, Durchfahrt	14	4	8	2	6	8	4	4	4	7	3	3	9	2
	2.6%	*3.4%*	*3.2%*	*1.1%*	*3.2%*	*2.2%*	*3.0%*	*1.8%*	*2.7%*	*3.8%*	*1.4%*	*11.1%*	*2.0%*	*2.6%*
- kennt man als Norddeutscher, ist bekannt	14	1	11	2	-	14	14	-	-	2	12	-	13	1
	2.6%	*0.8%*	*4.4%*	*1.1%*	-	*3.9%*	*10.5%*	-	-	*1.1%*	*5.6%*	-	*2.9%*	*1.3%*
- Eigeninitiative	10	-	8	2	7	3	1	2	-	7	3	4	4	2
	1.8%	-	*3.2%*	*1.1%*	*3.7%*	*0.8%*	*0.8%*	*0.9%*	-	*3.8%*	*1.4%*	*14.8%*	*0.9%*	*2.6%*
- wurde hier geboren	5	3	2	-	-	5	4	1	-	3	2	1	4	-
	0.9%	*2.5%*	*0.8%*	-	-	*1.4%*	*3.0%*	*0.4%*	-	*1.6%*	*0.9%*	*3.7%*	*0.9%*	-

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B3: Wie sind Sie auf diesen Ort aufmerksam geworden?

	Befragungsort: G R E E T S I E L													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
- wir wohnen/ Verwandtschaft/ Bekanntschaft wohnt in der Umgebung	5	-	3	2	2	3	2	1	-	2	3	-	3	2
	0.9%	-	*1.2%*	*1.1%*	*1.1%*	*0.8%*	*1.5%*	*0.4%*	-	*1.1%*	*1.4%*	-	*0.7%*	*2.6%*
- Prospekt/ Flyer	3	-	3	-	1	2	1	1	2	1	-	-	2	1
	0.6%	-	*1.2%*	-	*0.5%*	*0.6%*	*0.8%*	*0.4%*	*1.3%*	*0.5%*	-	-	*0.5%*	*1.3%*
- Arbeitskollegen/ durch den Beruf	2	-	2	-	-	2	1	1	1	1	-	-	2	-
	0.4%	-	*0.8%*	-	-	*0.6%*	*0.8%*	*0.4%*	*0.7%*	*0.5%*	-	-	*0.5%*	-
- andere Gäste/ Urlauber	1	-	1	-	-	1	-	1	-	1	-	-	1	-
	0.2%	-	*0.4%*	-	-	*0.3%*	-	*0.4%*	-	*0.5%*	-	-	*0.2%*	-
- Krankenkasse/ Kur/ Krankenhausaufenthalt	1	-	-	1	1	-	-	-	-	-	1	-	-	1
	0.2%	-	-	*0.6%*	*0.5%*	-	-	-	-	-	*0.5%*	-	-	*1.3%*
- Hinweisschilder, Verkehrsschilder, Veranstaltungshinweis	1	1	-	-	-	1	1	-	-	1	-	-	-	1
	0.2%	*0.8%*	-	-	-	*0.3%*	*0.8%*	-	-	*0.5%*	-	-	-	*1.3%*
- Landkarte/ Fahrradkarte	1	-	1	-	1	-	-	-	1	-	-	-	1	-
	0.2%	-	*0.4%*	-	*0.5%*	-	-	-	*0.7%*	-	-	-	*0.2%*	-
- Sonstiges	7	1	5	1	2	5	2	3	1	1	5	-	5	2
	1.3%	*0.8%*	*2.0%*	*0.6%*	*1.1%*	*1.4%*	*1.5%*	*1.3%*	*0.7%*	*0.5%*	*2.3%*	-	*1.1%*	*2.6%*
Summe der Nennungen	760	157	371	231	270	490	195	295	189	260	311	39	619	102
	139.4%	*133.1%*	*147.2%*	*132.8%*	*144.4%*	*136.9%*	*146.6%*	*131.1%*	*126.8%*	*142.1%*	*146.0%*	*144.4%*	*140.0%*	*134.2%*

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B4: Wie attraktiv finden Sie den Ort ... im Allgemeinen?

	Befragungsort: G R E E T S I E L														
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung			
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen	
Alle Befragten	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	
(1) Sehr attraktiv	364	83	163	118	125	239	78	161	99	121	144	12	305	47	
	66.8%	*70.3%*	*64.7%*	*67.8%*	*66.8%*	*66.8%*	*58.6%*	*71.6%*	*66.4%*	*66.1%*	*67.6%*	*44.4%*	*69.0%*	*61.8%*	
(2) Attraktiv	178	34	88	55	62	116	55	61	50	61	67	15	135	28	
	32.7%	*28.8%*	*34.9%*	*31.6%*	*33.2%*	*32.4%*	*41.4%*	*27.1%*	*33.6%*	*33.3%*	*31.5%*	*55.6%*	*30.5%*	*36.8%*	
(3) Weniger attraktiv	3	1	1	1	-	3	-	3	-	1	2	-	2	1	
	0.6%	*0.8%*	*0.4%*	*0.6%*	-	*0.8%*	-	*1.3%*	-	*0.5%*	*0.9%*	-	*0.5%*	*1.3%*	
(4) Nicht attraktiv	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Summe der Nennungen	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	
Top-Box (1+2)	542	117	251	173	187	355	133	222	149	182	211	27	440	75	
	99.4%	*99.2%*	*99.6%*	*99.4%*	*100.0%*	*99.2%*	*100.0%*	*98.7%*	*100.0%*	*99.5%*	*99.1%*	*100.0%*	*99.5%*	*98.7%*	
Low-Box (3+4)	3	1	1	1	-	3	-	3	-	1	2	-	2	1	
	0.6%	*0.8%*	*0.4%*	*0.6%*	-	*0.8%*	-	*1.3%*	-	*0.5%*	*0.9%*	-	*0.5%*	*1.3%*	
Mittelwert (1-4)	1.3	1.3	1.4	1.3	1.3	1.3	1.4	1.3	1.3	1.3	1.3	1.6	1.3	1.4	
Standardabweichung	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B5: Und wie attraktiv finden Sie den Hafen im Besonderen?

	Befragungsort: G R E E T S I E L														
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung			
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen	
Alle Befragten	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	
(1) Sehr attraktiv	363	78	163	121	135	228	69	159	99	122	142	15	309	39	
	66.6%	*66.1%*	*64.7%*	*69.5%*	*72.2%*	*63.7%*	*51.9%*	*70.7%*	*66.4%*	*66.7%*	*66.7%*	*55.6%*	*69.9%*	*51.3%*	
(2) Attraktiv	177	40	84	53	50	127	61	66	50	57	70	11	130	36	
	32.5%	*33.9%*	*33.3%*	*30.5%*	*26.7%*	*35.5%*	*45.9%*	*29.3%*	*33.6%*	*31.1%*	*32.9%*	*40.7%*	*29.4%*	*47.4%*	
(3) Weniger attraktiv	4	-	4	-	1	3	3	-	-	4	-	1	3	-	
	0.7%	-	*1.6%*	-	*0.5%*	*0.8%*	*2.3%*	-	-	*2.2%*	-	*3.7%*	*0.7%*	-	
(4) Nicht attraktiv	1	-	1	-	1	-	-	-	-	-	1	-	-	1	
	0.2%	-	*0.4%*	-	*0.5%*	-	-	-	-	-	*0.5%*	-	-	*1.3%*	
Summe der Nennungen	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	
Top-Box (1+2)	540	118	247	174	185	355	130	225	149	179	212	26	439	75	
	99.1%	*100.0%*	*98.0%*	*100.0%*	*98.9%*	*99.2%*	*97.7%*	*100.0%*	*100.0%*	*97.8%*	*99.5%*	*96.3%*	*99.3%*	*98.7%*	
Low-Box (3+4)	5	-	5	-	2	3	3	-	-	4	1	1	3	1	
	0.9%	-	*2.0%*	-	*1.1%*	*0.8%*	*2.3%*	-	-	*2.2%*	*0.5%*	*3.7%*	*0.7%*	*1.3%*	
Mittelwert (1-4)	1.3	1.3	1.4	1.3	1.3	1.4	1.5	1.3	1.3	1.4	1.3	1.5	1.3	1.5	
Standardabweichung	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.6	0.5	0.6	

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B6a: Warum bewerten Sie den Hafen so? Was macht diesen Hafen attraktiv?

	Befragungsort: G R E E T S I E L														
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung			
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen	
Alle Befragten	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	
Kutter (Holz-, Fisch-, Krabben-), Fischerboote	324	78	147	99	113	211	68	143	98	103	123	11	281	32	
	59.4%	*66.1%*	*58.3%*	*56.9%*	*60.4%*	*58.9%*	*51.1%*	*63.6%*	*65.8%*	*56.3%*	*57.7%*	*40.7%*	*63.6%*	*42.1%*	
Klein, übersichtlich, überschaubar, man kann zu Fuß alles erreichen/ zum Spazierengehen	73	24	29	20	27	46	13	33	27	19	27	3	62	8	
	13.4%	*20.3%*	*11.5%*	*11.5%*	*14.4%*	*12.8%*	*9.8%*	*14.7%*	*18.1%*	*10.4%*	*12.7%*	*11.1%*	*14.0%*	*10.5%*	
Sauber, gepflegt	59	11	25	23	7	52	8	44	19	19	21	2	48	9	
	10.8%	*9.3%*	*9.9%*	*13.2%*	*3.7%*	*14.5%*	*6.0%*	*19.6%*	*12.8%*	*10.4%*	*9.9%*	*7.4%*	*10.9%*	*11.8%*	
Häuschen, Häuser (alt, hübsch, schön), Häuserkulisse, Häuserzeile	51	11	26	14	12	39	15	24	13	15	23	3	41	7	
	9.4%	*9.3%*	*10.3%*	*8.0%*	*6.4%*	*10.9%*	*11.3%*	*10.7%*	*8.7%*	*8.2%*	*10.8%*	*11.1%*	*9.3%*	*9.2%*	
Atmosphäre allg., Ambiente, Flair	46	7	19	20	21	25	14	11	5	18	23	3	34	9	
	8.4%	*5.9%*	*7.5%*	*11.5%*	*11.2%*	*7.0%*	*10.5%*	*4.9%*	*3.4%*	*9.8%*	*10.8%*	*11.1%*	*7.7%*	*11.8%*	
Bänke/ Sitzgelegenheiten/ Platz zum Ausruhen/ kann am Hafen gut sitzen	46	2	17	27	21	25	4	21	17	14	15	3	36	7	
	8.4%	*1.7%*	*6.7%*	*15.5%*	*11.2%*	*7.0%*	*3.0%*	*9.3%*	*11.4%*	*7.7%*	*7.0%*	*11.1%*	*8.1%*	*9.2%*	
(viele) Schiffe	37	11	12	13	15	22	8	14	11	13	13	6	26	5	
	6.8%	*9.3%*	*4.8%*	*7.5%*	*8.0%*	*6.1%*	*6.0%*	*6.2%*	*7.4%*	*7.1%*	*6.1%*	*22.2%*	*5.9%*	*6.6%*	
Zentrale Lage im Ort, Hafen in der Stadt, Integration im Ortskern	37	7	20	10	13	24	6	18	15	9	13	1	34	2	
	6.8%	*5.9%*	*7.9%*	*5.7%*	*7.0%*	*6.7%*	*4.5%*	*8.0%*	*10.1%*	*4.9%*	*6.1%*	*3.7%*	*7.7%*	*2.6%*	
(Segel-)Boote, Yachten	33	7	17	9	10	23	8	15	12	14	7	3	27	3	
	6.1%	*5.9%*	*6.7%*	*5.2%*	*5.3%*	*6.4%*	*6.0%*	*6.7%*	*8.1%*	*7.7%*	*3.3%*	*11.1%*	*6.1%*	*3.9%*	
Ruhe, nichts los, nicht überlaufen, keine Hektik, entspannend/ Erholung	28	9	8	11	10	18	6	12	5	8	15	1	20	7	
	5.1%	*7.6%*	*3.2%*	*6.3%*	*5.3%*	*5.0%*	*4.5%*	*5.3%*	*3.4%*	*4.4%*	*7.0%*	*3.7%*	*4.5%*	*9.2%*	
Alt, historisch, ursprünglich, einfach, schlicht, nicht verbaut	28	7	12	9	11	17	9	8	8	7	13	2	19	7	
	5.1%	*5.9%*	*4.8%*	*5.2%*	*5.9%*	*4.7%*	*6.8%*	*3.6%*	*5.4%*	*3.8%*	*6.1%*	*7.4%*	*4.3%*	*9.2%*	
Schön, hübsch, niedlich	22	4	13	5	8	14	10	4	5	6	11	1	13	8	
	4.0%	*3.4%*	*5.2%*	*2.9%*	*4.3%*	*3.9%*	*7.5%*	*1.8%*	*3.4%*	*3.3%*	*5.2%*	*3.7%*	*2.9%*	*10.5%*	

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B6a: Warum bewerten Sie den Hafen so? Was macht diesen Hafen attraktiv?

	Befragungsort: G R E E T S I E L													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Idyllisch	21	5	8	8	7	14	6	8	9	5	7	1	16	4
	3.9%	*4.2%*	*3.2%*	*4.6%*	*3.7%*	*3.9%*	*4.5%*	*3.6%*	*6.0%*	*2.7%*	*3.3%*	*3.7%*	*3.6%*	*5.3%*
Gastronomie/ Restaurant/ Cafés	16	2	9	5	9	7	4	3	5	5	6	-	11	5
	2.9%	*1.7%*	*3.6%*	*2.9%*	*4.8%*	*2.0%*	*3.0%*	*1.3%*	*3.4%*	*2.7%*	*2.8%*	-	*2.5%*	*6.6%*
Geschäfte/ Läden/ Büdchen/ Einkaufsmöglich-keiten (viele, kleine, zum Stöbern)	16	4	4	8	8	8	6	2	2	7	7	-	11	5
	2.9%	*3.4%*	*1.6%*	*4.6%*	*4.3%*	*2.2%*	*4.5%*	*0.9%*	*1.3%*	*3.8%*	*3.3%*	-	*2.5%*	*6.6%*
Fisch/ Krabben (allg, kaufen)/ Fischer/ Fischerei	15	6	2	7	7	8	2	6	3	6	6	1	11	3
	2.8%	*5.1%*	*0.8%*	*4.0%*	*3.7%*	*2.2%*	*1.5%*	*2.7%*	*2.0%*	*3.3%*	*2.8%*	*3.7%*	*2.5%*	*3.9%*
Hafenanlage allg., Form des Hafens, wie der Hafen angelegt ist/ Bau des Hafens	14	2	9	3	6	8	4	4	7	2	5	-	13	1
	2.6%	*1.7%*	*3.6%*	*1.7%*	*3.2%*	*2.2%*	*3.0%*	*1.8%*	*4.7%*	*1.1%*	*2.3%*	-	*2.9%*	*1.3%*
Lebendig/ gutes Angebot/ vielseitig/ immer was los	13	3	6	4	9	4	2	2	6	3	4	-	10	3
	2.4%	*2.5%*	*2.4%*	*2.3%*	*4.8%*	*1.1%*	*1.5%*	*0.9%*	*4.0%*	*1.6%*	*1.9%*	-	*2.3%*	*3.9%*
Sieltor/ Siel	13	4	8	1	5	8	3	5	5	2	6	-	11	2
	2.4%	*3.4%*	*3.2%*	*0.6%*	*2.7%*	*2.2%*	*2.3%*	*2.2%*	*3.4%*	*1.1%*	*2.8%*	-	*2.5%*	*2.6%*
Promenade (schön, klein, nett)	11	4	5	2	5	6	3	3	2	7	2	-	8	3
	2.0%	*3.4%*	*2.0%*	*1.1%*	*2.7%*	*1.7%*	*2.3%*	*1.3%*	*1.3%*	*3.8%*	*0.9%*	-	*1.8%*	*3.9%*
Gemütlich	11	2	5	4	3	8	4	4	6	3	2	1	8	2
	2.0%	*1.7%*	*2.0%*	*2.3%*	*1.6%*	*2.2%*	*3.0%*	*1.8%*	*4.0%*	*1.6%*	*0.9%*	*3.7%*	*1.8%*	*2.6%*
(viel) Grün, Grünanlagen	9	1	5	3	2	7	3	4	5	2	2	-	7	2
	1.7%	*0.8%*	*2.0%*	*1.7%*	*1.1%*	*2.0%*	*2.3%*	*1.8%*	*3.4%*	*1.1%*	*0.9%*	-	*1.6%*	*2.6%*
Luft (frisch, gut, Seeluft, Duft)	9	-	4	5	6	3	2	1	2	3	4	1	7	1
	1.7%	-	*1.6%*	*2.9%*	*3.2%*	*0.8%*	*1.5%*	*0.4%*	*1.3%*	*1.6%*	*1.9%*	*3.7%*	*1.6%*	*1.3%*
Sportl. Aktivitäten (Fahrrad fahren, angeln, etc.), (Rad-) Gehwege (schön)	8	-	5	3	4	4	2	2	1	3	4	-	8	-
	1.5%	-	*2.0%*	*1.7%*	*2.1%*	*1.1%*	*1.5%*	*0.9%*	*0.7%*	*1.6%*	*1.9%*	-	*1.8%*	-

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B6a: Warum bewerten Sie den Hafen so? Was macht diesen Hafen attraktiv?

	Befragungsort: G R E E T S I E L														
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Beschaulich	7	1	6	-	-	7	-	7	3	3	1	-	5	2
	1.3%	*0.8%*	*2.4%*	-	-	*2.0%*	-	*3.1%*	*2.0%*	*1.6%*	*0.5%*	-	*1.1%*	*2.6%*
Die Lage (allg.)	7	4	3	-	3	4	1	3	1	3	3	-	6	1
	1.3%	*3.4%*	*1.2%*	-	*1.6%*	*1.1%*	*0.8%*	*1.3%*	*0.7%*	*1.6%*	*1.4%*	-	*1.4%*	*1.3%*
Wasser	5	1	1	3	-	5	3	2	1	2	2	-	5	-
	0.9%	*0.8%*	*0.4%*	*1.7%*	-	*1.4%*	*2.3%*	*0.9%*	*0.7%*	*1.1%*	*0.9%*	-	*1.1%*	-
Natur, naturbelassen, Klima	4	-	1	3	2	2	-	2	-	-	4	-	2	2
	0.7%	-	*0.4%*	*1.7%*	*1.1%*	*0.6%*	-	*0.9%*	-	-	*1.9%*	-	*0.5%*	*2.6%*
Möwen, (Wasser)vögel	4	2	-	2	1	3	1	2	2	-	2	-	3	1
	0.7%	*1.7%*	-	*1.1%*	*0.5%*	*0.8%*	*0.8%*	*0.9%*	*1.3%*	-	*0.9%*	-	*0.7%*	*1.3%*
Autofrei/ kaum Verkehr	3	1	-	2	-	3	2	1	-	3	-	-	2	1
	0.6%	*0.8%*	-	*1.1%*	-	*0.8%*	*1.5%*	*0.4%*	-	*1.6%*	-	-	*0.5%*	*1.3%*
Ausblick/ Aussicht/ weite Sicht	3	-	3	-	1	2	2	-	1	2	-	1	2	-
	0.6%	-	*1.2%*	-	*0.5%*	*0.6%*	*1.5%*	-	*0.7%*	*1.1%*	-	*3.7%*	*0.5%*	-
Fotomotiv (gut, schön)	2	1	-	1	-	2	2	-	-	-	2	-	-	2
	0.4%	*0.8%*	-	*0.6%*	-	*0.6%*	*1.5%*	-	-	-	*0.9%*	-	-	*2.6%*
Für Tagesausflug/ -tour/ Wochenende geeignet/ (Wohnort)Nähe/ ortsnah	2	1	1	-	-	2	2	-	-	1	1	-	2	-
	0.4%	*0.8%*	*0.4%*	-	-	*0.6%*	*1.5%*	-	-	*0.5%*	*0.5%*	-	*0.5%*	-
Schleuse/ Emssperrwerk	2	-	1	1	1	1	-	1	-	1	1	-	2	-
	0.4%	-	*0.4%*	*0.6%*	*0.5%*	*0.3%*	-	*0.4%*	-	*0.5%*	*0.5%*	-	*0.5%*	-
Deich(e)/ Damm	2	-	1	1	1	1	-	1	1	-	1	-	2	-
	0.4%	-	*0.4%*	*0.6%*	*0.5%*	*0.3%*	-	*0.4%*	*0.7%*	-	*0.5%*	-	*0.5%*	-
Gegensatz zum Heimatort/ etw. Besonderes	1	-	-	1	1	-	-	-	-	-	1	-	-	1
	0.2%	-	-	*0.6%*	*0.5%*	-	-	-	-	-	*0.5%*	-	-	*1.3%*

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B6a: Warum bewerten Sie den Hafen so? Was macht diesen Hafen attraktiv?

	Befragungsort: G R E E T S I E L													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Parken (kostenlos, gut)	1	-	1	-	-	1	1	-	-	-	1	-	1	-
	0.2%	-	*0.4%*	-	-	*0.3%*	*0.8%*	-	-	-	*0.5%*	-	*0.2%*	-
Leute (allg., nett, freundlich), freundlicher Service	1	-	1	-	1	-	-	-	-	1	-	-	-	1
	0.2%	-	*0.4%*	-	*0.5%*	-	-	-	-	*0.5%*	-	-	-	*1.3%*
Kinder-/ familienfreundlich	1	1	-	-	-	1	1	-	-	-	1	-	1	-
	0.2%	*0.8%*	-	-	-	*0.3%*	*0.8%*	-	-	-	*0.5%*	-	*0.2%*	-
Spezielle Veranstaltungen (z.B. Töpfermarkt, Flohmarkt, ...)	1	-	1	-	1	-	-	-	1	-	-	-	1	-
	0.2%	-	*0.4%*	-	*0.5%*	-	-	-	*0.7%*	-	-	-	*0.2%*	-
Meer/ Wattenmeer	1	1	-	-	-	1	-	1	-	1	-	-	1	-
	0.2%	*0.8%*	-	-	-	*0.3%*	-	*0.4%*	-	*0.5%*	-	-	*0.2%*	-
Gesamtheit, allgemein, das “Drumherum”	3	1	2	-	-	3	1	2	-	2	1	-	3	-
	0.6%	*0.8%*	*0.8%*	-	-	*0.8%*	*0.8%*	*0.9%*	-	*1.1%*	*0.5%*	-	*0.7%*	-
Sonstiges	11	2	4	5	4	7	6	1	2	3	6	-	10	1
	2.0%	*1.7%*	*1.6%*	*2.9%*	*2.1%*	*2.0%*	*4.5%*	*0.4%*	*1.3%*	*1.6%*	*2.8%*	-	*2.3%*	*1.3%*
Keine Angaben	64	12	33	19	21	43	15	28	12	24	28	7	47	10
	11.7%	*10.2%*	*13.1%*	*10.9%*	*11.2%*	*12.0%*	*11.3%*	*12.4%*	*8.1%*	*13.1%*	*13.1%*	*25.9%*	*10.6%*	*13.2%*
Summe der Nennungen	1065	239	474	351	376	689	247	442	312	339	414	51	857	157
	195.4%	*202.5%*	*188.1%*	*201.7%*	*201.1%*	*192.5%*	*185.7%*	*196.4%*	*209.4%*	*185.2%*	*194.4%*	*188.9%*	*193.9%*	*206.6%*

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B6b: Und was macht diesen Hafen weniger attraktiv als andere?

	Befragungsort: G R E E T S I E L														
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung			
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen	
Alle Befragten	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	
Schmutzig/ ungepflegt/ gammelig/ optisch nicht ansprechend/ zu viel Müll/ zu wenig Mülleimer Papierkörbe)	18	4	6	8	6	12	5	7	3	9	6	-	13	5	
	3.3%	*3.4%*	*2.4%*	*4.6%*	*3.2%*	*3.4%*	*3.8%*	*3.1%*	*2.0%*	*4.9%*	*2.8%*	-	*2.9%*	*6.6%*	
Strand/ Meeranbindung (fehlend)	16	4	8	4	8	8	4	4	3	7	6	1	9	6	
	2.9%	*3.4%*	*3.2%*	*2.3%*	*4.3%*	*2.2%*	*3.0%*	*1.8%*	*2.0%*	*3.8%*	*2.8%*	*3.7%*	*2.0%*	*7.9%*	
Schiffe, Boote, Kutter (keine/ zu wenig/ zu kleine)	10	2	6	2	3	7	5	2	3	4	3	-	6	4	
	1.8%	*1.7%*	*2.4%*	*1.1%*	*1.6%*	*2.0%*	*3.8%*	*0.9%*	*2.0%*	*2.2%*	*1.4%*	-	*1.4%*	*5.3%*	
Keine Möglichkeit (frischen) Fisch/ Krabben zu kaufen	8	1	5	2	4	4	4	-	2	2	4	-	5	3	
	1.5%	*0.8%*	*2.0%*	*1.1%*	*2.1%*	*1.1%*	*3.0%*	-	*1.3%*	*1.1%*	*1.9%*	-	*1.1%*	*3.9%*	
Zu wenig (keine) Sitzmöglichkeiten/ Bänke	7	4	1	2	3	4	2	2	1	3	3	1	3	3	
	1.3%	*3.4%*	*0.4%*	*1.1%*	*1.6%*	*1.1%*	*1.5%*	*0.9%*	*0.7%*	*1.6%*	*1.4%*	*3.7%*	*0.7%*	*3.9%*	
Gezeiten, Ebbe und Flut, Tidengewässer, wenig Wasser	7	-	5	2	1	6	4	2	-	2	5	-	7	-	
	1.3%	-	*2.0%*	*1.1%*	*0.5%*	*1.7%*	*3.0%*	*0.9%*	-	*1.1%*	*2.3%*	-	*1.6%*	-	
Tourismus/ überfüllt/ zu viele Leute	7	2	4	1	-	7	4	3	1	1	5	2	4	1	
	1.3%	*1.7%*	*1.6%*	*0.6%*	-	*2.0%*	*3.0%*	*1.3%*	*0.7%*	*0.5%*	*2.3%*	*7.4%*	*0.9%*	*1.3%*	
Zu wenig Restaurants, Geschäfte, Cafés, Stände	6	-	5	1	3	3	1	2	1	4	1	1	3	2	
	1.1%	-	*2.0%*	*0.6%*	*1.6%*	*0.8%*	*0.8%*	*0.9%*	*0.7%*	*2.2%*	*0.5%*	*3.7%*	*0.7%*	*2.6%*	
Nicht kinderfreundlich/ wenig Angebot, Spiel-möglichkeiten, -plätze für Kinder	5	4	1	-	2	3	-	3	2	2	1	-	5	-	
	0.9%	*3.4%*	*0.4%*	-	*1.1%*	*0.8%*	-	*1.3%*	*1.3%*	*1.1%*	*0.5%*	-	*1.1%*	-	
Wenig Angebot, langweilig, nichts los	5	1	2	2	1	4	2	2	1	2	2	-	3	2	
	0.9%	*0.8%*	*0.8%*	*1.1%*	*0.5%*	*1.1%*	*1.5%*	*0.9%*	*0.7%*	*1.1%*	*0.9%*	-	*0.7%*	*2.6%*	
Kleiner Hafen, zu klein	5	2	1	2	1	4	2	2	1	3	1	1	3	1	
	0.9%	*1.7%*	*0.4%*	*1.1%*	*0.5%*	*1.1%*	*1.5%*	*0.9%*	*0.7%*	*1.6%*	*0.5%*	*3.7%*	*0.7%*	*1.3%*	
Zu wenig Parkplätze	4	1	1	2	1	3	2	1	1	2	1	-	3	1	
	0.7%	*0.8%*	*0.4%*	*1.1%*	*0.5%*	*0.8%*	*1.5%*	*0.4%*	*0.7%*	*1.1%*	*0.5%*	-	*0.7%*	*1.3%*	

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B6b: Und was macht diesen Hafen weniger attraktiv als andere?

	Befragungsort: G R E E T S I E L														
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung			
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen	
Alle Befragten	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	
Fahrradfahrer	4	1	2	1	2	2	1	1	1	2	1	-	4	-	
	0.7%	*0.8%*	*0.8%*	*0.6%*	*1.1%*	*0.6%*	*0.8%*	*0.4%*	*0.7%*	*1.1%*	*0.5%*	-	*0.9%*	-	
Parkplätze (allg.)	4	1	2	1	-	4	1	3	-	2	2	-	3	1	
	0.7%	*0.8%*	*0.8%*	*0.6%*	-	*1.1%*	*0.8%*	*1.3%*	-	*1.1%*	*0.9%*	-	*0.7%*	*1.3%*	
Mangelnde Info/ Beschilderung	3	-	2	1	-	3	-	3	1	2	-	-	3	-	
	0.6%	-	*0.8%*	*0.6%*	-	*0.8%*	-	*1.3%*	*0.7%*	*1.1%*	-	-	*0.7%*	-	
Keine (maritime) Atmosphäre, sieht nicht nach Hafen aus, ist kein Hafen	3	1	2	-	-	3	2	1	-	2	1	-	3	-	
	0.6%	*0.8%*	*0.8%*	-	-	*0.8%*	*1.5%*	*0.4%*	-	*1.1%*	*0.5%*	-	*0.7%*	-	
Zu viele parkende Autos, zu viel Verkehr	3	1	1	1	1	2	-	2	2	1	-	-	3	-	
	0.6%	*0.8%*	*0.4%*	*0.6%*	*0.5%*	*0.6%*	-	*0.9%*	*1.3%*	*0.5%*	-	-	*0.7%*	-	
Zu hohes Preisniveau/ zu teuer	3	-	1	2	-	3	-	3	1	1	1	-	2	1	
	0.6%	-	*0.4%*	*1.1%*	-	*0.8%*	-	*1.3%*	*0.7%*	*0.5%*	*0.5%*	-	*0.5%*	*1.3%*	
Schiffverbindung (eingeschränkt)	1	1	-	-	-	1	1	-	-	-	1	-	1	-	
	0.2%	*0.8%*	-	-	-	*0.3%*	*0.8%*	-	-	-	*0.5%*	-	*0.2%*	-	
Mangelnde Öffnungszeiten	1	-	1	-	1	-	-	-	-	-	1	-	1	-	
	0.2%	-	*0.4%*	-	*0.5%*	-	-	-	-	-	*0.5%*	-	*0.2%*	-	
Nicht behindertengerecht/ -freundlich	1	-	1	-	-	1	1	-	-	1	-	-	-	1	
	0.2%	-	*0.4%*	-	-	*0.3%*	*0.8%*	-	-	*0.5%*	-	-	-	*1.3%*	
Wasser (dreckig, schmutzig, verschlickt)	1	-	1	-	-	1	1	-	-	1	-	1	-	-	
	0.2%	-	*0.4%*	-	-	*0.3%*	*0.8%*	-	-	*0.5%*	-	*3.7%*	-	-	
Eintritt am Strand	1	-	-	1	-	1	-	1	-	-	1	-	1	-	
	0.2%	-	-	*0.6%*	-	*0.3%*	-	*0.4%*	-	-	*0.5%*	-	*0.2%*	-	
Zu wenig Toiletten/ fehlende sanitäre Einrichtungen	1	-	-	1	1	-	-	-	-	1	-	-	1	-	
	0.2%	-	-	*0.6%*	*0.5%*	-	-	-	-	*0.5%*	-	-	*0.2%*	-	

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B6b: Und was macht diesen Hafen weniger attraktiv als andere?

	Befragungsort: G R E E T S I E L													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Fähre (zu voll mit Fahrrädern)	1	-	1	-	-	1	-	1	-	-	1	-	1	-
	0.2%	-	*0.4%*	-	-	*0.3%*	-	*0.4%*	-	-	*0.5%*	-	*0.2%*	-
Sonstiges	11	2	6	3	5	6	-	6	4	4	3	-	10	1
	2.0%	*1.7%*	*2.4%*	*1.7%*	*2.7%*	*1.7%*	-	*2.7%*	*2.7%*	*2.2%*	*1.4%*	-	*2.3%*	*1.3%*
Keine Angaben	440	93	202	144	148	292	103	189	125	138	177	21	365	54
	80.7%	*78.8%*	*80.2%*	*82.8%*	*79.1%*	*81.6%*	*77.4%*	*84.0%*	*83.9%*	*75.4%*	*83.1%*	*77.8%*	*82.6%*	*71.1%*
Summe der Nennungen	576	125	267	183	191	385	145	240	153	196	227	28	462	86
	105.7%	*105.9%*	*106.0%*	*105.2%*	*102.1%*	*107.5%*	*109.0%*	*106.7%*	*102.7%*	*107.1%*	*106.6%*	*103.7%*	*104.5%*	*113.2%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B7: Welche der folgenden Punkte gehören für Sie generell zu einem attraktiven Hafen dazu?

	Befragungsort: G R E E T S I E L													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Die Möglichkeit, Fisch oder Krabben direkt vom Kutter kaufen zu können	277	62	126	88	96	181	82	99	60	95	122	15	214	48
	50.8%	*52.5%*	*50.0%*	*50.6%*	*51.3%*	*50.6%*	*61.7%*	*44.0%*	*40.3%*	*51.9%*	*57.3%*	*55.6%*	*48.4%*	*63.2%*
Die Möglichkeit, Fisch oder Krabben fangfrisch im Hafen kaufen zu können	316	74	151	90	111	205	74	131	79	113	124	15	260	41
	58.0%	*62.7%*	*59.9%*	*51.7%*	*59.4%*	*57.3%*	*55.6%*	*58.2%*	*53.0%*	*61.7%*	*58.2%*	*55.6%*	*58.8%*	*53.9%*
Mit einem Fischkutter mitzufahren	298	80	143	75	107	191	70	121	91	100	107	15	237	46
	54.7%	*67.8%*	*56.7%*	*43.1%*	*57.2%*	*53.4%*	*52.6%*	*53.8%*	*61.1%*	*54.6%*	*50.2%*	*55.6%*	*53.6%*	*60.5%*
Einen Kutter und die Fangtechnik erklärt bekommen	238	52	114	71	82	156	66	90	65	81	92	20	184	34
	43.7%	*44.1%*	*45.2%*	*40.8%*	*43.9%*	*43.6%*	*49.6%*	*40.0%*	*43.6%*	*44.3%*	*43.2%*	*74.1%*	*41.6%*	*44.7%*
Ein Fischereimuseum zu besuchen	135	17	63	54	50	85	38	47	28	44	63	12	99	24
	24.8%	*14.4%*	*25.0%*	*31.0%*	*26.7%*	*23.7%*	*28.6%*	*20.9%*	*18.8%*	*24.0%*	*29.6%*	*44.4%*	*22.4%*	*31.6%*
Ein belebter Hafen, wo etwas los ist	382	77	178	126	132	250	84	166	105	128	149	13	322	47
	70.1%	*65.3%*	*70.6%*	*72.4%*	*70.6%*	*69.8%*	*63.2%*	*73.8%*	*70.5%*	*69.9%*	*70.0%*	*48.1%*	*72.9%*	*61.8%*
Historische Kutter oder Museumskutter	375	77	176	121	119	256	82	174	107	121	147	16	313	46
	68.8%	*65.3%*	*69.8%*	*69.5%*	*63.6%*	*71.5%*	*61.7%*	*77.3%*	*71.8%*	*66.1%*	*69.0%*	*59.3%*	*70.8%*	*60.5%*
Gewerbliche Kutter mit echtem Fischereibetrieb	385	77	183	124	125	260	90	170	106	119	160	19	317	49
	70.6%	*65.3%*	*72.6%*	*71.3%*	*66.8%*	*72.6%*	*67.7%*	*75.6%*	*71.1%*	*65.0%*	*75.1%*	*70.4%*	*71.7%*	*64.5%*
Segelboote und andere Sportboote	141	26	70	45	51	90	40	50	41	39	61	5	116	20
	25.9%	*22.0%*	*27.8%*	*25.9%*	*27.3%*	*25.1%*	*30.1%*	*22.2%*	*27.5%*	*21.3%*	*28.6%*	*18.5%*	*26.2%*	*26.3%*
Ein Seenotrettungskreuzer	115	15	57	43	45	70	31	39	35	41	39	10	87	18
	21.1%	*12.7%*	*22.6%*	*24.7%*	*24.1%*	*19.6%*	*23.3%*	*17.3%*	*23.5%*	*22.4%*	*18.3%*	*37.0%*	*19.7%*	*23.7%*
Hafenfeste	269	66	133	70	91	178	67	111	79	90	100	16	212	41
	49.4%	*55.9%*	*52.8%*	*40.2%*	*48.7%*	*49.7%*	*50.4%*	*49.3%*	*53.0%*	*49.2%*	*46.9%*	*59.3%*	*48.0%*	*53.9%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B7: Welche der folgenden Punkte gehören für Sie generell zu einem attraktiven Hafen dazu?

	Befragungsort: G R E E T S I E L													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Anderes, und zwar:	49	10	22	17	13	36	14	22	7	16	26	3	38	8
	9.0%	*8.5%*	*8.7%*	*9.8%*	*7.0%*	*10.1%*	*10.5%*	*9.8%*	*4.7%*	*8.7%*	*12.2%*	*11.1%*	*8.6%*	*10.5%*
- Kinderspielplatz, familienfreundlich	4	3	1	-	1	3	1	2	-	1	3	-	4	-
	0.7%	*2.5%*	*0.4%*	-	*0.5%*	*0.8%*	*0.8%*	*0.9%*	-	*0.5%*	*1.4%*	-	*0.9%*	-
- Infotafeln, Infopunkt, Hinweise, Schautafeln	4	1	2	1	-	4	1	3	1	2	1	-	3	1
	0.7%	*0.8%*	*0.8%*	*0.6%*	-	*1.1%*	*0.8%*	*1.3%*	*0.7%*	*1.1%*	*0.5%*	-	*0.7%*	*1.3%*
- Musik, (Platz-, Hafen-)Konzerte	2	-	-	2	1	1	-	1	-	-	2	-	1	1
	0.4%	-	-	*1.1%*	*0.5%*	*0.3%*	-	*0.4%*	-	-	*0.9%*	-	*0.2%*	*1.3%*
- Sitzgelegenheiten (mehr)	2	-	-	2	-	2	-	2	-	2	-	-	2	-
	0.4%	-	-	*1.1%*	-	*0.6%*	-	*0.9%*	-	*1.1%*	-	-	*0.5%*	-
- Hafenrundfahrt	2	-	1	1	1	1	-	1	1	1	-	-	1	1
	0.4%	-	*0.4%*	*0.6%*	*0.5%*	*0.3%*	-	*0.4%*	*0.7%*	*0.5%*	-	-	*0.2%*	*1.3%*
- Toiletten (mehr)	1	-	1	-	1	-	-	-	-	-	1	1	-	-
	0.2%	-	*0.4%*	-	*0.5%*	-	-	-	-	-	*0.5%*	*3.7%*	-	-
- Gastronomie (gut, maritim, bezahlbar)	1	-	-	1	-	1	-	1	-	-	1	-	-	1
	0.2%	-	-	*0.6%*	-	*0.3%*	-	*0.4%*	-	-	*0.5%*	-	-	*1.3%*
- Gastronomie mit Hafenblick	1	1	-	-	1	-	-	-	1	-	-	-	1	-
	0.2%	*0.8%*	-	-	*0.5%*	-	-	-	*0.7%*	-	-	-	*0.2%*	-
- Cafe	1	1	-	-	-	1	-	1	-	-	1	-	1	-
	0.2%	*0.8%*	-	-	-	*0.3%*	-	*0.4%*	-	-	*0.5%*	-	*0.2%*	-
- Sonstiges	32	4	16	12	8	24	11	13	4	9	19	3	24	5
	5.9%	*3.4%*	*6.3%*	*6.9%*	*4.3%*	*6.7%*	*8.3%*	*5.8%*	*2.7%*	*4.9%*	*8.9%*	*11.1%*	*5.4%*	*6.6%*
Summe der Nennungen	2981	633	1415	926	1022	1959	737	1222	803	986	1192	160	2398	423
	547.0%	*536.4%*	*561.5%*	*532.2%*	*546.5%*	*547.2%*	*554.1%*	*543.1%*	*538.9%*	*538.8%*	*559.6%*	*592.6%*	*542.5%*	*556.6%*

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B8: Wären Sie heute auch hierher gekommen, wenn im Hafen keine gewerblichen Kutter mit echtem Fischereibetrieb wären?

	Befragungsort: G R E E T S I E L														
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung			
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen	
Alle Befragten	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	
Ja	379	90	173	116	132	247	83	164	114	130	135	11	318	50	
	69.5%	*76.3%*	*68.7%*	*66.7%*	*70.6%*	*69.0%*	*62.4%*	*72.9%*	*76.5%*	*71.0%*	*63.4%*	*40.7%*	*71.9%*	*65.8%*	
Nein	158	25	76	56	51	107	50	57	31	49	78	16	117	25	
	29.0%	*21.2%*	*30.2%*	*32.2%*	*27.3%*	*29.9%*	*37.6%*	*25.3%*	*20.8%*	*26.8%*	*36.6%*	*59.3%*	*26.5%*	*32.9%*	
Weiß nicht	8	3	3	2	4	4	-	4	4	4	-	-	7	1	
	1.5%	*2.5%*	*1.2%*	*1.1%*	*2.1%*	*1.1%*	-	*1.8%*	*2.7%*	*2.2%*	-	-	*1.6%*	*1.3%*	
Summe der Nennungen	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage C1: Wie alt sind Sie?

	Befragungsort: G R E E T S I E L														
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung			
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen	
Alle Befragten	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	
Bis 29 Jahre	29	29	-	-	7	22	7	15	11	10	8	1	21	7	
	5.3%	*24.6%*	-	-	*3.7%*	*6.1%*	*5.3%*	*6.7%*	*7.4%*	*5.5%*	*3.8%*	*3.7%*	*4.8%*	*9.2%*	
30-39 Jahre	89	89	-	-	30	59	18	41	39	31	19	2	75	12	
	16.3%	*75.4%*	-	-	*16.0%*	*16.5%*	*13.5%*	*18.2%*	*26.2%*	*16.9%*	*8.9%*	*7.4%*	*17.0%*	*15.8%*	
40-49 Jahre	112	-	112	-	33	79	33	46	29	36	47	6	88	18	
	20.6%	-	*44.4%*	-	*17.6%*	*22.1%*	*24.8%*	*20.4%*	*19.5%*	*19.7%*	*22.1%*	*22.2%*	*19.9%*	*23.7%*	
50-59 Jahre	140	-	140	-	55	85	36	49	38	50	52	10	116	14	
	25.7%	-	*55.6%*	-	*29.4%*	*23.7%*	*27.1%*	*21.8%*	*25.5%*	*27.3%*	*24.4%*	*37.0%*	*26.2%*	*18.4%*	
60-69 Jahre	121	-	-	121	42	79	27	52	23	36	62	6	96	19	
	22.2%	-	-	*69.5%*	*22.5%*	*22.1%*	*20.3%*	*23.1%*	*15.4%*	*19.7%*	*29.1%*	*22.2%*	*21.7%*	*25.0%*	
70 Jahre und älter	53	-	-	53	20	33	12	21	9	20	24	2	45	6	
	9.7%	-	-	*30.5%*	*10.7%*	*9.2%*	*9.0%*	*9.3%*	*6.0%*	*10.9%*	*11.3%*	*7.4%*	*10.2%*	*7.9%*	
Keine Angaben	1	-	-	-	-	1	-	1	-	-	1	-	1	-	
	0.2%	-	-	-	-	*0.3%*	-	*0.4%*	-	-	*0.5%*	-	*0.2%*	-	
Summe der Nennungen	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	
Mittelwert	51.9	32.4	50.1	67.6	53.0	51.2	51.3	51.2	48.0	51.8	54.7	53.6	52.0	50.4	
Standardabweichung	13.8	4.8	5.6	4.9	13.6	13.9	13.0	14.4	14.3	13.7	12.9	11.8	13.6	15.4	

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage C2: Sie sind ...

	Befragungsort: G R E E T S I E L													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Männlich	307	60	146	101	108	199	83	116	82	97	128	11	256	40
	56.3%	*50.8%*	*57.9%*	*58.0%*	*57.8%*	*55.6%*	*62.4%*	*51.6%*	*55.0%*	*53.0%*	*60.1%*	*40.7%*	*57.9%*	*52.6%*
Weiblich	238	58	106	73	79	159	50	109	67	86	85	16	186	36
	43.7%	*49.2%*	*42.1%*	*42.0%*	*42.2%*	*44.4%*	*37.6%*	*48.4%*	*45.0%*	*47.0%*	*39.9%*	*59.3%*	*42.1%*	*47.4%*
Summe der Nennungen	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage C3: Wie viele Personen leben insgesamt in Ihrem Haushalt, Sie selbst mitgezählt?

	Befragungsort: G R E E T S I E L													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Haushalt ohne Kinder	377	41	163	172	133	244	95	149	90	124	163	18	302	57
	69.2%	*34.7%*	*64.7%*	*98.9%*	*71.1%*	*68.2%*	*71.4%*	*66.2%*	*60.4%*	*67.8%*	*76.5%*	*66.7%*	*68.3%*	*75.0%*
Haushalt nur mit großen Kindern (6-17)	89	18	69	2	25	64	26	38	28	31	30	6	73	10
	16.3%	*15.3%*	*27.4%*	*1.1%*	*13.4%*	*17.9%*	*19.5%*	*16.9%*	*18.8%*	*16.9%*	*14.1%*	*22.2%*	*16.5%*	*13.2%*
Hauhalt nur mit kleinen Kindern (0-5)	48	40	8	-	20	28	3	25	19	18	11	-	44	4
	8.8%	*33.9%*	*3.2%*	-	*10.7%*	*7.8%*	*2.3%*	*11.1%*	*12.8%*	*9.8%*	*5.2%*	-	*10.0%*	*5.3%*
Haushalt mit großen und kleinen Kindern	31	19	12	-	9	22	9	13	12	10	9	3	23	5
	5.7%	*16.1%*	*4.8%*	-	*4.8%*	*6.1%*	*6.8%*	*5.8%*	*8.1%*	*5.5%*	*4.2%*	*11.1%*	*5.2%*	*6.6%*
Mittelwert (Anzahl Personen im HH insgesamt)	2.6	3.1	2.8	2.0	2.6	2.6	2.5	2.6	2.8	2.6	2.4	2.6	2.6	2.4
Standardabweichung	1.1	1.1	1.2	0.5	1.1	1.1	1.3	0.9	1.1	1.1	1.0	1.6	1.0	1.1
Summe der Nennungen	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage C4: Wie hoch ist Ihr monatliches Haushaltsnettoeinkommen? Bitte sagen Sie mir den passenden Buchstaben auf dieser Liste.

	Befragungsort: G R E E T S I E L														
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung			
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen	
Alle Befragten	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	
(F) Bis 1.499 Euro	75	15	20	40	24	51	26	25	17	24	34	1	57	17	
	13.8%	*12.7%*	*7.9%*	*23.0%*	*12.8%*	*14.2%*	*19.5%*	*11.1%*	*11.4%*	*13.1%*	*16.0%*	*3.7%*	*12.9%*	*22.4%*	
(A) 1.500 - 2.499 Euro	225	57	101	67	76	149	42	107	59	76	90	5	198	22	
	41.3%	*48.3%*	*40.1%*	*38.5%*	*40.6%*	*41.6%*	*31.6%*	*47.6%*	*39.6%*	*41.5%*	*42.3%*	*18.5%*	*44.8%*	*28.9%*	
(D) 2.500 Euro und mehr	99	27	56	16	40	59	21	38	35	35	29	5	79	15	
	18.2%	*22.9%*	*22.2%*	*9.2%*	*21.4%*	*16.5%*	*15.8%*	*16.9%*	*23.5%*	*19.1%*	*13.6%*	*18.5%*	*17.9%*	*19.7%*	
Keine Angaben	146	19	75	51	47	99	44	55	38	48	60	16	108	22	
	26.8%	*16.1%*	*29.8%*	*29.3%*	*25.1%*	*27.7%*	*33.1%*	*24.4%*	*25.5%*	*26.2%*	*28.2%*	*59.3%*	*24.4%*	*28.9%*	
Summe der Nennungen	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage D1: Befragungsmonat

	Befragungsort: G R E E T S I E L														
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung			
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen	
Alle Befragten	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	
April	72	14	27	31	29	43	29	14	10	28	34	4	52	16	
	13.2%	*11.9%*	*10.7%*	*17.8%*	*15.5%*	*12.0%*	*21.8%*	*6.2%*	*6.7%*	*15.3%*	*16.0%*	*14.8%*	*11.8%*	*21.1%*	
Mai	69	14	31	23	24	45	27	18	15	25	29	2	50	17	
	12.7%	*11.9%*	*12.3%*	*13.2%*	*12.8%*	*12.6%*	*20.3%*	*8.0%*	*10.1%*	*13.7%*	*13.6%*	*7.4%*	*11.3%*	*22.4%*	
Juni	74	19	28	27	33	41	13	28	19	27	28	4	57	13	
	13.6%	*16.1%*	*11.1%*	*15.5%*	*17.6%*	*11.5%*	*9.8%*	*12.4%*	*12.8%*	*14.8%*	*13.1%*	*14.8%*	*12.9%*	*17.1%*	
Juli	95	24	46	25	38	57	23	34	26	33	36	6	73	16	
	17.4%	*20.3%*	*18.3%*	*14.4%*	*20.3%*	*15.9%*	*17.3%*	*15.1%*	*17.4%*	*18.0%*	*16.9%*	*22.2%*	*16.5%*	*21.1%*	
August	85	14	48	23	30	55	18	37	25	27	33	8	68	9	
	15.6%	*11.9%*	*19.0%*	*13.2%*	*16.0%*	*15.4%*	*13.5%*	*16.4%*	*16.8%*	*14.8%*	*15.5%*	*29.6%*	*15.4%*	*11.8%*	
Oktober	82	17	37	28	19	63	10	53	30	26	26	2	76	4	
	15.0%	*14.4%*	*14.7%*	*16.1%*	*10.2%*	*17.6%*	*7.5%*	*23.6%*	*20.1%*	*14.2%*	*12.2%*	*7.4%*	*17.2%*	*5.3%*	
November	68	16	35	17	14	54	13	41	24	17	27	1	66	1	
	12.5%	*13.6%*	*13.9%*	*9.8%*	*7.5%*	*15.1%*	*9.8%*	*18.2%*	*16.1%*	*9.3%*	*12.7%*	*3.7%*	*14.9%*	*1.3%*	
Summe der Nennungen	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage D2: Wetter

	Befragungsort: G R E E T S I E L													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Warm (> 20 Grad) und Boden und Luft trocken	275	56	128	90	92	183	85	98	67	94	114	14	210	51
	50.5%	*47.5%*	*50.8%*	*51.7%*	*49.2%*	*51.1%*	*63.9%*	*43.6%*	*45.0%*	*51.4%*	*53.5%*	*51.9%*	*47.5%*	*67.1%*
Warm (> 20 Grad) und Boden oder Luft nass	20	3	13	4	7	13	5	8	5	7	8	3	14	3
	3.7%	*2.5%*	*5.2%*	*2.3%*	*3.7%*	*3.6%*	*3.8%*	*3.6%*	*3.4%*	*3.8%*	*3.8%*	*11.1%*	*3.2%*	*3.9%*
Kalt (bis 20 Grad) und Boden und Luft trocken	203	45	86	72	78	125	34	91	58	67	78	9	175	19
	37.2%	*38.1%*	*34.1%*	*41.4%*	*41.7%*	*34.9%*	*25.6%*	*40.4%*	*38.9%*	*36.6%*	*36.6%*	*33.3%*	*39.6%*	*25.0%*
Kalt (bis 20 Grad) und Boden oder Luft nass	47	14	25	8	10	37	9	28	19	15	13	1	43	3
	8.6%	*11.9%*	*9.9%*	*4.6%*	*5.3%*	*10.3%*	*6.8%*	*12.4%*	*12.8%*	*8.2%*	*6.1%*	*3.7%*	*9.7%*	*3.9%*
Summe der Nennungen	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage D3: Anzahl Sportboote im Hafen:

	Befragungsort: G R E E T S I E L													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Kein Boot	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1 - 5 Boote	1	-	1	-	1	-	-	-	1	-	-	-	-	1
	0.2%	-	*0.4%*	-	*0.5%*	-	-	-	*0.7%*	-	-	-	-	*1.3%*
6 - 10 Boote	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
11 - 15 Boote	17	4	8	5	5	12	5	7	4	9	4	-	12	5
	3.1%	*3.4%*	*3.2%*	*2.9%*	*2.7%*	*3.4%*	*3.8%*	*3.1%*	*2.7%*	*4.9%*	*1.9%*	-	*2.7%*	*6.6%*
16 - 20 Boote	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
21 Boote und mehr	527	114	243	169	181	346	128	218	144	174	209	27	430	70
	96.7%	*96.6%*	*96.4%*	*97.1%*	*96.8%*	*96.6%*	*96.2%*	*96.9%*	*96.6%*	*95.1%*	*98.1%*	*100.0%*	*97.3%*	*92.1%*
Mittelwert	42.5	39.8	44.3	41.8	41.1	43.3	42.2	43.9	42.4	42.6	42.6	57.1	42.3	38.7
Standardabweichung	17.7	15.8	18.4	17.8	17.6	17.8	17.5	18.0	17.9	18.4	17.1	20.5	17.4	16.5
Summe der Nennungen	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage D4: Anzahl Museums-/ Traditions-Kutter im Hafen:

	Befragungsort: G R E E T S I E L													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Kein Kutter	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1 - 5 Kutter	537	118	247	171	183	354	131	223	146	181	210	26	436	75
	98.5%	*100.0%*	*98.0%*	*98.3%*	*97.9%*	*98.9%*	*98.5%*	*99.1%*	*98.0%*	*98.9%*	*98.6%*	*96.3%*	*98.6%*	*98.7%*
6 - 10 Kutter	7	-	4	3	3	4	2	2	2	2	3	1	5	1
	1.3%	-	*1.6%*	*1.7%*	*1.6%*	*1.1%*	*1.5%*	*0.9%*	*1.3%*	*1.1%*	*1.4%*	*3.7%*	*1.1%*	*1.3%*
11 - 15 Kutter	1	-	1	-	1	-	-	-	1	-	-	-	1	-
	0.2%	-	*0.4%*	-	*0.5%*	-	-	-	*0.7%*	-	-	-	*0.2%*	-
16 - 20 Kutter	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
21 Kutter und mehr	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mittelwert	2.0	1.8	2.1	1.9	2.0	2.0	2.1	1.8	1.9	2.0	1.9	2.8	1.9	2.2
Standardabweichung	1.2	0.9	1.3	1.1	1.3	1.1	1.1	1.1	1.4	1.1	1.1	1.2	1.2	1.1
Summe der Nennungen	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage D5: Anzahl aktiver Kutter (=gewerbliche Kutter mit echtem Fischereibetrieb) im Hafen:

	Befragungsort: G R E E T S I E L														
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung			
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen	
Alle Befragten	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	
Kein Kutter	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
1 - 5 Kutter	3	1	2	-	1	2	2	-	1	1	1	-	2	1	
	0.6%	*0.8%*	*0.8%*	-	*0.5%*	*0.6%*	*1.5%*	-	*0.7%*	*0.5%*	*0.5%*	-	*0.5%*	*1.3%*	
6 - 10 Kutter	38	7	16	15	11	27	7	20	13	15	10	3	26	9	
	7.0%	*5.9%*	*6.3%*	*8.6%*	*5.9%*	*7.5%*	*5.3%*	*8.9%*	*8.7%*	*8.2%*	*4.7%*	*11.1%*	*5.9%*	*11.8%*	
11 - 15 Kutter	219	48	100	70	82	137	44	93	58	79	82	7	187	25	
	40.2%	*40.7%*	*39.7%*	*40.2%*	*43.9%*	*38.3%*	*33.1%*	*41.3%*	*38.9%*	*43.2%*	*38.5%*	*25.9%*	*42.3%*	*32.9%*	
16 - 20 Kutter	215	45	103	67	69	146	63	83	54	68	93	13	169	33	
	39.4%	*38.1%*	*40.9%*	*38.5%*	*36.9%*	*40.8%*	*47.4%*	*36.9%*	*36.2%*	*37.2%*	*43.7%*	*48.1%*	*38.2%*	*43.4%*	
21 Kutter und mehr	70	17	31	22	24	46	17	29	23	20	27	4	58	8	
	12.8%	*14.4%*	*12.3%*	*12.6%*	*12.8%*	*12.8%*	*12.8%*	*12.9%*	*15.4%*	*10.9%*	*12.7%*	*14.8%*	*13.1%*	*10.5%*	
Mittelwert	16.1	16.1	16.0	16.1	16.1	16.0	16.3	15.9	16.0	15.8	16.3	16.8	16.1	15.5	
Standardabweichung	4.0	4.1	3.8	4.2	4.0	4.0	4.0	4.0	3.9	4.3	3.8	4.7	3.9	4.2	
Summe der Nennungen	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage D6: Besucherfrequenz am Standort

	Befragungsort: G R E E T S I E L													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Sehr belebt (mehr als 30 Passanten am Standort)	64	17	26	21	18	46	24	22	15	24	25	6	42	16
	11.7%	*14.4%*	*10.3%*	*12.1%*	*9.6%*	*12.8%*	*18.0%*	*9.8%*	*10.1%*	*13.1%*	*11.7%*	*22.2%*	*9.5%*	*21.1%*
Mittelmäßig belebt (10-29 Passanten am Standort)	291	58	141	91	97	194	83	111	67	103	121	11	238	42
	53.4%	*49.2%*	*56.0%*	*52.3%*	*51.9%*	*54.2%*	*62.4%*	*49.3%*	*45.0%*	*56.3%*	*56.8%*	*40.7%*	*53.8%*	*55.3%*
Wenig belebt (weniger als 10 Passante am Standort)	190	43	85	62	72	118	26	92	67	56	67	10	162	18
	34.9%	*36.4%*	*33.7%*	*35.6%*	*38.5%*	*33.0%*	*19.5%*	*40.9%*	*45.0%*	*30.6%*	*31.5%*	*37.0%*	*36.7%*	*23.7%*
Summe der Nennungen	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Kopf 2 - G R E E T S I E L

	Befragungsort: G R E E T S I E L													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Altersgruppe														
Bis 39 Jahre	118	118	-	-	37	81	25	56	50	41	27	3	96	19
	21.7%	*100.0%*	-	-	*19.8%*	*22.6%*	*18.8%*	*24.9%*	*33.6%*	*22.4%*	*12.7%*	*11.1%*	*21.7%*	*25.0%*
40-59 Jahre	252	-	252	-	88	164	69	95	67	86	99	16	204	32
	46.2%	-	*100.0%*	-	*47.1%*	*45.8%*	*51.9%*	*42.2%*	*45.0%*	*47.0%*	*46.5%*	*59.3%*	*46.2%*	*42.1%*
60 Jahre und älter	174	-	-	174	62	112	39	73	32	56	86	8	141	25
	31.9%	-	-	*100.0%*	*33.2%*	*31.3%*	*29.3%*	*32.4%*	*21.5%*	*30.6%*	*40.4%*	*29.6%*	*31.9%*	*32.9%*
Übernachtungsgäste	187	37	88	62	187	-	-	-	57	72	58	11	150	26
	34.3%	*31.4%*	*34.9%*	*35.6%*	*100.0%*	-	-	-	*38.3%*	*39.3%*	*27.2%*	*40.7%*	*33.9%*	*34.2%*
Tagesgäste														
Gesamt	358	81	164	112	-	358	133	225	92	111	155	16	292	50
	65.7%	*68.6%*	*65.1%*	*64.4%*	-	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*61.7%*	*60.7%*	*72.8%*	*59.3%*	*66.1%*	*65.8%*
Tagesgäste vom Wohnort	133	25	69	39	-	133	133	-	10	32	91	7	93	33
	24.4%	*21.2%*	*27.4%*	*22.4%*	-	*37.2%*	*100.0%*	-	*6.7%*	*17.5%*	*42.7%*	*25.9%*	*21.0%*	*43.4%*
Tagesgäste vom Urlaubsort	225	56	95	73	-	225	-	225	82	79	64	9	199	17
	41.3%	*47.5%*	*37.7%*	*42.0%*	-	*62.8%*	-	*100.0%*	*55.0%*	*43.2%*	*30.0%*	*33.3%*	*45.0%*	*22.4%*

© *2009 N.I.T.*

	Befragungsort: G R E E T S I E L													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	545	118	252	174	187	358	133	225	149	183	213	27	442	76
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Bindung														
Erstbesucher	149	50	67	32	57	92	10	82	149	-	-	4	126	19
	27.3%	*42.4%*	*26.6%*	*18.4%*	*30.5%*	*25.7%*	*7.5%*	*36.4%*	*100.0%*	-	-	*14.8%*	*28.5%*	*25.0%*
2.-5. Besuch	183	41	86	56	72	111	32	79	-	183	-	13	149	21
	33.6%	*34.7%*	*34.1%*	*32.2%*	*38.5%*	*31.0%*	*24.1%*	*35.1%*	-	*100.0%*	-	*48.1%*	*33.7%*	*27.6%*
Stammgast (6. Besuch und mehr)	213	27	99	86	58	155	91	64	-	-	213	10	167	36
	39.1%	*22.9%*	*39.3%*	*49.4%*	*31.0%*	*43.3%*	*68.4%*	*28.4%*	-	-	*100.0%*	*37.0%*	*37.8%*	*47.4%*
Hafenbedeutung														
Nur wegen des Hafens gekommen	27	3	16	8	11	16	7	9	4	13	10	27	-	-
	5.0%	*2.5%*	*6.3%*	*4.6%*	*5.9%*	*4.5%*	*5.3%*	*4.0%*	*2.7%*	*7.1%*	*4.7%*	*100.0%*	-	-
Auch wegen des Hafens gekommen	442	96	204	141	150	292	93	199	126	149	167	-	442	-
	81.1%	*81.4%*	*81.0%*	*81.0%*	*80.2%*	*81.6%*	*69.9%*	*88.4%*	*84.6%*	*81.4%*	*78.4%*	-	*100.0%*	-
Nicht wegen des Hafens gekommen	76	19	32	25	26	50	33	17	19	21	36	-	-	76
	13.9%	*16.1%*	*12.7%*	*14.4%*	*13.9%*	*14.0%*	*24.8%*	*7.6%*	*12.8%*	*11.5%*	*16.9%*	-	-	*100.0%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A1: Sind Sie als Übernachtungsgast in ... (Ort) oder machen Sie hier einen Tagesbesuch?

	Befragungsort: D A N G A S T													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Übernachtungsgast (auch Inhaber von Zweitwohnungen)	229	48	125	56	229	-	-	-	77	41	111	29	134	66
	40.0%	*40.3%*	*41.0%*	*37.8%*	*100.0%*	-	-	-	*59.2%*	*56.9%*	*30.0%*	*63.0%*	*39.9%*	*34.7%*
Tagesbesucher	343	71	180	92	-	343	302	41	53	31	259	17	202	124
	60.0%	*59.7%*	*59.0%*	*62.2%*	-	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*40.8%*	*43.1%*	*70.0%*	*37.0%*	*60.1%*	*65.3%*
Summe der Nennungen	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A2: Wo übernachten Sie hier?

	Befragungsort: D A N G A S T														
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung			
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen	
Alle Übernachtungsgäste	229	48	125	56	229	-	-	-	77	41	111	29	134	66	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	-	-	-	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	
Hotel, Pension, Gasthof	45	11	22	12	45	-	-	-	18	7	20	6	31	8	
	19.7%	*22.9%*	*17.6%*	*21.4%*	*19.7%*	-	-	-	*23.4%*	*17.1%*	*18.0%*	*20.7%*	*23.1%*	*12.1%*	
Privatzimmer, Privatpension	14	2	9	3	14	-	-	-	5	1	8	3	7	4	
	6.1%	*4.2%*	*7.2%*	*5.4%*	*6.1%*	-	-	-	*6.5%*	*2.4%*	*7.2%*	*10.3%*	*5.2%*	*6.1%*	
Gemietete Ferienwohnung	62	14	35	13	62	-	-	-	29	12	21	3	37	22	
	27.1%	*29.2%*	*28.0%*	*23.2%*	*27.1%*	-	-	-	*37.7%*	*29.3%*	*18.9%*	*10.3%*	*27.6%*	*33.3%*	
Gemietetes Ferienhaus	23	5	16	2	23	-	-	-	6	6	11	7	11	5	
	10.0%	*10.4%*	*12.8%*	*3.6%*	*10.0%*	-	-	-	*7.8%*	*14.6%*	*9.9%*	*24.1%*	*8.2%*	*7.6%*	
Campingplatz	23	4	8	11	23	-	-	-	6	7	10	3	15	5	
	10.0%	*8.3%*	*6.4%*	*19.6%*	*10.0%*	-	-	-	*7.8%*	*17.1%*	*9.0%*	*10.3%*	*11.2%*	*7.6%*	
Wohnmobilstellplatz	19	1	9	9	19	-	-	-	3	3	13	3	10	6	
	8.3%	*2.1%*	*7.2%*	*16.1%*	*8.3%*	-	-	-	*3.9%*	*7.3%*	*11.7%*	*10.3%*	*7.5%*	*9.1%*	
Jugendherberge	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Bei Verwandten oder Freunden	19	5	11	3	19	-	-	-	1	5	13	-	12	7	
	8.3%	*10.4%*	*8.8%*	*5.4%*	*8.3%*	-	-	-	*1.3%*	*12.2%*	*11.7%*	-	*9.0%*	*10.6%*	
In einer eigenen Wohnung (Zweitwohnsitz)	12	1	8	3	12	-	-	-	1	-	11	1	4	7	
	5.2%	*2.1%*	*6.4%*	*5.4%*	*5.2%*	-	-	-	*1.3%*	-	*9.9%*	*3.4%*	*3.0%*	*10.6%*	
Anderes	12	5	7	-	12	-	-	-	8	-	4	3	7	2	
	5.2%	*10.4%*	*5.6%*	-	*5.2%*	-	-	-	*10.4%*	-	*3.6%*	*10.3%*	*5.2%*	*3.0%*	
Summe der Nennungen	229	48	125	56	229	-	-	-	77	41	111	29	134	66	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	-	-	-	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A2: Gasttyp

	Befragungsort: D A N G A S T													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Übernachtungsgast in Hotel, Pension, Gasthof, Privatzimmer, Privatpension, Jugenherberge	59	13	31	15	59	-	-	-	23	8	28	9	38	12
	10.3%	*10.9%*	*10.2%*	*10.1%*	*25.8%*	-	-	-	*17.7%*	*11.1%*	*7.6%*	*19.6%*	*11.3%*	*6.3%*
Übernachtungsgast in gemieteter Ferienwohnung oder gemietetem Ferienhaus	85	19	51	15	85	-	-	-	35	18	32	10	48	27
	14.9%	*16.0%*	*16.7%*	*10.1%*	*37.1%*	-	-	-	*26.9%*	*25.0%*	*8.6%*	*21.7%*	*14.3%*	*14.2%*
Übernachtungsgast auf Campingplatz, Wohnmobil-stellplatz oder auf einem Boot, sofern Ausgaben für Übernachtung getätigt	32	4	12	16	32	-	-	-	8	9	15	4	19	9
	5.6%	*3.4%*	*3.9%*	*10.8%*	*14.0%*	-	-	-	*6.2%*	*12.5%*	*4.1%*	*8.7%*	*5.7%*	*4.7%*
Übernachtung bei Verwandten und Freunden	19	5	11	3	19	-	-	-	1	5	13	-	12	7
	3.3%	*4.2%*	*3.6%*	*2.0%*	*8.3%*	-	-	-	*0.8%*	*6.9%*	*3.5%*	-	*3.6%*	*3.7%*
Übernachtungsgast auf Campingplatz, Wohnmobil-stellplatz oder auf einem Boot, sofern keine zuordenbaren Ausgaben für Übernachtung getätigt (“Dauercamper”)	10	1	5	4	10	-	-	-	1	1	8	2	6	2
	1.7%	*0.8%*	*1.6%*	*2.7%*	*4.4%*	-	-	-	*0.8%*	*1.4%*	*2.2%*	*4.3%*	*1.8%*	*1.1%*
Übernachtung in einer eigenen Wohnung (Zweitwohnsitz)	12	1	8	3	12	-	-	-	1	-	11	1	4	7
	2.1%	*0.8%*	*2.6%*	*2.0%*	*5.2%*	-	-	-	*0.8%*	-	*3.0%*	*2.2%*	*1.2%*	*3.7%*
Tagesbesucher vom Urlaubsort	41	6	21	14	-	41	-	41	15	9	17	2	24	15
	7.2%	*5.0%*	*6.9%*	*9.5%*	-	*12.0%*	-	*100.0%*	*11.5%*	*12.5%*	*4.6%*	*4.3%*	*7.1%*	*7.9%*
Tagesbesucher vom Wohnort	302	65	159	78	-	302	302	-	38	22	242	15	178	109
	52.8%	*54.6%*	*52.1%*	*52.7%*	-	*88.0%*	*100.0%*	-	*29.2%*	*30.6%*	*65.4%*	*32.6%*	*53.0%*	*57.4%*
Andere, nicht zuordenbar	12	5	7	-	12	-	-	-	8	-	4	3	7	2
	2.1%	*4.2%*	*2.3%*	-	*5.2%*	-	-	-	*6.2%*	-	*1.1%*	*6.5%*	*2.1%*	*1.1%*
Summe der Nennungen	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A3: Wie viele Nächte bleiben Sie insgesamt in ... (Ort)?

	Befragungsort: D A N G A S T														
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung			
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen	
Alle Übernachtungsgäste	229	48	125	56	229	-	-	-	77	41	111	29	134	66	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	-	-	-	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	
1-3 Nächte	75	19	44	12	75	-	-	-	23	12	40	7	49	19	
	32.8%	*39.6%*	*35.2%*	*21.4%*	*32.8%*	-	-	-	*29.9%*	*29.3%*	*36.0%*	*24.1%*	*36.6%*	*28.8%*	
4-7 Nächte	86	15	46	25	86	-	-	-	27	21	38	9	50	27	
	37.6%	*31.3%*	*36.8%*	*44.6%*	*37.6%*	-	-	-	*35.1%*	*51.2%*	*34.2%*	*31.0%*	*37.3%*	*40.9%*	
8-14 Nächte	42	7	24	11	42	-	-	-	16	6	20	6	21	15	
	18.3%	*14.6%*	*19.2%*	*19.6%*	*18.3%*	-	-	-	*20.8%*	*14.6%*	*18.0%*	*20.7%*	*15.7%*	*22.7%*	
15-28 Nächte	16	5	6	5	16	-	-	-	9	1	6	5	8	3	
	7.0%	*10.4%*	*4.8%*	*8.9%*	*7.0%*	-	-	-	*11.7%*	*2.4%*	*5.4%*	*17.2%*	*6.0%*	*4.5%*	
29 Nächte und mehr	10	2	5	3	10	-	-	-	2	1	7	2	6	2	
	4.4%	*4.2%*	*4.0%*	*5.4%*	*4.4%*	-	-	-	*2.6%*	*2.4%*	*6.3%*	*6.9%*	*4.5%*	*3.0%*	
Summe der Nennungen	229	48	125	56	229	-	-	-	77	41	111	29	134	66	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	-	-	-	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	
1-28 Nächte	219	46	120	53	219	-	-	-	75	40	104	27	128	64	
	95.6%	*95.8%*	*96.0%*	*94.6%*	*95.6%*	-	-	-	*97.4%*	*97.6%*	*93.7%*	*93.1%*	*95.5%*	*97.0%*	
Mittelwert (aus 1-28 Nächten)	6.8	6.7	6.4	7.7	6.8	-	-	-	7.8	5.8	6.5	9.0	6.4	6.8	
Standardabweichung	5.4	6.4	5.0	5.4	5.4	-	-	-	6.2	3.6	5.4	6.6	5.3	5.0	

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A4: Von wo aus sind Sie heute nach ... (Ort) angereist?

	Befragungsort: D A N G A S T													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Tagesbesucher	343	71	180	92	-	343	302	41	53	31	259	17	202	124
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	-	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Vom Wohnort	302	65	159	78	-	302	302	-	38	22	242	15	178	109
	88.0%	*91.5%*	*88.3%*	*84.8%*	-	*88.0%*	*100.0%*	-	*71.7%*	*71.0%*	*93.4%*	*88.2%*	*88.1%*	*87.9%*
Vom Urlaubsort	41	6	21	14	-	41	-	41	15	9	17	2	24	15
	12.0%	*8.5%*	*11.7%*	*15.2%*	-	*12.0%*	-	*100.0%*	*28.3%*	*29.0%*	*6.6%*	*11.8%*	*11.9%*	*12.1%*
Summe der Nennungen	343	71	180	92	-	343	302	41	53	31	259	17	202	124
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	-	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A7: In welchem Bundesland liegt Ihr Wohnort?

	Befragungsort: D A N G A S T														
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Niedersachsen	318	68	169	81	54	264	256	8	33	24	261	17	190	111
	55.6%	*57.1%*	*55.4%*	*54.7%*	*23.6%*	*77.0%*	*84.8%*	*19.5%*	*25.4%*	*33.3%*	*70.5%*	*37.0%*	*56.5%*	*58.4%*
Nordrhein-Westfalen	148	31	78	39	106	42	20	22	50	22	76	18	84	46
	25.9%	*26.1%*	*25.6%*	*26.4%*	*46.3%*	*12.2%*	*6.6%*	*53.7%*	*38.5%*	*30.6%*	*20.5%*	*39.1%*	*25.0%*	*24.2%*
Hessen	27	5	18	4	21	6	3	3	17	7	3	5	12	10
	4.7%	*4.2%*	*5.9%*	*2.7%*	*9.2%*	*1.7%*	*1.0%*	*7.3%*	*13.1%*	*9.7%*	*0.8%*	*10.9%*	*3.6%*	*5.3%*
Bremen	24	2	13	9	7	17	17	-	3	6	15	4	12	8
	4.2%	*1.7%*	*4.3%*	*6.1%*	*3.1%*	*5.0%*	*5.6%*	-	*2.3%*	*8.3%*	*4.1%*	*8.7%*	*3.6%*	*4.2%*
Rheinland-Pfalz	14	3	7	4	13	1	-	1	7	3	4	-	9	5
	2.4%	*2.5%*	*2.3%*	*2.7%*	*5.7%*	*0.3%*	-	*2.4%*	*5.4%*	*4.2%*	*1.1%*	-	*2.7%*	*2.6%*
Baden-Württemberg	11	4	4	3	10	1	-	1	5	5	1	-	8	3
	1.9%	*3.4%*	*1.3%*	*2.0%*	*4.4%*	*0.3%*	-	*2.4%*	*3.8%*	*6.9%*	*0.3%*	-	*2.4%*	*1.6%*
Bayern	8	-	6	2	5	3	1	2	5	1	2	-	6	2
	1.4%	-	*2.0%*	*1.4%*	*2.2%*	*0.9%*	*0.3%*	*4.9%*	*3.8%*	*1.4%*	*0.5%*	-	*1.8%*	*1.1%*
Schleswig-Holstein	8	-	7	1	4	4	2	2	2	2	4	-	8	-
	1.4%	-	*2.3%*	*0.7%*	*1.7%*	*1.2%*	*0.7%*	*4.9%*	*1.5%*	*2.8%*	*1.1%*	-	*2.4%*	-
Hamburg	4	1	1	2	1	3	1	2	1	1	2	1	1	2
	0.7%	*0.8%*	*0.3%*	*1.4%*	*0.4%*	*0.9%*	*0.3%*	*4.9%*	*0.8%*	*1.4%*	*0.5%*	*2.2%*	*0.3%*	*1.1%*
Sachsen	3	1	-	2	3	-	-	-	2	-	1	1	2	-
	0.5%	*0.8%*	-	*1.4%*	*1.3%*	-	-	-	*1.5%*	-	*0.3%*	*2.2%*	*0.6%*	-
Berlin	3	3	-	-	3	-	-	-	2	1	-	-	2	1
	0.5%	*2.5%*	-	-	*1.3%*	-	-	-	*1.5%*	*1.4%*	-	-	*0.6%*	*0.5%*
Brandenburg	1	-	1	-	-	1	1	-	1	-	-	-	1	-
	0.2%	-	*0.3%*	-	-	*0.3%*	*0.3%*	-	*0.8%*	-	-	-	*0.3%*	-

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A7: In welchem Bundesland liegt Ihr Wohnort?

	Befragungsort: D A N G A S T													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Thüringen	1	-	1	-	1	-	-	-	-	-	1	-	-	1
	0.2%	-	*0.3%*	-	*0.4%*	-	-	-	-	-	*0.3%*	-	-	*0.5%*
Sachsen-Anhalt	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Saarland	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mecklenburg-Vorpommern	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Niederlande	1	-	-	1	1	-	-	-	1	-	-	-	-	1
	0.2%	-	-	*0.7%*	*0.4%*	-	-	-	*0.8%*	-	-	-	-	*0.5%*
Übriges Ausland	1	1	-	-	-	1	1	-	1	-	-	-	1	-
	0.2%	*0.8%*	-	-	-	*0.3%*	*0.3%*	-	*0.8%*	-	-	-	*0.3%*	-
Summe der Nennungen	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A8: Wie sind Sie nach ... (Ort) angereist?

	Befragungsort: D A N G A S T													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Pkw	502	111	266	125	192	310	272	38	114	64	324	38	297	167
	87.8%	*93.3%*	*87.2%*	*84.5%*	*83.8%*	*90.4%*	*90.1%*	*92.7%*	*87.7%*	*88.9%*	*87.6%*	*82.6%*	*88.4%*	*87.9%*
Wohnmobil	33	-	18	15	29	4	1	3	5	7	21	4	18	11
	5.8%	-	*5.9%*	*10.1%*	*12.7%*	*1.2%*	*0.3%*	*7.3%*	*3.8%*	*9.7%*	*5.7%*	*8.7%*	*5.4%*	*5.8%*
Fahrrad	19	2	9	8	-	19	19	-	1	-	18	-	12	7
	3.3%	*1.7%*	*3.0%*	*5.4%*	-	*5.5%*	*6.3%*	-	*0.8%*	-	*4.9%*	-	*3.6%*	*3.7%*
Bahn	18	5	12	1	11	7	6	1	8	1	9	4	9	5
	3.1%	*4.2%*	*3.9%*	*0.7%*	*4.8%*	*2.0%*	*2.0%*	*2.4%*	*6.2%*	*1.4%*	*2.4%*	*8.7%*	*2.7%*	*2.6%*
Motorrad	4	2	2	-	-	4	4	-	-	1	3	-	1	3
	0.7%	*1.7%*	*0.7%*	-	-	*1.2%*	*1.3%*	-	-	*1.4%*	*0.8%*	-	*0.3%*	*1.6%*
Sportboot	1	-	1	-	1	-	-	-	-	-	1	-	1	-
	0.2%	-	*0.3%*	-	*0.4%*	-	-	-	-	-	*0.3%*	-	*0.3%*	-
Fähre	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Anderes	8	1	4	3	1	7	6	1	2	-	6	-	4	4
	1.4%	*0.8%*	*1.3%*	*2.0%*	*0.4%*	*2.0%*	*2.0%*	*2.4%*	*1.5%*	-	*1.6%*	-	*1.2%*	*2.1%*
Summe der Nennungen	585	121	312	152	234	351	308	43	130	73	382	46	342	197
	102.3%	*101.7%*	*102.3%*	*102.7%*	*102.2%*	*102.3%*	*102.0%*	*104.9%*	*100.0%*	*101.4%*	*103.2%*	*100.0%*	*101.8%*	*103.7%*

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A9: Sicher haben Sie während Ihres Aufenthaltes hier in ... (Ort) einiges unternommen oder besucht oder haben dies noch vor.

Welche Aktivitäten oder Ausflüge aus der folgenden Liste sind das?

	Befragungsort: D A N G A S T													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Den Ort anschauen	503	96	273	134	213	290	254	36	126	60	317	38	312	153
	87.9%	*80.7%*	*89.5%*	*90.5%*	*93.0%*	*84.5%*	*84.1%*	*87.8%*	*96.9%*	*83.3%*	*85.7%*	*82.6%*	*92.9%*	*80.5%*
Den Hafen anschauen	544	113	290	141	222	322	283	39	124	69	351	45	336	163
	95.1%	*95.0%*	*95.1%*	*95.3%*	*96.9%*	*93.9%*	*93.7%*	*95.1%*	*95.4%*	*95.8%*	*94.9%*	*97.8%*	*100.0%*	*85.8%*
Einkaufen von Krabben, Fisch oder anderen Meeresfrüchten	213	43	113	57	113	100	84	16	51	28	134	14	134	65
	37.2%	*36.1%*	*37.0%*	*38.5%*	*49.3%*	*29.2%*	*27.8%*	*39.0%*	*39.2%*	*38.9%*	*36.2%*	*30.4%*	*39.9%*	*34.2%*
Einkaufen von sonstigen Lebensmitteln, Kleidung etc.	95	21	51	23	70	25	22	3	28	14	53	13	55	27
	16.6%	*17.6%*	*16.7%*	*15.5%*	*30.6%*	*7.3%*	*7.3%*	*7.3%*	*21.5%*	*19.4%*	*14.3%*	*28.3%*	*16.4%*	*14.2%*
Veranstaltung(en) besuchen	78	12	49	17	53	25	21	4	21	9	48	6	48	24
	13.6%	*10.1%*	*16.1%*	*11.5%*	*23.1%*	*7.3%*	*7.0%*	*9.8%*	*16.2%*	*12.5%*	*13.0%*	*13.0%*	*14.3%*	*12.6%*
Museum oder andere Sehenswürdigkeit besuchen	110	23	64	23	72	38	33	5	29	17	64	8	67	35
	19.2%	*19.3%*	*21.0%*	*15.5%*	*31.4%*	*11.1%*	*10.9%*	*12.2%*	*22.3%*	*23.6%*	*17.3%*	*17.4%*	*19.9%*	*18.4%*
Anderes, und zwar:	308	65	174	69	113	195	177	18	60	32	216	13	141	154
	53.8%	*54.6%*	*57.0%*	*46.6%*	*49.3%*	*56.9%*	*58.6%*	*43.9%*	*46.2%*	*44.4%*	*58.4%*	*28.3%*	*42.0%*	*81.1%*
- Spazieren gehen/ Stadtbummel/ wandern	87	16	50	21	32	55	51	4	14	14	59	4	40	43
	15.2%	*13.4%*	*16.4%*	*14.2%*	*14.0%*	*16.0%*	*16.9%*	*9.8%*	*10.8%*	*19.4%*	*15.9%*	*8.7%*	*11.9%*	*22.6%*
- Schwimmen/ baden/ Strand/ Schwimmbad	45	11	28	6	18	27	26	1	4	4	37	3	19	23
	7.9%	*9.2%*	*9.2%*	*4.1%*	*7.9%*	*7.9%*	*8.6%*	*2.4%*	*3.1%*	*5.6%*	*10.0%*	*6.5%*	*5.7%*	*12.1%*
- Kurhaus	37	9	20	8	3	34	31	3	4	2	31	-	25	12
	6.5%	*7.6%*	*6.6%*	*5.4%*	*1.3%*	*9.9%*	*10.3%*	*7.3%*	*3.1%*	*2.8%*	*8.4%*	-	*7.4%*	*6.3%*
- Schönes Wetter/ Sonne genießen	31	5	18	8	7	24	23	1	3	-	28	-	6	25
	5.4%	*4.2%*	*5.9%*	*5.4%*	*3.1%*	*7.0%*	*7.6%*	*2.4%*	*2.3%*	-	*7.6%*	-	*1.8%*	*13.2%*
- (Rhabarber-) Kuchen essen	29	5	19	5	4	25	23	2	6	1	22	-	15	14
	5.1%	*4.2%*	*6.2%*	*3.4%*	*1.7%*	*7.3%*	*7.6%*	*4.9%*	*4.6%*	*1.4%*	*5.9%*	-	*4.5%*	*7.4%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A9: Sicher haben Sie während Ihres Aufenthaltes hier in ... (Ort) einiges unternommen oder besucht oder haben dies noch vor.

Welche Aktivitäten oder Ausflüge aus der folgenden Liste sind das?

	Befragungsort: D A N G A S T													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
- Luft (frisch, gut)	28	2	16	10	5	23	21	2	1	4	23	1	7	20
	4.9%	*1.7%*	*5.2%*	*6.8%*	*2.2%*	*6.7%*	*7.0%*	*4.9%*	*0.8%*	*5.6%*	*6.2%*	*2.2%*	*2.1%*	*10.5%*
- Tagestour, Ausflug, Wohnortnähe	20	4	13	3	7	13	13	-	5	2	13	1	3	16
	3.5%	*3.4%*	*4.3%*	*2.0%*	*3.1%*	*3.8%*	*4.3%*	-	*3.8%*	*2.8%*	*3.5%*	*2.2%*	*0.9%*	*8.4%*
- Fisch essen, Fischbrötchen, Krabbenbrötchen	20	6	9	5	7	13	13	-	1	3	16	-	11	9
	3.5%	*5.0%*	*3.0%*	*3.4%*	*3.1%*	*3.8%*	*4.3%*	-	*0.8%*	*4.2%*	*4.3%*	-	*3.3%*	*4.7%*
- Radfahren, Ziel d. Radtour	17	2	12	3	15	2	2	-	7	1	9	1	5	11
	3.0%	*1.7%*	*3.9%*	*2.0%*	*6.6%*	*0.6%*	*0.7%*	-	*5.4%*	*1.4%*	*2.4%*	*2.2%*	*1.5%*	*5.8%*
- Etta v. Dangast	14	2	8	4	7	7	2	5	5	4	5	-	8	6
	2.4%	*1.7%*	*2.6%*	*2.7%*	*3.1%*	*2.0%*	*0.7%*	*12.2%*	*3.8%*	*5.6%*	*1.4%*	-	*2.4%*	*3.2%*
- Flohmarkt	14	2	10	2	3	11	9	2	4	1	9	-	7	7
	2.4%	*1.7%*	*3.3%*	*1.4%*	*1.3%*	*3.2%*	*3.0%*	*4.9%*	*3.1%*	*1.4%*	*2.4%*	-	*2.1%*	*3.7%*
- Wasser/ Meer/ Küste/ Tide	13	3	9	1	4	9	8	1	3	2	8	-	7	6
	2.3%	*2.5%*	*3.0%*	*0.7%*	*1.7%*	*2.6%*	*2.6%*	*2.4%*	*2.3%*	*2.8%*	*2.2%*	-	*2.1%*	*3.2%*
- Kaffee/ Tee trinken	13	3	5	5	1	12	12	-	1	-	12	1	4	8
	2.3%	*2.5%*	*1.6%*	*3.4%*	*0.4%*	*3.5%*	*4.0%*	-	*0.8%*	-	*3.2%*	*2.2%*	*1.2%*	*4.2%*
- Erholung, faulenzen	11	3	6	2	7	4	4	-	3	2	6	-	6	5
	1.9%	*2.5%*	*2.0%*	*1.4%*	*3.1%*	*1.2%*	*1.3%*	-	*2.3%*	*2.8%*	*1.6%*	-	*1.8%*	*2.6%*
- Besuch v. Verwandten/ Freunden	11	1	7	3	6	5	5	-	4	-	7	2	3	6
	1.9%	*0.8%*	*2.3%*	*2.0%*	*2.6%*	*1.5%*	*1.7%*	-	*3.1%*	-	*1.9%*	*4.3%*	*0.9%*	*3.2%*
- Essen gehen	10	2	5	3	2	8	8	-	1	2	7	-	6	4
	1.7%	*1.7%*	*1.6%*	*2.0%*	*0.9%*	*2.3%*	*2.6%*	-	*0.8%*	*2.8%*	*1.9%*	-	*1.8%*	*2.1%*
- Schifffahrt/ Bootsfahrt/ Tretboot	8	1	6	1	5	3	-	3	5	1	2	-	3	5
	1.4%	*0.8%*	*2.0%*	*0.7%*	*2.2%*	*0.9%*	-	*7.3%*	*3.8%*	*1.4%*	*0.5%*	-	*0.9%*	*2.6%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A9: Sicher haben Sie während Ihres Aufenthaltes hier in ... (Ort) einiges unternommen oder besucht oder haben dies noch vor.

Welche Aktivitäten oder Ausflüge aus der folgenden Liste sind das?

	Befragungsort: D A N G A S T													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
- Drachen steigen	8	3	5	-	1	7	7	-	2	-	6	-	4	4
	1.4%	*2.5%*	*1.6%*	-	*0.4%*	*2.0%*	*2.3%*	-	*1.5%*	-	*1.6%*	-	*1.2%*	*2.1%*
- Watt/ Wattwanderung	6	2	3	1	3	3	2	1	3	1	2	-	3	3
	1.0%	*1.7%*	*1.0%*	*0.7%*	*1.3%*	*0.9%*	*0.7%*	*2.4%*	*2.3%*	*1.4%*	*0.5%*	-	*0.9%*	*1.6%*
- Eis essen	5	2	3	-	2	3	3	-	-	1	4	1	-	4
	0.9%	*1.7%*	*1.0%*	-	*0.9%*	*0.9%*	*1.0%*	-	-	*1.4%*	*1.1%*	*2.2%*	-	*2.1%*
- Ruhe genießen	4	1	3	-	2	2	2	-	1	1	2	-	1	3
	0.7%	*0.8%*	*1.0%*	-	*0.9%*	*0.6%*	*0.7%*	-	*0.8%*	*1.4%*	*0.5%*	-	*0.3%*	*1.6%*
- Kunstmarkt/ Künstlermarkt	3	1	1	1	1	2	2	-	-	-	3	-	1	2
	0.5%	*0.8%*	*0.3%*	*0.7%*	*0.4%*	*0.6%*	*0.7%*	-	-	-	*0.8%*	-	*0.3%*	*1.1%*
- Fotografieren	3	1	1	1	-	3	3	-	-	-	3	-	1	2
	0.5%	*0.8%*	*0.3%*	*0.7%*	-	*0.9%*	*1.0%*	-	-	-	*0.8%*	-	*0.3%*	*1.1%*
- Immobilie (putzen, pflegen)	1	1	-	-	1	-	-	-	-	-	1	-	-	1
	0.2%	*0.8%*	-	-	*0.4%*	-	-	-	-	-	*0.3%*	-	-	*0.5%*
- Pause, Zwischenstopp, Durchreise	1	1	-	-	-	1	1	-	-	1	-	-	-	1
	0.2%	*0.8%*	-	-	-	*0.3%*	*0.3%*	-	-	*1.4%*	-	-	-	*0.5%*
- Sonstiges	28	5	15	8	13	15	14	1	6	1	21	1	13	14
	4.9%	*4.2%*	*4.9%*	*5.4%*	*5.7%*	*4.4%*	*4.6%*	*2.4%*	*4.6%*	*1.4%*	*5.7%*	*2.2%*	*3.9%*	*7.4%*
Summe der Nennungen	2010	402	1112	496	899	1111	982	129	462	245	1303	139	1150	721
	351.4%	*337.8%*	*364.6%*	*335.1%*	*392.6%*	*323.9%*	*325.2%*	*314.6%*	*355.4%*	*340.3%*	*352.2%*	*302.2%*	*342.3%*	*379.5%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A10a: Reisen Sie allein oder in Begleitung?

Frage A10b: Wie viele Personen gehören zu Ihrer Reisegruppe, Sie selbst eingeschlossen?

	Befragungsort: D A N G A S T													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Ohne Kinder	428	78	213	137	155	273	243	30	89	48	291	27	260	141
	74.8%	*65.5%*	*69.8%*	*92.6%*	*67.7%*	*79.6%*	*80.5%*	*73.2%*	*68.5%*	*66.7%*	*78.6%*	*58.7%*	*77.4%*	*74.2%*
Nur mit großen Kindern (6-17)	90	13	70	7	44	46	38	8	27	14	49	15	45	30
	15.7%	*10.9%*	*23.0%*	*4.7%*	*19.2%*	*13.4%*	*12.6%*	*19.5%*	*20.8%*	*19.4%*	*13.2%*	*32.6%*	*13.4%*	*15.8%*
Nur mit kleinen Kindern (0-5)	41	22	15	4	22	19	16	3	11	6	24	3	23	15
	7.2%	*18.5%*	*4.9%*	*2.7%*	*9.6%*	*5.5%*	*5.3%*	*7.3%*	*8.5%*	*8.3%*	*6.5%*	*6.5%*	*6.8%*	*7.9%*
Mit kleinen und großen Kindern	13	6	7	-	8	5	5	-	3	4	6	1	8	4
	2.3%	*5.0%*	*2.3%*	-	*3.5%*	*1.5%*	*1.7%*	-	*2.3%*	*5.6%*	*1.6%*	*2.2%*	*2.4%*	*2.1%*
Summe der Nennungen	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Mittelwert Anzahl Erwachsene	2.46	2.62	2.43	2.39	2.49	2.44	2.37	2.90	2.58	2.85	2.34	2.00	2.60	2.32
Mittelwert Anzahl Kinder bis 5 Jahre	0.13	0.29	0.11	0.03	0.18	0.09	0.09	0.10	0.15	0.18	0.11	0.09	0.12	0.15
Mittelwert Anzahl Kinder 6-13 Jahre	0.21	0.19	0.29	0.04	0.28	0.15	0.15	0.22	0.29	0.38	0.14	0.43	0.18	0.21
Mittelwert Anzahl Kinder 14-17 Jahre	0.08	0.01	0.14	0.02	0.08	0.08	0.08	0.15	0.12	0.01	0.09	0.13	0.07	0.10
Mittelwert Anzahl Kinder insgesamt	0.42	0.49	0.55	0.09	0.55	0.33	0.31	0.46	0.56	0.57	0.34	0.65	0.36	0.46
Mittelwert Anzahl Personen insgesamt	2.88	3.11	2.98	2.47	3.04	2.77	2.69	3.37	3.15	3.42	2.68	2.65	2.96	2.77

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A11: Zum wievielten Mal sind Sie in ... (Ort)?

	Befragungsort: D A N G A S T													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Erstbesuch	130	32	74	24	77	53	38	15	130	-	-	12	77	41
	22.7%	*26.9%*	*24.3%*	*16.2%*	*33.6%*	*15.5%*	*12.6%*	*36.6%*	*100.0%*	-	-	*26.1%*	*22.9%*	*21.6%*
2./3. Besuch	50	13	29	8	28	22	14	8	-	50	-	7	32	11
	8.7%	*10.9%*	*9.5%*	*5.4%*	*12.2%*	*6.4%*	*4.6%*	*19.5%*	-	*69.4%*	-	*15.2%*	*9.5%*	*5.8%*
4./5. Besuch	22	8	8	6	13	9	8	1	-	22	-	2	14	6
	3.8%	*6.7%*	*2.6%*	*4.1%*	*5.7%*	*2.6%*	*2.6%*	*2.4%*	-	*30.6%*	-	*4.3%*	*4.2%*	*3.2%*
6. - 20. Besuch	51	7	29	15	23	28	28	-	-	-	51	5	24	22
	8.9%	*5.9%*	*9.5%*	*10.1%*	*10.0%*	*8.2%*	*9.3%*	-	-	-	*13.8%*	*10.9%*	*7.1%*	*11.6%*
> 20. Besuch (Stammgast)	319	59	165	95	88	231	214	17	-	-	319	20	189	110
	55.8%	*49.6%*	*54.1%*	*64.2%*	*38.4%*	*67.3%*	*70.9%*	*41.5%*	-	-	*86.2%*	*43.5%*	*56.3%*	*57.9%*
Summe der Nennungen	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
1-20 Besuche	253	60	140	53	141	112	88	24	130	72	51	26	147	80
	44.2%	*50.4%*	*45.9%*	*35.8%*	*61.6%*	*32.7%*	*29.1%*	*58.5%*	*100.0%*	*100.0%*	*13.8%*	*56.5%*	*43.8%*	*42.1%*
Mittelwert (aus 1-20 Besuchen)	3.9	3.0	4.0	4.5	3.4	4.5	5.3	1.5	1.0	3.0	12.5	3.6	3.7	4.3
Standardabweichung	5.0	3.9	5.3	5.3	4.4	5.6	6.1	0.8	0.0	1.1	5.2	4.5	5.1	5.1

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A12: Wie hoch sind Ihre Ausgaben schätzungsweise für Sie und Ihre Begleiter während des derzeitigen Aufenthalts in ... (Ort) (ohne Kosten der An- und Abreise).

Bitte sagen Sie es mir getrennt für die folgenden Bereiche und zwar für den heutigen Tag:

	Befragungsort: D A N G A S T													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Keine Angaben	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Gültig	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Mittelwerte: Ausgaben pro Person für... (in Euro)														
a) Mahlzeiten und Getränke im Restaurant, Imbiss, Eisstand etc.	11.47	9.10	11.72	12.87	13.37	10.20	10.04	11.37	12.83	12.31	10.83	10.83	12.16	10.40
b) Kauf von Andenken, Postkarten, Mitbringseln etc.	0.86	0.94	0.93	0.65	1.10	0.70	0.76	0.27	1.31	1.15	0.65	0.91	0.96	0.67
c) Eintritt in Museum, Schwimmbad etc.	0.45	0.40	0.46	0.47	0.71	0.28	0.26	0.41	0.66	0.73	0.32	0.38	0.48	0.42
d) Teilnahme an Ausflügen, Bootsfahrten etc.	0.77	0.59	0.56	1.35	0.68	0.83	0.68	1.96	1.18	1.33	0.52	0.33	0.85	0.74
e) Miete von Fahrrädern, Booten	0.10	0.08	0.13	0.03	0.20	0.03	0.03	0.00	0.29	0.00	0.05	0.17	0.06	0.15
f) Einkauf von Krabben, Fisch und Meeresfrüchten	1.19	1.17	1.14	1.30	1.42	1.04	1.06	0.86	1.36	1.14	1.14	1.38	1.32	0.91
g) Einkauf von Lebensmitteln, Getränken etc. im Einzelhandel	1.81	1.22	2.10	1.70	3.75	0.52	0.44	1.08	2.84	2.22	1.37	3.30	1.89	1.32
a-g) Ausgaben insgesamt	16.65	13.49	17.04	18.38	21.22	13.59	13.27	15.96	20.46	18.89	14.87	17.29	17.72	14.60

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A13: Und wie hoch sind die Kosten für die Unterkunft für die gesamte Aufenthaltsdauer, inkl. Endreinigung, Energie etc. (ggf. schätzen)?

	Befragungsort: D A N G A S T													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Übernachtungsgäste mit direkt bezahlter Unterkunft	176	36	94	46	176	-	-	-	66	35	75	23	105	48
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	-	-	-	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Keine Angaben	20	9	4	7	20	-	-	-	8	-	12	2	11	7
	11.4%	*25.0%*	*4.3%*	*15.2%*	*11.4%*	-	-	-	*12.1%*	-	*16.0%*	*8.7%*	*10.5%*	*14.6%*
Gültig	156	27	90	39	156	-	-	-	58	35	63	21	94	41
	88.6%	*75.0%*	*95.7%*	*84.8%*	*88.6%*	-	-	-	*87.9%*	*100.0%*	*84.0%*	*91.3%*	*89.5%*	*85.4%*
Übernachtungskosten pro Tag und Person	21.44	26.16	21.70	17.55	21.44	-	-	-	23.08	17.52	22.10	18.59	22.92	19.49

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A14: Planen Sie, ... (Ort) in den nächsten 3 Jahren erneut zu besuchen?

	Befragungsort: D A N G A S T													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Ja	527	112	277	138	204	323	287	36	100	65	362	41	312	174
	92.1%	*94.1%*	*90.8%*	*93.2%*	*89.1%*	*94.2%*	*95.0%*	*87.8%*	*76.9%*	*90.3%*	*97.8%*	*89.1%*	*92.9%*	*91.6%*
Eventuell	40	6	26	8	23	17	13	4	29	3	8	5	21	14
	7.0%	*5.0%*	*8.5%*	*5.4%*	*10.0%*	*5.0%*	*4.3%*	*9.8%*	*22.3%*	*4.2%*	*2.2%*	*10.9%*	*6.3%*	*7.4%*
Nein	3	1	2	-	2	1	1	-	1	2	-	-	1	2
	0.5%	*0.8%*	*0.7%*	-	*0.9%*	*0.3%*	*0.3%*	-	*0.8%*	*2.8%*	-	-	*0.3%*	*1.1%*
Weiß nicht/ keine Angaben	2	-	-	2	-	2	1	1	-	2	-	-	2	-
	0.3%	-	-	*1.4%*	-	*0.6%*	*0.3%*	*2.4%*	-	*2.8%*	-	-	*0.6%*	-
Summe der Nennungen	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B1: Warum sind Sie heute vor allem hierher gekommen?

	Befragungsort: D A N G A S T													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Den Ort anschauen	265	50	140	75	115	150	132	18	71	35	159	-	223	42
	46.3%	*42.0%*	*45.9%*	*50.7%*	*50.2%*	*43.7%*	*43.7%*	*43.9%*	*54.6%*	*48.6%*	*43.0%*	-	*66.4%*	*22.1%*
Den Hafen anschauen	382	79	202	101	163	219	193	26	89	55	238	46	336	-
	66.8%	*66.4%*	*66.2%*	*68.2%*	*71.2%*	*63.8%*	*63.9%*	*63.4%*	*68.5%*	*76.4%*	*64.3%*	*100.0%*	*100.0%*	-
Einkaufen von Krabben, Fisch oder anderen Meeresfrüchten	59	18	27	14	28	31	26	5	17	5	37	-	37	22
	10.3%	*15.1%*	*8.9%*	*9.5%*	*12.2%*	*9.0%*	*8.6%*	*12.2%*	*13.1%*	*6.9%*	*10.0%*	-	*11.0%*	*11.6%*
Einkaufen von sonstigen Lebensmitteln, Kleidung etc.	2	1	1	-	-	2	2	-	1	-	1	-	1	1
	0.3%	*0.8%*	*0.3%*	-	-	*0.6%*	*0.7%*	-	*0.8%*	-	*0.3%*	-	*0.3%*	*0.5%*
Veranstaltung(en) besuchen	17	4	10	3	6	11	9	2	5	-	12	-	3	14
	3.0%	*3.4%*	*3.3%*	*2.0%*	*2.6%*	*3.2%*	*3.0%*	*4.9%*	*3.8%*	-	*3.2%*	-	*0.9%*	*7.4%*
Museum oder andere Sehenswürdigkeit besuchen	12	3	6	3	3	9	7	2	3	1	8	-	2	10
	2.1%	*2.5%*	*2.0%*	*2.0%*	*1.3%*	*2.6%*	*2.3%*	*4.9%*	*2.3%*	*1.4%*	*2.2%*	-	*0.6%*	*5.3%*
Anderes, und zwar:	227	52	121	54	71	156	138	18	37	24	166	2	72	153
	39.7%	*43.7%*	*39.7%*	*36.5%*	*31.0%*	*45.5%*	*45.7%*	*43.9%*	*28.5%*	*33.3%*	*44.9%*	*4.3%*	*21.4%*	*80.5%*
- Ausflug (Spazierengehen, bummeln, frische Luft schnappen, Wetter genießen, etc.)	89	17	45	27	26	63	60	3	10	10	69	-	21	68
	15.6%	*14.3%*	*14.8%*	*18.2%*	*11.4%*	*18.4%*	*19.9%*	*7.3%*	*7.7%*	*13.9%*	*18.6%*	-	*6.3%*	*35.8%*
- Strand-/ Watt-Besuch	25	7	16	2	6	19	17	2	4	3	18	-	10	15
	4.4%	*5.9%*	*5.2%*	*1.4%*	*2.6%*	*5.5%*	*5.6%*	*4.9%*	*3.1%*	*4.2%*	*4.9%*	-	*3.0%*	*7.9%*
- Tee/ Kaffee trinken, Kuchen essen, Eis essen	23	2	16	5	3	20	18	2	3	-	20	-	4	19
	4.0%	*1.7%*	*5.2%*	*3.4%*	*1.3%*	*5.8%*	*6.0%*	*4.9%*	*2.3%*	-	*5.4%*	-	*1.2%*	*10.0%*
- Schiffstour, Bootstour	21	3	14	4	12	9	1	8	9	5	7	-	9	12
	3.7%	*2.5%*	*4.6%*	*2.7%*	*5.2%*	*2.6%*	*0.3%*	*19.5%*	*6.9%*	*6.9%*	*1.9%*	-	*2.7%*	*6.3%*
- Fisch essen	12	4	5	3	5	7	7	-	1	2	9	-	5	7
	2.1%	*3.4%*	*1.6%*	*2.0%*	*2.2%*	*2.0%*	*2.3%*	-	*0.8%*	*2.8%*	*2.4%*	-	*1.5%*	*3.7%*

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B1: Warum sind Sie heute vor allem hierher gekommen?

	Befragungsort: D A N G A S T													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
- Essen gehen (ohne Nennung von Fisch)	11	3	6	2	3	8	8	-	1	1	9	-	5	6
	1.9%	*2.5%*	*2.0%*	*1.4%*	*1.3%*	*2.3%*	*2.6%*	-	*0.8%*	*1.4%*	*2.4%*	-	*1.5%*	*3.2%*
- Zwischenstopp aus längerer Tour (auch Fahrradtour)	11	3	5	3	4	7	7	-	1	3	7	-	1	10
	1.9%	*2.5%*	*1.6%*	*2.0%*	*1.7%*	*2.0%*	*2.3%*	-	*0.8%*	*4.2%*	*1.9%*	-	*0.3%*	*5.3%*
- Verwandte, Freunde besuchen	10	1	6	3	4	6	6	-	1	-	9	-	1	9
	1.7%	*0.8%*	*2.0%*	*2.0%*	*1.7%*	*1.7%*	*2.0%*	-	*0.8%*	-	*2.4%*	-	*0.3%*	*4.7%*
- Schwimmbadbesuch	6	2	3	1	5	1	1	-	1	-	5	-	1	5
	1.0%	*1.7%*	*1.0%*	*0.7%*	*2.2%*	*0.3%*	*0.3%*	-	*0.8%*	-	*1.4%*	-	*0.3%*	*2.6%*
- Kutter anschauen, Fisch vom Kutter kaufen	3	-	1	2	1	2	2	-	1	-	2	-	-	3
	0.5%	-	*0.3%*	*1.4%*	*0.4%*	*0.6%*	*0.7%*	-	*0.8%*	-	*0.5%*	-	-	*1.6%*
- Anderes	28	9	16	3	10	18	16	2	6	2	20	-	13	15
	4.9%	*7.6%*	*5.2%*	*2.0%*	*4.4%*	*5.2%*	*5.3%*	*4.9%*	*4.6%*	*2.8%*	*5.4%*	-	*3.9%*	*7.9%*
Summe der Nennungen	976	206	519	251	394	582	512	70	224	122	630	46	672	258
	170.6%	*173.1%*	*170.2%*	*169.6%*	*172.1%*	*169.7%*	*169.5%*	*170.7%*	*172.3%*	*169.4%*	*170.3%*	*100.0%*	*200.0%*	*135.8%*
Nur wegen des Hafens gekommen	46	5	29	12	29	17	15	2	12	9	25	46	-	-
	8.0%	*4.2%*	*9.5%*	*8.1%*	*12.7%*	*5.0%*	*5.0%*	*4.9%*	*9.2%*	*12.5%*	*6.8%*	*100.0%*	-	-
Auch wegen des Hafens gekommen	336	74	173	89	134	202	178	24	77	46	213	-	336	-
	58.7%	*62.2%*	*56.7%*	*60.1%*	*58.5%*	*58.9%*	*58.9%*	*58.5%*	*59.2%*	*63.9%*	*57.6%*	-	*100.0%*	-
Nicht wegen des Hafens gekommen	190	40	103	47	66	124	109	15	41	17	132	-	-	190
	33.2%	*33.6%*	*33.8%*	*31.8%*	*28.8%*	*36.2%*	*36.1%*	*36.6%*	*31.5%*	*23.6%*	*35.7%*	-	-	*100.0%*
Summe der Nennungen	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B2: Was macht diesen Ort für Sie attraktiv?

	Befragungsort: D A N G A S T													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Wasser, Meer, Nordsee, Wasser-/ Küsten-/ Seenähe/ Ebbe + Flut/ Watt(meer)	194	44	110	40	79	115	98	17	59	32	103	14	117	63
	33.9%	*37.0%*	*36.1%*	*27.0%*	*34.5%*	*33.5%*	*32.5%*	*41.5%*	*45.4%*	*44.4%*	*27.8%*	*30.4%*	*34.8%*	*33.2%*
Gemütlichkeit, Ruhe, wenig Hektik, beschaulich	178	36	90	52	85	93	81	12	39	24	115	15	113	50
	31.1%	*30.3%*	*29.5%*	*35.1%*	*37.1%*	*27.1%*	*26.8%*	*29.3%*	*30.0%*	*33.3%*	*31.1%*	*32.6%*	*33.6%*	*26.3%*
Luft (allg., frisch, gut, Seeluft)	146	26	78	42	78	68	58	10	38	24	84	15	90	41
	25.5%	*21.8%*	*25.6%*	*28.4%*	*34.1%*	*19.8%*	*19.2%*	*24.4%*	*29.2%*	*33.3%*	*22.7%*	*32.6%*	*26.8%*	*21.6%*
(Altes) Kurhaus, Kulturhaus	117	26	65	26	23	94	88	6	7	10	100	5	77	35
	20.5%	*21.8%*	*21.3%*	*17.6%*	*10.0%*	*27.4%*	*29.1%*	*14.6%*	*5.4%*	*13.9%*	*27.0%*	*10.9%*	*22.9%*	*18.4%*
Altmodisch, historisch, urig, Tradition	84	15	46	23	32	52	46	6	10	8	66	4	50	30
	14.7%	*12.6%*	*15.1%*	*15.5%*	*14.0%*	*15.2%*	*15.2%*	*14.6%*	*7.7%*	*11.1%*	*17.8%*	*8.7%*	*14.9%*	*15.8%*
Ort, Altstadt, alter Ortskern, Innenstadt	84	15	47	22	35	49	43	6	25	11	48	7	56	21
	14.7%	*12.6%*	*15.4%*	*14.9%*	*15.3%*	*14.3%*	*14.2%*	*14.6%*	*19.2%*	*15.3%*	*13.0%*	*15.2%*	*16.7%*	*11.1%*
Atmosphäre, Ambiente, Flair, Idylle, Romantik	71	12	41	18	18	53	48	5	12	8	51	7	48	16
	12.4%	*10.1%*	*13.4%*	*12.2%*	*7.9%*	*15.5%*	*15.9%*	*12.2%*	*9.2%*	*11.1%*	*13.8%*	*15.2%*	*14.3%*	*8.4%*
Erreichbarkeit (gut)	62	8	34	20	18	44	39	5	10	4	48	3	29	30
	10.8%	*6.7%*	*11.1%*	*13.5%*	*7.9%*	*12.8%*	*12.9%*	*12.2%*	*7.7%*	*5.6%*	*13.0%*	*6.5%*	*8.6%*	*15.8%*
Natur, Klima, Landschaft, Grün	56	10	32	14	25	31	27	4	11	9	36	6	37	13
	9.8%	*8.4%*	*10.5%*	*9.5%*	*10.9%*	*9.0%*	*8.9%*	*9.8%*	*8.5%*	*12.5%*	*9.7%*	*13.0%*	*11.0%*	*6.8%*
Strand	53	14	30	9	21	32	28	4	12	11	30	7	25	21
	9.3%	*11.8%*	*9.8%*	*6.1%*	*9.2%*	*9.3%*	*9.3%*	*9.8%*	*9.2%*	*15.3%*	*8.1%*	*15.2%*	*7.4%*	*11.1%*
Kunst/ Künstler/ Kunstausstellung/ Künstlerart/ Radziwill Museum	53	7	30	16	13	40	36	4	5	6	42	5	36	12
	9.3%	*5.9%*	*9.8%*	*10.8%*	*5.7%*	*11.7%*	*11.9%*	*9.8%*	*3.8%*	*8.3%*	*11.4%*	*10.9%*	*10.7%*	*6.3%*
Cafés/ Geschäfte/ Gastronomie/ Fischrestaurants (allg., viele, kleine, gute)/ gutes Essen/ gut zum Bummeln	47	8	24	15	16	31	27	4	6	3	38	2	30	15
	8.2%	*6.7%*	*7.9%*	*10.1%*	*7.0%*	*9.0%*	*8.9%*	*9.8%*	*4.6%*	*4.2%*	*10.3%*	*4.3%*	*8.9%*	*7.9%*

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B2: Was macht diesen Ort für Sie attraktiv?

	Befragungsort: D A N G A S T													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
(Kurzzeit-)Erholung, für Tagesausflug geeignet, “1 Tag Urlaub”	45	9	29	7	19	26	25	1	9	4	32	5	33	7
	7.9%	*7.6%*	*9.5%*	*4.7%*	*8.3%*	*7.6%*	*8.3%*	*2.4%*	*6.9%*	*5.6%*	*8.6%*	*10.9%*	*9.8%*	*3.7%*
Klein, überschaubar	44	10	29	5	22	22	17	5	19	4	21	2	27	15
	7.7%	*8.4%*	*9.5%*	*3.4%*	*9.6%*	*6.4%*	*5.6%*	*12.2%*	*14.6%*	*5.6%*	*5.7%*	*4.3%*	*8.0%*	*7.9%*
Die Lage (allg, gut)	43	7	21	15	17	26	22	4	16	4	23	3	34	6
	7.5%	*5.9%*	*6.9%*	*10.1%*	*7.4%*	*7.6%*	*7.3%*	*9.8%*	*12.3%*	*5.6%*	*6.2%*	*6.5%*	*10.1%*	*3.2%*
Menschen/ Leute/ Personal (allg., freundlich, nett), Gastfreundlichkeit	43	8	25	10	19	24	21	3	9	4	30	2	29	12
	7.5%	*6.7%*	*8.2%*	*6.8%*	*8.3%*	*7.0%*	*7.0%*	*7.3%*	*6.9%*	*5.6%*	*8.1%*	*4.3%*	*8.6%*	*6.3%*
gutes Preis-Leistungsverhältnis/ keine Gebühren	34	8	14	12	12	22	18	4	9	2	23	-	18	16
	5.9%	*6.7%*	*4.6%*	*8.1%*	*5.2%*	*6.4%*	*6.0%*	*9.8%*	*6.9%*	*2.8%*	*6.2%*	*-*	*5.4%*	*8.4%*
Spazierengehen/ (viele) Spazierwege	33	6	18	9	18	15	13	2	4	2	27	3	21	9
	5.8%	*5.0%*	*5.9%*	*6.1%*	*7.9%*	*4.4%*	*4.3%*	*4.9%*	*3.1%*	*2.8%*	*7.3%*	*6.5%*	*6.3%*	*4.7%*
Nicht überfüllt	25	7	14	4	18	7	6	1	5	11	9	4	14	7
	4.4%	*5.9%*	*4.6%*	*2.7%*	*7.9%*	*2.0%*	*2.0%*	*2.4%*	*3.8%*	*15.3%*	*2.4%*	*8.7%*	*4.2%*	*3.7%*
Kinder-/ familienfreundlich	24	7	13	4	18	6	6	-	9	6	9	3	12	9
	4.2%	*5.9%*	*4.3%*	*2.7%*	*7.9%*	*1.7%*	*2.0%*	*-*	*6.9%*	*8.3%*	*2.4%*	*6.5%*	*3.6%*	*4.7%*
Hafen (allg., schön, klein)	22	2	14	6	10	12	10	2	4	4	14	3	14	5
	3.8%	*1.7%*	*4.6%*	*4.1%*	*4.4%*	*3.5%*	*3.3%*	*4.9%*	*3.1%*	*5.6%*	*3.8%*	*6.5%*	*4.2%*	*2.6%*
Wald	21	2	15	4	8	13	9	4	3	5	13	2	12	7
	3.7%	*1.7%*	*4.9%*	*2.7%*	*3.5%*	*3.8%*	*3.0%*	*9.8%*	*2.3%*	*6.9%*	*3.5%*	*4.3%*	*3.6%*	*3.7%*
Fahrrad/ (schöne) Fahrradwege	20	2	13	5	18	2	1	1	7	5	8	4	12	4
	3.5%	*1.7%*	*4.3%*	*3.4%*	*7.9%*	*0.6%*	*0.3%*	*2.4%*	*5.4%*	*6.9%*	*2.2%*	*8.7%*	*3.6%*	*2.1%*
Gepflegt/ sauber/ organisiert	20	2	11	7	10	10	9	1	7	3	10	-	15	5
	3.5%	*1.7%*	*3.6%*	*4.7%*	*4.4%*	*2.9%*	*3.0%*	*2.4%*	*5.4%*	*4.2%*	*2.7%*	*-*	*4.5%*	*2.6%*

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B2: Was macht diesen Ort für Sie attraktiv?

	Befragungsort: D A N G A S T													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Schwimmbad, Hallenbad, Solebad	18	4	7	7	9	9	7	2	4	3	11	2	7	9
	3.1%	*3.4%*	*2.3%*	*4.7%*	*3.9%*	*2.6%*	*2.3%*	*4.9%*	*3.1%*	*4.2%*	*3.0%*	*4.3%*	*2.1%*	*4.7%*
Verkehrsberuhigt/ keine Autos	10	3	6	1	5	5	3	2	-	3	7	1	8	1
	1.7%	*2.5%*	*2.0%*	*0.7%*	*2.2%*	*1.5%*	*1.0%*	*4.9%*	-	*4.2%*	*1.9%*	*2.2%*	*2.4%*	*0.5%*
Deich (mit Schafen)	10	2	6	2	5	5	5	-	1	-	9	-	4	6
	1.7%	*1.7%*	*2.0%*	*1.4%*	*2.2%*	*1.5%*	*1.7%*	-	*0.8%*	-	*2.4%*	-	*1.2%*	*3.2%*
Umgebung/ Umfeld	9	4	5	-	4	5	4	1	2	-	7	-	4	5
	1.6%	*3.4%*	*1.6%*	-	*1.7%*	*1.5%*	*1.3%*	*2.4%*	*1.5%*	-	*1.9%*	-	*1.2%*	*2.6%*
Fisch	9	3	2	4	5	4	4	-	-	1	8	-	6	3
	1.6%	*2.5%*	*0.7%*	*2.7%*	*2.2%*	*1.2%*	*1.3%*	-	-	*1.4%*	*2.2%*	-	*1.8%*	*1.6%*
Spezielle Veranstaltung (Weihnachtsmarkt, Hafenfest, ...)	7	-	6	1	1	6	5	1	-	-	7	-	5	2
	1.2%	-	*2.0%*	*0.7%*	*0.4%*	*1.7%*	*1.7%*	*2.4%*	-	-	*1.9%*	-	*1.5%*	*1.1%*
Campingplatz (allg., am Hafen)	7	-	6	1	6	1	1	-	2	1	4	-	6	1
	1.2%	-	*2.0%*	*0.7%*	*2.6%*	*0.3%*	*0.3%*	-	*1.5%*	*1.4%*	*1.1%*	-	*1.8%*	*0.5%*
Angebot, Sehenswürdigkeiten (abwechslungsreich, vielseitig)	7	1	4	2	4	3	2	1	1	1	5	-	4	3
	1.2%	*0.8%*	*1.3%*	*1.4%*	*1.7%*	*0.9%*	*0.7%*	*2.4%*	*0.8%*	*1.4%*	*1.4%*	-	*1.2%*	*1.6%*
Häuser (allg., alt, klein, süß), Baustil, Architektur	6	-	5	1	3	3	3	-	2	1	3	-	4	2
	1.0%	-	*1.6%*	*0.7%*	*1.3%*	*0.9%*	*1.0%*	-	*1.5%*	*1.4%*	*0.8%*	-	*1.2%*	*1.1%*
Hundefreundlich	6	-	3	3	2	4	3	1	-	2	4	-	5	1
	1.0%	-	*1.0%*	*2.0%*	*0.9%*	*1.2%*	*1.0%*	*2.4%*	-	*2.8%*	*1.1%*	-	*1.5%*	*0.5%*
Gegensatz zum Heimatort/ etw. Besonderes	5	1	3	1	1	4	4	-	-	-	5	1	3	1
	0.9%	*0.8%*	*1.0%*	*0.7%*	*0.4%*	*1.2%*	*1.3%*	-	-	-	*1.4%*	*2.2%*	*0.9%*	*0.5%*
Etta von Dangast	4	-	3	1	1	3	2	1	1	1	2	-	3	1
	0.7%	-	*1.0%*	*0.7%*	*0.4%*	*0.9%*	*0.7%*	*2.4%*	*0.8%*	*1.4%*	*0.5%*	-	*0.9%*	*0.5%*

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B2: Was macht diesen Ort für Sie attraktiv?

	Befragungsort: D A N G A S T													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Schiffe allg.	3	-	3	-	1	2	2	-	-	-	3	-	-	3
	0.5%	-	*1.0%*	-	*0.4%*	*0.6%*	*0.7%*	-	-	-	*0.8%*	-	-	*1.6%*
Ostfriesisch, norddeutsch, flaches Land, die Weite	3	-	1	2	2	1	1	-	1	-	2	-	2	1
	0.5%	-	*0.3%*	*1.4%*	*0.9%*	*0.3%*	*0.3%*	-	*0.8%*	-	*0.5%*	-	*0.6%*	*0.5%*
Kutter, Fischerboote, Krabbenkutter, Fischerei	2	1	-	1	2	-	-	-	-	1	1	-	1	1
	0.3%	*0.8%*	-	*0.7%*	*0.9%*	-	-	-	-	*1.4%*	*0.3%*	-	*0.3%*	*0.5%*
Gärten, Rosen	2	-	1	1	2	-	-	-	2	-	-	-	1	1
	0.3%	-	*0.3%*	*0.7%*	*0.9%*	-	-	-	*1.5%*	-	-	-	*0.3%*	*0.5%*
Parken (gut)	1	-	-	1	-	1	1	-	-	-	1	1	-	-
	0.2%	-	-	*0.7%*	-	*0.3%*	*0.3%*	-	-	-	*0.3%*	*2.2%*	-	-
Heimat	1	-	1	-	-	1	1	-	-	-	1	-	1	-
	0.2%	-	*0.3%*	-	-	*0.3%*	*0.3%*	-	-	-	*0.3%*	-	*0.3%*	-
Straßenpflaster	1	-	-	1	1	-	-	-	1	-	-	-	1	-
	0.2%	-	-	*0.7%*	*0.4%*	-	-	-	*0.8%*	-	-	-	*0.3%*	-
Gesamtheit, allgemein	7	-	4	3	2	5	5	-	1	-	6	-	5	2
	1.2%	-	*1.3%*	*2.0%*	*0.9%*	*1.5%*	*1.7%*	-	*0.8%*	-	*1.6%*	-	*1.5%*	*1.1%*
Sonstiges	30	5	16	9	15	15	12	3	9	4	17	2	21	7
	5.2%	*4.2%*	*5.2%*	*6.1%*	*6.6%*	*4.4%*	*4.0%*	*7.3%*	*6.9%*	*5.6%*	*4.6%*	*4.3%*	*6.3%*	*3.7%*
Keine Angaben	8	2	5	1	6	2	2	-	4	1	3	3	1	4
	1.4%	*1.7%*	*1.6%*	*0.7%*	*2.6%*	*0.6%*	*0.7%*	-	*3.1%*	*1.4%*	*0.8%*	*6.5%*	*0.3%*	*2.1%*
Summe der Nennungen	1675	317	930	428	709	966	843	123	366	223	1086	131	1041	503
	292.8%	*266.4%*	*304.9%*	*289.2%*	*309.6%*	*281.6%*	*279.1%*	*300.0%*	*281.5%*	*309.7%*	*293.5%*	*284.8%*	*309.8%*	*264.7%*

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B3: Wie sind Sie auf diesen Ort aufmerksam geworden?

	Befragungsort: D A N G A S T													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Darüber gelesen (z.B. im Reiseführer, in der Presse)	30	7	12	11	17	13	10	3	22	4	4	1	19	10
	5.2%	*5.9%*	*3.9%*	*7.4%*	*7.4%*	*3.8%*	*3.3%*	*7.3%*	*16.9%*	*5.6%*	*1.1%*	*2.2%*	*5.7%*	*5.3%*
Im Internet gesehen	53	15	26	12	44	9	5	4	39	7	7	5	31	17
	9.3%	*12.6%*	*8.5%*	*8.1%*	*19.2%*	*2.6%*	*1.7%*	*9.8%*	*30.0%*	*9.7%*	*1.9%*	*10.9%*	*9.2%*	*8.9%*
Berichte im Fernsehen oder Radio gesehen/ gehört	3	-	1	2	-	3	3	-	1	-	2	-	2	1
	0.5%	-	*0.3%*	*1.4%*	-	*0.9%*	*1.0%*	-	*0.8%*	-	*0.5%*	-	*0.6%*	*0.5%*
Empfehlung von Verwandten oder Freunden	180	38	109	33	83	97	77	20	54	40	86	22	100	58
	31.5%	*31.9%*	*35.7%*	*22.3%*	*36.2%*	*28.3%*	*25.5%*	*48.8%*	*41.5%*	*55.6%*	*23.2%*	*47.8%*	*29.8%*	*30.5%*
Empfehlung des Vermieters	5	3	1	1	-	5	5	-	-	-	5	1	2	2
	0.9%	*2.5%*	*0.3%*	*0.7%*	-	*1.5%*	*1.7%*	-	-	-	*1.4%*	*2.2%*	*0.6%*	*1.1%*
Empfehlung der Tourist-Information	2	2	-	-	1	1	-	1	1	1	-	-	2	-
	0.3%	*1.7%*	-	-	*0.4%*	*0.3%*	-	*2.4%*	*0.8%*	*1.4%*	-	-	*0.6%*	-
War früher schon einmal hier	294	51	149	94	81	213	200	13	5	20	269	16	182	96
	51.4%	*42.9%*	*48.9%*	*63.5%*	*35.4%*	*62.1%*	*66.2%*	*31.7%*	*3.8%*	*27.8%*	*72.7%*	*34.8%*	*54.2%*	*50.5%*
Anderes, und zwar:	22	4	16	2	9	13	13	-	12	2	8	4	8	10
	3.8%	*3.4%*	*5.2%*	*1.4%*	*3.9%*	*3.8%*	*4.3%*	-	*9.2%*	*2.8%*	*2.2%*	*8.7%*	*2.4%*	*5.3%*
- Krankenkasse/ Kur/ Krankenhausaufenthalt	5	1	4	-	5	-	-	-	5	-	-	2	2	1
	0.9%	*0.8%*	*1.3%*	-	*2.2%*	-	-	-	*3.8%*	-	-	*4.3%*	*0.6%*	*0.5%*
- Zufall, vorbeigekommen, Erkundung der Umgebung, Durchfahrt	4	1	3	-	2	2	2	-	2	1	1	-	3	1
	0.7%	*0.8%*	*1.0%*	-	*0.9%*	*0.6%*	*0.7%*	-	*1.5%*	*1.4%*	*0.3%*	-	*0.9%*	*0.5%*
- wurde hier geboren	3	1	1	1	-	3	3	-	-	-	3	-	-	3
	0.5%	*0.8%*	*0.3%*	*0.7%*	-	*0.9%*	*1.0%*	-	-	-	*0.8%*	-	-	*1.6%*
- Eigeninitiative	1	-	1	-	-	1	1	-	-	-	1	1	-	-
	0.2%	-	*0.3%*	-	-	*0.3%*	*0.3%*	-	-	-	*0.3%*	*2.2%*	-	-

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B3: Wie sind Sie auf diesen Ort aufmerksam geworden?

	Befragungsort: D A N G A S T													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
- wir wohnen/ Verwandtschaft/ Bekanntschaft wohnt in der Umgebung	1	-	1	-	-	1	1	-	1	-	-	-	1	-
	0.2%	-	*0.3%*	-	-	*0.3%*	*0.3%*	-	*0.8%*	-	-	-	*0.3%*	-
- Hinweisschilder, Verkehrsschilder, Veranstaltungshinweis	1	-	1	-	-	1	1	-	1	-	-	1	-	-
	0.2%	-	*0.3%*	-	-	*0.3%*	*0.3%*	-	*0.8%*	-	-	*2.2%*	-	-
- Landkarte/ Fahrradkarte	1	-	1	-	-	1	1	-	1	-	-	-	-	1
	0.2%	-	*0.3%*	-	-	*0.3%*	*0.3%*	-	*0.8%*	-	-	-	-	*0.5%*
- Sonstiges	2	1	1	-	2	-	-	-	1	1	-	-	-	2
	0.3%	*0.8%*	*0.3%*	-	*0.9%*	-	-	-	*0.8%*	*1.4%*	-	-	-	*1.1%*
Summe der Nennungen	607	124	327	156	244	363	322	41	145	76	386	53	352	202
	106.1%	*104.2%*	*107.2%*	*105.4%*	*106.6%*	*105.8%*	*106.6%*	*100.0%*	*111.5%*	*105.6%*	*104.3%*	*115.2%*	*104.8%*	*106.3%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B4: Wie attraktiv finden Sie den Ort ... im Allgemeinen?

	Befragungsort: D A N G A S T														
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung			
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen	
Alle Befragten	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	
(1) Sehr attraktiv	232	51	114	67	99	133	120	13	39	29	164	16	151	65	
	40.6%	*42.9%*	*37.4%*	*45.3%*	*43.2%*	*38.8%*	*39.7%*	*31.7%*	*30.0%*	*40.3%*	*44.3%*	*34.8%*	*44.9%*	*34.2%*	
(2) Attraktiv	298	60	174	64	114	184	159	25	81	36	181	24	173	101	
	52.1%	*50.4%*	*57.0%*	*43.2%*	*49.8%*	*53.6%*	*52.6%*	*61.0%*	*62.3%*	*50.0%*	*48.9%*	*52.2%*	*51.5%*	*53.2%*	
(3) Weniger attraktiv	36	7	15	14	14	22	19	3	10	6	20	5	9	22	
	6.3%	*5.9%*	*4.9%*	*9.5%*	*6.1%*	*6.4%*	*6.3%*	*7.3%*	*7.7%*	*8.3%*	*5.4%*	*10.9%*	*2.7%*	*11.6%*	
(4) Nicht attraktiv	6	1	2	3	2	4	4	-	-	1	5	1	3	2	
	1.0%	*0.8%*	*0.7%*	*2.0%*	*0.9%*	*1.2%*	*1.3%*	-	-	*1.4%*	*1.4%*	*2.2%*	*0.9%*	*1.1%*	
Summe der Nennungen	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	
Top-Box (1+2)	530	111	288	131	213	317	279	38	120	65	345	40	324	166	
	92.7%	*93.3%*	*94.4%*	*88.5%*	*93.0%*	*92.4%*	*92.4%*	*92.7%*	*92.3%*	*90.3%*	*93.2%*	*87.0%*	*96.4%*	*87.4%*	
Low-Box (3+4)	42	8	17	17	16	26	23	3	10	7	25	6	12	24	
	7.3%	*6.7%*	*5.6%*	*11.5%*	*7.0%*	*7.6%*	*7.6%*	*7.3%*	*7.7%*	*9.7%*	*6.8%*	*13.0%*	*3.6%*	*12.6%*	
Mittelwert (1-4)	1.7	1.6	1.7	1.7	1.6	1.7	1.7	1.8	1.8	1.7	1.6	1.8	1.6	1.8	
Standardabweichung	0.6	0.6	0.6	0.7	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6	0.7	0.6	0.7	0.6	0.7	

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B5: Und wie attraktiv finden Sie den Hafen im Besonderen?

	Befragungsort: D A N G A S T													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
(1) Sehr attraktiv	184	42	90	52	75	109	99	10	29	19	136	11	124	49
	32.2%	*35.3%*	*29.5%*	*35.1%*	*32.8%*	*31.8%*	*32.8%*	*24.4%*	*22.3%*	*26.4%*	*36.8%*	*23.9%*	*36.9%*	*25.8%*
(2) Attraktiv	293	54	171	68	114	179	157	22	71	40	182	21	176	96
	51.2%	*45.4%*	*56.1%*	*45.9%*	*49.8%*	*52.2%*	*52.0%*	*53.7%*	*54.6%*	*55.6%*	*49.2%*	*45.7%*	*52.4%*	*50.5%*
(3) Weniger attraktiv	88	23	39	26	37	51	43	8	28	13	47	14	33	41
	15.4%	*19.3%*	*12.8%*	*17.6%*	*16.2%*	*14.9%*	*14.2%*	*19.5%*	*21.5%*	*18.1%*	*12.7%*	*30.4%*	*9.8%*	*21.6%*
(4) Nicht attraktiv	7	-	5	2	3	4	3	1	2	-	5	-	3	4
	1.2%	-	*1.6%*	*1.4%*	*1.3%*	*1.2%*	*1.0%*	*2.4%*	*1.5%*	-	*1.4%*	-	*0.9%*	*2.1%*
Summe der Nennungen	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Top-Box (1+2)	477	96	261	120	189	288	256	32	100	59	318	32	300	145
	83.4%	*80.7%*	*85.6%*	*81.1%*	*82.5%*	*84.0%*	*84.8%*	*78.0%*	*76.9%*	*81.9%*	*85.9%*	*69.6%*	*89.3%*	*76.3%*
Low-Box (3+4)	95	23	44	28	40	55	46	9	30	13	52	14	36	45
	16.6%	*19.3%*	*14.4%*	*18.9%*	*17.5%*	*16.0%*	*15.2%*	*22.0%*	*23.1%*	*18.1%*	*14.1%*	*30.4%*	*10.7%*	*23.7%*
Mittelwert (1-4)	1.9	1.8	1.9	1.9	1.9	1.9	1.8	2.0	2.0	1.9	1.8	2.1	1.7	2.0
Standardabweichung	0.7	0.7	0.7	0.8	0.7	0.7	0.7	0.7	0.7	0.7	0.7	0.7	0.7	0.7

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B6a: Warum bewerten Sie den Hafen so? Was macht diesen Hafen attraktiv?

	Befragungsort: D A N G A S T													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Klein, übersichtlich, überschaubar, man kann zu Fuß alles erreichen/ zum Spazierengehen	215	40	126	49	92	123	108	15	56	25	134	14	149	52
	37.6%	*33.6%*	*41.3%*	*33.1%*	*40.2%*	*35.9%*	*35.8%*	*36.6%*	*43.1%*	*34.7%*	*36.2%*	*30.4%*	*44.3%*	*27.4%*
Schön, hübsch, niedlich	96	18	53	25	39	57	47	10	20	16	60	6	65	25
	16.8%	*15.1%*	*17.4%*	*16.9%*	*17.0%*	*16.6%*	*15.6%*	*24.4%*	*15.4%*	*22.2%*	*16.2%*	*13.0%*	*19.3%*	*13.2%*
Ruhe, nichts los, nicht überlaufen, keine Hektik, entspannend/ Erholung	93	20	52	21	38	55	50	5	30	15	48	6	56	31
	16.3%	*16.8%*	*17.0%*	*14.2%*	*16.6%*	*16.0%*	*16.6%*	*12.2%*	*23.1%*	*20.8%*	*13.0%*	*13.0%*	*16.7%*	*16.3%*
Alt, historisch, ursprünglich, einfach, schlicht, nicht verbaut	79	15	44	20	34	45	37	8	19	7	53	1	57	21
	13.8%	*12.6%*	*14.4%*	*13.5%*	*14.8%*	*13.1%*	*12.3%*	*19.5%*	*14.6%*	*9.7%*	*14.3%*	*2.2%*	*17.0%*	*11.1%*
Idyllisch	73	14	37	22	30	43	37	6	12	12	49	8	51	14
	12.8%	*11.8%*	*12.1%*	*14.9%*	*13.1%*	*12.5%*	*12.3%*	*14.6%*	*9.2%*	*16.7%*	*13.2%*	*17.4%*	*15.2%*	*7.4%*
Etta von Dangast	39	6	22	11	17	22	22	-	3	4	32	2	17	20
	6.8%	*5.0%*	*7.2%*	*7.4%*	*7.4%*	*6.4%*	*7.3%*	-	*2.3%*	*5.6%*	*8.6%*	*4.3%*	*5.1%*	*10.5%*
Natur, naturbelassen, Klima	38	7	21	10	12	26	24	2	5	5	28	4	24	10
	6.6%	*5.9%*	*6.9%*	*6.8%*	*5.2%*	*7.6%*	*7.9%*	*4.9%*	*3.8%*	*6.9%*	*7.6%*	*8.7%*	*7.1%*	*5.3%*
Kutter (Holz-, Fisch-, Krabben-), Fischerboote	35	8	15	12	10	25	24	1	8	3	24	2	19	14
	6.1%	*6.7%*	*4.9%*	*8.1%*	*4.4%*	*7.3%*	*7.9%*	*2.4%*	*6.2%*	*4.2%*	*6.5%*	*4.3%*	*5.7%*	*7.4%*
Meer/ Wattenmeer	30	4	14	12	16	14	14	-	10	5	15	2	20	8
	5.2%	*3.4%*	*4.6%*	*8.1%*	*7.0%*	*4.1%*	*4.6%*	-	*7.7%*	*6.9%*	*4.1%*	*4.3%*	*6.0%*	*4.2%*
(Segel-)Boote, Yachten	29	9	14	6	7	22	21	1	-	5	24	5	8	16
	5.1%	*7.6%*	*4.6%*	*4.1%*	*3.1%*	*6.4%*	*7.0%*	*2.4%*	-	*6.9%*	*6.5%*	*10.9%*	*2.4%*	*8.4%*
Ausblick/ Aussicht/ weite Sicht	25	4	12	9	16	9	8	1	6	1	18	-	16	9
	4.4%	*3.4%*	*3.9%*	*6.1%*	*7.0%*	*2.6%*	*2.6%*	*2.4%*	*4.6%*	*1.4%*	*4.9%*	-	*4.8%*	*4.7%*
Beschaulich	21	3	12	6	5	16	15	1	5	3	13	1	11	9
	3.7%	*2.5%*	*3.9%*	*4.1%*	*2.2%*	*4.7%*	*5.0%*	*2.4%*	*3.8%*	*4.2%*	*3.5%*	*2.2%*	*3.3%*	*4.7%*

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B6a: Warum bewerten Sie den Hafen so? Was macht diesen Hafen attraktiv?

	Befragungsort: D A N G A S T													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Atmosphäre allg., Ambiente, Flair	20	2	10	8	9	11	9	2	4	2	14	2	9	9
	3.5%	*1.7%*	*3.3%*	*5.4%*	*3.9%*	*3.2%*	*3.0%*	*4.9%*	*3.1%*	*2.8%*	*3.8%*	*4.3%*	*2.7%*	*4.7%*
Schafe	19	6	8	5	10	9	7	2	4	5	10	5	10	4
	3.3%	*5.0%*	*2.6%*	*3.4%*	*4.4%*	*2.6%*	*2.3%*	*4.9%*	*3.1%*	*6.9%*	*2.7%*	*10.9%*	*3.0%*	*2.1%*
(viele) Schiffe	18	7	8	3	4	14	12	2	3	1	14	1	5	12
	3.1%	*5.9%*	*2.6%*	*2.0%*	*1.7%*	*4.1%*	*4.0%*	*4.9%*	*2.3%*	*1.4%*	*3.8%*	*2.2%*	*1.5%*	*6.3%*
Gemütlich	17	1	9	7	10	7	4	3	2	2	13	-	14	3
	3.0%	*0.8%*	*3.0%*	*4.7%*	*4.4%*	*2.0%*	*1.3%*	*7.3%*	*1.5%*	*2.8%*	*3.5%*	-	*4.2%*	*1.6%*
Ebbe und Flut, Gezeiten	17	1	8	8	6	11	10	1	5	1	11	3	9	5
	3.0%	*0.8%*	*2.6%*	*5.4%*	*2.6%*	*3.2%*	*3.3%*	*2.4%*	*3.8%*	*1.4%*	*3.0%*	*6.5%*	*2.7%*	*2.6%*
(viel) Grün, Grünanlagen	16	4	8	4	8	8	6	2	3	7	6	2	8	6
	2.8%	*3.4%*	*2.6%*	*2.7%*	*3.5%*	*2.3%*	*2.0%*	*4.9%*	*2.3%*	*9.7%*	*1.6%*	*4.3%*	*2.4%*	*3.2%*
Gutes Preis-Leistungs-Verhältnis, kein Eintritt/ Gebühren, keine Zäune	15	5	6	4	2	13	11	2	2	1	12	-	6	9
	2.6%	*4.2%*	*2.0%*	*2.7%*	*0.9%*	*3.8%*	*3.6%*	*4.9%*	*1.5%*	*1.4%*	*3.2%*	-	*1.8%*	*4.7%*
Deich(e)/ Damm	15	1	8	6	7	8	5	3	4	4	7	3	6	6
	2.6%	*0.8%*	*2.6%*	*4.1%*	*3.1%*	*2.3%*	*1.7%*	*7.3%*	*3.1%*	*5.6%*	*1.9%*	*6.5%*	*1.8%*	*3.2%*
Schleuse/ Emssperrwerk	13	2	9	2	2	11	10	1	2	3	8	1	1	11
	2.3%	*1.7%*	*3.0%*	*1.4%*	*0.9%*	*3.2%*	*3.3%*	*2.4%*	*1.5%*	*4.2%*	*2.2%*	*2.2%*	*0.3%*	*5.8%*
Fisch/ Krabben (allg, kaufen)/ Fischer/ Fischerei	12	4	7	1	5	7	6	1	1	-	11	1	8	3
	2.1%	*3.4%*	*2.3%*	*0.7%*	*2.2%*	*2.0%*	*2.0%*	*2.4%*	*0.8%*	-	*3.0%*	*2.2%*	*2.4%*	*1.6%*
Gastronomie/ Restaurant/ Cafés	11	3	3	5	5	6	6	-	2	1	8	-	9	2
	1.9%	*2.5%*	*1.0%*	*3.4%*	*2.2%*	*1.7%*	*2.0%*	-	*1.5%*	*1.4%*	*2.2%*	-	*2.7%*	*1.1%*
Sauber, gepflegt	11	2	8	1	6	5	4	1	6	-	5	1	6	4
	1.9%	*1.7%*	*2.6%*	*0.7%*	*2.6%*	*1.5%*	*1.3%*	*2.4%*	*4.6%*	-	*1.4%*	*2.2%*	*1.8%*	*2.1%*

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B6a: Warum bewerten Sie den Hafen so? Was macht diesen Hafen attraktiv?

	Befragungsort: D A N G A S T													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Strand, Bademöglichkeit	11	3	7	1	3	8	7	1	-	4	7	-	7	4
	1.9%	*2.5%*	*2.3%*	*0.7%*	*1.3%*	*2.3%*	*2.3%*	*2.4%*	-	*5.6%*	*1.9%*	-	*2.1%*	*2.1%*
Luft (frisch, gut, Seeluft, Duft)	10	2	3	5	3	7	6	1	2	1	7	-	7	3
	1.7%	*1.7%*	*1.0%*	*3.4%*	*1.3%*	*2.0%*	*2.0%*	*2.4%*	*1.5%*	*1.4%*	*1.9%*	-	*2.1%*	*1.6%*
Kinder-/ familienfreundlich	10	4	3	3	5	5	5	-	3	1	6	1	4	5
	1.7%	*3.4%*	*1.0%*	*2.0%*	*2.2%*	*1.5%*	*1.7%*	-	*2.3%*	*1.4%*	*1.6%*	*2.2%*	*1.2%*	*2.6%*
Wasser	9	4	4	1	1	8	7	1	3	-	6	-	5	4
	1.6%	*3.4%*	*1.3%*	*0.7%*	*0.4%*	*2.3%*	*2.3%*	*2.4%*	*2.3%*	-	*1.6%*	-	*1.5%*	*2.1%*
(Altes) Kurhaus	9	1	7	1	6	3	3	-	-	-	9	2	4	3
	1.6%	*0.8%*	*2.3%*	*0.7%*	*2.6%*	*0.9%*	*1.0%*	-	-	-	*2.4%*	*4.3%*	*1.2%*	*1.6%*
Autofrei/ kaum Verkehr	9	2	5	2	5	4	4	-	2	1	6	1	8	-
	1.6%	*1.7%*	*1.6%*	*1.4%*	*2.2%*	*1.2%*	*1.3%*	-	*1.5%*	*1.4%*	*1.6%*	*2.2%*	*2.4%*	-
Fotomotiv (gut, schön)	8	2	3	3	1	7	5	2	1	-	7	1	3	4
	1.4%	*1.7%*	*1.0%*	*2.0%*	*0.4%*	*2.0%*	*1.7%*	*4.9%*	*0.8%*	-	*1.9%*	*2.2%*	*0.9%*	*2.1%*
Hafenanlage allg., Form des Hafens, wie der Hafen angelegt ist/ Bau des Hafens	7	1	3	3	3	4	3	1	1	3	3	-	5	2
	1.2%	*0.8%*	*1.0%*	*2.0%*	*1.3%*	*1.2%*	*1.0%*	*2.4%*	*0.8%*	*4.2%*	*0.8%*	-	*1.5%*	*1.1%*
Für Tagesausflug/ -tour/ Wochenende geeignet/ (Wohnort)Nähe/ ortsnah	7	1	3	3	2	5	4	1	2	-	5	-	4	3
	1.2%	*0.8%*	*1.0%*	*2.0%*	*0.9%*	*1.5%*	*1.3%*	*2.4%*	*1.5%*	-	*1.4%*	-	*1.2%*	*1.6%*
Kunst	6	-	3	3	4	2	-	2	1	3	2	-	3	3
	1.0%	-	*1.0%*	*2.0%*	*1.7%*	*0.6%*	-	*4.9%*	*0.8%*	*4.2%*	*0.5%*	-	*0.9%*	*1.6%*
Aus-/ Beschilderung, Infotafeln	6	1	4	1	5	1	1	-	3	1	2	-	4	2
	1.0%	*0.8%*	*1.3%*	*0.7%*	*2.2%*	*0.3%*	*0.3%*	-	*2.3%*	*1.4%*	*0.5%*	-	*1.2%*	*1.1%*
Die Lage (allg.)	6	2	3	1	3	3	2	1	2	1	3	-	2	4
	1.0%	*1.7%*	*1.0%*	*0.7%*	*1.3%*	*0.9%*	*0.7%*	*2.4%*	*1.5%*	*1.4%*	*0.8%*	-	*0.6%*	*2.1%*

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B6a: Warum bewerten Sie den Hafen so? Was macht diesen Hafen attraktiv?

	Befragungsort: D A N G A S T													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Sieltor/ Siel	6	-	3	3	3	3	3	-	-	-	6	-	4	2
	1.0%	-	*1.0%*	*2.0%*	*1.3%*	*0.9%*	*1.0%*	-	-	-	*1.6%*	-	*1.2%*	*1.1%*
Pegelhaus/ Tidehaus	6	-	4	2	4	2	2	-	1	-	5	-	2	4
	1.0%	-	*1.3%*	*1.4%*	*1.7%*	*0.6%*	*0.7%*	-	*0.8%*	-	*1.4%*	-	*0.6%*	*2.1%*
Drachen steigen	5	2	2	1	2	3	3	-	1	2	2	-	5	-
	0.9%	*1.7%*	*0.7%*	*0.7%*	*0.9%*	*0.9%*	*1.0%*	-	*0.8%*	*2.8%*	*0.5%*	-	*1.5%*	-
Familiär	5	-	4	1	4	1	1	-	-	-	5	-	2	3
	0.9%	-	*1.3%*	*0.7%*	*1.7%*	*0.3%*	*0.3%*	-	-	-	*1.4%*	-	*0.6%*	*1.6%*
Sportl. Aktivitäten (Fahrrad fahren, angeln, etc.), (Rad-) Gehwege (schön)	5	-	3	2	3	2	1	1	2	1	2	-	4	1
	0.9%	-	*1.0%*	*1.4%*	*1.3%*	*0.6%*	*0.3%*	*2.4%*	*1.5%*	*1.4%*	*0.5%*	-	*1.2%*	*0.5%*
Fähre, Fährschiff	3	-	2	1	1	2	2	-	-	-	3	-	2	1
	0.5%	-	*0.7%*	*0.7%*	*0.4%*	*0.6%*	*0.7%*	-	-	-	*0.8%*	-	*0.6%*	*0.5%*
Zentrale Lage im Ort, Hafen in der Stadt, Integration im Ortskern	3	1	1	1	3	-	-	-	1	-	2	-	3	-
	0.5%	*0.8%*	*0.3%*	*0.7%*	*1.3%*	-	-	-	*0.8%*	-	*0.5%*	-	*0.9%*	-
Parken (kostenlos, gut)	3	-	2	1	1	2	1	1	-	-	3	-	2	1
	0.5%	-	*0.7%*	*0.7%*	*0.4%*	*0.6%*	*0.3%*	*2.4%*	-	-	*0.8%*	-	*0.6%*	*0.5%*
Möwen, (Wasser)vögel	3	-	2	1	2	1	1	-	-	1	2	1	1	1
	0.5%	-	*0.7%*	*0.7%*	*0.9%*	*0.3%*	*0.3%*	-	-	*1.4%*	*0.5%*	*2.2%*	*0.3%*	*0.5%*
Gegensatz zum Heimatort/ etw. Besonderes	2	-	1	1	-	2	2	-	-	-	2	-	1	1
	0.3%	-	*0.3%*	*0.7%*	-	*0.6%*	*0.7%*	-	-	-	*0.5%*	-	*0.3%*	*0.5%*
Bänke/ Sitzgelegenheiten/ Platz zum Ausruhen/ kann am Hafen gut sitzen	2	-	2	-	2	-	-	-	-	-	2	-	1	1
	0.3%	-	*0.7%*	-	*0.9%*	-	-	-	-	-	*0.5%*	-	*0.3%*	*0.5%*
Spezielle Veranstaltungen (z.B. Töpfermarkt, Flohmarkt, ...)	2	-	2	-	-	2	1	1	-	-	2	-	2	-
	0.3%	-	*0.7%*	-	-	*0.6%*	*0.3%*	*2.4%*	-	-	*0.5%*	-	*0.6%*	-

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B6a: Warum bewerten Sie den Hafen so? Was macht diesen Hafen attraktiv?

	Befragungsort: D A N G A S T													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Häuschen, Häuser (alt, hübsch, schön), Häuserkulisse, Häuserzeile	2	1	1	-	1	1	1	-	-	-	2	-	1	1
	0.3%	*0.8%*	*0.3%*	-	*0.4%*	*0.3%*	*0.3%*	-	-	-	*0.5%*	-	*0.3%*	*0.5%*
Lebendig/ gutes Angebot/ vielseitig/ immer was los	2	-	2	-	2	-	-	-	-	-	2	-	2	-
	0.3%	-	*0.7%*	-	*0.9%*	-	-	-	-	-	*0.5%*	-	*0.6%*	-
Kopfsteinpflaster, Plasterung	1	-	-	1	-	1	-	1	1	-	-	-	1	-
	0.2%	-	-	*0.7%*	-	*0.3%*	-	*2.4%*	*0.8%*	-	-	-	*0.3%*	-
Leute (allg., nett, freundlich), freundlicher Service	1	-	1	-	1	-	-	-	-	-	1	-	1	-
	0.2%	-	*0.3%*	-	*0.4%*	-	-	-	-	-	*0.3%*	-	*0.3%*	-
Promenade (schön, klein, nett)	1	1	-	-	-	1	1	-	-	-	1	-	-	1
	0.2%	*0.8%*	-	-	-	*0.3%*	*0.3%*	-	-	-	*0.3%*	-	-	*0.5%*
Gesamtheit, allgemein, das “Drumherum”	4	1	2	1	3	1	1	-	-	-	4	1	-	3
	0.7%	*0.8%*	*0.7%*	*0.7%*	*1.3%*	*0.3%*	*0.3%*	-	-	-	*1.1%*	*2.2%*	-	*1.6%*
Sonstiges	9	-	5	4	3	6	5	1	3	-	6	1	5	3
	1.6%	-	*1.6%*	*2.7%*	*1.3%*	*1.7%*	*1.7%*	*2.4%*	*2.3%*	-	*1.6%*	*2.2%*	*1.5%*	*1.6%*
Keine Angaben	59	14	29	16	30	29	26	3	17	12	30	13	19	27
	10.3%	*11.8%*	*9.5%*	*10.8%*	*13.1%*	*8.5%*	*8.6%*	*7.3%*	*13.1%*	*16.7%*	*8.1%*	*28.3%*	*5.7%*	*14.2%*
Summe der Nennungen	1179	229	630	320	496	683	595	88	258	159	762	91	698	390
	206.1%	*192.4%*	*206.6%*	*216.2%*	*216.6%*	*199.1%*	*197.0%*	*214.6%*	*198.5%*	*220.8%*	*205.9%*	*197.8%*	*207.7%*	*205.3%*

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B6b: Und was macht diesen Hafen weniger attraktiv als andere?

	Befragungsort: D A N G A S T														
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung			
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen	
Alle Befragten	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	
Schiffe, Boote, Kutter (keine/ zu wenig/ zu kleine)	83	18	52	13	38	45	37	8	27	16	40	11	45	27	
	14.5%	*15.1%*	*17.0%*	*8.8%*	*16.6%*	*13.1%*	*12.3%*	*19.5%*	*20.8%*	*22.2%*	*10.8%*	*23.9%*	*13.4%*	*14.2%*	
Wenig Angebot, langweilig, nichts los	80	14	52	14	36	44	37	7	23	12	45	8	52	20	
	14.0%	*11.8%*	*17.0%*	*9.5%*	*15.7%*	*12.8%*	*12.3%*	*17.1%*	*17.7%*	*16.7%*	*12.2%*	*17.4%*	*15.5%*	*10.5%*	
Zu wenig (keine) Sitzmöglichkeiten/ Bänke	61	13	33	15	23	38	30	8	14	4	43	3	45	13	
	10.7%	*10.9%*	*10.8%*	*10.1%*	*10.0%*	*11.1%*	*9.9%*	*19.5%*	*10.8%*	*5.6%*	*11.6%*	*6.5%*	*13.4%*	*6.8%*	
Zu wenig Restaurants, Geschäfte, Cafés, Stände	60	10	36	14	23	37	32	5	13	6	41	5	32	23	
	10.5%	*8.4%*	*11.8%*	*9.5%*	*10.0%*	*10.8%*	*10.6%*	*12.2%*	*10.0%*	*8.3%*	*11.1%*	*10.9%*	*9.5%*	*12.1%*	
Schmutzig/ ungepflegt/ gammelig/ optisch nicht ansprechend/ zu viel Müll/ zu wenig Mülleimer Papierkörbe)	39	10	19	10	14	25	23	2	6	1	32	5	23	11	
	6.8%	*8.4%*	*6.2%*	*6.8%*	*6.1%*	*7.3%*	*7.6%*	*4.9%*	*4.6%*	*1.4%*	*8.6%*	*10.9%*	*6.8%*	*5.8%*	
Kleiner Hafen, zu klein	30	6	14	10	21	9	6	3	10	7	13	2	16	12	
	5.2%	*5.0%*	*4.6%*	*6.8%*	*9.2%*	*2.6%*	*2.0%*	*7.3%*	*7.7%*	*9.7%*	*3.5%*	*4.3%*	*4.8%*	*6.3%*	
Zu wenig Toiletten/ fehlende sanitäre Einrichtungen	28	3	13	12	13	15	11	4	8	2	18	2	19	7	
	4.9%	*2.5%*	*4.3%*	*8.1%*	*5.7%*	*4.4%*	*3.6%*	*9.8%*	*6.2%*	*2.8%*	*4.9%*	*4.3%*	*5.7%*	*3.7%*	
Fehlender Unterstand/ Windschutz bei schlechtem Wetter	25	9	11	5	10	15	13	2	4	3	18	1	21	3	
	4.4%	*7.6%*	*3.6%*	*3.4%*	*4.4%*	*4.4%*	*4.3%*	*4.9%*	*3.1%*	*4.2%*	*4.9%*	*2.2%*	*6.3%*	*1.6%*	
Gezeiten, Ebbe und Flut, Tidengewässer, wenig Wasser	23	3	12	8	10	13	12	1	7	5	11	4	12	7	
	4.0%	*2.5%*	*3.9%*	*5.4%*	*4.4%*	*3.8%*	*4.0%*	*2.4%*	*5.4%*	*6.9%*	*3.0%*	*8.7%*	*3.6%*	*3.7%*	
Campingplatz/ WoMo-Platz	11	2	4	5	4	7	7	-	5	1	5	-	6	5	
	1.9%	*1.7%*	*1.3%*	*3.4%*	*1.7%*	*2.0%*	*2.3%*	-	*3.8%*	*1.4%*	*1.4%*	-	*1.8%*	*2.6%*	
Keine Möglichkeit (frischen) Fisch/ Krabben zu kaufen	9	-	5	4	4	5	5	-	1	3	5	1	6	2	
	1.6%	-	*1.6%*	*2.7%*	*1.7%*	*1.5%*	*1.7%*	-	*0.8%*	*4.2%*	*1.4%*	*2.2%*	*1.8%*	*1.1%*	
Keine (maritime) Atmosphäre, sieht nicht nach Hafen aus, ist kein Hafen	9	-	8	1	7	2	2	-	4	-	5	-	1	8	
	1.6%	-	*2.6%*	*0.7%*	*3.1%*	*0.6%*	*0.7%*	-	*3.1%*	-	*1.4%*	-	*0.3%*	*4.2%*	

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B6b: Und was macht diesen Hafen weniger attraktiv als andere?

	Befragungsort: D A N G A S T													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Wasser (dreckig, schmutzig, verschlickt)	8	3	3	2	3	5	5	-	-	1	7	2	3	3
	1.4%	*2.5%*	*1.0%*	*1.4%*	*1.3%*	*1.5%*	*1.7%*	-	-	*1.4%*	*1.9%*	*4.3%*	*0.9%*	*1.6%*
Nicht kinderfreundlich/ wenig Angebot, Spiel-möglichkeiten, -plätze für Kinder	7	4	2	1	2	5	4	1	3	-	4	1	2	4
	1.2%	*3.4%*	*0.7%*	*0.7%*	*0.9%*	*1.5%*	*1.3%*	*2.4%*	*2.3%*	-	*1.1%*	*2.2%*	*0.6%*	*2.1%*
Hunde (freilaufend, viele)	7	3	-	4	2	5	5	-	-	-	7	1	6	-
	1.2%	*2.5%*	-	*2.7%*	*0.9%*	*1.5%*	*1.7%*	-	-	-	*1.9%*	*2.2%*	*1.8%*	-
Überschwemmung	7	1	5	1	3	4	3	1	-	-	7	2	5	-
	1.2%	*0.8%*	*1.6%*	*0.7%*	*1.3%*	*1.2%*	*1.0%*	*2.4%*	-	-	*1.9%*	*4.3%*	*1.5%*	-
Zu hohes Preisniveau/ zu teuer	6	3	3	-	3	3	3	-	2	-	4	1	1	4
	1.0%	*2.5%*	*1.0%*	-	*1.3%*	*0.9%*	*1.0%*	-	*1.5%*	-	*1.1%*	*2.2%*	*0.3%*	*2.1%*
Parkplätze (allg.)	5	-	1	4	1	4	3	1	4	-	1	-	3	2
	0.9%	-	*0.3%*	*2.7%*	*0.4%*	*1.2%*	*1.0%*	*2.4%*	*3.1%*	-	*0.3%*	-	*0.9%*	*1.1%*
Zu wenig Parkplätze	4	1	1	2	-	4	3	1	-	1	3	-	2	2
	0.7%	*0.8%*	*0.3%*	*1.4%*	-	*1.2%*	*1.0%*	*2.4%*	-	*1.4%*	*0.8%*	-	*0.6%*	*1.1%*
Tourismus/ überfüllt/ zu viele Leute	4	2	2	-	2	2	1	1	1	-	3	-	1	3
	0.7%	*1.7%*	*0.7%*	-	*0.9%*	*0.6%*	*0.3%*	*2.4%*	*0.8%*	-	*0.8%*	-	*0.3%*	*1.6%*
Nicht behindertengerecht/ -freundlich	4	1	3	-	1	3	3	-	1	-	3	-	2	2
	0.7%	*0.8%*	*1.0%*	-	*0.4%*	*0.9%*	*1.0%*	-	*0.8%*	-	*0.8%*	-	*0.6%*	*1.1%*
Schleuse (unansehnlich)	4	2	1	1	1	3	3	-	-	-	4	1	1	2
	0.7%	*1.7%*	*0.3%*	*0.7%*	*0.4%*	*0.9%*	*1.0%*	-	-	-	*1.1%*	*2.2%*	*0.3%*	*1.1%*
Mangelnde Info/ Beschilderung	4	2	1	1	2	2	2	-	-	1	3	-	2	2
	0.7%	*1.7%*	*0.3%*	*0.7%*	*0.9%*	*0.6%*	*0.7%*	-	-	*1.4%*	*0.8%*	-	*0.6%*	*1.1%*
Zu viele parkende Autos, zu viel Verkehr	3	-	2	1	-	3	3	-	-	-	3	-	1	2
	0.5%	-	*0.7%*	*0.7%*	-	*0.9%*	*1.0%*	-	-	-	*0.8%*	-	*0.3%*	*1.1%*

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B6b: Und was macht diesen Hafen weniger attraktiv als andere?

	Befragungsort: D A N G A S T														
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung			
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen	
Alle Befragten	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	
Eintritt am Strand	3	1	1	1	-	3	2	1	1	-	2	-	3	-	
	0.5%	*0.8%*	*0.3%*	*0.7%*	-	*0.9%*	*0.7%*	*2.4%*	*0.8%*	-	*0.5%*	-	*0.9%*	-	
Schlechte Beleuchtung, wenig Straßenlaternen	2	-	2	-	1	1	1	-	-	-	2	-	-	2	
	0.3%	-	*0.7%*	-	*0.4%*	*0.3%*	*0.3%*	-	-	-	*0.5%*	-	-	*1.1%*	
Schiffverbindung (eingeschränkt)	1	-	-	1	-	1	1	-	-	-	1	-	1	-	
	0.2%	-	-	*0.7%*	-	*0.3%*	*0.3%*	-	-	-	*0.3%*	-	*0.3%*	-	
Strand/ Meeranbindung (fehlend)	1	-	-	1	-	1	1	-	-	-	1	-	-	1	
	0.2%	-	-	*0.7%*	-	*0.3%*	*0.3%*	-	-	-	*0.3%*	-	-	*0.5%*	
Sonstiges	25	7	11	7	14	11	11	-	5	4	16	3	15	7	
	4.4%	*5.9%*	*3.6%*	*4.7%*	*6.1%*	*3.2%*	*3.6%*	-	*3.8%*	*5.6%*	*4.3%*	*6.5%*	*4.5%*	*3.7%*	
Keine Angaben	196	39	102	55	66	130	119	11	36	23	137	14	100	82	
	34.3%	*32.8%*	*33.4%*	*37.2%*	*28.8%*	*37.9%*	*39.4%*	*26.8%*	*27.7%*	*31.9%*	*37.0%*	*30.4%*	*29.8%*	*43.2%*	
Summe der Nennungen	749	157	399	193	304	445	388	57	175	90	484	67	426	256	
	130.9%	*131.9%*	*130.8%*	*130.4%*	*132.8%*	*129.7%*	*128.5%*	*139.0%*	*134.6%*	*125.0%*	*130.8%*	*145.7%*	*126.8%*	*134.7%*	

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B7: Welche der folgenden Punkte gehören für Sie generell zu einem attraktiven Hafen dazu?

	Befragungsort: D A N G A S T													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Die Möglichkeit, Fisch oder Krabben direkt vom Kutter kaufen zu können	531	103	290	138	209	322	284	38	121	61	349	41	316	174
	92.8%	*86.6%*	*95.1%*	*93.2%*	*91.3%*	*93.9%*	*94.0%*	*92.7%*	*93.1%*	*84.7%*	*94.3%*	*89.1%*	*94.0%*	*91.6%*
Die Möglichkeit, Fisch oder Krabben fangfrisch im Hafen kaufen zu können	499	96	274	129	200	299	264	35	116	59	324	37	303	159
	87.2%	*80.7%*	*89.8%*	*87.2%*	*87.3%*	*87.2%*	*87.4%*	*85.4%*	*89.2%*	*81.9%*	*87.6%*	*80.4%*	*90.2%*	*83.7%*
Mit einem Fischkutter mitzufahren	450	96	245	109	183	267	230	37	104	60	286	33	271	146
	78.7%	*80.7%*	*80.3%*	*73.6%*	*79.9%*	*77.8%*	*76.2%*	*90.2%*	*80.0%*	*83.3%*	*77.3%*	*71.7%*	*80.7%*	*76.8%*
Einen Kutter und die Fangtechnik erklärt bekommen	430	83	242	105	179	251	221	30	99	53	278	33	266	131
	75.2%	*69.7%*	*79.3%*	*70.9%*	*78.2%*	*73.2%*	*73.2%*	*73.2%*	*76.2%*	*73.6%*	*75.1%*	*71.7%*	*79.2%*	*68.9%*
Ein Fischereimuseum zu besuchen	231	44	123	64	86	145	129	16	61	24	146	17	139	75
	40.4%	*37.0%*	*40.3%*	*43.2%*	*37.6%*	*42.3%*	*42.7%*	*39.0%*	*46.9%*	*33.3%*	*39.5%*	*37.0%*	*41.4%*	*39.5%*
Ein belebter Hafen, wo etwas los ist	192	44	111	37	75	117	100	17	51	25	116	19	86	87
	33.6%	*37.0%*	*36.4%*	*25.0%*	*32.8%*	*34.1%*	*33.1%*	*41.5%*	*39.2%*	*34.7%*	*31.4%*	*41.3%*	*25.6%*	*45.8%*
Historische Kutter oder Museumskutter	359	78	192	89	139	220	187	33	84	44	231	27	201	131
	62.8%	*65.5%*	*63.0%*	*60.1%*	*60.7%*	*64.1%*	*61.9%*	*80.5%*	*64.6%*	*61.1%*	*62.4%*	*58.7%*	*59.8%*	*68.9%*
Gewerbliche Kutter mit echtem Fischereibetrieb	190	39	107	44	66	124	110	14	44	26	120	21	88	81
	33.2%	*32.8%*	*35.1%*	*29.7%*	*28.8%*	*36.2%*	*36.4%*	*34.1%*	*33.8%*	*36.1%*	*32.4%*	*45.7%*	*26.2%*	*42.6%*
Segelboote und andere Sportboote	302	67	162	73	117	185	167	18	78	32	192	27	174	101
	52.8%	*56.3%*	*53.1%*	*49.3%*	*51.1%*	*53.9%*	*55.3%*	*43.9%*	*60.0%*	*44.4%*	*51.9%*	*58.7%*	*51.8%*	*53.2%*
Ein Seenotrettungskreuzer	171	41	87	43	60	111	93	18	49	19	103	16	83	72
	29.9%	*34.5%*	*28.5%*	*29.1%*	*26.2%*	*32.4%*	*30.8%*	*43.9%*	*37.7%*	*26.4%*	*27.8%*	*34.8%*	*24.7%*	*37.9%*
Hafenfeste	374	83	200	91	162	212	185	27	89	47	238	28	216	130
	65.4%	*69.7%*	*65.6%*	*61.5%*	*70.7%*	*61.8%*	*61.3%*	*65.9%*	*68.5%*	*65.3%*	*64.3%*	*60.9%*	*64.3%*	*68.4%*

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B7: Welche der folgenden Punkte gehören für Sie generell zu einem attraktiven Hafen dazu?

	Befragungsort: D A N G A S T													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Anderes, und zwar:	52	10	32	10	16	36	36	-	7	7	38	2	18	32
	9.1%	*8.4%*	*10.5%*	*6.8%*	*7.0%*	*10.5%*	*11.9%*	-	*5.4%*	*9.7%*	*10.3%*	*4.3%*	*5.4%*	*16.8%*
- Gastronomie (gut, maritim, bezahlbar)	6	2	3	1	1	5	5	-	2	1	3	-	2	4
	1.0%	*1.7%*	*1.0%*	*0.7%*	*0.4%*	*1.5%*	*1.7%*	-	*1.5%*	*1.4%*	*0.8%*	-	*0.6%*	*2.1%*
- Infotafeln, Infopunkt, Hinweise, Schautafeln	5	-	4	1	2	3	3	-	1	1	3	-	2	3
	0.9%	-	*1.3%*	*0.7%*	*0.9%*	*0.9%*	*1.0%*	-	*0.8%*	*1.4%*	*0.8%*	-	*0.6%*	*1.6%*
- Sitzgelegenheiten (mehr)	4	-	1	3	2	2	2	-	-	-	4	-	-	4
	0.7%	-	*0.3%*	*2.0%*	*0.9%*	*0.6%*	*0.7%*	-	-	-	*1.1%*	-	-	*2.1%*
- Kinderspielplatz, familienfreundlich	4	1	3	-	1	3	3	-	-	-	4	-	1	3
	0.7%	*0.8%*	*1.0%*	-	*0.4%*	*0.9%*	*1.0%*	-	-	-	*1.1%*	-	*0.3%*	*1.6%*
- Musik, (Platz-, Hafen-)Konzerte	4	1	3	-	2	2	2	-	1	1	2	-	2	2
	0.7%	*0.8%*	*1.0%*	-	*0.9%*	*0.6%*	*0.7%*	-	*0.8%*	*1.4%*	*0.5%*	-	*0.6%*	*1.1%*
- Toiletten (mehr)	3	-	3	-	-	3	3	-	-	-	3	-	1	2
	0.5%	-	*1.0%*	-	-	*0.9%*	*1.0%*	-	-	-	*0.8%*	-	*0.3%*	*1.1%*
- Cafe	2	-	2	-	1	1	1	-	2	-	-	-	-	2
	0.3%	-	*0.7%*	-	*0.4%*	*0.3%*	*0.3%*	-	*1.5%*	-	-	-	-	*1.1%*
- Gastronomie mit Hafenblick	1	-	1	-	-	1	1	-	-	-	1	-	-	1
	0.2%	-	*0.3%*	-	-	*0.3%*	*0.3%*	-	-	-	*0.3%*	-	-	*0.5%*
- Sonstiges	28	6	15	7	8	20	20	-	3	5	20	2	9	17
	4.9%	*5.0%*	*4.9%*	*4.7%*	*3.5%*	*5.8%*	*6.6%*	-	*2.3%*	*6.9%*	*5.4%*	*4.3%*	*2.7%*	*8.9%*
Summe der Nennungen	3786	784	2068	934	1493	2293	2010	283	905	458	2423	301	2160	1325
	661.9%	*658.8%*	*678.0%*	*631.1%*	*652.0%*	*668.5%*	*665.6%*	*690.2%*	*696.2%*	*636.1%*	*654.9%*	*654.3%*	*642.9%*	*697.4%*

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B8: Wären Sie heute auch hierher gekommen, wenn im Hafen keine gewerblichen Kutter mit echtem Fischereibetrieb wären?

	Befragungsort: D A N G A S T													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Ja	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Nein	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Weiß nicht	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Keine Angaben	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Summe der Nennungen	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage C1: Wie alt sind Sie?

	Befragungsort: D A N G A S T													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Bis 29 Jahre	44	44	-	-	16	28	27	1	9	8	27	3	27	14
	7.7%	*37.0%*	-	-	*7.0%*	*8.2%*	*8.9%*	*2.4%*	*6.9%*	*11.1%*	*7.3%*	*6.5%*	*8.0%*	*7.4%*
30-39 Jahre	75	75	-	-	32	43	38	5	23	13	39	2	47	26
	13.1%	*63.0%*	-	-	*14.0%*	*12.5%*	*12.6%*	*12.2%*	*17.7%*	*18.1%*	*10.5%*	*4.3%*	*14.0%*	*13.7%*
40-49 Jahre	155	-	155	-	66	89	77	12	39	22	94	16	83	56
	27.1%	-	*50.8%*	-	*28.8%*	*25.9%*	*25.5%*	*29.3%*	*30.0%*	*30.6%*	*25.4%*	*34.8%*	*24.7%*	*29.5%*
50-59 Jahre	150	-	150	-	59	91	82	9	35	15	100	13	90	47
	26.2%	-	*49.2%*	-	*25.8%*	*26.5%*	*27.2%*	*22.0%*	*26.9%*	*20.8%*	*27.0%*	*28.3%*	*26.8%*	*24.7%*
60-69 Jahre	107	-	-	107	38	69	58	11	17	11	79	9	62	36
	18.7%	-	-	*72.3%*	*16.6%*	*20.1%*	*19.2%*	*26.8%*	*13.1%*	*15.3%*	*21.4%*	*19.6%*	*18.5%*	*18.9%*
70 Jahre und älter	41	-	-	41	18	23	20	3	7	3	31	3	27	11
	7.2%	-	-	*27.7%*	*7.9%*	*6.7%*	*6.6%*	*7.3%*	*5.4%*	*4.2%*	*8.4%*	*6.5%*	*8.0%*	*5.8%*
Summe der Nennungen	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Mittelwert	50.1	31.1	49.3	67.0	50.1	50.1	49.8	52.6	48.2	46.3	51.5	51.8	50.2	49.6
Standardabweichung	13.5	6.0	5.6	5.9	13.7	13.4	13.6	12.5	12.9	12.9	13.7	13.0	13.7	13.4

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage C2: Sie sind ...

	Befragungsort: D A N G A S T													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Männlich	336	67	176	93	122	214	185	29	73	40	223	26	198	112
	58.7%	*56.3%*	*57.7%*	*62.8%*	*53.3%*	*62.4%*	*61.3%*	*70.7%*	*56.2%*	*55.6%*	*60.3%*	*56.5%*	*58.9%*	*58.9%*
Weiblich	236	52	129	55	107	129	117	12	57	32	147	20	138	78
	41.3%	*43.7%*	*42.3%*	*37.2%*	*46.7%*	*37.6%*	*38.7%*	*29.3%*	*43.8%*	*44.4%*	*39.7%*	*43.5%*	*41.1%*	*41.1%*
Summe der Nennungen	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage C3: Wie viele Personen leben insgesamt in Ihrem Haushalt, Sie selbst mitgezählt?

	Befragungsort: D A N G A S T													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Haushalt ohne Kinder	445	84	216	145	167	278	246	32	92	50	303	32	271	142
	77.8%	*70.6%*	*70.8%*	*98.0%*	*72.9%*	*81.0%*	*81.5%*	*78.0%*	*70.8%*	*69.4%*	*81.9%*	*69.6%*	*80.7%*	*74.7%*
Haushalt nur mit großen Kindern (6-17)	83	9	73	1	38	45	38	7	26	13	44	11	37	35
	14.5%	*7.6%*	*23.9%*	*0.7%*	*16.6%*	*13.1%*	*12.6%*	*17.1%*	*20.0%*	*18.1%*	*11.9%*	*23.9%*	*11.0%*	*18.4%*
Hauhalt nur mit kleinen Kindern (0-5)	35	22	11	2	19	16	14	2	11	6	18	2	21	12
	6.1%	*18.5%*	*3.6%*	*1.4%*	*8.3%*	*4.7%*	*4.6%*	*4.9%*	*8.5%*	*8.3%*	*4.9%*	*4.3%*	*6.3%*	*6.3%*
Haushalt mit großen und kleinen Kindern	9	4	5	-	5	4	4	-	1	3	5	1	7	1
	1.6%	*3.4%*	*1.6%*	-	*2.2%*	*1.2%*	*1.3%*	-	*0.8%*	*4.2%*	*1.4%*	*2.2%*	*2.1%*	*0.5%*
Mittelwert (Anzahl Personen im HH insgesamt)	2.4	2.4	2.6	1.9	2.5	2.3	2.3	2.3	2.6	2.6	2.3	2.5	2.3	2.5
Standardabweichung	1.0	1.1	1.1	0.6	1.1	1.0	1.0	0.9	1.2	1.2	0.9	1.1	1.0	1.1
Summe der Nennungen	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage C4: Wie hoch ist Ihr monatliches Haushaltsnettoeinkommen? Bitte sagen Sie mir den passenden Buchstaben auf dieser Liste.

	Befragungsort: D A N G A S T													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
(F) Bis 1.499 Euro	121	36	54	31	41	80	73	7	27	9	85	7	82	32
	21.2%	*30.3%*	*17.7%*	*20.9%*	*17.9%*	*23.3%*	*24.2%*	*17.1%*	*20.8%*	*12.5%*	*23.0%*	*15.2%*	*24.4%*	*16.8%*
(A) 1.500 - 2.499 Euro	265	44	144	77	114	151	129	22	58	39	168	25	159	81
	46.3%	*37.0%*	*47.2%*	*52.0%*	*49.8%*	*44.0%*	*42.7%*	*53.7%*	*44.6%*	*54.2%*	*45.4%*	*54.3%*	*47.3%*	*42.6%*
(D) 2.500 Euro und mehr	141	31	79	31	53	88	82	6	37	22	82	10	75	56
	24.7%	*26.1%*	*25.9%*	*20.9%*	*23.1%*	*25.7%*	*27.2%*	*14.6%*	*28.5%*	*30.6%*	*22.2%*	*21.7%*	*22.3%*	*29.5%*
Keine Angaben	45	8	28	9	21	24	18	6	8	2	35	4	20	21
	7.9%	*6.7%*	*9.2%*	*6.1%*	*9.2%*	*7.0%*	*6.0%*	*14.6%*	*6.2%*	*2.8%*	*9.5%*	*8.7%*	*6.0%*	*11.1%*
Summe der Nennungen	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage D1: Befragungsmonat

	Befragungsort: D A N G A S T														
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung			
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen	
Alle Befragten	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	
April	63	16	27	20	24	39	34	5	14	13	36	10	23	30	
	11.0%	*13.4%*	*8.9%*	*13.5%*	*10.5%*	*11.4%*	*11.3%*	*12.2%*	*10.8%*	*18.1%*	*9.7%*	*21.7%*	*6.8%*	*15.8%*	
Mai	92	25	47	20	21	71	69	2	18	9	65	8	47	37	
	16.1%	*21.0%*	*15.4%*	*13.5%*	*9.2%*	*20.7%*	*22.8%*	*4.9%*	*13.8%*	*12.5%*	*17.6%*	*17.4%*	*14.0%*	*19.5%*	
Juni	81	15	43	23	37	44	33	11	22	12	47	4	44	33	
	14.2%	*12.6%*	*14.1%*	*15.5%*	*16.2%*	*12.8%*	*10.9%*	*26.8%*	*16.9%*	*16.7%*	*12.7%*	*8.7%*	*13.1%*	*17.4%*	
Juli	84	11	51	22	41	43	34	9	25	10	49	6	48	30	
	14.7%	*9.2%*	*16.7%*	*14.9%*	*17.9%*	*12.5%*	*11.3%*	*22.0%*	*19.2%*	*13.9%*	*13.2%*	*13.0%*	*14.3%*	*15.8%*	
August	96	10	59	27	46	50	48	2	21	15	60	14	59	23	
	16.8%	*8.4%*	*19.3%*	*18.2%*	*20.1%*	*14.6%*	*15.9%*	*4.9%*	*16.2%*	*20.8%*	*16.2%*	*30.4%*	*17.6%*	*12.1%*	
Oktober	76	21	37	18	33	43	36	7	19	7	50	-	56	20	
	13.3%	*17.6%*	*12.1%*	*12.2%*	*14.4%*	*12.5%*	*11.9%*	*17.1%*	*14.6%*	*9.7%*	*13.5%*	-	*16.7%*	*10.5%*	
November	80	21	41	18	27	53	48	5	11	6	63	4	59	17	
	14.0%	*17.6%*	*13.4%*	*12.2%*	*11.8%*	*15.5%*	*15.9%*	*12.2%*	*8.5%*	*8.3%*	*17.0%*	*8.7%*	*17.6%*	*8.9%*	
Summe der Nennungen	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage D2: Wetter

	Befragungsort: D A N G A S T														
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung			
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen	
Alle Befragten	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	
Warm (> 20 Grad) und Boden und Luft trocken	314	50	172	92	125	189	172	17	73	42	199	30	153	131	
	54.9%	*42.0%*	*56.4%*	*62.2%*	*54.6%*	*55.1%*	*57.0%*	*41.5%*	*56.2%*	*58.3%*	*53.8%*	*65.2%*	*45.5%*	*68.9%*	
Warm (> 20 Grad) und Boden oder Luft nass	11	3	7	1	5	6	3	3	5	1	5	-	10	1	
	1.9%	*2.5%*	*2.3%*	*0.7%*	*2.2%*	*1.7%*	*1.0%*	*7.3%*	*3.8%*	*1.4%*	*1.4%*	-	*3.0%*	*0.5%*	
Kalt (bis 20 Grad) und Boden und Luft trocken	191	53	93	45	75	116	99	17	46	22	123	15	126	50	
	33.4%	*44.5%*	*30.5%*	*30.4%*	*32.8%*	*33.8%*	*32.8%*	*41.5%*	*35.4%*	*30.6%*	*33.2%*	*32.6%*	*37.5%*	*26.3%*	
Kalt (bis 20 Grad) und Boden oder Luft nass	56	13	33	10	24	32	28	4	6	7	43	1	47	8	
	9.8%	*10.9%*	*10.8%*	*6.8%*	*10.5%*	*9.3%*	*9.3%*	*9.8%*	*4.6%*	*9.7%*	*11.6%*	*2.2%*	*14.0%*	*4.2%*	
Summe der Nennungen	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage D3: Anzahl Sportboote im Hafen:

	Befragungsort: D A N G A S T													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Kein Boot	34	7	14	13	16	18	14	4	10	5	19	3	17	14
	5.9%	*5.9%*	*4.6%*	*8.8%*	*7.0%*	*5.2%*	*4.6%*	*9.8%*	*7.7%*	*6.9%*	*5.1%*	*6.5%*	*5.1%*	*7.4%*
1 - 5 Boote	29	9	13	7	8	21	20	1	4	8	17	7	6	16
	5.1%	*7.6%*	*4.3%*	*4.7%*	*3.5%*	*6.1%*	*6.6%*	*2.4%*	*3.1%*	*11.1%*	*4.6%*	*15.2%*	*1.8%*	*8.4%*
6 - 10 Boote	48	12	22	14	14	34	33	1	10	4	34	6	22	20
	8.4%	*10.1%*	*7.2%*	*9.5%*	*6.1%*	*9.9%*	*10.9%*	*2.4%*	*7.7%*	*5.6%*	*9.2%*	*13.0%*	*6.5%*	*10.5%*
11 - 15 Boote	4	2	1	1	4	-	-	-	2	-	2	-	4	-
	0.7%	*1.7%*	*0.3%*	*0.7%*	*1.7%*	-	-	-	*1.5%*	-	*0.5%*	-	*1.2%*	-
16 - 20 Boote	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
21 Boote und mehr	457	89	255	113	187	270	235	35	104	55	298	30	287	140
	79.9%	*74.8%*	*83.6%*	*76.4%*	*81.7%*	*78.7%*	*77.8%*	*85.4%*	*80.0%*	*76.4%*	*80.5%*	*65.2%*	*85.4%*	*73.7%*
Mittelwert	33.0	30.8	34.1	32.3	34.8	31.7	31.2	35.5	33.9	32.0	32.8	27.5	35.7	29.5
Standardabweichung	15.8	16.6	14.7	17.1	15.9	15.6	15.5	16.1	16.4	17.5	15.3	18.1	14.4	16.6
Summe der Nennungen	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage D4: Anzahl Museums-/ Traditions-Kutter im Hafen:

	Befragungsort: D A N G A S T													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Kein Kutter	526	111	281	134	198	328	292	36	115	65	346	45	295	186
	92.0%	*93.3%*	*92.1%*	*90.5%*	*86.5%*	*95.6%*	*96.7%*	*87.8%*	*88.5%*	*90.3%*	*93.5%*	*97.8%*	*87.8%*	*97.9%*
1 - 5 Kutter	46	8	24	14	31	15	10	5	15	7	24	1	41	4
	8.0%	*6.7%*	*7.9%*	*9.5%*	*13.5%*	*4.4%*	*3.3%*	*12.2%*	*11.5%*	*9.7%*	*6.5%*	*2.2%*	*12.2%*	*2.1%*
6 - 10 Kutter	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
11 - 15 Kutter	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
16 - 20 Kutter	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
21 Kutter und mehr	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mittelwert	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0	0	0.1	0.1	0.1	0.1	0	0.1	0
Standardabweichung	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.2	0.2	0.3	0.3	0.3	0.2	0.1	0.3	0.1
Summe der Nennungen	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage D5: Anzahl aktiver Kutter (=gewerbliche Kutter mit echtem Fischereibetrieb) im Hafen:

	Befragungsort: D A N G A S T													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Kein Kutter	155	28	85	42	70	85	68	17	43	23	89	20	87	48
	27.1%	*23.5%*	*27.9%*	*28.4%*	*30.6%*	*24.8%*	*22.5%*	*41.5%*	*33.1%*	*31.9%*	*24.1%*	*43.5%*	*25.9%*	*25.3%*
1 - 5 Kutter	417	91	220	106	159	258	234	24	87	49	281	26	249	142
	72.9%	*76.5%*	*72.1%*	*71.6%*	*69.4%*	*75.2%*	*77.5%*	*58.5%*	*66.9%*	*68.1%*	*75.9%*	*56.5%*	*74.1%*	*74.7%*
6 - 10 Kutter	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
11 - 15 Kutter	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
16 - 20 Kutter	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
21 Kutter und mehr	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mittelwert	1.0	0.9	1.0	0.9	1.0	0.9	1.0	0.7	0.9	0.9	1.0	0.7	1.0	0.9
Standardabweichung	0.7	0.7	0.8	0.8	0.8	0.7	0.7	0.7	0.8	0.8	0.7	0.7	0.8	0.6
Summe der Nennungen	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage D6: Besucherfrequenz am Standort

	Befragungsort: D A N G A S T													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Sehr belebt (mehr als 30 Passanten am Standort)	165	29	87	49	68	97	86	11	34	15	116	8	96	61
	28.8%	*24.4%*	*28.5%*	*33.1%*	*29.7%*	*28.3%*	*28.5%*	*26.8%*	*26.2%*	*20.8%*	*31.4%*	*17.4%*	*28.6%*	*32.1%*
Mittelmäßig belebt (10-29 Passanten am Standort)	219	50	116	53	92	127	114	13	54	29	136	16	148	55
	38.3%	*42.0%*	*38.0%*	*35.8%*	*40.2%*	*37.0%*	*37.7%*	*31.7%*	*41.5%*	*40.3%*	*36.8%*	*34.8%*	*44.0%*	*28.9%*
Wenig belebt (weniger als 10 Passante am Standort)	188	40	102	46	69	119	102	17	42	28	118	22	92	74
	32.9%	*33.6%*	*33.4%*	*31.1%*	*30.1%*	*34.7%*	*33.8%*	*41.5%*	*32.3%*	*38.9%*	*31.9%*	*47.8%*	*27.4%*	*38.9%*
Summe der Nennungen	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Kopf 3 - D A N G A S T

	Befragungsort: D A N G A S T													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Altersgruppe														
Bis 39 Jahre	119	119	-	-	48	71	65	6	32	21	66	5	74	40
	20.8%	*100.0%*	-	-	*21.0%*	*20.7%*	*21.5%*	*14.6%*	*24.6%*	*29.2%*	*17.8%*	*10.9%*	*22.0%*	*21.1%*
40-59 Jahre	305	-	305	-	125	180	159	21	74	37	194	29	173	103
	53.3%	-	*100.0%*	-	*54.6%*	*52.5%*	*52.6%*	*51.2%*	*56.9%*	*51.4%*	*52.4%*	*63.0%*	*51.5%*	*54.2%*
60 Jahre und älter	148	-	-	148	56	92	78	14	24	14	110	12	89	47
	25.9%	-	-	*100.0%*	*24.5%*	*26.8%*	*25.8%*	*34.1%*	*18.5%*	*19.4%*	*29.7%*	*26.1%*	*26.5%*	*24.7%*
Übernachtungsgäste	229	48	125	56	229	-	-	-	77	41	111	29	134	66
	40.0%	*40.3%*	*41.0%*	*37.8%*	*100.0%*	-	-	-	*59.2%*	*56.9%*	*30.0%*	*63.0%*	*39.9%*	*34.7%*
Tagesgäste														
Gesamt	343	71	180	92	-	343	302	41	53	31	259	17	202	124
	60.0%	*59.7%*	*59.0%*	*62.2%*	-	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*40.8%*	*43.1%*	*70.0%*	*37.0%*	*60.1%*	*65.3%*
Tagesgäste vom Wohnort	302	65	159	78	-	302	302	-	38	22	242	15	178	109
	52.8%	*54.6%*	*52.1%*	*52.7%*	-	*88.0%*	*100.0%*	-	*29.2%*	*30.6%*	*65.4%*	*32.6%*	*53.0%*	*57.4%*
Tagesgäste vom Urlaubsort	41	6	21	14	-	41	-	41	15	9	17	2	24	15
	7.2%	*5.0%*	*6.9%*	*9.5%*	-	*12.0%*	-	*100.0%*	*11.5%*	*12.5%*	*4.6%*	*4.3%*	*7.1%*	*7.9%*

© *2009 N.I.T.*

	Befragungsort: D A N G A S T													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	572	119	305	148	229	343	302	41	130	72	370	46	336	190
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Bindung														
Erstbesucher	130	32	74	24	77	53	38	15	130	-	-	12	77	41
	22.7%	*26.9%*	*24.3%*	*16.2%*	*33.6%*	*15.5%*	*12.6%*	*36.6%*	*100.0%*	-	-	*26.1%*	*22.9%*	*21.6%*
2.-5. Besuch	72	21	37	14	41	31	22	9	-	72	-	9	46	17
	12.6%	*17.6%*	*12.1%*	*9.5%*	*17.9%*	*9.0%*	*7.3%*	*22.0%*	-	*100.0%*	-	*19.6%*	*13.7%*	*8.9%*
Stammgast (6. Besuch und mehr)	370	66	194	110	111	259	242	17	-	-	370	25	213	132
	64.7%	*55.5%*	*63.6%*	*74.3%*	*48.5%*	*75.5%*	*80.1%*	*41.5%*	-	-	*100.0%*	*54.3%*	*63.4%*	*69.5%*
Hafenbedeutung														
Nur wegen des Hafens gekommen	46	5	29	12	29	17	15	2	12	9	25	46	-	-
	8.0%	*4.2%*	*9.5%*	*8.1%*	*12.7%*	*5.0%*	*5.0%*	*4.9%*	*9.2%*	*12.5%*	*6.8%*	*100.0%*	-	-
Auch wegen des Hafens gekommen	336	74	173	89	134	202	178	24	77	46	213	-	336	-
	58.7%	*62.2%*	*56.7%*	*60.1%*	*58.5%*	*58.9%*	*58.9%*	*58.5%*	*59.2%*	*63.9%*	*57.6%*	-	*100.0%*	-
Nicht wegen des Hafens gekommen	190	40	103	47	66	124	109	15	41	17	132	-	-	190
	33.2%	*33.6%*	*33.8%*	*31.8%*	*28.8%*	*36.2%*	*36.1%*	*36.6%*	*31.5%*	*23.6%*	*35.7%*	-	-	*100.0%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A1: Sind Sie als Übernachtungsgast in ... (Ort) oder machen Sie hier einen Tagesbesuch?

	Befragungsort: T Ö N N I N G													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Übernachtungsgast (auch Inhaber von Zweitwohnungen)	91	16	45	30	91	-	-	-	44	25	22	11	40	40
	15.9%	*14.2%*	*16.9%*	*15.5%*	*100.0%*	-	-	-	*20.7%*	*14.4%*	*11.8%*	*16.7%*	*13.5%*	*19.0%*
Tagesbesucher	483	97	221	164	-	483	122	361	169	149	165	55	257	171
	84.1%	*85.8%*	*83.1%*	*84.5%*	-	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*79.3%*	*85.6%*	*88.2%*	*83.3%*	*86.5%*	*81.0%*
Summe der Nennungen	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A2: Wo übernachten Sie hier?

	Befragungsort: T Ö N N I N G														
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung			
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen	
Alle Übernachtungsgäste	91	16	45	30	91	-	-	-	44	25	22	11	40	40	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	-	-	-	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	
Hotel, Pension, Gasthof	35	2	20	13	35	-	-	-	19	9	7	6	14	15	
	38.5%	*12.5%*	*44.4%*	*43.3%*	*38.5%*	-	-	-	*43.2%*	*36.0%*	*31.8%*	*54.5%*	*35.0%*	*37.5%*	
Privatzimmer, Privatpension	10	-	6	4	10	-	-	-	3	6	1	-	5	5	
	11.0%	-	*13.3%*	*13.3%*	*11.0%*	-	-	-	*6.8%*	*24.0%*	*4.5%*	-	*12.5%*	*12.5%*	
Gemietete Ferienwohnung	17	5	8	4	17	-	-	-	10	1	6	2	10	5	
	18.7%	*31.3%*	*17.8%*	*13.3%*	*18.7%*	-	-	-	*22.7%*	*4.0%*	*27.3%*	*18.2%*	*25.0%*	*12.5%*	
Gemietetes Ferienhaus	4	2	2	-	4	-	-	-	2	2	-	-	2	2	
	4.4%	*12.5%*	*4.4%*	-	*4.4%*	-	-	-	*4.5%*	*8.0%*	-	-	*5.0%*	*5.0%*	
Campingplatz	8	2	4	2	8	-	-	-	5	2	1	-	4	4	
	8.8%	*12.5%*	*8.9%*	*6.7%*	*8.8%*	-	-	-	*11.4%*	*8.0%*	*4.5%*	-	*10.0%*	*10.0%*	
Wohnmobilstellplatz	5	-	1	4	5	-	-	-	2	-	3	-	3	2	
	5.5%	-	*2.2%*	*13.3%*	*5.5%*	-	-	-	*4.5%*	-	*13.6%*	-	*7.5%*	*5.0%*	
Jugendherberge	3	2	1	-	3	-	-	-	3	-	-	1	-	2	
	3.3%	*12.5%*	*2.2%*	-	*3.3%*	-	-	-	*6.8%*	-	-	*9.1%*	-	*5.0%*	
Bei Verwandten oder Freunden	5	2	1	2	5	-	-	-	-	3	2	2	-	3	
	5.5%	*12.5%*	*2.2%*	*6.7%*	*5.5%*	-	-	-	-	*12.0%*	*9.1%*	*18.2%*	-	*7.5%*	
In einer eigenen Wohnung (Zweitwohnsitz)	2	-	1	1	2	-	-	-	-	-	2	-	1	1	
	2.2%	-	*2.2%*	*3.3%*	*2.2%*	-	-	-	-	-	*9.1%*	-	*2.5%*	*2.5%*	
Anderes	2	1	1	-	2	-	-	-	-	2	-	-	1	1	
	2.2%	*6.3%*	*2.2%*	-	*2.2%*	-	-	-	-	*8.0%*	-	-	*2.5%*	*2.5%*	
Summe der Nennungen	91	16	45	30	91	-	-	-	44	25	22	11	40	40	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	-	-	-	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A2: Gasttyp

	Befragungsort: T Ö N N I N G													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Übernachtungsgast in Hotel, Pension, Gasthof, Privatzimmer, Privatpension, Jugenherberge	48	4	27	17	48	-	-	-	25	15	8	7	19	22
	8.4%	*3.5%*	*10.2%*	*8.8%*	*52.7%*	-	-	-	*11.7%*	*8.6%*	*4.3%*	*10.6%*	*6.4%*	*10.4%*
Übernachtungsgast in gemieteter Ferienwohnung oder gemietetem Ferienhaus	21	7	10	4	21	-	-	-	12	3	6	2	12	7
	3.7%	*6.2%*	*3.8%*	*2.1%*	*23.1%*	-	-	-	*5.6%*	*1.7%*	*3.2%*	*3.0%*	*4.0%*	*3.3%*
Übernachtungsgast auf Campingplatz, Wohnmobil-stellplatz oder auf einem Boot, sofern Ausgaben für Übernachtung getätigt	12	2	5	5	12	-	-	-	7	2	3	-	7	5
	2.1%	*1.8%*	*1.9%*	*2.6%*	*13.2%*	-	-	-	*3.3%*	*1.1%*	*1.6%*	-	*2.4%*	*2.4%*
Übernachtung bei Verwandten und Freunden	5	2	1	2	5	-	-	-	-	3	2	2	-	3
	0.9%	*1.8%*	*0.4%*	*1.0%*	*5.5%*	-	-	-	-	*1.7%*	*1.1%*	*3.0%*	-	*1.4%*
Übernachtungsgast auf Campingplatz, Wohnmobil-stellplatz oder auf einem Boot, sofern keine zuordenbaren Ausgaben für Übernachtung getätigt (“Dauercamper”)	1	-	-	1	1	-	-	-	-	-	1	-	-	1
	0.2%	-	-	*0.5%*	*1.1%*	-	-	-	-	-	*0.5%*	-	-	*0.5%*
Übernachtung in einer eigenen Wohnung (Zweitwohnsitz)	2	-	1	1	2	-	-	-	-	-	2	-	1	1
	0.3%	-	*0.4%*	*0.5%*	*2.2%*	-	-	-	-	-	*1.1%*	-	*0.3%*	*0.5%*
Tagesbesucher vom Urlaubsort	361	68	179	114	-	361	-	361	156	119	86	47	203	111
	62.9%	*60.2%*	*67.3%*	*58.8%*	-	*74.7%*	-	*100.0%*	*73.2%*	*68.4%*	*46.0%*	*71.2%*	*68.4%*	*52.6%*
Tagesbesucher vom Wohnort	122	29	42	50	-	122	122	-	13	30	79	8	54	60
	21.3%	*25.7%*	*15.8%*	*25.8%*	-	*25.3%*	*100.0%*	-	*6.1%*	*17.2%*	*42.2%*	*12.1%*	*18.2%*	*28.4%*
Andere, nicht zuordenbar	2	1	1	-	2	-	-	-	-	2	-	-	1	1
	0.3%	*0.9%*	*0.4%*	-	*2.2%*	-	-	-	-	*1.1%*	-	-	*0.3%*	*0.5%*
Summe der Nennungen	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A3: Wie viele Nächte bleiben Sie insgesamt in ... (Ort)?

	Befragungsort: T Ö N N I N G														
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung			
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen	
Alle Übernachtungsgäste	91	16	45	30	91	-	-	-	44	25	22	11	40	40	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	-	-	-	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	
1-3 Nächte	39	8	19	12	39	-	-	-	19	12	8	3	16	20	
	42.9%	*50.0%*	*42.2%*	*40.0%*	*42.9%*	-	-	-	*43.2%*	*48.0%*	*36.4%*	*27.3%*	*40.0%*	*50.0%*	
4-7 Nächte	26	6	11	9	26	-	-	-	14	8	4	2	13	11	
	28.6%	*37.5%*	*24.4%*	*30.0%*	*28.6%*	-	-	-	*31.8%*	*32.0%*	*18.2%*	*18.2%*	*32.5%*	*27.5%*	
8-14 Nächte	23	2	14	7	23	-	-	-	11	5	7	5	10	8	
	25.3%	*12.5%*	*31.1%*	*23.3%*	*25.3%*	-	-	-	*25.0%*	*20.0%*	*31.8%*	*45.5%*	*25.0%*	*20.0%*	
15-28 Nächte	1	-	-	1	1	-	-	-	-	-	1	-	1	-	
	1.1%	-	-	*3.3%*	*1.1%*	-	-	-	-	-	*4.5%*	-	*2.5%*	-	
29 Nächte und mehr	2	-	1	1	2	-	-	-	-	-	2	1	-	1	
	2.2%	-	*2.2%*	*3.3%*	*2.2%*	-	-	-	-	-	*9.1%*	*9.1%*	-	*2.5%*	
Summe der Nennungen	91	16	45	30	91	-	-	-	44	25	22	11	40	40	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	-	-	-	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	
1-28 Nächte	89	16	44	29	89	-	-	-	44	25	20	10	40	39	
	97.8%	*100.0%*	*97.8%*	*96.7%*	*97.8%*	-	-	-	*100.0%*	*100.0%*	*90.9%*	*90.9%*	*100.0%*	*97.5%*	
Mittelwert (aus 1-28 Nächten)	5.9	5.2	6.0	6.1	5.9	-	-	-	5.8	5.1	6.9	7.3	6.4	4.9	
Standardabweichung	4.3	4.1	4.2	4.7	4.3	-	-	-	4.2	3.6	5.3	4.4	4.9	3.5	

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A4: Von wo aus sind Sie heute nach ... (Ort) angereist?

	Befragungsort: T Ö N N I N G													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Tagesbesucher	483	97	221	164	-	483	122	361	169	149	165	55	257	171
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	-	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Vom Wohnort	122	29	42	50	-	122	122	-	13	30	79	8	54	60
	25.3%	*29.9%*	*19.0%*	*30.5%*	-	*25.3%*	*100.0%*	-	*7.7%*	*20.1%*	*47.9%*	*14.5%*	*21.0%*	*35.1%*
Vom Urlaubsort	361	68	179	114	-	361	-	361	156	119	86	47	203	111
	74.7%	*70.1%*	*81.0%*	*69.5%*	-	*74.7%*	-	*100.0%*	*92.3%*	*79.9%*	*52.1%*	*85.5%*	*79.0%*	*64.9%*
Summe der Nennungen	483	97	221	164	-	483	122	361	169	149	165	55	257	171
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	-	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A7: In welchem Bundesland liegt Ihr Wohnort?

	Befragungsort: T Ö N N I N G														
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung			
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen	
Alle Befragten	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	
Schleswig-Holstein	118	24	42	51	10	108	88	20	12	30	76	9	52	57	
	20.6%	*21.2%*	*15.8%*	*26.3%*	*11.0%*	*22.4%*	*72.1%*	*5.5%*	*5.6%*	*17.2%*	*40.6%*	*13.6%*	*17.5%*	*27.0%*	
Nordrhein-Westfalen	84	15	53	16	20	64	2	62	39	24	21	9	47	28	
	14.6%	*13.3%*	*19.9%*	*8.2%*	*22.0%*	*13.3%*	*1.6%*	*17.2%*	*18.3%*	*13.8%*	*11.2%*	*13.6%*	*15.8%*	*13.3%*	
Niedersachsen	77	16	33	28	17	60	6	54	29	31	17	14	41	22	
	13.4%	*14.2%*	*12.4%*	*14.4%*	*18.7%*	*12.4%*	*4.9%*	*15.0%*	*13.6%*	*17.8%*	*9.1%*	*21.2%*	*13.8%*	*10.4%*	
Hamburg	53	11	20	22	10	43	20	23	16	17	20	6	24	23	
	9.2%	*9.7%*	*7.5%*	*11.3%*	*11.0%*	*8.9%*	*16.4%*	*6.4%*	*7.5%*	*9.8%*	*10.7%*	*9.1%*	*8.1%*	*10.9%*	
Hessen	47	10	21	16	10	37	1	36	19	14	14	10	24	13	
	8.2%	*8.8%*	*7.9%*	*8.2%*	*11.0%*	*7.7%*	*0.8%*	*10.0%*	*8.9%*	*8.0%*	*7.5%*	*15.2%*	*8.1%*	*6.2%*	
Bayern	46	14	25	7	4	42	-	42	26	11	9	4	27	15	
	8.0%	*12.4%*	*9.4%*	*3.6%*	*4.4%*	*8.7%*	-	*11.6%*	*12.2%*	*6.3%*	*4.8%*	*6.1%*	*9.1%*	*7.1%*	
Baden-Württemberg	43	7	21	15	7	36	2	34	18	15	10	4	25	14	
	7.5%	*6.2%*	*7.9%*	*7.7%*	*7.7%*	*7.5%*	*1.6%*	*9.4%*	*8.5%*	*8.6%*	*5.3%*	*6.1%*	*8.4%*	*6.6%*	
Berlin	19	3	7	9	-	19	-	19	4	8	7	2	13	4	
	3.3%	*2.7%*	*2.6%*	*4.6%*	-	*3.9%*	-	*5.3%*	*1.9%*	*4.6%*	*3.7%*	*3.0%*	*4.4%*	*1.9%*	
Sachsen	13	1	8	4	2	11	1	10	9	3	1	1	10	2	
	2.3%	*0.9%*	*3.0%*	*2.1%*	*2.2%*	*2.3%*	*0.8%*	*2.8%*	*4.2%*	*1.7%*	*0.5%*	*1.5%*	*3.4%*	*0.9%*	
Rheinland-Pfalz	13	5	7	1	3	10	-	10	8	4	1	-	5	8	
	2.3%	*4.4%*	*2.6%*	*0.5%*	*3.3%*	*2.1%*	-	*2.8%*	*3.8%*	*2.3%*	*0.5%*	-	*1.7%*	*3.8%*	
Sachsen-Anhalt	12	1	7	4	2	10	-	10	8	3	1	2	4	6	
	2.1%	*0.9%*	*2.6%*	*2.1%*	*2.2%*	*2.1%*	-	*2.8%*	*3.8%*	*1.7%*	*0.5%*	*3.0%*	*1.3%*	*2.8%*	
Brandenburg	8	2	3	3	-	8	-	8	3	4	1	-	3	5	
	1.4%	*1.8%*	*1.1%*	*1.5%*	-	*1.7%*	-	*2.2%*	*1.4%*	*2.3%*	*0.5%*	-	*1.0%*	*2.4%*	

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A7: In welchem Bundesland liegt Ihr Wohnort?

	Befragungsort: T Ö N N I N G													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Bremen	7	1	3	3	1	6	-	6	2	2	3	-	5	2
	1.2%	*0.9%*	*1.1%*	*1.5%*	*1.1%*	*1.2%*	-	*1.7%*	*0.9%*	*1.1%*	*1.6%*	-	*1.7%*	*0.9%*
Thüringen	6	2	2	2	1	5	-	5	3	2	1	1	2	3
	1.0%	*1.8%*	*0.8%*	*1.0%*	*1.1%*	*1.0%*	-	*1.4%*	*1.4%*	*1.1%*	*0.5%*	*1.5%*	*0.7%*	*1.4%*
Mecklenburg-Vorpommern	5	-	4	1	-	5	-	5	3	1	1	-	3	2
	0.9%	-	*1.5%*	*0.5%*	-	*1.0%*	-	*1.4%*	*1.4%*	*0.6%*	*0.5%*	-	*1.0%*	*0.9%*
Saarland	4	1	1	2	-	4	-	4	2	1	1	-	3	1
	0.7%	*0.9%*	*0.4%*	*1.0%*	-	*0.8%*	-	*1.1%*	*0.9%*	*0.6%*	*0.5%*	-	*1.0%*	*0.5%*
Niederlande	2	-	2	-	1	1	-	1	2	-	-	1	-	1
	0.3%	-	*0.8%*	-	*1.1%*	*0.2%*	-	*0.3%*	*0.9%*	-	-	*1.5%*	-	*0.5%*
Übriges Ausland	17	-	7	10	3	14	2	12	10	4	3	3	9	5
	3.0%	-	*2.6%*	*5.2%*	*3.3%*	*2.9%*	*1.6%*	*3.3%*	*4.7%*	*2.3%*	*1.6%*	*4.5%*	*3.0%*	*2.4%*
Summe der Nennungen	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A8: Wie sind Sie nach ... (Ort) angereist?

	Befragungsort: T Ö N N I N G													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Pkw	490	100	221	169	74	416	100	316	180	148	162	57	256	177
	85.4%	*88.5%*	*83.1%*	*87.1%*	*81.3%*	*86.1%*	*82.0%*	*87.5%*	*84.5%*	*85.1%*	*86.6%*	*86.4%*	*86.2%*	*83.9%*
Fahrrad	34	3	18	13	2	32	7	25	11	11	12	-	23	11
	5.9%	*2.7%*	*6.8%*	*6.7%*	*2.2%*	*6.6%*	*5.7%*	*6.9%*	*5.2%*	*6.3%*	*6.4%*	-	*7.7%*	*5.2%*
Bahn	23	6	13	4	10	13	3	10	14	6	3	3	9	11
	4.0%	*5.3%*	*4.9%*	*2.1%*	*11.0%*	*2.7%*	*2.5%*	*2.8%*	*6.6%*	*3.4%*	*1.6%*	*4.5%*	*3.0%*	*5.2%*
Wohnmobil	20	2	10	8	6	14	5	9	8	7	5	4	8	8
	3.5%	*1.8%*	*3.8%*	*4.1%*	*6.6%*	*2.9%*	*4.1%*	*2.5%*	*3.8%*	*4.0%*	*2.7%*	*6.1%*	*2.7%*	*3.8%*
Motorrad	8	3	4	-	-	8	7	1	-	1	7	2	3	3
	1.4%	*2.7%*	*1.5%*	-	-	*1.7%*	*5.7%*	*0.3%*	-	*0.6%*	*3.7%*	*3.0%*	*1.0%*	*1.4%*
Sportboot	2	1	1	-	1	1	-	1	1	1	-	-	-	2
	0.3%	*0.9%*	*0.4%*	-	*1.1%*	*0.2%*	-	*0.3%*	*0.5%*	*0.6%*	-	-	-	*0.9%*
Fähre	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Anderes	5	-	-	5	2	3	2	1	3	2	-	-	3	2
	0.9%	-	-	*2.6%*	*2.2%*	*0.6%*	*1.6%*	*0.3%*	*1.4%*	*1.1%*	-	-	*1.0%*	*0.9%*
Summe der Nennungen	582	115	267	199	95	487	124	363	217	176	189	66	302	214
	101.4%	*101.8%*	*100.4%*	*102.6%*	*104.4%*	*100.8%*	*101.6%*	*100.6%*	*101.9%*	*101.1%*	*101.1%*	*100.0%*	*101.7%*	*101.4%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A9: Sicher haben Sie während Ihres Aufenthaltes hier in ... (Ort) einiges unternommen oder besucht oder haben dies noch vor.

Welche Aktivitäten oder Ausflüge aus der folgenden Liste sind das?

	Befragungsort: T Ö N N I N G													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Den Ort anschauen	434	72	211	151	86	348	67	281	177	141	116	40	246	148
	75.6%	*63.7%*	*79.3%*	*77.8%*	*94.5%*	*72.0%*	*54.9%*	*77.8%*	*83.1%*	*81.0%*	*62.0%*	*60.6%*	*82.8%*	*70.1%*
Den Hafen anschauen	551	112	252	186	89	462	111	351	207	169	175	66	297	188
	96.0%	*99.1%*	*94.7%*	*95.9%*	*97.8%*	*95.7%*	*91.0%*	*97.2%*	*97.2%*	*97.1%*	*93.6%*	*100.0%*	*100.0%*	*89.1%*
Einkaufen von Krabben, Fisch oder anderen Meeresfrüchten	137	24	68	45	40	97	25	72	46	39	52	12	71	54
	23.9%	*21.2%*	*25.6%*	*23.2%*	*44.0%*	*20.1%*	*20.5%*	*19.9%*	*21.6%*	*22.4%*	*27.8%*	*18.2%*	*23.9%*	*25.6%*
Einkaufen von sonstigen Lebensmitteln, Kleidung etc.	73	21	33	19	38	35	5	30	39	19	15	16	33	24
	12.7%	*18.6%*	*12.4%*	*9.8%*	*41.8%*	*7.2%*	*4.1%*	*8.3%*	*18.3%*	*10.9%*	*8.0%*	*24.2%*	*11.1%*	*11.4%*
Veranstaltung(en) besuchen	80	12	52	16	27	53	15	38	25	22	33	5	33	42
	13.9%	*10.6%*	*19.5%*	*8.2%*	*29.7%*	*11.0%*	*12.3%*	*10.5%*	*11.7%*	*12.6%*	*17.6%*	*7.6%*	*11.1%*	*19.9%*
Museum oder andere Sehenswürdigkeit besuchen	213	41	109	63	52	161	29	132	102	66	45	8	112	93
	37.1%	*36.3%*	*41.0%*	*32.5%*	*57.1%*	*33.3%*	*23.8%*	*36.6%*	*47.9%*	*37.9%*	*24.1%*	*12.1%*	*37.7%*	*44.1%*
Anderes, und zwar:	234	47	100	87	37	197	74	123	60	79	95	9	101	124
	40.8%	*41.6%*	*37.6%*	*44.8%*	*40.7%*	*40.8%*	*60.7%*	*34.1%*	*28.2%*	*45.4%*	*50.8%*	*13.6%*	*34.0%*	*58.8%*
- Essen gehen	51	6	17	28	2	49	24	25	9	19	23	3	28	20
	8.9%	*5.3%*	*6.4%*	*14.4%*	*2.2%*	*10.1%*	*19.7%*	*6.9%*	*4.2%*	*10.9%*	*12.3%*	*4.5%*	*9.4%*	*9.5%*
- Fisch essen, Fischbrötchen, Krabbenbrötchen	43	9	19	15	1	42	21	21	7	11	25	2	29	12
	7.5%	*8.0%*	*7.1%*	*7.7%*	*1.1%*	*8.7%*	*17.2%*	*5.8%*	*3.3%*	*6.3%*	*13.4%*	*3.0%*	*9.8%*	*5.7%*
- Schifffahrt/ Bootsfahrt/ Tretboot	18	7	8	3	2	16	2	14	7	9	2	2	4	12
	3.1%	*6.2%*	*3.0%*	*1.5%*	*2.2%*	*3.3%*	*1.6%*	*3.9%*	*3.3%*	*5.2%*	*1.1%*	*3.0%*	*1.3%*	*5.7%*
- Besuch v. Verwandten/ Freunden	17	2	8	7	8	9	4	5	3	4	10	-	1	16
	3.0%	*1.8%*	*3.0%*	*3.6%*	*8.8%*	*1.9%*	*3.3%*	*1.4%*	*1.4%*	*2.3%*	*5.3%*	-	*0.3%*	*7.6%*
- Tagestour, Ausflug, Wohnortnähe	16	4	7	5	-	16	8	8	4	7	5	1	8	7
	2.8%	*3.5%*	*2.6%*	*2.6%*	-	*3.3%*	*6.6%*	*2.2%*	*1.9%*	*4.0%*	*2.7%*	*1.5%*	*2.7%*	*3.3%*

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A9: Sicher haben Sie während Ihres Aufenthaltes hier in ... (Ort) einiges unternommen oder besucht oder haben dies noch vor.

Welche Aktivitäten oder Ausflüge aus der folgenden Liste sind das?

	Befragungsort: T Ö N N I N G													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
- Spazieren gehen/ Stadtbummel/ wandern	15	2	5	8	3	12	7	5	1	4	10	1	8	6
	2.6%	*1.8%*	*1.9%*	*4.1%*	*3.3%*	*2.5%*	*5.7%*	*1.4%*	*0.5%*	*2.3%*	*5.3%*	*1.5%*	*2.7%*	*2.8%*
- Radfahren, Ziel d. Radtour	14	3	4	7	4	10	1	9	2	7	5	-	8	6
	2.4%	*2.7%*	*1.5%*	*3.6%*	*4.4%*	*2.1%*	*0.8%*	*2.5%*	*0.9%*	*4.0%*	*2.7%*	-	*2.7%*	*2.8%*
- Pause, Zwischenstopp, Durchreise	12	4	3	5	-	12	6	6	2	3	7	-	5	7
	2.1%	*3.5%*	*1.1%*	*2.6%*	-	*2.5%*	*4.9%*	*1.7%*	*0.9%*	*1.7%*	*3.7%*	-	*1.7%*	*3.3%*
- Multimar	11	8	3	-	1	10	1	9	8	3	-	-	4	7
	1.9%	*7.1%*	*1.1%*	-	*1.1%*	*2.1%*	*0.8%*	*2.5%*	*3.8%*	*1.7%*	-	-	*1.3%*	*3.3%*
- Kaffee/ Tee trinken	11	-	5	6	1	10	3	7	1	4	6	-	8	3
	1.9%	-	*1.9%*	*3.1%*	*1.1%*	*2.1%*	*2.5%*	*1.9%*	*0.5%*	*2.3%*	*3.2%*	-	*2.7%*	*1.4%*
- Sperrwerk	7	-	5	2	1	6	2	4	3	4	-	-	4	3
	1.2%	-	*1.9%*	*1.0%*	*1.1%*	*1.2%*	*1.6%*	*1.1%*	*1.4%*	*2.3%*	-	-	*1.3%*	*1.4%*
- Eis essen	6	1	4	1	-	6	3	3	1	2	3	1	-	5
	1.0%	*0.9%*	*1.5%*	*0.5%*	-	*1.2%*	*2.5%*	*0.8%*	*0.5%*	*1.1%*	*1.6%*	*1.5%*	-	*2.4%*
- Erholung, faulenzen	4	-	3	1	2	2	-	2	2	2	-	-	2	2
	0.7%	-	*1.1%*	*0.5%*	*2.2%*	*0.4%*	-	*0.6%*	*0.9%*	*1.1%*	-	-	*0.7%*	*0.9%*
- Luft (frisch, gut)	3	-	-	3	1	2	-	2	-	2	1	-	2	1
	0.5%	-	-	*1.5%*	*1.1%*	*0.4%*	-	*0.6%*	-	*1.1%*	*0.5%*	-	*0.7%*	*0.5%*
- Schwimmen/ baden/ Strand/ Schwimmbad	3	-	3	-	2	1	-	1	2	-	1	-	1	2
	0.5%	-	*1.1%*	-	*2.2%*	*0.2%*	-	*0.3%*	*0.9%*	-	*0.5%*	-	*0.3%*	*0.9%*
- Schönes Wetter/ Sonne genießen	3	-	-	3	-	3	1	2	-	3	-	1	-	2
	0.5%	-	-	*1.5%*	-	*0.6%*	*0.8%*	*0.6%*	-	*1.7%*	-	*1.5%*	-	*0.9%*
- Ruhe genießen	2	-	2	-	-	2	2	-	-	-	2	-	-	2
	0.3%	-	*0.8%*	-	-	*0.4%*	*1.6%*	-	-	-	*1.1%*	-	-	*0.9%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A9: Sicher haben Sie während Ihres Aufenthaltes hier in ... (Ort) einiges unternommen oder besucht oder haben dies noch vor.

Welche Aktivitäten oder Ausflüge aus der folgenden Liste sind das?

	Befragungsort: T Ö N N I N G													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
- Inseln besuchen	1	1	-	-	1	-	-	-	-	1	-	-	-	1
	0.2%	*0.9%*	-	-	*1.1%*	-	-	-	-	*0.6%*	-	-	-	*0.5%*
- Etta v. Dangast	1	-	-	1	-	1	-	1	1	-	-	-	1	-
	0.2%	-	-	*0.5%*	-	*0.2%*	-	*0.3%*	*0.5%*	-	-	-	*0.3%*	-
- Wasser/ Meer/ Küste/ Tide	1	-	1	-	1	-	-	-	1	-	-	-	-	1
	0.2%	-	*0.4%*	-	*1.1%*	-	-	-	*0.5%*	-	-	-	-	*0.5%*
- Immobilie (putzen, pflegen)	1	-	-	1	1	-	-	-	-	1	-	-	-	1
	0.2%	-	-	*0.5%*	*1.1%*	-	-	-	-	*0.6%*	-	-	-	*0.5%*
- Watt/ Wattwanderung	1	-	1	-	1	-	-	-	1	-	-	-	-	1
	0.2%	-	*0.4%*	-	*1.1%*	-	-	-	*0.5%*	-	-	-	-	*0.5%*
- Sonstiges	24	3	13	8	7	17	5	12	8	10	6	-	5	19
	4.2%	*2.7%*	*4.9%*	*4.1%*	*7.7%*	*3.5%*	*4.1%*	*3.3%*	*3.8%*	*5.7%*	*3.2%*	-	*1.7%*	*9.0%*
Summe der Nennungen	1753	332	836	584	371	1382	342	1040	659	552	542	158	910	685
	305.4%	*293.8%*	*314.3%*	*301.0%*	*407.7%*	*286.1%*	*280.3%*	*288.1%*	*309.4%*	*317.2%*	*289.8%*	*239.4%*	*306.4%*	*324.6%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A10a: Reisen Sie allein oder in Begleitung?

Frage A10b: Wie viele Personen gehören zu Ihrer Reisegruppe, Sie selbst eingeschlossen?

	Befragungsort: T Ö N N I N G													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Ohne Kinder	415	47	181	186	65	350	95	255	142	130	143	47	232	136
	72.3%	*41.6%*	*68.0%*	*95.9%*	*71.4%*	*72.5%*	*77.9%*	*70.6%*	*66.7%*	*74.7%*	*76.5%*	*71.2%*	*78.1%*	*64.5%*
Nur mit großen Kindern (6-17)	90	17	66	7	11	79	19	60	35	26	29	9	38	43
	15.7%	*15.0%*	*24.8%*	*3.6%*	*12.1%*	*16.4%*	*15.6%*	*16.6%*	*16.4%*	*14.9%*	*15.5%*	*13.6%*	*12.8%*	*20.4%*
Nur mit kleinen Kindern (0-5)	38	27	10	1	10	28	3	25	19	11	8	7	17	14
	6.6%	*23.9%*	*3.8%*	*0.5%*	*11.0%*	*5.8%*	*2.5%*	*6.9%*	*8.9%*	*6.3%*	*4.3%*	*10.6%*	*5.7%*	*6.6%*
Mit kleinen und großen Kindern	31	22	9	-	5	26	5	21	17	7	7	3	10	18
	5.4%	*19.5%*	*3.4%*	-	*5.5%*	*5.4%*	*4.1%*	*5.8%*	*8.0%*	*4.0%*	*3.7%*	*4.5%*	*3.4%*	*8.5%*
Summe der Nennungen	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Mittelwert Anzahl Erwachsene	2.28	2.31	2.24	2.33	2.26	2.28	2.35	2.26	2.26	2.24	2.34	2.21	2.36	2.19
Mittelwert Anzahl Kinder bis 5 Jahre	0.15	0.57	0.08	0.01	0.21	0.14	0.13	0.14	0.20	0.14	0.10	0.18	0.11	0.20
Mittelwert Anzahl Kinder 6-13 Jahre	0.34	0.51	0.47	0.05	0.23	0.36	0.31	0.37	0.36	0.27	0.37	0.29	0.22	0.51
Mittelwert Anzahl Kinder 14-17 Jahre	0.07	0.01	0.15	0.01	0.07	0.08	0.05	0.09	0.06	0.06	0.11	0.08	0.04	0.13
Mittelwert Anzahl Kinder insgesamt	0.56	1.09	0.70	0.07	0.51	0.57	0.49	0.60	0.62	0.48	0.58	0.55	0.37	0.84
Mittelwert Anzahl Personen insgesamt	2.84	3.39	2.94	2.40	2.77	2.86	2.84	2.86	2.88	2.73	2.91	2.76	2.73	3.03

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A11: Zum wievielten Mal sind Sie in ... (Ort)?

	Befragungsort: T Ö N N I N G													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Erstbesuch	213	57	116	40	44	169	13	156	213	-	-	29	112	72
	37.1%	*50.4%*	*43.6%*	*20.6%*	*48.4%*	*35.0%*	*10.7%*	*43.2%*	*100.0%*	-	-	*43.9%*	*37.7%*	*34.1%*
2./3. Besuch	114	16	51	47	14	100	17	83	-	114	-	17	56	41
	19.9%	*14.2%*	*19.2%*	*24.2%*	*15.4%*	*20.7%*	*13.9%*	*23.0%*	-	*65.5%*	-	*25.8%*	*18.9%*	*19.4%*
4./5. Besuch	60	8	29	23	11	49	13	36	-	60	-	2	34	24
	10.5%	*7.1%*	*10.9%*	*11.9%*	*12.1%*	*10.1%*	*10.7%*	*10.0%*	-	*34.5%*	-	*3.0%*	*11.4%*	*11.4%*
6. - 20. Besuch	91	19	34	38	12	79	29	50	-	-	91	7	55	29
	15.9%	*16.8%*	*12.8%*	*19.6%*	*13.2%*	*16.4%*	*23.8%*	*13.9%*	-	-	*48.7%*	*10.6%*	*18.5%*	*13.7%*
> 20. Besuch (Stammgast)	96	13	36	46	10	86	50	36	-	-	96	11	40	45
	16.7%	*11.5%*	*13.5%*	*23.7%*	*11.0%*	*17.8%*	*41.0%*	*10.0%*	-	-	*51.3%*	*16.7%*	*13.5%*	*21.3%*
Summe der Nennungen	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
1-20 Besuche	478	100	230	148	81	397	72	325	213	174	91	55	257	166
	83.3%	*88.5%*	*86.5%*	*76.3%*	*89.0%*	*82.2%*	*59.0%*	*90.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*48.7%*	*83.3%*	*86.5%*	*78.7%*
Mittelwert (aus 1-20 Besuchen)	3.6	3.3	3.1	4.6	3.6	3.6	6.1	3.1	1.0	3.2	10.5	2.9	3.8	3.5
Standardabweichung	3.9	3.9	3.4	4.4	4.7	3.7	4.8	3.2	0.0	1.1	3.7	3.6	4.0	3.9

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A12: Wie hoch sind Ihre Ausgaben schätzungsweise für Sie und Ihre Begleiter während des derzeitigen Aufenthalts in ... (Ort) (ohne Kosten der An- und Abreise).

Bitte sagen Sie es mir getrennt für die folgenden Bereiche und zwar für den heutigen Tag:

	Befragungsort: T Ö N N I N G													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Keine Angaben	4	1	1	2	-	4	4	-	1	2	1	-	3	1
	0.7%	*0.9%*	*0.4%*	*1.0%*	-	*0.8%*	*3.3%*	-	*0.5%*	*1.1%*	*0.5%*	-	*1.0%*	*0.5%*
Gültig	570	112	265	192	91	479	118	361	212	172	186	66	294	210
	99.3%	*99.1%*	*99.6%*	*99.0%*	*100.0%*	*99.2%*	*96.7%*	*100.0%*	*99.5%*	*98.9%*	*99.5%*	*100.0%*	*99.0%*	*99.5%*
Mittelwerte: Ausgaben pro Person für... (in Euro)														
a) Mahlzeiten und Getränke im Restaurant, Imbiss, Eisstand etc.	10.32	7.04	10.37	12.21	16.38	9.17	10.25	8.81	9.85	11.48	9.78	8.11	10.74	10.43
b) Kauf von Andenken, Postkarten, Mitbringseln etc.	1.13	1.24	1.28	0.88	1.58	1.05	0.79	1.13	1.27	1.10	1.01	0.83	1.22	1.10
c) Eintritt in Museum, Schwimmbad etc.	1.62	2.00	1.85	1.08	1.37	1.67	1.47	1.73	2.25	1.58	0.95	0.45	1.31	2.42
d) Teilnahme an Ausflügen, Bootsfahrten etc.	0.42	0.67	0.40	0.30	0.46	0.41	0.17	0.49	0.55	0.52	0.18	0.25	0.43	0.45
e) Miete von Fahrrädern, Booten	0.04	0.00	0.02	0.08	0.23	0.00	0.00	0.00	0.10	0.00	0.00	0.00	0.05	0.02
f) Einkauf von Krabben, Fisch und Meeresfrüchten	1.06	0.85	1.11	1.13	0.93	1.09	1.06	1.10	0.83	1.02	1.36	0.44	0.99	1.36
g) Einkauf von Lebensmitteln, Getränken etc. im Einzelhandel	1.03	1.23	1.20	0.67	2.30	0.78	1.16	0.66	0.77	1.47	0.90	2.04	0.89	0.90
a-g) Ausgaben insgesamt	15.62	13.04	16.23	16.35	23.26	14.17	14.90	13.93	15.61	17.18	14.18	12.11	15.64	16.68

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A13: Und wie hoch sind die Kosten für die Unterkunft für die gesamte Aufenthaltsdauer, inkl. Endreinigung, Energie etc. (ggf. schätzen)?

	Befragungsort: T Ö N N I N G													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Übernachtungsgäste mit direkt bezahlter Unterkunft	81	13	42	26	81	-	-	-	44	20	17	9	38	34
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	-	-	-	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Keine Angaben	7	-	3	4	7	-	-	-	3	2	2	-	2	5
	8.6%	-	*7.1%*	*15.4%*	*8.6%*	-	-	-	*6.8%*	*10.0%*	*11.8%*	-	*5.3%*	*14.7%*
Gültig	74	13	39	22	74	-	-	-	41	18	15	9	36	29
	91.4%	*100.0%*	*92.9%*	*84.6%*	*91.4%*	-	-	-	*93.2%*	*90.0%*	*88.2%*	*100.0%*	*94.7%*	*85.3%*
Übernachtungskosten pro Tag und Person	25.80	16.03	29.94	24.22	25.80	-	-	-	25.81	26.61	24.78	29.81	22.56	28.57

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage A14: Planen Sie, ... (Ort) in den nächsten 3 Jahren erneut zu besuchen?

	Befragungsort: T Ö N N I N G													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Ja	262	40	107	114	44	218	92	126	30	65	167	23	134	105
	45.6%	*35.4%*	*40.2%*	*58.8%*	*48.4%*	*45.1%*	*75.4%*	*34.9%*	*14.1%*	*37.4%*	*89.3%*	*34.8%*	*45.1%*	*49.8%*
Eventuell	217	56	107	54	34	183	24	159	118	81	18	33	110	74
	37.8%	*49.6%*	*40.2%*	*27.8%*	*37.4%*	*37.9%*	*19.7%*	*44.0%*	*55.4%*	*46.6%*	*9.6%*	*50.0%*	*37.0%*	*35.1%*
Nein	29	5	17	7	5	24	2	22	18	11	-	5	12	12
	5.1%	*4.4%*	*6.4%*	*3.6%*	*5.5%*	*5.0%*	*1.6%*	*6.1%*	*8.5%*	*6.3%*	-	*7.6%*	*4.0%*	*5.7%*
Weiß nicht/ keine Angaben	66	12	35	19	8	58	4	54	47	17	2	5	41	20
	11.5%	*10.6%*	*13.2%*	*9.8%*	*8.8%*	*12.0%*	*3.3%*	*15.0%*	*22.1%*	*9.8%*	*1.1%*	*7.6%*	*13.8%*	*9.5%*
Summe der Nennungen	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B1: Warum sind Sie heute vor allem hierher gekommen?

	Befragungsort: T Ö N N I N G													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Den Ort anschauen	203	28	98	77	40	163	22	141	95	61	47	-	164	39
	35.4%	*24.8%*	*36.8%*	*39.7%*	*44.0%*	*33.7%*	*18.0%*	*39.1%*	*44.6%*	*35.1%*	*25.1%*	-	*55.2%*	*18.5%*
Den Hafen anschauen	363	72	159	131	51	312	62	250	141	109	113	66	297	-
	63.2%	*63.7%*	*59.8%*	*67.5%*	*56.0%*	*64.6%*	*50.8%*	*69.3%*	*66.2%*	*62.6%*	*60.4%*	*100.0%*	*100.0%*	-
Einkaufen von Krabben, Fisch oder anderen Meeresfrüchten	33	6	11	16	8	25	5	20	7	10	16	-	12	21
	5.7%	*5.3%*	*4.1%*	*8.2%*	*8.8%*	*5.2%*	*4.1%*	*5.5%*	*3.3%*	*5.7%*	*8.6%*	-	*4.0%*	*10.0%*
Einkaufen von sonstigen Lebensmitteln, Kleidung etc.	3	1	2	-	2	1	-	1	2	1	-	-	1	2
	0.5%	*0.9%*	*0.8%*	-	*2.2%*	*0.2%*	-	*0.3%*	*0.9%*	*0.6%*	-	-	*0.3%*	*0.9%*
Veranstaltung(en) besuchen	45	8	27	10	8	37	14	23	11	14	20	-	15	30
	7.8%	*7.1%*	*10.2%*	*5.2%*	*8.8%*	*7.7%*	*11.5%*	*6.4%*	*5.2%*	*8.0%*	*10.7%*	-	*5.1%*	*14.2%*
Museum oder andere Sehenswürdigkeit besuchen	96	23	56	17	11	85	21	64	53	26	17	-	33	63
	16.7%	*20.4%*	*21.1%*	*8.8%*	*12.1%*	*17.6%*	*17.2%*	*17.7%*	*24.9%*	*14.9%*	*9.1%*	-	*11.1%*	*29.9%*
Anderes, und zwar:	192	42	80	70	28	164	67	97	45	62	85	-	74	118
	33.4%	*37.2%*	*30.1%*	*36.1%*	*30.8%*	*34.0%*	*54.9%*	*26.9%*	*21.1%*	*35.6%*	*45.5%*	-	*24.9%*	*55.9%*
- Essen gehen (ohne Nennung von Fisch)	33	1	12	20	1	32	18	14	2	12	19	-	19	14
	5.7%	*0.9%*	*4.5%*	*10.3%*	*1.1%*	*6.6%*	*14.8%*	*3.9%*	*0.9%*	*6.9%*	*10.2%*	-	*6.4%*	*6.6%*
- Fisch essen	29	8	13	8	1	28	14	14	4	9	16	-	17	12
	5.1%	*7.1%*	*4.9%*	*4.1%*	*1.1%*	*5.8%*	*11.5%*	*3.9%*	*1.9%*	*5.2%*	*8.6%*	-	*5.7%*	*5.7%*
- Ausflug (Spazierengehen, bummeln, frische Luft schnappen, Wetter genießen, etc.)	28	5	15	8	5	23	12	11	6	7	15	-	11	17
	4.9%	*4.4%*	*5.6%*	*4.1%*	*5.5%*	*4.8%*	*9.8%*	*3.0%*	*2.8%*	*4.0%*	*8.0%*	-	*3.7%*	*8.1%*
- Zwischenstopp aus längerer Tour (auch Fahrradtour)	24	6	9	9	1	23	6	17	6	7	11	-	8	16
	4.2%	*5.3%*	*3.4%*	*4.6%*	*1.1%*	*4.8%*	*4.9%*	*4.7%*	*2.8%*	*4.0%*	*5.9%*	-	*2.7%*	*7.6%*
- Verwandte, Freunde besuchen	19	2	8	9	7	12	5	7	3	7	9	-	2	17
	3.3%	*1.8%*	*3.0%*	*4.6%*	*7.7%*	*2.5%*	*4.1%*	*1.9%*	*1.4%*	*4.0%*	*4.8%*	-	*0.7%*	*8.1%*

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B1: Warum sind Sie heute vor allem hierher gekommen?

	Befragungsort: T Ö N N I N G													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
- Schiffstour, Bootstour	13	7	5	1	1	12	1	11	6	6	1	-	3	10
	2.3%	*6.2%*	*1.9%*	*0.5%*	*1.1%*	*2.5%*	*0.8%*	*3.0%*	*2.8%*	*3.4%*	*0.5%*	-	*1.0%*	*4.7%*
- Tee/ Kaffee trinken, Kuchen essen, Eis essen	10	1	4	5	-	10	6	4	-	1	9	-	5	5
	1.7%	*0.9%*	*1.5%*	*2.6%*	-	*2.1%*	*4.9%*	*1.1%*	-	*0.6%*	*4.8%*	-	*1.7%*	*2.4%*
- Strand-/ Watt-Besuch	1	-	1	-	1	-	-	-	1	-	-	-	-	1
	0.2%	-	*0.4%*	-	*1.1%*	-	-	-	*0.5%*	-	-	-	-	*0.5%*
- Schwimmbadbesuch	1	-	1	-	-	1	-	1	-	-	1	-	-	1
	0.2%	-	*0.4%*	-	-	*0.2%*	-	*0.3%*	-	-	*0.5%*	-	-	*0.5%*
- Anderes	36	13	11	12	10	26	8	18	15	16	5	-	7	29
	6.3%	*11.5%*	*4.1%*	*6.2%*	*11.0%*	*5.4%*	*6.6%*	*5.0%*	*7.0%*	*9.2%*	*2.7%*	-	*2.4%*	*13.7%*
Summe der Nennungen	937	181	432	323	147	790	194	596	352	286	299	66	594	277
	163.2%	*160.2%*	*162.4%*	*166.5%*	*161.5%*	*163.6%*	*159.0%*	*165.1%*	*165.3%*	*164.4%*	*159.9%*	*100.0%*	*200.0%*	*131.3%*
Nur wegen des Hafens gekommen	66	16	29	20	11	55	8	47	29	19	18	66	-	-
	11.5%	*14.2%*	*10.9%*	*10.3%*	*12.1%*	*11.4%*	*6.6%*	*13.0%*	*13.6%*	*10.9%*	*9.6%*	*100.0%*	-	-
Auch wegen des Hafens gekommen	297	56	130	111	40	257	54	203	112	90	95	-	297	-
	51.7%	*49.6%*	*48.9%*	*57.2%*	*44.0%*	*53.2%*	*44.3%*	*56.2%*	*52.6%*	*51.7%*	*50.8%*	-	*100.0%*	-
Nicht wegen des Hafens gekommen	211	41	107	63	40	171	60	111	72	65	74	-	-	211
	36.8%	*36.3%*	*40.2%*	*32.5%*	*44.0%*	*35.4%*	*49.2%*	*30.7%*	*33.8%*	*37.4%*	*39.6%*	-	-	*100.0%*
Summe der Nennungen	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B2: Was macht diesen Ort für Sie attraktiv?

	Befragungsort: T Ö N N I N G													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Hafen (allg., schön, klein)	369	77	171	120	37	332	77	255	127	113	129	47	188	134
	64.3%	*68.1%*	*64.3%*	*61.9%*	*40.7%*	*68.7%*	*63.1%*	*70.6%*	*59.6%*	*64.9%*	*69.0%*	*71.2%*	*63.3%*	*63.5%*
Ort, Altstadt, alter Ortskern, Innenstadt	205	34	92	78	23	182	37	145	63	77	65	27	111	67
	35.7%	*30.1%*	*34.6%*	*40.2%*	*25.3%*	*37.7%*	*30.3%*	*40.2%*	*29.6%*	*44.3%*	*34.8%*	*40.9%*	*37.4%*	*31.8%*
Gemütlichkeit, Ruhe, wenig Hektik, beschaulich	126	19	60	47	29	97	35	62	36	38	52	13	68	45
	22.0%	*16.8%*	*22.6%*	*24.2%*	*31.9%*	*20.1%*	*28.7%*	*17.2%*	*16.9%*	*21.8%*	*27.8%*	*19.7%*	*22.9%*	*21.3%*
Multimar, Multimar Museum	99	31	49	19	12	87	23	64	38	32	29	5	45	49
	17.2%	*27.4%*	*18.4%*	*9.8%*	*13.2%*	*18.0%*	*18.9%*	*17.7%*	*17.8%*	*18.4%*	*15.5%*	*7.6%*	*15.2%*	*23.2%*
Wasser, Meer, Nordsee, Wasser-/ Küsten-/ Seenähe/ Ebbe + Flut/ Watt(meer)	86	19	38	29	27	59	18	41	35	25	26	10	46	30
	15.0%	*16.8%*	*14.3%*	*14.9%*	*29.7%*	*12.2%*	*14.8%*	*11.4%*	*16.4%*	*14.4%*	*13.9%*	*15.2%*	*15.5%*	*14.2%*
Häuser (allg., alt, klein, süß), Baustil, Architektur	76	9	33	34	11	65	12	53	35	24	17	10	43	23
	13.2%	*8.0%*	*12.4%*	*17.5%*	*12.1%*	*13.5%*	*9.8%*	*14.7%*	*16.4%*	*13.8%*	*9.1%*	*15.2%*	*14.5%*	*10.9%*
Altmodisch, historisch, urig, Tradition	68	10	29	29	6	62	18	44	25	18	25	11	34	23
	11.8%	*8.8%*	*10.9%*	*14.9%*	*6.6%*	*12.8%*	*14.8%*	*12.2%*	*11.7%*	*10.3%*	*13.4%*	*16.7%*	*11.4%*	*10.9%*
Atmosphäre, Ambiente, Flair, Idylle, Romantik	60	9	30	21	10	50	12	38	16	20	24	4	34	22
	10.5%	*8.0%*	*11.3%*	*10.8%*	*11.0%*	*10.4%*	*9.8%*	*10.5%*	*7.5%*	*11.5%*	*12.8%*	*6.1%*	*11.4%*	*10.4%*
Klein, überschaubar	48	9	25	14	7	41	12	29	18	15	15	3	26	19
	8.4%	*8.0%*	*9.4%*	*7.2%*	*7.7%*	*8.5%*	*9.8%*	*8.0%*	*8.5%*	*8.6%*	*8.0%*	*4.5%*	*8.8%*	*9.0%*
Cafés/ Geschäfte/ Gastronomie/ Fischrestaurants (allg., viele, kleine, gute)/ gutes Essen/ gut zum Bummeln	42	9	17	16	5	37	14	23	7	9	26	8	20	14
	7.3%	*8.0%*	*6.4%*	*8.2%*	*5.5%*	*7.7%*	*11.5%*	*6.4%*	*3.3%*	*5.2%*	*13.9%*	*12.1%*	*6.7%*	*6.6%*
Die Lage (allg, gut)	31	3	15	13	16	15	5	10	12	11	8	2	13	16
	5.4%	*2.7%*	*5.6%*	*6.7%*	*17.6%*	*3.1%*	*4.1%*	*2.8%*	*5.6%*	*6.3%*	*4.3%*	*3.0%*	*4.4%*	*7.6%*
Nicht überfüllt	27	6	11	10	7	20	4	16	9	5	13	1	17	9
	4.7%	*5.3%*	*4.1%*	*5.2%*	*7.7%*	*4.1%*	*3.3%*	*4.4%*	*4.2%*	*2.9%*	*7.0%*	*1.5%*	*5.7%*	*4.3%*

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B2: Was macht diesen Ort für Sie attraktiv?

	Befragungsort: T Ö N N I N G													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Menschen/ Leute/ Personal (allg., freundlich, nett), Gastfreundlichkeit	23	2	12	9	13	10	4	6	4	6	13	3	9	11
	4.0%	*1.8%*	*4.5%*	*4.6%*	*14.3%*	*2.1%*	*3.3%*	*1.7%*	*1.9%*	*3.4%*	*7.0%*	*4.5%*	*3.0%*	*5.2%*
Kirche	22	1	9	12	2	20	5	15	7	8	7	1	9	12
	3.8%	*0.9%*	*3.4%*	*6.2%*	*2.2%*	*4.1%*	*4.1%*	*4.2%*	*3.3%*	*4.6%*	*3.7%*	*1.5%*	*3.0%*	*5.7%*
Erreichbarkeit (gut)	20	5	12	3	8	12	3	9	8	9	3	1	10	9
	3.5%	*4.4%*	*4.5%*	*1.5%*	*8.8%*	*2.5%*	*2.5%*	*2.5%*	*3.8%*	*5.2%*	*1.6%*	*1.5%*	*3.4%*	*4.3%*
Fisch	18	7	2	9	3	15	4	11	4	6	8	1	11	6
	3.1%	*6.2%*	*0.8%*	*4.6%*	*3.3%*	*3.1%*	*3.3%*	*3.0%*	*1.9%*	*3.4%*	*4.3%*	*1.5%*	*3.7%*	*2.8%*
Luft (allg., frisch, gut, Seeluft)	17	2	10	5	11	6	3	3	6	4	7	4	5	8
	3.0%	*1.8%*	*3.8%*	*2.6%*	*12.1%*	*1.2%*	*2.5%*	*0.8%*	*2.8%*	*2.3%*	*3.7%*	*6.1%*	*1.7%*	*3.8%*
Gepflegt/ sauber/ organisiert	17	-	7	10	4	13	4	9	9	5	3	2	13	2
	3.0%	-	*2.6%*	*5.2%*	*4.4%*	*2.7%*	*3.3%*	*2.5%*	*4.2%*	*2.9%*	*1.6%*	*3.0%*	*4.4%*	*0.9%*
Schiffe allg.	16	6	4	6	2	14	4	10	7	3	6	2	6	8
	2.8%	*5.3%*	*1.5%*	*3.1%*	*2.2%*	*2.9%*	*3.3%*	*2.8%*	*3.3%*	*1.7%*	*3.2%*	*3.0%*	*2.0%*	*3.8%*
Packhaus/ Speicher	12	3	2	6	-	12	8	4	1	3	8	1	7	4
	2.1%	*2.7%*	*0.8%*	*3.1%*	-	*2.5%*	*6.6%*	*1.1%*	*0.5%*	*1.7%*	*4.3%*	*1.5%*	*2.4%*	*1.9%*
Angebot, Sehenswürdigkeiten (abwechslungsreich, vielseitig)	12	2	6	4	3	9	-	9	8	3	1	-	7	5
	2.1%	*1.8%*	*2.3%*	*2.1%*	*3.3%*	*1.9%*	-	*2.5%*	*3.8%*	*1.7%*	*0.5%*	-	*2.4%*	*2.4%*
Natur, Klima, Landschaft, Grün	11	-	7	4	2	9	1	8	5	3	3	1	5	5
	1.9%	-	*2.6%*	*2.1%*	*2.2%*	*1.9%*	*0.8%*	*2.2%*	*2.3%*	*1.7%*	*1.6%*	*1.5%*	*1.7%*	*2.4%*
Umgebung/ Umfeld	10	1	5	4	3	7	2	5	3	5	2	-	5	5
	1.7%	*0.9%*	*1.9%*	*2.1%*	*3.3%*	*1.4%*	*1.6%*	*1.4%*	*1.4%*	*2.9%*	*1.1%*	-	*1.7%*	*2.4%*
Fahrrad/ (schöne) Fahrradwege	9	1	3	5	6	3	-	3	5	2	2	1	4	4
	1.6%	*0.9%*	*1.1%*	*2.6%*	*6.6%*	*0.6%*	-	*0.8%*	*2.3%*	*1.1%*	*1.1%*	*1.5%*	*1.3%*	*1.9%*

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B2: Was macht diesen Ort für Sie attraktiv?

	Befragungsort: T Ö N N I N G													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
gutes Preis-Leistungsverhältnis/ keine Gebühren	9	2	2	5	5	4	1	3	2	3	4	-	6	3
	1.6%	*1.8%*	*0.8%*	*2.6%*	*5.5%*	*0.8%*	*0.8%*	*0.8%*	*0.9%*	*1.7%*	*2.1%*	-	*2.0%*	*1.4%*
Kutter, Fischerboote, Krabbenkutter, Fischerei	8	5	1	2	1	7	2	5	2	2	4	2	5	1
	1.4%	*4.4%*	*0.4%*	*1.0%*	*1.1%*	*1.4%*	*1.6%*	*1.4%*	*0.9%*	*1.1%*	*2.1%*	*3.0%*	*1.7%*	*0.5%*
Schwimmbad, Hallenbad, Solebad	8	2	6	-	3	5	2	3	3	-	5	1	3	4
	1.4%	*1.8%*	*2.3%*	-	*3.3%*	*1.0%*	*1.6%*	*0.8%*	*1.4%*	-	*2.7%*	*1.5%*	*1.0%*	*1.9%*
Sperrwerk, Schleuse	7	-	5	2	1	6	1	5	5	2	-	1	3	3
	1.2%	-	*1.9%*	*1.0%*	*1.1%*	*1.2%*	*0.8%*	*1.4%*	*2.3%*	*1.1%*	-	*1.5%*	*1.0%*	*1.4%*
Spezielle Veranstaltung (Weihnachtsmarkt, Hafenfest, ...)	7	1	2	4	-	7	4	3	1	1	5	-	2	5
	1.2%	*0.9%*	*0.8%*	*2.1%*	-	*1.4%*	*3.3%*	*0.8%*	*0.5%*	*0.6%*	*2.7%*	-	*0.7%*	*2.4%*
Campingplatz (allg., am Hafen)	6	1	3	2	5	1	-	1	4	-	2	1	1	4
	1.0%	*0.9%*	*1.1%*	*1.0%*	*5.5%*	*0.2%*	-	*0.3%*	*1.9%*	-	*1.1%*	*1.5%*	*0.3%*	*1.9%*
(Kurzzeit-)Erholung, für Tagesausflug geeignet, “1 Tag Urlaub”	6	1	5	-	3	3	2	1	1	2	3	1	3	2
	1.0%	*0.9%*	*1.9%*	-	*3.3%*	*0.6%*	*1.6%*	*0.3%*	*0.5%*	*1.1%*	*1.6%*	*1.5%*	*1.0%*	*0.9%*
Bootstour	5	-	5	-	-	5	1	4	2	2	1	-	2	3
	0.9%	-	*1.9%*	-	-	*1.0%*	*0.8%*	*1.1%*	*0.9%*	*1.1%*	*0.5%*	-	*0.7%*	*1.4%*
Haustüren	4	1	1	2	-	4	-	4	2	1	1	-	3	1
	0.7%	*0.9%*	*0.4%*	*1.0%*	-	*0.8%*	-	*1.1%*	*0.9%*	*0.6%*	*0.5%*	-	*1.0%*	*0.5%*
Spazierengehen/ (viele) Spazierwege	4	1	2	1	2	2	-	2	2	1	1	1	3	-
	0.7%	*0.9%*	*0.8%*	*0.5%*	*2.2%*	*0.4%*	-	*0.6%*	*0.9%*	*0.6%*	*0.5%*	*1.5%*	*1.0%*	-
Kinder-/ familienfreundlich	3	3	-	-	-	3	2	1	1	1	1	-	2	1
	0.5%	*2.7%*	-	-	-	*0.6%*	*1.6%*	*0.3%*	*0.5%*	*0.6%*	*0.5%*	-	*0.7%*	*0.5%*
Ostfriesisch, norddeutsch, flaches Land, die Weite	3	-	2	1	1	2	1	1	1	-	2	-	2	1
	0.5%	-	*0.8%*	*0.5%*	*1.1%*	*0.4%*	*0.8%*	*0.3%*	*0.5%*	-	*1.1%*	-	*0.7%*	*0.5%*

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B2: Was macht diesen Ort für Sie attraktiv?

	Befragungsort: T Ö N N I N G														
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Gärten, Rosen	3	-	1	2	-	3	-	3	1	1	1	1	1	1
	0.5%	-	*0.4%*	*1.0%*	-	*0.6%*	-	*0.8%*	*0.5%*	*0.6%*	*0.5%*	*1.5%*	*0.3%*	*0.5%*
Deich (mit Schafen)	3	-	1	2	2	1	-	1	1	-	2	-	3	-
	0.5%	-	*0.4%*	*1.0%*	*2.2%*	*0.2%*	-	*0.3%*	*0.5%*	-	*1.1%*	-	*1.0%*	-
Heimat	2	-	1	1	-	2	1	1	-	1	1	-	1	1
	0.3%	-	*0.4%*	*0.5%*	-	*0.4%*	*0.8%*	*0.3%*	-	*0.6%*	*0.5%*	-	*0.3%*	*0.5%*
Strand	2	-	2	-	2	-	-	-	-	1	1	1	-	1
	0.3%	-	*0.8%*	-	*2.2%*	-	-	-	-	*0.6%*	*0.5%*	*1.5%*	-	*0.5%*
Parken (gut)	2	1	1	-	-	2	2	-	-	-	2	-	1	1
	0.3%	*0.9%*	*0.4%*	-	-	*0.4%*	*1.6%*	-	-	-	*1.1%*	-	*0.3%*	*0.5%*
Motorrad	1	1	-	-	-	1	1	-	-	-	1	-	-	1
	0.2%	*0.9%*	-	-	-	*0.2%*	*0.8%*	-	-	-	*0.5%*	-	-	*0.5%*
Wald	1	-	1	-	1	-	-	-	-	-	1	-	-	1
	0.2%	-	*0.4%*	-	*1.1%*	-	-	-	-	-	*0.5%*	-	-	*0.5%*
Vögel	1	1	-	-	-	1	1	-	-	1	-	-	1	-
	0.2%	*0.9%*	-	-	-	*0.2%*	*0.8%*	-	-	*0.6%*	-	-	*0.3%*	-
Hundefreundlich	1	1	-	-	-	1	-	1	1	-	-	-	1	-
	0.2%	*0.9%*	-	-	-	*0.2%*	-	*0.3%*	*0.5%*	-	-	-	*0.3%*	-
Werft	1	-	-	1	-	1	1	-	-	1	-	-	1	-
	0.2%	-	-	*0.5%*	-	*0.2%*	*0.8%*	-	-	*0.6%*	-	-	*0.3%*	-
Gegensatz zum Heimatort/ etw. Besonderes	1	-	1	-	-	1	-	1	-	-	1	-	1	-
	0.2%	-	*0.4%*	-	-	*0.2%*	-	*0.3%*	-	-	*0.5%*	-	*0.3%*	-
Gesamtheit, allgemein	6	-	3	3	1	5	1	4	1	3	2	1	2	3
	1.0%	-	*1.1%*	*1.5%*	*1.1%*	*1.0%*	*0.8%*	*1.1%*	*0.5%*	*1.7%*	*1.1%*	*1.5%*	*0.7%*	*1.4%*

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B2: Was macht diesen Ort für Sie attraktiv?

	Befragungsort: T Ö N N I N G													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Sonstiges	25	5	8	12	4	21	5	16	6	9	10	4	14	7
	4.4%	*4.4%*	*3.0%*	*6.2%*	*4.4%*	*4.3%*	*4.1%*	*4.4%*	*2.8%*	*5.2%*	*5.3%*	*6.1%*	*4.7%*	*3.3%*
Keine Angaben	14	-	10	4	1	13	1	12	11	3	-	1	10	3
	2.4%	-	*3.8%*	*2.1%*	*1.1%*	*2.7%*	*0.8%*	*3.3%*	*5.2%*	*1.7%*	-	*1.5%*	*3.4%*	*1.4%*
Summe der Nennungen	1557	291	712	551	279	1278	334	944	535	479	543	173	807	577
	271.3%	*257.5%*	*267.7%*	*284.0%*	*306.6%*	*264.6%*	*273.8%*	*261.5%*	*251.2%*	*275.3%*	*290.4%*	*262.1%*	*271.7%*	*273.5%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B3: Wie sind Sie auf diesen Ort aufmerksam geworden?

	Befragungsort: T Ö N N I N G														
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung			
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen	
Alle Befragten	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	
Darüber gelesen (z.B. im Reiseführer, in der Presse)	185	43	91	51	19	166	17	149	108	55	22	17	111	57	
	32.2%	*38.1%*	*34.2%*	*26.3%*	*20.9%*	*34.4%*	*13.9%*	*41.3%*	*50.7%*	*31.6%*	*11.8%*	*25.8%*	*37.4%*	*27.0%*	
Im Internet gesehen	36	14	20	2	18	18	1	17	26	10	-	5	19	12	
	6.3%	*12.4%*	*7.5%*	*1.0%*	*19.8%*	*3.7%*	*0.8%*	*4.7%*	*12.2%*	*5.7%*	-	*7.6%*	*6.4%*	*5.7%*	
Berichte im Fernsehen oder Radio gesehen/ gehört	19	3	7	9	2	17	7	10	9	8	2	2	11	6	
	3.3%	*2.7%*	*2.6%*	*4.6%*	*2.2%*	*3.5%*	*5.7%*	*2.8%*	*4.2%*	*4.6%*	*1.1%*	*3.0%*	*3.7%*	*2.8%*	
Empfehlung von Verwandten oder Freunden	76	17	41	18	19	57	10	47	27	28	21	6	40	30	
	13.2%	*15.0%*	*15.4%*	*9.3%*	*20.9%*	*11.8%*	*8.2%*	*13.0%*	*12.7%*	*16.1%*	*11.2%*	*9.1%*	*13.5%*	*14.2%*	
Empfehlung des Vermieters	22	7	10	5	-	22	1	21	14	5	3	2	11	9	
	3.8%	*6.2%*	*3.8%*	*2.6%*	-	*4.6%*	*0.8%*	*5.8%*	*6.6%*	*2.9%*	*1.6%*	*3.0%*	*3.7%*	*4.3%*	
Empfehlung der Tourist-Information	36	16	16	4	3	33	1	32	26	8	2	6	19	11	
	6.3%	*14.2%*	*6.0%*	*2.1%*	*3.3%*	*6.8%*	*0.8%*	*8.9%*	*12.2%*	*4.6%*	*1.1%*	*9.1%*	*6.4%*	*5.2%*	
War früher schon einmal hier	171	34	62	74	18	153	69	84	5	52	114	22	89	60	
	29.8%	*30.1%*	*23.3%*	*38.1%*	*19.8%*	*31.7%*	*56.6%*	*23.3%*	*2.3%*	*29.9%*	*61.0%*	*33.3%*	*30.0%*	*28.4%*	
Anderes, und zwar:	131	15	61	54	22	109	28	81	45	44	42	19	56	56	
	22.8%	*13.3%*	*22.9%*	*27.8%*	*24.2%*	*22.6%*	*23.0%*	*22.4%*	*21.1%*	*25.3%*	*22.5%*	*28.8%*	*18.9%*	*26.5%*	
- Zufall, vorbeigekommen, Erkundung der Umgebung, Durchfahrt	51	5	22	24	5	46	8	38	14	25	12	8	24	19	
	8.9%	*4.4%*	*8.3%*	*12.4%*	*5.5%*	*9.5%*	*6.6%*	*10.5%*	*6.6%*	*14.4%*	*6.4%*	*12.1%*	*8.1%*	*9.0%*	
- wir wohnen/ Verwandtschaft/ Bekanntschaft wohnt in der Umgebung	21	3	11	6	6	15	9	6	3	2	16	1	6	14	
	3.7%	*2.7%*	*4.1%*	*3.1%*	*6.6%*	*3.1%*	*7.4%*	*1.7%*	*1.4%*	*1.1%*	*8.6%*	*1.5%*	*2.0%*	*6.6%*	
- Arbeitskollegen/ durch den Beruf	12	1	6	5	4	8	6	2	2	4	6	1	6	5	
	2.1%	*0.9%*	*2.3%*	*2.6%*	*4.4%*	*1.7%*	*4.9%*	*0.6%*	*0.9%*	*2.3%*	*3.2%*	*1.5%*	*2.0%*	*2.4%*	
- Hinweisschilder, Verkehrsschilder, Veranstaltungshinweis	12	3	7	2	-	12	-	12	6	4	2	6	3	3	
	2.1%	*2.7%*	*2.6%*	*1.0%*	-	*2.5%*	-	*3.3%*	*2.8%*	*2.3%*	*1.1%*	*9.1%*	*1.0%*	*1.4%*	

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B3: Wie sind Sie auf diesen Ort aufmerksam geworden?

	Befragungsort: T Ö N N I N G													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
- andere Gäste/ Urlauber	6	-	3	3	-	6	-	6	5	1	-	-	3	3
	1.0%	-	*1.1%*	*1.5%*	-	*1.2%*	-	*1.7%*	*2.3%*	*0.6%*	-	-	*1.0%*	*1.4%*
- Prospekt/ Flyer	5	-	4	1	1	4	-	4	3	2	-	1	3	1
	0.9%	-	*1.5%*	*0.5%*	*1.1%*	*0.8%*	-	*1.1%*	*1.4%*	*1.1%*	-	*1.5%*	*1.0%*	*0.5%*
- wurde hier geboren	4	-	-	4	1	3	2	1	-	-	4	-	1	3
	0.7%	-	-	*2.1%*	*1.1%*	*0.6%*	*1.6%*	*0.3%*	-	-	*2.1%*	-	*0.3%*	*1.4%*
- Landkarte/ Fahrradkarte	3	2	1	-	-	3	-	3	3	-	-	-	1	2
	0.5%	*1.8%*	*0.4%*	-	-	*0.6%*	-	*0.8%*	*1.4%*	-	-	-	*0.3%*	*0.9%*
- kennt man als Norddeutscher, ist bekannt	2	1	1	-	-	2	-	2	1	1	-	1	1	-
	0.3%	*0.9%*	*0.4%*	-	-	*0.4%*	-	*0.6%*	*0.5%*	*0.6%*	-	*1.5%*	*0.3%*	-
- Krankenkasse/ Kur/ Krankenhausaufenthalt	2	-	1	1	1	1	-	1	-	1	1	1	-	1
	0.3%	-	*0.4%*	*0.5%*	*1.1%*	*0.2%*	-	*0.3%*	-	*0.6%*	*0.5%*	*1.5%*	-	*0.5%*
- Sonstiges	11	-	5	6	3	8	2	6	7	3	1	-	6	5
	1.9%	-	*1.9%*	*3.1%*	*3.3%*	*1.7%*	*1.6%*	*1.7%*	*3.3%*	*1.7%*	*0.5%*	-	*2.0%*	*2.4%*
Summe der Nennungen	805	164	369	269	122	683	161	522	304	253	248	98	410	297
	140.2%	*145.1%*	*138.7%*	*138.7%*	*134.1%*	*141.4%*	*132.0%*	*144.6%*	*142.7%*	*145.4%*	*132.6%*	*148.5%*	*138.0%*	*140.8%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B4: Wie attraktiv finden Sie den Ort ... im Allgemeinen?

	Befragungsort: T Ö N N I N G													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
(1) Sehr attraktiv	149	25	71	53	29	120	23	97	54	47	48	18	84	47
	26.0%	*22.1%*	*26.7%*	*27.3%*	*31.9%*	*24.8%*	*18.9%*	*26.9%*	*25.4%*	*27.0%*	*25.7%*	*27.3%*	*28.3%*	*22.3%*
(2) Attraktiv	403	86	183	133	59	344	95	249	153	118	132	45	204	154
	70.2%	*76.1%*	*68.8%*	*68.6%*	*64.8%*	*71.2%*	*77.9%*	*69.0%*	*71.8%*	*67.8%*	*70.6%*	*68.2%*	*68.7%*	*73.0%*
(3) Weniger attraktiv	21	2	11	8	3	18	4	14	6	9	6	3	8	10
	3.7%	*1.8%*	*4.1%*	*4.1%*	*3.3%*	*3.7%*	*3.3%*	*3.9%*	*2.8%*	*5.2%*	*3.2%*	*4.5%*	*2.7%*	*4.7%*
(4) Nicht attraktiv	1	-	1	-	-	1	-	1	-	-	1	-	1	-
	0.2%	-	*0.4%*	-	-	*0.2%*	-	*0.3%*	-	-	*0.5%*	-	*0.3%*	-
Summe der Nennungen	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Top-Box (1+2)	552	111	254	186	88	464	118	346	207	165	180	63	288	201
	96.2%	*98.2%*	*95.5%*	*95.9%*	*96.7%*	*96.1%*	*96.7%*	*95.8%*	*97.2%*	*94.8%*	*96.3%*	*95.5%*	*97.0%*	*95.3%*
Low-Box (3+4)	22	2	12	8	3	19	4	15	6	9	7	3	9	10
	3.8%	*1.8%*	*4.5%*	*4.1%*	*3.3%*	*3.9%*	*3.3%*	*4.2%*	*2.8%*	*5.2%*	*3.7%*	*4.5%*	*3.0%*	*4.7%*
Mittelwert (1-4)	1.8	1.8	1.8	1.8	1.7	1.8	1.8	1.8	1.8	1.8	1.8	1.8	1.8	1.8
Standardabweichung	0.5	0.4	0.5	0.5	0.5	0.5	0.4	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B5: Und wie attraktiv finden Sie den Hafen im Besonderen?

	Befragungsort: T Ö N N I N G													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
(1) Sehr attraktiv	259	51	116	91	40	219	57	162	76	78	105	37	139	83
	45.1%	*45.1%*	*43.6%*	*46.9%*	*44.0%*	*45.3%*	*46.7%*	*44.9%*	*35.7%*	*44.8%*	*56.1%*	*56.1%*	*46.8%*	*39.3%*
(2) Attraktiv	285	57	139	89	46	239	60	179	120	87	78	25	145	115
	49.7%	*50.4%*	*52.3%*	*45.9%*	*50.5%*	*49.5%*	*49.2%*	*49.6%*	*56.3%*	*50.0%*	*41.7%*	*37.9%*	*48.8%*	*54.5%*
(3) Weniger attraktiv	28	5	10	13	5	23	4	19	16	8	4	3	13	12
	4.9%	*4.4%*	*3.8%*	*6.7%*	*5.5%*	*4.8%*	*3.3%*	*5.3%*	*7.5%*	*4.6%*	*2.1%*	*4.5%*	*4.4%*	*5.7%*
(4) Nicht attraktiv	2	-	1	1	-	2	1	1	1	1	-	1	-	1
	0.3%	-	*0.4%*	*0.5%*	-	*0.4%*	*0.8%*	*0.3%*	*0.5%*	*0.6%*	-	*1.5%*	-	*0.5%*
Summe der Nennungen	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Top-Box (1+2)	544	108	255	180	86	458	117	341	196	165	183	62	284	198
	94.8%	*95.6%*	*95.9%*	*92.8%*	*94.5%*	*94.8%*	*95.9%*	*94.5%*	*92.0%*	*94.8%*	*97.9%*	*93.9%*	*95.6%*	*93.8%*
Low-Box (3+4)	30	5	11	14	5	25	5	20	17	9	4	4	13	13
	5.2%	*4.4%*	*4.1%*	*7.2%*	*5.5%*	*5.2%*	*4.1%*	*5.5%*	*8.0%*	*5.2%*	*2.1%*	*6.1%*	*4.4%*	*6.2%*
Mittelwert (1-4)	1.6	1.6	1.6	1.6	1.6	1.6	1.6	1.6	1.7	1.6	1.5	1.5	1.6	1.7
Standardabweichung	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6	0.5	0.7	0.6	0.6

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B6a: Warum bewerten Sie den Hafen so? Was macht diesen Hafen attraktiv?

	Befragungsort: T Ö N N I N G													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Häuschen, Häuser (alt, hübsch, schön), Häuserkulisse, Häuserzeile	185	39	87	59	22	163	33	130	72	53	60	29	99	57
	32.2%	*34.5%*	*32.7%*	*30.4%*	*24.2%*	*33.7%*	*27.0%*	*36.0%*	*33.8%*	*30.5%*	*32.1%*	*43.9%*	*33.3%*	*27.0%*
Klein, übersichtlich, überschaubar, man kann zu Fuß alles erreichen/ zum Spazierengehen	145	34	68	43	14	131	33	98	50	45	50	16	76	53
	25.3%	*30.1%*	*25.6%*	*22.2%*	*15.4%*	*27.1%*	*27.0%*	*27.1%*	*23.5%*	*25.9%*	*26.7%*	*24.2%*	*25.6%*	*25.1%*
Alt, historisch, ursprünglich, einfach, schlicht, nicht verbaut	123	19	57	47	24	99	28	71	44	42	37	8	65	50
	21.4%	*16.8%*	*21.4%*	*24.2%*	*26.4%*	*20.5%*	*23.0%*	*19.7%*	*20.7%*	*24.1%*	*19.8%*	*12.1%*	*21.9%*	*23.7%*
(Segel-)Boote, Yachten	116	25	51	39	18	98	25	73	51	28	37	11	68	37
	20.2%	*22.1%*	*19.2%*	*20.1%*	*19.8%*	*20.3%*	*20.5%*	*20.2%*	*23.9%*	*16.1%*	*19.8%*	*16.7%*	*22.9%*	*17.5%*
(viele) Schiffe	98	17	48	33	20	78	13	65	37	30	31	11	51	36
	17.1%	*15.0%*	*18.0%*	*17.0%*	*22.0%*	*16.1%*	*10.7%*	*18.0%*	*17.4%*	*17.2%*	*16.6%*	*16.7%*	*17.2%*	*17.1%*
Gastronomie/ Restaurant/ Cafés	90	20	45	25	17	73	17	56	29	26	35	7	55	28
	15.7%	*17.7%*	*16.9%*	*12.9%*	*18.7%*	*15.1%*	*13.9%*	*15.5%*	*13.6%*	*14.9%*	*18.7%*	*10.6%*	*18.5%*	*13.3%*
Ruhe, nichts los, nicht überlaufen, keine Hektik, entspannend/ Erholung	81	19	37	24	11	70	24	46	27	21	33	7	46	28
	14.1%	*16.8%*	*13.9%*	*12.4%*	*12.1%*	*14.5%*	*19.7%*	*12.7%*	*12.7%*	*12.1%*	*17.6%*	*10.6%*	*15.5%*	*13.3%*
Atmosphäre allg., Ambiente, Flair	70	10	32	28	12	58	15	43	17	25	28	12	42	16
	12.2%	*8.8%*	*12.0%*	*14.4%*	*13.2%*	*12.0%*	*12.3%*	*11.9%*	*8.0%*	*14.4%*	*15.0%*	*18.2%*	*14.1%*	*7.6%*
Gemütlich	69	11	32	26	14	55	15	40	22	21	26	5	45	19
	12.0%	*9.7%*	*12.0%*	*13.4%*	*15.4%*	*11.4%*	*12.3%*	*11.1%*	*10.3%*	*12.1%*	*13.9%*	*7.6%*	*15.2%*	*9.0%*
Hafenanlage allg., Form des Hafens, wie der Hafen angelegt ist/ Bau des Hafens	62	9	26	27	5	57	16	41	18	24	20	6	33	23
	10.8%	*8.0%*	*9.8%*	*13.9%*	*5.5%*	*11.8%*	*13.1%*	*11.4%*	*8.5%*	*13.8%*	*10.7%*	*9.1%*	*11.1%*	*10.9%*
Packhaus/ Speicher	60	9	27	24	12	48	18	30	18	17	25	5	30	25
	10.5%	*8.0%*	*10.2%*	*12.4%*	*13.2%*	*9.9%*	*14.8%*	*8.3%*	*8.5%*	*9.8%*	*13.4%*	*7.6%*	*10.1%*	*11.8%*
Ebbe und Flut, Gezeiten	52	6	25	21	14	38	5	33	20	18	14	10	24	18
	9.1%	*5.3%*	*9.4%*	*10.8%*	*15.4%*	*7.9%*	*4.1%*	*9.1%*	*9.4%*	*10.3%*	*7.5%*	*15.2%*	*8.1%*	*8.5%*

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B6a: Warum bewerten Sie den Hafen so? Was macht diesen Hafen attraktiv?

	Befragungsort: T Ö N N I N G													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Schön, hübsch, niedlich	52	9	29	14	7	45	10	35	19	16	17	4	27	21
	9.1%	*8.0%*	*10.9%*	*7.2%*	*7.7%*	*9.3%*	*8.2%*	*9.7%*	*8.9%*	*9.2%*	*9.1%*	*6.1%*	*9.1%*	*10.0%*
Sauber, gepflegt	48	8	22	18	5	43	15	28	17	13	18	6	29	13
	8.4%	*7.1%*	*8.3%*	*9.3%*	*5.5%*	*8.9%*	*12.3%*	*7.8%*	*8.0%*	*7.5%*	*9.6%*	*9.1%*	*9.8%*	*6.2%*
Promenade (schön, klein, nett)	47	9	24	14	7	40	8	32	14	14	19	5	25	17
	8.2%	*8.0%*	*9.0%*	*7.2%*	*7.7%*	*8.3%*	*6.6%*	*8.9%*	*6.6%*	*8.0%*	*10.2%*	*7.6%*	*8.4%*	*8.1%*
Idyllisch	39	7	17	15	5	34	7	27	15	8	16	4	21	14
	6.8%	*6.2%*	*6.4%*	*7.7%*	*5.5%*	*7.0%*	*5.7%*	*7.5%*	*7.0%*	*4.6%*	*8.6%*	*6.1%*	*7.1%*	*6.6%*
Beschaulich	34	8	21	5	5	29	11	18	11	8	15	3	16	15
	5.9%	*7.1%*	*7.9%*	*2.6%*	*5.5%*	*6.0%*	*9.0%*	*5.0%*	*5.2%*	*4.6%*	*8.0%*	*4.5%*	*5.4%*	*7.1%*
Zentrale Lage im Ort, Hafen in der Stadt, Integration im Ortskern	32	6	10	16	5	27	7	20	10	13	9	3	20	9
	5.6%	*5.3%*	*3.8%*	*8.2%*	*5.5%*	*5.6%*	*5.7%*	*5.5%*	*4.7%*	*7.5%*	*4.8%*	*4.5%*	*6.7%*	*4.3%*
Bänke/ Sitzgelegenheiten/ Platz zum Ausruhen/ kann am Hafen gut sitzen	32	2	20	10	9	23	4	19	14	10	8	1	20	11
	5.6%	*1.8%*	*7.5%*	*5.2%*	*9.9%*	*4.8%*	*3.3%*	*5.3%*	*6.6%*	*5.7%*	*4.3%*	*1.5%*	*6.7%*	*5.2%*
Kutter (Holz-, Fisch-, Krabben-), Fischerboote	30	4	12	14	2	28	9	19	11	8	11	6	16	8
	5.2%	*3.5%*	*4.5%*	*7.2%*	*2.2%*	*5.8%*	*7.4%*	*5.3%*	*5.2%*	*4.6%*	*5.9%*	*9.1%*	*5.4%*	*3.8%*
Wasser	23	2	12	9	1	22	7	15	8	8	7	3	12	8
	4.0%	*1.8%*	*4.5%*	*4.6%*	*1.1%*	*4.6%*	*5.7%*	*4.2%*	*3.8%*	*4.6%*	*3.7%*	*4.5%*	*4.0%*	*3.8%*
Parken (kostenlos, gut)	22	6	6	10	4	18	5	13	10	3	9	4	13	5
	3.8%	*5.3%*	*2.3%*	*5.2%*	*4.4%*	*3.7%*	*4.1%*	*3.6%*	*4.7%*	*1.7%*	*4.8%*	*6.1%*	*4.4%*	*2.4%*
Die Lage (allg.)	22	2	14	6	5	17	3	14	12	6	4	3	10	9
	3.8%	*1.8%*	*5.3%*	*3.1%*	*5.5%*	*3.5%*	*2.5%*	*3.9%*	*5.6%*	*3.4%*	*2.1%*	*4.5%*	*3.4%*	*4.3%*
Lebendig/ gutes Angebot/ vielseitig/ immer was los	18	5	8	5	4	14	4	10	8	5	5	1	12	5
	3.1%	*4.4%*	*3.0%*	*2.6%*	*4.4%*	*2.9%*	*3.3%*	*2.8%*	*3.8%*	*2.9%*	*2.7%*	*1.5%*	*4.0%*	*2.4%*

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B6a: Warum bewerten Sie den Hafen so? Was macht diesen Hafen attraktiv?

	Befragungsort: T Ö N N I N G													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
(viel) Grün, Grünanlagen	16	4	6	6	2	14	1	13	5	7	4	1	9	6
	2.8%	*3.5%*	*2.3%*	*3.1%*	*2.2%*	*2.9%*	*0.8%*	*3.6%*	*2.3%*	*4.0%*	*2.1%*	*1.5%*	*3.0%*	*2.8%*
Fisch/ Krabben (allg, kaufen)/ Fischer/ Fischerei	14	3	9	2	3	11	3	8	6	2	6	-	10	4
	2.4%	*2.7%*	*3.4%*	*1.0%*	*3.3%*	*2.3%*	*2.5%*	*2.2%*	*2.8%*	*1.1%*	*3.2%*	-	*3.4%*	*1.9%*
Natur, naturbelassen, Klima	9	-	6	3	3	6	-	6	6	2	1	-	4	5
	1.6%	-	*2.3%*	*1.5%*	*3.3%*	*1.2%*	-	*1.7%*	*2.8%*	*1.1%*	*0.5%*	-	*1.3%*	*2.4%*
Gegensatz zum Heimatort/ etw. Besonderes	8	1	3	4	3	5	-	5	4	2	2	-	4	4
	1.4%	*0.9%*	*1.1%*	*2.1%*	*3.3%*	*1.0%*	-	*1.4%*	*1.9%*	*1.1%*	*1.1%*	-	*1.3%*	*1.9%*
Kopfsteinpflaster, Plasterung	8	1	6	1	2	6	-	6	5	1	2	-	4	4
	1.4%	*0.9%*	*2.3%*	*0.5%*	*2.2%*	*1.2%*	-	*1.7%*	*2.3%*	*0.6%*	*1.1%*	-	*1.3%*	*1.9%*
Geschäfte/ Läden/ Büdchen/ Einkaufsmöglich-keiten (viele, kleine, zum Stöbern)	8	2	5	1	3	5	3	2	4	-	4	-	4	4
	1.4%	*1.8%*	*1.9%*	*0.5%*	*3.3%*	*1.0%*	*2.5%*	*0.6%*	*1.9%*	-	*2.1%*	-	*1.3%*	*1.9%*
(Schiffs-)Werft	7	1	3	3	1	6	3	3	2	1	4	-	4	3
	1.2%	*0.9%*	*1.1%*	*1.5%*	*1.1%*	*1.2%*	*2.5%*	*0.8%*	*0.9%*	*0.6%*	*2.1%*	-	*1.3%*	*1.4%*
Aus-/ Beschilderung, Infotafeln	7	2	4	1	1	6	-	6	4	3	-	1	3	3
	1.2%	*1.8%*	*1.5%*	*0.5%*	*1.1%*	*1.2%*	-	*1.7%*	*1.9%*	*1.7%*	-	*1.5%*	*1.0%*	*1.4%*
(Zug-)Brücke	7	1	2	4	-	7	2	5	3	2	2	-	4	3
	1.2%	*0.9%*	*0.8%*	*2.1%*	-	*1.4%*	*1.6%*	*1.4%*	*1.4%*	*1.1%*	*1.1%*	-	*1.3%*	*1.4%*
Spezielle Veranstaltungen (z.B. Töpfermarkt, Flohmarkt, ...)	6	1	2	3	-	6	1	5	2	2	2	1	3	2
	1.0%	*0.9%*	*0.8%*	*1.5%*	-	*1.2%*	*0.8%*	*1.4%*	*0.9%*	*1.1%*	*1.1%*	*1.5%*	*1.0%*	*0.9%*
Möwen, (Wasser)vögel	5	1	3	1	-	5	-	5	2	1	2	-	5	-
	0.9%	*0.9%*	*1.1%*	*0.5%*	-	*1.0%*	-	*1.4%*	*0.9%*	*0.6%*	*1.1%*	-	*1.7%*	-
Luft (frisch, gut, Seeluft, Duft)	5	1	4	-	1	4	-	4	4	1	-	-	3	2
	0.9%	*0.9%*	*1.5%*	-	*1.1%*	*0.8%*	-	*1.1%*	*1.9%*	*0.6%*	-	-	*1.0%*	*0.9%*

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B6a: Warum bewerten Sie den Hafen so? Was macht diesen Hafen attraktiv?

	Befragungsort: T Ö N N I N G													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Tonnenhof	5	3	1	1	-	5	2	3	3	1	1	-	3	2
	0.9%	*2.7%*	*0.4%*	*0.5%*	-	*1.0%*	*1.6%*	*0.8%*	*1.4%*	*0.6%*	*0.5%*	-	*1.0%*	*0.9%*
Für Tagesausflug/ -tour/ Wochenende geeignet/ (Wohnort)Nähe/ ortsnah	4	1	2	1	2	2	1	1	1	2	1	-	2	2
	0.7%	*0.9%*	*0.8%*	*0.5%*	*2.2%*	*0.4%*	*0.8%*	*0.3%*	*0.5%*	*1.1%*	*0.5%*	-	*0.7%*	*0.9%*
Familiär	4	2	1	1	1	3	1	2	-	2	2	-	2	2
	0.7%	*1.8%*	*0.4%*	*0.5%*	*1.1%*	*0.6%*	*0.8%*	*0.6%*	-	*1.1%*	*1.1%*	-	*0.7%*	*0.9%*
Kinder-/ familienfreundlich	4	4	-	-	-	4	1	3	1	3	-	1	1	2
	0.7%	*3.5%*	-	-	-	*0.8%*	*0.8%*	*0.8%*	*0.5%*	*1.7%*	-	*1.5%*	*0.3%*	*0.9%*
(Hafen)Kran	4	1	1	2	1	3	1	2	2	2	-	-	2	2
	0.7%	*0.9%*	*0.4%*	*1.0%*	*1.1%*	*0.6%*	*0.8%*	*0.6%*	*0.9%*	*1.1%*	-	-	*0.7%*	*0.9%*
Ausblick/ Aussicht/ weite Sicht	3	-	-	3	-	3	1	2	1	-	2	-	2	1
	0.5%	-	-	*1.5%*	-	*0.6%*	*0.8%*	*0.6%*	*0.5%*	-	*1.1%*	-	*0.7%*	*0.5%*
Sportl. Aktivitäten (Fahrrad fahren, angeln, etc.), (Rad-) Gehwege (schön)	3	1	2	-	1	2	2	-	2	-	1	1	2	-
	0.5%	*0.9%*	*0.8%*	-	*1.1%*	*0.4%*	*1.6%*	-	*0.9%*	-	*0.5%*	*1.5%*	*0.7%*	-
Leute (allg., nett, freundlich), freundlicher Service	3	-	2	1	1	2	-	2	1	1	1	1	2	-
	0.5%	-	*0.8%*	*0.5%*	*1.1%*	*0.4%*	-	*0.6%*	*0.5%*	*0.6%*	*0.5%*	*1.5%*	*0.7%*	-
Autofrei/ kaum Verkehr	3	1	2	-	1	2	1	1	2	-	1	1	2	-
	0.5%	*0.9%*	*0.8%*	-	*1.1%*	*0.4%*	*0.8%*	*0.3%*	*0.9%*	-	*0.5%*	*1.5%*	*0.7%*	-
Gutes Preis-Leistungs-Verhältnis, kein Eintritt/ Gebühren, keine Zäune	3	1	1	1	-	3	1	2	-	1	2	-	1	2
	0.5%	*0.9%*	*0.4%*	*0.5%*	-	*0.6%*	*0.8%*	*0.6%*	-	*0.6%*	*1.1%*	-	*0.3%*	*0.9%*
Meer/ Wattenmeer	2	-	2	-	-	2	-	2	1	1	-	-	2	-
	0.3%	-	*0.8%*	-	-	*0.4%*	-	*0.6%*	*0.5%*	*0.6%*	-	-	*0.7%*	-
Etta von Dangast	1	-	-	1	-	1	-	1	-	1	-	-	1	-
	0.2%	-	-	*0.5%*	-	*0.2%*	-	*0.3%*	-	*0.6%*	-	-	*0.3%*	-

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B6a: Warum bewerten Sie den Hafen so? Was macht diesen Hafen attraktiv?

	Befragungsort: T Ö N N I N G													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Schleuse/ Emssperrwerk	1	-	-	1	1	-	-	-	-	1	-	-	-	1
	0.2%	-	-	*0.5%*	*1.1%*	-	-	-	-	*0.6%*	-	-	-	*0.5%*
Strand, Bademöglichkeit	1	-	-	1	-	1	-	1	-	-	1	-	-	1
	0.2%	-	-	*0.5%*	-	*0.2%*	-	*0.3%*	-	-	*0.5%*	-	-	*0.5%*
Gesamtheit, allgemein, das “Drumherum”	20	5	10	5	2	18	1	17	9	3	8	4	9	7
	3.5%	*4.4%*	*3.8%*	*2.6%*	*2.2%*	*3.7%*	*0.8%*	*4.7%*	*4.2%*	*1.7%*	*4.3%*	*6.1%*	*3.0%*	*3.3%*
Sonstiges	15	2	8	5	3	12	2	10	3	7	5	1	8	6
	2.6%	*1.8%*	*3.0%*	*2.6%*	*3.3%*	*2.5%*	*1.6%*	*2.8%*	*1.4%*	*4.0%*	*2.7%*	*1.5%*	*2.7%*	*2.8%*
Keine Angaben	9	-	4	5	-	9	3	6	3	5	1	1	2	6
	1.6%	-	*1.5%*	*2.6%*	-	*1.9%*	*2.5%*	*1.7%*	*1.4%*	*2.9%*	*0.5%*	*1.5%*	*0.7%*	*2.8%*
Summe der Nennungen	1735	325	819	589	274	1461	362	1099	630	516	589	183	953	599
	302.3%	*287.6%*	*307.9%*	*303.6%*	*301.1%*	*302.5%*	*296.7%*	*304.4%*	*295.8%*	*296.6%*	*315.0%*	*277.3%*	*320.9%*	*283.9%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B6b: Und was macht diesen Hafen weniger attraktiv als andere?

	Befragungsort: T Ö N N I N G													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Zu viele parkende Autos, zu viel Verkehr	45	12	22	11	8	37	5	32	17	10	18	4	24	17
	7.8%	*10.6%*	*8.3%*	*5.7%*	*8.8%*	*7.7%*	*4.1%*	*8.9%*	*8.0%*	*5.7%*	*9.6%*	*6.1%*	*8.1%*	*8.1%*
Schiffe, Boote, Kutter (keine/ zu wenig/ zu kleine)	43	5	28	10	12	31	8	23	12	12	19	5	18	20
	7.5%	*4.4%*	*10.5%*	*5.2%*	*13.2%*	*6.4%*	*6.6%*	*6.4%*	*5.6%*	*6.9%*	*10.2%*	*7.6%*	*6.1%*	*9.5%*
Heizöltank/ -tank	34	11	14	9	7	27	9	18	12	12	10	2	18	14
	5.9%	*9.7%*	*5.3%*	*4.6%*	*7.7%*	*5.6%*	*7.4%*	*5.0%*	*5.6%*	*6.9%*	*5.3%*	*3.0%*	*6.1%*	*6.6%*
Wenig Angebot, langweilig, nichts los	22	6	7	9	6	16	5	11	7	10	5	2	11	9
	3.8%	*5.3%*	*2.6%*	*4.6%*	*6.6%*	*3.3%*	*4.1%*	*3.0%*	*3.3%*	*5.7%*	*2.7%*	*3.0%*	*3.7%*	*4.3%*
Kleiner Hafen, zu klein	21	6	10	5	3	18	5	13	9	8	4	1	9	11
	3.7%	*5.3%*	*3.8%*	*2.6%*	*3.3%*	*3.7%*	*4.1%*	*3.6%*	*4.2%*	*4.6%*	*2.1%*	*1.5%*	*3.0%*	*5.2%*
Gezeiten, Ebbe und Flut, Tidengewässer, wenig Wasser	11	2	1	8	-	11	2	9	1	3	7	1	6	4
	1.9%	*1.8%*	*0.4%*	*4.1%*	-	*2.3%*	*1.6%*	*2.5%*	*0.5%*	*1.7%*	*3.7%*	*1.5%*	*2.0%*	*1.9%*
Schmutzig/ ungepflegt/ gammelig/ optisch nicht ansprechend/ zu viel Müll/ zu wenig Mülleimer Papierkörbe)	10	1	8	1	-	10	1	9	4	4	2	2	4	4
	1.7%	*0.9%*	*3.0%*	*0.5%*	-	*2.1%*	*0.8%*	*2.5%*	*1.9%*	*2.3%*	*1.1%*	*3.0%*	*1.3%*	*1.9%*
Zu wenig Restaurants, Geschäfte, Cafés, Stände	9	3	4	2	2	7	-	7	3	4	2	2	4	3
	1.6%	*2.7%*	*1.5%*	*1.0%*	*2.2%*	*1.4%*	-	*1.9%*	*1.4%*	*2.3%*	*1.1%*	*3.0%*	*1.3%*	*1.4%*
Keine (maritime) Atmosphäre, sieht nicht nach Hafen aus, ist kein Hafen	8	1	4	3	1	7	-	7	8	-	-	2	5	1
	1.4%	*0.9%*	*1.5%*	*1.5%*	*1.1%*	*1.4%*	-	*1.9%*	*3.8%*	-	-	*3.0%*	*1.7%*	*0.5%*
Nicht kinderfreundlich/ wenig Angebot, Spiel-möglichkeiten, -plätze für Kinder	4	3	1	-	1	3	1	2	2	-	2	1	2	1
	0.7%	*2.7%*	*0.4%*	-	*1.1%*	*0.6%*	*0.8%*	*0.6%*	*0.9%*	-	*1.1%*	*1.5%*	*0.7%*	*0.5%*
Schiffverbindung (eingeschränkt)	4	1	2	1	-	4	1	3	-	2	2	1	2	1
	0.7%	*0.9%*	*0.8%*	*0.5%*	-	*0.8%*	*0.8%*	*0.8%*	-	*1.1%*	*1.1%*	*1.5%*	*0.7%*	*0.5%*
Wasser (dreckig, schmutzig, verschlickt)	4	-	1	3	-	4	-	4	1	3	-	-	3	1
	0.7%	-	*0.4%*	*1.5%*	-	*0.8%*	-	*1.1%*	*0.5%*	*1.7%*	-	-	*1.0%*	*0.5%*

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B6b: Und was macht diesen Hafen weniger attraktiv als andere?

	Befragungsort: T Ö N N I N G													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Keine Möglichkeit (frischen) Fisch/ Krabben zu kaufen	4	1	-	3	1	3	3	-	-	2	2	-	3	1
	0.7%	*0.9%*	-	*1.5%*	*1.1%*	*0.6%*	*2.5%*	-	-	*1.1%*	*1.1%*	-	*1.0%*	*0.5%*
Mangelnde Info/ Beschilderung	3	1	1	1	2	1	-	1	1	2	-	1	2	-
	0.5%	*0.9%*	*0.4%*	*0.5%*	*2.2%*	*0.2%*	-	*0.3%*	*0.5%*	*1.1%*	-	*1.5%*	*0.7%*	-
Strand/ Meeranbindung (fehlend)	3	2	-	1	1	2	1	1	1	-	2	1	1	1
	0.5%	*1.8%*	-	*0.5%*	*1.1%*	*0.4%*	*0.8%*	*0.3%*	*0.5%*	-	*1.1%*	*1.5%*	*0.3%*	*0.5%*
Nähe zum Emssperrwerk	2	-	1	1	1	1	-	1	-	-	2	1	1	-
	0.3%	-	*0.4%*	*0.5%*	*1.1%*	*0.2%*	-	*0.3%*	-	-	*1.1%*	*1.5%*	*0.3%*	-
Schlechte Beleuchtung, wenig Straßenlaternen	1	-	-	1	1	-	-	-	-	-	1	-	1	-
	0.2%	-	-	*0.5%*	*1.1%*	-	-	-	-	-	*0.5%*	-	*0.3%*	-
Mangelnde Öffnungszeiten	1	-	-	1	1	-	-	-	-	-	1	-	1	-
	0.2%	-	-	*0.5%*	*1.1%*	-	-	-	-	-	*0.5%*	-	*0.3%*	-
Parkplätze (allg.)	1	-	1	-	-	1	-	1	1	-	-	-	1	-
	0.2%	-	*0.4%*	-	-	*0.2%*	-	*0.3%*	*0.5%*	-	-	-	*0.3%*	-
Tourismus/ überfüllt/ zu viele Leute	1	-	1	-	-	1	-	1	1	-	-	-	1	-
	0.2%	-	*0.4%*	-	-	*0.2%*	-	*0.3%*	*0.5%*	-	-	-	*0.3%*	-
Zu wenig Parkplätze	1	-	-	1	-	1	-	1	1	-	-	-	1	-
	0.2%	-	-	*0.5%*	-	*0.2%*	-	*0.3%*	*0.5%*	-	-	-	*0.3%*	-
Zu wenig (keine) Sitzmöglichkeiten/ Bänke	1	1	-	-	-	1	-	1	1	-	-	1	-	-
	0.2%	*0.9%*	-	-	-	*0.2%*	-	*0.3%*	*0.5%*	-	-	*1.5%*	-	-
Sonstiges	12	2	6	4	4	8	-	8	7	2	3	4	6	2
	2.1%	*1.8%*	*2.3%*	*2.1%*	*4.4%*	*1.7%*	-	*2.2%*	*3.3%*	*1.1%*	*1.6%*	*6.1%*	*2.0%*	*0.9%*
Keine Angaben	376	71	169	135	54	322	88	234	143	112	121	45	200	131
	65.5%	*62.8%*	*63.5%*	*69.6%*	*59.3%*	*66.7%*	*72.1%*	*64.8%*	*67.1%*	*64.4%*	*64.7%*	*68.2%*	*67.3%*	*62.1%*

© *2009 N.I.T.*

Frage B6b: Und was macht diesen Hafen weniger attraktiv als andere?

	Befragungsort: T Ö N N I N G													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Summe der Nennungen	621	129	281	210	105	516	129	387	232	186	203	76	324	221
	108.2%	*114.2%*	*105.6%*	*108.2%*	*115.4%*	*106.8%*	*105.7%*	*107.2%*	*108.9%*	*106.9%*	*108.6%*	*115.2%*	*109.1%*	*104.7%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B7: Welche der folgenden Punkte gehören für Sie generell zu einem attraktiven Hafen dazu?

	Befragungsort: T Ö N N I N G														
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Die Möglichkeit, Fisch oder Krabben direkt vom Kutter kaufen zu können	400	85	183	132	57	343	98	245	130	121	149	53	209	138
	69.7%	*75.2%*	*68.8%*	*68.0%*	*62.6%*	*71.0%*	*80.3%*	*67.9%*	*61.0%*	*69.5%*	*79.7%*	*80.3%*	*70.4%*	*65.4%*
Die Möglichkeit, Fisch oder Krabben fangfrisch im Hafen kaufen zu können	368	80	175	112	60	308	81	227	117	119	132	51	191	126
	64.1%	*70.8%*	*65.8%*	*57.7%*	*65.9%*	*63.8%*	*66.4%*	*62.9%*	*54.9%*	*68.4%*	*70.6%*	*77.3%*	*64.3%*	*59.7%*
Mit einem Fischkutter mitzufahren	262	63	126	73	47	215	41	174	107	77	78	32	137	93
	45.6%	*55.8%*	*47.4%*	*37.6%*	*51.6%*	*44.5%*	*33.6%*	*48.2%*	*50.2%*	*44.3%*	*41.7%*	*48.5%*	*46.1%*	*44.1%*
Einen Kutter und die Fangtechnik erklärt bekommen	189	46	96	47	39	150	27	123	85	50	54	26	93	70
	32.9%	*40.7%*	*36.1%*	*24.2%*	*42.9%*	*31.1%*	*22.1%*	*34.1%*	*39.9%*	*28.7%*	*28.9%*	*39.4%*	*31.3%*	*33.2%*
Ein Fischereimuseum zu besuchen	186	32	84	70	33	153	32	121	72	56	58	20	98	68
	32.4%	*28.3%*	*31.6%*	*36.1%*	*36.3%*	*31.7%*	*26.2%*	*33.5%*	*33.8%*	*32.2%*	*31.0%*	*30.3%*	*33.0%*	*32.2%*
Ein belebter Hafen, wo etwas los ist	334	70	160	104	51	283	71	212	127	110	97	40	179	115
	58.2%	*61.9%*	*60.2%*	*53.6%*	*56.0%*	*58.6%*	*58.2%*	*58.7%*	*59.6%*	*63.2%*	*51.9%*	*60.6%*	*60.3%*	*54.5%*
Historische Kutter oder Museumskutter	392	79	188	125	60	332	82	250	144	121	127	46	202	144
	68.3%	*69.9%*	*70.7%*	*64.4%*	*65.9%*	*68.7%*	*67.2%*	*69.3%*	*67.6%*	*69.5%*	*67.9%*	*69.7%*	*68.0%*	*68.2%*
Gewerbliche Kutter mit echtem Fischereibetrieb	269	60	116	93	42	227	63	164	92	84	93	30	149	90
	46.9%	*53.1%*	*43.6%*	*47.9%*	*46.2%*	*47.0%*	*51.6%*	*45.4%*	*43.2%*	*48.3%*	*49.7%*	*45.5%*	*50.2%*	*42.7%*
Segelboote und andere Sportboote	271	54	128	88	36	235	65	170	106	77	88	36	135	100
	47.2%	*47.8%*	*48.1%*	*45.4%*	*39.6%*	*48.7%*	*53.3%*	*47.1%*	*49.8%*	*44.3%*	*47.1%*	*54.5%*	*45.5%*	*47.4%*
Ein Seenotrettungskreuzer	232	52	87	92	32	200	48	152	77	70	85	32	118	82
	40.4%	*46.0%*	*32.7%*	*47.4%*	*35.2%*	*41.4%*	*39.3%*	*42.1%*	*36.2%*	*40.2%*	*45.5%*	*48.5%*	*39.7%*	*38.9%*
Hafenfeste	312	72	157	83	52	260	62	198	123	84	105	37	167	108
	54.4%	*63.7%*	*59.0%*	*42.8%*	*57.1%*	*53.8%*	*50.8%*	*54.8%*	*57.7%*	*48.3%*	*56.1%*	*56.1%*	*56.2%*	*51.2%*

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B7: Welche der folgenden Punkte gehören für Sie generell zu einem attraktiven Hafen dazu?

	Befragungsort: T Ö N N I N G													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Anderes, und zwar:	73	16	38	19	11	62	19	43	20	20	33	14	34	25
	12.7%	*14.2%*	*14.3%*	*9.8%*	*12.1%*	*12.8%*	*15.6%*	*11.9%*	*9.4%*	*11.5%*	*17.6%*	*21.2%*	*11.4%*	*11.8%*
- Gastronomie (gut, maritim, bezahlbar)	47	9	24	14	5	42	13	29	14	10	23	9	22	16
	8.2%	*8.0%*	*9.0%*	*7.2%*	*5.5%*	*8.7%*	*10.7%*	*8.0%*	*6.6%*	*5.7%*	*12.3%*	*13.6%*	*7.4%*	*7.6%*
- Musik, (Platz-, Hafen-)Konzerte	4	1	2	1	2	2	1	1	2	-	2	-	1	3
	0.7%	*0.9%*	*0.8%*	*0.5%*	*2.2%*	*0.4%*	*0.8%*	*0.3%*	*0.9%*	-	*1.1%*	-	*0.3%*	*1.4%*
- Gastronomie mit Hafenblick	2	-	1	1	-	2	2	-	-	1	1	-	1	1
	0.3%	-	*0.4%*	*0.5%*	-	*0.4%*	*1.6%*	-	-	*0.6%*	*0.5%*	-	*0.3%*	*0.5%*
- Cafe	1	1	-	-	1	-	-	-	1	-	-	-	-	1
	0.2%	*0.9%*	-	-	*1.1%*	-	-	-	*0.5%*	-	-	-	-	*0.5%*
- Sitzgelegenheiten (mehr)	1	-	1	-	-	1	-	1	-	1	-	-	-	1
	0.2%	-	*0.4%*	-	-	*0.2%*	-	*0.3%*	-	*0.6%*	-	-	-	*0.5%*
- Toiletten (mehr)	1	-	1	-	-	1	-	1	1	-	-	-	1	-
	0.2%	-	*0.4%*	-	-	*0.2%*	-	*0.3%*	*0.5%*	-	-	-	*0.3%*	-
- Kinderspielplatz, familienfreundlich	1	1	-	-	-	1	-	1	-	-	1	-	1	-
	0.2%	*0.9%*	-	-	-	*0.2%*	-	*0.3%*	-	-	*0.5%*	-	*0.3%*	-
- Hafenrundfahrt	1	-	1	-	1	-	-	-	1	-	-	-	1	-
	0.2%	-	*0.4%*	-	*1.1%*	-	-	-	*0.5%*	-	-	-	*0.3%*	-
- Sonstiges	20	5	11	4	3	17	3	14	4	9	7	5	10	5
	3.5%	*4.4%*	*4.1%*	*2.1%*	*3.3%*	*3.5%*	*2.5%*	*3.9%*	*1.9%*	*5.2%*	*3.7%*	*7.6%*	*3.4%*	*2.4%*
Summe der Nennungen	3293	710	1541	1039	521	2772	689	2083	1203	990	1100	417	1715	1161
	573.7%	*628.3%*	*579.3%*	*535.6%*	*572.5%*	*573.9%*	*564.8%*	*577.0%*	*564.8%*	*569.0%*	*588.2%*	*631.8%*	*577.4%*	*550.2%*

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage B8: Wären Sie heute auch hierher gekommen, wenn im Hafen keine gewerblichen Kutter mit echtem Fischereibetrieb wären?

	Befragungsort: T Ö N N I N G													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Ja	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Nein	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Weiß nicht	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Keine Angaben	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Summe der Nennungen	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage C1: Wie alt sind Sie?

	Befragungsort: T Ö N N I N G														
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung			
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen	
Alle Befragten	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	
Bis 29 Jahre	36	36	-	-	6	30	10	20	20	6	10	4	19	13	
	6.3%	*31.9%*	-	-	*6.6%*	*6.2%*	*8.2%*	*5.5%*	*9.4%*	*3.4%*	*5.3%*	*6.1%*	*6.4%*	*6.2%*	
30-39 Jahre	77	77	-	-	10	67	19	48	37	18	22	12	37	28	
	13.4%	*68.1%*	-	-	*11.0%*	*13.9%*	*15.6%*	*13.3%*	*17.4%*	*10.3%*	*11.8%*	*18.2%*	*12.5%*	*13.3%*	
40-49 Jahre	143	-	143	-	27	116	20	96	65	46	32	14	69	60	
	24.9%	-	*53.8%*	-	*29.7%*	*24.0%*	*16.4%*	*26.6%*	*30.5%*	*26.4%*	*17.1%*	*21.2%*	*23.2%*	*28.4%*	
50-59 Jahre	123	-	123	-	18	105	22	83	51	34	38	15	61	47	
	21.4%	-	*46.2%*	-	*19.8%*	*21.7%*	*18.0%*	*23.0%*	*23.9%*	*19.5%*	*20.3%*	*22.7%*	*20.5%*	*22.3%*	
60-69 Jahre	121	-	-	121	23	98	24	74	31	48	42	13	68	40	
	21.1%	-	-	*62.4%*	*25.3%*	*20.3%*	*19.7%*	*20.5%*	*14.6%*	*27.6%*	*22.5%*	*19.7%*	*22.9%*	*19.0%*	
70 Jahre und älter	73	-	-	73	7	66	26	40	9	22	42	7	43	23	
	12.7%	-	-	*37.6%*	*7.7%*	*13.7%*	*21.3%*	*11.1%*	*4.2%*	*12.6%*	*22.5%*	*10.6%*	*14.5%*	*10.9%*	
Keine Angaben	1	-	-	-	-	1	1	-	-	-	1	1	-	-	
	0.2%	-	-	-	-	*0.2%*	*0.8%*	-	-	-	*0.5%*	*1.5%*	-	-	
Summe der Nennungen	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	
Mittelwert	51.9	32.3	48.8	67.6	51.1	52.1	53.7	51.6	47.3	53.6	55.6	50.9	52.9	50.9	
Standardabweichung	14.0	5.6	6.0	5.2	13.4	14.1	16.0	13.4	12.9	13.1	14.6	13.9	14.1	13.8	

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage C2: Sie sind ...

	Befragungsort: T Ö N N I N G													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Männlich	276	42	117	116	42	234	62	172	91	90	95	26	158	92
	48.1%	*37.2%*	*44.0%*	*59.8%*	*46.2%*	*48.4%*	*50.8%*	*47.6%*	*42.7%*	*51.7%*	*50.8%*	*39.4%*	*53.2%*	*43.6%*
Weiblich	298	71	149	78	49	249	60	189	122	84	92	40	139	119
	51.9%	*62.8%*	*56.0%*	*40.2%*	*53.8%*	*51.6%*	*49.2%*	*52.4%*	*57.3%*	*48.3%*	*49.2%*	*60.6%*	*46.8%*	*56.4%*
Summe der Nennungen	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage C3: Wie viele Personen leben insgesamt in Ihrem Haushalt, Sie selbst mitgezählt?

	Befragungsort: T Ö N N I N G													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Haushalt ohne Kinder	407	47	166	194	64	343	93	250	133	129	145	44	221	142
	70.9%	*41.6%*	*62.4%*	*100.0%*	*70.3%*	*71.0%*	*76.2%*	*69.3%*	*62.4%*	*74.1%*	*77.5%*	*66.7%*	*74.4%*	*67.3%*
Haushalt nur mit großen Kindern (6-17)	104	18	85	-	14	90	23	67	45	28	31	13	50	41
	18.1%	*15.9%*	*32.0%*	-	*15.4%*	*18.6%*	*18.9%*	*18.6%*	*21.1%*	*16.1%*	*16.6%*	*19.7%*	*16.8%*	*19.4%*
Hauhalt nur mit kleinen Kindern (0-5)	31	23	8	-	6	25	1	24	19	10	2	6	15	10
	5.4%	*20.4%*	*3.0%*	-	*6.6%*	*5.2%*	*0.8%*	*6.6%*	*8.9%*	*5.7%*	*1.1%*	*9.1%*	*5.1%*	*4.7%*
Haushalt mit großen und kleinen Kindern	32	25	7	-	7	25	5	20	16	7	9	3	11	18
	5.6%	*22.1%*	*2.6%*	-	*7.7%*	*5.2%*	*4.1%*	*5.5%*	*7.5%*	*4.0%*	*4.8%*	*4.5%*	*3.7%*	*8.5%*
Mittelwert (Anzahl Personen im HH insgesamt)	2.6	3.1	2.8	1.9	2.5	2.6	2.5	2.6	2.8	2.5	2.4	2.5	2.5	2.6
Standardabweichung	1.1	1.3	1.2	0.4	1.1	1.1	1.2	1.1	1.2	1.0	1.0	1.1	1.1	1.2
Summe der Nennungen	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage C4: Wie hoch ist Ihr monatliches Haushaltsnettoeinkommen? Bitte sagen Sie mir den passenden Buchstaben auf dieser Liste.

	Befragungsort: T Ö N N I N G													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
(F) Bis 1.499 Euro	52	13	18	21	9	43	15	28	23	10	19	4	29	19
	9.1%	*11.5%*	*6.8%*	*10.8%*	*9.9%*	*8.9%*	*12.3%*	*7.8%*	*10.8%*	*5.7%*	*10.2%*	*6.1%*	*9.8%*	*9.0%*
(A) 1.500 - 2.499 Euro	203	54	86	63	31	172	44	128	77	63	63	28	103	72
	35.4%	*47.8%*	*32.3%*	*32.5%*	*34.1%*	*35.6%*	*36.1%*	*35.5%*	*36.2%*	*36.2%*	*33.7%*	*42.4%*	*34.7%*	*34.1%*
(D) 2.500 Euro und mehr	246	37	130	78	45	201	41	160	98	80	68	22	124	100
	42.9%	*32.7%*	*48.9%*	*40.2%*	*49.5%*	*41.6%*	*33.6%*	*44.3%*	*46.0%*	*46.0%*	*36.4%*	*33.3%*	*41.8%*	*47.4%*
Keine Angaben	73	9	32	32	6	67	22	45	15	21	37	12	41	20
	12.7%	*8.0%*	*12.0%*	*16.5%*	*6.6%*	*13.9%*	*18.0%*	*12.5%*	*7.0%*	*12.1%*	*19.8%*	*18.2%*	*13.8%*	*9.5%*
Summe der Nennungen	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage D1: Befragungsmonat

	Befragungsort: T Ö N N I N G													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
April	48	13	18	17	6	42	19	23	10	12	26	8	23	17
	8.4%	*11.5%*	*6.8%*	*8.8%*	*6.6%*	*8.7%*	*15.6%*	*6.4%*	*4.7%*	*6.9%*	*13.9%*	*12.1%*	*7.7%*	*8.1%*
Mai	100	22	37	41	16	84	40	44	22	36	42	7	44	49
	17.4%	*19.5%*	*13.9%*	*21.1%*	*17.6%*	*17.4%*	*32.8%*	*12.2%*	*10.3%*	*20.7%*	*22.5%*	*10.6%*	*14.8%*	*23.2%*
Juni	76	11	34	31	8	68	12	56	26	27	23	9	41	26
	13.2%	*9.7%*	*12.8%*	*16.0%*	*8.8%*	*14.1%*	*9.8%*	*15.5%*	*12.2%*	*15.5%*	*12.3%*	*13.6%*	*13.8%*	*12.3%*
Juli	104	20	57	27	14	90	13	77	43	34	27	17	54	33
	18.1%	*17.7%*	*21.4%*	*13.9%*	*15.4%*	*18.6%*	*10.7%*	*21.3%*	*20.2%*	*19.5%*	*14.4%*	*25.8%*	*18.2%*	*15.6%*
August	98	21	48	29	15	83	14	69	50	21	27	12	50	36
	17.1%	*18.6%*	*18.0%*	*14.9%*	*16.5%*	*17.2%*	*11.5%*	*19.1%*	*23.5%*	*12.1%*	*14.4%*	*18.2%*	*16.8%*	*17.1%*
Oktober	92	16	44	32	19	73	14	59	39	26	27	7	56	29
	16.0%	*14.2%*	*16.5%*	*16.5%*	*20.9%*	*15.1%*	*11.5%*	*16.3%*	*18.3%*	*14.9%*	*14.4%*	*10.6%*	*18.9%*	*13.7%*
November	56	10	28	17	13	43	10	33	23	18	15	6	29	21
	9.8%	*8.8%*	*10.5%*	*8.8%*	*14.3%*	*8.9%*	*8.2%*	*9.1%*	*10.8%*	*10.3%*	*8.0%*	*9.1%*	*9.8%*	*10.0%*
Summe der Nennungen	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage D2: Wetter

	Befragungsort: T Ö N N I N G														
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung			
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen	
Alle Befragten	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	
Warm (> 20 Grad) und Boden und Luft trocken	170	35	83	52	21	149	42	107	65	43	62	22	80	68	
	29.6%	*31.0%*	*31.2%*	*26.8%*	*23.1%*	*30.8%*	*34.4%*	*29.6%*	*30.5%*	*24.7%*	*33.2%*	*33.3%*	*26.9%*	*32.2%*	
Warm (> 20 Grad) und Boden oder Luft nass	27	6	16	5	4	23	5	18	9	8	10	8	12	7	
	4.7%	*5.3%*	*6.0%*	*2.6%*	*4.4%*	*4.8%*	*4.1%*	*5.0%*	*4.2%*	*4.6%*	*5.3%*	*12.1%*	*4.0%*	*3.3%*	
Kalt (bis 20 Grad) und Boden und Luft trocken	320	61	142	116	60	260	68	192	119	97	104	31	172	117	
	55.7%	*54.0%*	*53.4%*	*59.8%*	*65.9%*	*53.8%*	*55.7%*	*53.2%*	*55.9%*	*55.7%*	*55.6%*	*47.0%*	*57.9%*	*55.5%*	
Kalt (bis 20 Grad) und Boden oder Luft nass	57	11	25	21	6	51	7	44	20	26	11	5	33	19	
	9.9%	*9.7%*	*9.4%*	*10.8%*	*6.6%*	*10.6%*	*5.7%*	*12.2%*	*9.4%*	*14.9%*	*5.9%*	*7.6%*	*11.1%*	*9.0%*	
Summe der Nennungen	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage D3: Anzahl Sportboote im Hafen:

	Befragungsort: T Ö N N I N G													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Kein Boot	25	3	13	9	5	20	5	15	6	10	9	1	11	13
	4.4%	*2.7%*	*4.9%*	*4.6%*	*5.5%*	*4.1%*	*4.1%*	*4.2%*	*2.8%*	*5.7%*	*4.8%*	*1.5%*	*3.7%*	*6.2%*
1 - 5 Boote	44	10	19	15	7	37	13	24	15	9	20	2	25	17
	7.7%	*8.8%*	*7.1%*	*7.7%*	*7.7%*	*7.7%*	*10.7%*	*6.6%*	*7.0%*	*5.2%*	*10.7%*	*3.0%*	*8.4%*	*8.1%*
6 - 10 Boote	35	4	18	13	5	30	5	25	13	12	10	-	21	14
	6.1%	*3.5%*	*6.8%*	*6.7%*	*5.5%*	*6.2%*	*4.1%*	*6.9%*	*6.1%*	*6.9%*	*5.3%*	-	*7.1%*	*6.6%*
11 - 15 Boote	95	16	40	38	18	77	14	63	35	39	21	11	52	32
	16.6%	*14.2%*	*15.0%*	*19.6%*	*19.8%*	*15.9%*	*11.5%*	*17.5%*	*16.4%*	*22.4%*	*11.2%*	*16.7%*	*17.5%*	*15.2%*
16 - 20 Boote	146	33	67	46	13	133	46	87	52	45	49	13	79	54
	25.4%	*29.2%*	*25.2%*	*23.7%*	*14.3%*	*27.5%*	*37.7%*	*24.1%*	*24.4%*	*25.9%*	*26.2%*	*19.7%*	*26.6%*	*25.6%*
21 Boote und mehr	229	47	109	73	43	186	39	147	92	59	78	39	109	81
	39.9%	*41.6%*	*41.0%*	*37.6%*	*47.3%*	*38.5%*	*32.0%*	*40.7%*	*43.2%*	*33.9%*	*41.7%*	*59.1%*	*36.7%*	*38.4%*
Mittelwert	20.0	20.3	20.5	19.0	21.1	19.7	18.9	20.0	21.2	18.8	19.6	24.8	19.0	19.7
Standardabweichung	10.9	10.1	11.5	10.6	11.7	10.8	10.6	10.8	11.0	10.5	11.1	9.8	10.4	11.6
Summe der Nennungen	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage D4: Anzahl Museums-/ Traditions-Kutter im Hafen:

	Befragungsort: T Ö N N I N G													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Kein Kutter	179	29	87	63	29	150	29	121	71	56	52	18	92	69
	31.2%	*25.7%*	*32.7%*	*32.5%*	*31.9%*	*31.1%*	*23.8%*	*33.5%*	*33.3%*	*32.2%*	*27.8%*	*27.3%*	*31.0%*	*32.7%*
1 - 5 Kutter	395	84	179	131	62	333	93	240	142	118	135	48	205	142
	68.8%	*74.3%*	*67.3%*	*67.5%*	*68.1%*	*68.9%*	*76.2%*	*66.5%*	*66.7%*	*67.8%*	*72.2%*	*72.7%*	*69.0%*	*67.3%*
6 - 10 Kutter	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
11 - 15 Kutter	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
16 - 20 Kutter	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
21 Kutter und mehr	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mittelwert	0.7	0.8	0.7	0.7	0.7	0.7	0.8	0.7	0.7	0.7	0.7	0.8	0.7	0.7
Standardabweichung	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5
Summe der Nennungen	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage D5: Anzahl aktiver Kutter (=gewerbliche Kutter mit echtem Fischereibetrieb) im Hafen:

	Befragungsort: T Ö N N I N G													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Kein Kutter	11	1	9	1	2	9	-	9	3	5	3	1	3	7
	1.9%	*0.9%*	*3.4%*	*0.5%*	*2.2%*	*1.9%*	*-*	*2.5%*	*1.4%*	*2.9%*	*1.6%*	*1.5%*	*1.0%*	*3.3%*
1 - 5 Kutter	51	7	20	23	14	37	12	25	15	20	16	6	21	24
	8.9%	*6.2%*	*7.5%*	*11.9%*	*15.4%*	*7.7%*	*9.8%*	*6.9%*	*7.0%*	*11.5%*	*8.6%*	*9.1%*	*7.1%*	*11.4%*
6 - 10 Kutter	350	71	153	126	60	290	92	198	124	103	123	39	189	122
	61.0%	*62.8%*	*57.5%*	*64.9%*	*65.9%*	*60.0%*	*75.4%*	*54.8%*	*58.2%*	*59.2%*	*65.8%*	*59.1%*	*63.6%*	*57.8%*
11 - 15 Kutter	99	21	53	25	10	89	11	78	43	28	28	12	48	39
	17.2%	*18.6%*	*19.9%*	*12.9%*	*11.0%*	*18.4%*	*9.0%*	*21.6%*	*20.2%*	*16.1%*	*15.0%*	*18.2%*	*16.2%*	*18.5%*
16 - 20 Kutter	55	12	27	16	5	50	6	44	24	15	16	7	30	18
	9.6%	*10.6%*	*10.2%*	*8.2%*	*5.5%*	*10.4%*	*4.9%*	*12.2%*	*11.3%*	*8.6%*	*8.6%*	*10.6%*	*10.1%*	*8.5%*
21 Kutter und mehr	8	1	4	3	-	8	1	7	4	3	1	1	6	1
	1.4%	*0.9%*	*1.5%*	*1.5%*	*-*	*1.7%*	*0.8%*	*1.9%*	*1.9%*	*1.7%*	*0.5%*	*1.5%*	*2.0%*	*0.5%*
Mittelwert	9.3	9.6	9.5	8.9	8.1	9.5	8.6	9.8	9.7	9.1	9.0	9.7	9.5	8.9
Standardabweichung	4.4	4.3	4.5	4.1	3.7	4.4	3.7	4.6	4.5	4.6	3.9	4.4	4.5	4.2
Summe der Nennungen	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Frage D6: Besucherfrequenz am Standort

	Befragungsort: T Ö N N I N G													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Sehr belebt (mehr als 30 Passanten am Standort)	56	18	20	18	7	49	19	30	17	18	21	2	31	23
	9.8%	*15.9%*	*7.5%*	*9.3%*	*7.7%*	*10.1%*	*15.6%*	*8.3%*	*8.0%*	*10.3%*	*11.2%*	*3.0%*	*10.4%*	*10.9%*
Mittelmäßig belebt (10-29 Passanten am Standort)	275	52	136	87	39	236	58	178	99	75	101	28	151	96
	47.9%	*46.0%*	*51.1%*	*44.8%*	*42.9%*	*48.9%*	*47.5%*	*49.3%*	*46.5%*	*43.1%*	*54.0%*	*42.4%*	*50.8%*	*45.5%*
Wenig belebt (weniger als 10 Passante am Standort)	243	43	110	89	45	198	45	153	97	81	65	36	115	92
	42.3%	*38.1%*	*41.4%*	*45.9%*	*49.5%*	*41.0%*	*36.9%*	*42.4%*	*45.5%*	*46.6%*	*34.8%*	*54.5%*	*38.7%*	*43.6%*
Summe der Nennungen	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*

© 2009 N.I.T.

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Kopf 4 - T Ö N N I N G

	Befragungsort: T Ö N N I N G														
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung			
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen	
Alle Befragten	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211	
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	
Altersgruppe															
Bis 39 Jahre	113	113	-	-	16	97	29	68	57	24	32	16	56	41	
	19.7%	*100.0%*	-	-	*17.6%*	*20.1%*	*23.8%*	*18.8%*	*26.8%*	*13.8%*	*17.1%*	*24.2%*	*18.9%*	*19.4%*	
40-59 Jahre	266	-	266	-	45	221	42	179	116	80	70	29	130	107	
	46.3%	-	*100.0%*	-	*49.5%*	*45.8%*	*34.4%*	*49.6%*	*54.5%*	*46.0%*	*37.4%*	*43.9%*	*43.8%*	*50.7%*	
60 Jahre und älter	194	-	-	194	30	164	50	114	40	70	84	20	111	63	
	33.8%	-	-	*100.0%*	*33.0%*	*34.0%*	*41.0%*	*31.6%*	*18.8%*	*40.2%*	*44.9%*	*30.3%*	*37.4%*	*29.9%*	
Übernachtungsgäste	91	16	45	30	91	-	-	-	44	25	22	11	40	40	
	15.9%	*14.2%*	*16.9%*	*15.5%*	*100.0%*	-	-	-	*20.7%*	*14.4%*	*11.8%*	*16.7%*	*13.5%*	*19.0%*	
Tagesgäste															
Gesamt	483	97	221	164	-	483	122	361	169	149	165	55	257	171	
	84.1%	*85.8%*	*83.1%*	*84.5%*	-	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*79.3%*	*85.6%*	*88.2%*	*83.3%*	*86.5%*	*81.0%*	
Tagesgäste vom Wohnort	122	29	42	50	-	122	122	-	13	30	79	8	54	60	
	21.3%	*25.7%*	*15.8%*	*25.8%*	-	*25.3%*	*100.0%*	-	*6.1%*	*17.2%*	*42.2%*	*12.1%*	*18.2%*	*28.4%*	
Tagesgäste vom Urlaubsort	361	68	179	114	-	361	-	361	156	119	86	47	203	111	
	62.9%	*60.2%*	*67.3%*	*58.8%*	-	*74.7%*	-	*100.0%*	*73.2%*	*68.4%*	*46.0%*	*71.2%*	*68.4%*	*52.6%*	

© *2009 N.I.T.*

Studie “Fischerei und Tourismus”, Besucherbefragung April - Oktober 2009

Kopf 4 - T Ö N N I N G

	Befragungsort: T Ö N N I N G													
		Altersgruppe				Tagesgäste			Bindung			Hafenbedeutung		
	Total	bis 39 Jahre	40-59 Jahre	60+ Jahre	Übernach-tungs-gäste	gesamt	vom Wohnort	vom Urlaubs-ort	Erst-besucher	2.-5. Besuch	Stammgast (6. Besuch und mehr)	nur wegen des Hafens gekommen	auch wegen des Hafens gekommen	nicht wegen des Hafens gekommen
Alle Befragten	574	113	266	194	91	483	122	361	213	174	187	66	297	211
	100.0%	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*	*100.0%*
Bindung														
Erstbesucher	213	57	116	40	44	169	13	156	213	-	-	29	112	72
	37.1%	*50.4%*	*43.6%*	*20.6%*	*48.4%*	*35.0%*	*10.7%*	*43.2%*	*100.0%*	-	-	*43.9%*	*37.7%*	*34.1%*
2.-5. Besuch	174	24	80	70	25	149	30	119	-	174	-	19	90	65
	30.3%	*21.2%*	*30.1%*	*36.1%*	*27.5%*	*30.8%*	*24.6%*	*33.0%*	-	*100.0%*	-	*28.8%*	*30.3%*	*30.8%*
Stammgast (6. Besuch und mehr)	187	32	70	84	22	165	79	86	-	-	187	18	95	74
	32.6%	*28.3%*	*26.3%*	*43.3%*	*24.2%*	*34.2%*	*64.8%*	*23.8%*	-	-	*100.0%*	*27.3%*	*32.0%*	*35.1%*
Hafenbedeutung														
Nur wegen des Hafens gekommen	66	16	29	20	11	55	8	47	29	19	18	66	-	-
	11.5%	*14.2%*	*10.9%*	*10.3%*	*12.1%*	*11.4%*	*6.6%*	*13.0%*	*13.6%*	*10.9%*	*9.6%*	*100.0%*	-	-
Auch wegen des Hafens gekommen	297	56	130	111	40	257	54	203	112	90	95	-	297	-
	51.7%	*49.6%*	*48.9%*	*57.2%*	*44.0%*	*53.2%*	*44.3%*	*56.2%*	*52.6%*	*51.7%*	*50.8%*	-	*100.0%*	-
Nicht wegen des Hafens gekommen	211	41	107	63	40	171	60	111	72	65	74	-	-	211
	36.8%	*36.3%*	*40.2%*	*32.5%*	*44.0%*	*35.4%*	*49.2%*	*30.7%*	*33.8%*	*37.4%*	*39.6%*	-	-	*100.0%*

© *2009 N.I.T.*

8 Anhang Repräsentativbefragung

8.1 Fragebogen

Studie	KUTTER 2009-21
Kunde	WSA
Erhebung	CAPI BUS
Feld	IPSOS
Nettostichprobe	n = 2.000
Grundgesamtheit	Bevölkerung ab 14 Jahre in Deutschland

F1 *(An alle)*
Haben Sie in den letzten 3 Jahren mindestens eine private Reise mit mindestens einer Übernachtung zu den folgenden Reisezielen unternommen oder können Sie sich vorstellen, das in Zukunft zu tun?

Niederlande 1
Belgien 2
Nordseeküste Niedersachsen 3
Nordseeküste Schleswig-Holstein 4
Hamburg / Bremen 5
Ostseeküste Schleswig-Holstein 6
Ostseeküste Mecklenburg-Vorpommern 7
Ostseeküste Dänemark 8
Nordseeküste Dänemark 9

F2 *(nur wenn F1 mindestens einmal ja)*
Was gehört für Sie bei einer Reise an die Küste an Nord- oder Ostsee unbedingt dazu? Bitte sagen Sie mir zu den folgenden Punkten, wie wichtig diese für Sie bei einem Urlaub an der Küste sind.

Antworten: 1 = "sehr wichtig / gehört unbedingt dazu" bis 5 = "ganz unwichtig"

Items:

Strand am Meer zum Baden 1
Ein Fischer-Hafen mit Kuttern und Fischerbooten 2
Ein Hafen mit „dicken Pötten“ 3
Die Möglichkeit, frischen Fisch zu kaufen 4
Strand am Meer zum Spazierengehen 5
Frische, gesunde Luft 6
Anderes 7

Was?

F3 *(nur wenn F1 mindestens einmal ja bei Nordsee Niedersachsen oder Nordsee Schleswig-Holstein oder Hamburg/Bremen)*
An ungefähr wie vielen Tagen in den letzten 3 Jahren haben Sie die deutsche Nordseeküste als Urlauber oder Tagesausflügler besucht?

Anzahl Tage ____

F4 *(nur wenn F3 > 0)*
Und an ungefähr wie vielen Tagen davon haben Sie als Urlauber oder Tagesausflügler einen Hafen besucht?

Anzahl Tage ____

F5 *(nur wenn F1 mindestens einmal ja)*
Und wenn Sie einmal nur an Häfen denken: Welche der folgenden Punkte gehören für Sie generell zu einem attraktiven Hafen dazu? (ja/nein)

Die Möglichkeit, Fisch oder Krabben direkt vom Kutter kaufen zu können 1
Die Möglichkeit, Fisch oder Krabben fangfrisch im Hafen kaufen zu können 2
Mit einem Fischkutter mitzufahren..... 3
Einen Kutter und die Fangtechnik erklärt bekommen 4
Ein Fischereimuseum zu besuchen..... 5
Ein belebter Hafen, wo etwas los ist..... 6
Historische Kutter oder Museumskutter 7
Gewerbliche Kutter mit echtem Fischereibetrieb..... 8
Segelboote und andere Sportboote..... 9
Ein Seenotrettungskreuzer 10
Hafenfeste 11
Anderes..... 12

Was?

-- ENDE --

8.2 Tabellen

Die Daten wurden von Ipsos gewichtet, gezählt und tabelliert.

Der Tabellenband umfasst 105 Seiten im Anschluss an dieses Blatt.

IPSOS GMBH **Repräsentativbefragung von 2.000 Personen ab 14 Jahren in Deutschland**
2009 **Capibus: C9042/3 Job-Nr.:09022961 Befragungszeitraum 10/09**

Urlaub an der Küste

Frage F1
Haben Sie in den letzten 3 Jahren mindestens eine private Reise mit mindestens einer Übernachtung zu den folgenden Reisezielen unternommen oder können Sie sich vorstellen, das in Zukunft zu tun?

Zielgruppe: Alle Befragten

	TOTAL	Geschlecht		Altersgruppen (Jahre)			Schulbildung		
		Frauen	Männer	-34	35-54	55+	Haupt-schule	weiterführende Schule ohne Abitur	Abitur/ Universität
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)	(g)	(h)
Basis	2000 ***100.0%***	1028 ***100.0%***	972 ***100.0%***	544 ***100.0%***	716 ***100.0%***	740 ***100.0%***	872 ***100.0%***	802 ***100.0%***	326 ***100.0%***
Niederlande	134 ***6.7%***	52 ***5.0%***	82 ***8.4%***a	36 ***6.6%***	66 ***9.2%***e	32 ***4.3%***	44 ***5.0%***	53 ***6.6%***	36 ***11.2%***fg
Belgien	45 ***2.3%***	22 ***2.2%***	23 ***2.4%***	16 ***2.9%***	20 ***2.8%***	10 ***1.3%***	12 ***1.3%***	18 ***2.3%***	15 ***4.7%***f
Nordseeküste Niedersachsen	173 ***8.7%***	92 ***8.9%***	82 ***8.4%***	33 ***6.0%***	80 ***11.2%***c	61 ***8.2%***	50 ***5.8%***	76 ***9.5%***f	47 ***14.4%***fg
Nordseeküste Schleswig-Holstein	168 ***8.4%***	74 ***7.2%***	94 ***9.6%***	31 ***5.7%***	61 ***8.6%***	76 ***10.2%***c	46 ***5.3%***	68 ***8.5%***f	54 ***16.5%***fg
Hamburg \ Bremen	174 ***8.7%***	90 ***8.7%***	84 ***8.7%***	43 ***7.9%***	72 ***10.1%***	59 ***8.0%***	37 ***4.3%***	87 ***10.8%***f	50 ***15.3%***f
Ostseeküste Schleswig-Holstein	186 ***9.3%***	95 ***9.3%***	91 ***9.3%***	47 ***8.7%***	86 ***12.0%***e	53 ***7.1%***	54 ***6.2%***	82 ***10.2%***f	50 ***15.5%***fg
Ostseeküste Mecklenburg-Vorpommern	280 ***14.0%***	138 ***13.4%***	142 ***14.6%***	54 ***10.0%***	119 ***16.6%***c	107 ***14.4%***c	80 ***9.1%***	121 ***15.1%***f	79 ***24.2%***fg
Ostseeküste Dänemark	80 ***4.0%***	40 ***3.9%***	40 ***4.1%***	24 ***4.4%***	35 ***4.9%***	21 ***2.8%***	17 ***1.9%***	37 ***4.7%***f	26 ***7.9%***f
Nordseeküste Dänemark	82 ***4.1%***	36 ***3.5%***	46 ***4.8%***	19 ***3.6%***	48 ***6.6%***ce	15 ***2.1%***	20 ***2.3%***	43 ***5.3%***f	20 ***6.0%***f
Nein	1334 ***66.7%***	689 ***67.0%***	646 ***66.4%***	391 ***71.8%***d	436 ***60.9%***	507 ***68.6%***d	646 ***74.1%***gh	533 ***66.5%***h	155 ***47.6%***
weiß nicht/keine Angabe	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -
Total	2657 ***132.8%***	1329 ***129.2%***	1328 ***136.6%***	694 ***127.5%***	1023 ***142.8%***	941 ***127.1%***	1006 ***115.3%***	1119 ***139.5%***	532 ***163.3%***

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b - c/d/e - f/g/h

IPSOS GMBH **Repräsentativbefragung von 2.000 Personen ab 14 Jahren in Deutschland**
2009 **Capibus: C9042/3 Job-Nr.:09022961 Befragungszeitraum 10/09**

Urlaub an der Küste

Frage F1
Haben Sie in den letzten 3 Jahren mindestens eine private Reise mit mindestens einer Übernachtung zu den folgenden Reisezielen unternommen oder können Sie sich vorstellen, das in Zukunft zu tun?

Zielgruppe: Alle Befragten

	TOTAL	Nielsengebiete							
		Nielsen 1	Nielsen 2	Nielsen 3a	Nielsen 3b	Nielsen 4	Nielsen 5	Nielsen 6	Nielsen 7
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)	(g)	(h)
Basis	2000 ***100.0%***	318 ***100.0%***	428 ***100.0%***	266 ***100.0%***	246 ***100.0%***	300 ***100.0%***	80****100.0%****	182 ***100.0%***	180 ***100.0%***
Niederlande	134 ***6.7%***	26 ***8.1%***de	50 ***11.6%***cdeh	16 ***6.1%***	8 ***3.3%***	9 ***2.9%***	5 ***6.8%***	12 ***6.6%***	8 ***4.2%***
Belgien	45 ***2.3%***	6 ***2.0%***	10 ***2.3%***	7 ***2.7%***	4 ***1.5%***	3 ***1.0%***	- -	9 ***4.8%***e	6 ***3.6%***
Nordseeküste Niedersachsen	173 ***8.7%***	46 ***14.3%***defh	53 ***12.4%***defh	24 ***9.1%***f	12 ***5.0%***	14 ***4.7%***	- -	17 ***9.3%***f	8 ***4.2%***
Nordseeküste Schleswig-Holstein	168 ***8.4%***	43 ***13.6%***bdefh	28 ***6.6%***	26 ***9.9%***	18 ***7.3%***	18 ***6.0%***	2 ***2.3%***	21 ***11.7%***ef	11 ***6.1%***
Hamburg \ Bremen	174 ***8.7%***	36 ***11.2%***	31 ***7.2%***	25 ***9.4%***	19 ***7.8%***	24 ***8.0%***	4 ***4.4%***	20 ***11.2%***	16 ***8.7%***
Ostseeküste Schleswig-Holstein	186 ***9.3%***	46 ***14.5%***bdef	39 ***9.1%***f	27 ***10.3%***f	13 ***5.4%***	18 ***6.1%***	- -	24 ***12.9%***def	19 ***10.4%***f
Ostseeküste Mecklenburg-Vorpommern	280 ***14.0%***	67 ***21.1%***bcde	33 ***7.8%***	33 ***12.3%***e	20 ***8.0%***	20 ***6.5%***	18 ***22.7%***bcde	49 ***27.0%***bcde	40 ***22.2%***bcde
Ostseeküste Dänemark	80 ***4.0%***	23 ***7.3%***bde	11 ***2.6%***	14 ***5.4%***	6 ***2.6%***	9 ***3.1%***	2 ***2.0%***	6 ***3.3%***	8 ***4.6%***
Nordseeküste Dänemark	82 ***4.1%***	32 ***10.0%***bcdefh	14 ***3.4%***	12 ***4.6%***	3 ***1.4%***	5 ***1.7%***	0 ***0.4%***	12 ***6.6%***deh	3 ***1.5%***
Nein	1334 ***66.7%***	165 ***51.9%***	271 ***63.2%***a	198 ***74.4%***abg	185 ***75.1%***abg	233 ***77.6%***abgh	55 ***68.5%***a	111 ***61.2%***	117 ***65.2%***a
weiß nicht/keine Angabe	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -
Total	2657 ***132.8%***	490 ***154.1%***	540 ***126.1%***	383 ***144.1%***	288 ***117.3%***	353 ***117.7%***	86 ***107.1%***	281 ***154.7%***	235 ***130.5%***

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d/e/f/g/h
* small base

IPSOS GMBH **Repräsentativbefragung von 2.000 Personen ab 14 Jahren in Deutschland**
2009 **Capibus: C9042/3 Job-Nr.:09022961 Befragungszeitraum 10/09**

Urlaub an der Küste

Frage F1
Haben Sie in den letzten 3 Jahren mindestens eine private Reise mit mindestens einer Übernachtung zu den folgenden Reisezielen unternommen oder können Sie sich vorstellen, das in Zukunft zu tun?

Zielgruppe: Alle Befragten

	Total	Haushaltsnettoeinkommen (EURO)				Berufstätig	
		bis 1.249	1.250- 1.749	1.750- 2.499	2.500 und mehr	ja	nein
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
Basis	2000 ***100.0%***	293 ***100.0%***	463 ***100.0%***	611 ***100.0%***	632 ***100.0%***	1041 ***100.0%***	959 ***100.0%***
Niederlande	134 ***6.7%***	10 ***3.5%***	20 ***4.3%***	47 ***7.7%***ab	56 ***8.9%***ab	85 ***8.2%***f	48 ***5.1%***
Belgien	45 ***2.3%***	4 ***1.3%***	9 ***2.0%***	13 ***2.1%***	20 ***3.1%***	30 ***2.9%***	16 ***1.6%***
Nordseeküste Niedersachsen	173 ***8.7%***	14 ***4.6%***	23 ***5.0%***	57 ***9.4%***ab	79 ***12.6%***ab	111 ***10.6%***f	63 ***6.5%***
Nordseeküste Schleswig-Holstein	168 ***8.4%***	11 ***3.7%***	28 ***6.1%***	51 ***8.4%***a	77 ***12.2%***ab	89 ***8.5%***	79 ***8.2%***
Hamburg \ Bremen	174 ***8.7%***	12 ***4.2%***	36 ***7.7%***	48 ***7.8%***	78 ***12.4%***abc	102 ***9.8%***	72 ***7.5%***
Ostseeküste Schleswig-Holstein	186 ***9.3%***	14 ***4.8%***	28 ***6.1%***	67 ***11.0%***ab	76 ***12.1%***ab	115 ***11.1%***f	71 ***7.4%***
Ostseeküste Mecklenburg-Vorpommern	280 ***14.0%***	25 ***8.5%***	52 ***11.2%***	84 ***13.7%***a	119 ***18.8%***abc	164 ***15.7%***f	116 ***12.1%***
Ostseeküste Dänemark	80 ***4.0%***	4 ***1.4%***	8 ***1.8%***	19 ***3.2%***	48 ***7.6%***abc	53 ***5.1%***f	27 ***2.8%***
Nordseeküste Dänemark	82 ***4.1%***	7 ***2.3%***	19 ***4.0%***	29 ***4.8%***	28 ***4.4%***	65 ***6.2%***f	18 ***1.8%***
Nein	1334 ***66.7%***	239 ***81.6%***bcd	334 ***72.0%***cd	397 ***65.0%***d	364 ***57.6%***	657 ***63.1%***	677 ***70.6%***e
weiß nicht/keine Angabe	- **-**	- **-**	- **-**	- **-**	- **-**	- **-**	- **-**
Total	2657 ***132.8%***	341 ***116.1%***	557 ***120.2%***	814 ***133.2%***	946 ***149.6%***	1470 ***141.2%***	1187 ***123.7%***

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d - e/f

IPSOS GMBH **Repräsentativbefragung von 2.000 Personen ab 14 Jahren in Deutschland**
2009 **Capibus: C9042/3 Job-Nr.:09022961 Befragungszeitraum 10/09**

Urlaub an der Küste

Frage F1
Haben Sie in den letzten 3 Jahren mindestens eine private Reise mit mindestens einer Übernachtung zu den folgenden Reisezielen unternommen oder können Sie sich vorstellen, das in Zukunft zu tun?

Zielgruppe: Alle Befragten

	TOTAL	Haushalte mit Kindern unter 14 Jahren		Haushaltsgröße			
		ja	nein	1 Person	2 Personen	3 Personen	4 Personen und mehr
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
Basis	2000 **100.0%**	417 **100.0%**	1583 **100.0%**	389 **100.0%**	773 **100.0%**	362 **100.0%**	476 **100.0%**
Niederlande	134 **6.7%**	23 **5.4%**	111 **7.0%**	18 **4.6%**	57 **7.4%**	20 **5.6%**	38 **8.0%**
Belgien	45 **2.3%**	10 **2.5%**	35 **2.2%**	6 **1.5%**	22 **2.9%**	6 **1.5%**	11 **2.4%**
Nordseeküste Niedersachsen	173 **8.7%**	49 **11.8%**b	124 **7.9%**	25 **6.5%**	71 **9.1%**	31 **8.6%**	47 **9.8%**
Nordseeküste Schleswig-Holstein	168 **8.4%**	30 **7.2%**	138 **8.7%**	23 **5.8%**	92 **11.9%**cef	24 **6.5%**	29 **6.2%**
Hamburg \ Bremen	174 **8.7%**	36 **8.6%**	138 **8.7%**	29 **7.4%**	79 **10.2%**	30 **8.4%**	36 **7.6%**
Ostseeküste Schleswig-Holstein	186 **9.3%**	42 **10.1%**	144 **9.1%**	24 **6.3%**	75 **9.7%**c	35 **9.6%**	52 **10.9%**c
Ostseeküste Mecklenburg-Vorpommern	280 **14.0%**	60 **14.4%**	220 **13.9%**	40 **10.3%**	124 **16.0%**c	43 **12.0%**	72 **15.2%**
Ostseeküste Dänemark	80 **4.0%**	27 **6.4%**b	53 **3.4%**	8 **2.0%**	29 **3.7%**	16 **4.4%**	28 **5.8%**c
Nordseeküste Dänemark	82 **4.1%**	25 **5.9%**	58 **3.7%**	6 **1.5%**	39 **5.1%**c	14 **3.9%**	23 **4.9%**c
Nein	1334 **66.7%**	265 **63.4%**	1070 **67.6%**	285 **73.3%**df	505 **65.3%**	244 **67.4%**	301 **63.1%**
weiß nicht/keine Angabe	- **-**	- **-**	- **-**	- **-**	- **-**	- **-**	- **-**
Total	2657 **132.8%**	566 **135.6%**	2091 **132.1%**	463 **119.1%**	1093 **141.5%**	463 **128.0%**	638 **133.8%**

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b - c/d/e/f

IPSOS GMBH **Repräsentativbefragung von 2.000 Personen ab 14 Jahren in Deutschland**
2009 **Capibus: C9042/3 Job-Nr.:09022961 Befragungszeitraum 10/09**

Urlaub an der Küste

Frage F1
Haben Sie in den letzten 3 Jahren mindestens eine private Reise mit mindestens einer Übernachtung zu den folgenden Reisezielen unternommen oder können Sie sich vorstellen, das in Zukunft zu tun?

Zielgruppe: Alle Befragten

	TOTAL	Life Stages					
		Younger people (14-39)	Families with small kids	Families with older kids	Mid aged people (40-59)	Seniors (single household)	Seniors (companion-ship)
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
Basis	2000 ***100.0%***	453 ***100.0%***	170 ***100.0%***	247 ***100.0%***	535 ***100.0%***	216 ***100.0%***	377 ***100.0%***
Niederlande	134 ***6.7%***	41 ***9.1%***e	11 ***6.6%***e	11 ***4.6%***e	49 ***9.1%***ef	2 ***0.9%***	19 ***5.0%***e
Belgien	45 ***2.3%***	13 ***2.8%***e	4 ***2.3%***	6 ***2.6%***	17 ***3.1%***e	1 ***0.3%***	5 ***1.2%***
Nordseeküste Niedersachsen	173 ***8.7%***	21 ***4.6%***	16 ***9.5%***a	33 ***13.3%***ae	53 ***9.9%***a	13 ***6.1%***	38 ***10.0%***a
Nordseeküste Schleswig-Holstein	168 ***8.4%***	28 ***6.2%***	15 ***8.7%***	15 ***6.1%***	47 ***8.7%***e	10 ***4.4%***	54 ***14.2%***acde
Hamburg \ Bremen	174 ***8.7%***	40 ***8.8%***e	15 ***8.7%***e	21 ***8.5%***e	54 ***10.1%***e	6 ***3.0%***	38 ***10.1%***e
Ostseeküste Schleswig-Holstein	186 ***9.3%***	43 ***9.4%***	13 ***7.4%***	30 ***12.0%***e	62 ***11.6%***e	12 ***5.4%***	27 ***7.3%***
Ostseeküste Mecklenburg-Vorpommern	280 ***14.0%***	46 ***10.2%***	14 ***8.5%***	46 ***18.5%***ab	91 ***17.0%***ab	25 ***11.5%***	58 ***15.2%***
Ostseeküste Dänemark	80 ***4.0%***	22 ***4.9%***e	8 ***4.4%***	19 ***7.8%***def	17 ***3.2%***	3 ***1.4%***	11 ***3.0%***
Nordseeküste Dänemark	82 ***4.1%***	19 ***4.1%***e	10 ***6.0%***ef	14 ***5.8%***ef	30 ***5.7%***ef	2 ***0.9%***	7 ***1.8%***
Nein	1334 ***66.7%***	326 ***72.1%***cd	115 ***67.6%***	149 ***60.5%***	329 ***61.5%***	167 ***77.1%***bcdf	246 ***65.3%***
weiß nicht/keine Angabe	- **-**	- **-**	- **-**	- **-**	- **-**	- **-**	- **-**
Total	2657 ***132.8%***	598 ***132.2%***	221 ***129.7%***	345 ***139.7%***	748 ***139.9%***	240 ***111.0%***	503 ***133.2%***

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d/e/f

IPSOS GMBH **Repräsentativbefragung von 2.000 Personen ab 14 Jahren in Deutschland**
2009 **Capibus: C9042/3 Job-Nr.:09022961 Befragungszeitraum 10/09**

Urlaub an der Küste

Frage F2a
Was gehört für Sie bei einer Reise an die Küste an Nord- oder Ostsee unbedingt dazu? Bitte sagen Sie mir zu den folgenden Punkten, wie wichtig diese für Sie bei einem Urlaub an der Küste sind. Sagen Sie es mir bitte anhand einer Skala von 1 bis 5. Dabei bedeutet die 1 = "ist sehr wichtig, gehört unbedingt dazu" und die 5 bedeutet "ist ganz unwichtig". Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstufen.

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre Urlaub an der Nord- oder Ostseeküste gemacht haben, oder sich vorstellen können das in Zukunft zu tun (lt. Frage 1)

	TOTAL	Geschlecht		Altersgruppen (Jahre)			Schulbildung		
		Frauen	Männer	-34	35-54	55+	Haupt-schule	weiterführende Schule ohne Abitur	Abitur/ Universität
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)	(g)	(h)
Basis	666 100.0%	339 100.0%	326 100.0%	153 100.0%	280 100.0%	233 100.0%	226 100.0%	269 100.0%	171 100.0%
Strand am Meer zum Baden									
(1)Sehr wichtig \ gehört unbedingt dazu	389 58.4%	200 59.0%	189 57.8%	104 67.7%e	171 61.2%e	114 48.9%	128 56.8%	158 58.7%	103 60.0%
(2)	139 20.9%	69 20.2%	71 21.7%	24 15.7%	63 22.5%	52 22.5%	47 20.7%	59 21.8%	34 19.8%
(3)	81 12.1%	41 12.0%	40 12.2%	10 6.4%	28 10.2%	42 18.2%cd	29 12.9%	29 10.9%	22 13.0%
(4)	32 4.8%	16 4.6%	16 4.9%	9 6.2%	9 3.1%	14 5.8%	10 4.6%	13 4.7%	9 5.0%
(5)Ganz unwichtig	25 3.8%	14 4.2%	11 3.4%	6 4.0%	8 3.0%	11 4.6%	11 4.9%	10 3.9%	4 2.1%
weiß nicht/keine Angabe	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -
Total	666 100.0%	339 100.0%	326 100.0%	153 100.0%	280 100.0%	233 100.0%	226 100.0%	269 100.0%	171 100.0%
Top-Two-Boxes (Pos. 1,2)	528 79.3%	269 79.2%	259 79.5%	128 83.5%e	234 83.7%e	166 71.3%	175 77.6%	217 80.5%	136 79.9%
Bottom-Two-Boxes (Pos. 4,5)	57 8.6%	30 8.8%	27 8.3%	16 10.2%	17 6.1%	24 10.4%	22 9.5%	23 8.6%	12 7.2%

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b - c/d/e - f/g/h

IPSOS GMBH **Repräsentativbefragung von 2.000 Personen ab 14 Jahren in Deutschland**
2009 **Capibus: C9042/3 Job-Nr.:09022961 Befragungszeitraum 10/09**

Urlaub an der Küste

Frage F2a
Was gehört für Sie bei einer Reise an die Küste an Nord- oder Ostsee unbedingt dazu? Bitte sagen Sie mir zu den folgenden Punkten, wie wichtig diese für Sie bei einem Urlaub an der Küste sind. Sagen Sie es mir bitte anhand einer Skala von 1 bis 5. Dabei bedeutet die 1 = "ist sehr wichtig, gehört unbedingt dazu" und die 5 bedeutet "ist ganz unwichtig". Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstufen.

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre Urlaub an der Nord- oder Ostseeküste gemacht haben, oder sich vorstellen können das in Zukunft zu tun (lt. Frage 1)

		Geschlecht		Altersgruppen (Jahre)			Schulbildung		
	TOTAL	Frauen	Männer	-34	35-54	55+	Haupt-schule	weiterführende Schule ohne Abitur	Abitur/ Universität
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)	(g)	(h)
Basis	666 100.0%	339 100.0%	326 100.0%	153 100.0%	280 100.0%	233 100.0%	226 100.0%	269 100.0%	171 100.0%
Ein Fischer-Hafen mit Kuttern und Fischerbooten									
(1)Sehr wichtig \ gehört unbedingt dazu	167 25.0%	75 22.0%	92 28.1%	39 25.8%	65 23.2%	62 26.8%	60 26.6%	63 23.3%	44 25.5%
(2)	226 33.9%	118 34.8%	108 32.9%	51 33.0%	92 32.8%	83 35.8%	72 31.7%	96 35.5%	58 34.2%
(3)	164 24.6%	85 25.0%	79 24.3%	33 21.2%	84 29.9%e	48 20.5%	49 21.8%	74 27.4%	41 24.0%
(4)	68 10.2%	40 11.9%	27 8.4%	13 8.6%	23 8.0%	32 13.8%	28 12.2%	24 8.9%	16 9.6%
(5)Ganz unwichtig	42 6.3%	21 6.3%	20 6.2%	17 11.4%e	17 6.1%	7 3.1%	17 7.7%	13 4.9%	11 6.7%
weiß nicht/keine Angabe	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -
Total	666 100.0%	339 100.0%	326 100.0%	153 100.0%	280 100.0%	233 100.0%	226 100.0%	269 100.0%	171 100.0%
Top-Two-Boxes (Pos. 1,2)	392 58.9%	193 56.8%	199 61.1%	90 58.8%	156 55.9%	146 62.6%	132 58.3%	158 58.8%	102 59.8%
Bottom-Two-Boxes (Pos. 4,5)	110 16.5%	62 18.2%	48 14.6%	31 20.0%	40 14.1%	39 16.9%	45 19.9%	37 13.7%	28 16.3%

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b - c/d/e - f/g/h

IPSOS GMBH
2009

Repräsentativbefragung von 2.000 Personen ab 14 Jahren in Deutschland
Capibus: C9042/3 Job-Nr.:09022961 Befragungszeitraum 10/09

Urlaub an der Küste

Frage F2a
Was gehört für Sie bei einer Reise an die Küste an Nord- oder Ostsee unbedingt dazu? Bitte sagen Sie mir zu den folgenden Punkten, wie wichtig diese für Sie bei einem Urlaub an der Küste sind. Sagen Sie es mir bitte anhand einer Skala von 1 bis 5. Dabei bedeutet die 1 = "ist sehr wichtig, gehört unbedingt dazu" und die 5 bedeutet "ist ganz unwichtig". Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstufen.

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre Urlaub an der Nord- oder Ostseeküste gemacht haben, oder sich vorstellen können das in Zukunft zu tun (lt. Frage 1)

		Geschlecht		Altersgruppen (Jahre)			Schulbildung		
	TOTAL	Frauen	Männer	-34	35-54	55+	Haupt-schule	weiterführende Schule ohne Abitur	Abitur/ Universität
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)	(g)	(h)
Basis	666 *100.0%*	339 *100.0%*	326 *100.0%*	153 *100.0%*	280 *100.0%*	233 *100.0%*	226 *100.0%*	269 *100.0%*	171 *100.0%*
Ein Hafen mit ''dicken Pötten''									
(1)Sehr wichtig \ gehört unbedingt dazu	92 *13.8%*	43 *12.7%*	49 *15.0%*	21 *13.5%*	36 *13.0%*	35 *15.1%*	39 *17.1%*	37 *13.6%*	17 *9.8%*
(2)	125 *18.8%*	57 *16.8%*	68 *20.9%*	39 *25.7%*d	46 *16.3%*	40 *17.2%*	35 *15.7%*	54 *20.2%*	35 *20.6%*
(3)	207 *31.1%*	116 *34.1%*	92 *28.1%*	32 *20.6%*	96 *34.2%*c	80 *34.4%*c	79 *34.8%*	78 *28.9%*	51 *29.9%*
(4)	121 *18.1%*	65 *19.3%*	55 *16.9%*	25 *16.0%*	53 *18.9%*	43 *18.6%*	37 *16.5%*	50 *18.5%*	34 *19.7%*
(5)Ganz unwichtig	117 *17.6%*	57 *16.9%*	60 *18.4%*	35 *22.7%*	49 *17.5%*	34 *14.5%*	35 *15.4%*	50 *18.5%*	33 *19.3%*
weiß nicht/keine Angabe	4 *0.5%*	1 *0.3%*	3 *0.8%*	2 *1.5%*	0 *0.1%*	1 *0.3%*	1 *0.5%*	1 *0.3%*	1 *0.8%*
Total	666 *100.0%*	339 *100.0%*	326 *100.0%*	153 *100.0%*	280 *100.0%*	233 *100.0%*	226 *100.0%*	269 *100.0%*	171 *100.0%*
Top-Two-Boxes (Pos. 1,2)	217 *32.6%*	100 *29.5%*	117 *35.8%*	60 *39.2%*	82 *29.3%*	75 *32.2%*	74 *32.8%*	91 *33.8%*	52 *30.3%*
Bottom-Two-Boxes (Pos. 4,5)	238 *35.8%*	123 *36.2%*	115 *35.3%*	59 *38.7%*	102 *36.4%*	77 *33.1%*	72 *31.9%*	99 *36.9%*	67 *39.0%*

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b - c/d/e - f/g/h

IPSOS GMBH **Repräsentativbefragung von 2.000 Personen ab 14 Jahren in Deutschland**
2009 **Capibus: C9042/3 Job-Nr.:09022961 Befragungszeitraum 10/09**

Urlaub an der Küste

Frage F2a
Was gehört für Sie bei einer Reise an die Küste an Nord- oder Ostsee unbedingt dazu? Bitte sagen Sie mir zu den folgenden Punkten, wie wichtig diese für Sie bei einem Urlaub an der Küste sind. Sagen Sie es mir bitte anhand einer Skala von 1 bis 5. Dabei bedeutet die 1 = "ist sehr wichtig, gehört unbedingt dazu" und die 5 bedeutet "ist ganz unwichtig". Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstufen.

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre Urlaub an der Nord- oder Ostseeküste gemacht haben, oder sich vorstellen können das in Zukunft zu tun (lt. Frage 1)

	TOTAL	Geschlecht		Altersgruppen (Jahre)			Schulbildung		
		Frauen	Männer	-34	35-54	55+	Haupt-schule	weiterführende Schule ohne Abitur	Abitur/ Universität
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)	(g)	(h)
Basis	666 100.0%	339 100.0%	326 100.0%	153 100.0%	280 100.0%	233 100.0%	226 100.0%	269 100.0%	171 100.0%
Die Möglichkeit, frischen Fisch zu kaufen									
(1)Sehr wichtig \ gehört unbedingt dazu	237 35.6%	131 38.6%	106 32.5%	41 26.9%	93 33.2%	103 44.2%cd	94 41.7%h	97 36.1%	46 26.7%
(2)	168 25.2%	78 23.1%	90 27.5%	35 22.9%	77 27.5%	56 24.1%	55 24.4%	67 25.1%	46 26.7%
(3)	150 22.6%	73 21.5%	78 23.7%	42 27.3%e	68 24.3%	41 17.5%	44 19.3%	59 21.7%	48 28.3%
(4)	70 10.5%	44 13.0%	26 7.8%	23 14.9%e	31 11.2%	15 6.5%	21 9.2%	33 12.1%	16 9.4%
(5)Ganz unwichtig	41 6.1%	13 3.9%	28 8.4%a	12 7.9%	11 3.8%	18 7.7%	12 5.4%	13 5.0%	15 8.8%
weiß nicht/keine Angabe	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -
Total	666 100.0%	339 100.0%	326 100.0%	153 100.0%	280 100.0%	233 100.0%	226 100.0%	269 100.0%	171 100.0%
Top-Two-Boxes (Pos. 1,2)	405 60.8%	209 61.7%	196 60.0%	76 49.8%	170 60.7%	159 68.3%c	149 66.1%h	165 61.2%	91 53.4%
Bottom-Two-Boxes (Pos. 4,5)	110 16.6%	57 16.9%	53 16.3%	35 22.9%	42 15.1%	33 14.2%	33 14.7%	46 17.1%	31 18.3%

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b - c/d/e - f/g/h

IPSOS GMBH
2009

Repräsentativbefragung von 2.000 Personen ab 14 Jahren in Deutschland
Capibus: C9042/3 Job-Nr.:09022961 Befragungszeitraum 10/09

Urlaub an der Küste

Frage F2a
Was gehört für Sie bei einer Reise an die Küste an Nord- oder Ostsee unbedingt dazu? Bitte sagen Sie mir zu den folgenden Punkten, wie wichtig diese für Sie bei einem Urlaub an der Küste sind. Sagen Sie es mir bitte anhand einer Skala von 1 bis 5. Dabei bedeutet die 1 = "ist sehr wichtig, gehört unbedingt dazu" und die 5 bedeutet "ist ganz unwichtig". Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstufen.

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre Urlaub an der Nord- oder Ostseeküste gemacht haben, oder sich vorstellen können das in Zukunft zu tun (lt. Frage 1)

	TOTAL	Geschlecht		Altersgruppen (Jahre)			Schulbildung		
		Frauen	Männer	-34	35-54	55+	Haupt-schule	weiterführende Schule ohne Abitur	Abitur/ Universität
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)	(g)	(h)
Basis	666 100.0%	339 100.0%	326 100.0%	153 100.0%	280 100.0%	233 100.0%	226 100.0%	269 100.0%	171 100.0%
Strand am Meer zum Spazierengehen									
(1)Sehr wichtig \ gehört unbedingt dazu	471 70.7%	253 74.7%b	218 66.6%	90 58.8%	205 73.4%c	175 75.4%c	169 74.9%	187 69.4%	115 67.4%
(2)	120 18.0%	47 14.0%	72 22.1%a	36 23.3%	45 16.0%	39 16.9%	35 15.7%	48 17.8%	37 21.4%
(3)	29 4.4%	18 5.4%	11 3.3%	14 9.4%de	9 3.1%	6 2.7%	10 4.4%	16 5.8%	4 2.2%
(4)	27 4.1%	14 4.1%	14 4.2%	8 5.2%	15 5.5%e	4 1.7%	4 1.9%	15 5.6%	8 4.6%
(5)Ganz unwichtig	18 2.7%	6 1.8%	12 3.7%	5 3.3%	5 2.0%	8 3.3%	7 3.2%	4 1.4%	7 4.3%
weiß nicht/keine Angabe	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -
Total	666 100.0%	339 100.0%	326 100.0%	153 100.0%	280 100.0%	233 100.0%	226 100.0%	269 100.0%	171 100.0%
Top-Two-Boxes (Pos. 1,2)	591 88.7%	301 88.7%	290 88.8%	126 82.1%	250 89.4%	215 92.3%c	204 90.5%	235 87.1%	152 88.8%
Bottom-Two-Boxes (Pos. 4,5)	46 6.9%	20 5.9%	26 7.9%	13 8.5%	21 7.5%	12 5.0%	12 5.1%	19 7.1%	15 8.9%

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b - c/d/e - f/g/h

IPSOS GMBH **Repräsentativbefragung von 2.000 Personen ab 14 Jahren in Deutschland**
2009 **Capibus: C9042/3 Job-Nr.:09022961 Befragungszeitraum 10/09**

Urlaub an der Küste

Frage F2a
Was gehört für Sie bei einer Reise an die Küste an Nord- oder Ostsee unbedingt dazu? Bitte sagen Sie mir zu den folgenden Punkten, wie wichtig diese für Sie bei einem Urlaub an der Küste sind. Sagen Sie es mir bitte anhand einer Skala von 1 bis 5. Dabei bedeutet die 1 = "ist sehr wichtig, gehört unbedingt dazu" und die 5 bedeutet "ist ganz unwichtig". Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstufen.

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre Urlaub an der Nord- oder Ostseeküste gemacht haben, oder sich vorstellen können das in Zukunft zu tun (lt. Frage 1)

	TOTAL	Geschlecht		Altersgruppen (Jahre)			Schulbildung		
		Frauen	Männer	-34	35-54	55+	Haupt-schule	weiterführende Schule ohne Abitur	Abitur/ Universität
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)	(g)	(h)
Basis	666 100.0%	339 100.0%	326 100.0%	153 100.0%	280 100.0%	233 100.0%	226 100.0%	269 100.0%	171 100.0%
Frische, gesunde Luft									
(1)Sehr wichtig \ gehört unbedingt dazu	526 79.1%	276 81.5%	250 76.6%	105 68.6%	223 79.7%c	198 85.2%c	189 83.7%	208 77.2%	130 76.0%
(2)	75 11.3%	30 8.7%	46 14.0%	31 20.5%de	26 9.4%	18 7.5%	16 6.9%	33 12.3%	27 15.6%f
(3)	22 3.4%	14 4.1%	8 2.6%	6 3.9%	11 4.0%	5 2.2%	11 4.9%	10 3.6%	2 0.9%
(4)	20 3.0%	14 4.1%	6 2.0%	5 3.4%	12 4.3%	3 1.3%	5 2.4%	9 3.3%	6 3.6%
(5)Ganz unwichtig	22 3.2%	5 1.6%	16 4.9%a	5 3.5%	7 2.6%	9 3.8%	5 2.2%	10 3.7%	7 3.9%
weiß nicht/keine Angabe	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -
Total	666 100.0%	339 100.0%	326 100.0%	153 100.0%	280 100.0%	233 100.0%	226 100.0%	269 100.0%	171 100.0%
Top-Two-Boxes (Pos. 1,2)	601 90.4%	306 90.2%	296 90.5%	137 89.1%	249 89.1%	216 92.7%	204 90.5%	241 89.4%	156 91.6%
Bottom-Two-Boxes (Pos. 4,5)	42 6.3%	19 5.7%	23 6.9%	11 7.0%	19 6.9%	12 5.1%	10 4.5%	19 7.0%	13 7.5%

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b - c/d/e - f/g/h

Urlaub an der Küste

Frage F2a
Was gehört für Sie bei einer Reise an die Küste an Nord- oder Ostsee unbedingt dazu? Bitte sagen Sie mir zu den folgenden Punkten, wie wichtig diese für Sie bei einem Urlaub an der Küste sind. Sagen Sie es mir bitte anhand einer Skala von 1 bis 5. Dabei bedeutet die 1 = "ist sehr wichtig, gehört unbedingt dazu" und die 5 bedeutet "ist ganz unwichtig". Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstufen.

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre Urlaub an der Nord- oder Ostseeküste gemacht haben, oder sich vorstellen können das in Zukunft zu tun (lt. Frage 1)

	TOTAL	Nielsengebiete							
		Nielsen 1	Nielsen 2	Nielsen 3a	Nielsen 3b	Nielsen 4	Nielsen 5	Nielsen 6	Nielsen 7
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)	(g)	(h)
Basis	666 ***100.0%***	153 ***100.0%***	157 ***100.0%***	68****100.0%****	61****100.0%****	67****100.0%****	25****100.0%*****	71****100.0%****	63****100.0%****
Strand am Meer zum Baden									
(1)Sehr wichtig \ gehört unbedingt dazu	389 ***58.4%***	95 ***62.1%***d	98 ***62.0%***d	32 ***46.5%***	21 ***35.0%***	37 ***54.7%***	16 ***63.2%***	44 ***61.9%***d	46 ***74.0%***cd
(2)	139 ***20.9%***	30 ***19.6%***	29 ***18.4%***	25 ***37.2%***abgh	12 ***20.0%***	17 ***25.5%***	7 ***27.9%***	11 ***15.5%***	8 ***12.3%***
(3)	81 ***12.1%***	15 ***10.1%***	19 ***12.4%***	8 ***11.2%***	13 ***20.5%***h	10 ***14.3%***	1 ***2.7%***	12 ***17.7%***h	3 ***4.2%***
(4)	32 ***4.8%***	7 ***4.7%***	4 ***2.7%***	2 ***3.4%***	10 ***16.7%***abcgh	4 ***5.5%***	2 ***6.3%***	1 ***1.9%***	1 ***1.9%***
(5)Ganz unwichtig	25 ***3.8%***	5 ***3.4%***	7 ***4.6%***	1 ***1.7%***	5 ***7.8%***e	- -	- -	2 ***3.0%***	5 ***7.6%***
weiß nicht/keine Angabe	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -
Total	666 ***100.0%***	153 ***100.0%***	157 ***100.0%***	68 ***100.0%***	61 ***100.0%***	67 ***100.0%***	25 ***100.0%***	71 ***100.0%***	63 ***100.0%***
Top-Two-Boxes (Pos. 1,2)	528 ***79.3%***	125 ***81.7%***d	127 ***80.4%***d	57 ***83.7%***d	34 ***55.0%***	54 ***80.2%***d	23 ***91.0%***	55 ***77.4%***d	54 ***86.3%***d
Bottom-Two-Boxes (Pos. 4,5)	57 ***8.6%***	12 ***8.1%***	11 ***7.2%***	3 ***5.1%***	15 ***24.5%***abceg	4 ***5.5%***	2 ***6.3%***	3 ***4.9%***	6 ***9.4%***

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d/e/f/g/h
* small base; ** very small base (under 30) ineligible for sig testing

IPSOS GMBH **Repräsentativbefragung von 2.000 Personen ab 14 Jahren in Deutschland**
2009 **Capibus: C9042/3 Job-Nr.:09022961 Befragungszeitraum 10/09**

Urlaub an der Küste

Frage F2a
Was gehört für Sie bei einer Reise an die Küste an Nord- oder Ostsee unbedingt dazu? Bitte sagen Sie mir zu den folgenden Punkten, wie wichtig diese für Sie bei einem Urlaub an der Küste sind. Sagen Sie es mir bitte anhand einer Skala von 1 bis 5. Dabei bedeutet die 1 = "ist sehr wichtig, gehört unbedingt dazu" und die 5 bedeutet "ist ganz unwichtig". Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstufen.

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre Urlaub an der Nord- oder Ostseeküste gemacht haben, oder sich vorstellen können das in Zukunft zu tun (lt. Frage 1)

	TOTAL	Nielsengebiete							
		Nielsen 1	Nielsen 2	Nielsen 3a	Nielsen 3b	Nielsen 4	Nielsen 5	Nielsen 6	Nielsen 7
		(a)	*(b)*	*(c)*	*(d)*	*(e)*	*(f)*	*(g)*	*(h)*
Basis	666 ***100.0%***	153 ***100.0%***	157 ***100.0%***	68****100.0%****	61****100.0%****	67****100.0%****	25****100.0%*****	71****100.0%****	63****100.0%****
Ein Fischer-Hafen mit Kuttern und Fischerbooten									
(1)Sehr wichtig \ gehört unbedingt dazu	167 ***25.0%***	33 ***21.9%***	42 ***26.5%***	16 ***23.5%***	11 ***17.7%***	27 ***40.0%***ad	4 ***16.0%***	16 ***23.1%***	17 ***27.6%***
(2)	226 ***33.9%***	52 ***34.2%***	59 ***37.7%***de	28 ***41.5%***de	13 ***21.9%***	13 ***19.5%***	12 ***47.6%***	28 ***39.8%***de	19 ***29.9%***
(3)	164 ***24.6%***	47 ***30.4%***b	28 ***18.0%***	12 ***17.0%***	15 ***24.5%***	18 ***26.6%***	6 ***24.0%***	20 ***28.3%***	19 ***29.7%***
(4)	68 ***10.2%***	10 ***6.3%***	20 ***12.7%***	11 ***16.2%***a	11 ***18.5%***a	7 ***9.9%***	1 ***3.7%***	4 ***6.3%***	4 ***6.1%***
(5)Ganz unwichtig	42 ***6.3%***	11 ***7.1%***	8 ***5.1%***	1 ***1.9%***	11 ***17.4%***abceg	3 ***4.0%***	2 ***8.7%***	2 ***2.5%***	4 ***6.7%***
weiß nicht/keine Angabe	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -
Total	666 ***100.0%***	153 ***100.0%***	157 ***100.0%***	68 ***100.0%***	61 ***100.0%***	67 ***100.0%***	25 ***100.0%***	71 ***100.0%***	63 ***100.0%***
Top-Two-Boxes (Pos. 1,2)	392 ***58.9%***	86 ***56.1%***	101 ***64.2%***d	44 ***64.9%***d	24 ***39.6%***	40 ***59.5%***	16 ***63.6%***	44 ***62.9%***d	36 ***57.5%***
Bottom-Two-Boxes (Pos. 4,5)	110 ***16.5%***	21 ***13.4%***	28 ***17.8%***	12 ***18.1%***	22 ***35.9%***abcegh	9 ***13.9%***	3 ***12.4%***	6 ***8.8%***	8 ***12.8%***

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d/e/f/g/h
* small base; ** very small base (under 30) ineligible for sig testing

Urlaub an der Küste

Frage F2a
Was gehört für Sie bei einer Reise an die Küste an Nord- oder Ostsee unbedingt dazu? Bitte sagen Sie mir zu den folgenden Punkten, wie wichtig diese für Sie bei einem Urlaub an der Küste sind. Sagen Sie es mir bitte anhand einer Skala von 1 bis 5. Dabei bedeutet die 1 = "ist sehr wichtig, gehört unbedingt dazu" und die 5 bedeutet "ist ganz unwichtig". Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstufen.

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre Urlaub an der Nord- oder Ostseeküste gemacht haben, oder sich vorstellen können das in Zukunft zu tun (lt. Frage 1)

	TOTAL	Nielsengebiete							
		Nielsen 1	Nielsen 2	Nielsen 3a	Nielsen 3b	Nielsen 4	Nielsen 5	Nielsen 6	Nielsen 7
		(a)	*(b)*	*(c)*	*(d)*	*(e)*	*(f)*	*(g)*	*(h)*
Basis	666 ***100.0%***	153 ***100.0%***	157 ***100.0%***	68****100.0%****	61****100.0%****	67****100.0%****	25****100.0%*****	71****100.0%****	63****100.0%****
Ein Hafen mit ''dicken Pötten''									
(1)Sehr wichtig \ gehört unbedingt dazu	92 ***13.8%***	9 ***5.9%***	26 ***16.7%***a	6 ***9.1%***	8 ***12.7%***	18 ***27.2%***ac	4 ***14.9%***	11 ***15.9%***a	9 ***15.1%***
(2)	125 ***18.8%***	18 ***11.5%***	27 ***17.0%***	22 ***32.0%***abd	9 ***14.1%***	13 ***18.6%***	1 ***4.6%***	22 ***31.3%***abd	14 ***22.9%***
(3)	207 ***31.1%***	46 ***29.9%***	51 ***32.1%***	18 ***26.6%***	18 ***29.0%***	14 ***21.5%***	10 ***38.7%***	28 ***39.8%***e	23 ***36.3%***
(4)	121 ***18.1%***	41 ***27.1%***gh	26 ***16.8%***	12 ***17.7%***	16 ***25.7%***h	11 ***17.1%***	- **-**	9 ***12.4%***	5 ***7.6%***
(5)Ganz unwichtig	117 ***17.6%***	39 ***25.7%***g	26 ***16.5%***g	10 ***14.6%***g	10 ***16.5%***g	11 ***15.6%***g	11 ***41.8%***	0 ***0.6%***	10 ***16.7%***g
weiß nicht/keine Angabe	4 ***0.5%***	- **-**	1 ***0.9%***	- **-**	1 ***1.9%***	- **-**	- **-**	- **-**	1 ***1.5%***
Total	666 ***100.0%***	153 ***100.0%***	157 ***100.0%***	68 ***100.0%***	61 ***100.0%***	67 ***100.0%***	25 ***100.0%***	71 ***100.0%***	63 ***100.0%***
Top-Two-Boxes (Pos. 1,2)	217 ***32.6%***	26 ***17.3%***	53 ***33.7%***a	28 ***41.1%***a	16 ***26.8%***	31 ***45.8%***a	5 ***19.5%***	33 ***47.2%***ad	24 ***38.0%***a
Bottom-Two-Boxes (Pos. 4,5)	238 ***35.8%***	81 ***52.8%***bcegh	52 ***33.3%***g	22 ***32.3%***g	26 ***42.2%***g	22 ***32.7%***g	11 ***41.8%***	9 ***13.0%***	15 ***24.2%***

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d/e/f/g/h
* small base; ** very small base (under 30) ineligible for sig testing

Urlaub an der Küste

Frage F2a
Was gehört für Sie bei einer Reise an die Küste an Nord- oder Ostsee unbedingt dazu? Bitte sagen Sie mir zu den folgenden Punkten, wie wichtig diese für Sie bei einem Urlaub an der Küste sind. Sagen Sie es mir bitte anhand einer Skala von 1 bis 5. Dabei bedeutet die 1 = "ist sehr wichtig, gehört unbedingt dazu" und die 5 bedeutet "ist ganz unwichtig". Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstufen.

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre Urlaub an der Nord- oder Ostseeküste gemacht haben, oder sich vorstellen können das in Zukunft zu tun (lt. Frage 1)

	TOTAL	Nielsengebiete							
		Nielsen 1	Nielsen 2	Nielsen 3a	Nielsen 3b	Nielsen 4	Nielsen 5	Nielsen 6	Nielsen 7
		(a)	*(b)*	*(c)*	*(d)*	*(e)*	*(f)*	*(g)*	*(h)*
Basis	666 ***100.0%***	153 ***100.0%***	157 ***100.0%***	68****100.0%****	61****100.0%****	67****100.0%****	25****100.0%*****	71****100.0%****	63****100.0%****
Die Möglichkeit, frischen Fisch zu kaufen									
(1)Sehr wichtig \ gehört unbedingt dazu	237 ***35.6%***	39 ***25.3%***	60 ***38.0%***a	27 ***39.9%***	19 ***31.2%***	33 ***48.8%***ag	9 ***35.3%***	18 ***25.8%***	32 ***51.1%***adg
(2)	168 ***25.2%***	35 ***22.9%***	51 ***32.5%***d	19 ***28.2%***	8 ***12.5%***	13 ***19.7%***	8 ***30.7%***	23 ***31.9%***d	11 ***18.3%***
(3)	150 ***22.6%***	50 ***33.0%***bceh	30 ***19.2%***	12 ***17.4%***	15 ***24.4%***	9 ***13.9%***	7 ***29.4%***	19 ***26.8%***	7 ***11.5%***
(4)	70 ***10.5%***	16 ***10.4%***	9 ***5.8%***	7 ***11.0%***	14 ***22.4%***abg	8 ***12.3%***	1 ***4.6%***	6 ***8.5%***	8 ***12.5%***
(5)Ganz unwichtig	41 ***6.1%***	13 ***8.4%***	7 ***4.5%***	2 ***3.5%***	6 ***9.6%***	4 ***5.2%***	- **-**	5 ***6.9%***	4 ***6.6%***
weiß nicht/keine Angabe	- **-**	- **-**	- **-**	- **-**	- **-**	- **-**	- **-**	- **-**	- **-**
Total	666 ***100.0%***	153 ***100.0%***	157 ***100.0%***	68 ***100.0%***	61 ***100.0%***	67 ***100.0%***	25 ***100.0%***	71 ***100.0%***	63 ***100.0%***
Top-Two-Boxes (Pos. 1,2)	405 ***60.8%***	74 ***48.2%***	111 ***70.5%***ad	46 ***68.1%***ad	27 ***43.7%***	46 ***68.6%***ad	17 ***66.0%***	41 ***57.8%***	44 ***69.4%***ad
Bottom-Two-Boxes (Pos. 4,5)	110 ***16.6%***	29 ***18.8%***	16 ***10.3%***	10 ***14.5%***	20 ***31.9%***bcg	12 ***17.6%***	1 ***4.6%***	11 ***15.4%***	12 ***19.1%***

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d/e/f/g/h
* small base; ** very small base (under 30) ineligible for sig testing

Urlaub an der Küste

Frage F2a
Was gehört für Sie bei einer Reise an die Küste an Nord- oder Ostsee unbedingt dazu? Bitte sagen Sie mir zu den folgenden Punkten, wie wichtig diese für Sie bei einem Urlaub an der Küste sind. Sagen Sie es mir bitte anhand einer Skala von 1 bis 5. Dabei bedeutet die 1 = "ist sehr wichtig, gehört unbedingt dazu" und die 5 bedeutet "ist ganz unwichtig". Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstufen.

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre Urlaub an der Nord- oder Ostseeküste gemacht haben, oder sich vorstellen können das in Zukunft zu tun (lt. Frage 1)

	TOTAL	Nielsengebiete							
		Nielsen 1	Nielsen 2	Nielsen 3a	Nielsen 3b	Nielsen 4	Nielsen 5	Nielsen 6	Nielsen 7
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)	(g)	(h)
Basis	666 ***100.0%***	153 ***100.0%***	157 ***100.0%***	68****100.0%****	61****100.0%****	67****100.0%****	25****100.0%*****	71****100.0%****	63****100.0%****
Strand am Meer zum Spazierengehen									
(1)Sehr wichtig \ gehört unbedingt dazu	471 ***70.7%***	124 ***81.0%***dg	113 ***71.9%***d	47 ***68.7%***d	28 ***45.7%***	52 ***77.5%***d	17 ***68.0%***	45 ***64.1%***	44 ***71.0%***d
(2)	120 ***18.0%***	18 ***11.7%***	33 ***21.1%***	15 ***22.1%***	13 ***20.8%***	14 ***21.4%***	6 ***25.8%***	8 ***10.8%***	12 ***19.4%***
(3)	29 ***4.4%***	6 ***3.8%***	6 ***3.7%***	4 ***6.0%***	5 ***7.5%***	1 ***1.1%***	- -	8 ***10.8%***eh	1 ***1.0%***
(4)	27 ***4.1%***	3 ***1.7%***	3 ***2.1%***	- -	11 ***18.2%***abceh	- -	2 ***6.3%***	8 ***11.6%***abceh	1 ***1.1%***
(5)Ganz unwichtig	18 ***2.7%***	3 ***1.8%***	2 ***1.3%***	2 ***3.2%***	5 ***7.7%***be	- -	- -	2 ***2.7%***	5 ***7.6%***b
weiß nicht/keine Angabe	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -
Total	666 ***100.0%***	153 ***100.0%***	157 ***100.0%***	68 ***100.0%***	61 ***100.0%***	67 ***100.0%***	25 ***100.0%***	71 ***100.0%***	63 ***100.0%***
Top-Two-Boxes (Pos. 1,2)	591 ***88.7%***	142 ***92.7%***dg	146 ***93.0%***dg	62 ***90.8%***dg	41 ***66.5%***	67 ***98.9%***dg	24 ***93.7%***	53 ***74.9%***	57 ***90.4%***dg
Bottom-Two-Boxes (Pos. 4,5)	46 ***6.9%***	5 ***3.5%***	5 ***3.3%***	2 ***3.2%***	16 ***25.9%***abceh	- -	2 ***6.3%***	10 ***14.3%***abce	5 ***8.6%***e

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d/e/f/g/h
* small base; ** very small base (under 30) ineligible for sig testing

Urlaub an der Küste

Frage F2a
Was gehört für Sie bei einer Reise an die Küste an Nord- oder Ostsee unbedingt dazu? Bitte sagen Sie mir zu den folgenden Punkten, wie wichtig diese für Sie bei einem Urlaub an der Küste sind. Sagen Sie es mir bitte anhand einer Skala von 1 bis 5. Dabei bedeutet die 1 = "ist sehr wichtig, gehört unbedingt dazu" und die 5 bedeutet "ist ganz unwichtig". Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstufen.

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre Urlaub an der Nord- oder Ostseeküste gemacht haben, oder sich vorstellen können das in Zukunft zu tun (lt. Frage 1)

	TOTAL	Nielsengebiete							
		Nielsen 1	Nielsen 2	Nielsen 3a	Nielsen 3b	Nielsen 4	Nielsen 5	Nielsen 6	Nielsen 7
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)	(g)	(h)
Basis	666 ***100.0%***	153 ***100.0%***	157 ***100.0%***	68****100.0%****	61****100.0%****	67****100.0%****	25****100.0%*****	71****100.0%****	63****100.0%****
Frische, gesunde Luft									
(1)Sehr wichtig \ gehört unbedingt dazu	526 ***79.1%***	138 ***90.5%***bdg	124 ***79.0%***d	54 ***79.9%***d	29 ***48.0%***	57 ***84.4%***d	20 ***78.9%***	52 ***73.3%***d	51 ***81.7%***d
(2)	75 ***11.3%***	7 ***4.8%***	24 ***15.0%***a	11 ***16.3%***a	7 ***10.8%***	8 ***12.6%***	4 ***14.9%***	7 ***10.0%***	7 ***11.5%***
(3)	22 ***3.4%***	2 ***1.1%***	6 ***3.7%***	- -	10 ***17.0%***abcegh	2 ***2.3%***	- -	3 ***3.5%***	0 ***0.7%***
(4)	20 ***3.0%***	5 ***3.1%***	- -	0 ***0.7%***	9 ***14.5%***abceh	0 ***0.7%***	- -	6 ***8.0%***bh	- -
(5)Ganz unwichtig	22 ***3.2%***	1 ***0.5%***	4 ***2.3%***	2 ***3.2%***	6 ***9.6%***abe	- -	2 ***6.3%***	4 ***5.2%***a	4 ***6.1%***a
weiß nicht/keine Angabe	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -
Total	666 ***100.0%***	153 ***100.0%***	157 ***100.0%***	68 ***100.0%***	61 ***100.0%***	67 ***100.0%***	25 ***100.0%***	71 ***100.0%***	63 ***100.0%***
Top-Two-Boxes (Pos. 1,2)	601 ***90.4%***	146 ***95.3%***dg	148 ***94.0%***dg	66 ***96.1%***dg	36 ***58.8%***	65 ***97.0%***dg	24 ***93.7%***	59 ***83.3%***d	58 ***93.2%***d
Bottom-Two-Boxes (Pos. 4,5)	42 ***6.3%***	6 ***3.6%***	4 ***2.3%***	3 ***3.9%***	15 ***24.1%***abceh	0 ***0.7%***	2 ***6.3%***	9 ***13.1%***abe	4 ***6.1%***

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d/e/f/g/h
* small base; ** very small base (under 30) ineligible for sig testing

Urlaub an der Küste

Frage F2a
Was gehört für Sie bei einer Reise an die Küste an Nord- oder Ostsee unbedingt dazu? Bitte sagen Sie mir zu den folgenden Punkten, wie wichtig diese für Sie bei einem Urlaub an der Küste sind. Sagen Sie es mir bitte anhand einer Skala von 1 bis 5. Dabei bedeutet die 1 = "ist sehr wichtig, gehört unbedingt dazu" und die 5 bedeutet "ist ganz unwichtig". Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstufen.

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre Urlaub an der Nord- oder Ostseeküste gemacht haben, oder sich vorstellen können das in Zukunft zu tun (lt. Frage 1)

		Haushaltsnettoeinkommen (EURO)				Berufstätig	
	Total	bis 1.249	1.250- 1.749	1.750- 2.499	2.500 und mehr	ja	nein
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
Basis	666 *100.0%*	54**100.0%**	130 *100.0%*	214 *100.0%*	268 *100.0%*	384 *100.0%*	281 *100.0%*
Strand am Meer zum Baden							
(1)Sehr wichtig \ gehört unbedingt dazu	389 *58.4%*	27 *50.5%*	72 *55.1%*	129 *60.4%*	161 *60.0%*	231 *60.1%*	158 *56.0%*
(2)	139 *20.9%*	13 *23.8%*	27 *21.0%*	42 *19.8%*	57 *21.3%*	86 *22.4%*	53 *19.0%*
(3)	81 *12.1%*	10 *18.2%*c	14 *10.9%*	19 *8.9%*	38 *14.1%*	43 *11.2%*	38 *13.3%*
(4)	32 *4.8%*	2 *4.6%*	9 *7.2%*d	15 *6.9%*d	5 *1.9%*	13 *3.5%*	18 *6.5%*
(5)Ganz unwichtig	25 *3.8%*	2 *2.9%*	7 *5.8%*	9 *4.1%*	7 *2.7%*	11 *2.8%*	15 *5.2%*
weiß nicht/keine Angabe	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -
Total	666 *100.0%*	54 *100.0%*	130 *100.0%*	214 *100.0%*	268 *100.0%*	384 *100.0%*	281 *100.0%*
Top-Two-Boxes (Pos. 1,2)	528 *79.3%*	40 *74.3%*	99 *76.1%*	171 *80.1%*	218 *81.3%*	317 *82.5%*f	211 *75.0%*
Bottom-Two-Boxes (Pos. 4,5)	57 *8.6%*	4 *7.5%*	17 *13.0%*d	24 *11.0%*d	12 *4.7%*	24 *6.3%*	33 *11.7%*e

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d - e/f
* small base

IPSOS GMBH **Repräsentativbefragung von 2.000 Personen ab 14 Jahren in Deutschland**
2009 **Capibus: C9042/3 Job-Nr.:09022961 Befragungszeitraum 10/09**

Urlaub an der Küste

Frage F2a
Was gehört für Sie bei einer Reise an die Küste an Nord- oder Ostsee unbedingt dazu? Bitte sagen Sie mir zu den folgenden Punkten, wie wichtig diese für Sie bei einem Urlaub an der Küste sind. Sagen Sie es mir bitte anhand einer Skala von 1 bis 5. Dabei bedeutet die 1 = "ist sehr wichtig, gehört unbedingt dazu" und die 5 bedeutet "ist ganz unwichtig". Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstufen.

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre Urlaub an der Nord- oder Ostseeküste gemacht haben, oder sich vorstellen können das in Zukunft zu tun (lt. Frage 1)

		Haushaltsnettoeinkommen (EURO)				Berufstätig	
	Total	bis 1.249	1.250- 1.749	1.750- 2.499	2.500 und mehr	ja	nein
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
Basis	666 100.0%	54* 100.0%*	130 100.0%	214 100.0%	268 100.0%	384 100.0%	281 100.0%
Ein Fischer-Hafen mit Kuttern und Fischerbooten							
(1)Sehr wichtig \ gehört unbedingt dazu	167 25.0%	18 33.9%	36 27.7%	50 23.2%	63 23.4%	92 23.9%	75 26.5%
(2)	226 33.9%	18 32.9%	40 30.4%	79 36.8%	89 33.4%	134 34.9%	92 32.5%
(3)	164 24.6%	11 20.0%	28 21.9%	44 20.7%	80 30.0%	98 25.6%	66 23.3%
(4)	68 10.2%	4 8.0%	11 8.6%	27 12.4%	26 9.7%	36 9.4%	32 11.3%
(5)Ganz unwichtig	42 6.3%	3 5.1%	15 11.4%d	15 6.9%	9 3.5%	24 6.3%	18 6.3%
weiß nicht/keine Angabe	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -
Total	666 100.0%	54 100.0%	130 100.0%	214 100.0%	268 100.0%	384 100.0%	281 100.0%
Top-Two-Boxes (Pos. 1,2)	392 58.9%	36 66.9%	76 58.1%	128 60.0%	152 56.8%	226 58.8%	166 59.1%
Bottom-Two-Boxes (Pos. 4,5)	110 16.5%	7 13.1%	26 20.0%	41 19.3%	35 13.2%	60 15.6%	50 17.6%

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d - e/f
* small base

Urlaub an der Küste

Frage F2a
Was gehört für Sie bei einer Reise an die Küste an Nord- oder Ostsee unbedingt dazu? Bitte sagen Sie mir zu den folgenden Punkten, wie wichtig diese für Sie bei einem Urlaub an der Küste sind. Sagen Sie es mir bitte anhand einer Skala von 1 bis 5. Dabei bedeutet die 1 = "ist sehr wichtig, gehört unbedingt dazu" und die 5 bedeutet "ist ganz unwichtig". Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstufen.

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre Urlaub an der Nord- oder Ostseeküste gemacht haben, oder sich vorstellen können das in Zukunft zu tun (lt. Frage 1)

		Haushaltsnettoeinkommen (EURO)				Berufstätig	
	Total	bis 1.249	1.250- 1.749	1.750- 2.499	2.500 und mehr	ja	nein
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
Basis	666 *100.0%*	54**100.0%**	130 *100.0%*	214 *100.0%*	268 *100.0%*	384 *100.0%*	281 *100.0%*
Ein Hafen mit ''dicken Pötten''							
(1)Sehr wichtig \ gehört unbedingt dazu	92 *13.8%*	11 *20.7%*	18 *14.2%*	31 *14.3%*	32 *11.8%*	56 *14.6%*	36 *12.8%*
(2)	125 *18.8%*	13 *23.7%*	26 *19.8%*	40 *18.7%*	46 *17.3%*	73 *19.0%*	52 *18.4%*
(3)	207 *31.1%*	14 *25.1%*	44 *33.6%*	57 *26.8%*	93 *34.6%*	123 *31.9%*	85 *30.0%*
(4)	121 *18.1%*	6 *11.7%*	24 *18.3%*	40 *18.8%*	50 *18.8%*	70 *18.2%*	51 *18.1%*
(5)Ganz unwichtig	117 *17.6%*	10 *18.1%*	17 *13.4%*	43 *20.3%*	47 *17.4%*	63 *16.3%*	55 *19.5%*
weiß nicht/keine Angabe	4 *0.5%*	0 *0.7%*	1 *0.7%*	2 *1.0%*	- -	- -	4 *1.2%*
Total	666 *100.0%*	54 *100.0%*	130 *100.0%*	214 *100.0%*	268 *100.0%*	384 *100.0%*	281 *100.0%*
Top-Two-Boxes (Pos. 1,2)	217 *32.6%*	24 *44.5%*d	44 *34.0%*	71 *33.0%*	78 *29.2%*	129 *33.6%*	88 *31.2%*
Bottom-Two-Boxes (Pos. 4,5)	238 *35.8%*	16 *29.8%*	41 *31.7%*	84 *39.1%*	97 *36.3%*	132 *34.4%*	106 *37.6%*

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d - e/f
* small base

IPSOS GMBH **Repräsentativbefragung von 2.000 Personen ab 14 Jahren in Deutschland**
2009 **Capibus: C9042/3 Job-Nr.:09022961 Befragungszeitraum 10/09**

Urlaub an der Küste

Frage F2a
Was gehört für Sie bei einer Reise an die Küste an Nord- oder Ostsee unbedingt dazu? Bitte sagen Sie mir zu den folgenden Punkten, wie wichtig diese für Sie bei einem Urlaub an der Küste sind. Sagen Sie es mir bitte anhand einer Skala von 1 bis 5. Dabei bedeutet die 1 = "ist sehr wichtig, gehört unbedingt dazu" und die 5 bedeutet "ist ganz unwichtig". Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstufen.

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre Urlaub an der Nord- oder Ostseeküste gemacht haben, oder sich vorstellen können das in Zukunft zu tun (lt. Frage 1)

		Haushaltsnettoeinkommen (EURO)				Berufstätig	
	Total	bis 1.249	1.250- 1.749	1.750- 2.499	2.500 und mehr	ja	nein
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
Basis	666 *100.0%*	54**100.0%**	130 *100.0%*	214 *100.0%*	268 *100.0%*	384 *100.0%*	281 *100.0%*
Die Möglichkeit, frischen Fisch zu kaufen							
(1)Sehr wichtig \ gehört unbedingt dazu	237 *35.6%*	24 *45.2%*c	57 *44.1%*c	65 *30.2%*	91 *33.9%*	130 *33.9%*	107 *37.9%*
(2)	168 *25.2%*	17 *31.5%*	27 *20.5%*	60 *27.9%*	65 *24.2%*	100 *26.2%*	68 *24.0%*
(3)	150 *22.6%*	7 *12.7%*	21 *16.0%*	56 *26.1%*a	67 *25.0%*a	95 *24.7%*	55 *19.7%*
(4)	70 *10.5%*	2 *4.4%*	15 *11.2%*	21 *9.8%*	32 *11.8%*	43 *11.3%*	26 *9.3%*
(5)Ganz unwichtig	41 *6.1%*	3 *6.2%*	11 *8.2%*	13 *6.0%*	14 *5.1%*	15 *3.9%*	26 *9.2%*e
weiß nicht/keine Angabe	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -
Total	666 *100.0%*	54 *100.0%*	130 *100.0%*	214 *100.0%*	268 *100.0%*	384 *100.0%*	281 *100.0%*
Top-Two-Boxes (Pos. 1,2)	405 *60.8%*	41 *76.7%*cd	84 *64.6%*	124 *58.1%*	155 *58.0%*	231 *60.1%*	174 *61.9%*
Bottom-Two-Boxes (Pos. 4,5)	110 *16.6%*	6 *10.6%*	25 *19.4%*	34 *15.8%*	45 *17.0%*	58 *15.2%*	52 *18.4%*

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d - e/f
* small base

IPSOS GMBH
2009

Repräsentativbefragung von 2.000 Personen ab 14 Jahren in Deutschland
Capibus: C9042/3 Job-Nr.:09022961 Befragungszeitraum 10/09

Urlaub an der Küste

Frage F2a
Was gehört für Sie bei einer Reise an die Küste an Nord- oder Ostsee unbedingt dazu? Bitte sagen Sie mir zu den folgenden Punkten, wie wichtig diese für Sie bei einem Urlaub an der Küste sind. Sagen Sie es mir bitte anhand einer Skala von 1 bis 5. Dabei bedeutet die 1 = "ist sehr wichtig, gehört unbedingt dazu" und die 5 bedeutet "ist ganz unwichtig". Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstufen.

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre Urlaub an der Nord- oder Ostseeküste gemacht haben, oder sich vorstellen können das in Zukunft zu tun (lt. Frage 1)

		Haushaltsnettoeinkommen (EURO)				Berufstätig	
	Total	bis 1.249	1.250- 1.749	1.750- 2.499	2.500 und mehr	ja	nein
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
Basis	666 *100.0%*	54**100.0%**	130 *100.0%*	214 *100.0%*	268 *100.0%*	384 *100.0%*	281 *100.0%*
Strand am Meer zum Spazierengehen							
(1)Sehr wichtig \ gehört unbedingt dazu	471 *70.7%*	42 *77.3%*	91 *70.4%*	154 *71.9%*	184 *68.6%*	275 *71.7%*	196 *69.5%*
(2)	120 *18.0%*	6 *11.2%*	23 *17.7%*	38 *17.5%*	53 *19.8%*	64 *16.7%*	55 *19.7%*
(3)	29 *4.4%*	3 *6.1%*	6 *4.4%*	8 *3.9%*	12 *4.4%*	15 *4.0%*	14 *4.9%*
(4)	27 *4.1%*	2 *4.2%*	6 *4.8%*	8 *3.7%*	11 *4.1%*	20 *5.1%*	8 *2.8%*
(5)Ganz unwichtig	18 *2.7%*	1 *1.2%*	3 *2.6%*	6 *3.0%*	8 *3.0%*	9 *2.5%*	9 *3.1%*
weiß nicht/keine Angabe	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -
Total	666 *100.0%*	54 *100.0%*	130 *100.0%*	214 *100.0%*	268 *100.0%*	384 *100.0%*	281 *100.0%*
Top-Two-Boxes (Pos. 1,2)	591 *88.7%*	48 *88.5%*	114 *88.1%*	191 *89.5%*	237 *88.5%*	340 *88.4%*	251 *89.2%*
Bottom-Two-Boxes (Pos. 4,5)	46 *6.9%*	3 *5.4%*	10 *7.5%*	14 *6.6%*	19 *7.1%*	29 *7.6%*	17 *5.9%*

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d - e/f
* small base

IPSOS GMBH
2009

Repräsentativbefragung von 2.000 Personen ab 14 Jahren in Deutschland
Capibus: C9042/3 Job-Nr.:09022961 Befragungszeitraum 10/09

Urlaub an der Küste

Frage F2a
Was gehört für Sie bei einer Reise an die Küste an Nord- oder Ostsee unbedingt dazu? Bitte sagen Sie mir zu den folgenden Punkten, wie wichtig diese für Sie bei einem Urlaub an der Küste sind. Sagen Sie es mir bitte anhand einer Skala von 1 bis 5. Dabei bedeutet die 1 = "ist sehr wichtig, gehört unbedingt dazu" und die 5 bedeutet "ist ganz unwichtig". Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstufen.

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre Urlaub an der Nord- oder Ostseeküste gemacht haben, oder sich vorstellen können das in Zukunft zu tun (lt. Frage 1)

		Haushaltsnettoeinkommen (EURO)				Berufstätig	
	Total	bis 1.249	1.250- 1.749	1.750- 2.499	2.500 und mehr	ja	nein
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
Basis	666 *100.0%*	54**100.0%**	130 *100.0%*	214 *100.0%*	268 *100.0%*	384 *100.0%*	281 *100.0%*
Frische, gesunde Luft							
(1)Sehr wichtig \ gehört unbedingt dazu	526 *79.1%*	45 *84.4%*	100 *77.0%*	173 *80.8%*	208 *77.6%*	296 *76.9%*	231 *82.0%*
(2)	75 *11.3%*	4 *8.3%*	17 *12.8%*	20 *9.2%*	35 *12.9%*	48 *12.4%*	27 *9.8%*
(3)	22 *3.4%*	2 *2.9%*	5 *4.1%*	8 *3.7%*	8 *2.9%*	15 *3.8%*	8 *2.8%*
(4)	20 *3.0%*	- -	5 *3.7%*	7 *3.3%*	8 *3.1%*	15 *3.9%*	5 *1.8%*
(5)Ganz unwichtig	22 *3.2%*	2 *4.4%*	3 *2.5%*	7 *3.1%*	9 *3.5%*	11 *2.9%*	10 *3.7%*
weiß nicht/keine Angabe	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -
Total	666 *100.0%*	54 *100.0%*	130 *100.0%*	214 *100.0%*	268 *100.0%*	384 *100.0%*	281 *100.0%*
Top-Two-Boxes (Pos. 1,2)	601 *90.4%*	50 *92.7%*	117 *89.8%*	192 *89.9%*	242 *90.5%*	343 *89.4%*	258 *91.7%*
Bottom-Two-Boxes (Pos. 4,5)	42 *6.3%*	2 *4.4%*	8 *6.2%*	14 *6.4%*	18 *6.6%*	26 *6.9%*	15 *5.5%*

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d - e/f
* small base

Urlaub an der Küste

Frage F2a
Was gehört für Sie bei einer Reise an die Küste an Nord- oder Ostsee unbedingt dazu? Bitte sagen Sie mir zu den folgenden Punkten, wie wichtig diese für Sie bei einem Urlaub an der Küste sind. Sagen Sie es mir bitte anhand einer Skala von 1 bis 5. Dabei bedeutet die 1 = "ist sehr wichtig, gehört unbedingt dazu" und die 5 bedeutet "ist ganz unwichtig". Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstufen.

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre Urlaub an der Nord- oder Ostseeküste gemacht haben, oder sich vorstellen können das in Zukunft zu tun (lt. Frage 1)

	TOTAL	Haushalte mit Kindern unter 14 Jahren		Haushaltsgröße			
		ja	nein	1 Person	2 Personen	3 Personen	4 Personen und mehr
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
Basis	666 100.0%	153 100.0%	513 100.0%	104 100.0%	268 100.0%	118* 100.0%*	176* 100.0%*
Strand am Meer zum Baden							
(1)Sehr wichtig \ gehört unbedingt dazu	389 58.4%	107 70.2%b	281 54.9%	43 41.5%	150 56.1%c	74 62.5%c	121 69.1%cd
(2)	139 20.9%	27 17.5%	113 22.0%	35 33.3%def	48 18.0%	20 17.3%	36 20.6%
(3)	81 12.1%	7 4.6%	74 14.4%a	14 13.5%f	46 17.2%f	16 13.3%f	5 2.7%
(4)	32 4.8%	4 2.7%	28 5.4%	8 8.0%	12 4.5%	5 3.9%	7 3.8%
(5)Ganz unwichtig	25 3.8%	8 5.1%	17 3.4%	4 3.6%	11 4.2%	4 3.0%	7 3.9%
weiß nicht/keine Angabe	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -
Total	666 100.0%	153 100.0%	513 100.0%	104 100.0%	268 100.0%	118 100.0%	176 100.0%
Top-Two-Boxes (Pos. 1,2)	528 79.3%	134 87.7%b	394 76.9%	78 74.8%	199 74.2%	94 79.8%	158 89.6%cd
Bottom-Two-Boxes (Pos. 4,5)	57 8.6%	12 7.8%	45 8.8%	12 11.7%	23 8.7%	8 6.9%	13 7.6%

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b - c/d/e/f
* small base

IPSOS GMBH **Repräsentativbefragung von 2.000 Personen ab 14 Jahren in Deutschland**
2009 **Capibus: C9042/3 Job-Nr.:09022961 Befragungszeitraum 10/09**

Urlaub an der Küste

Frage F2a
Was gehört für Sie bei einer Reise an die Küste an Nord- oder Ostsee unbedingt dazu? Bitte sagen Sie mir zu den folgenden Punkten, wie wichtig diese für Sie bei einem Urlaub an der Küste sind. Sagen Sie es mir bitte anhand einer Skala von 1 bis 5. Dabei bedeutet die 1 = "ist sehr wichtig, gehört unbedingt dazu" und die 5 bedeutet "ist ganz unwichtig". Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstufen.

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre Urlaub an der Nord- oder Ostseeküste gemacht haben, oder sich vorstellen können das in Zukunft zu tun (lt. Frage 1)

	TOTAL	Haushalte mit Kindern unter 14 Jahren		Haushaltsgröße			
		ja	nein	1 Person	2 Personen	3 Personen	4 Personen und mehr
		(a)	*(b)*	*(c)*	*(d)*	*(e)*	*(f)*
Basis	666 ***100.0%***	153 ***100.0%***	513 ***100.0%***	104 ***100.0%***	268 ***100.0%***	118****100.0%**	176****100.0%**
Ein Fischer-Hafen mit Kuttern und Fischerbooten							
(1)Sehr wichtig \ gehört unbedingt dazu	167 ***25.0%***	40 ***26.2%***	127 ***24.7%***	28 ***27.0%***	68 ***25.3%***	35 ***29.7%***	36 ***20.3%***
(2)	226 ***33.9%***	53 ***34.5%***	173 ***33.7%***	33 ***32.2%***	102 ***38.0%***	34 ***28.7%***	56 ***32.1%***
(3)	164 ***24.6%***	39 ***25.8%***	125 ***24.3%***	29 ***27.8%***	57 ***21.2%***	30 ***25.4%***	48 ***27.5%***
(4)	68 ***10.2%***	9 ***5.9%***	59 ***11.5%***	10 ***9.5%***	28 ***10.3%***	9 ***7.2%***	22 ***12.4%***
(5)Ganz unwichtig	42 ***6.3%***	12 ***7.6%***	30 ***5.9%***	4 ***3.4%***	14 ***5.2%***	11 ***9.0%***	13 ***7.7%***
weiß nicht/keine Angabe	- **-**	- **-**	- **-**	- **-**	- **-**	- **-**	- **-**
Total	666 ***100.0%***	153 ***100.0%***	513 ***100.0%***	104 ***100.0%***	268 ***100.0%***	118 ***100.0%***	176 ***100.0%***
Top-Two-Boxes (Pos. 1,2)	392 ***58.9%***	93 ***60.7%***	299 ***58.4%***	61 ***59.3%***	170 ***63.3%***	69 ***58.4%***	92 ***52.4%***
Bottom-Two-Boxes (Pos. 4,5)	110 ***16.5%***	21 ***13.5%***	89 ***17.3%***	13 ***12.9%***	42 ***15.5%***	19 ***16.3%***	35 ***20.1%***

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b - c/d/e/f
* small base

Urlaub an der Küste

Frage F2a
Was gehört für Sie bei einer Reise an die Küste an Nord- oder Ostsee unbedingt dazu? Bitte sagen Sie mir zu den folgenden Punkten, wie wichtig diese für Sie bei einem Urlaub an der Küste sind. Sagen Sie es mir bitte anhand einer Skala von 1 bis 5. Dabei bedeutet die 1 = "ist sehr wichtig, gehört unbedingt dazu" und die 5 bedeutet "ist ganz unwichtig". Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstufen.

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre Urlaub an der Nord- oder Ostseeküste gemacht haben, oder sich vorstellen können das in Zukunft zu tun (lt. Frage 1)

	TOTAL	Haushalte mit Kindern unter 14 Jahren		Haushaltsgröße			
		ja	nein	1 Person	2 Personen	3 Personen	4 Personen und mehr
		(a)	*(b)*	*(c)*	*(d)*	*(e)*	*(f)*
Basis	666 ***100.0%***	153 ***100.0%***	513 ***100.0%***	104 ***100.0%***	268 ***100.0%***	118****100.0%**	176****100.0%**
Ein Hafen mit ''dicken Pötten''							
(1)Sehr wichtig \ gehört unbedingt dazu	92 ***13.8%***	21 ***13.8%***	71 ***13.8%***	16 ***15.8%***	39 ***14.5%***	16 ***13.3%***	21 ***12.0%***
(2)	125 ***18.8%***	32 ***21.0%***	93 ***18.1%***	24 ***22.7%***	52 ***19.2%***	18 ***14.9%***	32 ***18.4%***
(3)	207 ***31.1%***	46 ***30.1%***	161 ***31.4%***	35 ***34.1%***	81 ***30.3%***	36 ***30.5%***	55 ***31.2%***
(4)	121 ***18.1%***	25 ***16.6%***	95 ***18.6%***	14 ***13.5%***	52 ***19.4%***	27 ***22.8%***	28 ***15.8%***
(5)Ganz unwichtig	117 ***17.6%***	27 ***17.8%***	90 ***17.6%***	14 ***13.5%***	43 ***15.9%***	22 ***18.7%***	39 ***22.1%***
weiß nicht/keine Angabe	4 ***0.5%***	1 ***0.6%***	3 ***0.5%***	0 ***0.4%***	2 ***0.8%***	- **-**	1 ***0.5%***
Total	666 ***100.0%***	153 ***100.0%***	513 ***100.0%***	104 ***100.0%***	268 ***100.0%***	118 ***100.0%***	176 ***100.0%***
Top-Two-Boxes (Pos. 1,2)	217 ***32.6%***	53 ***34.8%***	164 ***31.9%***	40 ***38.5%***	90 ***33.7%***	33 ***28.1%***	53 ***30.4%***
Bottom-Two-Boxes (Pos. 4,5)	238 ***35.8%***	53 ***34.5%***	185 ***36.1%***	28 ***27.0%***	94 ***35.2%***	49 ***41.4%***c	67 ***37.9%***

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b - c/d/e/f
* small base

IPSOS GMBH **Repräsentativbefragung von 2.000 Personen ab 14 Jahren in Deutschland**
2009 **Capibus: C9042/3 Job-Nr.:09022961 Befragungszeitraum 10/09**

Urlaub an der Küste

Frage F2a
Was gehört für Sie bei einer Reise an die Küste an Nord- oder Ostsee unbedingt dazu? Bitte sagen Sie mir zu den folgenden Punkten, wie wichtig diese für Sie bei einem Urlaub an der Küste sind. Sagen Sie es mir bitte anhand einer Skala von 1 bis 5. Dabei bedeutet die 1 = "ist sehr wichtig, gehört unbedingt dazu" und die 5 bedeutet "ist ganz unwichtig". Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstufen.

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre Urlaub an der Nord- oder Ostseeküste gemacht haben, oder sich vorstellen können das in Zukunft zu tun (lt. Frage 1)

	TOTAL	Haushalte mit Kindern unter 14 Jahren		Haushaltsgröße			
		ja	nein	1 Person	2 Personen	3 Personen	4 Personen und mehr
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
Basis	666 100.0%	153 100.0%	513 100.0%	104 100.0%	268 100.0%	118* 100.0%*	176* 100.0%*
Die Möglichkeit, frischen Fisch zu kaufen							
(1)Sehr wichtig \ gehört unbedingt dazu	237 35.6%	55 36.1%	182 35.4%	40 39.0%	100 37.3%	39 33.0%	57 32.7%
(2)	168 25.2%	39 25.6%	129 25.2%	28 27.1%	69 25.7%	26 22.4%	45 25.4%
(3)	150 22.6%	33 21.7%	117 22.9%	23 21.8%	58 21.7%	29 24.5%	41 23.1%
(4)	70 10.5%	17 11.4%	52 10.2%	6 6.2%	26 9.5%	18 14.9%c	20 11.4%
(5)Ganz unwichtig	41 6.1%	8 5.3%	33 6.4%	6 5.9%	15 5.8%	6 5.1%	13 7.4%
weiß nicht/keine Angabe	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -
Total	666 100.0%	153 100.0%	513 100.0%	104 100.0%	268 100.0%	118 100.0%	176 100.0%
Top-Two-Boxes (Pos. 1,2)	405 60.8%	94 61.7%	311 60.6%	69 66.1%	169 63.0%	65 55.4%	102 58.1%
Bottom-Two-Boxes (Pos. 4,5)	110 16.6%	25 16.7%	85 16.5%	13 12.1%	41 15.3%	24 20.1%	33 18.8%

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b - c/d/e/f
* small base

Urlaub an der Küste

Frage F2a
Was gehört für Sie bei einer Reise an die Küste an Nord- oder Ostsee unbedingt dazu? Bitte sagen Sie mir zu den folgenden Punkten, wie wichtig diese für Sie bei einem Urlaub an der Küste sind. Sagen Sie es mir bitte anhand einer Skala von 1 bis 5. Dabei bedeutet die 1 = "ist sehr wichtig, gehört unbedingt dazu" und die 5 bedeutet "ist ganz unwichtig". Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstufen.

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre Urlaub an der Nord- oder Ostseeküste gemacht haben, oder sich vorstellen können das in Zukunft zu tun (lt. Frage 1)

	TOTAL	Haushalte mit Kindern unter 14 Jahren		Haushaltsgröße			
		ja	nein	1 Person	2 Personen	3 Personen	4 Personen und mehr
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
Basis	666 *100.0%*	153 *100.0%*	513 *100.0%*	104 *100.0%*	268 *100.0%*	118**100.0%**	176**100.0%**
Strand am Meer zum Spazierengehen							
(1)Sehr wichtig \ gehört unbedingt dazu	471 *70.7%*	111 *72.9%*	360 *70.1%*	72 *69.8%*	193 *71.9%*	79 *66.9%*	127 *72.0%*
(2)	120 *18.0%*	24 *15.4%*	96 *18.8%*	20 *19.4%*	46 *17.1%*	19 *16.1%*	35 *19.8%*
(3)	29 *4.4%*	8 *5.4%*	21 *4.1%*	7 *6.9%*	7 *2.7%*	9 *7.4%*	6 *3.4%*
(4)	27 *4.1%*	4 *2.5%*	24 *4.6%*	3 *3.3%*	16 *5.9%*	6 *4.9%*	2 *1.3%*
(5)Ganz unwichtig	18 *2.7%*	6 *3.8%*	12 *2.4%*	1 *0.6%*	6 *2.3%*	5 *4.6%*	6 *3.4%*
weiß nicht/keine Angabe	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -
Total	666 *100.0%*	153 *100.0%*	513 *100.0%*	104 *100.0%*	268 *100.0%*	118 *100.0%*	176 *100.0%*
Top-Two-Boxes (Pos. 1,2)	591 *88.7%*	135 *88.3%*	456 *88.9%*	93 *89.2%*	239 *89.0%*	98 *83.1%*	161 *91.8%*
Bottom-Two-Boxes (Pos. 4,5)	46 *6.9%*	10 *6.3%*	36 *7.0%*	4 *3.9%*	22 *8.3%*	11 *9.5%*	8 *4.8%*

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b - c/d/e/f
* small base

IPSOS GMBH
2009

Repräsentativbefragung von 2.000 Personen ab 14 Jahren in Deutschland
Capibus: C9042/3 Job-Nr.:09022961 Befragungszeitraum 10/09

Urlaub an der Küste

Frage F2a
Was gehört für Sie bei einer Reise an die Küste an Nord- oder Ostsee unbedingt dazu? Bitte sagen Sie mir zu den folgenden Punkten, wie wichtig diese für Sie bei einem Urlaub an der Küste sind. Sagen Sie es mir bitte anhand einer Skala von 1 bis 5. Dabei bedeutet die 1 = "ist sehr wichtig, gehört unbedingt dazu" und die 5 bedeutet "ist ganz unwichtig". Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstufen.

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre Urlaub an der Nord- oder Ostseeküste gemacht haben, oder sich vorstellen können das in Zukunft zu tun (lt. Frage 1)

	TOTAL	Haushalte mit Kindern unter 14 Jahren		Haushaltsgröße			
		ja	nein	1 Person	2 Personen	3 Personen	4 Personen und mehr
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
Basis	666 **100.0%**	153 **100.0%**	513 **100.0%**	104 **100.0%**	268 **100.0%**	118***100.0%***	176***100.0%***
Frische, gesunde Luft							
(1)Sehr wichtig \ gehört unbedingt dazu	526 **79.1%**	119 **78.1%**	407 **79.3%**	84 **81.4%**	215 **80.0%**	89 **75.7%**	138 **78.4%**
(2)	75 **11.3%**	15 **9.7%**	60 **11.8%**	13 **12.6%**	26 **9.6%**	15 **12.7%**	22 **12.2%**
(3)	22 **3.4%**	11 **7.3%**b	11 **2.2%**	3 **2.7%**	6 **2.4%**	3 **2.6%**	10 **5.7%**
(4)	20 **3.0%**	3 **2.1%**	17 **3.3%**	1 **0.9%**	11 **4.3%**	7 **5.6%**f	1 **0.7%**
(5)Ganz unwichtig	22 **3.2%**	4 **2.8%**	17 **3.4%**	2 **2.4%**	10 **3.7%**	4 **3.5%**	5 **2.9%**
weiß nicht/keine Angabe	- **-**	- **-**	- **-**	- **-**	- **-**	- **-**	- **-**
Total	666 **100.0%**	153 **100.0%**	513 **100.0%**	104 **100.0%**	268 **100.0%**	118 **100.0%**	176 **100.0%**
Top-Two-Boxes (Pos. 1,2)	601 **90.4%**	134 **87.8%**	467 **91.1%**	98 **94.0%**	240 **89.6%**	104 **88.4%**	159 **90.7%**
Bottom-Two-Boxes (Pos. 4,5)	42 **6.3%**	7 **4.9%**	34 **6.7%**	3 **3.2%**	21 **8.0%**	11 **9.1%**	6 **3.6%**

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b - c/d/e/f
* small base

Urlaub an der Küste

Frage F2a
Was gehört für Sie bei einer Reise an die Küste an Nord- oder Ostsee unbedingt dazu? Bitte sagen Sie mir zu den folgenden Punkten, wie wichtig diese für Sie bei einem Urlaub an der Küste sind. Sagen Sie es mir bitte anhand einer Skala von 1 bis 5. Dabei bedeutet die 1 = "ist sehr wichtig, gehört unbedingt dazu" und die 5 bedeutet "ist ganz unwichtig". Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstufen.

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre Urlaub an der Nord- oder Ostseeküste gemacht haben, oder sich vorstellen können das in Zukunft zu tun (lt. Frage 1)

	TOTAL	Life Stages					
		Younger people (14-39)	Families with small kids	Families with older kids	Mid aged people (40-59)	Seniors (single household)	Seniors (companion-ship)
		(a)	*(b)*	*(c)*	*(d)*	*(e)*	*(f)*
Basis	666 ***100.0%***	126**100.0%***	55**100.0%***	98**100.0%***	206 ***100.0%***	50**100.0%***	131 ***100.0%***
Strand am Meer zum Baden							
(1)Sehr wichtig \ gehört unbedingt dazu	389 ***58.4%***	86 ***68.0%***def	36 ***65.4%***e	71 ***72.9%***def	110 ***53.5%***e	15 ***29.9%***	70 ***53.8%***e
(2)	139 ***20.9%***	21 ***16.4%***	9 ***16.4%***	18 ***18.1%***	53 ***25.8%***	17 ***34.3%***abcf	22 ***16.6%***
(3)	81 ***12.1%***	10 ***7.9%***	3 ***6.2%***	4 ***3.6%***	29 ***14.2%***c	11 ***22.8%***abc	23 ***17.6%***ac
(4)	32 ***4.8%***	5 ***4.2%***	3 ***4.7%***	2 ***1.5%***	10 ***4.8%***	5 ***9.7%***c	7 ***5.7%***
(5)Ganz unwichtig	25 ***3.8%***	4 ***3.4%***	4 ***7.3%***d	4 ***3.9%***	3 ***1.6%***	2 ***3.3%***	8 ***6.3%***d
weiß nicht/keine Angabe	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -
Total	666 ***100.0%***	126 ***100.0%***	55 ***100.0%***	98 ***100.0%***	206 ***100.0%***	50 ***100.0%***	131 ***100.0%***
Top-Two-Boxes (Pos. 1,2)	528 ***79.3%***	107 ***84.4%***ef	45 ***81.8%***	89 ***91.0%***def	164 ***79.4%***e	32 ***64.2%***	92 ***70.4%***
Bottom-Two-Boxes (Pos. 4,5)	57 ***8.6%***	10 ***7.7%***	7 ***12.0%***	5 ***5.4%***	13 ***6.4%***	6 ***13.0%***	16 ***12.0%***

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d/e/f
* small base

Urlaub an der Küste

Frage F2a
Was gehört für Sie bei einer Reise an die Küste an Nord- oder Ostsee unbedingt dazu? Bitte sagen Sie mir zu den folgenden Punkten, wie wichtig diese für Sie bei einem Urlaub an der Küste sind. Sagen Sie es mir bitte anhand einer Skala von 1 bis 5. Dabei bedeutet die 1 = "ist sehr wichtig, gehört unbedingt dazu" und die 5 bedeutet "ist ganz unwichtig". Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstufen.

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre Urlaub an der Nord- oder Ostseeküste gemacht haben, oder sich vorstellen können das in Zukunft zu tun (lt. Frage 1)

	TOTAL	Life Stages					
		Younger people (14-39)	Families with small kids	Families with older kids	Mid aged people (40-59)	Seniors (single household)	Seniors (companion-ship)
		(a)	*(b)*	*(c)*	*(d)*	*(e)*	*(f)*
Basis	666 ***100.0%***	126**100.0%***	55**100.0%***	98**100.0%***	206 ***100.0%***	50**100.0%***	131 ***100.0%***
Ein Fischer-Hafen mit Kuttern und Fischerbooten							
(1)Sehr wichtig \ gehört unbedingt dazu	167 ***25.0%***	31 ***24.6%***	14 ***25.9%***	26 ***26.4%***	46 ***22.4%***	16 ***33.0%***	33 ***25.2%***
(2)	226 ***33.9%***	43 ***34.0%***	23 ***42.1%***	29 ***30.2%***	62 ***30.2%***	15 ***31.3%***	52 ***39.7%***
(3)	164 ***24.6%***	32 ***25.1%***	12 ***22.5%***	27 ***27.7%***	58 ***28.0%***	11 ***21.9%***	24 ***18.6%***
(4)	68 ***10.2%***	11 ***8.6%***	1 ***1.8%***	8 ***8.2%***	26 ***12.6%***b	5 ***10.8%***	17 ***12.8%***b
(5)Ganz unwichtig	42 ***6.3%***	10 ***7.7%***	4 ***7.7%***	7 ***7.5%***	14 ***6.8%***	2 ***3.1%***	5 ***3.7%***
weiß nicht/keine Angabe	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -
Total	666 ***100.0%***	126 ***100.0%***	55 ***100.0%***	98 ***100.0%***	206 ***100.0%***	50 ***100.0%***	131 ***100.0%***
Top-Two-Boxes (Pos. 1,2)	392 ***58.9%***	74 ***58.7%***	38 ***68.0%***	55 ***56.6%***	108 ***52.6%***	32 ***64.2%***	85 ***64.9%***
Bottom-Two-Boxes (Pos. 4,5)	110 ***16.5%***	20 ***16.2%***	5 ***9.5%***	15 ***15.7%***	40 ***19.4%***	7 ***13.9%***	22 ***16.5%***

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d/e/f
* small base

Urlaub an der Küste

Frage F2a
Was gehört für Sie bei einer Reise an die Küste an Nord- oder Ostsee unbedingt dazu? Bitte sagen Sie mir zu den folgenden Punkten, wie wichtig diese für Sie bei einem Urlaub an der Küste sind. Sagen Sie es mir bitte anhand einer Skala von 1 bis 5. Dabei bedeutet die 1 = "ist sehr wichtig, gehört unbedingt dazu" und die 5 bedeutet "ist ganz unwichtig". Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstufen.

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre Urlaub an der Nord- oder Ostseeküste gemacht haben, oder sich vorstellen können das in Zukunft zu tun (lt. Frage 1)

	TOTAL	Life Stages					
		Younger people (14-39)	Families with small kids	Families with older kids	Mid aged people (40-59)	Seniors (single household)	Seniors (companion-ship)
		(a)	*(b)*	*(c)*	*(d)*	*(e)*	*(f)*
Basis	666 ***100.0%***	126**100.0%***	55**100.0%***	98**100.0%***	206 ***100.0%***	50**100.0%***	131 ***100.0%***
Ein Hafen mit ''dicken Pötten''							
(1)Sehr wichtig \ gehört unbedingt dazu	92 ***13.8%***	17 ***13.5%***	6 ***11.8%***	15 ***15.0%***	28 ***13.7%***	8 ***17.1%***	17 ***13.1%***
(2)	125 ***18.8%***	27 ***21.3%***	15 ***27.1%***	17 ***17.6%***	37 ***18.2%***	10 ***20.6%***	18 ***14.0%***
(3)	207 ***31.1%***	32 ***25.4%***	12 ***21.8%***	34 ***34.8%***	64 ***30.9%***	18 ***37.0%***	47 ***36.1%***
(4)	121 ***18.1%***	23 ***18.5%***	10 ***17.5%***	16 ***16.1%***	41 ***20.0%***	5 ***9.6%***	26 ***19.7%***
(5)Ganz unwichtig	117 ***17.6%***	26 ***20.2%***	11 ***20.0%***	16 ***16.6%***	35 ***17.1%***	8 ***15.8%***	22 ***16.5%***
weiß nicht/keine Angabe	4 ***0.5%***	1 ***1.1%***	1 ***1.7%***	- ***-***	0 ***0.2%***	- ***-***	1 ***0.6%***
Total	666 ***100.0%***	126 ***100.0%***	55 ***100.0%***	98 ***100.0%***	206 ***100.0%***	50 ***100.0%***	131 ***100.0%***
Top-Two-Boxes (Pos. 1,2)	217 ***32.6%***	44 ***34.7%***	21 ***38.9%***	32 ***32.5%***	66 ***31.9%***	19 ***37.6%***	36 ***27.1%***
Bottom-Two-Boxes (Pos. 4,5)	238 ***35.8%***	49 ***38.8%***	21 ***37.6%***	32 ***32.7%***	76 ***37.0%***	13 ***25.4%***	47 ***36.2%***

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d/e/f
* small base

Urlaub an der Küste

Frage F2a
Was gehört für Sie bei einer Reise an die Küste an Nord- oder Ostsee unbedingt dazu? Bitte sagen Sie mir zu den folgenden Punkten, wie wichtig diese für Sie bei einem Urlaub an der Küste sind. Sagen Sie es mir bitte anhand einer Skala von 1 bis 5. Dabei bedeutet die 1 = "ist sehr wichtig, gehört unbedingt dazu" und die 5 bedeutet "ist ganz unwichtig". Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstufen.

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre Urlaub an der Nord- oder Ostseeküste gemacht haben, oder sich vorstellen können das in Zukunft zu tun (lt. Frage 1)

	TOTAL	Life Stages					
		Younger people (14-39)	Families with small kids	Families with older kids	Mid aged people (40-59)	Seniors (single household)	Seniors (companion-ship)
		(a)	*(b)*	*(c)*	*(d)*	*(e)*	*(f)*
Basis	666 ***100.0%***	126**100.0%***	55**100.0%***	98**100.0%***	206 ***100.0%***	50**100.0%***	131 ***100.0%***
Die Möglichkeit, frischen Fisch zu kaufen							
(1)Sehr wichtig \ gehört unbedingt dazu	237 ***35.6%***	33 ***26.4%***	20 ***35.7%***	35 ***36.3%***	66 ***32.2%***	26 ***52.7%***ad	56 ***42.8%***a
(2)	168 ***25.2%***	36 ***28.2%***	13 ***23.6%***	26 ***26.7%***	51 ***24.8%***	11 ***22.8%***	31 ***23.6%***
(3)	150 ***22.6%***	34 ***27.1%***f	12 ***22.5%***	21 ***21.2%***	53 ***25.8%***f	11 ***21.9%***	19 ***14.6%***
(4)	70 ***10.5%***	17 ***13.1%***e	8 ***14.1%***e	10 ***9.9%***	24 ***11.8%***	1 ***2.6%***	10 ***7.6%***
(5)Ganz unwichtig	41 ***6.1%***	7 ***5.2%***	2 ***4.2%***	6 ***5.9%***	11 ***5.4%***	- **-**	15 ***11.4%***e
weiß nicht/keine Angabe	- **-**	- **-**	- **-**	- **-**	- **-**	- **-**	- **-**
Total	666 ***100.0%***	126 ***100.0%***	55 ***100.0%***	98 ***100.0%***	206 ***100.0%***	50 ***100.0%***	131 ***100.0%***
Top-Two-Boxes (Pos. 1,2)	405 ***60.8%***	69 ***54.6%***	33 ***59.3%***	61 ***63.0%***	118 ***57.0%***	37 ***75.4%***ad	87 ***66.4%***
Bottom-Two-Boxes (Pos. 4,5)	110 ***16.6%***	23 ***18.3%***e	10 ***18.2%***e	15 ***15.8%***e	35 ***17.2%***e	1 ***2.6%***	25 ***19.0%***e

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d/e/f
* small base

Urlaub an der Küste

Frage F2a
Was gehört für Sie bei einer Reise an die Küste an Nord- oder Ostsee unbedingt dazu? Bitte sagen Sie mir zu den folgenden Punkten, wie wichtig diese für Sie bei einem Urlaub an der Küste sind. Sagen Sie es mir bitte anhand einer Skala von 1 bis 5. Dabei bedeutet die 1 = "ist sehr wichtig, gehört unbedingt dazu" und die 5 bedeutet "ist ganz unwichtig". Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstufen.

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre Urlaub an der Nord- oder Ostseeküste gemacht haben, oder sich vorstellen können das in Zukunft zu tun (lt. Frage 1)

	TOTAL	Life Stages					
		Younger people (14-39)	Families with small kids	Families with older kids	Mid aged people (40-59)	Seniors (single household)	Seniors (companion-ship)
		(a)	*(b)*	*(c)*	*(d)*	*(e)*	*(f)*
Basis	666 ***100.0%***	126**100.0%***	55**100.0%***	98**100.0%***	206 ***100.0%***	50**100.0%***	131 ***100.0%***
Strand am Meer zum Spazierengehen							
(1)Sehr wichtig \ gehört unbedingt dazu	471 ***70.7%***	75 ***59.3%***	37 ***66.4%***	75 ***76.6%***a	146 ***70.7%***	42 ***84.8%***abd	97 ***74.0%***a
(2)	120 ***18.0%***	35 ***27.8%***cde	12 ***21.9%***	11 ***11.7%***	32 ***15.4%***	5 ***10.6%***	24 ***18.4%***
(3)	29 ***4.4%***	7 ***5.7%***	3 ***4.8%***	6 ***5.7%***	10 ***4.8%***	1 ***3.0%***	3 ***1.9%***
(4)	27 ***4.1%***	6 ***4.9%***	2 ***3.3%***	2 ***2.1%***	15 ***7.1%***f	1 ***1.7%***	2 ***1.5%***
(5)Ganz unwichtig	18 ***2.7%***	3 ***2.3%***	2 ***3.6%***	4 ***4.0%***	4 ***2.0%***	- **-**	5 ***4.1%***
weiß nicht/keine Angabe	- **-**	- **-**	- **-**	- **-**	- **-**	- **-**	- **-**
Total	666 ***100.0%***	126 ***100.0%***	55 ***100.0%***	98 ***100.0%***	206 ***100.0%***	50 ***100.0%***	131 ***100.0%***
Top-Two-Boxes (Pos. 1,2)	591 ***88.7%***	110 ***87.2%***	49 ***88.3%***	86 ***88.3%***	177 ***86.1%***	47 ***95.4%***	121 ***92.4%***
Bottom-Two-Boxes (Pos. 4,5)	46 ***6.9%***	9 ***7.1%***	4 ***6.9%***	6 ***6.0%***	19 ***9.2%***	1 ***1.7%***	7 ***5.6%***

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d/e/f
* small base

Urlaub an der Küste

Frage F2a
Was gehört für Sie bei einer Reise an die Küste an Nord- oder Ostsee unbedingt dazu? Bitte sagen Sie mir zu den folgenden Punkten, wie wichtig diese für Sie bei einem Urlaub an der Küste sind. Sagen Sie es mir bitte anhand einer Skala von 1 bis 5. Dabei bedeutet die 1 = "ist sehr wichtig, gehört unbedingt dazu" und die 5 bedeutet "ist ganz unwichtig". Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstufen.

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre Urlaub an der Nord- oder Ostseeküste gemacht haben, oder sich vorstellen können das in Zukunft zu tun (lt. Frage 1)

	TOTAL	Life Stages					
		Younger people (14-39)	Families with small kids	Families with older kids	Mid aged people (40-59)	Seniors (single household)	Seniors (companion-ship)
		(a)	*(b)*	*(c)*	*(d)*	*(e)*	*(f)*
Basis	666 ***100.0%***	126**100.0%***	55**100.0%***	98**100.0%***	206 ***100.0%***	50**100.0%***	131 ***100.0%***
Frische, gesunde Luft							
(1)Sehr wichtig \ gehört unbedingt dazu	526 ***79.1%***	94 ***74.2%***	44 ***78.9%***	76 ***77.7%***	155 ***75.2%***	45 ***91.5%***ad	113 ***86.2%***ad
(2)	75 ***11.3%***	25 ***19.5%***ef	4 ***8.1%***	10 ***10.6%***	25 ***11.9%***	3 ***6.8%***	8 ***6.0%***
(3)	22 ***3.4%***	1 ***0.5%***	5 ***8.2%***a	7 ***6.8%***a	7 ***3.5%***	1 ***1.8%***	3 ***2.0%***
(4)	20 ***3.0%***	5 ***4.2%***	2 ***3.0%***	2 ***1.6%***	10 ***4.9%***	- **-**	1 ***1.1%***
(5)Ganz unwichtig	22 ***3.2%***	2 ***1.5%***	1 ***1.8%***	3 ***3.3%***	9 ***4.5%***	- **-**	6 ***4.7%***
weiß nicht/keine Angabe	- **-**	- **-**	- **-**	- **-**	- **-**	- **-**	- **-**
Total	666 ***100.0%***	126 ***100.0%***	55 ***100.0%***	98 ***100.0%***	206 ***100.0%***	50 ***100.0%***	131 ***100.0%***
Top-Two-Boxes (Pos. 1,2)	601 ***90.4%***	118 ***93.7%***	48 ***87.0%***	86 ***88.3%***	180 ***87.2%***	49 ***98.2%***bd	121 ***92.2%***
Bottom-Two-Boxes (Pos. 4,5)	42 ***6.3%***	7 ***5.8%***	3 ***4.8%***	5 ***5.0%***	19 ***9.4%***e	- **-**	8 ***5.9%***

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d/e/f
* small base

Urlaub an der Küste

Frage F2b
Gibt es sonst noch etwas, das für Sie zu einer Reise an die Nord- oder Ostseeküste unbedingt dazu gehört?
Wenn ja: Und was gehört für Sie unbedingt zu einer Reise an die Nord- oder Ostseeküste?

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre Urlaub an der Nord- oder Ostseeküste gemacht haben, oder sich vorstellen können das in Zukunft zu tun (lt. Frage 1)

	TOTAL	Geschlecht		Altersgruppen (Jahre)			Schulbildung		
		Frauen	Männer	-34	35-54	55+	Haupt-schule	weiterführende Schule ohne Abitur	Abitur/ Universität
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)	(g)	(h)
Basis	666 *100.0%*	339 *100.0%*	326 *100.0%*	153 *100.0%*	280 *100.0%*	233 *100.0%*	226 *100.0%*	269 *100.0%*	171 *100.0%*
Urlaub / Aktivitäten / Urlaubsangebote	165 *24.9%*	81 *24.0%*	84 *25.7%*	39 *25.7%*	78 *28.0%*	48 *20.5%*	64 *28.3%*	60 *22.2%*	42 *24.5%*
Landschaft / Umgebung / Atmosphäre	200 *30.1%*	115 *33.8%*	86 *26.3%*	47 *30.4%*	84 *29.9%*	70 *30.2%*	67 *29.9%*	79 *29.5%*	54 *31.4%*
Erholung/ Gesundheit	55 *8.2%*	31 *9.1%*	24 *7.3%*	7 *4.6%*	30 *10.8%*	17 *7.5%*	17 *7.3%*	24 *9.1%*	14 *8.1%*
Kulinarisches	57 *8.6%*	31 *9.2%*	26 *7.9%*	12 *7.5%*	26 *9.2%*	20 *8.4%*	18 *7.8%*	26 *9.7%*	13 *7.8%*
Sonstiges	51 *7.7%*	27 *7.9%*	24 *7.5%*	17 *11.2%*	19 *6.9%*	15 *6.3%*	18 *8.1%*	21 *8.0%*	11 *6.7%*
Nein, nichts weiter	225 *33.8%*	110 *32.4%*	115 *35.4%*	53 *34.6%*	84 *30.2%*	88 *37.7%*	73 *32.1%*	98 *36.6%*	54 *31.7%*
Total	916 *137.6%*	488 *143.9%*	428 *131.1%*	216 *141.1%*	397 *142.0%*	303 *130.1%*	306 *135.6%*	386 *143.6%*	224 *131.0%*

Urlaub an der Küste

Frage F2b
Gibt es sonst noch etwas, das für Sie zu einer Reise an die Nord- oder Ostseeküste unbedingt dazu gehört?
Wenn ja: Und was gehört für Sie unbedingt zu einer Reise an die Nord- oder Ostseeküste?

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre Urlaub an der Nord- oder Ostseeküste gemacht haben, oder sich vorstellen können das in Zukunft zu tun (lt. Frage 1)

		Nielsengebiete							
	TOTAL	**Nielsen 1**	**Nielsen 2**	**Nielsen 3a**	**Nielsen 3b**	**Nielsen 4**	**Nielsen 5**	**Nielsen 6**	**Nielsen 7**
		(a)	***(b)***	***(c)***	***(d)***	***(e)***	***(f)***	***(g)***	***(h)***
Basis	666 ***100.0%***	153 ***100.0%***	157 ***100.0%***	68****100.0%****	61****100.0%****	67****100.0%****	25****100.0%*****	71****100.0%****	63****100.0%****
Urlaub / Aktivitäten / Urlaubsangebote	165 ***24.9%***	51 ***33.3%***dg	53 ***33.7%***dg	16 ***23.6%***g	7 ***11.6%***	16 ***23.9%***g	4 ***13.9%***	6 ***8.6%***	13 ***20.1%***
Landschaft / Umgebung / Atmosphäre	200 ***30.1%***	48 ***31.3%***d	50 ***31.8%***d	17 ***25.0%***	8 ***13.0%***	29 ***42.8%***dg	11 ***42.9%***	14 ***19.8%***	24 ***38.1%***dg
Erholung/ Gesundheit	55 ***8.2%***	17 ***11.3%***cd	21 ***13.5%***cd	- ***-***	- ***-***	5 ***7.4%***	3 ***13.6%***	5 ***6.9%***c	3 ***4.8%***
Kulinarisches	57 ***8.6%***	13 ***8.7%***	22 ***14.0%***dg	6 ***9.3%***	2 ***3.2%***	8 ***11.2%***	- ***-***	2 ***3.0%***	4 ***5.8%***
Sonstiges	51 ***7.7%***	17 ***10.8%***e	18 ***11.2%***ce	1 ***2.2%***	5 ***7.7%***	0 ***0.7%***	3 ***11.0%***	3 ***4.7%***	4 ***6.7%***
Nein, nichts weiter	225 ***33.8%***	40 ***26.5%***	33 ***20.8%***	29 ***42.8%***ab	30 ***49.4%***ab	22 ***32.1%***	5 ***18.5%***	45 ***63.8%***abceh	21 ***33.8%***
Total	916 ***137.6%***	220 ***144.3%***	244 ***155.0%***	89 ***130.9%***	68 ***111.0%***	100 ***148.9%***	31 ***120.9%***	85 ***120.8%***	78 ***125.0%***

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d/e/f/g/h
* small base; ** very small base (under 30) ineligible for sig testing

Urlaub an der Küste

Frage F2b
Gibt es sonst noch etwas, das für Sie zu einer Reise an die Nord- oder Ostseeküste unbedingt dazu gehört?
Wenn ja: Und was gehört für Sie unbedingt zu einer Reise an die Nord- oder Ostseeküste?

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre Urlaub an der Nord- oder Ostseeküste gemacht haben, oder sich vorstellen können das in Zukunft zu tun (lt. Frage 1)

	Total	Haushaltsnettoeinkommen (EURO)				Berufstätig	
		bis 1.249	1.250-1.749	1.750-2.499	2.500 und mehr	ja	nein
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
Basis	666 *100.0%*	54* *100.0%**	130 *100.0%*	214 *100.0%*	268 *100.0%*	384 *100.0%*	281 *100.0%*
Urlaub / Aktivitäten / Urlaubsangebote	165 *24.9%*	11 *20.0%*	32 *24.9%*	47 *22.2%*	75 *28.0%*	104 *27.1%*	61 *21.8%*
Landschaft / Umgebung / Atmosphäre	200 *30.1%*	20 *37.1%*	43 *33.4%*	60 *28.2%*	77 *28.7%*	115 *30.1%*	85 *30.2%*
Erholung/ Gesundheit	55 *8.2%*	4 *7.1%*	8 *6.2%*	14 *6.3%*	29 *11.0%*	33 *8.7%*	22 *7.7%*
Kulinarisches	57 *8.6%*	3 *6.4%*	16 *12.4%*	13 *5.9%*	25 *9.2%*	36 *9.4%*	21 *7.4%*
Sonstiges	51 *7.7%*	5 *8.9%*	9 *6.5%*	17 *7.7%*	21 *7.9%*	23 *6.0%*	28 *9.9%*
Nein, nichts weiter	225 *33.8%*	19 *35.1%*	45 *34.7%*	79 *36.8%*	83 *30.8%*	120 *31.4%*	105 *37.2%*
Total	916 *137.6%*	73 *135.0%*	188 *144.5%*	272 *126.9%*	384 *143.4%*	532 *138.6%*	384 *136.4%*

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d - e/f
* small base

IPSOS GMBH
2009

Repräsentativbefragung von 2.000 Personen ab 14 Jahren in Deutschland
Capibus: C9042/3 Job-Nr.:09022961 Befragungszeitraum 10/09

Urlaub an der Küste

Frage F2b
Gibt es sonst noch etwas, das für Sie zu einer Reise an die Nord- oder Ostseeküste unbedingt dazu gehört?
Wenn ja: Und was gehört für Sie unbedingt zu einer Reise an die Nord- oder Ostseeküste?

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre Urlaub an der Nord- oder Ostseeküste gemacht haben, oder sich vorstellen können das in Zukunft zu tun (lt. Frage 1)

		Haushalte mit Kindern unter 14 Jahren		Haushaltsgröße			
	TOTAL	ja	nein	1 Person	2 Personen	3 Personen	4 Personen und mehr
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
Basis	666 ***100.0%***	153 ***100.0%***	513 ***100.0%***	104 ***100.0%***	268 ***100.0%***	118***100.0%***	176***100.0%***
Urlaub / Aktivitäten / Urlaubsangebote	165 ***24.9%***	48 ***31.7%***	117 ***22.8%***	17 ***16.5%***	63 ***23.3%***	39 ***33.1%***c	47 ***26.6%***
Landschaft / Umgebung / Atmosphäre	200 ***30.1%***	40 ***26.5%***	160 ***31.2%***	29 ***28.3%***	75 ***27.9%***	38 ***32.4%***	58 ***33.0%***
Erholung/ Gesundheit	55 ***8.2%***	15 ***9.5%***	40 ***7.9%***	4 ***4.0%***	17 ***6.3%***	14 ***11.7%***c	20 ***11.3%***
Kulinarisches	57 ***8.6%***	12 ***7.6%***	45 ***8.8%***	8 ***7.7%***	23 ***8.5%***	11 ***9.2%***	16 ***8.9%***
Sonstiges	51 ***7.7%***	13 ***8.4%***	38 ***7.5%***	6 ***5.9%***	14 ***5.2%***	11 ***9.2%***	20 ***11.4%***
Nein, nichts weiter	225 ***33.8%***	44 ***28.9%***	181 ***35.3%***	42 ***40.1%***f	102 ***38.0%***f	36 ***30.7%***	45 ***25.8%***
Total	916 ***137.6%***	212 ***138.7%***	704 ***137.3%***	123 ***119.0%***	352 ***131.2%***	179 ***152.1%***	262 ***148.9%***

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b - c/d/e/f
* small base

IPSOS GMBH
2009

Repräsentativbefragung von 2.000 Personen ab 14 Jahren in Deutschland
Capibus: C9042/3 Job-Nr.:09022961 Befragungszeitraum 10/09

Urlaub an der Küste

Frage F2b
Gibt es sonst noch etwas, das für Sie zu einer Reise an die Nord- oder Ostseeküste unbedingt dazu gehört?
Wenn ja: Und was gehört für Sie unbedingt zu einer Reise an die Nord- oder Ostseeküste?

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre Urlaub an der Nord- oder Ostseeküste gemacht haben, oder sich vorstellen können das in Zukunft zu tun (lt. Frage 1)

	TOTAL	Life Stages					
		Younger people (14-39)	Families with small kids	Families with older kids	Mid aged people (40-59)	Seniors (single household)	Seniors (companion-ship)
		(a)	*(b)*	*(c)*	*(d)*	*(e)*	*(f)*
Basis	666 ***100.0%***	126**100.0%***	55**100.0%***	98**100.0%***	206 ***100.0%***	50**100.0%***	131 ***100.0%***
Urlaub / Aktivitäten / Urlaubsangebote	165 ***24.9%***	31 ***24.4%***	21 ***38.3%***de	27 ***28.0%***	48 ***23.1%***	7 ***14.9%***	31 ***23.8%***
Landschaft / Umgebung / Atmosphäre	200 ***30.1%***	43 ***33.7%***	17 ***30.0%***	24 ***24.5%***	61 ***29.8%***	18 ***35.9%***	38 ***29.2%***
Erholung/ Gesundheit	55 ***8.2%***	7 ***5.8%***	7 ***11.9%***	8 ***8.2%***	20 ***9.7%***	2 ***3.8%***	11 ***8.4%***
Kulinarisches	57 ***8.6%***	12 ***9.3%***	5 ***8.2%***	7 ***7.3%***	22 ***10.6%***	3 ***6.6%***	8 ***6.5%***
Sonstiges	51 ***7.7%***	12 ***9.5%***	3 ***5.9%***	10 ***9.9%***	14 ***6.6%***	4 ***8.9%***	8 ***6.4%***
Nein, nichts weiter	225 ***33.8%***	45 ***35.7%***	16 ***28.4%***	29 ***29.2%***	70 ***33.8%***	18 ***35.4%***	49 ***37.2%***
Total	916 ***137.6%***	182 ***144.5%***	83 ***149.4%***	129 ***132.6%***	289 ***140.4%***	58 ***117.8%***	174 ***133.0%***

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d/e/f
* small base

Urlaub an der Küste

Frage F3
An ungefähr wie vielen Tagen in den letzten 3 Jahren haben Sie die deutsche Nordseeküste als Urlauber oder Tagesausflügler besucht?

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre Urlaub an der deutschen Nordseeküste gemacht haben, oder sich vorstellen können das in Zukunft zu tun (lt. Frage 1)

	TOTAL	Geschlecht		Altersgruppen (Jahre)			Schulbildung		
		Frauen	Männer	-34	35-54	55+	Haupt-schule	weiterführende Schule ohne Abitur	Abitur/ Universität
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)	(g)	(h)
Basis	338 ***100.0%***	172 ***100.0%***	166 ***100.0%***	72****100.0%****	133****100.0%****	132 ***100.0%***	99****100.0%****	146 ***100.0%***	93****100.0%****
Urlaube oder Tagesausflüge an der deutschen Nordseeküste									
1	13 ***3.8%***	7 ***4.1%***	6 ***3.4%***	3 ***3.7%***	5 ***3.5%***	5 ***4.1%***	5 ***5.2%***	5 ***3.6%***	2 ***2.5%***
2	24 ***7.1%***	9 ***5.3%***	15 ***8.9%***	4 ***5.6%***	12 ***9.2%***	7 ***5.6%***	7 ***7.0%***	13 ***8.8%***	4 ***4.3%***
3	16 ***4.8%***	12 ***7.1%***	4 ***2.4%***	7 ***10.1%***e	7 ***5.5%***	1 ***1.1%***	1 ***1.3%***	8 ***5.3%***	7 ***7.6%***
4	11 ***3.3%***	7 ***3.8%***	5 ***2.8%***	1 ***1.8%***	7 ***4.9%***	3 ***2.5%***	2 ***2.4%***	7 ***4.8%***	2 ***2.0%***
5	29 ***8.7%***	14 ***8.3%***	15 ***9.2%***	9 ***12.8%***	11 ***8.1%***	9 ***7.1%***	10 ***10.2%***	10 ***7.1%***	9 ***9.7%***
6 bis 10	79 ***23.4%***	52 ***30.2%***b	27 ***16.3%***	19 ***26.9%***	25 ***18.5%***	35 ***26.3%***	26 ***26.8%***	33 ***22.5%***	20 ***21.1%***
11 bis 20	84 ***25.0%***	34 ***19.9%***	50 ***30.2%***	16 ***22.4%***	38 ***28.3%***	30 ***23.0%***	18 ***18.6%***	36 ***24.4%***	30 ***32.8%***f
21 bis 30	31 ***9.0%***	10 ***6.0%***	20 ***12.2%***	3 ***4.2%***	12 ***8.8%***	16 ***12.0%***	10 ***10.3%***	11 ***7.2%***	10 ***10.6%***
31 und mehr	28 ***8.2%***	16 ***9.4%***	12 ***7.0%***	3 ***4.7%***	14 ***10.2%***	11 ***8.1%***	9 ***9.2%***	15 ***10.0%***	4 ***4.3%***
weiß nicht keine Angabe	23 ***6.8%***	10 ***5.9%***	13 ***7.7%***	6 ***7.8%***	4 ***2.9%***	13 ***10.0%***d	9 ***9.0%***	9 ***6.2%***	5 ***5.2%***
Total	338 ***100.0%***	172 ***100.0%***	166 ***100.0%***	72 ***100.0%***	133 ***100.0%***	132 ***100.0%***	99 ***100.0%***	146 ***100.0%***	93 ***100.0%***

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b - c/d/e - f/g/h
* small base

Urlaub an der Küste

Frage F3
An ungefähr wie vielen Tagen in den letzten 3 Jahren haben Sie die deutsche Nordseeküste als Urlauber oder Tagesausflügler besucht?

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre Urlaub an der deutschen Nordseeküste gemacht haben, oder sich vorstellen können das in Zukunft zu tun (lt. Frage 1)

	TOTAL	Nielsengebiete							
		Nielsen 1	Nielsen 2	Nielsen 3a	Nielsen 3b	Nielsen 4	Nielsen 5	Nielsen 6	Nielsen 7
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)	(g)	(h)
Basis	338 *100.0%*	80**100.0%**	83**100.0%**	44**100.0%**	33**100.0%**	38**100.0%**	5**100.0%****	35**100.0%****	21**100.0%****
Urlaube oder Tagesausflüge an der deutschen Nordseeküste									
1	13 *3.8%*	2 *2.0%*	5 *6.2%*	2 *4.4%*	1 *3.9%*	2 *3.9%*	- -	1 *2.1%*	1 *3.0%*
2	24 *7.1%*	2 *2.8%*	5 *6.2%*	3 *6.1%*	2 *4.7%*	3 *8.2%*	3 *50.4%*	6 *18.4%*	- -
3	16 *4.8%*	7 *8.9%*b	1 *1.0%*	4 *8.8%*	3 *9.4%*b	- -	1 *21.8%*	- -	- -
4	11 *3.3%*	2 *2.2%*	4 *4.5%*	0 *0.9%*	3 *8.8%*	1 *1.8%*	- -	2 *5.4%*	- -
5	29 *8.7%*	8 *10.6%*b	1 *1.2%*	2 *4.7%*	1 *3.3%*	5 *13.6%*b	1 *27.8%*	7 *20.4%*	3 *15.0%*
6 bis 10	79 *23.4%*	20 *24.7%*	15 *18.3%*	12 *26.5%*	14 *41.1%*be	6 *15.9%*	- -	6 *16.4%*	7 *34.6%*
11 bis 20	84 *25.0%*	20 *25.2%*	21 *25.7%*	14 *31.9%*	7 *20.4%*	8 *21.0%*	- -	7 *20.7%*	7 *34.7%*
21 bis 30	31 *9.0%*	13 *16.5%*c	8 *10.1%*	- -	2 *6.1%*	3 *7.5%*	- -	4 *10.5%*	1 *2.5%*
31 und mehr	28 *8.2%*	3 *4.3%*	17 *21.1%*acd	1 *1.8%*	- -	5 *12.3%*	- -	0 *1.1%*	1 *5.0%*
weiß nicht keine Angabe	23 *6.8%*	2 *2.7%*	5 *5.6%*	6 *14.9%*a	1 *2.2%*	6 *15.7%*a	- -	2 *5.0%*	1 *5.2%*
Total	338 *100.0%*	80 *100.0%*	83 *100.0%*	44 *100.0%*	33 *100.0%*	38 *100.0%*	5 *100.0%*	35 *100.0%*	21 *100.0%*

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d/e/f/g/h
* small base; ** very small base (under 30) ineligible for sig testing

Urlaub an der Küste

Frage F3
An ungefähr wie vielen Tagen in den letzten 3 Jahren haben Sie die deutsche Nordseeküste als Urlauber oder Tagesausflügler besucht?

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre Urlaub an der deutschen Nordseeküste gemacht haben, oder sich vorstellen können das in Zukunft zu tun (lt. Frage 1)

	Total	Haushaltsnettoeinkommen (EURO)				Berufstätig	
		bis 1.249	1.250-1.749	1.750-2.499	2.500 und mehr	ja	nein
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
Basis	338 *100.0%*	23**100.0%***	65**100.0%**	104**100.0%**	146 *100.0%*	189 *100.0%*	149 *100.0%*
Urlaube oder Tagesausflüge an der deutschen Nordseeküste							
1	13 *3.8%*	- -	2 *3.0%*	3 *2.9%*	8 *5.3%*	6 *3.3%*	7 *4.4%*
2	24 *7.1%*	1 *2.9%*	2 *3.0%*	11 *10.5%*	10 *7.1%*	18 *9.7%*	6 *3.7%*
3	16 *4.8%*	0 *1.0%*	2 *2.3%*	2 *1.9%*	12 *8.5%*	10 *5.2%*	6 *4.2%*
4	11 *3.3%*	1 *5.0%*	0 *0.6%*	7 *6.7%*	3 *1.9%*	8 *4.3%*	3 *2.2%*
5	29 *8.7%*	1 *5.0%*	8 *11.5%*	11 *10.9%*	10 *6.5%*	14 *7.6%*	15 *10.1%*
6 bis 10	79 *23.4%*	9 *39.7%*	16 *24.9%*	20 *18.9%*	34 *23.3%*	38 *20.1%*	41 *27.5%*
11 bis 20	84 *25.0%*	1 *6.2%*	20 *31.2%*	21 *20.6%*	41 *28.3%*	52 *27.6%*	32 *21.7%*
21 bis 30	31 *9.0%*	3 *15.2%*	4 *6.9%*	11 *10.3%*	12 *8.2%*	19 *10.1%*	12 *7.7%*
31 und mehr	28 *8.2%*	3 *11.2%*	5 *8.0%*	10 *9.6%*	10 *6.8%*	16 *8.5%*	12 *7.8%*
weiß nicht keine Angabe	23 *6.8%*	3 *13.8%*	6 *8.6%*	8 *7.8%*	6 *4.1%*	7 *3.8%*	16 *10.5%*e
Total	338 *100.0%*	23 *100.0%*	65 *100.0%*	104 *100.0%*	146 *100.0%*	189 *100.0%*	149 *100.0%*

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d - e/f
* small base; ** very small base (under 30) ineligible for sig testing

Urlaub an der Küste

Frage F3
An ungefähr wie vielen Tagen in den letzten 3 Jahren haben Sie die deutsche Nordseeküste als Urlauber oder Tagesausflügler besucht?

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre Urlaub an der deutschen Nordseeküste gemacht haben, oder sich vorstellen können das in Zukunft zu tun (lt. Frage 1)

	TOTAL	Haushalte mit Kindern unter 14 Jahren		Haushaltsgröße			
		ja	nein	1 Person	2 Personen	3 Personen	4 Personen und mehr
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
Basis	338 *100.0%*	75**100.0%**	263 *100.0%*	57**100.0%**	147 *100.0%*	53**100.0%**	81**100.0%**
Urlaube oder Tagesausflüge an der deutschen Nordseeküste							
1	13 *3.8%*	2 *2.8%*	11 *4.1%*	2 *2.8%*	7 *4.9%*	1 *1.9%*	3 *3.6%*
2	24 *7.1%*	6 *7.9%*	18 *6.8%*	2 *3.9%*	12 *8.5%*	4 *6.7%*	6 *6.8%*
3	16 *4.8%*	2 *2.3%*	14 *5.4%*	1 *2.6%*	4 *2.8%*	2 *4.4%*	8 *10.1%*
4	11 *3.3%*	4 *5.5%*	7 *2.7%*	2 *3.8%*	3 *2.1%*	3 *5.5%*	3 *3.8%*
5	29 *8.7%*	5 *7.0%*	24 *9.2%*	6 *11.0%*	12 *8.0%*	7 *12.6%*	5 *5.9%*
6 bis 10	79 *23.4%*	20 *26.6%*	59 *22.5%*	19 *33.1%*df	30 *20.6%*	17 *31.3%*	13 *16.2%*
11 bis 20	84 *25.0%*	20 *26.9%*	64 *24.4%*	11 *19.2%*	37 *25.3%*	10 *19.7%*	26 *31.9%*
21 bis 30	31 *9.0%*	3 *3.4%*	28 *10.7%*	4 *7.0%*	17 *11.6%*	4 *7.8%*	5 *6.7%*
31 und mehr	28 *8.2%*	9 *12.3%*	19 *7.0%*	3 *5.7%*	12 *8.4%*	4 *7.5%*	8 *10.1%*
weiß nicht keine Angabe	23 *6.8%*	4 *5.4%*	19 *7.1%*	6 *10.8%*	11 *7.8%*	1 *2.6%*	4 *4.7%*
Total	338 *100.0%*	75 *100.0%*	263 *100.0%*	57 *100.0%*	147 *100.0%*	53 *100.0%*	81 *100.0%*

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b - c/d/e/f
* small base

Urlaub an der Küste

Frage F3
An ungefähr wie vielen Tagen in den letzten 3 Jahren haben Sie die deutsche Nordseeküste als Urlauber oder Tagesausflügler besucht?

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre Urlaub an der deutschen Nordseeküste gemacht haben, oder sich vorstellen können das in Zukunft zu tun (lt. Frage 1)

	TOTAL	Life Stages					
		Younger people (14-39)	Families with small kids	Families with older kids	Mid aged people (40-59)	Seniors (single household)	Seniors (companion-ship)
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
Basis	338 *100.0%*	60**100.0%**	28**100.0%****	46**100.0%**	93**100.0%**	25**100.0%****	85**100.0%**
Urlaube oder Tagesausflüge an der deutschen Nordseeküste							
1	13 *3.8%*	2 *3.9%*	- *-*	2 *4.5%*	4 *4.7%*	- *-*	4 *4.7%*
2	24 *7.1%*	6 *10.1%*	1 *4.3%*	5 *10.1%*	6 *6.9%*	1 *3.3%*	5 *5.5%*
3	16 *4.8%*	7 *12.1%*f	1 *3.1%*	1 *1.9%*	6 *6.6%*	- *-*	1 *1.1%*
4	11 *3.3%*	1 *1.1%*	2 *6.4%*	2 *5.0%*	4 *4.3%*	0 *1.6%*	2 *2.5%*
5	29 *8.7%*	9 *14.3%*	1 *3.3%*	4 *9.2%*	8 *8.5%*	1 *5.5%*	6 *7.5%*
6 bis 10	79 *23.4%*	11 *18.9%*	10 *33.8%*	10 *22.1%*	21 *22.7%*	10 *40.9%*	16 *19.3%*
11 bis 20	84 *25.0%*	16 *26.3%*	7 *25.7%*	13 *27.6%*	23 *24.8%*	5 *19.6%*	21 *24.1%*
21 bis 30	31 *9.0%*	2 *3.3%*	2 *7.3%*	0 *0.9%*	12 *12.8%*	3 *10.7%*	12 *13.6%*c
31 und mehr	28 *8.2%*	2 *3.1%*	3 *10.8%*	6 *13.3%*	7 *7.3%*	3 *12.1%*	7 *8.0%*
weiß nicht keine Angabe	23 *6.8%*	4 *6.9%*	2 *5.4%*	3 *5.4%*	1 *1.5%*	2 *6.2%*	12 *13.7%*d
Total	338 *100.0%*	60 *100.0%*	28 *100.0%*	46 *100.0%*	93 *100.0%*	25 *100.0%*	85 *100.0%*

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d/e/f
* small base; ** very small base (under 30) ineligible for sig testing

Urlaub an der Küste

Frage F4
Und an ungefähr wie vielen Tagen davon haben Sie als Urlauber oder Tagesausflügler einen Hafen besucht?

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre mindestens einen Tag an der deutschen Nordseeküste verbracht haben (lt. Fr. 3)

	TOTAL	Geschlecht		Altersgruppen (Jahre)			Schulbildung		
		Frauen	Männer	-34	35-54	55+	Haupt-schule	weiterführende Schule ohne Abitur	Abitur/ Universität
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)	(g)	(h)
Basis	315 *100.0%*	162 *100.0%*	153 *100.0%*	67**100.0%**	129**100.0%**	119 *100.0%*	90**100.0%**	137 *100.0%*	88**100.0%**
Urlaub oder Tagesausflug an Hafen									
1	95 *30.3%*	53 *32.6%*	43 *27.8%*	23 *35.1%*	44 *34.1%*	28 *23.5%*	30 *33.4%*	48 *35.0%*h	17 *19.7%*
2	79 *25.1%*	43 *26.8%*	36 *23.3%*	16 *24.5%*	27 *21.1%*	36 *29.8%*	20 *22.6%*	41 *30.2%*	18 *19.9%*
3	43 *13.6%*	19 *11.7%*	24 *15.6%*	12 *17.3%*	12 *9.3%*	19 *16.1%*	14 *16.0%*g	9 *6.8%*	19 *21.6%*g
4	21 *6.5%*	9 *5.3%*	12 *7.9%*	5 *7.2%*	11 *8.6%*	5 *3.9%*	3 *3.9%*	14 *10.6%*	3 *3.0%*
5 und mehr	54 *17.2%*	26 *16.1%*	28 *18.5%*	10 *14.7%*	25 *19.1%*	20 *16.6%*	13 *14.9%*	20 *14.6%*	21 *23.7%*
weiß nicht keine Angabe	23 *7.2%*	12 *7.6%*	11 *6.9%*	1 *1.1%*	10 *7.8%*	12 *10.0%*c	8 *9.2%*	4 *2.8%*	11 *12.1%*g
Total	315 *100.0%*	162 *100.0%*	153 *100.0%*	67 *100.0%*	129 *100.0%*	119 *100.0%*	90 *100.0%*	137 *100.0%*	88 *100.0%*

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b - c/d/e - f/g/h
* small base

Urlaub an der Küste

Frage F4
Und an ungefähr wie vielen Tagen davon haben Sie als Urlauber oder Tagesausflügler einen Hafen besucht?

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre mindestens einen Tag an der deutschen Nordseeküste verbracht haben (lt. Fr. 3)

	TOTAL	Nielsengebiete							
		Nielsen 1	Nielsen 2	Nielsen 3a	Nielsen 3b	Nielsen 4	Nielsen 5	Nielsen 6	Nielsen 7
		(a)	*(b)*	*(c)*	*(d)*	*(e)*	*(f)*	*(g)*	*(h)*
Basis	315 ***100.0%***	77****100.0%****	78****100.0%****	37****100.0%*****	33****100.0%****	32****100.0%*****	5****100.0%*****	33****100.0%*****	20****100.0%*****
Urlaub oder Tagesausflug an Hafen									
1	95 ***30.3%***	19 ***24.2%***	24 ***30.7%***	16 ***41.9%***	6 ***17.1%***	10 ***31.7%***	4 ***72.2%***	14 ***41.1%***	4 ***20.7%***
2	79 ***25.1%***	11 ***14.1%***	17 ***21.9%***	12 ***33.6%***	15 ***46.3%***ab	6 ***18.9%***	1 ***27.8%***	11 ***33.7%***	5 ***25.3%***
3	43 ***13.6%***	11 ***14.1%***	12 ***15.6%***	1 ***3.8%***	5 ***16.3%***	5 ***16.9%***	- **-**	3 ***9.7%***	4 ***22.5%***
4	21 ***6.5%***	7 ***8.7%***	4 ***5.6%***	- **-**	2 ***5.8%***	3 ***9.8%***	- **-**	2 ***5.1%***	3 ***14.2%***
5 und mehr	54 ***17.2%***	25 ***32.5%***d	15 ***18.9%***d	3 ***9.1%***	- **-**	5 ***14.7%***	- **-**	3 ***8.6%***	3 ***17.3%***
weiß nicht keine Angabe	23 ***7.2%***	5 ***6.4%***	6 ***7.3%***	4 ***11.6%***	5 ***14.5%***	3 ***8.0%***	- **-**	1 ***1.8%***	- **-**
Total	315 ***100.0%***	77 ***100.0%***	78 ***100.0%***	37 ***100.0%***	33 ***100.0%***	32 ***100.0%***	5 ***100.0%***	33 ***100.0%***	20 ***100.0%***

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d/e/f/g/h
* small base; ** very small base (under 30) ineligible for sig testing

Urlaub an der Küste

Frage F4
Und an ungefähr wie vielen Tagen davon haben Sie als Urlauber oder Tagesausflügler einen Hafen besucht?

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre mindestens einen Tag an der deutschen Nordseeküste verbracht haben (lt. Fr. 3)

	Total	Haushaltsnettoeinkommen (EURO)				Berufstätig	
		bis 1.249	1.250- 1.749	1.750- 2.499	2.500 und mehr	ja	nein
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
Basis	315 *100.0%*	20**100.0%***	60**100.0%**	96**100.0%**	140 *100.0%*	182 *100.0%*	133 *100.0%*
Urlaub oder Tagesausflug an Hafen							
1	95 *30.3%*	4 *22.7%*	13 *22.2%*	37 *38.2%*	41 *29.3%*	55 *30.3%*	40 *30.2%*
2	79 *25.1%*	4 *19.8%*	22 *37.4%*c	17 *17.4%*	36 *26.0%*	45 *24.5%*	35 *26.0%*
3	43 *13.6%*	5 *25.0%*	8 *13.2%*	12 *12.7%*	18 *12.8%*	22 *11.8%*	21 *16.0%*
4	21 *6.5%*	2 *12.3%*	4 *6.6%*	10 *9.9%*	5 *3.4%*	12 *6.6%*	9 *6.5%*
5 und mehr	54 *17.2%*	4 *20.2%*	9 *14.9%*	19 *19.5%*	23 *16.3%*	35 *19.2%*	19 *14.5%*
weiß nicht keine Angabe	23 *7.2%*	- -	3 *5.8%*	2 *2.3%*	17 *12.2%*c	14 *7.6%*	9 *6.8%*
Total	315 *100.0%*	20 *100.0%*	60 *100.0%*	96 *100.0%*	140 *100.0%*	182 *100.0%*	133 *100.0%*

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d - e/f
* small base; ** very small base (under 30) ineligible for sig testing

Urlaub an der Küste

Frage F4
Und an ungefähr wie vielen Tagen davon haben Sie als Urlauber oder Tagesausflügler einen Hafen besucht?

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre mindestens einen Tag an der deutschen Nordseeküste verbracht haben (lt. Fr. 3)

	TOTAL	Haushalte mit Kindern unter 14 Jahren		Haushaltsgröße			
		ja	nein	1 Person	2 Personen	3 Personen	4 Personen und mehr
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
Basis	315 100.0%	71* 100.0%*	244 100.0%	51* 100.0%*	135 100.0%	52* 100.0%*	77* 100.0%*
Urlaub oder Tagesausflug an Hafen							
1	95 30.3%	26 36.7%	69 28.4%	16 32.1%	35 26.1%	17 32.0%	27 35.3%
2	79 25.1%	16 22.5%	63 25.9%	12 23.7%	38 28.4%	13 24.3%	16 20.9%
3	43 13.6%	8 11.1%	35 14.3%	7 13.3%	19 14.0%	6 11.3%	11 14.6%
4	21 6.5%	4 5.9%	16 6.7%	3 6.4%	5 3.5%	2 4.4%	10 13.4%d
5 und mehr	54 17.2%	13 18.0%	42 17.0%	9 18.1%	26 19.0%	12 23.8%	7 9.1%
weiß nicht keine Angabe	23 7.2%	4 5.7%	19 7.7%	3 6.4%	12 9.0%	2 4.2%	5 6.7%
Total	315 100.0%	71 100.0%	244 100.0%	51 100.0%	135 100.0%	52 100.0%	77 100.0%

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b - c/d/e/f
* small base

Urlaub an der Küste

Frage F4
Und an ungefähr wie vielen Tagen davon haben Sie als Urlauber oder Tagesausflügler einen Hafen besucht?

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre mindestens einen Tag an der deutschen Nordseeküste verbracht haben (lt. Fr. 3)

	TOTAL	Life Stages					
		Younger people (14-39)	Families with small kids	Families with older kids	Mid aged people (40-59)	Seniors (single household)	Seniors (companion-ship)
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
Basis	315 *100.0%*	56**100.0%**	27**100.0%****	44**100.0%****	91**100.0%**	23**100.0%****	74**100.0%**
Urlaub oder Tagesausflug an Hafen							
1	95 *30.3%*	22 *38.6%*	5 *19.7%*	21 *47.1%*	24 *26.2%*	8 *32.7%*	16 *22.1%*
2	79 *25.1%*	9 *16.6%*	8 *29.4%*	8 *18.3%*	27 *29.8%*	7 *29.6%*	20 *26.9%*
3	43 *13.6%*	11 *20.4%*	3 *11.0%*	5 *11.2%*	9 *9.9%*	2 *10.7%*	12 *16.2%*
4	21 *6.5%*	3 *5.1%*	4 *15.6%*	- *-*	9 *9.7%*	1 *5.4%*	3 *4.6%*
5 und mehr	54 *17.2%*	9 *16.4%*	7 *24.3%*	6 *14.2%*	15 *16.8%*	3 *13.8%*	14 *18.7%*
weiß nicht keine Angabe	23 *7.2%*	2 *2.8%*	- *-*	4 *9.2%*	7 *7.5%*	2 *7.7%*	8 *11.5%*
Total	315 *100.0%*	56 *100.0%*	27 *100.0%*	44 *100.0%*	91 *100.0%*	23 *100.0%*	74 *100.0%*

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d/e/f
* small base; ** very small base (under 30) ineligible for sig testing

Urlaub an der Küste

Frage F5
Und wenn Sie einmal nur an Häfen denken: Welche der folgenden Punkte gehören für Sie generell zu einem attraktiven Hafen dazu?

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre Urlaub an der Nord- oder Ostseeküste gemacht haben, oder sich vorstellen können das in Zukunft zu tun (lt. Frage 1)

	TOTAL	Geschlecht		Altersgruppen (Jahre)			Schulbildung		
		Frauen	Männer	-34	35-54	55+	Haupt-schule	weiterführende Schule ohne Abitur	Abitur/ Universität
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)	(g)	(h)
Basis	666 *100.0%*	339 *100.0%*	326 *100.0%*	153 *100.0%*	280 *100.0%*	233 *100.0%*	226 *100.0%*	269 *100.0%*	171 *100.0%*
die Möglichkeit, Fisch oder Krabben direkt vom Kutter kaufen zu können	458 *68.8%*	228 *67.3%*	230 *70.4%*	103 *67.0%*	192 *68.8%*	163 *70.1%*	162 *71.7%*	178 *66.0%*	119 *69.6%*
die Möglichkeit, Fisch oder Krabben fangfrisch im Hafen kaufen zu können	509 *76.4%*	254 *74.7%*	255 *78.1%*	114 *74.5%*	218 *78.0%*	176 *75.8%*	176 *77.8%*	202 *74.9%*	131 *77.0%*
mit einem Fischkutter mitzufahren	359 *53.9%*	174 *51.4%*	185 *56.5%*	91 *59.1%*	149 *53.3%*	119 *51.3%*	114 *50.6%*	147 *54.6%*	98 *57.3%*
den Kutter und die Fangtechnik erklärt bekommen	267 *40.1%*	148 *43.7%*	119 *36.5%*	66 *43.1%*	101 *36.0%*	100 *43.1%*	93 *41.1%*	106 *39.5%*	68 *39.9%*
ein Fischereimuseum zu besuchen	364 *54.6%*	191 *56.3%*	173 *52.9%*	84 *54.6%*	140 *50.1%*	140 *60.1%*d	130 *57.5%*	136 *50.7%*	98 *57.1%*
ein belebter Hafen, wo was los ist	538 *80.8%*	271 *80.0%*	266 *81.6%*	131 *85.7%*	226 *80.9%*	180 *77.5%*	182 *80.5%*	220 *81.6%*	137 *80.0%*
historische Kutter oder Museeumskutter	431 *64.8%*	214 *63.0%*	218 *66.7%*	102 *66.6%*	176 *63.1%*	153 *65.7%*	146 *64.7%*	167 *61.9%*	119 *69.4%*
gewerbliche Kutter mit echtem Fischereibetrieb	440 *66.2%*	231 *68.0%*	210 *64.3%*	94 *61.3%*	192 *68.6%*	155 *66.4%*	144 *64.0%*	175 *65.1%*	121 *70.8%*
Segelboote und andere Sportboote	509 *76.4%*	265 *78.2%*	244 *74.7%*	125 *81.8%*	207 *74.1%*	176 *75.7%*	163 *72.0%*	211 *78.4%*	135 *79.2%*
ein Seenotrettungskreuzer	366 *54.9%*	193 *57.0%*	172 *52.7%*	83 *54.0%*	151 *54.1%*	132 *56.6%*	136 *60.1%*	144 *53.6%*	86 *50.1%*
Hafenfeste	471 *70.7%*	243 *71.7%*	227 *69.6%*	124 *81.1%*de	198 *70.7%*	149 *64.0%*	147 *65.1%*	207 *76.8%*f	117 *68.5%*
Noch etwas anderes und zwar:	68 *10.3%*	26 *7.7%*	42 *12.9%*	15 *9.7%*	31 *10.9%*	23 *9.9%*	22 *9.7%*	26 *9.7%*	20 *12.0%*
nette Lokale mit preiswerten Fischgerichten	4 *0.6%*	1 *0.4%*	2 *0.8%*	2 *1.6%*	1 *0.3%*	0 *0.2%*	0 *0.2%*	- *-*	3 *2.0%*g
Fischrestaurants	3 *0.5%*	1 *0.4%*	2 *0.6%*	0 *0.3%*	1 *0.3%*	2 *0.8%*	0 *0.1%*	2 *0.9%*	0 *0.3%*
Hafenkneipen	2 *0.4%*	1 *0.2%*	2 *0.5%*	- *-*	1 *0.2%*	2 *0.7%*	1 *0.4%*	2 *0.6%*	- *-*
gemütliche Sitzmöglichkeiten, um die Atmosphäre zu geniessen	9 *1.4%*	3 *0.9%*	6 *1.9%*	- *-*	8 *2.8%*	2 *0.7%*	2 *1.0%*	6 *2.3%*	1 *0.5%*
Kreuzfahrtschiffe / große Pötte	6 *0.8%*	3 *1.0%*	2 *0.7%*	4 *2.3%*	1 *0.3%*	1 *0.5%*	- *-*	1 *0.4%*	5 *2.6%*f
Schiffsfahrten	5 *0.7%*	3 *0.9%*	2 *0.5%*	- *-*	3 *1.2%*	1 *0.6%*	2 *0.9%*	1 *0.4%*	1 *0.8%*
Hafenrundfahrten	6 *0.9%*	2 *0.6%*	4 *1.2%*	- *-*	2 *0.8%*	4 *1.5%*	4 *1.6%*	1 *0.5%*	1 *0.5%*
Aussichtsturm / Leuchtturm	4 *0.7%*	3 *0.9%*	2 *0.5%*	- *-*	1 *0.4%*	3 *1.5%*	2 *1.0%*	- *-*	2 *1.3%*
Sonstiges	29 *4.4%*	8 *2.4%*	21 *6.5%*a	8 *5.4%*	13 *4.7%*	8 *3.4%*	10 *4.6%*	12 *4.6%*	7 *3.9%*
Total	4779 *718.0%*	2438 *719.0%*	2341 *717.1%*	1131 *738.4%*	1982 *708.5%*	1666 *716.1%*	1613 *714.7%*	1918 *712.7%*	1248 *730.9%*

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b - c/d/e - f/g/h

Urlaub an der Küste

Frage F5
Und wenn Sie einmal nur an Häfen denken: Welche der folgenden Punkte gehören für Sie generell zu einem attraktiven Hafen dazu?

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre Urlaub an der Nord- oder Ostseeküste gemacht haben, oder sich vorstellen können das in Zukunft zu tun (lt. Frage 1)

	TOTAL	Nielsengebiete							
		Nielsen 1	Nielsen 2	Nielsen 3a	Nielsen 3b	Nielsen 4	Nielsen 5	Nielsen 6	Nielsen 7
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)	(g)	(h)
Basis	666 *100.0%*	153 *100.0%*	157 *100.0%*	68**100.0%**	61**100.0%**	67**100.0%**	25**100.0%****	71**100.0%**	63**100.0%**
die Möglichkeit, Fisch oder Krabben direkt vom Kutter kaufen zu können	458 *68.8%*	109 *71.1%*	107 *67.7%*	50 *73.7%*	44 *71.3%*	47 *70.3%*	18 *72.7%*	46 *65.4%*	37 *59.3%*
die Möglichkeit, Fisch oder Krabben fangfrisch im Hafen kaufen zu können	509 *76.4%*	114 *74.9%*	122 *77.5%*	53 *78.0%*	51 *82.4%*	53 *79.2%*	14 *55.3%*	55 *78.5%*	46 *72.8%*
mit einem Fischkutter mitzufahren	359 *53.9%*	82 *53.7%*	73 *46.1%*	43 *63.2%*b	38 *62.4%*	33 *48.7%*	9 *34.4%*	50 *71.1%*abeh	31 *50.0%*
den Kutter und die Fangtechnik erklärt bekommen	267 *40.1%*	57 *37.2%*	55 *35.1%*	31 *45.8%*	35 *56.8%*ab	27 *40.4%*	2 *9.5%*	33 *46.8%*	26 *42.0%*
ein Fischereimuseum zu besuchen	364 *54.6%*	73 *48.0%*	92 *58.3%*	37 *54.8%*	39 *62.8%*g	46 *67.8%*ag	6 *22.5%*	30 *43.0%*	41 *65.1%*ag
ein belebter Hafen, wo was los ist	538 *80.8%*	120 *78.8%*	119 *75.7%*	51 *74.5%*	56 *90.7%*bch	65 *96.4%*abch	20 *79.1%*	60 *85.7%*	47 *74.3%*
historische Kutter oder Museeumskutter	431 *64.8%*	91 *59.4%*	104 *65.9%*	35 *51.2%*	45 *73.4%*c	52 *77.3%*ac	14 *56.5%*	46 *65.6%*	44 *70.7%*c
gewerbliche Kutter mit echtem Fischereibetrieb	440 *66.2%*	92 *59.9%*	97 *61.7%*	48 *70.9%*	44 *71.5%*	47 *69.4%*	20 *79.5%*	49 *69.8%*	43 *69.2%*
Segelboote und andere Sportboote	509 *76.4%*	119 *77.6%*	111 *70.4%*	59 *87.0%*b	44 *72.3%*	51 *76.4%*	21 *84.4%*	58 *82.2%*	45 *71.7%*
ein Seenotrettungskreuzer	366 *54.9%*	70 *45.5%*	95 *60.2%*a	47 *68.5%*ag	36 *58.5%*	35 *51.3%*	11 *44.3%*	35 *49.1%*	38 *61.1%*
Hafenfeste	471 *70.7%*	96 *63.0%*	103 *65.6%*	44 *65.2%*	51 *83.2%*abc	51 *76.2%*	17 *66.7%*	62 *87.9%*abch	46 *72.6%*
Noch etwas anderes und zwar:	68 *10.3%*	16 *10.8%*	17 *11.0%*	8 *11.8%*	4 *6.2%*	12 *17.9%*g	1 *2.7%*	2 *3.4%*	8 *12.2%*
nette Lokale mit preiswerten Fischgerichten	4 *0.6%*	1 *0.6%*	3 *1.9%*	- -	- -	- -	- -	- -	- -
Fischrestaurants	3 *0.5%*	0 *0.2%*	1 *0.5%*	0 *0.6%*	2 *2.6%*	- -	- -	- -	- -
Hafenkneipen	2 *0.4%*	1 *0.4%*	1 *0.5%*	- -	- -	1 *1.3%*	- -	- -	- -
gemütliche Sitzmöglichkeiten, um die Atmosphäre zu geniessen	9 *1.4%*	- -	4 *2.5%*	3 *4.6%*a	2 *3.6%*a	- -	- -	- -	- -
Kreuzfahrtschiffe / große Pötte	6 *0.8%*	2 *1.4%*	1 *0.9%*	1 *1.4%*	- -	- -	- -	1 *1.6%*	- -
Schiffsfahrten	5 *0.7%*	- -	2 *1.1%*	2 *2.2%*	- -	- -	- -	- -	1 *2.3%*
Hafenrundfahrten	6 *0.9%*	1 *0.8%*	1 *0.8%*	1 *1.5%*	- -	- -	- -	- -	2 *3.7%*
Aussichtsturm / Leuchtturm	4 *0.7%*	3 *1.7%*	- -	- -	- -	- -	- -	- -	2 *2.9%*
Sonstiges	29 *4.4%*	9 *5.7%*	4 *2.8%*	1 *1.5%*	- -	11 *16.6%*abcdgh	1 *2.7%*	1 *1.9%*	2 *3.3%*
Total	4779 *718.0%*	1039 *679.8%*	1095 *695.1%*	507 *744.6%*	486 *791.5%*	519 *771.5%*	153 *607.6%*	528 *748.4%*	452 *721.0%*

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d/e/f/g/h
* small base; ** very small base (under 30) ineligible for sig testing

Urlaub an der Küste

Frage F5
Und wenn Sie einmal nur an Häfen denken: Welche der folgenden Punkte gehören für Sie generell zu einem attraktiven Hafen dazu?

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre Urlaub an der Nord- oder Ostseeküste gemacht haben, oder sich vorstellen können das in Zukunft zu tun (lt. Frage 1)

	Total	Haushaltsnettoeinkommen (EURO)				Berufstätig	
		bis 1.249	1.250-1.749	1.750-2.499	2.500 und mehr	ja	nein
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
Basis	666 100.0%	54* 100.0%*	130 100.0%	214 100.0%	268 100.0%	384 100.0%	281 100.0%
die Möglichkeit, Fisch oder Krabben direkt vom Kutter kaufen zu können	458 68.8%	40 74.2%	95 73.3%	136 63.7%	187 69.7%	266 69.3%	192 68.3%
die Möglichkeit, Fisch oder Krabben fangfrisch im Hafen kaufen zu können	509 76.4%	43 79.5%	98 75.3%	165 77.0%	203 75.9%	297 77.3%	212 75.3%
mit einem Fischkutter mitzufahren	359 53.9%	32 60.3%	69 53.4%	107 50.0%	150 56.1%	217 56.5%	142 50.4%
den Kutter und die Fangtechnik erklärt bekommen	267 40.1%	26 49.0%	62 47.5%	78 36.4%	101 37.8%	149 38.9%	118 41.9%
ein Fischereimuseum zu besuchen	364 54.6%	37 68.9%cd	73 56.1%	109 50.8%	145 54.1%	199 51.8%	164 58.4%
ein belebter Hafen, wo was los ist	538 80.8%	46 85.5%	105 81.1%	167 78.0%	220 82.0%	320 83.3%	218 77.4%
historische Kutter oder Museeumskutter	431 64.8%	44 81.7%bcd	86 65.9%	131 61.3%	171 63.7%	253 65.9%	178 63.4%
gewerbliche Kutter mit echtem Fischereibetrieb	440 66.2%	36 66.8%	82 63.2%	137 64.2%	185 69.0%	264 68.7%	176 62.7%
Segelboote und andere Sportboote	509 76.4%	38 69.9%	97 75.0%	160 74.9%	213 79.7%	292 75.9%	217 77.2%
ein Seenotrettungskreuzer	366 54.9%	33 61.0%	71 54.5%	120 56.1%	142 52.9%	215 56.0%	150 53.5%
Hafenfeste	471 70.7%	41 76.0%	97 74.3%	150 70.1%	183 68.4%	284 73.8%	187 66.4%
Noch etwas anderes und zwar:	68 10.3%	6 11.5%	13 10.0%	24 11.4%	25 9.2%	37 9.7%	31 11.1%
nette Lokale mit preiswerten Fischgerichten	4 0.6%	- -	0 0.3%	- -	3 1.3%	1 0.2%	3 1.0%
Fischrestaurants	3 0.5%	- -	- -	3 1.2%	0 0.2%	1 0.3%	2 0.6%
Hafenkneipen	2 0.4%	- -	2 1.2%	1 0.4%	- -	2 0.4%	1 0.3%
gemütliche Sitzmöglichkeiten, um die Atmosphäre zu geniessen	9 1.4%	- -	- -	3 1.4%	6 2.3%	8 2.0%	2 0.6%
Kreuzfahrtschiffe / große Pötte	6 0.8%	- -	1 0.9%	4 1.7%	1 0.3%	1 0.2%	5 1.7%
Schiffsfahrten	5 0.7%	- -	2 1.6%	2 0.7%	1 0.4%	2 0.6%	3 0.9%
Hafenrundfahrten	6 0.9%	1 2.7%	- -	1 0.6%	3 1.1%	2 0.5%	4 1.3%
Aussichtsturm / Leuchtturm	4 0.7%	2 3.3%bd	- -	2 1.0%	0 0.2%	2 0.4%	3 1.0%
Sonstiges	29 4.4%	3 5.5%	8 6.0%	10 4.4%	9 3.4%	19 5.0%	10 3.6%
Total	4779 718.0%	423 784.3%	948 729.3%	1485 694.0%	1924 718.4%	2793 727.0%	1986 705.7%

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d - e/f
* small base

Urlaub an der Küste

Frage F5
Und wenn Sie einmal nur an Häfen denken: Welche der folgenden Punkte gehören für Sie generell zu einem attraktiven Hafen dazu?

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre Urlaub an der Nord- oder Ostseeküste gemacht haben, oder sich vorstellen können das in Zukunft zu tun (lt. Frage 1)

	TOTAL	Haushalte mit Kindern unter 14 Jahren		Haushaltsgröße			
		ja	nein	1 Person	2 Personen	3 Personen	4 Personen und mehr
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
Basis	666 **100.0%**	153 **100.0%**	513 **100.0%**	104 **100.0%**	268 **100.0%**	118* **100.0%***	176* **100.0%***
die Möglichkeit, Fisch oder Krabben direkt vom Kutter kaufen zu können	458 **68.8%**	104 **68.1%**	354 **69.0%**	78 **75.5%**	189 **70.3%**	77 **65.4%**	114 **64.9%**
die Möglichkeit, Fisch oder Krabben fangfrisch im Hafen kaufen zu können	509 **76.4%**	120 **78.4%**	389 **75.8%**	82 **78.8%**	205 **76.3%**	91 **77.0%**	131 **74.8%**
mit einem Fischkutter mitzufahren	359 **53.9%**	94 **61.7%**	265 **51.6%**	58 **55.9%**	139 **51.9%**	74 **62.5%**	88 **50.1%**
den Kutter und die Fangtechnik erklärt bekommen	267 **40.1%**	57 **37.1%**	211 **41.0%**	44 **42.1%**	117 **43.6%**	48 **40.3%**	59 **33.6%**
ein Fischereimuseum zu besuchen	364 **54.6%**	77 **50.4%**	287 **55.9%**	58 **55.6%**	154 **57.3%**	70 **59.5%**	82 **46.8%**
ein belebter Hafen, wo was los ist	538 **80.8%**	126 **82.7%**	411 **80.2%**	82 **79.4%**	214 **80.0%**	97 **82.1%**	144 **82.0%**
historische Kutter oder Museeumskutter	431 **64.8%**	96 **62.5%**	336 **65.5%**	73 **70.8%**	174 **65.0%**	74 **62.6%**	110 **62.5%**
gewerbliche Kutter mit echtem Fischereibetrieb	440 **66.2%**	101 **66.0%**	340 **66.2%**	73 **70.3%**	183 **68.2%**	79 **67.3%**	105 **59.8%**
Segelboote und andere Sportboote	509 **76.4%**	119 **77.9%**	390 **76.0%**	77 **74.5%**	205 **76.5%**	95 **80.9%**	131 **74.5%**
ein Seenotrettungskreuzer	366 **54.9%**	95 **62.1%**	271 **52.8%**	59 **57.2%**	156 **58.1%**	64 **54.3%**	87 **49.2%**
Hafenfeste	471 **70.7%**	115 **75.6%**	355 **69.3%**	76 **73.3%**	182 **67.9%**	93 **79.1%**	119 **67.9%**
Noch etwas anderes und zwar:	68 **10.3%**	6 **4.0%**	62 **12.1%**a	15 **14.1%**	24 **9.1%**	11 **9.0%**	19 **10.6%**
nette Lokale mit preiswerten Fischgerichten	4 **0.6%**	1 **0.6%**	3 **0.6%**	0 **0.4%**	- **-**	- **-**	3 **1.9%**
Fischrestaurants	3 **0.5%**	1 **0.5%**	2 **0.4%**	- **-**	2 **0.8%**	1 **0.7%**	- **-**
Hafenkneipen	2 **0.4%**	- **-**	2 **0.5%**	1 **1.4%**	1 **0.3%**	- **-**	- **-**
gemütliche Sitzmöglichkeiten, um die Atmosphäre zu geniessen	9 **1.4%**	- **-**	9 **1.8%**	2 **2.2%**	3 **0.9%**	- **-**	5 **2.6%**
Kreuzfahrtschiffe / große Pötte	6 **0.8%**	- **-**	6 **1.1%**	- **-**	3 **1.3%**	- **-**	2 **1.3%**
Schiffsfahrten	5 **0.7%**	1 **0.4%**	4 **0.8%**	- **-**	3 **1.1%**	1 **0.5%**	1 **0.6%**
Hafenrundfahrten	6 **0.9%**	- **-**	6 **1.1%**	3 **2.5%**	3 **1.1%**	- **-**	- **-**
Aussichtsturm / Leuchtturm	4 **0.7%**	- **-**	4 **0.9%**	2 **1.7%**	3 **1.0%**	- **-**	- **-**
Sonstiges	29 **4.4%**	4 **2.5%**	25 **5.0%**	6 **5.8%**	7 **2.5%**	9 **7.8%**d	7 **4.2%**
Total	4779 **718.0%**	1110 **726.5%**	3669 **715.5%**	776 **747.4%**	1942 **724.2%**	873 **739.9%**	1190 **676.7%**

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b - c/d/e/f
* small base

Urlaub an der Küste

Frage F5
Und wenn Sie einmal nur an Häfen denken: Welche der folgenden Punkte gehören für Sie generell zu einem attraktiven Hafen dazu?

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre Urlaub an der Nord- oder Ostseeküste gemacht haben, oder sich vorstellen können das in Zukunft zu tun (lt. Frage 1)

	TOTAL	Life Stages					
		Younger people (14-39)	Families with small kids	Families with older kids	Mid aged people (40-59)	Seniors (single household)	Seniors (companion-ship)
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
Basis	666 *100.0%*	126**100.0%**	55**100.0%**	98**100.0%**	206 *100.0%*	50**100.0%**	131 *100.0%*
die Möglichkeit, Fisch oder Krabben direkt vom Kutter kaufen zu können	458 *68.8%*	88 *70.0%*	37 *67.8%*	67 *68.3%*	137 *66.7%*	37 *74.1%*	92 *70.0%*
die Möglichkeit, Fisch oder Krabben fangfrisch im Hafen kaufen zu können	509 *76.4%*	98 *77.9%*	39 *70.2%*	81 *83.0%*	154 *74.9%*	37 *75.6%*	99 *75.3%*
mit einem Fischkutter mitzufahren	359 *53.9%*	68 *53.5%*	39 *70.0%*def	56 *57.1%*	107 *51.8%*	22 *44.3%*	68 *52.2%*
den Kutter und die Fangtechnik erklärt bekommen	267 *40.1%*	46 *36.4%*	25 *45.1%*	32 *32.6%*	86 *41.7%*	20 *40.5%*	59 *44.7%*
ein Fischereimuseum zu besuchen	364 *54.6%*	64 *50.5%*	28 *50.6%*	49 *50.2%*	115 *55.8%*	27 *54.7%*	81 *61.8%*
ein belebter Hafen, wo was los ist	538 *80.8%*	112 *88.9%*def	47 *84.6%*	80 *81.7%*	163 *79.0%*	38 *76.1%*	99 *75.4%*
historische Kutter oder Museeumskutter	431 *64.8%*	80 *63.2%*	35 *63.0%*	61 *62.3%*	144 *69.6%*	35 *69.8%*	78 *59.5%*
gewerbliche Kutter mit echtem Fischereibetrieb	440 *66.2%*	84 *66.4%*	35 *63.3%*	66 *67.5%*	133 *64.7%*	37 *73.9%*	86 *65.6%*
Segelboote und andere Sportboote	509 *76.4%*	96 *75.8%*	47 *85.8%*	72 *73.4%*	156 *75.6%*	37 *75.2%*	101 *77.2%*
ein Seenotrettungskreuzer	366 *54.9%*	59 *47.1%*	37 *66.9%*a	58 *59.4%*	110 *53.4%*	32 *65.5%*a	69 *52.5%*
Hafenfeste	471 *70.7%*	98 *77.7%*f	41 *73.8%*	75 *76.5%*f	146 *70.8%*	31 *62.6%*	80 *61.3%*
Noch etwas anderes und zwar:	68 *10.3%*	14 *11.3%*	2 *3.8%*	4 *4.2%*	29 *14.2%*c	8 *15.2%*c	11 *8.6%*
nette Lokale mit preiswerten Fischgerichten	4 *0.6%*	2 *2.0%*	1 *1.6%*	- -	- -	0 *0.9%*	- -
Fischrestaurants	3 *0.5%*	0 *0.3%*	- -	1 *0.8%*	- -	- -	2 *1.4%*
Hafenkneipen	2 *0.4%*	1 *0.5%*	- -	- -	1 *0.4%*	1 *1.6%*	- -
gemütliche Sitzmöglichkeiten, um die Atmosphäre zu geniessen	9 *1.4%*	- -	- -	- -	8 *3.7%*	1 *1.8%*	1 *0.6%*
Kreuzfahrtschiffe / große Pötte	6 *0.8%*	4 *2.8%*	- -	- -	1 *0.4%*	- -	1 *0.8%*
Schiffsfahrten	5 *0.7%*	- -	- -	1 *0.6%*	3 *1.3%*	- -	1 *1.1%*
Hafenrundfahrten	6 *0.9%*	- -	- -	- -	3 *1.3%*	2 *4.0%*a	1 *0.8%*
Aussichtsturm / Leuchtturm	4 *0.7%*	- -	- -	- -	1 *0.5%*	2 *3.6%*a	2 *1.2%*
Sonstiges	29 *4.4%*	7 *5.6%*	1 *2.2%*	3 *2.7%*	13 *6.4%*	2 *3.3%*	3 *2.6%*
Total	4779 *718.0%*	907 *718.8%*	412 *745.0%*	698 *716.0%*	1480 *718.0%*	360 *727.3%*	922 *703.9%*

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d/e/f
* small base

Urlaub an der Küste

Statistik

Zielgruppe: Alle Befragten

	TOTAL	Geschlecht		Altersgruppen (Jahre)			Schulbildung		
		Frauen	Männer	-34	35-54	55+	Haupt-schule	weiterführende Schule ohne Abitur	Abitur/ Universität
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)	(g)	(h)
Basis	2000 *100.0%*	1028 *100.0%*	972 *100.0%*	544 *100.0%*	716 *100.0%*	740 *100.0%*	872 *100.0%*	802 *100.0%*	326 *100.0%*
GESCHLECHT UND HAUPTEINKOMMENSBEZIEHER									
weiblich	1028 *51.4%*	1028 *100.0%*b	- -	264 *48.5%*	354 *49.4%*	410 *55.4%*cd	475 *54.4%*h	428 *53.3%*h	126 *38.6%*
männlich	972 *48.6%*	- -	972 *100.0%*a	280 *51.5%*e	362 *50.6%*e	330 *44.6%*	397 *45.6%*	375 *46.7%*	200 *61.4%*fg
Haupteinkommensbezieher	1254 *62.7%*	441 *42.9%*	812 *83.6%*a	215 *39.5%*	487 *68.0%*c	552 *74.6%*cd	579 *66.4%*g	463 *57.7%*	211 *64.8%*
ALTERSGRUPPEN									
14 - 19 Jahre	147 *7.3%*	71 *6.9%*	76 *7.8%*	147 *27.0%*de	- -	- -	28 *3.3%*	86 *10.7%*f	33 *10.0%*f
20 - 24 Jahre	145 *7.2%*	69 *6.7%*	76 *7.8%*	145 *26.6%*de	- -	- -	30 *3.4%*	66 *8.2%*f	50 *15.2%*fg
25 - 29 Jahre	128 *6.4%*	62 *6.0%*	66 *6.8%*	128 *23.5%*de	- -	- -	34 *4.0%*	60 *7.5%*f	34 *10.3%*f
30 - 34 Jahre	124 *6.2%*	62 *6.0%*	62 *6.4%*	124 *22.8%*de	- -	- -	41 *4.7%*	63 *7.8%*f	20 *6.3%*
35 - 39 Jahre	174 *8.7%*	86 *8.4%*	88 *9.1%*	- -	174 *24.3%*ce	- -	65 *7.4%*	79 *9.8%*	31 *9.5%*
40 - 44 Jahre	204 *10.2%*	100 *9.7%*	104 *10.7%*	- -	204 *28.5%*ce	- -	69 *7.9%*	117 *14.5%*fh	18 *5.7%*
45 - 49 Jahre	178 *8.9%*	88 *8.6%*	90 *9.3%*	- -	178 *24.9%*ce	- -	64 *7.4%*	87 *10.8%*f	27 *8.1%*
50 - 54 Jahre	160 *8.0%*	80 *7.8%*	80 *8.2%*	- -	160 *22.3%*ce	- -	71 *8.1%*	71 *8.8%*	19 *5.7%*
55 - 59 Jahre	142 *7.1%*	72 *7.0%*	70 *7.2%*	- -	- -	142 *19.2%*cd	61 *7.0%*	57 *7.1%*	24 *7.4%*
60 - 64 Jahre	128 *6.4%*	66 *6.4%*	62 *6.4%*	- -	- -	128 *17.3%*cd	71 *8.1%*g	34 *4.3%*	23 *7.0%*
65 - 69 Jahre	181 *9.0%*	94 *9.2%*	87 *8.9%*	- -	- -	181 *24.4%*cd	120 *13.8%*gh	46 *5.7%*	15 *4.6%*
70 - 74 Jahre	119 *6.0%*	70 *6.8%*	49 *5.1%*	- -	- -	119 *16.1%*cd	94 *10.8%*gh	17 *2.2%*	8 *2.3%*
75 Jahre und älter	170 *8.5%*	108 *10.5%*b	62 *6.4%*	- -	- -	170 *23.0%*cd	124 *14.2%*gh	21 *2.6%*	26 *7.9%*g
Durchschnittsalter	*47.5*	*48.8*b	*46.1*	*24.2*	*44.3*c	*67.8*cd	*54.9*gh	*41.7*	*42.2*
FAMILIENSTAND									
verheiratet, mit Partner	1291 *64.5%*	627 *61.0%*	664 *68.3%*a	226 *41.5%*	572 *79.8%*ce	493 *66.7%*c	577 *66.2%*	509 *63.5%*	204 *62.8%*
Single	403 *20.1%*	169 *16.4%*	234 *24.0%*a	307 *56.5%*de	69 *9.6%*e	27 *3.6%*	101 *11.6%*	204 *25.4%*f	98 *30.1%*f
geschieden/getrennt lebend/verwitwet ohne Partner	305 *15.2%*	232 *22.5%*b	73 *7.5%*	10 *1.8%*	75 *10.5%*c	220 *29.7%*cd	194 *22.2%*gh	88 *10.9%*	23 *7.1%*
keine Angabe	2 *0.1%*	0 *0*	2 *0.2%*	1 *0.2%*	0 *0.1%*	0 *0*	- -	2 *0.2%*	0 *0.1%*
HAUSHALTSGRÖßE									
1 Person	389 *19.4%*	232 *22.6%*b	157 *16.1%*	75 *13.7%*	86 *12.0%*	228 *30.8%*cd	223 *25.6%*gh	117 *14.6%*	49 *15.0%*
2 Personen	773 *38.6%*	365 *35.5%*	408 *41.9%*a	130 *24.0%*	203 *28.3%*	440 *59.4%*cd	379 *43.5%*g	259 *32.3%*	135 *41.3%*g
3 Personen	362 *18.1%*	195 *18.9%*	167 *17.2%*	142 *26.0%*e	174 *24.3%*e	46 *6.3%*	102 *11.7%*	200 *24.9%*fh	60 *18.4%*f
4 Personen	300 *15.0%*	147 *14.3%*	152 *15.7%*	111 *20.3%*e	172 *24.0%*e	17 *2.3%*	100 *11.5%*	148 *18.4%*f	51 *15.7%*
5 Personen	117 *5.9%*	63 *6.1%*	54 *5.6%*	67 *12.2%*de	45 *6.3%*e	6 *0.8%*	34 *3.9%*	61 *7.6%*f	22 *6.8%*
6 Personen und mehr	60 *3.0%*	26 *2.5%*	34 *3.5%*	20 *3.7%*e	36 *5.1%*e	4 *0.5%*	34 *3.9%*	17 *2.1%*	9 *2.7%*

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b - c/d/e - f/g/h

Urlaub an der Küste

Statistik

Zielgruppe: Alle Befragten

	TOTAL	Nielsengebiete							
		Nielsen 1	Nielsen 2	Nielsen 3a	Nielsen 3b	Nielsen 4	Nielsen 5	Nielsen 6	Nielsen 7
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)	(g)	(h)
Basis	2000 *100.0%*	318 *100.0%*	428 *100.0%*	266 *100.0%*	246 *100.0%*	300 *100.0%*	80**100.0%**	182 *100.0%*	180 *100.0%*
GESCHLECHT UND HAUPTEINKOMMENSBEZIEHER									
weiblich	1028 *51.4%*	171 *53.6%*	201 *46.9%*	147 *55.2%*g	128 *52.1%*	160 *53.3%*	48 *60.1%*g	81 *44.2%*	93 *51.9%*
männlich	972 *48.6%*	147 *46.4%*	227 *53.1%*	119 *44.8%*	118 *47.9%*	140 *46.7%*	32 *39.9%*	101 *55.8%*cf	87 *48.1%*
Haupteinkommensbezieher	1254 *62.7%*	188 *59.0%*	255 *59.6%*	161 *60.4%*	159 *64.7%*	196 *65.5%*	58 *73.1%*ab	128 *70.3%*ab	108 *60.1%*
ALTERSGRUPPEN									
14 - 19 Jahre	147 *7.3%*	34 *10.6%*b	21 *5.0%*	18 *6.8%*	20 *8.3%*	23 *7.6%*	10 *13.1%*bh	11 *6.1%*	9 *4.9%*
20 - 24 Jahre	145 *7.2%*	19 *5.9%*	36 *8.4%*	11 *4.2%*	18 *7.5%*	19 *6.3%*	4 *4.6%*	13 *6.9%*	26 *14.3%*acdefg
25 - 29 Jahre	128 *6.4%*	15 *4.8%*	28 *6.6%*	8 *3.2%*	13 *5.5%*	25 *8.2%*c	8 *9.5%*c	7 *3.8%*	24 *13.2%*abcdg
30 - 34 Jahre	124 *6.2%*	23 *7.2%*g	38 *8.8%*g	14 *5.1%*	17 *6.8%*	16 *5.3%*	4 *5.1%*	4 *2.4%*	9 *4.8%*
35 - 39 Jahre	174 *8.7%*	29 *9.0%*	46 *10.7%*h	25 *9.4%*	20 *8.0%*	20 *6.6%*	8 *9.9%*	20 *10.8%*h	7 *4.1%*
40 - 44 Jahre	204 *10.2%*	34 *10.6%*	37 *8.7%*	32 *12.0%*	28 *11.5%*	29 *9.7%*	5 *6.8%*	24 *13.2%*	14 *7.8%*
45 - 49 Jahre	178 *8.9%*	32 *10.0%*	39 *9.1%*	24 *8.9%*	20 *8.1%*	26 *8.8%*	4 *4.4%*	17 *9.1%*	17 *9.2%*
50 - 54 Jahre	160 *8.0%*	20 *6.4%*	30 *7.1%*	30 *11.3%*h	23 *9.4%*	24 *7.9%*	10 *12.7%*	14 *7.5%*	9 *4.8%*
55 - 59 Jahre	142 *7.1%*	12 *3.8%*	34 *8.1%*a	22 *8.4%*a	18 *7.5%*	17 *5.7%*	6 *7.3%*	16 *8.8%*a	16 *8.8%*a
60 - 64 Jahre	128 *6.4%*	26 *8.1%*	32 *7.4%*	13 *5.1%*	13 *5.4%*	18 *6.1%*	4 *4.7%*	10 *5.6%*	12 *6.6%*
65 - 69 Jahre	181 *9.0%*	27 *8.5%*	39 *9.2%*	20 *7.6%*	25 *10.1%*	28 *9.4%*	5 *5.8%*	24 *13.0%*	13 *7.3%*
70 - 74 Jahre	119 *6.0%*	18 *5.5%*	19 *4.4%*	25 *9.4%*bh	15 *5.9%*	19 *6.3%*	7 *8.9%*	11 *6.0%*	6 *3.5%*
75 Jahre und älter	170 *8.5%*	30 *9.5%*	28 *6.6%*	23 *8.6%*	15 *6.0%*	37 *12.2%*bd	6 *7.3%*	12 *6.7%*	19 *10.6%*
Durchschnittsalter	*47.5*	*47.2*	*46.5*	*49.8*h	*46.7*	*48.8*	*45.5*	*48.9*	*45.4*
FAMILIENSTAND									
verheiratet, mit Partner	1291 *64.5%*	208 *65.5%*	287 *67.0%*f	180 *67.8%*f	163 *66.2%*f	183 *61.1%*	42 *51.9%*	116 *63.9%*	111 *61.9%*
Single	403 *20.1%*	66 *20.7%*	79 *18.4%*	46 *17.2%*	47 *19.2%*	59 *19.6%*	20 *25.3%*	40 *22.0%*	46 *25.6%*
geschieden/getrennt lebend/verwitwet ohne Partner	305 *15.2%*	44 *13.8%*	62 *14.6%*	40 *15.0%*	36 *14.6%*	56 *18.8%*	18 *22.8%*	26 *14.1%*	22 *12.3%*
keine Angabe	2 *0.1%*	- -	- -	- -	- -	2 *0.6%*	- -	- -	0 *0.2%*
HAUSHALTSGRÖßE									
1 Person	389 *19.4%*	62 *19.6%*	76 *17.8%*	47 *17.6%*	36 *14.8%*	73 *24.2%*d	21 *26.4%*d	38 *21.0%*	35 *19.7%*
2 Personen	773 *38.6%*	123 *38.8%*	144 *33.5%*	110 *41.4%*	100 *40.7%*	112 *37.2%*	30 *37.5%*	76 *41.9%*	78 *43.1%*
3 Personen	362 *18.1%*	48 *15.2%*	68 *16.0%*	45 *17.0%*	60 *24.3%*abe	48 *16.1%*	20 *24.9%*	38 *20.9%*	34 *19.1%*
4 Personen	300 *15.0%*	57 *17.9%*fgh	81 *19.0%*fgh	39 *14.6%*f	36 *14.6%*f	50 *16.7%*fg	3 *3.1%*	17 *9.1%*	18 *9.9%*
5 Personen	117 *5.9%*	17 *5.5%*	40 *9.3%*ceg	12 *4.5%*	13 *5.1%*	14 *4.8%*	6 *7.0%*	3 *1.8%*	12 *6.7%*g
6 Personen und mehr	60 *3.0%*	10 *3.0%*	19 *4.4%*de	13 *5.0%*de	1 *0.5%*	3 *1.1%*	1 *1.2%*	10 *5.4%*de	3 *1.5%*

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d/e/f/g/h
* small base

Urlaub an der Küste

Statistik

Zielgruppe: Alle Befragten

	Total		Haushaltsnettoeinkommen (EURO)						Berufstätig			
			bis 1.249		1.250- 1.749		1.750- 2.499		2.500 und mehr		ja		nein	
			(a)		(b)		(c)		(d)		(e)		(f)	
Basis	2000	100.0%	293	100.0%	463	100.0%	611	100.0%	632	100.0%	1041	100.0%	959	100.0%
GESCHLECHT UND HAUPTEINKOMMENSBEZIEHER														
weiblich	1028	51.4%	186	63.4%bcd	251	54.2%d	303	49.5%	289	45.7%	474	45.5%	554	57.8%e
männlich	972	48.6%	107	36.6%	212	45.8%a	309	50.5%a	343	54.3%ab	567	54.5%f	405	42.2%
Haupteinkommensbezieher	1254	62.7%	257	87.5%bcd	334	72.2%cd	344	56.4%	318	50.3%	733	70.4%f	520	54.3%
ALTERSGRUPPEN														
14 - 19 Jahre	147	7.3%	15	5.3%	13	2.9%	39	6.4%b	79	12.5%abc	21	2.0%	126	13.2%e
20 - 24 Jahre	145	7.2%	34	11.6%bcd	30	6.6%	45	7.3%	36	5.7%	64	6.1%	81	8.5%
25 - 29 Jahre	128	6.4%	16	5.6%	37	7.9%	36	5.8%	39	6.2%	97	9.3%f	31	3.3%
30 - 34 Jahre	124	6.2%	14	4.6%	24	5.2%	53	8.6%a	34	5.4%	96	9.2%f	28	3.0%
35 - 39 Jahre	174	8.7%	15	5.0%	26	5.7%	57	9.3%a	77	12.1%ab	142	13.6%f	32	3.4%
40 - 44 Jahre	204	10.2%	20	6.8%	49	10.5%	55	9.0%	80	12.7%a	180	17.3%f	24	2.5%
45 - 49 Jahre	178	8.9%	13	4.4%	22	4.7%	70	11.4%ab	74	11.6%ab	156	14.9%f	22	2.3%
50 - 54 Jahre	160	8.0%	19	6.4%	25	5.4%	40	6.5%	76	12.1%abc	133	12.8%f	27	2.8%
55 - 59 Jahre	142	7.1%	13	4.5%	29	6.4%	47	7.6%	53	8.3%	106	10.2%f	36	3.7%
60 - 64 Jahre	128	6.4%	17	5.7%	42	9.1%d	37	6.1%	32	5.1%	38	3.6%	90	9.4%e
65 - 69 Jahre	181	9.0%	31	10.5%d	59	12.8%d	60	9.7%d	31	4.9%	10	0.9%	171	17.8%e
70 - 74 Jahre	119	6.0%	31	10.7%cd	45	9.7%cd	34	5.6%d	9	1.3%	1	0.1%	119	12.4%e
75 Jahre und älter	170	8.5%	56	19.0%bcd	61	13.2%cd	41	6.6%d	13	2.0%	-	-	170	17.7%e
Durchschnittsalter		47.5		52.6cd		52.5cd		46.8d		42.1		41.8		53.7e
FAMILIENSTAND														
verheiratet, mit Partner	1291	64.5%	70	23.9%	267	57.7%a	480	78.5%ab	474	74.9%ab	778	74.8%f	512	53.4%
Single	403	20.1%	99	33.6%bcd	80	17.2%	87	14.2%	137	21.7%c	169	16.2%	234	24.4%e
geschieden/getrennt lebend/verwitwet ohne Partner	305	15.2%	125	42.5%bcd	115	24.9%cd	43	7.1%d	21	3.3%	92	8.8%	213	22.2%e
keine Angabe	2	0.1%	-	-	1	0.2%	1	0.2%	-	-	2	0.2%	-	-
HAUSHALTSGRÖßE														
1 Person	389	19.4%	186	63.5%bcd	141	30.5%cd	45	7.3%d	16	2.6%	137	13.1%	252	26.3%e
2 Personen	773	38.6%	60	20.5%	216	46.7%ad	298	48.8%ad	198	31.3%a	372	35.8%	400	41.8%e
3 Personen	362	18.1%	23	7.8%	63	13.6%a	118	19.2%ab	159	25.2%abc	234	22.5%f	128	13.3%
4 Personen	300	15.0%	18	6.1%	32	6.9%	87	14.2%ab	163	25.8%abc	210	20.2%f	90	9.3%
5 Personen	117	5.9%	5	1.8%	9	1.9%	40	6.6%ab	63	9.9%ab	52	5.0%	65	6.8%
6 Personen und mehr	60	3.0%	1	0.4%	2	0.4%	24	3.9%ab	33	5.2%ab	35	3.4%	24	2.5%

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d - e/f

Urlaub an der Küste

Statistik

Zielgruppe: Alle Befragten

	TOTAL	Haushalte mit Kindern unter 14 Jahren: ja	Haushalte mit Kindern unter 14 Jahren: nein	Haushaltsgröße: 1 Person	Haushaltsgröße: 2 Personen	Haushaltsgröße: 3 Personen	Haushaltsgröße: 4 Personen und mehr
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
Basis	2000 *100.0%*	417 *100.0%*	1583 *100.0%*	389 *100.0%*	773 *100.0%*	362 *100.0%*	476 *100.0%*
GESCHLECHT UND HAUPTEINKOMMENSBEZIEHER							
weiblich	1028 *51.4%*	237 *56.7%*b	791 *50.0%*	232 *59.7%*df	365 *47.3%*	195 *53.8%*	236 *49.5%*
männlich	972 *48.6%*	181 *43.3%*	791 *50.0%*a	157 *40.3%*	408 *52.7%*c	167 *46.2%*	240 *50.5%*c
Haupteinkommensbezieher	1254 *62.7%*	230 *55.0%*	1024 *64.7%*a	389 *100.0%*def	496 *64.2%*ef	161 *44.5%*	207 *43.5%*
ALTERSGRUPPEN							
14 - 19 Jahre	147 *7.3%*	37 *8.9%*	110 *6.9%*	4 *1.0%*	9 *1.2%*	44 *12.1%*cd	90 *18.9%*cde
20 - 24 Jahre	145 *7.2%*	21 *5.1%*	124 *7.8%*	26 *6.7%*	44 *5.7%*	39 *10.8%*d	36 *7.5%*
25 - 29 Jahre	128 *6.4%*	44 *10.5%*b	84 *5.3%*	26 *6.7%*	41 *5.3%*	32 *8.8%*	29 *6.1%*
30 - 34 Jahre	124 *6.2%*	66 *15.9%*b	58 *3.7%*	19 *4.8%*	36 *4.6%*	27 *7.4%*	43 *8.9%*cd
35 - 39 Jahre	174 *8.7%*	96 *22.9%*b	78 *5.0%*	21 *5.3%*	39 *5.1%*	37 *10.1%*cd	78 *16.3%*cde
40 - 44 Jahre	204 *10.2%*	88 *21.0%*b	116 *7.3%*	28 *7.1%*	47 *6.1%*	44 *12.2%*cd	85 *17.8%*cd
45 - 49 Jahre	178 *8.9%*	46 *11.0%*	132 *8.3%*	17 *4.3%*	52 *6.7%*	43 *12.0%*cd	66 *13.8%*cd
50 - 54 Jahre	160 *8.0%*	13 *3.2%*	147 *9.3%*a	21 *5.5%*	64 *8.3%*	50 *13.7%*cdf	25 *5.3%*
55 - 59 Jahre	142 *7.1%*	2 *0.4%*	140 *8.9%*a	22 *5.7%*	86 *11.1%*cef	20 *5.6%*	14 *2.9%*
60 - 64 Jahre	128 *6.4%*	3 *0.7%*	125 *7.9%*a	27 *6.8%*f	82 *10.6%*cef	14 *3.7%*	6 *1.3%*
65 - 69 Jahre	181 *9.0%*	1 *0.2%*	180 *11.4%*a	39 *10.0%*ef	131 *16.9%*cef	9 *2.4%*	2 *0.5%*
70 - 74 Jahre	119 *6.0%*	- *-*	119 *7.5%*a	47 *12.0%*ef	71 *9.2%*ef	2 *0.5%*	- *-*
75 Jahre und älter	170 *8.5%*	1 *0.2%*	169 *10.7%*a	94 *24.2%*def	70 *9.1%*ef	2 *0.6%*	4 *0.8%*
Durchschnittsalter	*47.5*	*35.6*	*50.7*a	*56.9*def	*54.3*ef	*38.7*f	*35.5*
FAMILIENSTAND							
verheiratet, mit Partner	1291 *64.5%*	351 *84.1%*b	940 *59.4%*	17 *4.4%*	675 *87.4%*cef	262 *72.3%*c	337 *70.7%*c
Single	403 *20.1%*	50 *11.9%*	353 *22.3%*a	140 *36.0%*def	53 *6.8%*	84 *23.2%*d	126 *26.4%*d
geschieden/getrennt lebend/verwitwet ohne Partner	305 *15.2%*	16 *3.9%*	288 *18.2%*a	231 *59.5%*def	43 *5.6%*	16 *4.5%*	14 *2.9%*
keine Angabe	2 *0.1%*	0 *0.1%*	2 *0.1%*	0 *0.1%*	2 *0.2%*	- *-*	- *-*
HAUSHALTSGRÖßE							
1 Person	389 *19.4%*	- *-*	389 *24.6%*a	389 *100.0%*def	- *-*	- *-*	- *-*
2 Personen	773 *38.6%*	12 *2.8%*	761 *48.1%*a	- *-*	773 *100.0%*cef	- *-*	- *-*
3 Personen	362 *18.1%*	125 *30.0%*b	237 *15.0%*	- *-*	- *-*	362 *100.0%*cdf	- *-*
4 Personen	300 *15.0%*	167 *40.0%*b	133 *8.4%*	- *-*	- *-*	- *-*	300 *62.9%*cde
5 Personen	117 *5.9%*	67 *16.2%*b	50 *3.1%*	- *-*	- *-*	- *-*	117 *24.6%*cde
6 Personen und mehr	60 *3.0%*	46 *11.0%*b	14 *0.9%*	- *-*	- *-*	- *-*	60 *12.5%*cde

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b - c/d/e/f

IPSOS GMBH
2009

Repräsentativbefragung von 2.000 Personen ab 14 Jahren in Deutschland
Capibus: C9042/3 Job-Nr.:09022961 Befragungszeitraum 10/09

Urlaub an der Küste

Statistik

Zielgruppe: Alle Befragten

	TOTAL	Life Stages					
		Younger people (14-39)	Families with small kids	Families with older kids	Mid aged people (40-59)	Seniors (single household)	Seniors (companion-ship)
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
Basis	2000 *100.0%*	453 *100.0%*	170 *100.0%*	247 *100.0%*	535 *100.0%*	216 *100.0%*	377 *100.0%*
GESCHLECHT UND HAUPTEINKOMMENSBEZIEHER							
weiblich	1028 *51.4%*	185 *40.8%*	98 *57.8%*af	138 *56.0%*af	268 *50.2%*a	171 *79.3%*abcdf	167 *44.1%*
männlich	972 *48.6%*	268 *59.2%*bcde	72 *42.2%*e	109 *44.0%*e	266 *49.8%*e	45 *20.7%*	211 *55.9%*bce
Haupteinkommensbezieher	1254 *62.7%*	208 *46.0%*	98 *57.7%*a	131 *53.2%*	364 *68.1%*abc	215 *99.3%*abcdf	235 *62.3%*a
ALTERSGRUPPEN							
14 - 19 Jahre	147 *7.3%*	110 *24.2%*bcdef	9 *5.3%*def	28 *11.5%*def	- -	- -	- -
20 - 24 Jahre	145 *7.2%*	124 *27.3%*bcdef	17 *10.1%*cdef	4 *1.6%*df	- -	- -	- -
25 - 29 Jahre	128 *6.4%*	84 *18.6%*cdef	33 *19.3%*cdef	11 *4.4%*def	- -	- -	- -
30 - 34 Jahre	124 *6.2%*	57 *12.5%*def	42 *24.8%*acdef	24 *9.7%*def	- -	- -	- -
35 - 39 Jahre	174 *8.7%*	78 *17.3%*def	48 *28.2%*adef	48 *19.2%*def	- -	- -	- -
40 - 44 Jahre	204 *10.2%*	- -	7 *4.4%*aef	80 *32.5%*abdef	116 *21.7%*abef	- -	- -
45 - 49 Jahre	178 *8.9%*	- -	8 *4.7%*aef	38 *15.4%*abef	132 *24.7%*abcef	- -	- -
50 - 54 Jahre	160 *8.0%*	- -	1 *0.6%*	12 *4.9%*abef	147 *27.4%*abcef	- -	- -
55 - 59 Jahre	142 *7.1%*	- -	1 *0.7%*	1 *0.2%*	140 *26.2%*abcef	- -	- -
60 - 64 Jahre	128 *6.4%*	- -	2 *0.9%*d	1 *0.5%*	- -	32 *14.6%*abcd	94 *24.8%*abcde
65 - 69 Jahre	181 *9.0%*	- -	1 *0.5%*	- -	- -	48 *22.0%*abcd	132 *35.1%*abcde
70 - 74 Jahre	119 *6.0%*	- -	- -	- -	- -	44 *20.6%*abcd	75 *19.8%*abcd
75 Jahre und älter	170 *8.5%*	- -	1 *0.4%*	- -	- -	93 *42.9%*abcdf	77 *20.3%*abcd
Durchschnittsalter	*47.5*	*25.7*	*32.7*a	*37.6*ab	*49.9*abc	*72.8*abcdf	*69.0*abcd
FAMILIENSTAND							
verheiratet, mit Partner	1291 *64.5%*	155 *34.2%*e	155 *91.1%*acde	196 *79.3%*ae	408 *76.2%*ae	- -	377 *100.0%*abcde
Single	403 *20.1%*	279 *61.7%*bcdef	12 *7.1%*f	37 *15.1%*bf	53 *10.0%*f	20 *9.4%*f	- -
geschieden/getrennt lebend/verwitwet ohne Partner	305 *15.2%*	19 *4.2%*f	3 *1.7%*f	13 *5.4%*f	74 *13.8%*abcf	196 *90.6%*abcdf	- -
keine Angabe	2 *0.1%*	- -	- -	0 *0.2%*	- -	- -	- -
HAUSHALTSGRÖßE							
1 Person	389 *19.4%*	95 *21.0%*bcf	- -	- -	87 *16.3%*bcf	195 *90.0%*abcdf	11 *3.0%*bc
2 Personen	773 *38.6%*	162 *35.7%*bce	4 *2.5%*	8 *3.1%*	244 *45.7%*abce	13 *6.0%*	341 *90.3%*abcde
3 Personen	362 *18.1%*	92 *20.3%*ef	70 *40.9%*acdef	56 *22.5%*ef	119 *22.3%*ef	6 *2.6%*	20 *5.2%*
4 Personen	300 *15.0%*	58 *12.7%*ef	56 *32.9%*adef	111 *44.9%*abdef	67 *12.5%*ef	3 *1.3%*	5 *1.4%*
5 Personen	117 *5.9%*	40 *8.7%*def	28 *16.4%*adef	40 *16.0%*adef	10 *1.9%*ef	- -	- -
6 Personen und mehr	60 *3.0%*	7 *1.5%*f	12 *7.3%*adef	33 *13.5%*adef	7 *1.3%*f	- -	- -

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d/e/f

Urlaub an der Küste

Statistik

Zielgruppe: Alle Befragten

	TOTAL	Geschlecht		Altersgruppen (Jahre)			Schulbildung		
		Frauen	Männer	-34	35-54	55+	Haupt-schule	weiterführende Schule ohne Abitur	Abitur/ Universität
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)	(g)	(h)
Basis	2000 100.0%	1028 100.0%	972 100.0%	544 100.0%	716 100.0%	740 100.0%	872 100.0%	802 100.0%	326 100.0%
BESORGT DEN HAUSHALT									
hauptsächlich	1130 56.5%	893 86.8%b	238 24.4%	222 40.8%	434 60.7%c	474 64.0%c	553 63.4%gh	433 54.0%h	145 44.4%
auch noch mit	509 25.5%	94 9.2%	415 42.7%a	173 31.8%de	161 22.5%	175 23.7%	179 20.6%	217 27.1%f	112 34.5%fg
nicht	360 18.0%	41 4.0%	320 32.9%a	149 27.4%de	120 16.8%e	91 12.3%	140 16.0%	152 19.0%	69 21.1%
HAUSHALTE MIT KINDERN									
bis 14 Jahre	417 20.9%	237 23.0%b	181 18.6%	169 31.0%e	243 33.9%e	6 0.8%	149 17.1%	208 25.9%fh	60 18.5%
übrige	1583 79.1%	791 77.0%	791 81.4%a	376 69.0%	473 66.1%	734 99.2%cd	723 82.9%g	595 74.1%	265 81.5%g
KINDER UNTER 14 JAHRE IM HAUSHALT									
0 - 2 Jahre	86 4.3%	51 4.9%	35 3.6%	64 11.7%de	19 2.7%e	2 0.3%	34 3.9%	37 4.6%	14 4.4%
3 - 5 Jahre	116 5.8%	66 6.4%	50 5.2%	62 11.4%de	51 7.1%e	4 0.5%	42 4.8%	58 7.3%	16 5.0%
6 - 9 Jahre	162 8.1%	92 9.0%	69 7.1%	62 11.4%e	98 13.6%e	2 0.3%	70 8.0%	75 9.3%h	17 5.2%
10-13 Jahre	214 10.7%	117 11.3%	98 10.0%	50 9.1%e	162 22.6%ce	3 0.3%	80 9.2%	104 13.0%f	30 9.2%
keine Kinder unter 14 Jahren	1583 79.1%	791 77.0%	791 81.4%a	376 69.0%	473 66.1%	734 99.2%cd	723 82.9%g	595 74.1%	265 81.5%g
keine Angabe	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -
SCHULBILDUNG DES BEFRAGTEN									
Hauptschule ohne abgeschl. Berufsausbildung (POS)	145 7.2%	109 10.6%b	36 3.7%	41 7.6%d	30 4.2%	73 9.9%d	145 16.6%gh	- -	- -
Hauptschule mit abgeschl. Berufsausbildung (POS)	727 36.4%	366 35.6%	362 37.2%	92 16.9%	238 33.3%c	397 53.6%cd	727 83.4%gh	- -	- -
Mittlere Reife, weiterführende Schule ohne Abitur	802 40.1%	428 41.6%	375 38.5%	274 50.4%e	353 49.3%e	175 23.7%	- -	802 100.0%fh	- -
Abitur, Hochschulreife (EOS)	160 8.0%	65 6.3%	95 9.7%a	85 15.7%de	38 5.3%	36 4.9%	- -	- -	160 49.0%fg
Universität, Techn. Hochschule, Polytechnikum, Fachhochschule	166 8.3%	61 5.9%	105 10.9%a	51 9.3%	57 7.9%	59 7.9%	- -	- -	166 51.0%fg
keine Angabe	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b - c/d/e - f/g/h

Urlaub an der Küste

Statistik

Zielgruppe: Alle Befragten

	TOTAL	Nielsengebiete							
		Nielsen 1	Nielsen 2	Nielsen 3a	Nielsen 3b	Nielsen 4	Nielsen 5	Nielsen 6	Nielsen 7
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)	(g)	(h)
Basis	2000 100.0%	318 100.0%	428 100.0%	266 100.0%	246 100.0%	300 100.0%	80* 100.0%*	182 100.0%	180 100.0%
BESORGT DEN HAUSHALT									
hauptsächlich	1130 56.5%	172 54.2%	227 53.0%	156 58.8%	135 54.8%	174 57.9%	53 66.4%	106 58.2%	107 59.4%
auch noch mit	509 25.5%	105 32.9%ceg	130 30.3%ce	41 15.4%	61 24.7%c	67 22.5%	19 23.8%	42 23.1%	45 24.8%c
nicht	360 18.0%	41 13.0%	71 16.6%	69 25.8%abfh	50 20.5%a	59 19.6%	8 9.8%	34 18.6%	28 15.8%
HAUSHALTE MIT KINDERN									
bis 14 Jahre	417 20.9%	67 21.2%e	121 28.3%deh	59 22.2%e	46 18.7%	41 13.5%	13 16.1%	38 20.7%	33 18.3%
übrige	1583 79.1%	251 78.8%	307 71.7%	207 77.8%	200 81.3%b	260 86.5%abc	67 83.9%	144 79.3%	147 81.7%b
KINDER UNTER 14 JAHRE IM HAUSHALT									
0 - 2 Jahre	86 4.3%	9 2.9%	31 7.2%ac	7 2.5%	11 4.4%	13 4.2%	2 2.8%	6 3.3%	7 3.9%
3 - 5 Jahre	116 5.8%	11 3.4%	44 10.3%aceh	9 3.4%	15 6.0%	12 4.0%	6 7.5%	14 7.5%	6 3.3%
6 - 9 Jahre	162 8.1%	30 9.5%e	53 12.4%degh	25 9.4%	15 6.3%	14 4.6%	3 4.3%	12 6.4%	9 5.2%
10-13 Jahre	214 10.7%	42 13.2%e	50 11.8%e	40 14.9%e	21 8.6%	19 6.3%	8 10.2%	18 10.0%	16 8.8%
keine Kinder unter 14 Jahren	1583 79.1%	251 78.8%	307 71.7%	207 77.8%	200 81.3%b	260 86.5%abc	67 83.9%	144 79.3%	147 81.7%b
keine Angabe	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -
SCHULBILDUNG DES BEFRAGTEN									
Hauptschule ohne abgeschl. Berufsausbildung (POS)	145 7.2%	20 6.2%h	34 7.9%gh	19 7.0%h	27 10.8%gh	37 12.3%afgh	2 2.7%	4 2.5%	3 1.5%
Hauptschule mit abgeschl. Berufsausbildung (POS)	727 36.4%	100 31.5%	178 41.6%afgh	110 41.4%afgh	110 44.7%afgh	127 42.3%afgh	16 20.4%	44 24.3%	41 23.0%
Mittlere Reife, weiterführende Schule ohne Abitur	802 40.1%	131 41.3%e	161 37.7%	90 33.8%	90 36.4%	91 30.3%	51 63.3%abcdefh	107 58.9%abcdeh	81 45.2%ce
Abitur, Hochschulreife (EOS)	160 8.0%	30 9.4%	30 6.9%	25 9.6%	13 5.3%	32 10.6%d	6 7.1%	12 6.5%	13 7.0%
Universität, Techn. Hochschule, Polytechnikum, Fachhochschule	166 8.3%	37 11.6%bde	25 5.9%	22 8.2%d	7 2.8%	13 4.5%	5 6.6%	14 7.8%d	42 23.4%abcdefg
keine Angabe	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d/e/f/g/h
* small base

Urlaub an der Küste

Statistik

Zielgruppe: Alle Befragten

	Total	Haushaltsnettoeinkommen (EURO)				Berufstätig	
		bis 1.249	1.250- 1.749	1.750- 2.499	2.500 und mehr	ja	nein
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
Basis	2000 *100.0%*	293 *100.0%*	463 *100.0%*	611 *100.0%*	632 *100.0%*	1041 *100.0%*	959 *100.0%*
BESORGT DEN HAUSHALT							
hauptsächlich	1130 *56.5%*	254 *86.5%*bcd	307 *66.2%*cd	311 *50.9%*d	259 *41.0%*	563 *54.1%*	567 *59.1%*
auch noch mit	509 *25.5%*	21 *7.2%*	108 *23.4%*a	180 *29.5%*ab	199 *31.5%*ab	283 *27.2%*	226 *23.6%*
nicht	360 *18.0%*	19 *6.3%*	48 *10.4%*	120 *19.6%*ab	174 *27.5%*abc	195 *18.7%*	165 *17.3%*
HAUSHALTE MIT KINDERN							
bis 14 Jahre	417 *20.9%*	33 *11.3%*	69 *14.9%*	142 *23.2%*ab	173 *27.4%*ab	294 *28.2%*f	124 *12.9%*
übrige	1583 *79.1%*	260 *88.7%*cd	394 *85.1%*cd	469 *76.8%*	459 *72.6%*	748 *71.8%*	835 *87.1%*e
KINDER UNTER 14 JAHRE IM HAUSHALT							
0 - 2 Jahre	86 *4.3%*	9 *3.1%*	19 *4.1%*	29 *4.7%*	29 *4.5%*	45 *4.3%*	41 *4.2%*
3 - 5 Jahre	116 *5.8%*	10 *3.3%*	27 *5.7%*	35 *5.8%*	45 *7.1%*a	78 *7.5%*f	39 *4.1%*
6 - 9 Jahre	162 *8.1%*	10 *3.3%*	32 *6.9%*a	52 *8.5%*a	68 *10.8%*a	109 *10.5%*f	52 *5.4%*
10-13 Jahre	214 *10.7%*	15 *5.0%*	22 *4.6%*	77 *12.5%*ab	101 *16.1%*ab	156 *15.0%*f	58 *6.0%*
keine Kinder unter 14 Jahren	1583 *79.1%*	260 *88.7%*cd	394 *85.1%*cd	469 *76.8%*	459 *72.6%*	748 *71.8%*	835 *87.1%*e
keine Angabe	- *-*	- *-*	- *-*	- *-*	- *-*	- *-*	- *-*
SCHULBILDUNG DES BEFRAGTEN							
Hauptschule ohne abgeschl. Berufsausbildung (POS)	145 *7.2%*	46 *15.6%*bcd	44 *9.5%*cd	36 *5.8%*d	19 *3.1%*	25 *2.4%*	120 *12.5%*e
Hauptschule mit abgeschl. Berufsausbildung (POS)	727 *36.4%*	123 *41.9%*d	222 *48.0%*cd	232 *37.9%*d	150 *23.8%*	335 *32.2%*	392 *40.9%*e
Mittlere Reife, weiterführende Schule ohne Abitur	802 *40.1%*	95 *32.4%*	165 *35.5%*	253 *41.4%*a	290 *45.8%*ab	508 *48.8%*f	295 *30.7%*
Abitur, Hochschulreife (EOS)	160 *8.0%*	12 *4.1%*	18 *3.9%*	48 *7.9%*ab	81 *12.8%*abc	82 *7.9%*	78 *8.1%*
Universität, Techn. Hochschule, Polytechnikum, Fachhochschule	166 *8.3%*	18 *6.0%*	14 *3.1%*	42 *6.9%*b	92 *14.5%*abc	92 *8.8%*	74 *7.8%*
keine Angabe	- *-*	- *-*	- *-*	- *-*	- *-*	- *-*	- *-*

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d - e/f

IPSOS GMBH
2009

Repräsentativbefragung von 2.000 Personen ab 14 Jahren in Deutschland
Capibus: C9042/3 Job-Nr.:09022961 Befragungszeitraum 10/09

Urlaub an der Küste

Statistik

Zielgruppe: Alle Befragten

	TOTAL	Haushalte mit Kindern unter 14 Jahren: ja	Haushalte mit Kindern unter 14 Jahren: nein	Haushaltsgröße: 1 Person	Haushaltsgröße: 2 Personen	Haushaltsgröße: 3 Personen	Haushaltsgröße: 4 Personen und mehr
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
Basis	2000 *100.0%*	417 *100.0%*	1583 *100.0%*	389 *100.0%*	773 *100.0%*	362 *100.0%*	476 *100.0%*
BESORGT DEN HAUSHALT							
hauptsächlich	1130 *56.5%*	220 *52.8%*	910 *57.5%*	389 *100.0%*def	372 *48.2%*f	178 *49.0%*f	192 *40.2%*
auch noch mit	509 *25.5%*	104 *24.8%*	405 *25.6%*	- -	275 *35.6%*ce	95 *26.2%*c	139 *29.2%*c
nicht	360 *18.0%*	93 *22.4%*b	267 *16.9%*	- -	125 *16.2%*c	89 *24.7%*cd	146 *30.6%*cd
HAUSHALTE MIT KINDERN							
bis 14 Jahre	417 *20.9%*	417 *100.0%*b	- -	- -	12 *1.5%*c	125 *34.6%*cd	280 *58.8%*cde
übrige	1583 *79.1%*	- -	1583 *100.0%*a	389 *100.0%*def	761 *98.5%*ef	237 *65.4%*f	196 *41.2%*
KINDER UNTER 14 JAHRE IM HAUSHALT							
0 - 2 Jahre	86 *4.3%*	86 *20.5%*b	- -	- -	1 *0.2%*	38 *10.6%*cd	46 *9.6%*cd
3 - 5 Jahre	116 *5.8%*	116 *27.9%*b	- -	- -	3 *0.4%*	33 *9.0%*cd	81 *17.0%*cde
6 - 9 Jahre	162 *8.1%*	162 *38.7%*b	- -	- -	3 *0.4%*	24 *6.6%*cd	134 *28.2%*cde
10-13 Jahre	214 *10.7%*	214 *51.3%*b	- -	- -	4 *0.5%*	33 *9.1%*cd	177 *37.2%*cde
keine Kinder unter 14 Jahren	1583 *79.1%*	- -	1583 *100.0%*a	389 *100.0%*def	761 *98.5%*ef	237 *65.4%*f	196 *41.2%*
keine Angabe	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -
SCHULBILDUNG DES BEFRAGTEN							
Hauptschule ohne abgeschl. Berufsausbildung (POS)	145 *7.2%*	31 *7.3%*	114 *7.2%*	47 *12.1%*def	45 *5.8%*	19 *5.2%*	34 *7.1%*
Hauptschule mit abgeschl. Berufsausbildung (POS)	727 *36.4%*	119 *28.5%*	608 *38.4%*a	176 *45.2%*ef	334 *43.2%*ef	83 *23.0%*	134 *28.2%*
Mittlere Reife, weiterführende Schule ohne Abitur	802 *40.1%*	208 *49.8%*b	595 *37.6%*	117 *30.1%*	259 *33.5%*	200 *55.3%*cd	226 *47.5%*cd
Abitur, Hochschulreife (EOS)	160 *8.0%*	31 *7.5%*	128 *8.1%*	23 *5.9%*	63 *8.1%*	31 *8.5%*	43 *9.1%*
Universität, Techn. Hochschule, Polytechnikum, Fachhochschule	166 *8.3%*	29 *6.9%*	137 *8.7%*	26 *6.8%*	72 *9.3%*	29 *8.1%*	39 *8.2%*
keine Angabe	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b - c/d/e/f

IPSOS GMBH
2009

Repräsentativbefragung von 2.000 Personen ab 14 Jahren in Deutschland
Capibus: C9042/3 Job-Nr.:09022961 Befragungszeitraum 10/09

Urlaub an der Küste

Statistik

Zielgruppe: Alle Befragten

	TOTAL	Life Stages					
		Younger people (14-39)	Families with small kids	Families with older kids	Mid aged people (40-59)	Seniors (single household)	Seniors (companion-ship)
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
Basis	2000 ***100.0%***	453 ***100.0%***	170 ***100.0%***	247 ***100.0%***	535 ***100.0%***	216 ***100.0%***	377 ***100.0%***
BESORGT DEN HAUSHALT							
hauptsächlich	1130 ***56.5%***	183 ***40.3%***	98 ***57.7%***af	122 ***49.4%***	338 ***63.2%***acf	212 ***98.1%***abcdf	177 ***46.9%***
auch noch mit	509 ***25.5%***	152 ***33.7%***cde	44 ***25.9%***e	59 ***24.1%***e	117 ***21.8%***e	3 ***1.5%***	132 ***35.0%***cde
nicht	360 ***18.0%***	118 ***26.0%***bdef	28 ***16.4%***e	65 ***26.5%***bdef	80 ***15.0%***e	1 ***0.4%***	68 ***18.1%***e
HAUSHALTE MIT KINDERN							
bis 14 Jahre	417 ***20.9%***	- -	170 ***100.0%***adef	247 ***100.0%***adef	- -	- -	- -
übrige	1583 ***79.1%***	453 ***100.0%***bc	- -	- -	535 ***100.0%***bc	216 ***100.0%***bc	377 ***100.0%***bc
KINDER UNTER 14 JAHRE IM HAUSHALT							
0 - 2 Jahre	86 ***4.3%***	- -	86 ***50.2%***acdef	- -	- -	- -	- -
3 - 5 Jahre	116 ***5.8%***	- -	116 ***68.3%***acdef	- -	- -	- -	- -
6 - 9 Jahre	162 ***8.1%***	- -	47 ***27.8%***adef	114 ***46.3%***abdef	- -	- -	- -
10-13 Jahre	214 ***10.7%***	- -	19 ***10.9%***adef	196 ***79.2%***abdef	- -	- -	- -
keine Kinder unter 14 Jahren	1583 ***79.1%***	453 ***100.0%***bc	- -	- -	535 ***100.0%***bc	216 ***100.0%***bc	377 ***100.0%***bc
keine Angabe	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -
SCHULBILDUNG DES BEFRAGTEN							
Hauptschule ohne abgeschl. Berufsausbildung (POS)	145 ***7.2%***	24 ***5.2%***	14 ***8.3%***	16 ***6.7%***	23 ***4.3%***	32 ***14.9%***acd	35 ***9.4%***d
Hauptschule mit abgeschl. Berufsausbildung (POS)	727 ***36.4%***	82 ***18.0%***	47 ***27.3%***a	72 ***29.3%***a	188 ***35.1%***a	129 ***59.6%***abcd	210 ***55.7%***abcd
Mittlere Reife, weiterführende Schule ohne Abitur	802 ***40.1%***	217 ***47.9%***ef	85 ***49.7%***ef	123 ***49.8%***ef	259 ***48.5%***ef	37 ***17.3%***	80 ***21.1%***
Abitur, Hochschulreife (EOS)	160 ***8.0%***	79 ***17.4%***bcdef	14 ***8.3%***	17 ***7.0%***	24 ***4.5%***	8 ***3.6%***	18 ***4.7%***
Universität, Techn. Hochschule, Polytechnikum, Fachhochschule	166 ***8.3%***	52 ***11.4%***e	11 ***6.4%***	18 ***7.3%***	41 ***7.6%***	10 ***4.6%***	34 ***9.1%***
keine Angabe	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d/e/f

Urlaub an der Küste

Statistik

Zielgruppe: Alle Befragten

	TOTAL	Geschlecht		Altersgruppen (Jahre)			Schulbildung		
		Frauen	Männer	-34	35-54	55+	Haupt-schule	weiterführende Schule ohne Abitur	Abitur/ Universität
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)	(g)	(h)
Basis	2000 *100.0%*	1028 *100.0%*	972 *100.0%*	544 *100.0%*	716 *100.0%*	740 *100.0%*	872 *100.0%*	802 *100.0%*	326 *100.0%*
BERUFSTÄTIGKEIT DES BEFRAGTEN									
vollzeit berufstätig	844 *42.2%*	298 *29.0%*	546 *56.1%*a	225 *41.3%*e	491 *68.7%*ce	127 *17.2%*	284 *32.6%*	403 *50.2%*f	156 *48.0%*f
halbtägig berufstätig	139 *6.9%*	127 *12.4%*b	11 *1.2%*	36 *6.5%*e	88 *12.3%*ce	15 *2.0%*	44 *5.0%*	86 *10.7%*fh	9 *2.8%*
teilzeit berufstätig	59 *3.0%*	49 *4.8%*b	10 *1.0%*	16 *3.0%*	31 *4.3%*e	12 *1.7%*	31 *3.6%*	20 *2.4%*	8 *2.5%*
nicht berufstätig (Nur-Hausfrau)	110 *5.5%*	109 *10.6%*b	1 *0.1%*	31 *5.6%*	40 *5.6%*	39 *5.2%*	67 *7.7%*gh	36 *4.5%*	7 *2.1%*
zur Zeit arbeitslos	118 *5.9%*	61 *5.9%*	56 *5.8%*	41 *7.6%*e	57 *7.9%*e	20 *2.7%*	46 *5.3%*h	68 *8.5%*fh	3 *1.0%*
im Ruhestand	547 *27.4%*	302 *29.4%*	245 *25.2%*	14 *2.5%*	8 *1.1%*	526 *71.1%*cd	378 *43.4%*gh	110 *13.7%*	59 *18.2%*
in Schul-, Berufsausbildung									
- Lehrling	54 *2.7%*	24 *2.3%*	30 *3.1%*	54 *10.0%*de	- *-*	- *-*	8 *0.9%*	42 *5.2%*fh	5 *1.4%*
- Schüler, Student	127 *6.4%*	55 *5.4%*	72 *7.4%*	127 *23.4%*de	- *-*	- *-*	10 *1.2%*	39 *4.9%*f	78 *23.9%*fg
keine Angabe	2 *0.1%*	2 *0.2%*	0 *0*	1 *0.1%*	1 *0.1%*	1 *0.1%*	2 *0.2%*	0 *0*	- *-*
DERZEITIGER BERUF DES BEFRAGTEN									
Inhaber v. größeren Geschäften, Unternehmer, Großunternehmer	11 *0.6%*	0 *0*	11 *1.1%*a	- *-*	8 *1.1%*c	3 *0.4%*	2 *0.2%*	3 *0.4%*	6 *1.8%*fg
freier Beruf (Rechtsanwalt, Arzt)/ selbständige Akademiker	20 *1.0%*	9 *0.8%*	12 *1.2%*	3 *0.5%*	7 *1.0%*	10 *1.4%*	1 *0.1%*	2 *0.2%*	18 *5.4%*fg
selbst. Handwerksmeister/kleiner Gewerbetreibender/Ladeninhaber	73 *3.7%*	25 *2.4%*	48 *5.0%*a	8 *1.5%*	53 *7.3%*ce	12 *1.7%*	22 *2.6%*	35 *4.3%*	16 *4.9%*
selbständiger Landwirt	7 *0.3%*	- *-*	7 *0.7%*a	- *-*	4 *0.6%*	2 *0.3%*	3 *0.4%*	3 *0.3%*	1 *0.2%*
höherer Beamter (Rat und mehr)	7 *0.3%*	3 *0.3%*	4 *0.4%*	- *-*	6 *0.8%*	1 *0.1%*	- *-*	- *-*	7 *2.1%*fg
Beamter der unteren, mittleren und gehobenen Laufbahn	41 *2.0%*	11 *1.1%*	29 *3.0%*a	6 *1.0%*	28 *3.9%*ce	7 *1.0%*	4 *0.4%*	18 *2.2%*f	19 *5.9%*fg
leitender Angestellter	48 *2.4%*	10 *1.0%*	38 *3.9%*a	7 *1.3%*	29 *4.1%*ce	12 *1.6%*	7 *0.8%*	18 *2.2%*f	23 *7.1%*fg
einfacher und mittlerer Angestellter	520 *26.0%*	341 *33.2%*b	179 *18.4%*	162 *29.8%*e	289 *40.4%*ce	69 *9.3%*	146 *16.7%*	297 *37.0%*fh	77 *23.8%*f
Facharbeiter/unselbständiger Handwerker	220 *11.0%*	28 *2.7%*	193 *19.8%*a	72 *13.3%*e	127 *17.7%*e	21 *2.8%*	108 *12.4%*h	110 *13.7%*h	2 *0.5%*
ungelernter/angelernter Arbeiter	82 *4.1%*	45 *4.4%*	37 *3.8%*	8 *1.5%*	57 *7.9%*ce	17 *2.3%*	63 *7.2%*gh	19 *2.4%*h	- *-*
in Ausbildung	182 *9.1%*	79 *7.7%*	102 *10.5%*	182 *33.4%*de	- *-*	- *-*	19 *2.1%*	80 *10.0%*f	82 *25.3%*fg
nicht berufstätig/zur Zeit arbeitslos	227 *11.4%*	170 *16.6%*b	57 *5.9%*	72 *13.2%*e	97 *13.5%*e	59 *7.9%*	113 *13.0%*h	104 *13.0%*h	10 *3.2%*
im Ruhestand	547 *27.4%*	302 *29.4%*	245 *25.2%*	14 *2.5%*	8 *1.1%*	526 *71.1%*cd	378 *43.4%*gh	110 *13.7%*	59 *18.2%*
keine Angabe	15 *0.7%*	5 *0.5%*	10 *1.0%*	11 *2.0%*de	3 *0.5%*	1 *0.1%*	5 *0.6%*	4 *0.5%*	5 *1.6%*

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b - c/d/e - f/g/h

IPSOS GMBH
2009

Repräsentativbefragung von 2.000 Personen ab 14 Jahren in Deutschland
Capibus: C9042/3 Job-Nr.:09022961 Befragungszeitraum 10/09

Urlaub an der Küste

Statistik

Zielgruppe: Alle Befragten

	TOTAL	Geschlecht		Altersgruppen (Jahre)			Schulbildung		
		Frauen	Männer	-34	35-54	55+	Haupt-schule	weiterführende Schule ohne Abitur	Abitur/ Universität
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)	(g)	(h)
Basis	2000 *100.0%*	1028 *100.0%*	972 *100.0%*	544 *100.0%*	716 *100.0%*	740 *100.0%*	872 *100.0%*	802 *100.0%*	326 *100.0%*
BERUFSTÄTIGKEIT DES HAUPTEINKOMMENSBEZIEHERS									
vollzeit berufstätig	1198 *59.9%*	571 *55.5%*	628 *64.6%*a	417 *76.6%*e	628 *87.7%*ce	153 *20.7%*	397 *45.6%*	582 *72.5%*f	219 *67.2%*f
halbtägig berufstätig	53 *2.7%*	38 *3.7%*b	15 *1.5%*	19 *3.6%*	22 *3.0%*	12 *1.6%*	22 *2.5%*	26 *3.2%*	6 *1.8%*
teilzeit berufstätig	16 *0.8%*	6 *0.6%*	10 *1.0%*	6 *1.2%*	7 *1.0%*	3 *0.4%*	9 *1.1%*	3 *0.3%*	4 *1.3%*
nicht berufstätig (Nur-Hausfrau)	25 *1.2%*	20 *1.9%*b	5 *0.5%*	11 *1.9%*d	2 *0.2%*	12 *1.6%*d	13 *1.4%*	10 *1.3%*	2 *0.5%*
zur Zeit arbeitslos	87 *4.4%*	40 *3.9%*	47 *4.8%*	33 *6.1%*e	39 *5.4%*e	15 *2.0%*	33 *3.8%*h	53 *6.6%*fh	1 *0.2%*
im Ruhestand	566 *28.3%*	324 *31.5%*b	242 *24.9%*	12 *2.2%*	13 *1.9%*	541 *73.1%*cd	387 *44.4%*gh	119 *14.8%*	60 *18.3%*
in Schul-, Berufsausbildung									
- Lehrling	4 *0.2%*	4 *0.4%*	1 *0.1%*	4 *0.8%*de	- *-*	- *-*	1 *0.1%*	2 *0.2%*	2 *0.5%*
- Schüler, Student	32 *1.6%*	12 *1.1%*	20 *2.1%*	32 *5.8%*de	- *-*	- *-*	2 *0.2%*	3 *0.4%*	27 *8.3%*fg
keine Angabe	19 *0.9%*	13 *1.3%*	6 *0.6%*	10 *1.8%*e	5 *0.8%*	4 *0.5%*	8 *0.9%*	5 *0.7%*	6 *1.8%*
DERZEITIGER BERUF DES HAUPTEINKOMMENSBEZIEHERS									
Inhaber v. größeren Geschäften, Unternehmer, Großunternehmer	11 *0.5%*	2 *0.2%*	9 *1.0%*a	- *-*	7 *0.9%*	4 *0.6%*	3 *0.4%*	3 *0.4%*	4 *1.3%*
freier Beruf (Rechtsanwalt, Arzt)/ selbständige Akademiker	24 *1.2%*	9 *0.9%*	15 *1.5%*	7 *1.3%*	7 *1.0%*	10 *1.3%*	2 *0.2%*	2 *0.3%*	20 *6.0%*fg
selbst. Handwerksmeister/kleiner Gewerbetreibender/Ladeninhaber	94 *4.7%*	38 *3.7%*	56 *5.8%*	20 *3.6%*	55 *7.7%*ce	19 *2.6%*	31 *3.6%*	45 *5.6%*	18 *5.6%*
selbständiger Landwirt	8 *0.4%*	1 *0.1%*	7 *0.7%*	1 *0.1%*	4 *0.6%*	3 *0.4%*	4 *0.5%*	3 *0.3%*	1 *0.2%*
höherer Beamter (Rat und mehr)	5 *0.3%*	1 *0.1%*	4 *0.4%*	- *-*	5 *0.7%*	1 *0.1%*	- *-*	- *-*	5 *1.7%*fg
Beamter der unteren, mittleren und gehobenen Laufbahn	74 *3.7%*	30 *2.9%*	45 *4.6%*	22 *4.1%*e	40 *5.6%*e	12 *1.6%*	5 *0.6%*	40 *5.0%*f	29 *9.0%*fg
leitender Angestellter	114 *5.7%*	63 *6.2%*	51 *5.2%*	36 *6.6%*e	65 *9.1%*e	13 *1.7%*	18 *2.1%*	57 *7.1%*f	39 *11.9%*fg
einfacher und mittlerer Angestellter	470 *23.5%*	264 *25.7%*b	206 *21.2%*	177 *32.6%*e	233 *32.6%*e	60 *8.1%*	132 *15.1%*	249 *31.0%*f	90 *27.5%*f
Facharbeiter/unselbständiger Handwerker	364 *18.2%*	156 *15.1%*	208 *21.4%*a	139 *25.5%*e	193 *27.0%*e	32 *4.3%*	166 *19.1%*h	180 *22.5%*h	17 *5.3%*
ungelernter/angelernter Arbeiter	89 *4.4%*	41 *4.0%*	48 *4.9%*	31 *5.8%*e	43 *6.0%*e	14 *2.0%*	60 *6.9%*gh	27 *3.4%*h	2 *0.6%*
in Ausbildung	36 *1.8%*	15 *1.5%*	21 *2.1%*	36 *6.6%*de	- *-*	- *-*	3 *0.3%*	5 *0.6%*	29 *8.8%*fg
nicht berufstätig/zur Zeit arbeitslos	112 *5.6%*	60 *5.9%*	51 *5.3%*	44 *8.1%*e	40 *5.6%*	27 *3.7%*	46 *5.2%*h	63 *7.9%*h	2 *0.8%*
im Ruhestand	566 *28.3%*	324 *31.5%*b	242 *24.9%*	12 *2.2%*	13 *1.9%*	541 *73.1%*cd	387 *44.4%*gh	119 *14.8%*	60 *18.3%*
keine Angabe	33 *1.6%*	24 *2.3%*b	9 *0.9%*	19 *3.5%*de	9 *1.3%*	5 *0.6%*	14 *1.6%*	8 *1.1%*	10 *3.1%*g

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b - c/d/e - f/g/h

Urlaub an der Küste

Statistik

Zielgruppe: Alle Befragten

	TOTAL		Nielsengebiete													
			Nielsen 1		Nielsen 2		Nielsen 3a		Nielsen 3b		Nielsen 4		Nielsen 5		Nielsen 6		Nielsen 7	
			(a)		(b)		(c)		(d)		(e)		(f)		(g)		(h)	
Basis	2000	***100.0%***	318	***100.0%***	428	***100.0%***	266	***100.0%***	246	***100.0%***	300	***100.0%***	80*	***100.0%****	182	***100.0%***	180	***100.0%***
BERUFSTÄTIGKEIT DES BEFRAGTEN																		
vollzeit berufstätig	844	***42.2%***	120	***37.7%***	151	***35.3%***	118	***44.5%***b	132	***53.7%***abeg	130	***43.3%***	41	***51.3%***b	74	***40.4%***	78	***43.2%***
halbtägig berufstätig	139	***6.9%***	25	***7.9%***	38	***8.9%***	22	***8.4%***	12	***4.8%***	14	***4.8%***	5	***6.7%***	9	***4.8%***	13	***7.1%***
teilzeit berufstätig	59	***3.0%***	9	***2.9%***	14	***3.3%***	8	***2.9%***	5	***2.1%***	12	***4.2%***	-	***-***	4	***2.1%***	6	***3.5%***
nicht berufstätig (Nur-Hausfrau)	110	***5.5%***	10	***3.3%***	39	***9.2%***adfgh	26	***9.9%***adfgh	7	***3.0%***	21	***7.0%***gh	0	***0.5%***	3	***1.4%***	2	***1.4%***
zur Zeit arbeitslos	118	***5.9%***	21	***6.7%***cde	43	***10.2%***cdeh	5	***2.0%***	6	***2.4%***	7	***2.4%***	4	***5.1%***	23	***12.9%***acdeh	7	***3.8%***
im Ruhestand	547	***27.4%***	96	***30.3%***	112	***26.2%***	71	***26.8%***	59	***24.0%***	88	***29.5%***	20	***24.8%***	55	***30.3%***	45	***25.2%***
in Schul-, Berufsausbildung																		
- Lehrling	54	***2.7%***	11	***3.5%***	9	***2.2%***	2	***0.8%***	9	***3.6%***	5	***1.7%***	3	***3.3%***	7	***4.1%***c	7	***4.1%***c
- Schüler, Student	127	***6.4%***	24	***7.6%***	21	***4.8%***	12	***4.6%***	16	***6.5%***	19	***6.4%***	7	***8.3%***	7	***3.9%***	21	***11.7%***bcg
keine Angabe	2	***0.1%***	-	***-***	-	***-***	0	***0.1%***	-	***-***	2	***0.7%***	-	***-***	-	***-***	-	***-***
DERZEITIGER BERUF DES BEFRAGTEN																		
Inhaber v. größeren Geschäften, Unternehmer, Großunternehmer	11	***0.6%***	-	***-***	3	***0.6%***	3	***1.3%***	-	***-***	4	***1.2%***	-	***-***	1	***0.8%***	-	***-***
freier Beruf (Rechtsanwalt, Arzt)/ selbständige Akademiker	20	***1.0%***	4	***1.3%***	3	***0.8%***	3	***1.1%***	2	***1.0%***	5	***1.6%***	-	***-***	2	***0.9%***	1	***0.5%***
selbst. Handwerksmeister/kleiner Gewerbetreibender/Ladeninhaber	73	***3.7%***	6	***1.9%***	12	***2.9%***	21	***7.8%***abdg	6	***2.6%***	12	***3.9%***	3	***3.3%***	2	***1.1%***	12	***6.4%***ag
selbständiger Landwirt	7	***0.3%***	-	***-***	-	***-***	-	***-***	2	***0.7%***	0	***0.1%***	-	***-***	4	***2.5%***abce	-	***-***
höherer Beamter (Rat und mehr)	7	***0.3%***	4	***1.3%***b	-	***-***	3	***1.0%***	-	***-***	-	***-***	-	***-***	-	***-***	-	***-***
Beamter der unteren, mittleren und gehobenen Laufbahn	41	***2.0%***	14	***4.3%***bdh	4	***1.0%***	4	***1.5%***	1	***0.5%***	12	***3.9%***bdh	2	***2.6%***	3	***1.7%***	-	***-***
leitender Angestellter	48	***2.4%***	3	***1.0%***	8	***1.9%***	7	***2.8%***	12	***4.8%***a	8	***2.7%***	-	***-***	5	***2.9%***	4	***2.2%***
einfacher und mittlerer Angestellter	520	***26.0%***	80	***25.1%***g	100	***23.3%***g	72	***27.2%***g	85	***34.8%***abgh	80	***26.5%***g	33	***41.6%***abcegh	27	***14.9%***	43	***23.9%***
Facharbeiter/unselbständiger Handwerker	220	***11.0%***	27	***8.4%***	51	***11.9%***	23	***8.8%***	26	***10.6%***	29	***9.6%***	7	***8.8%***	32	***17.4%***ace	26	***14.4%***
ungelernter/angelernter Arbeiter	82	***4.1%***	12	***3.7%***	20	***4.7%***	9	***3.5%***	14	***5.7%***	7	***2.4%***	1	***1.8%***	9	***5.2%***	9	***4.7%***
in Ausbildung	182	***9.1%***	35	***11.2%***c	30	***7.0%***	14	***5.4%***	25	***10.0%***	25	***8.2%***	9	***11.6%***	15	***8.0%***	29	***15.8%***bceg
nicht berufstätig/zur Zeit arbeitslos	227	***11.4%***	32	***10.0%***	83	***19.4%***acdefh	32	***11.9%***dh	13	***5.4%***	28	***9.4%***	4	***5.6%***	26	***14.3%***dh	9	***5.2%***
im Ruhestand	547	***27.4%***	96	***30.3%***	112	***26.2%***	71	***26.8%***	59	***24.0%***	88	***29.5%***	20	***24.8%***	55	***30.3%***	45	***25.2%***
keine Angabe	15	***0.7%***	5	***1.5%***	1	***0.3%***	3	***1.0%***	-	***-***	3	***1.0%***	-	***-***	-	***-***	3	***1.7%***

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d/e/f/g/h
* small base

Urlaub an der Küste

Statistik

Zielgruppe: Alle Befragten

	TOTAL	Nielsengebiete							
		Nielsen 1	Nielsen 2	Nielsen 3a	Nielsen 3b	Nielsen 4	Nielsen 5	Nielsen 6	Nielsen 7
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)	(g)	(h)
Basis	2000 *100.0%*	318 *100.0%*	428 *100.0%*	266 *100.0%*	246 *100.0%*	300 *100.0%*	80**100.0%**	182 *100.0%*	180 *100.0%*
BERUFSTÄTIGKEIT DES HAUPTEINKOMMENSBEZIEHERS									
vollzeit berufstätig	1198 *59.9%*	184 *58.0%*	254 *59.3%*	160 *60.2%*	173 *70.4%*abcegh	173 *57.8%*	57 *71.0%*gh	99 *54.7%*	97 *53.9%*
halbtägig berufstätig	53 *2.7%*	15 *4.8%*de	11 *2.6%*	5 *1.8%*	3 *1.1%*	4 *1.3%*	1 *0.7%*	6 *3.4%*	9 *4.7%*de
teilzeit berufstätig	16 *0.8%*	2 *0.7%*	1 *0.3%*	5 *1.7%*	- -	3 *1.1%*	- -	0 *0.2%*	5 *2.5%*bd
nicht berufstätig (Nur-Hausfrau)	25 *1.2%*	1 *0.4%*	5 *1.1%*	7 *2.6%*	1 *0.2%*	5 *1.8%*	0 *0.5%*	2 *1.3%*	3 *1.9%*
zur Zeit arbeitslos	87 *4.4%*	14 *4.3%*e	33 *7.6%*cde	5 *2.0%*	4 *1.6%*	3 *1.0%*	2 *3.0%*	19 *10.3%*acdeh	7 *4.1%*
im Ruhestand	566 *28.3%*	92 *29.1%*	121 *28.4%*	82 *30.8%*	62 *25.2%*	91 *30.3%*	20 *24.8%*	53 *29.4%*	44 *24.4%*
in Schul-, Berufsausbildung									
- Lehrling	4 *0.2%*	2 *0.6%*	0 *0.1%*	1 *0.2%*	- -	- -	- -	- -	1 *0.7%*
- Schüler, Student	32 *1.6%*	6 *1.9%*	3 *0.6%*	1 *0.5%*	3 *1.1%*	8 *2.6%*	- -	1 *0.8%*	10 *5.6%*bcdg
keine Angabe	19 *0.9%*	1 *0.3%*	- -	0 *0.1%*	1 *0.4%*	13 *4.3%*abcdg	- -	- -	4 *2.2%*b
DERZEITIGER BERUF DES HAUPTEINKOMMENSBEZIEHERS									
Inhaber v. größeren Geschäften, Unternehmer, Großunternehmer	11 *0.5%*	- -	3 *0.6%*	3 *1.3%*	- -	4 *1.2%*	- -	1 *0.8%*	- -
freier Beruf (Rechtsanwalt, Arzt)/ selbständige Akademiker	24 *1.2%*	4 *1.3%*	5 *1.1%*	3 *1.1%*	2 *0.9%*	3 *1.1%*	- -	4 *2.0%*	3 *1.7%*
selbst. Handwerksmeister/kleiner Gewerbetreibender/Ladeninhaber	94 *4.7%*	11 *3.3%*	17 *3.9%*	23 *8.7%*abdg	5 *2.1%*	14 *4.5%*	3 *3.3%*	4 *2.5%*	18 *10.0%*abdeg
selbständiger Landwirt	8 *0.4%*	- -	- -	0 *0.1%*	2 *0.9%*	0 *0.1%*	- -	4 *2.5%*abce	- -
höherer Beamter (Rat und mehr)	5 *0.3%*	3 *0.9%*	- -	3 *1.0%*	- -	- -	- -	- -	- -
Beamter der unteren, mittleren und gehobenen Laufbahn	74 *3.7%*	25 *7.8%*bcdh	11 *2.5%*	8 *3.0%*	6 *2.3%*	15 *5.1%*	2 *2.6%*	6 *3.2%*	2 *1.3%*
leitender Angestellter	114 *5.7%*	16 *5.2%*	24 *5.5%*	15 *5.5%*	25 *10.2%*abfgh	24 *8.1%*gh	1 *1.3%*	4 *2.2%*	5 *2.7%*
einfacher und mittlerer Angestellter	470 *23.5%*	77 *24.1%*	85 *19.9%*	68 *25.7%*g	72 *29.1%*bgh	68 *22.7%*	37 *46.8%*abcdegh	30 *16.7%*	32 *17.9%*
Facharbeiter/unselbständiger Handwerker	364 *18.2%*	56 *17.5%*	95 *22.1%*ce	38 *14.2%*	45 *18.2%*	39 *13.0%*	10 *12.0%*	42 *22.9%*ce	41 *22.6%*e
ungelernter/angelernter Arbeiter	89 *4.4%*	11 *3.4%*	25 *5.8%*e	8 *3.1%*	19 *7.8%*ace	5 *1.8%*	5 *5.6%*	10 *5.5%*e	6 *3.2%*
in Ausbildung	36 *1.8%*	8 *2.5%*	3 *0.7%*	2 *0.7%*	3 *1.1%*	8 *2.6%*	- -	1 *0.8%*	11 *6.3%*bcdfg
nicht berufstätig/zur Zeit arbeitslos	112 *5.6%*	15 *4.7%*	37 *8.7%*de	12 *4.6%*	4 *1.8%*	8 *2.8%*	3 *3.5%*	21 *11.6%*acde	11 *6.0%*d
im Ruhestand	566 *28.3%*	92 *29.1%*	121 *28.4%*	82 *30.8%*	62 *25.2%*	91 *30.3%*	20 *24.8%*	53 *29.4%*	44 *24.4%*
keine Angabe	33 *1.6%*	1 *0.3%*	3 *0.8%*	0 *0.1%*	1 *0.4%*	20 *6.7%*abcdfg	- -	- -	7 *3.9%*abcdg

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d/e/f/g/h
* small base

Urlaub an der Küste

Statistik

Zielgruppe: Alle Befragten

	Total		Haushaltsnettoeinkommen (EURO) bis 1.249		1.250-1.749		1.750-2.499		2.500 und mehr		Berufstätig ja		nein	
			(a)		(b)		(c)		(d)		(e)		(f)	
Basis	2000	***100.0%***	293	***100.0%***	463	***100.0%***	611	***100.0%***	632	***100.0%***	1041	***100.0%***	959	***100.0%***
BERUFSTÄTIGKEIT DES BEFRAGTEN														
vollzeit berufstätig	844	***42.2%***	53	***18.1%***	157	***33.9%***a	264	***43.2%***ab	369	***58.5%***abc	844	***81.0%***f	-	-
halbtägig berufstätig	139	***6.9%***	18	***6.0%***	25	***5.4%***	51	***8.4%***	45	***7.1%***	139	***13.3%***f	-	-
teilzeit berufstätig	59	***3.0%***	7	***2.4%***	7	***1.5%***	18	***2.9%***	27	***4.3%***b	59	***5.7%***f	-	-
nicht berufstätig (Nur-Hausfrau)	110	***5.5%***	12	***4.1%***	34	***7.3%***	37	***6.1%***	27	***4.2%***	-	-	110	***11.5%***e
zur Zeit arbeitslos	118	***5.9%***	45	***15.4%***bcd	33	***7.1%***d	37	***6.1%***d	3	***0.4%***	-	-	118	***12.3%***e
im Ruhestand	547	***27.4%***	129	***44.1%***cd	188	***40.5%***cd	157	***25.6%***d	74	***11.7%***	-	-	547	***57.1%***e
in Schul-, Berufsausbildung														
- Lehrling	54	***2.7%***	8	***2.8%***	4	***1.0%***	19	***3.1%***b	23	***3.6%***b	-	-	54	***5.7%***e
- Schüler, Student	127	***6.4%***	20	***6.9%***b	15	***3.1%***	29	***4.8%***	63	***10.0%***bc	-	-	127	***13.3%***e
keine Angabe	2	***0.1%***	1	***0.3%***	1	***0.2%***	-	-	1	***0.1%***	-	-	2	***0.3%***
DERZEITIGER BERUF DES BEFRAGTEN														
Inhaber v. größeren Geschäften, Unternehmer, Großunternehmer	11	***0.6%***	-	-	-	-	3	***0.5%***	8	***1.3%***b	11	***1.1%***f	-	-
freier Beruf (Rechtsanwalt, Arzt)/ selbständige Akademiker	20	***1.0%***	1	***0.4%***	-	-	5	***0.8%***	14	***2.2%***b	20	***1.9%***f	-	-
selbst. Handwerksmeister/kleiner Gewerbetreibender/Ladeninhaber	73	***3.7%***	2	***0.7%***	11	***2.3%***	12	***2.0%***	49	***7.7%***abc	73	***7.0%***f	-	-
selbständiger Landwirt	7	***0.3%***	0	***0.2%***	-	-	5	***0.9%***	1	***0.1%***	7	***0.6%***f	-	-
höherer Beamter (Rat und mehr)	7	***0.3%***	-	-	-	-	-	-	7	***1.1%***c	7	***0.6%***f	-	-
Beamter der unteren, mittleren und gehobenen Laufbahn	41	***2.0%***	-	-	2	***0.5%***	8	***1.3%***	31	***4.8%***abc	41	***3.9%***f	-	-
leitender Angestellter	48	***2.4%***	-	-	5	***1.0%***	20	***3.2%***ab	24	***3.7%***ab	48	***4.6%***f	-	-
einfacher und mittlerer Angestellter	520	***26.0%***	39	***13.3%***	93	***20.1%***a	177	***28.9%***ab	212	***33.5%***ab	520	***50.0%***f	-	-
Facharbeiter/unselbständiger Handwerker	220	***11.0%***	18	***6.1%***	58	***12.6%***a	66	***10.7%***a	78	***12.4%***a	220	***21.2%***f	-	-
ungelernter/angelernter Arbeiter	82	***4.1%***	16	***5.4%***d	20	***4.4%***	32	***5.3%***d	13	***2.1%***	82	***7.8%***f	-	-
in Ausbildung	182	***9.1%***	28	***9.7%***b	19	***4.1%***	48	***7.8%***b	86	***13.6%***bc	-	-	182	***18.9%***e
nicht berufstätig/zur Zeit arbeitslos	227	***11.4%***	57	***19.5%***cd	66	***14.3%***d	74	***12.1%***d	30	***4.7%***	-	-	227	***23.7%***e
im Ruhestand	547	***27.4%***	129	***44.1%***cd	188	***40.5%***cd	157	***25.6%***d	74	***11.7%***	-	-	547	***57.1%***e
keine Angabe	15	***0.7%***	2	***0.7%***	1	***0.2%***	5	***0.8%***	7	***1.1%***	12	***1.2%***f	2	***0.3%***

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d - e/f

Urlaub an der Küste

Statistik

Zielgruppe: Alle Befragten

	Total		Haushaltsnettoeinkommen (EURO) bis 1.249		1.250-1.749		1.750-2.499		2.500 und mehr		Berufstätig ja		nein	
			(a)		(b)		(c)		(d)		(e)		(f)	
Basis	2000	***100.0%***	293	***100.0%***	463	***100.0%***	611	***100.0%***	632	***100.0%***	1041	***100.0%***	959	***100.0%***
BERUFSTÄTIGKEIT DES HAUPTEINKOMMENSBEZIEHERS														
vollzeit berufstätig	1198	***59.9%***	60	***20.4%***	201	***43.4%***a	398	***65.2%***ab	539	***85.3%***abc	952	***91.4%***f	247	***25.7%***
halbtägig berufstätig	53	***2.7%***	15	***5.0%***cd	22	***4.8%***cd	13	***2.1%***	4	***0.6%***	41	***3.9%***f	12	***1.3%***
teilzeit berufstätig	16	***0.8%***	9	***2.9%***bcd	2	***0.5%***	4	***0.6%***	2	***0.3%***	13	***1.3%***f	3	***0.3%***
nicht berufstätig (Nur-Hausfrau)	25	***1.2%***	10	***3.3%***cd	10	***2.2%***d	4	***0.7%***	1	***0.1%***	2	***0.2%***	22	***2.3%***e
zur Zeit arbeitslos	87	***4.4%***	48	***16.4%***bcd	20	***4.4%***d	16	***2.7%***d	2	***0.4%***	4	***0.4%***	83	***8.7%***e
im Ruhestand	566	***28.3%***	133	***45.3%***cd	198	***42.7%***cd	161	***26.3%***d	74	***11.7%***	21	***2.0%***	545	***56.8%***e
in Schul-, Berufsausbildung														
- Lehrling	4	***0.2%***	3	***1.1%***bd	-	***-***	1	***0.2%***	-	***-***	-	***-***	4	***0.4%***
- Schüler, Student	32	***1.6%***	14	***4.9%***bcd	7	***1.5%***d	9	***1.4%***	2	***0.3%***	-	***-***	32	***3.3%***e
keine Angabe	19	***0.9%***	2	***0.6%***	3	***0.6%***	5	***0.9%***	9	***1.4%***	8	***0.8%***	11	***1.1%***
DERZEITIGER BERUF DES HAUPTEINKOMMENSBEZIEHERS														
Inhaber v. größeren Geschäften, Unternehmer, Großunternehmer	11	***0.5%***	-	***-***	-	***-***	3	***0.5%***	8	***1.3%***b	9	***0.9%***f	1	***0.2%***
freier Beruf (Rechtsanwalt, Arzt)/ selbständige Akademiker	24	***1.2%***	2	***0.7%***	2	***0.5%***	5	***0.9%***	15	***2.3%***b	18	***1.8%***f	6	***0.6%***
selbst. Handwerksmeister/kleiner Gewerbetreibender/Ladeninhaber	94	***4.7%***	2	***0.7%***	13	***2.7%***	19	***3.0%***a	61	***9.7%***abc	81	***7.8%***f	13	***1.3%***
selbständiger Landwirt	8	***0.4%***	0	***0.2%***	-	***-***	5	***0.9%***	2	***0.3%***	7	***0.7%***f	0	***0***
höherer Beamter (Rat und mehr)	5	***0.3%***	-	***-***	-	***-***	-	***-***	5	***0.9%***	5	***0.5%***	-	***-***
Beamter der unteren, mittleren und gehobenen Laufbahn	74	***3.7%***	-	***-***	2	***0.5%***	13	***2.1%***ab	59	***9.4%***abc	54	***5.1%***f	21	***2.2%***
leitender Angestellter	114	***5.7%***	-	***-***	6	***1.4%***	33	***5.3%***ab	75	***11.9%***abc	80	***7.7%***f	34	***3.5%***
einfacher und mittlerer Angestellter	470	***23.5%***	36	***12.4%***	98	***21.2%***a	157	***25.7%***a	179	***28.3%***ab	390	***37.4%***f	81	***8.4%***
Facharbeiter/unselbständiger Handwerker	364	***18.2%***	22	***7.7%***	80	***17.2%***a	136	***22.3%***a	125	***19.8%***a	291	***28.0%***f	72	***7.6%***
ungelernter/angelernter Arbeiter	89	***4.4%***	18	***6.3%***d	22	***4.8%***d	38	***6.2%***d	10	***1.6%***	60	***5.8%***f	29	***3.0%***
in Ausbildung	36	***1.8%***	18	***6.0%***bcd	7	***1.5%***d	10	***1.6%***d	2	***0.3%***	-	***-***	36	***3.7%***e
nicht berufstätig/zur Zeit arbeitslos	112	***5.6%***	58	***19.7%***bcd	30	***6.5%***cd	21	***3.4%***d	3	***0.5%***	6	***0.6%***	106	***11.0%***e
im Ruhestand	566	***28.3%***	133	***45.3%***cd	198	***42.7%***cd	161	***26.3%***d	74	***11.7%***	21	***2.0%***	545	***56.8%***e
keine Angabe	33	***1.6%***	3	***1.0%***	5	***1.1%***	12	***1.9%***	13	***2.0%***	17	***1.7%***	15	***1.6%***

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d - e/f

IPSOS GMBH
2009

Repräsentativbefragung von 2.000 Personen ab 14 Jahren in Deutschland
Capibus: C9042/3 Job-Nr.:09022961 Befragungszeitraum 10/09

Urlaub an der Küste

Statistik

Zielgruppe: Alle Befragten

	TOTAL	Haushalte mit Kindern unter 14 Jahren: ja	Haushalte mit Kindern unter 14 Jahren: nein	Haushaltsgröße: 1 Person	Haushaltsgröße: 2 Personen	Haushaltsgröße: 3 Personen	Haushaltsgröße: 4 Personen und mehr
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
Basis	2000 *100.0%*	417 *100.0%*	1583 *100.0%*	389 *100.0%*	773 *100.0%*	362 *100.0%*	476 *100.0%*
BERUFSTÄTIGKEIT DES BEFRAGTEN							
vollzeit berufstätig	844 *42.2%*	207 *49.5%*b	637 *40.2%*	124 *32.0%*	320 *41.4%*c	181 *50.1%*cd	218 *45.7%*c
halbtägig berufstätig	139 *6.9%*	63 *15.2%*b	75 *4.8%*	9 *2.4%*	35 *4.5%*	43 *11.8%*cd	52 *10.9%*cd
teilzeit berufstätig	59 *3.0%*	24 *5.7%*b	35 *2.2%*	3 *0.8%*	17 *2.3%*	10 *2.9%*	28 *5.9%*cd
nicht berufstätig (Nur-Hausfrau)	110 *5.5%*	51 *12.3%*b	58 *3.7%*	11 *2.8%*	31 *4.0%*	31 *8.5%*cd	37 *7.8%*cd
zur Zeit arbeitslos	118 *5.9%*	33 *8.0%*	84 *5.3%*	31 *8.0%*d	32 *4.2%*	21 *5.8%*	33 *6.9%*
im Ruhestand	547 *27.4%*	11 *2.6%*	536 *33.9%*a	194 *49.8%*def	309 *39.9%*ef	29 *7.9%*f	17 *3.5%*
in Schul-, Berufsausbildung							
- Lehrling	54 *2.7%*	12 *2.8%*	43 *2.7%*	4 *0.9%*	4 *0.6%*	18 *4.9%*cd	29 *6.0%*cd
- Schüler, Student	127 *6.4%*	15 *3.7%*	112 *7.1%*a	11 *2.9%*	24 *3.1%*	30 *8.2%*cd	62 *13.1%*cd
keine Angabe	2 *0.1%*	1 *0.3%*	1 *0.1%*	1 *0.4%*	0 *0.1%*	- -	1 *0.1%*
DERZEITIGER BERUF DES BEFRAGTEN							
Inhaber v. größeren Geschäften, Unternehmer, Großunternehmer	11 *0.6%*	2 *0.4%*	9 *0.6%*	0 *0.1%*	7 *1.0%*	3 *1.0%*	- -
freier Beruf (Rechtsanwalt, Arzt)/ selbständige Akademiker	20 *1.0%*	5 *1.1%*	16 *1.0%*	2 *0.4%*	14 *1.8%*c	2 *0.6%*	2 *0.5%*
selbst. Handwerksmeister/kleiner Gewerbetreibender/Ladeninhaber	73 *3.7%*	21 *4.9%*	53 *3.3%*	9 *2.3%*	27 *3.6%*	11 *3.0%*	26 *5.5%*c
selbständiger Landwirt	7 *0.3%*	- -	7 *0.4%*	0 *0.1%*	6 *0.8%*	- -	- -
höherer Beamter (Rat und mehr)	7 *0.3%*	4 *0.9%*b	3 *0.2%*	- -	1 *0.2%*	1 *0.3%*	4 *0.8%*
Beamter der unteren, mittleren und gehobenen Laufbahn	41 *2.0%*	6 *1.3%*	35 *2.2%*	3 *0.7%*	16 *2.1%*	6 *1.8%*	16 *3.3%*c
leitender Angestellter	48 *2.4%*	13 *3.1%*	35 *2.2%*	8 *2.2%*	18 *2.4%*	11 *2.9%*	11 *2.3%*
einfacher und mittlerer Angestellter	520 *26.0%*	136 *32.5%*b	385 *24.3%*	67 *17.3%*	178 *23.0%*c	132 *36.5%*cd	143 *30.0%*cd
Facharbeiter/unselbständiger Handwerker	220 *11.0%*	82 *19.6%*b	139 *8.8%*	34 *8.8%*	72 *9.3%*	49 *13.6%*c	65 *13.6%*
ungelernter/angelernter Arbeiter	82 *4.1%*	23 *5.6%*	58 *3.7%*	12 *3.0%*	28 *3.6%*	18 *5.0%*	24 *5.0%*
in Ausbildung	182 *9.1%*	27 *6.5%*	154 *9.8%*	15 *3.8%*	28 *3.7%*	47 *13.0%*cd	91 *19.1%*cd
nicht berufstätig/zur Zeit arbeitslos	227 *11.4%*	85 *20.3%*b	143 *9.0%*	42 *10.8%*	63 *8.2%*	52 *14.3%*d	70 *14.8%*d
im Ruhestand	547 *27.4%*	11 *2.6%*	536 *33.9%*a	194 *49.8%*def	309 *39.9%*ef	29 *7.9%*f	17 *3.5%*
keine Angabe	15 *0.7%*	5 *1.1%*	10 *0.6%*	3 *0.7%*	4 *0.5%*	- -	8 *1.7%*

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b - c/d/e/f

Urlaub an der Küste

Statistik

Zielgruppe: Alle Befragten

	TOTAL		Haushalte mit Kindern unter 14 Jahren: ja		Haushalte mit Kindern unter 14 Jahren: nein		Haushaltsgröße: 1 Person		Haushaltsgröße: 2 Personen		Haushaltsgröße: 3 Personen		Haushaltsgröße: 4 Personen und mehr	
			(a)		(b)		(c)		(d)		(e)		(f)	
Basis	2000	*100.0%*	417	*100.0%*	1583	*100.0%*	389	*100.0%*	773	*100.0%*	362	*100.0%*	476	*100.0%*
BERUFSTÄTIGKEIT DES HAUPTEINKOMMENSBEZIEHERS														
vollzeit berufstätig	1198	*59.9%*	354	*84.9%*b	844	*53.3%*	124	*32.0%*	376	*48.7%*c	298	*82.2%*cd	400	*84.0%*cd
halbtägig berufstätig	53	*2.7%*	17	*4.0%*	37	*2.3%*	9	*2.4%*	20	*2.6%*	15	*4.0%*	9	*1.9%*
teilzeit berufstätig	16	*0.8%*	0	*0.1%*	16	*1.0%*	3	*0.8%*	7	*0.8%*	-	*-*	7	*1.4%*
nicht berufstätig (Nur-Hausfrau)	25	*1.2%*	9	*2.3%*	15	*1.0%*	11	*2.8%*de	5	*0.7%*	2	*0.5%*	6	*1.3%*
zur Zeit arbeitslos	87	*4.4%*	26	*6.3%*	61	*3.8%*	31	*8.0%*de	19	*2.5%*	11	*3.2%*	25	*5.3%*d
im Ruhestand	566	*28.3%*	4	*1.0%*	562	*35.5%*a	194	*49.8%*def	327	*42.3%*ef	27	*7.4%*	19	*3.9%*
in Schul-, Berufsausbildung														
- Lehrling	4	*0.2%*	-	*-*	4	*0.3%*	4	*0.9%*d	1	*0.1%*	-	*-*	-	*-*
- Schüler, Student	32	*1.6%*	1	*0.3%*	30	*1.9%*	11	*2.9%*	11	*1.4%*	4	*1.1%*	6	*1.3%*
keine Angabe	19	*0.9%*	5	*1.2%*	14	*0.9%*	1	*0.4%*	7	*0.9%*	6	*1.7%*	5	*1.0%*
DERZEITIGER BERUF DES HAUPTEINKOMMENSBEZIEHERS														
Inhaber v. größeren Geschäften, Unternehmer, Großunternehmer	11	*0.5%*	2	*0.4%*	9	*0.6%*	0	*0.1%*	7	*1.0%*	3	*0.9%*	-	*-*
freier Beruf (Rechtsanwalt, Arzt)/ selbständige Akademiker	24	*1.2%*	6	*1.5%*	18	*1.1%*	2	*0.4%*	13	*1.7%*	5	*1.3%*	4	*0.9%*
selbst. Handwerksmeister/kleiner Gewerbetreibender/Ladeninhaber	94	*4.7%*	22	*5.3%*	72	*4.6%*	9	*2.3%*	31	*4.0%*	19	*5.2%*c	35	*7.4%*cd
selbständiger Landwirt	8	*0.4%*	1	*0.2%*	7	*0.4%*	0	*0.1%*	6	*0.8%*	-	*-*	1	*0.2%*
höherer Beamter (Rat und mehr)	5	*0.3%*	4	*0.9%*b	1	*0.1%*	-	*-*	1	*0.2%*	1	*0.3%*	3	*0.6%*
Beamter der unteren, mittleren und gehobenen Laufbahn	74	*3.7%*	17	*4.0%*	58	*3.6%*	3	*0.7%*	24	*3.1%*c	20	*5.6%*c	27	*5.7%*c
leitender Angestellter	114	*5.7%*	32	*7.7%*	82	*5.2%*	8	*2.2%*	23	*3.0%*	42	*11.7%*cd	40	*8.4%*cd
einfacher und mittlerer Angestellter	470	*23.5%*	114	*27.2%*	357	*22.5%*	67	*17.3%*	166	*21.5%*	106	*29.4%*cd	130	*27.3%*c
Facharbeiter/unselbständiger Handwerker	364	*18.2%*	146	*34.9%*b	218	*13.8%*	34	*8.8%*	102	*13.2%*c	87	*24.1%*cd	140	*29.4%*cd
ungelernter/angelernter Arbeiter	89	*4.4%*	25	*5.9%*	64	*4.1%*	12	*3.0%*	24	*3.1%*	21	*5.9%*	32	*6.7%*cd
in Ausbildung	36	*1.8%*	1	*0.3%*	35	*2.2%*a	15	*3.8%*def	11	*1.5%*	4	*1.1%*	6	*1.3%*
nicht berufstätig/zur Zeit arbeitslos	112	*5.6%*	36	*8.6%*b	76	*4.8%*	42	*10.8%*de	25	*3.2%*	13	*3.6%*	32	*6.6%*d
im Ruhestand	566	*28.3%*	4	*1.0%*	562	*35.5%*a	194	*49.8%*def	327	*42.3%*ef	27	*7.4%*	19	*3.9%*
keine Angabe	33	*1.6%*	8	*2.0%*	24	*1.5%*	3	*0.7%*	10	*1.3%*	12	*3.3%*cd	8	*1.6%*

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b - c/d/e/f

Urlaub an der Küste

Statistik

Zielgruppe: Alle Befragten

	TOTAL		Life Stages											
			Younger people (14-39)		Families with small kids		Families with older kids		Mid aged people (40-59)		Seniors (single household)		Seniors (companion-ship)	
			(a)		(b)		(c)		(d)		(e)		(f)	
Basis	2000	100.0%	453	100.0%	170	100.0%	247	100.0%	535	100.0%	216	100.0%	377	100.0%
BERUFSTÄTIGKEIT DES BEFRAGTEN														
vollzeit berufstätig	844	42.2%	232	51.1%ef	82	48.0%ef	125	50.5%ef	366	68.5%abcef	6	2.9%	31	8.2%e
halbtägig berufstätig	139	6.9%	13	2.9%f	17	10.2%aef	46	18.6%abdef	60	11.2%aef	1	0.5%	1	0.3%
teilzeit berufstätig	59	3.0%	9	1.9%	8	4.5%ef	16	6.5%aef	20	3.8%ef	2	1.0%	4	1.1%
nicht berufstätig (Nur-Hausfrau)	110	5.5%	3	0.7%	34	20.1%acdef	17	6.9%a	26	4.9%a	10	4.5%a	19	5.1%a
zur Zeit arbeitslos	118	5.9%	35	7.8%ef	18	10.8%ef	15	6.0%ef	43	8.0%ef	2	0.8%	5	1.2%
im Ruhestand	547	27.4%	7	1.5%	5	2.7%	6	2.6%	18	3.4%	195	90.0%abcd	317	84.0%abcd
in Schul-, Berufsausbildung														
- Lehrling	54	2.7%	43	9.4%bcdef	2	1.0%d	10	4.1%def	-	-	-	-	-	-
- Schüler, Student	127	6.4%	112	24.7%bcdef	4	2.2%def	12	4.7%def	-	-	-	-	-	-
keine Angabe	2	0.1%	-	-	1	0.4%	0	0.2%	1	0.1%	1	0.3%	-	-
DERZEITIGER BERUF DES BEFRAGTEN														
Inhaber v. größeren Geschäften, Unternehmer, Großunternehmer	11	0.6%	2	0.4%	-	-	2	0.7%	6	1.2%	-	-	1	0.3%
freier Beruf (Rechtsanwalt, Arzt)/ selbständige Akademiker	20	1.0%	2	0.4%	3	1.9%	1	0.5%	11	2.0%e	-	-	3	0.8%
selbst. Handwerksmeister/kleiner Gewerbetreibender/Ladeninhaber	73	3.7%	6	1.4%	6	3.8%ef	14	5.7%aef	41	7.7%aef	1	0.6%	3	0.7%
selbständiger Landwirt	7	0.3%	-	-	-	-	-	-	4	0.8%	0	0.2%	2	0.5%
höherer Beamter (Rat und mehr)	7	0.3%	-	-	-	-	4	1.6%af	3	0.5%	-	-	-	-
Beamter der unteren, mittleren und gehobenen Laufbahn	41	2.0%	6	1.4%	2	1.4%	3	1.3%	26	4.9%acef	-	-	3	0.8%
leitender Angestellter	48	2.4%	9	2.1%e	4	2.2%e	9	3.7%ef	22	4.1%ef	-	-	3	0.9%
einfacher und mittlerer Angestellter	520	26.0%	148	32.6%ef	52	30.5%ef	84	34.0%ef	215	40.2%abef	4	2.0%	18	4.7%
Facharbeiter/unselbständiger Handwerker	220	11.0%	58	12.8%ef	31	18.1%ef	51	20.6%aef	77	14.5%ef	1	0.4%	3	0.7%
ungelernter/angelernter Arbeiter	82	4.1%	14	3.1%f	8	4.9%ef	15	6.1%ef	40	7.5%aef	3	1.2%	1	0.3%
in Ausbildung	182	9.1%	154	34.1%bcdef	6	3.2%def	22	8.8%def	-	-	-	-	-	-
nicht berufstätig/zur Zeit arbeitslos	227	11.4%	38	8.5%	53	30.9%acdef	32	12.9%ef	69	12.9%ef	11	5.3%	24	6.3%
im Ruhestand	547	27.4%	7	1.5%	5	2.7%	6	2.6%	18	3.4%	195	90.0%abcd	317	84.0%abcd
keine Angabe	15	0.7%	8	1.7%df	1	0.4%	4	1.6%f	2	0.3%	1	0.3%	-	-

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d/e/f

Urlaub an der Küste

Statistik

Zielgruppe: Alle Befragten

	TOTAL	Life Stages					
		Younger people (14-39)	Families with small kids	Families with older kids	Mid aged people (40-59)	Seniors (single household)	Seniors (companion-ship)
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
Basis	2000 *100.0%*	453 *100.0%*	170 *100.0%*	247 *100.0%*	535 *100.0%*	216 *100.0%*	377 *100.0%*
BERUFSTÄTIGKEIT DES HAUPTEINKOMMENSBEZIEHERS							
vollzeit berufstätig	1198 *59.9%*	350 *77.4%*ef	139 *81.4%*ef	216 *87.3%*aef	444 *83.0%*ef	8 *3.7%*	40 *10.6%*e
halbtägig berufstätig	53 *2.7%*	15 *3.4%*ef	4 *2.6%*	12 *4.9%*ef	18 *3.3%*ef	1 *0.5%*	3 *0.7%*
teilzeit berufstätig	16 *0.8%*	8 *1.8%*	- *-*	0 *0.2%*	5 *0.9%*	2 *1.0%*	1 *0.3%*
nicht berufstätig (Nur-Hausfrau)	25 *1.2%*	2 *0.4%*	7 *4.1%*adf	2 *1.0%*	3 *0.6%*	10 *4.5%*acdf	- *-*
zur Zeit arbeitslos	87 *4.4%*	23 *5.0%*ef	14 *8.5%*ef	12 *4.8%*ef	33 *6.2%*ef	2 *0.8%*	3 *0.8%*
im Ruhestand	566 *28.3%*	12 *2.6%*	2 *1.3%*	2 *0.7%*	28 *5.3%*bc	193 *89.3%*abcd	329 *87.1%*abcd
in Schul-, Berufsausbildung							
- Lehrling	4 *0.2%*	4 *0.9%*	- *-*	- *-*	- *-*	- *-*	- *-*
- Schüler, Student	32 *1.6%*	30 *6.7%*bcdef	1 *0.8%*	- *-*	- *-*	- *-*	- *-*
keine Angabe	19 *0.9%*	8 *1.7%*	2 *1.3%*	3 *1.0%*	4 *0.7%*	1 *0.3%*	2 *0.5%*
DERZEITIGER BERUF DES HAUPTEINKOMMENSBEZIEHERS							
Inhaber v. größeren Geschäften, Unternehmer, Großunternehmer	11 *0.5%*	2 *0.4%*	- *-*	2 *0.7%*	6 *1.2%*	- *-*	1 *0.3%*
freier Beruf (Rechtsanwalt, Arzt)/ selbständige Akademiker	24 *1.2%*	4 *0.9%*	5 *2.9%*e	1 *0.5%*	11 *2.0%*e	- *-*	3 *0.8%*
selbst. Handwerksmeister/kleiner Gewerbetreibender/Ladeninhaber	94 *4.7%*	16 *3.6%*ef	8 *4.7%*ef	14 *5.7%*ef	50 *9.3%*aef	1 *0.6%*	4 *1.0%*
selbständiger Landwirt	8 *0.4%*	- *-*	1 *0.4%*	- *-*	5 *0.8%*	0 *0.2%*	2 *0.5%*
höherer Beamter (Rat und mehr)	5 *0.3%*	- *-*	- *-*	4 *1.6%*af	1 *0.3%*	- *-*	- *-*
Beamter der unteren, mittleren und gehobenen Laufbahn	74 *3.7%*	18 *4.1%*ef	2 *1.4%*	14 *5.9%*ef	35 *6.6%*bef	- *-*	4 *1.0%*
leitender Angestellter	114 *5.7%*	38 *8.3%*ef	12 *7.2%*ef	20 *8.0%*ef	40 *7.4%*ef	- *-*	4 *1.1%*
einfacher und mittlerer Angestellter	470 *23.5%*	163 *36.0%*ef	46 *26.9%*ef	68 *27.4%*ef	169 *31.7%*ef	4 *2.0%*	20 *5.4%*
Facharbeiter/unselbständiger Handwerker	364 *18.2%*	98 *21.7%*ef	54 *31.9%*adef	91 *37.0%*adef	113 *21.1%*ef	2 *1.1%*	5 *1.2%*
ungelernter/angelernter Arbeiter	89 *4.4%*	29 *6.4%*ef	11 *6.4%*ef	14 *5.6%*ef	31 *5.9%*ef	3 *1.2%*	1 *0.3%*
in Ausbildung	36 *1.8%*	35 *7.6%*bcdef	1 *0.8%*	- *-*	- *-*	- *-*	- *-*
nicht berufstätig/zur Zeit arbeitslos	112 *5.6%*	25 *5.4%*f	21 *12.6%*acdef	14 *5.8%*f	37 *6.9%*f	11 *5.3%*f	3 *0.8%*
im Ruhestand	566 *28.3%*	12 *2.6%*	2 *1.3%*	2 *0.7%*	28 *5.3%*bc	193 *89.3%*abcd	329 *87.1%*abcd
keine Angabe	33 *1.6%*	13 *2.9%*ef	6 *3.3%*ef	3 *1.0%*	8 *1.6%*	1 *0.3%*	2 *0.5%*

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d/e/f

Urlaub an der Küste

Statistik

Zielgruppe: Alle Befragten

	TOTAL	Geschlecht		Altersgruppen (Jahre)			Schulbildung		
		Frauen	Männer	-34	35-54	55+	Haupt-schule	weiterführende Schule ohne Abitur	Abitur/ Universität
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)	(g)	(h)
Basis	2000 *100.0%*	1028 *100.0%*	972 *100.0%*	544 *100.0%*	716 *100.0%*	740 *100.0%*	872 *100.0%*	802 *100.0%*	326 *100.0%*
HAUSHALTSNETTOEINKOMMEN									
bis zu 249 EURO	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -
250 - 499 EURO	13 *0.7%*	5 *0.5%*	9 *0.9%*	7 *1.3%*e	5 *0.7%*	2 *0.2%*	7 *0.8%*	2 *0.3%*	4 *1.1%*
500 - 749 EURO	40 *2.0%*	24 *2.3%*	17 *1.7%*	13 *2.4%*	13 *1.8%*	14 *1.9%*	24 *2.8%*	13 *1.6%*	3 *1.0%*
750 - 999 EURO	102 *5.1%*	68 *6.7%*b	34 *3.5%*	30 *5.5%*d	17 *2.4%*	55 *7.4%*d	58 *6.6%*h	34 *4.2%*	10 *3.2%*
1.000 - 1.249 EURO	138 *6.9%*	89 *8.7%*b	48 *5.0%*	29 *5.3%*	32 *4.4%*	77 *10.4%*cd	79 *9.1%*gh	46 *5.7%*	12 *3.8%*
1.250 - 1.499 EURO	226 *11.3%*	121 *11.7%*	105 *10.8%*	56 *10.2%*	58 *8.1%*	112 *15.1%*cd	138 *15.8%*gh	69 *8.6%*	19 *5.8%*
1.500 - 1.749 EURO	238 *11.9%*	131 *12.7%*	107 *11.0%*	49 *9.0%*	64 *8.9%*	125 *16.9%*cd	129 *14.7%*h	96 *12.0%*h	13 *4.1%*
1.750 - 1.999 EURO	218 *10.9%*	112 *10.9%*	106 *10.9%*	65 *11.9%*	72 *10.1%*	81 *11.0%*	102 *11.7%*	88 *11.0%*	28 *8.6%*
2.000 - 2.249 EURO	200 *10.0%*	98 *9.5%*	102 *10.5%*	60 *10.9%*	66 *9.3%*	74 *10.0%*	93 *10.7%*	80 *9.9%*	27 *8.3%*
2.250 - 2.499 EURO	194 *9.7%*	93 *9.0%*	101 *10.4%*	48 *8.8%*	82 *11.5%*	63 *8.6%*	73 *8.3%*	85 *10.6%*	36 *11.0%*
2.500 - 2.749 EURO	152 *7.6%*	68 *6.6%*	84 *8.6%*	49 *9.0%*e	73 *10.2%*e	30 *4.0%*	56 *6.4%*	77 *9.6%*f	19 *5.7%*
2.750 - 2.999 EURO	160 *8.0%*	74 *7.2%*	86 *8.8%*	41 *7.5%*	79 *11.0%*e	40 *5.4%*	54 *6.2%*	70 *8.7%*	35 *10.8%*f
3.000 - 3.499 EURO	136 *6.8%*	58 *5.6%*	78 *8.0%*	37 *6.7%*	69 *9.7%*e	30 *4.0%*	32 *3.7%*	62 *7.7%*f	41 *12.7%*fg
3.500 - 4.999 EURO	142 *7.1%*	63 *6.1%*	79 *8.1%*	41 *7.6%*e	70 *9.7%*e	31 *4.2%*	22 *2.5%*	64 *7.9%*f	57 *17.4%*fg
5.000 EURO und mehr	43 *2.1%*	25 *2.5%*	17 *1.8%*	21 *3.8%*e	16 *2.2%*	7 *0.9%*	5 *0.6%*	17 *2.1%*f	21 *6.5%*fg
keine Angabe	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -
Durchschnittl. Haushaltsnettoeinkommen	*2200.60*	*2120.56*	*2285.24*a	*2279.38*e	*2435.13*ce	*1915.77*	*1886.85*	*2300.65*f	*2794.01*fg

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b - c/d/e - f/g/h

Urlaub an der Küste

Statistik

Zielgruppe: Alle Befragten

	TOTAL	Nielsengebiete							
		Nielsen 1	Nielsen 2	Nielsen 3a	Nielsen 3b	Nielsen 4	Nielsen 5	Nielsen 6	Nielsen 7
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)	(g)	(h)
Basis	2000 *100.0%*	318 *100.0%*	428 *100.0%*	266 *100.0%*	246 *100.0%*	300 *100.0%*	80**100.0%**	182 *100.0%*	180 *100.0%*
HAUSHALTSNETTOEINKOMMEN									
bis zu 249 EURO	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -
250 - 499 EURO	13 *0.7%*	1 *0.2%*	1 *0.3%*	2 *0.9%*	1 *0.3%*	1 *0.4%*	1 *1.3%*	1 *0.6%*	5 *2.8%*abd
500 - 749 EURO	40 *2.0%*	6 *1.8%*	2 *0.6%*	4 *1.4%*	2 *0.9%*	10 *3.3%*b	2 *1.9%*	11 *5.9%*abcd	4 *2.1%*
750 - 999 EURO	102 *5.1%*	14 *4.5%*	14 *3.3%*	6 *2.4%*	9 *3.7%*	16 *5.4%*	5 *6.3%*	16 *8.8%*bcd	21 *11.8%*abcde
1.000 - 1.249 EURO	138 *6.9%*	21 *6.7%*	20 *4.8%*	12 *4.6%*	12 *5.0%*	24 *8.0%*	10 *12.0%*bc	21 *11.7%*bcd	16 *9.1%*
1.250 - 1.499 EURO	226 *11.3%*	33 *10.3%*	49 *11.5%*	23 *8.7%*	25 *10.1%*	36 *12.1%*	11 *13.6%*	20 *11.2%*	28 *15.7%*c
1.500 - 1.749 EURO	238 *11.9%*	35 *11.1%*	61 *14.3%*e	33 *12.4%*	29 *11.9%*	21 *7.1%*	8 *10.1%*	25 *13.9%*e	24 *13.4%*e
1.750 - 1.999 EURO	218 *10.9%*	44 *13.9%*	38 *8.8%*	22 *8.2%*	29 *11.8%*	33 *11.2%*	7 *9.2%*	22 *11.9%*	23 *12.9%*
2.000 - 2.249 EURO	200 *10.0%*	33 *10.5%*	55 *12.9%*eh	28 *10.7%*	28 *11.2%*	20 *6.7%*	10 *12.5%*	15 *8.4%*	10 *5.4%*
2.250 - 2.499 EURO	194 *9.7%*	39 *12.3%*	41 *9.5%*	26 *9.9%*	25 *10.1%*	25 *8.2%*	7 *8.5%*	17 *9.2%*	15 *8.2%*
2.500 - 2.749 EURO	152 *7.6%*	21 *6.7%*h	41 *9.5%*h	25 *9.3%*h	22 *9.0%*h	26 *8.5%*h	2 *2.2%*	12 *6.9%*h	3 *1.8%*
2.750 - 2.999 EURO	160 *8.0%*	26 *8.1%*	35 *8.1%*	32 *12.2%*eg	16 *6.6%*	20 *6.6%*	8 *9.5%*	10 *5.4%*	13 *7.5%*
3.000 - 3.499 EURO	136 *6.8%*	19 *5.9%*	36 *8.3%*g	18 *6.8%*	24 *9.7%*gh	23 *7.5%*g	6 *7.7%*	5 *2.7%*	6 *3.2%*
3.500 - 4.999 EURO	142 *7.1%*	19 *6.0%*	29 *6.7%*	28 *10.6%*g	18 *7.4%*	28 *9.3%*g	4 *5.3%*	5 *2.8%*	11 *6.1%*
5.000 EURO und mehr	43 *2.1%*	7 *2.2%*	6 *1.4%*	5 *2.0%*	6 *2.4%*	17 *5.7%*abgh	- -	1 *0.8%*	- -
keine Angabe	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -
Durchschnittl. Haushaltsnettoeinkommen	***2200.60***	***2194.72***gh	***2259.62***fgh	***2396.87***afgh	***2313.04***fgh	***2351.83***fgh	***2003.22***	***1829.17***	***1838.14***

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d/e/f/g/h
* small base

IPSOS GMBH
2009

Repräsentativbefragung von 2.000 Personen ab 14 Jahren in Deutschland
Capibus: C9042/3 Job-Nr.:09022961 Befragungszeitraum 10/09

Urlaub an der Küste

Statistik

Zielgruppe: Alle Befragten

	Total	Haushaltsnettoeinkommen (EURO)				Berufstätig	
		bis 1.249	1.250- 1.749	1.750- 2.499	2.500 und mehr	ja	nein
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
Basis	2000 ***100.0%***	293 ***100.0%***	463 ***100.0%***	611 ***100.0%***	632 ***100.0%***	1041 ***100.0%***	959 ***100.0%***
HAUSHALTSNETTOEINKOMMEN							
bis zu 249 EURO	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -
250 - 499 EURO	13 ***0.7%***	13 ***4.6%***bcd	- -	- -	- -	1 ***0.1%***	12 ***1.3%***e
500 - 749 EURO	40 ***2.0%***	40 ***13.7%***bcd	- -	- -	- -	8 ***0.8%***	32 ***3.3%***e
750 - 999 EURO	102 ***5.1%***	102 ***34.8%***bcd	- -	- -	- -	24 ***2.4%***	78 ***8.1%***e
1.000 - 1.249 EURO	138 ***6.9%***	138 ***46.9%***bcd	- -	- -	- -	44 ***4.2%***	94 ***9.8%***e
1.250 - 1.499 EURO	226 ***11.3%***	- -	226 ***48.7%***acd	- -	- -	92 ***8.8%***	134 ***13.9%***e
1.500 - 1.749 EURO	238 ***11.9%***	- -	238 ***51.3%***acd	- -	- -	97 ***9.4%***	140 ***14.6%***e
1.750 - 1.999 EURO	218 ***10.9%***	- -	- -	218 ***35.7%***abd	- -	118 ***11.3%***	100 ***10.5%***
2.000 - 2.249 EURO	200 ***10.0%***	- -	- -	200 ***32.6%***abd	- -	104 ***10.0%***	95 ***10.0%***
2.250 - 2.499 EURO	194 ***9.7%***	- -	- -	194 ***31.7%***abd	- -	111 ***10.6%***	83 ***8.6%***
2.500 - 2.749 EURO	152 ***7.6%***	- -	- -	- -	152 ***24.0%***abc	103 ***9.9%***f	49 ***5.1%***
2.750 - 2.999 EURO	160 ***8.0%***	- -	- -	- -	160 ***25.3%***abc	109 ***10.4%***f	51 ***5.3%***
3.000 - 3.499 EURO	136 ***6.8%***	- -	- -	- -	136 ***21.4%***abc	96 ***9.3%***f	39 ***4.1%***
3.500 - 4.999 EURO	142 ***7.1%***	- -	- -	- -	142 ***22.5%***abc	109 ***10.4%***f	33 ***3.5%***
5.000 EURO und mehr	43 ***2.1%***	- -	- -	- -	43 ***6.8%***abc	25 ***2.4%***	18 ***1.8%***
keine Angabe	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -
Durchschnittl. Haushaltsnettoeinkommen	***2200.60***	***934.89***	***1503.31***a	***2114.93***ab	***3382.30***abc	***2460.62***f	***1918.28***

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d - e/f

IPSOS GMBH
2009

Repräsentativbefragung von 2.000 Personen ab 14 Jahren in Deutschland
Capibus: C9042/3 Job-Nr.:09022961 Befragungszeitraum 10/09

Urlaub an der Küste

Statistik

Zielgruppe: Alle Befragten

	TOTAL	Haushalte mit Kindern unter 14 Jahren: ja	Haushalte mit Kindern unter 14 Jahren: nein	Haushaltsgröße: 1 Person	Haushaltsgröße: 2 Personen	Haushaltsgröße: 3 Personen	Haushaltsgröße: 4 Personen und mehr
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
Basis	2000 *100.0%*	417 *100.0%*	1583 *100.0%*	389 *100.0%*	773 *100.0%*	362 *100.0%*	476 *100.0%*
HAUSHALTSNETTOEINKOMMEN							
bis zu 249 EURO	- *-*	- *-*	- *-*	- *-*	- *-*	- *-*	- *-*
250 - 499 EURO	13 *0.7%*	- *-*	13 *0.9%*	10 *2.7%*def	1 *0.1%*	- *-*	2 *0.4%*
500 - 749 EURO	40 *2.0%*	4 *0.9%*	36 *2.3%*	29 *7.4%*def	9 *1.1%*	2 *0.6%*	1 *0.2%*
750 - 999 EURO	102 *5.1%*	10 *2.5%*	92 *5.8%*a	67 *17.3%*def	18 *2.3%*	4 *1.1%*	13 *2.8%*
1.000 - 1.249 EURO	138 *6.9%*	19 *4.6%*	118 *7.5%*	80 *20.5%*def	33 *4.2%*	17 *4.7%*	8 *1.7%*
1.250 - 1.499 EURO	226 *11.3%*	25 *6.0%*	200 *12.7%*a	86 *22.1%*def	94 *12.2%*f	32 *8.8%*f	14 *3.0%*
1.500 - 1.749 EURO	238 *11.9%*	44 *10.5%*	194 *12.3%*	55 *14.3%*ef	122 *15.9%*ef	31 *8.6%*	29 *6.1%*
1.750 - 1.999 EURO	218 *10.9%*	43 *10.4%*	175 *11.0%*	24 *6.1%*	114 *14.7%*cf	40 *10.9%*c	41 *8.7%*
2.000 - 2.249 EURO	200 *10.0%*	46 *11.0%*	154 *9.7%*	13 *3.2%*	91 *11.7%*c	36 *10.0%*c	60 *12.6%*c
2.250 - 2.499 EURO	194 *9.7%*	53 *12.7%*	141 *8.9%*	8 *2.2%*	94 *12.1%*c	42 *11.5%*c	50 *10.4%*c
2.500 - 2.749 EURO	152 *7.6%*	51 *12.1%*b	101 *6.4%*	7 *1.8%*	45 *5.8%*c	45 *12.5%*cd	55 *11.5%*cd
2.750 - 2.999 EURO	160 *8.0%*	51 *12.2%*b	109 *6.9%*	3 *0.8%*	68 *8.8%*c	33 *9.2%*c	55 *11.6%*c
3.000 - 3.499 EURO	136 *6.8%*	38 *9.2%*	97 *6.1%*	5 *1.2%*	37 *4.9%*c	33 *9.0%*cd	61 *12.8%*cd
3.500 - 4.999 EURO	142 *7.1%*	29 *6.9%*	113 *7.2%*	1 *0.2%*	39 *5.0%*c	30 *8.3%*c	72 *15.1%*cde
5.000 EURO und mehr	43 *2.1%*	4 *1.0%*	39 *2.4%*	1 *0.3%*	9 *1.2%*	18 *4.8%*cd	15 *3.2%*cd
keine Angabe	- *-*	- *-*	- *-*	- *-*	- *-*	- *-*	- *-*
Durchschnittl. Haushaltsnettoeinkommen	*2200.60*	*2380.01*b	*2153.28*	*1341.20*	*2153.35*c	*2522.48*cd	*2733.74*cde

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b - c/d/e/f

Urlaub an der Küste

Statistik

Zielgruppe: Alle Befragten

	TOTAL	Life Stages					
		Younger people (14-39)	Families with small kids	Families with older kids	Mid aged people (40-59)	Seniors (single household)	Seniors (companion-ship)
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
Basis	2000 ***100.0%***	453 ***100.0%***	170 ***100.0%***	247 ***100.0%***	535 ***100.0%***	216 ***100.0%***	377 ***100.0%***
HAUSHALTSNETTOEINKOMMEN							
bis zu 249 EURO	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -
250 - 499 EURO	13 ***0.7%***	8 ***1.7%***	- -	- -	4 ***0.8%***	1 ***0.6%***	0 ***0.1%***
500 - 749 EURO	40 ***2.0%***	13 ***2.9%***f	2 ***0.9%***	2 ***0.9%***	12 ***2.3%***f	10 ***4.7%***bcf	1 ***0.3%***
750 - 999 EURO	102 ***5.1%***	24 ***5.4%***f	5 ***2.9%***	5 ***2.2%***	17 ***3.2%***	44 ***20.4%***abcdf	6 ***1.7%***
1.000 - 1.249 EURO	138 ***6.9%***	27 ***6.1%***	9 ***5.3%***	10 ***4.1%***	20 ***3.7%***	54 ***24.8%***abcdf	18 ***4.7%***
1.250 - 1.499 EURO	226 ***11.3%***	54 ***12.0%***c	13 ***7.8%***	12 ***4.8%***	50 ***9.3%***	41 ***18.9%***abcd	55 ***14.7%***bcd
1.500 - 1.749 EURO	238 ***11.9%***	34 ***7.5%***	24 ***14.2%***a	20 ***8.0%***	50 ***9.3%***	31 ***14.5%***ad	79 ***21.0%***acd
1.750 - 1.999 EURO	218 ***10.9%***	47 ***10.4%***	20 ***11.8%***	23 ***9.4%***	64 ***12.0%***e	14 ***6.6%***	49 ***13.1%***e
2.000 - 2.249 EURO	200 ***10.0%***	49 ***10.8%***e	24 ***14.3%***de	21 ***8.7%***e	45 ***8.4%***e	6 ***3.0%***	53 ***14.2%***de
2.250 - 2.499 EURO	194 ***9.7%***	32 ***7.0%***e	14 ***8.0%***e	39 ***15.9%***abe	62 ***11.5%***ae	2 ***1.0%***	44 ***11.6%***e
2.500 - 2.749 EURO	152 ***7.6%***	35 ***7.6%***e	20 ***11.7%***ef	31 ***12.4%***ef	43 ***8.0%***e	4 ***2.0%***	20 ***5.2%***
2.750 - 2.999 EURO	160 ***8.0%***	32 ***7.0%***e	18 ***10.7%***e	33 ***13.3%***aef	51 ***9.5%***e	4 ***1.8%***	22 ***5.9%***e
3.000 - 3.499 EURO	136 ***6.8%***	35 ***7.8%***ef	14 ***8.1%***ef	25 ***10.0%***ef	48 ***8.9%***ef	1 ***0.4%***	13 ***3.5%***e
3.500 - 4.999 EURO	142 ***7.1%***	42 ***9.4%***ef	8 ***4.4%***	21 ***8.6%***ef	55 ***10.3%***bef	3 ***1.3%***	13 ***3.5%***
5.000 EURO und mehr	43 ***2.1%***	21 ***4.5%***bef	- -	4 ***1.8%***	15 ***2.9%***bef	- -	3 ***0.7%***
keine Angabe	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -
Durchschnittl. Haushaltsnettoeinkommen	***2200.60***	***2319.65***ef	***2207.12***ef	***2499.41***bef	***2409.65***bef	***1368.06***	***2040.23***e

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d/e/f

IPSOS GMBH
2009

Repräsentativbefragung von 2.000 Personen ab 14 Jahren in Deutschland
Capibus: C9042/3 Job-Nr.:09022961 Befragungszeitraum 10/09

Urlaub an der Küste

Statistik

Zielgruppe: Alle Befragten

	TOTAL	Geschlecht		Altersgruppen (Jahre)			Schulbildung		
		Frauen	Männer	-34	35-54	55+	Haupt-schule	weiterführende Schule ohne Abitur	Abitur/ Universität
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)	(g)	(h)
Basis	2000 100.0%	1028 100.0%	972 100.0%	544 100.0%	716 100.0%	740 100.0%	872 100.0%	802 100.0%	326 100.0%
BUNDESLÄNDER									
Schleswig-Holstein	68 3.4%	37 3.6%	31 3.1%	19 3.6%	28 3.9%	21 2.8%	21 2.4%	33 4.1%	14 4.3%
Hamburg	40 2.0%	16 1.6%	24 2.5%	19 3.6%d	8 1.1%	13 1.7%	17 1.9%	12 1.5%	11 3.4%
Niedersachsen	196 9.8%	111 10.8%	85 8.8%	50 9.2%	72 10.0%	74 10.0%	74 8.5%	83 10.4%	38 11.8%
Bremen	14 0.7%	6 0.6%	8 0.8%	2 0.4%	7 1.0%	5 0.7%	8 0.9%	3 0.3%	3 1.0%
Nordrhein-Westfalen	428 21.4%	201 19.5%	227 23.4%	123 22.6%	153 21.3%	152 20.6%	212 24.3%h	161 20.1%	55 16.9%
Hessen	142 7.1%	75 7.3%	67 6.9%	30 5.5%	71 10.0%ce	41 5.5%	50 5.7%	60 7.5%	32 9.8%f
Rheinland-Pfalz	98 4.9%	60 5.8%	38 4.0%	20 3.7%	34 4.8%	44 5.9%	65 7.4%gh	26 3.2%	8 2.3%
Baden-Württemberg	246 12.3%	128 12.5%	118 12.1%	69 12.7%	91 12.7%	86 11.6%	137 15.7%gh	90 11.2%h	20 6.1%
Bayern	300 15.0%	160 15.6%	140 14.4%	82 15.1%	99 13.8%	119 16.1%	164 18.8%g	91 11.3%	45 13.8%
Saarland	26 1.3%	13 1.2%	13 1.4%	1 0.3%	5 0.8%	19 2.6%cd	14 1.6%	4 0.5%	8 2.4%g
Mecklenburg-Vorpommern	48 2.4%	18 1.7%	30 3.1%	14 2.5%	24 3.3%e	11 1.4%	8 1.0%	37 4.7%fh	2 0.7%
Brandenburg	68 3.4%	34 3.3%	34 3.5%	17 3.1%	22 3.1%	29 3.9%	28 3.2%	31 3.9%	9 2.7%
Sachsen-Anhalt	66 3.3%	28 2.7%	38 3.9%	5 0.8%	28 3.9%c	34 4.6%c	12 1.4%	39 4.8%f	15 4.6%f
Thüringen	64 3.2%	34 3.3%	30 3.1%	18 3.3%	13 1.8%	33 4.4%d	18 2.0%	34 4.2%f	13 3.9%
Sachsen	116 5.8%	60 5.8%	56 5.8%	49 9.0%de	34 4.7%	33 4.5%	26 3.0%	48 5.9%f	42 12.9%fg
Berlin	80 4.0%	48 4.7%	32 3.3%	26 4.7%	27 3.8%	27 3.7%	18 2.1%	51 6.3%f	11 3.4%
ORTSGRÖSSE (POLITISCH)									
bis 4.999 Einw.	301 15.0%	161 15.7%	140 14.4%	61 11.3%	130 18.2%c	110 14.8%	139 15.9%h	139 17.3%h	24 7.3%
5.000 - 19.999 Einw.	516 25.8%	267 25.9%	249 25.7%	128 23.6%	201 28.1%	186 25.2%	227 26.1%	211 26.3%	78 23.9%
20.000 - 49.999 Einw.	416 20.8%	204 19.8%	212 21.8%	99 18.2%	137 19.1%	180 24.4%cd	204 23.4%h	157 19.6%	55 16.8%
50.000 - 99.999 Einw.	176 8.8%	97 9.5%	79 8.1%	42 7.8%	58 8.1%	76 10.3%	98 11.3%gh	61 7.6%	17 5.2%
100.000 - 499.999 Einw.	291 14.5%	146 14.2%	145 14.9%	81 14.8%	103 14.3%	108 14.6%	121 13.9%	110 13.7%	60 18.5%
500.000 Einw. und mehr	300 15.0%	153 14.9%	147 15.1%	133 24.4%de	87 12.2%	80 10.8%	83 9.5%	125 15.5%f	92 28.4%fg

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b - c/d/e - f/g/h

Urlaub an der Küste

Statistik

Zielgruppe: Alle Befragten

	TOTAL		Nielsengebiete													
			Nielsen 1		Nielsen 2		Nielsen 3a		Nielsen 3b		Nielsen 4		Nielsen 5		Nielsen 6		Nielsen 7	
			(a)		(b)		(c)		(d)		(e)		(f)		(g)		(h)	
Basis	2000	***100.0%***	318	***100.0%***	428	***100.0%***	266	***100.0%***	246	***100.0%***	300	***100.0%***	80*	***100.0%****	182	***100.0%***	180	***100.0%***
BUNDESLÄNDER																		
Schleswig-Holstein	68	***3.4%***	68	***21.4%***bcdefgh	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Hamburg	40	***2.0%***	40	***12.6%***bcdefgh	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Niedersachsen	196	***9.8%***	196	***61.6%***bcdefgh	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Bremen	14	***0.7%***	14	***4.4%***bcdefgh	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Nordrhein-Westfalen	428	***21.4%***	-	-	428	***100.0%***acdefgh	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Hessen	142	***7.1%***	-	-	-	-	142	***53.4%***abdefgh	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Rheinland-Pfalz	98	***4.9%***	-	-	-	-	98	***36.8%***abdefgh	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Baden-Württemberg	246	***12.3%***	-	-	-	-	-	-	246	***100.0%***abcefgh	-	-	-	-	-	-	-	-
Bayern	300	***15.0%***	-	-	-	-	-	-	-	-	300	***100.0%***abcdfgh	-	-	-	-	-	-
Saarland	26	***1.3%***	-	-	-	-	26	***9.8%***abdefgh	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mecklenburg-Vorpommern	48	***2.4%***	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	48	***26.4%***abcdefh	-	-
Brandenburg	68	***3.4%***	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	68	***37.4%***abcdefh	-	-
Sachsen-Anhalt	66	***3.3%***	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	66	***36.2%***abcdefh	-	-
Thüringen	64	***3.2%***	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	64	***35.6%***abcdefg
Sachsen	116	***5.8%***	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	116	***64.4%***abcdefg
Berlin	80	***4.0%***	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	80	***100.0%***abcdefgh	-	-	-	-
ORTSGRÖSSE (POLITISCH)																		
bis 4.999 Einw.	301	***15.0%***	45	***14.1%***bf	-	-	60	***22.6%***abdf	36	***14.6%***bf	74	***24.7%***abdf	-	-	50	***27.5%***abdf	36	***20.0%***bf
5.000 - 19.999 Einw.	516	***25.8%***	77	***24.2%***bf	45	***10.5%***f	95	***35.7%***abf	90	***36.6%***abf	98	***32.7%***abf	-	-	58	***31.9%***bf	53	***29.4%***bf
20.000 - 49.999 Einw.	416	***20.8%***	62	***19.5%***f	115	***26.9%***acef	47	***17.7%***f	56	***22.8%***f	54	***18.0%***f	-	-	45	***24.7%***f	37	***20.6%***f
50.000 - 99.999 Einw.	176	***8.8%***	30	***9.4%***efh	76	***17.8%***acdefgh	19	***7.1%***f	20	***8.1%***f	14	***4.7%***	-	-	11	***6.0%***f	6	***3.3%***
100.000 - 499.999 Einw.	291	***14.5%***	44	***13.8%***ef	128	***29.9%***acdefgh	31	***11.6%***f	32	***13.0%***f	22	***7.3%***f	-	-	18	***9.9%***f	16	***8.9%***f
500.000 Einw. und mehr	300	***15.0%***	60	***18.9%***cdg	64	***15.0%***cdg	14	***5.3%***g	12	***4.9%***g	38	***12.7%***cdg	80	***100.0%***abcdefgh	-	-	32	***17.8%***cdg

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d/e/f/g/h
* small base

Urlaub an der Küste

Statistik

Zielgruppe: Alle Befragten

	Total		Haushaltsnettoeinkommen (EURO)								Berufstätig			
			bis 1.249		1.250- 1.749		1.750- 2.499		2.500 und mehr		ja		nein	
			(a)		(b)		(c)		(d)		(e)		(f)	
Basis	2000	100.0%	293	100.0%	463	100.0%	611	100.0%	632	100.0%	1041	100.0%	959	100.0%
BUNDESLÄNDER														
Schleswig-Holstein	68	3.4%	14	4.9%	11	2.4%	27	4.4%	16	2.5%	44	4.2%	24	2.5%
Hamburg	40	2.0%	7	2.4%	8	1.7%	16	2.6%	9	1.5%	16	1.6%	24	2.5%
Niedersachsen	196	9.8%	21	7.0%	46	9.9%	67	10.9%	63	10.0%	87	8.4%	109	11.3%
Bremen	14	0.7%	0	0	3	0.7%	7	1.1%	4	0.6%	7	0.7%	7	0.7%
Nordrhein-Westfalen	428	21.4%	38	13.0%	111	23.9%a	134	21.9%a	146	23.1%a	203	19.5%	225	23.5%
Hessen	142	7.1%	11	3.6%	21	4.4%	31	5.1%	80	12.6%abc	97	9.4%f	45	4.6%
Rheinland-Pfalz	98	4.9%	13	4.4%	28	6.1%	34	5.5%	23	3.7%	45	4.3%	53	5.5%
Baden-Württemberg	246	12.3%	24	8.3%	54	11.6%	81	13.3%a	86	13.7%a	149	14.3%f	97	10.1%
Bayern	300	15.0%	52	17.6%	58	12.4%	78	12.8%	113	17.9%bc	157	15.1%	143	14.9%
Saarland	26	1.3%	1	0.4%	7	1.6%	12	1.9%	6	0.9%	6	0.6%	20	2.1%e
Mecklenburg-Vorpommern	48	2.4%	24	8.2%bcd	11	2.5%d	10	1.6%	3	0.4%	28	2.6%	20	2.1%
Brandenburg	68	3.4%	13	4.4%	20	4.3%d	23	3.7%	12	2.0%	23	2.2%	45	4.7%e
Sachsen-Anhalt	66	3.3%	12	4.2%	14	3.1%	21	3.5%	18	2.9%	36	3.5%	30	3.1%
Thüringen	64	3.2%	12	4.0%d	27	5.9%cd	17	2.7%	8	1.3%	36	3.5%	28	2.9%
Sachsen	116	5.8%	35	11.8%bcd	25	5.5%	31	5.0%	25	4.0%	60	5.8%	56	5.8%
Berlin	80	4.0%	17	5.9%	19	4.1%	24	3.9%	20	3.1%	46	4.5%	34	3.5%
ORTSGRÖSSE (POLITISCH)														
bis 4.999 Einw.	301	15.0%	50	17.1%	57	12.2%	106	17.3%b	88	14.0%	173	16.6%	128	13.4%
5.000 - 19.999 Einw.	516	25.8%	72	24.5%	111	23.9%	169	27.7%	164	26.0%	282	27.1%	234	24.4%
20.000 - 49.999 Einw.	416	20.8%	53	18.1%	102	22.0%	129	21.1%	132	20.9%	209	20.1%	207	21.6%
50.000 - 99.999 Einw.	176	8.8%	34	11.6%c	44	9.5%	39	6.4%	59	9.3%	81	7.7%	95	9.9%
100.000 - 499.999 Einw.	291	14.5%	36	12.2%	64	13.7%	87	14.2%	105	16.6%	141	13.6%	150	15.6%
500.000 Einw. und mehr	300	15.0%	49	16.5%	86	18.6%cd	81	13.3%	84	13.2%	156	15.0%	144	15.0%

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d - e/f

Urlaub an der Küste

Statistik

Zielgruppe: Alle Befragten

	TOTAL	Haushalte mit Kindern unter 14 Jahren		Haushaltsgröße			
		ja	nein	1 Person	2 Personen	3 Personen	4 Personen und mehr
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
Basis	2000 *100.0%*	417 *100.0%*	1583 *100.0%*	389 *100.0%*	773 *100.0%*	362 *100.0%*	476 *100.0%*
BUNDESLÄNDER							
Schleswig-Holstein	68 *3.4%*	15 *3.6%*	53 *3.3%*	18 *4.7%*	23 *3.0%*	10 *2.8%*	17 *3.5%*
Hamburg	40 *2.0%*	10 *2.4%*	30 *1.9%*	7 *1.8%*	11 *1.4%*	7 *2.1%*	14 *3.0%*
Niedersachsen	196 *9.8%*	42 *10.1%*	154 *9.7%*	36 *9.3%*	82 *10.6%*	27 *7.4%*	51 *10.7%*
Bremen	14 *0.7%*	0 *0.1%*	14 *0.9%*	1 *0.2%*	7 *1.0%*	4 *1.1%*	2 *0.4%*
Nordrhein-Westfalen	428 *21.4%*	121 *29.0%*b	307 *19.4%*	76 *19.6%*	144 *18.6%*	68 *18.9%*	140 *29.4%*cde
Hessen	142 *7.1%*	41 *9.7%*b	101 *6.4%*	16 *4.1%*	56 *7.2%*c	31 *8.6%*c	39 *8.2%*c
Rheinland-Pfalz	98 *4.9%*	16 *3.7%*	82 *5.2%*	29 *7.5%*de	34 *4.4%*	11 *3.1%*	24 *5.0%*
Baden-Württemberg	246 *12.3%*	46 *11.0%*	200 *12.6%*	36 *9.3%*	100 *13.0%*	60 *16.5%*cf	50 *10.5%*
Bayern	300 *15.0%*	41 *9.7%*	260 *16.4%*a	73 *18.7%*	112 *14.5%*	48 *13.3%*	68 *14.2%*
Saarland	26 *1.3%*	3 *0.7%*	23 *1.5%*	2 *0.4%*	21 *2.7%*cf	3 *0.8%*	1 *0.1%*
Mecklenburg-Vorpommern	48 *2.4%*	12 *2.9%*	36 *2.3%*	12 *3.1%*	18 *2.3%*	9 *2.6%*	9 *1.8%*
Brandenburg	68 *3.4%*	19 *4.5%*	49 *3.1%*	12 *3.1%*	24 *3.2%*	13 *3.7%*	18 *3.8%*
Sachsen-Anhalt	66 *3.3%*	7 *1.6%*	59 *3.7%*	14 *3.6%*f	34 *4.4%*f	15 *4.2%*f	3 *0.5%*
Thüringen	64 *3.2%*	9 *2.2%*	55 *3.5%*	10 *2.5%*	36 *4.6%*f	14 *3.9%*f	5 *0.9%*
Sachsen	116 *5.8%*	24 *5.6%*	93 *5.8%*	26 *6.7%*	42 *5.4%*	20 *5.6%*	28 *5.9%*
Berlin	80 *4.0%*	13 *3.1%*	67 *4.2%*	21 *5.4%*f	30 *3.9%*	20 *5.5%*f	9 *1.9%*
ORTSGRÖSSE (POLITISCH)							
bis 4.999 Einw.	301 *15.0%*	65 *15.5%*	236 *14.9%*	42 *10.9%*	119 *15.4%*c	55 *15.2%*	85 *17.8%*c
5.000 - 19.999 Einw.	516 *25.8%*	126 *30.2%*b	390 *24.6%*	87 *22.3%*	195 *25.3%*	98 *27.0%*	136 *28.6%*
20.000 - 49.999 Einw.	416 *20.8%*	70 *16.7%*	346 *21.9%*a	87 *22.4%*	170 *22.0%*	67 *18.6%*	92 *19.2%*
50.000 - 99.999 Einw.	176 *8.8%*	32 *7.7%*	144 *9.1%*	39 *10.0%*	70 *9.0%*	25 *6.9%*	42 *8.9%*
100.000 - 499.999 Einw.	291 *14.5%*	69 *16.6%*	222 *14.0%*	67 *17.2%*	101 *13.1%*	54 *14.9%*	69 *14.4%*
500.000 Einw. und mehr	300 *15.0%*	55 *13.2%*	245 *15.5%*	66 *17.1%*f	118 *15.3%*	63 *17.5%*f	52 *11.0%*

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b - c/d/e/f

IPSOS GMBH
2009

Repräsentativbefragung von 2.000 Personen ab 14 Jahren in Deutschland
Capibus: C9042/3 Job-Nr.:09022961 Befragungszeitraum 10/09

Urlaub an der Küste

Statistik

Zielgruppe: Alle Befragten

	TOTAL	Life Stages					
		Younger people (14-39)	Families with small kids	Families with older kids	Mid aged people (40-59)	Seniors (single household)	Seniors (companion-ship)
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
Basis	2000 *100.0%*	453 *100.0%*	170 *100.0%*	247 *100.0%*	535 *100.0%*	216 *100.0%*	377 *100.0%*
BUNDESLÄNDER							
Schleswig-Holstein	68 *3.4%*	19 *4.2%*	2 *1.2%*	13 *5.2%*	15 *2.9%*	11 *5.1%*bf	7 *2.0%*
Hamburg	40 *2.0%*	13 *3.0%*d	6 *3.2%*d	4 *1.8%*	4 *0.7%*	4 *1.7%*	9 *2.4%*
Niedersachsen	196 *9.8%*	41 *9.1%*	12 *6.8%*	30 *12.3%*	50 *9.4%*	15 *7.1%*	47 *12.5%*
Bremen	14 *0.7%*	4 *0.9%*	- *-*	0 *0.1%*	5 *0.9%*	1 *0.3%*	4 *1.1%*
Nordrhein-Westfalen	428 *21.4%*	87 *19.2%*	61 *35.9%*acdef	60 *24.2%*	104 *19.5%*	45 *20.7%*	71 *18.8%*
Hessen	142 *7.1%*	27 *6.0%*	12 *6.8%*	29 *11.8%*aef	47 *8.7%*e	6 *2.7%*	22 *5.8%*
Rheinland-Pfalz	98 *4.9%*	19 *4.2%*b	1 *0.4%*	15 *6.0%*b	26 *4.9%*b	18 *8.4%*ab	19 *4.9%*b
Baden-Württemberg	246 *12.3%*	59 *13.0%*	22 *12.8%*	24 *9.8%*	74 *13.8%*	19 *9.0%*	48 *12.7%*
Bayern	300 *15.0%*	75 *16.5%*c	19 *11.3%*	21 *8.6%*	82 *15.3%*c	44 *20.5%*bc	58 *15.3%*c
Saarland	26 *1.3%*	3 *0.6%*	1 *0.4%*	2 *0.9%*	3 *0.5%*	2 *1.1%*	15 *3.9%*abd
Mecklenburg-Vorpommern	48 *2.4%*	10 *2.1%*	4 *2.1%*	8 *3.4%*	19 *3.6%*f	3 *1.6%*	4 *1.0%*
Brandenburg	68 *3.4%*	10 *2.2%*	8 *4.7%*	11 *4.3%*	14 *2.7%*	9 *4.1%*	16 *4.2%*
Sachsen-Anhalt	66 *3.3%*	10 *2.2%*	4 *2.5%*	3 *1.1%*	24 *4.5%*c	7 *3.4%*	18 *4.7%*c
Thüringen	64 *3.2%*	12 *2.6%*	5 *3.1%*	4 *1.7%*	14 *2.6%*	7 *3.3%*	21 *5.7%*cd
Sachsen	116 *5.8%*	41 *9.0%*f	7 *3.9%*	17 *6.8%*	30 *5.6%*	11 *4.9%*	11 *2.9%*
Berlin	80 *4.0%*	23 *5.2%*	8 *4.9%*	5 *1.9%*	22 *4.2%*	13 *6.1%*cf	8 *2.2%*
ORTSGRÖSSE (POLITISCH)							
bis 4.999 Einw.	301 *15.0%*	65 *14.4%*	21 *12.1%*	44 *17.9%*	81 *15.2%*	29 *13.6%*	60 *16.0%*
5.000 - 19.999 Einw.	516 *25.8%*	91 *20.1%*	40 *23.7%*	86 *34.7%*abef	149 *27.8%*a	52 *24.0%*	97 *25.6%*
20.000 - 49.999 Einw.	416 *20.8%*	85 *18.8%*	22 *12.7%*	48 *19.4%*	114 *21.3%*b	48 *22.2%*b	99 *26.3%*ab
50.000 - 99.999 Einw.	176 *8.8%*	35 *7.8%*	16 *9.6%*	16 *6.4%*	52 *9.7%*	25 *11.7%*	31 *8.3%*
100.000 - 499.999 Einw.	291 *14.5%*	62 *13.7%*	34 *20.1%*d	35 *14.2%*	70 *13.2%*	33 *15.5%*	56 *14.8%*
500.000 Einw. und mehr	300 *15.0%*	114 *25.1%*cdef	37 *21.8%*cdef	18 *7.3%*	68 *12.8%*	28 *13.1%*	34 *9.1%*

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d/e/f

IPSOS GMBH
2009

Repräsentativbefragung von 2.000 Personen ab 14 Jahren in Deutschland
Capibus: C9042/3 Job-Nr.:09022961 Befragungszeitraum 10/09

Urlaub an der Küste

Statistik

Zielgruppe: Alle Befragten

	TOTAL	Geschlecht		Altersgruppen (Jahre)			Schulbildung		
		Frauen	Männer	-34	35-54	55+	Haupt-schule	weiterführende Schule ohne Abitur	Abitur/ Universität
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)	(g)	(h)
Basis	2000 *100.0%*	1028 *100.0%*	972 *100.0%*	544 *100.0%*	716 *100.0%*	740 *100.0%*	872 *100.0%*	802 *100.0%*	326 *100.0%*
NUTZUNG INTERNET-ZUGANG									
zu Hause	1238 *61.9%*	583 *56.7%*	655 *67.4%*a	476 *87.6%*de	548 *76.5%*e	214 *28.9%*	355 *40.7%*	610 *76.1%*f	273 *83.8%*fg
bei Freunden/ Verwandten	110 *5.5%*	44 *4.3%*	65 *6.7%*a	79 *14.5%*de	25 *3.4%*e	6 *0.8%*	20 *2.3%*	47 *5.9%*f	42 *12.9%*fg
bei der Arbeit/in der Universität/ Schule	329 *16.4%*	134 *13.0%*	195 *20.1%*a	133 *24.4%*e	155 *21.7%*e	41 *5.5%*	24 *2.8%*	137 *17.0%*f	168 *51.5%*fg
an anderen Orten (Bücherei/Bibliothek, Internetcafe, übers Handy)	58 *2.9%*	19 *1.8%*	39 *4.0%*a	34 *6.2%*de	17 *2.3%*	7 *1.0%*	6 *0.7%*	21 *2.6%*f	31 *9.6%*fg
nein, ich habe nicht die Möglichkeit, Zugang zum Internet zu erhalten	715 *35.7%*	430 *41.8%*b	285 *29.3%*	50 *9.1%*	146 *20.4%*c	519 *70.1%*cd	504 *57.8%*gh	171 *21.3%*h	40 *12.4%*
FREQUENZ INTERNETNUTZUNG									
mehrmals täglich	336 *16.8%*	121 *11.8%*	214 *22.0%*a	167 *30.8%*de	127 *17.7%*e	41 *5.6%*	69 *7.9%*	120 *15.0%*f	147 *45.0%*fg
täglich	322 *16.1%*	138 *13.4%*	184 *18.9%*a	132 *24.2%*e	146 *20.4%*e	44 *5.9%*	85 *9.8%*	168 *20.9%*f	69 *21.1%*f
zumindest einmal die Woche	518 *25.9%*	265 *25.8%*	253 *26.0%*	179 *33.0%*e	231 *32.2%*e	108 *14.6%*	159 *18.2%*	296 *37.0%*fh	63 *19.2%*
zumindest einmal im Monat	47 *2.3%*	31 *3.0%*	16 *1.6%*	10 *1.8%*	29 *4.1%*ce	8 *1.1%*	17 *1.9%*	26 *3.2%*	4 *1.3%*
seltener als einmal im Monat	18 *0.9%*	12 *1.2%*	6 *0.6%*	2 *0.3%*	12 *1.7%*	5 *0.6%*	9 *1.1%*	8 *0.9%*	1 *0.4%*
nie, aber ich habe Zugang	45 *2.2%*	31 *3.0%*b	14 *1.4%*	5 *0.8%*	24 *3.4%*c	16 *2.2%*	29 *3.4%*h	14 *1.7%*	2 *0.5%*
nie, und habe auch keinen Zugang	715 *35.7%*	430 *41.8%*b	285 *29.3%*	50 *9.1%*	146 *20.4%*c	519 *70.1%*cd	504 *57.8%*gh	171 *21.3%*h	40 *12.4%*

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b - c/d/e - f/g/h

Urlaub an der Küste

Statistik

Zielgruppe: Alle Befragten

	TOTAL	Nielsengebiete							
		Nielsen 1	Nielsen 2	Nielsen 3a	Nielsen 3b	Nielsen 4	Nielsen 5	Nielsen 6	Nielsen 7
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)	(g)	(h)
Basis	2000 *100.0%*	318 *100.0%*	428 *100.0%*	266 *100.0%*	246 *100.0%*	300 *100.0%*	80**100.0%**	182 *100.0%*	180 *100.0%*
NUTZUNG INTERNET-ZUGANG									
zu Hause	1238 *61.9%*	213 *66.9%*g	277 *64.7%*g	158 *59.4%*	151 *61.3%*g	185 *61.5%*g	54 *67.1%*g	90 *49.5%*	111 *61.8%*g
bei Freunden/ Verwandten	110 *5.5%*	21 *6.6%*e	25 *5.8%*e	17 *6.5%*e	13 *5.3%*e	3 *0.9%*	1 *0.9%*	11 *6.1%*e	19 *10.3%*ef
bei der Arbeit/in der Universität/ Schule	329 *16.4%*	55 *17.2%*d	55 *12.8%*	45 *17.0%*	26 *10.4%*	64 *21.2%*bd	11 *13.2%*	27 *14.7%*	48 *26.6%*abcdfg
an anderen Orten (Bücherei/Bibliothek, Internetcafe, übers Handy)	58 *2.9%*	16 *5.0%*de	9 *2.1%*	12 *4.6%*e	3 *1.2%*	1 *0.4%*	1 *0.9%*	4 *2.1%*	12 *6.6%*bde
nein, ich habe nicht die Möglichkeit, Zugang zum Internet zu erhalten	715 *35.7%*	101 *31.7%*	144 *33.7%*	100 *37.6%*	93 *38.0%*	109 *36.4%*	26 *32.3%*	82 *45.0%*abh	59 *32.9%*
FREQUENZ INTERNETNUTZUNG									
mehrmals täglich	336 *16.8%*	62 *19.4%*bd	47 *11.1%*	61 *22.8%*bdg	27 *11.0%*	55 *18.4%*bd	13 *16.0%*	26 *14.1%*	45 *25.1%*bdg
täglich	322 *16.1%*	50 *15.7%*	98 *22.8%*acgh	30 *11.3%*	48 *19.6%*cgh	48 *16.0%*	15 *18.4%*	16 *9.0%*	16 *9.1%*
zumindest einmal die Woche	518 *25.9%*	82 *25.8%*	120 *28.0%*	64 *24.2%*	61 *24.6%*	78 *26.0%*	22 *27.2%*	46 *25.0%*	46 *25.4%*
zumindest einmal im Monat	47 *2.3%*	13 *4.0%*b	4 *1.0%*	5 *1.8%*	4 *1.6%*	5 *1.6%*	2 *3.0%*	6 *3.1%*	9 *4.9%*b
seltener als einmal im Monat	18 *0.9%*	5 *1.6%*	1 *0.2%*	2 *0.8%*	4 *1.7%*	1 *0.3%*	- *-*	4 *2.2%*b	1 *0.8%*
nie, aber ich habe Zugang	45 *2.2%*	6 *1.9%*	14 *3.2%*	4 *1.5%*	9 *3.5%*	4 *1.3%*	2 *3.1%*	3 *1.5%*	3 *1.8%*
nie, und habe auch keinen Zugang	715 *35.7%*	101 *31.7%*	144 *33.7%*	100 *37.6%*	93 *38.0%*	109 *36.4%*	26 *32.3%*	82 *45.0%*abh	59 *32.9%*

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d/e/f/g/h
* small base

Urlaub an der Küste

Statistik

Zielgruppe: Alle Befragten

	Total	Haushaltsnettoeinkommen (EURO)				Berufstätig	
		bis 1.249	1.250-1.749	1.750-2.499	2.500 und mehr	ja	nein
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
Basis	2000 100.0%	293 100.0%	463 100.0%	611 100.0%	632 100.0%	1041 100.0%	959 100.0%
NUTZUNG INTERNET-ZUGANG							
zu Hause	1238 61.9%	91 30.9%	211 45.5%a	409 66.9%ab	528 83.5%abc	812 78.0%f	426 44.4%
bei Freunden/ Verwandten	110 5.5%	22 7.4%b	14 3.1%	30 4.9%	44 6.9%b	55 5.3%	54 5.7%
bei der Arbeit/in der Universität/ Schule	329 16.4%	33 11.2%	34 7.4%	77 12.6%b	185 29.3%abc	244 23.4%f	85 8.9%
an anderen Orten (Bücherei/Bibliothek, Internetcafe, übers Handy)	58 2.9%	11 3.8%b	5 1.0%	18 2.9%b	24 3.8%b	32 3.1%	26 2.7%
nein, ich habe nicht die Möglichkeit, Zugang zum Internet zu erhalten	715 35.7%	186 63.3%bcd	246 53.1%cd	194 31.7%d	89 14.1%	198 19.0%	517 53.9%e
FREQUENZ INTERNETNUTZUNG							
mehrmals täglich	336 16.8%	37 12.7%	48 10.4%	93 15.3%b	157 24.8%abc	214 20.6%f	121 12.6%
täglich	322 16.1%	27 9.0%	44 9.5%	101 16.6%ab	150 23.7%abc	220 21.1%f	102 10.6%
zumindest einmal die Woche	518 25.9%	34 11.6%	103 22.3%a	179 29.3%ab	202 31.9%ab	338 32.5%f	180 18.7%
zumindest einmal im Monat	47 2.3%	5 1.8%	13 2.8%	12 1.9%	17 2.7%	34 3.2%f	13 1.4%
seltener als einmal im Monat	18 0.9%	1 0.3%	3 0.6%	9 1.5%	5 0.8%	11 1.0%	8 0.8%
nie, aber ich habe Zugang	45 2.2%	4 1.3%	6 1.4%	22 3.6%b	12 2.0%	26 2.5%	19 1.9%
nie, und habe auch keinen Zugang	715 35.7%	186 63.3%bcd	246 53.1%cd	194 31.7%d	89 14.1%	198 19.0%	517 53.9%e

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d - e/f

Urlaub an der Küste

Statistik

Zielgruppe: Alle Befragten

	TOTAL	Haushalte mit Kindern unter 14 Jahren		Haushaltsgröße			
		ja	nein	1 Person	2 Personen	3 Personen	4 Personen und mehr
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
Basis	2000 100.0%	417 100.0%	1583 100.0%	389 100.0%	773 100.0%	362 100.0%	476 100.0%
NUTZUNG INTERNET-ZUGANG							
zu Hause	1238 61.9%	361 86.6%b	877 55.4%	119 30.7%	388 50.2%c	310 85.7%cd	421 88.3%cd
bei Freunden/ Verwandten	110 5.5%	33 8.0%b	76 4.8%	15 3.8%	28 3.6%	25 6.9%d	42 8.8%cd
bei der Arbeit/in der Universität/ Schule	329 16.4%	71 17.0%	258 16.3%	45 11.6%	114 14.8%	70 19.3%c	99 20.9%cd
an anderen Orten (Bücherei/Bibliothek, Internetcafe, übers Handy)	58 2.9%	13 3.0%	45 2.8%	8 1.9%	18 2.3%	7 2.0%	25 5.3%cd
nein, ich habe nicht die Möglichkeit, Zugang zum Internet zu erhalten	715 35.7%	50 11.9%	665 42.0%a	252 64.8%def	366 47.3%ef	48 13.3%	49 10.2%
FREQUENZ INTERNETNUTZUNG							
mehrmals täglich	336 16.8%	80 19.1%	256 16.2%	48 12.3%	111 14.3%	69 19.1%c	108 22.6%cd
täglich	322 16.1%	80 19.2%	242 15.3%	29 7.4%	101 13.1%c	75 20.7%cd	117 24.5%cd
zumindest einmal die Woche	518 25.9%	172 41.2%b	346 21.9%	49 12.6%	171 22.1%c	128 35.3%cd	171 35.8%cd
zumindest einmal im Monat	47 2.3%	19 4.6%b	28 1.8%	7 1.8%	7 0.9%	22 6.0%cdf	12 2.5%
seltener als einmal im Monat	18 0.9%	5 1.2%	13 0.8%	1 0.4%	6 0.7%	4 1.1%	7 1.5%
nie, aber ich habe Zugang	45 2.2%	12 2.8%	33 2.1%	3 0.8%	12 1.5%	16 4.5%cd	14 2.8%
nie, und habe auch keinen Zugang	715 35.7%	50 11.9%	665 42.0%a	252 64.8%def	366 47.3%ef	48 13.3%	49 10.2%

IPSOS GMBH
2009

Repräsentativbefragung von 2.000 Personen ab 14 Jahren in Deutschland
Capibus: C9042/3 Job-Nr.:09022961 Befragungszeitraum 10/09

Urlaub an der Küste

Statistik

Zielgruppe: Alle Befragten

	TOTAL	Life Stages					
		Younger people (14-39)	Families with small kids	Families with older kids	Mid aged people (40-59)	Seniors (single household)	Seniors (companion-ship)
		(a)	*(b)*	*(c)*	*(d)*	*(e)*	*(f)*
Basis	2000 ***100.0%***	453 ***100.0%***	170 ***100.0%***	247 ***100.0%***	535 ***100.0%***	216 ***100.0%***	377 ***100.0%***
NUTZUNG INTERNET-ZUGANG							
zu Hause	1238 ***61.9%***	389 ***85.9%***def	144 ***84.4%***def	218 ***88.1%***def	355 ***66.4%***ef	23 ***10.4%***	109 ***28.8%***e
bei Freunden/ Verwandten	110 ***5.5%***	59 ***13.0%***def	14 ***8.3%***def	19 ***7.8%***def	16 ***3.0%***ef	1 ***0.3%***	1 ***0.2%***
bei der Arbeit/in der Universität/ Schule	329 ***16.4%***	125 ***27.6%***bcef	25 ***14.9%***ef	45 ***18.4%***ef	121 ***22.6%***bef	1 ***0.7%***	9 ***2.5%***
an anderen Orten (Bücherei/Bibliothek, Internetcafe, übers Handy)	58 ***2.9%***	30 ***6.6%***def	5 ***2.7%***e	8 ***3.3%***ef	13 ***2.4%***e	- -	2 ***0.7%***
nein, ich habe nicht die Möglichkeit, Zugang zum Internet zu erhalten	715 ***35.7%***	48 ***10.6%***	23 ***13.5%***	27 ***10.8%***	157 ***29.3%***abc	193 ***89.1%***abcdf	268 ***70.9%***abcd
FREQUENZ INTERNETNUTZUNG							
mehrmals täglich	336 ***16.8%***	148 ***32.8%***bcdef	32 ***18.5%***ef	48 ***19.6%***ef	89 ***16.7%***ef	2 ***1.1%***	14 ***3.7%***
täglich	322 ***16.1%***	120 ***26.6%***cdef	36 ***20.9%***ef	44 ***18.0%***ef	92 ***17.1%***ef	3 ***1.2%***	27 ***7.2%***e
zumindest einmal die Woche	518 ***25.9%***	125 ***27.6%***ef	66 ***38.8%***adef	106 ***42.8%***adef	153 ***28.5%***ef	14 ***6.6%***	54 ***14.4%***e
zumindest einmal im Monat	47 ***2.3%***	8 ***1.7%***	8 ***4.7%***ef	11 ***4.5%***f	13 ***2.4%***	2 ***1.1%***	5 ***1.3%***
seltener als einmal im Monat	18 ***0.9%***	2 ***0.4%***	2 ***1.2%***	3 ***1.3%***	10 ***1.9%***f	1 ***0.3%***	1 ***0.2%***
nie, aber ich habe Zugang	45 ***2.2%***	2 ***0.4%***	4 ***2.4%***a	8 ***3.1%***a	21 ***4.0%***ae	1 ***0.7%***	9 ***2.3%***a
nie, und habe auch keinen Zugang	715 ***35.7%***	48 ***10.6%***	23 ***13.5%***	27 ***10.8%***	157 ***29.3%***abc	193 ***89.1%***abcdf	268 ***70.9%***abcd

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d/e/f

Urlaub an der Küste

Frage F2b
Gibt es sonst noch etwas, das für Sie zu einer Reise an die Nord- oder Ostseeküste unbedingt dazu gehört?
Wenn ja: Und was gehört für Sie unbedingt zu einer Reise an die Nord- oder Ostseeküste?

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre Urlaub an der Nord- oder Ostseeküste gemacht haben, oder sich vorstellen können das in Zukunft zu tun (lt. Frage 1)

	TOTAL	Geschlecht		Altersgruppen (Jahre)			Schulbildung		
		Frauen	Männer	-34	35-54	55+	Haupt-schule	weiterführende Schule ohne Abitur	Abitur/ Universität
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)	(g)	(h)
Basis	666 100.0%	339 100.0%	326 100.0%	153 100.0%	280 100.0%	233 100.0%	226 100.0%	269 100.0%	171 100.0%
Urlaub / Aktivitäten / Urlaubsangebote	165 24.9%	81 24.0%	84 25.7%	39 25.7%	78 28.0%	48 20.5%	64 28.3%	60 22.2%	42 24.5%
Spazieren gehen / wandern	13 1.9%	10 2.9%	3 0.9%	4 2.4%	7 2.5%	2 0.8%	4 1.9%	5 2.0%	3 1.8%
Wattwanderung	5 0.8%	4 1.1%	2 0.5%	- -	0 0.1%	5 2.2%d	3 1.4%	1 0.4%	1 0.6%
Schiffsrundfahrten / kleine Schiffsreise / Hafenrundfahrten	28 4.2%	13 4.0%	14 4.4%	8 5.1%	16 5.7%e	4 1.8%	4 1.7%	17 6.3%f	7 4.1%
gute Radfahrwege/ Wanderwege	9 1.4%	7 1.9%	3 0.9%	3 1.8%	3 1.2%	3 1.4%	6 2.6%	3 1.0%	1 0.4%
Radfahren / Radtouren an der See	10 1.6%	2 0.6%	8 2.6%	- -	4 1.5%	6 2.7%	7 2.9%	3 1.1%	1 0.6%
Shoppen / nette Geschäfte zum Shoppen	5 0.8%	1 0.4%	4 1.1%	2 1.1%	3 1.0%	1 0.2%	2 1.1%	0 0.1%	2 1.3%
Ausgehen / Partys feiern	8 1.2%	6 1.6%	2 0.7%	6 3.8%de	1 0.2%	1 0.6%	2 1.1%	3 1.2%	2 1.3%
Kulturelle Angebote (Musicel, Konzerte, Museen.)	20 3.0%	9 2.7%	11 3.3%	10 6.3%d	4 1.5%	6 2.7%	6 2.7%	5 1.8%	9 5.2%
Angeln / Angeltouren	8 1.2%	5 1.4%	3 1.1%	1 0.7%	7 2.5%e	- -	- -	7 2.6%f	1 0.7%
(mit den Kindern) Drachen steigen lassen	6 0.9%	3 0.8%	3 1.0%	- -	4 1.5%	2 0.7%	2 0.7%	4 1.5%	0 0.2%
Freizeitangebote für Kinder (in der Natur)	7 1.1%	5 1.5%	2 0.7%	4 2.8%e	3 1.1%	- -	1 0.4%	1 0.5%	5 2.9%
schöne / gemütliche Unterkunft / Ferienhäuser	27 4.1%	15 4.6%	12 3.6%	4 2.6%	14 5.0%	9 3.9%	15 6.7%g	6 2.2%	6 3.6%
preiswerte Unterkünfte	6 0.9%	3 1.0%	3 0.8%	3 1.9%	1 0.5%	2 0.7%	3 1.2%	2 0.8%	1 0.7%
Strandkörbe	6 0.9%	5 1.4%	1 0.4%	4 2.5%	1 0.5%	1 0.5%	4 1.8%	2 0.6%	1 0.4%
Sehenswürdigkeiten	8 1.2%	6 1.9%	2 0.5%	2 1.5%	5 1.7%	1 0.4%	3 1.1%	2 0.8%	3 2.0%
Bootsverleih / Segelboot mieten	5 0.8%	1 0.2%	5 1.5%	- -	3 1.0%	3 1.2%	4 1.7%	1 0.4%	0 0.3%
Fahrradverleih	10 1.4%	4 1.0%	6 1.8%	1 0.8%	7 2.3%	2 0.8%	1 0.4%	4 1.5%	5 2.7%
Wohnmobil / Campen	6 1.0%	1 0.3%	5 1.7%	1 0.7%	1 0.5%	4 1.7%	2 1.1%	1 0.4%	3 1.8%
Ausflüge / Ausflugsmöglichkeiten	5 0.7%	2 0.6%	3 0.9%	3 1.9%	- -	2 0.9%	3 1.5%	2 0.6%	- -
das Land kennenlernen	4 0.6%	4 1.1%	1 0.2%	- -	4 1.3%	1 0.3%	1 0.3%	1 0.2%	3 1.7%
Sonstiges zu Aktivitäten / Urlaubsangebote	11 1.7%	6 1.8%	5 1.6%	3 2.1%	7 2.6%	1 0.4%	4 2.0%	6 2.3%	1 0.5%
Landschaft / Umgebung / Atmosphäre	200 30.1%	115 33.8%	86 26.3%	47 30.4%	84 29.9%	70 30.2%	67 29.9%	79 29.5%	54 31.4%
Strand am Meer zum Baden	6 0.9%	2 0.6%	4 1.2%	2 1.2%	3 1.0%	1 0.4%	2 0.9%	3 1.0%	1 0.6%
Strand am Meer zum Spazierengehen	5 0.7%	5 1.3%	- -	- -	- -	5 1.9%d	2 1.1%	- -	2 1.2%
saubere / schöne Strände	5 0.8%	4 1.3%	1 0.3%	3 1.8%	2 0.6%	1 0.4%	1 0.4%	2 0.8%	2 1.2%
ein Fischer-Hafen mit Kuttern und Fischerbooten	2 0.2%	2 0.5%	- -	- -	2 0.5%	- -	- -	2 0.6%	- -
ein Hafen mit dicken Pötten	3 0.4%	3 0.8%	- -	2 1.0%	1 0.4%	- -	- -	3 1.0%	- -
schöne Städte / Orte	8 1.1%	5 1.4%	3 0.9%	0 0.2%	4 1.6%	3 1.3%	4 1.6%	2 0.9%	2 1.0%
frische, gesunde Luft	15 2.3%	9 2.6%	7 2.0%	2 1.4%	1 0.3%	12 5.3%d	8 3.6%	5 1.7%	3 1.5%
schöne Natur	16 2.4%	8 2.4%	8 2.3%	2 1.2%	7 2.4%	7 3.0%	8 3.4%	5 1.7%	3 2.0%

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b - c/d/e - f/g/h

Urlaub an der Küste

Frage F2b
Gibt es sonst noch etwas, das für Sie zu einer Reise an die Nord- oder Ostseeküste unbedingt dazu gehört?
Wenn ja: Und was gehört für Sie unbedingt zu einer Reise an die Nord- oder Ostseeküste?

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre Urlaub an der Nord- oder Ostseeküste gemacht haben, oder sich vorstellen können das in Zukunft zu tun (lt. Frage 1)

	TOTAL	Geschlecht		Altersgruppen (Jahre)			Schulbildung		
		Frauen	Männer	-34	35-54	55+	Haupt-schule	weiterführende Schule ohne Abitur	Abitur/ Universität
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)	(g)	(h)
Basis	666 *100.0%*	339 *100.0%*	326 *100.0%*	153 *100.0%*	280 *100.0%*	233 *100.0%*	226 *100.0%*	269 *100.0%*	171 *100.0%*
schönes Wetter / schönes Badewetter / Sonne	86 *12.8%*	54 *15.9%*b	32 *9.7%*	26 *16.7%*	32 *11.3%*	28 *12.2%*	29 *12.9%*	30 *11.1%*	27 *15.6%*
Wind / frischer Wind / steife Brise	26 *3.9%*	14 *4.2%*	12 *3.5%*	- -	14 *5.2%*c	11 *4.9%*c	5 *2.3%*	15 *5.7%*	5 *3.1%*
Strandpromenade	5 *0.8%*	3 *0.7%*	3 *0.8%*	2 *1.4%*	2 *0.7%*	1 *0.5%*	- -	4 *1.4%*	2 *0.9%*
Muscheln	6 *0.8%*	5 *1.4%*	1 *0.3%*	1 *0.5%*	4 *1.4%*	1 *0.4%*	- -	5 *1.9%*	0 *0.2%*
Bernstein	5 *0.7%*	1 *0.2%*	4 *1.2%*	1 *0.5%*	4 *1.4%*	- -	- -	5 *1.7%*	- -
Nordsee / Ebbe und Flut	7 *1.1%*	3 *0.8%*	4 *1.3%*	2 *1.5%*	3 *0.9%*	2 *0.9%*	- -	5 *1.8%*	2 *1.3%*
Meer / Wellen / Wellenrauschen	13 *1.9%*	5 *1.4%*	8 *2.5%*	- -	9 *3.2%*	4 *1.7%*	3 *1.3%*	6 *2.1%*	4 *2.5%*
Deich / Düne	6 *0.9%*	6 *1.9%*b	- -	3 *2.0%*	1 *0.2%*	3 *1.2%*	6 *2.8%*g	- -	- -
Möven / Mövengeschrei	2 *0.3%*	2 *0.5%*	0 *0.1%*	- -	2 *0.6%*	0 *0.1%*	0 *0.1%*	0 *0.2%*	1 *0.7%*
nette / symphatische / interessante Einwohner	9 *1.3%*	2 *0.7%*	6 *1.9%*	3 *2.1%*	3 *1.1%*	2 *1.0%*	2 *1.0%*	3 *1.1%*	3 *1.9%*
Strand / Sand / Strandnähe	4 *0.6%*	3 *0.8%*	2 *0.5%*	- -	3 *1.1%*	1 *0.5%*	1 *0.4%*	0 *0.2%*	3 *1.6%*
Sonstiges zu Landschaft / Umgebung / Atmosphäre	32 *4.8%*	17 *5.0%*	15 *4.6%*	8 *5.1%*	17 *6.1%*	7 *3.0%*	10 *4.6%*	20 *7.3%*h	2 *1.1%*
Erholung/ Gesundheit	55 *8.2%*	31 *9.1%*	24 *7.3%*	7 *4.6%*	30 *10.8%*	17 *7.5%*	17 *7.3%*	24 *9.1%*	14 *8.1%*
Erholung / Entspannung / Abschalten	28 *4.2%*	12 *3.4%*	16 *4.9%*	6 *3.8%*	15 *5.4%*	7 *3.0%*	5 *2.3%*	17 *6.4%*	5 *3.1%*
Ruhe /Einsamkeit	35 *5.3%*	20 *6.0%*	15 *4.5%*	2 *1.4%*	23 *8.1%*c	10 *4.4%*	14 *6.1%*	14 *5.2%*	7 *4.2%*
Freiheit	3 *0.5%*	1 *0.4%*	2 *0.6%*	- -	2 *0.7%*	1 *0.6%*	1 *0.6%*	2 *0.8%*	- -
Sonstiges zu Erholung / Gesundheit	1 *0.2%*	1 *0.4%*	- -	- -	1 *0.5%*	- -	- -	- -	1 *0.8%*
Kulinarisches	57 *8.6%*	31 *9.2%*	26 *7.9%*	12 *7.5%*	26 *9.2%*	20 *8.4%*	18 *7.8%*	26 *9.7%*	13 *7.8%*
die Möglichkeit frischen Fisch zu kaufen	3 *0.5%*	3 *1.0%*	- -	1 *0.5%*	2 *0.8%*	1 *0.2%*	1 *0.5%*	2 *0.7%*	0 *0.3%*
Fischbrötchen	4 *0.5%*	1 *0.4%*	2 *0.7%*	3 *1.9%*d	- -	1 *0.3%*	1 *0.2%*	1 *0.3%*	2 *1.3%*
schöne Fischrestaurants	6 *0.8%*	3 *0.9%*	2 *0.8%*	- -	2 *0.8%*	3 *1.4%*	1 *0.2%*	3 *1.1%*	2 *1.2%*
gute Restaurants / nette Lokale	13 *1.9%*	9 *2.7%*	3 *1.0%*	2 *1.4%*	8 *2.9%*	2 *0.9%*	4 *1.6%*	7 *2.8%*	2 *0.9%*
Fischgerichte / Fisch essen	10 *1.5%*	3 *0.8%*	7 *2.1%*	1 *0.4%*	4 *1.4%*	5 *2.2%*	2 *0.9%*	7 *2.6%*	1 *0.5%*
Krabben	1 *0.2%*	1 *0.3%*	- -	- -	- -	1 *0.5%*	- -	1 *0.4%*	- -
Krabben vom Kutter kaufen / Fisch vom Kutter kaufen	3 *0.5%*	3 *0.9%*	- -	- -	2 *0.7%*	1 *0.5%*	- -	3 *1.1%*	- -
gutes Essen und Trinken	11 *1.6%*	5 *1.5%*	6 *1.8%*	1 *0.5%*	5 *2.0%*	5 *2.0%*	6 *2.4%*	3 *1.0%*	3 *1.6%*
Hafen- und Fischerkneipen	4 *0.6%*	1 *0.4%*	2 *0.7%*	1 *0.8%*	1 *0.2%*	2 *0.8%*	1 *0.4%*	2 *0.7%*	1 *0.8%*
Sonstiges zu Kulinarisches	11 *1.7%*	5 *1.3%*	7 *2.0%*	5 *3.0%*	2 *0.9%*	4 *1.8%*	6 *2.6%*	2 *0.7%*	3 *2.0%*
Sonstiges	51 *7.7%*	27 *7.9%*	24 *7.5%*	17 *11.2%*	19 *6.9%*	15 *6.3%*	18 *8.1%*	21 *8.0%*	11 *6.7%*
mit der Familie / mit Freunden zusammen sein	12 *1.8%*	12 *3.5%*b	- -	5 *3.0%*	6 *2.1%*	1 *0.6%*	4 *1.6%*	8 *3.0%*h	- -

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b - c/d/e - f/g/h

IPSOS GMBH
2009

Repräsentativbefragung von 2.000 Personen ab 14 Jahren in Deutschland
Capibus: C9042/3 Job-Nr.:09022961 Befragungszeitraum 10/09

Urlaub an der Küste

Frage F2b
Gibt es sonst noch etwas, das für Sie zu einer Reise an die Nord- oder Ostseeküste unbedingt dazu gehört?
Wenn ja: Und was gehört für Sie unbedingt zu einer Reise an die Nord- oder Ostseeküste?

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre Urlaub an der Nord- oder Ostseeküste gemacht haben, oder sich vorstellen können das in Zukunft zu tun (lt. Frage 1)

	TOTAL	Geschlecht		Altersgruppen (Jahre)			Schulbildung		
		Frauen	Männer	-34	35-54	55+	Haupt-schule	weiterführende Schule ohne Abitur	Abitur/ Universität
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)	(g)	(h)
Basis	666 *100.0%*	339 *100.0%*	326 *100.0%*	153 *100.0%*	280 *100.0%*	233 *100.0%*	226 *100.0%*	269 *100.0%*	171 *100.0%*
viel Spass	5 *0.7%*	1 *0.3%*	3 *1.0%*	5 *2.9%*de	- *-*	- *-*	1 *0.4%*	1 *0.4%*	2 *1.5%*
nette Leute treffen, kennenlernen / Freundin kennenlernen / Freunde finden	16 *2.4%*	6 *1.6%*	11 *3.3%*	7 *4.7%*d	2 *0.8%*	7 *2.9%*	3 *1.2%*	5 *2.0%*	8 *4.9%*
Hallenbäder / Thermalbäder	5 *0.7%*	3 *0.8%*	2 *0.7%*	1 *0.5%*	3 *1.1%*	1 *0.5%*	2 *0.9%*	3 *1.1%*	- *-*
wetterfeste Kleidung	4 *0.7%*	2 *0.6%*	2 *0.7%*	1 *0.9%*	2 *0.7%*	1 *0.4%*	3 *1.3%*	- *-*	1 *0.8%*
keine weite Anreise / bequeme An- und Abreise	5 *0.8%*	2 *0.5%*	4 *1.1%*	1 *0.5%*	4 *1.3%*	1 *0.4%*	5 *2.3%*g	- *-*	- *-*
günstige Preise allgemein	3 *0.4%*	1 *0.4%*	1 *0.4%*	- *-*	- *-*	3 *1.1%*	1 *0.4%*	2 *0.6%*	- *-*
Sonstiges	6 *0.9%*	3 *0.8%*	3 *1.0%*	2 *1.1%*	3 *0.9%*	2 *0.7%*	- *-*	4 *1.5%*	2 *1.0%*
Nein, nichts weiter	225 *33.8%*	110 *32.4%*	115 *35.4%*	53 *34.6%*	84 *30.2%*	88 *37.7%*	73 *32.1%*	98 *36.6%*	54 *31.7%*
weiß nicht / keine Angabe	36 *5.4%*	19 *5.6%*	17 *5.2%*	7 *4.7%*	18 *6.3%*	11 *4.8%*	16 *6.9%*	11 *4.2%*	9 *5.3%*
Total	916 *137.6%*	488 *143.9%*	428 *131.1%*	216 *141.1%*	397 *142.0%*	303 *130.1%*	306 *135.6%*	386 *143.6%*	224 *131.0%*

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b - c/d/e - f/g/h

Urlaub an der Küste

Frage F2b
Gibt es sonst noch etwas, das für Sie zu einer Reise an die Nord- oder Ostseeküste unbedingt dazu gehört?
Wenn ja: Und was gehört für Sie unbedingt zu einer Reise an die Nord- oder Ostseeküste?

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre Urlaub an der Nord- oder Ostseeküste gemacht haben, oder sich vorstellen können das in Zukunft zu tun (lt. Frage 1)

	TOTAL	Nielsengebiete							
		Nielsen 1	Nielsen 2	Nielsen 3a	Nielsen 3b	Nielsen 4	Nielsen 5	Nielsen 6	Nielsen 7
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)	(g)	(h)
Basis	666 *100.0%*	153 *100.0%*	157 *100.0%*	68**100.0%**	61**100.0%**	67**100.0%**	25**100.0%****	71**100.0%**	63**100.0%**
Urlaub / Aktivitäten / Urlaubsangebote	165 *24.9%*	51 *33.3%*dg	53 *33.7%*dg	16 *23.6%*g	7 *11.6%*	16 *23.9%*g	4 *13.9%*	6 *8.6%*	13 *20.1%*
Spazieren gehen / wandern	13 *1.9%*	6 *3.9%*	2 *1.1%*	- -	1 *1.8%*	3 *4.5%*	- -	- -	1 *1.4%*
Wattwanderung	5 *0.8%*	2 *1.2%*	2 *1.1%*	- -	2 *2.9%*	- -	- -	- -	- -
Schiffsrundfahrten / kleine Schiffsreise / Hafenrundfahrten	28 *4.2%*	9 *5.6%*	8 *4.8%*	1 *1.4%*	1 *1.5%*	6 *9.6%*	- -	1 *1.3%*	3 *4.1%*
gute Radfahrwege/ Wanderwege	9 *1.4%*	2 *1.1%*	5 *3.0%*	1 *2.0%*	1 *1.8%*	- -	1 *2.1%*	- -	- -
Radfahren / Radtouren an der See	10 *1.6%*	1 *0.4%*	8 *5.0%*a	- -	- -	1 *0.8%*	- -	- -	1 *2.1%*
Shoppen / nette Geschäfte zum Shoppen	5 *0.8%*	2 *1.3%*	- -	1 *2.0%*	- -	- -	- -	- -	2 *2.7%*
Ausgehen / Partys feiern	8 *1.2%*	5 *3.5%*	2 *1.2%*	1 *0.9%*	- -	- -	- -	- -	- -
Kulturelle Angebote (Musicel, Konzerte, Museen.)	20 *3.0%*	8 *5.2%*b	1 *0.7%*	3 *4.2%*	0 *0.8%*	3 *4.4%*	3 *11.8%*	- -	2 *2.7%*
Angeln / Angeltouren	8 *1.2%*	3 *1.9%*	4 *2.5%*	- -	- -	- -	- -	1 *1.6%*	- -
(mit den Kindern) Drachen steigen lassen	6 *0.9%*	2 *1.1%*	2 *1.0%*	2 *3.3%*	- -	0 *0.5%*	- -	- -	- -
Freizeitangebote für Kinder (in der Natur)	7 *1.1%*	4 *2.7%*	1 *0.7%*	- -	- -	0 *0.5%*	- -	1 *1.2%*	1 *1.4%*
schöne / gemütliche Unterkunft / Ferienhäuser	27 *4.1%*	10 *6.4%*	13 *8.3%*egh	2 *3.3%*	2 *2.9%*	- -	- -	0 *0.6%*	- -
preiswerte Unterkünfte	6 *0.9%*	4 *2.3%*	- -	1 *1.8%*	- -	1 *0.8%*	- -	- -	1 *0.9%*
Strandkörbe	6 *0.9%*	- -	- -	2 *2.8%*	1 *1.7%*	2 *2.9%*	- -	1 *1.7%*	- -
Sehenswürdigkeiten	8 *1.2%*	2 *1.2%*	1 *0.7%*	1 *1.0%*	- -	1 *1.3%*	- -	- -	3 *5.5%*
Bootsverleih / Segelboot mieten	5 *0.8%*	3 *1.7%*	1 *0.4%*	1 *1.7%*	- -	- -	- -	1 *1.5%*	- -
Fahrradverleih	10 *1.4%*	1 *0.5%*	5 *3.2%*	4 *5.7%*a	- -	- -	- -	- -	- -
Wohnmobil / Campen	6 *1.0%*	2 *1.3%*	1 *0.9%*	1 *1.5%*	- -	- -	- -	1 *1.5%*	1 *1.7%*
Ausflüge / Ausflugsmöglichkeiten	5 *0.7%*	2 *1.6%*	2 *1.3%*	- -	- -	1 *0.9%*	- -	- -	- -
das Land kennenlernen	4 *0.6%*	- -	1 *0.4%*	- -	- -	1 *0.9%*	- -	- -	3 *4.7%*a
Sonstiges zu Aktivitäten / Urlaubsangebote	11 *1.7%*	1 *0.4%*	4 *2.7%*	1 *1.2%*	- -	2 *2.9%*	- -	2 *3.1%*	2 *2.5%*
Landschaft / Umgebung / Atmosphäre	200 *30.1%*	48 *31.3%*d	50 *31.8%*d	17 *25.0%*	8 *13.0%*	29 *42.8%*dg	11 *42.9%*	14 *19.8%*	24 *38.1%*dg
Strand am Meer zum Baden	6 *0.9%*	4 *2.4%*	- -	1 *1.6%*	- -	- -	- -	1 *1.5%*	- -
Strand am Meer zum Spazierengehen	5 *0.7%*	- -	2 *1.6%*	- -	- -	2 *3.0%*	- -	- -	- -
saubere / schöne Strände	5 *0.8%*	- -	1 *0.6%*	1 *1.7%*	- -	- -	0 *1.4%*	2 *2.6%*	1 *1.3%*
ein Fischer-Hafen mit Kuttern und Fischerbooten	2 *0.2%*	- -	2 *1.0%*	- -	- -	- -	- -	- -	- -
ein Hafen mit dicken Pötten	3 *0.4%*	- -	1 *0.7%*	2 *2.2%*	- -	- -	- -	- -	- -
schöne Städte / Orte	8 *1.1%*	2 *1.6%*	4 *2.2%*	0 *0.5%*	- -	1 *2.0%*	- -	- -	- -
frische, gesunde Luft	15 *2.3%*	2 *1.5%*	6 *3.8%*	- -	1 *1.6%*	5 *7.4%*g	- -	- -	1 *1.7%*
schöne Natur	16 *2.4%*	2 *1.3%*	5 *3.0%*	2 *2.9%*	- -	4 *5.5%*	1 *4.8%*	1 *1.9%*	1 *1.1%*

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d/e/f/g/h
* small base; ** very small base (under 30) ineligible for sig testing

Urlaub an der Küste

Frage F2b
Gibt es sonst noch etwas, das für Sie zu einer Reise an die Nord- oder Ostseeküste unbedingt dazu gehört?
Wenn ja: Und was gehört für Sie unbedingt zu einer Reise an die Nord- oder Ostseeküste?

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre Urlaub an der Nord- oder Ostseeküste gemacht haben, oder sich vorstellen können das in Zukunft zu tun (lt. Frage 1)

	TOTAL	Nielsengebiete							
		Nielsen 1	Nielsen 2	Nielsen 3a	Nielsen 3b	Nielsen 4	Nielsen 5	Nielsen 6	Nielsen 7
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)	(g)	(h)
Basis	666 *100.0%*	153 *100.0%*	157 *100.0%*	68**100.0%**	61**100.0%**	67**100.0%**	25**100.0%****	71**100.0%**	63**100.0%**
schönes Wetter / schönes Badewetter / Sonne	86 *12.8%*	19 *12.3%*	23 *14.4%*	7 *10.4%*	5 *7.6%*	4 *6.5%*	7 *28.8%*	5 *6.7%*	16 *25.5%*acdeg
Wind / frischer Wind / steife Brise	26 *3.9%*	9 *5.9%*	7 *4.6%*	5 *6.7%*	- -	4 *6.3%*	- -	1 *1.0%*	- -
Strandpromenade	5 *0.8%*	2 *1.2%*	1 *0.7%*	- -	- -	- -	2 *8.7%*	- -	- -
Muscheln	6 *0.8%*	1 *0.5%*	- -	2 *3.4%*b	- -	1 *1.8%*	- -	1 *1.7%*	- -
Bernstein	5 *0.7%*	1 *0.5%*	- -	- -	- -	4 *5.7%*ab	- -	- -	- -
Nordsee / Ebbe und Flut	7 *1.1%*	1 *0.8%*	3 *2.2%*	- -	- -	- -	2 *9.3%*	- -	- -
Meer / Wellen / Wellenrauschen	13 *1.9%*	4 *2.3%*	6 *4.1%*	- -	1 *1.5%*	2 *2.7%*	- -	0 *0.4%*	- -
Deich / Düne	6 *0.9%*	1 *0.7%*	4 *2.3%*	- -	- -	2 *2.4%*	- -	- -	- -
Möven / Mövengeschrei	2 *0.3%*	- -	1 *0.8%*	- -	- -	0 *0.7%*	- -	0 *0.2%*	- -
nette / symphatische / interessante Einwohner	9 *1.3%*	0 *0.2%*	3 *1.9%*	0 *0.6%*	- -	1 *0.7%*	- -	- -	4 *7.0%*ag
Strand / Sand / Strandnähe	4 *0.6%*	2 *1.6%*	0 *0.3%*	- -	1 *1.5%*	0 *0.5%*	- -	- -	- -
Sonstiges zu Landschaft / Umgebung / Atmosphäre	32 *4.8%*	6 *3.6%*	6 *3.6%*	3 *4.0%*	2 *3.5%*	10 *15.0%*abh	- -	5 *6.8%*	1 *1.5%*
Erholung/ Gesundheit	55 *8.2%*	17 *11.3%*cd	21 *13.5%*cd	- -	- -	5 *7.4%*	3 *13.6%*	5 *6.9%*c	3 *4.8%*
Erholung / Entspannung / Abschalten	28 *4.2%*	12 *7.8%*cd	8 *5.1%*	- -	- -	3 *3.8%*	1 *4.1%*	3 *4.5%*	1 *1.7%*
Ruhe /Einsamkeit	35 *5.3%*	6 *4.2%*	17 *10.9%*cd	- -	- -	5 *6.7%*	2 *9.5%*	3 *3.6%*	2 *3.2%*
Freiheit	3 *0.5%*	2 *1.3%*	1 *0.8%*	- -	- -	- -	- -	- -	- -
Sonstiges zu Erholung / Gesundheit	1 *0.2%*	1 *0.9%*	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -
Kulinarisches	57 *8.6%*	13 *8.7%*	22 *14.0%*dg	6 *9.3%*	2 *3.2%*	8 *11.2%*	- -	2 *3.0%*	4 *5.8%*
die Möglichkeit frischen Fisch zu kaufen	3 *0.5%*	1 *0.3%*	2 *1.6%*	- -	- -	0 *0.7%*	- -	- -	- -
Fischbrötchen	4 *0.5%*	1 *0.4%*	1 *0.4%*	- -	- -	- -	- -	1 *0.9%*	2 *2.7%*
schöne Fischrestaurants	6 *0.8%*	1 *0.8%*	- -	1 *1.7%*	1 *1.5%*	1 *2.0%*	- -	- -	1 *1.4%*
gute Restaurants / nette Lokale	13 *1.9%*	5 *3.4%*	4 *2.7%*	1 *1.2%*	- -	2 *2.8%*	- -	0 *0.6%*	- -
Fischgerichte / Fisch essen	10 *1.5%*	1 *0.3%*	4 *2.7%*	3 *3.7%*	- -	1 *1.0%*	- -	1 *1.3%*	1 *1.4%*
Krabben	1 *0.2%*	- -	- -	- -	- -	1 *1.6%*	- -	- -	- -
Krabben vom Kutter kaufen / Fisch vom Kutter kaufen	3 *0.5%*	0 *0.2%*	2 *1.0%*	1 *1.7%*	- -	- -	- -	- -	- -
gutes Essen und Trinken	11 *1.6%*	2 *1.4%*	5 *3.2%*	2 *2.7%*	1 *1.7%*	1 *1.2%*	- -	- -	- -
Hafen- und Fischerkneipen	4 *0.6%*	1 *0.4%*	3 *2.1%*	- -	- -	- -	- -	- -	- -
Sonstiges zu Kulinarisches	11 *1.7%*	3 *1.8%*	2 *1.1%*	2 *2.3%*	- -	4 *5.3%*	- -	0 *0.4%*	1 *1.8%*
Sonstiges	51 *7.7%*	17 *10.8%*e	18 *11.2%*ce	1 *2.2%*	5 *7.7%*	0 *0.7%*	3 *11.0%*	3 *4.7%*	4 *6.7%*
mit der Familie / mit Freunden zusammen sein	12 *1.8%*	3 *1.7%*	6 *3.6%*	- -	- -	- -	3 *11.0%*	- -	1 *1.1%*

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d/e/f/g/h
* small base; ** very small base (under 30) ineligible for sig testing

Urlaub an der Küste

Frage F2b
Gibt es sonst noch etwas, das für Sie zu einer Reise an die Nord- oder Ostseeküste unbedingt dazu gehört?
Wenn ja: Und was gehört für Sie unbedingt zu einer Reise an die Nord- oder Ostseeküste?

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre Urlaub an der Nord- oder Ostseeküste gemacht haben, oder sich vorstellen können das in Zukunft zu tun (lt. Frage 1)

	TOTAL	Nielsengebiete							
		Nielsen 1	Nielsen 2	Nielsen 3a	Nielsen 3b	Nielsen 4	Nielsen 5	Nielsen 6	Nielsen 7
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)	(g)	(h)
Basis	666 *100.0%*	153 *100.0%*	157 *100.0%*	68**100.0%**	61**100.0%**	67**100.0%**	25**100.0%****	71**100.0%**	63**100.0%**
viel Spass	5 *0.7%*	- -	2 *1.6%*	- -	- -	- -	1 *4.6%*	1 *1.2%*	- -
nette Leute treffen, kennenlernen / Freundin kennenlernen / Freunde finden	16 *2.4%*	5 *3.2%*	6 *3.7%*	- -	1 *1.5%*	0 *0.7%*	- -	2 *3.5%*	2 *2.9%*
Hallenbäder / Thermalbäder	5 *0.7%*	2 *1.3%*	1 *0.5%*	- -	2 *3.6%*	- -	- -	- -	- -
wetterfeste Kleidung	4 *0.7%*	2 *1.0%*	1 *0.9%*	1 *2.2%*	- -	- -	- -	- -	- -
keine weite Anreise / bequeme An- und Abreise	5 *0.8%*	1 *0.8%*	4 *2.5%*	- -	- -	- -	- -	- -	- -
günstige Preise allgemein	3 *0.4%*	2 *1.2%*	1 *0.5%*	- -	- -	- -	- -	- -	- -
Sonstiges	6 *0.9%*	3 *1.7%*	- -	- -	2 *2.6%*	- -	- -	- -	2 *2.7%*
Nein, nichts weiter	225 *33.8%*	40 *26.5%*	33 *20.8%*	29 *42.8%*ab	30 *49.4%*ab	22 *32.1%*	5 *18.5%*	45 *63.8%*abceh	21 *33.8%*
weiß nicht / keine Angabe	36 *5.4%*	6 *3.9%*	4 *2.3%*	4 *5.7%*	13 *21.6%*abcegh	0 *0.6%*	2 *6.3%*	4 *6.1%*	3 *4.7%*
Total	916 *137.6%*	220 *144.3%*	244 *155.0%*	89 *130.9%*	68 *111.0%*	100 *148.9%*	31 *120.9%*	85 *120.8%*	78 *125.0%*

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d/e/f/g/h
* small base; ** very small base (under 30) ineligible for sig testing

Urlaub an der Küste

Frage F2b
Gibt es sonst noch etwas, das für Sie zu einer Reise an die Nord- oder Ostseeküste unbedingt dazu gehört?
Wenn ja: Und was gehört für Sie unbedingt zu einer Reise an die Nord- oder Ostseeküste?

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre Urlaub an der Nord- oder Ostseeküste gemacht haben, oder sich vorstellen können das in Zukunft zu tun (lt. Frage 1)

	Total	Haushaltsnettoeinkommen (EURO)				Berufstätig	
		bis 1.249	1.250-1.749	1.750-2.499	2.500 und mehr	ja	nein
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
Basis	666 *100.0%*	54* *100.0%**	130 *100.0%*	214 *100.0%*	268 *100.0%*	384 *100.0%*	281 *100.0%*
Urlaub / Aktivitäten / Urlaubsangebote	165 *24.9%*	11 *20.0%*	32 *24.9%*	47 *22.2%*	75 *28.0%*	104 *27.1%*	61 *21.8%*
Spazieren gehen / wandern	13 *1.9%*	2 *3.6%*c	2 *1.7%*	1 *0.3%*	8 *3.0%*	7 *1.8%*	6 *2.0%*
Wattwanderung	5 *0.8%*	- -	4 *2.8%*	1 *0.3%*	1 *0.4%*	1 *0.3%*	4 *1.4%*
Schiffsrundfahrten / kleine Schiffsreise / Hafenrundfahrten	28 *4.2%*	2 *4.3%*	3 *1.9%*	10 *4.7%*	13 *4.9%*	21 *5.5%*	7 *2.4%*
gute Radfahrwege/ Wanderwege	9 *1.4%*	3 *5.0%*cd	4 *2.9%*	1 *0.5%*	2 *0.7%*	6 *1.5%*	4 *1.3%*
Radfahren / Radtouren an der See	10 *1.6%*	0 *0.8%*	- -	9 *4.0%*bd	1 *0.5%*	6 *1.6%*	4 *1.5%*
Shoppen / nette Geschäfte zum Shoppen	5 *0.8%*	- -	2 *1.3%*	1 *0.5%*	2 *0.8%*	5 *1.3%*	- -
Ausgehen / Partys feiern	8 *1.2%*	1 *1.0%*	2 *1.5%*	4 *1.9%*	1 *0.5%*	4 *1.1%*	3 *1.2%*
Kulturelle Angebote (Musicel, Konzerte, Museen.)	20 *3.0%*	- -	5 *3.9%*	7 *3.1%*	8 *3.1%*	9 *2.3%*	11 *4.0%*
Angeln / Angeltouren	8 *1.2%*	- -	2 *1.2%*	4 *1.9%*	2 *0.9%*	5 *1.4%*	3 *1.0%*
(mit den Kindern) Drachen steigen lassen	6 *0.9%*	- -	1 *0.8%*	2 *0.7%*	3 *1.2%*	4 *1.1%*	2 *0.6%*
Freizeitangebote für Kinder (in der Natur)	7 *1.1%*	1 *1.6%*	- -	5 *2.3%*	2 *0.6%*	6 *1.7%*	1 *0.3%*
schöne / gemütliche Unterkunft / Ferienhäuser	27 *4.1%*	2 *3.3%*	4 *3.1%*	5 *2.1%*	17 *6.3%*	12 *3.2%*	15 *5.3%*
preiswerte Unterkünfte	6 *0.9%*	- -	1 *0.6%*	3 *1.4%*	2 *0.8%*	5 *1.4%*	1 *0.2%*
Strandkörbe	6 *0.9%*	- -	3 *2.6%*	2 *0.8%*	1 *0.4%*	5 *1.3%*	1 *0.4%*
Sehenswürdigkeiten	8 *1.2%*	1 *2.6%*c	2 *1.4%*	- -	5 *1.8%*	4 *1.0%*	4 *1.6%*
Bootsverleih / Segelboot mieten	5 *0.8%*	1 *1.9%*	2 *1.4%*	1 *0.5%*	2 *0.6%*	3 *0.8%*	2 *0.8%*
Fahrradverleih	10 *1.4%*	- -	- -	2 *1.1%*	7 *2.7%*	9 *2.3%*	1 *0.2%*
Wohnmobil / Campen	6 *1.0%*	1 *1.9%*	1 *0.8%*	1 *0.7%*	3 *1.1%*	4 *1.1%*	2 *0.8%*
Ausflüge / Ausflugsmöglichkeiten	5 *0.7%*	1 *2.5%*	1 *0.5%*	2 *1.0%*	1 *0.3%*	2 *0.6%*	3 *1.0%*
das Land kennenlernen	4 *0.6%*	- -	1 *0.5%*	- -	4 *1.3%*	4 *0.9%*	1 *0.2%*
Sonstiges zu Aktivitäten / Urlaubsangebote	11 *1.7%*	1 *1.9%*	1 *0.9%*	2 *1.1%*	7 *2.5%*	7 *1.9%*	4 *1.4%*
Landschaft / Umgebung / Atmosphäre	200 *30.1%*	20 *37.1%*	43 *33.4%*	60 *28.2%*	77 *28.7%*	115 *30.1%*	85 *30.2%*
Strand am Meer zum Baden	6 *0.9%*	1 *1.9%*	1 *0.8%*	1 *0.4%*	3 *1.0%*	4 *1.0%*	2 *0.7%*
Strand am Meer zum Spazierengehen	5 *0.7%*	- -	2 *1.9%*	- -	2 *0.8%*	2 *0.5%*	2 *0.9%*
saubere / schöne Strände	5 *0.8%*	0 *0.6%*	1 *0.5%*	1 *0.5%*	3 *1.2%*	4 *1.1%*	1 *0.3%*
ein Fischer-Hafen mit Kuttern und Fischerbooten	2 *0.2%*	- -	- -	2 *0.7%*	- -	2 *0.4%*	- -
ein Hafen mit dicken Pötten	3 *0.4%*	- -	1 *0.9%*	- -	2 *0.6%*	2 *0.4%*	1 *0.4%*
schöne Städte / Orte	8 *1.1%*	- -	0 *0.2%*	6 *2.7%*	2 *0.6%*	6 *1.4%*	2 *0.8%*
frische, gesunde Luft	15 *2.3%*	2 *4.3%*	6 *4.7%*	2 *1.0%*	5 *1.8%*	6 *1.6%*	9 *3.3%*
schöne Natur	16 *2.4%*	2 *2.9%*	6 *4.7%*	5 *2.1%*	3 *1.3%*	8 *2.1%*	8 *2.8%*

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d - e/f
* small base

Urlaub an der Küste

Frage F2b
Gibt es sonst noch etwas, das für Sie zu einer Reise an die Nord- oder Ostseeküste unbedingt dazu gehört?
Wenn ja: Und was gehört für Sie unbedingt zu einer Reise an die Nord- oder Ostseeküste?

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre Urlaub an der Nord- oder Ostseeküste gemacht haben, oder sich vorstellen können das in Zukunft zu tun (lt. Frage 1)

	Total	Haushaltsnettoeinkommen (EURO)				Berufstätig	
		bis 1.249	1.250-1.749	1.750-2.499	2.500 und mehr	ja	nein
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
Basis	666 100.0%	54* 100.0%*	130 100.0%	214 100.0%	268 100.0%	384 100.0%	281 100.0%
schönes Wetter / schönes Badewetter / Sonne	86 12.8%	8 15.1%	18 14.1%	25 11.6%	34 12.8%	47 12.3%	38 13.6%
Wind / frischer Wind / steife Brise	26 3.9%	2 3.6%	2 1.7%	8 3.7%	14 5.1%	13 3.5%	13 4.4%
Strandpromenade	5 0.8%	- -	4 3.1%cd	- -	1 0.4%	2 0.5%	3 1.2%
Muscheln	6 0.8%	- -	2 1.6%	1 0.4%	3 1.0%	4 1.1%	1 0.4%
Bernstein	5 0.7%	- -	- -	1 0.4%	4 1.4%	5 1.2%	- -
Nordsee / Ebbe und Flut	7 1.1%	- -	1 1.0%	2 1.1%	3 1.3%	5 1.2%	2 0.8%
Meer / Wellen / Wellenrauschen	13 1.9%	0 0.9%	0 0.4%	3 1.4%	9 3.3%	8 2.1%	5 1.8%
Deich / Düne	6 0.9%	2 3.4%d	3 2.2%d	2 0.8%	- -	4 0.9%	3 1.0%
Möven / Mövengeschrei	2 0.3%	0 0.3%	0 0.3%	- -	1 0.5%	0 0.1%	1 0.5%
nette / symphatische / interessante Einwohner	9 1.3%	0 0.7%	- -	3 1.4%	5 2.0%	6 1.5%	3 1.0%
Strand / Sand / Strandnähe	4 0.6%	- -	1 0.9%	0 0.1%	3 1.0%	3 0.8%	1 0.4%
Sonstiges zu Landschaft / Umgebung / Atmosphäre	32 4.8%	3 5.8%	8 6.3%	10 4.6%	11 4.1%	21 5.6%	11 3.7%
Erholung/ Gesundheit	55 8.2%	4 7.1%	8 6.2%	14 6.3%	29 11.0%	33 8.7%	22 7.7%
Erholung / Entspannung / Abschalten	28 4.2%	1 2.2%	5 4.2%	9 4.4%	12 4.4%	17 4.4%	11 3.8%
Ruhe /Einsamkeit	35 5.3%	3 6.1%	4 2.9%	9 4.0%	19 7.2%	20 5.3%	15 5.2%
Freiheit	3 0.5%	0 0.4%	- -	1 0.6%	2 0.7%	2 0.5%	1 0.5%
Sonstiges zu Erholung / Gesundheit	1 0.2%	- -	- -	- -	1 0.5%	1 0.3%	- -
Kulinarisches	57 8.6%	3 6.4%	16 12.4%	13 5.9%	25 9.2%	36 9.4%	21 7.4%
die Möglichkeit frischen Fisch zu kaufen	3 0.5%	- -	3 2.3%c	- -	0 0.2%	2 0.5%	2 0.6%
Fischbrötchen	4 0.5%	- -	1 1.0%	1 0.3%	2 0.6%	3 0.8%	1 0.2%
schöne Fischrestaurants	6 0.8%	- -	1 0.7%	1 0.2%	4 1.5%	4 1.1%	1 0.4%
gute Restaurants / nette Lokale	13 1.9%	0 0.7%	3 2.2%	1 0.4%	8 3.1%	8 2.1%	4 1.5%
Fischgerichte / Fisch essen	10 1.5%	1 1.3%	- -	3 1.2%	6 2.4%	5 1.4%	4 1.5%
Krabben	1 0.2%	1 2.1%cd	- -	- -	- -	- -	1 0.4%
Krabben vom Kutter kaufen / Fisch vom Kutter kaufen	3 0.5%	- -	2 1.5%	- -	1 0.4%	2 0.4%	2 0.6%
gutes Essen und Trinken	11 1.6%	0 0.6%	4 3.0%	4 1.9%	3 1.0%	5 1.2%	6 2.2%
Hafen- und Fischerkneipen	4 0.6%	1 1.2%	1 1.0%	1 0.4%	1 0.4%	3 0.8%	1 0.3%
Sonstiges zu Kulinarisches	11 1.7%	1 2.5%	3 2.0%	5 2.4%	2 0.7%	8 2.1%	3 1.1%
Sonstiges	51 7.7%	5 8.9%	9 6.5%	17 7.7%	21 7.9%	23 6.0%	28 9.9%
mit der Familie / mit Freunden zusammen sein	12 1.8%	1 1.3%	3 2.0%	1 0.4%	8 2.8%	6 1.5%	6 2.1%

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d - e/f
* small base

Urlaub an der Küste

Frage F2b
Gibt es sonst noch etwas, das für Sie zu einer Reise an die Nord- oder Ostseeküste unbedingt dazu gehört?
Wenn ja: Und was gehört für Sie unbedingt zu einer Reise an die Nord- oder Ostseeküste?

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre Urlaub an der Nord- oder Ostseeküste gemacht haben, oder sich vorstellen können das in Zukunft zu tun (lt. Frage 1)

		Haushaltsnettoeinkommen (EURO)				Berufstätig	
	Total	bis 1.249	1.250- 1.749	1.750- 2.499	2.500 und mehr	ja	nein
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
Basis	666 *100.0%*	54* *100.0%**	130 *100.0%*	214 *100.0%*	268 *100.0%*	384 *100.0%*	281 *100.0%*
viel Spass	5 *0.7%*	1 *1.6%*	1 *0.9%*	- *-*	2 *0.9%*	1 *0.3%*	3 *1.2%*
nette Leute treffen, kennenlernen / Freundin kennenlernen / Freunde finden	16 *2.4%*	3 *6.0%*c	2 *1.8%*	1 *0.7%*	9 *3.5%*	3 *0.7%*	14 *4.8%*e
Hallenbäder / Thermalbäder	5 *0.7%*	- *-*	2 *1.2%*	1 *0.5%*	2 *0.8%*	4 *1.0%*	1 *0.4%*
wetterfeste Kleidung	4 *0.7%*	- *-*	2 *1.2%*	3 *1.3%*	- *-*	3 *0.7%*	2 *0.7%*
keine weite Anreise / bequeme An- und Abreise	5 *0.8%*	- *-*	0 *0.4%*	4 *2.0%*	0 *0.2%*	4 *0.9%*	2 *0.6%*
günstige Preise allgemein	3 *0.4%*	- *-*	- *-*	3 *1.2%*	- *-*	1 *0.3%*	1 *0.5%*
Sonstiges	6 *0.9%*	- *-*	- *-*	4 *1.9%*	2 *0.6%*	4 *1.1%*	2 *0.6%*
Nein, nichts weiter	225 *33.8%*	19 *35.1%*	45 *34.7%*	79 *36.8%*	83 *30.8%*	120 *31.4%*	105 *37.2%*
weiß nicht / keine Angabe	36 *5.4%*	2 *3.9%*	8 *6.5%*	10 *4.7%*	15 *5.7%*	23 *5.9%*	13 *4.7%*
Total	916 *137.6%*	73 *135.0%*	188 *144.5%*	272 *126.9%*	384 *143.4%*	532 *138.6%*	384 *136.4%*

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d - e/f
* small base

Urlaub an der Küste

Frage F2b
Gibt es sonst noch etwas, das für Sie zu einer Reise an die Nord- oder Ostseeküste unbedingt dazu gehört?
Wenn ja: Und was gehört für Sie unbedingt zu einer Reise an die Nord- oder Ostseeküste?

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre Urlaub an der Nord- oder Ostseeküste gemacht haben, oder sich vorstellen können das in Zukunft zu tun (lt. Frage 1)

	TOTAL	Haushalte mit Kindern unter 14 Jahren		Haushaltsgröße			
		ja	nein	1 Person	2 Personen	3 Personen	4 Personen und mehr
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
Basis	666 *100.0%*	153 *100.0%*	513 *100.0%*	104 *100.0%*	268 *100.0%*	118**100.0%**	176**100.0%**
Urlaub / Aktivitäten / Urlaubsangebote	165 *24.9%*	48 *31.7%*	117 *22.8%*	17 *16.5%*	63 *23.3%*	39 *33.1%*c	47 *26.6%*
Spazieren gehen / wandern	13 *1.9%*	2 *1.4%*	11 *2.1%*	1 *1.2%*	4 *1.5%*	3 *2.9%*	4 *2.2%*
Wattwanderung	5 *0.8%*	- *-*	5 *1.0%*	2 *1.9%*	3 *1.3%*	- *-*	- *-*
Schiffsrundfahrten / kleine Schiffsreise / Hafenrundfahrten	28 *4.2%*	14 *9.0%*b	14 *2.7%*	2 *1.7%*	6 *2.1%*	9 *7.4%*d	12 *6.7%*
gute Radfahrwege/ Wanderwege	9 *1.4%*	3 *1.9%*	6 *1.3%*	1 *1.3%*	5 *1.9%*	2 *1.6%*	1 *0.6%*
Radfahren / Radtouren an der See	10 *1.6%*	3 *1.8%*	8 *1.5%*	0 *0.4%*	6 *2.1%*	- *-*	4 *2.4%*
Shoppen / nette Geschäfte zum Shoppen	5 *0.8%*	0 *0.2%*	5 *0.9%*	1 *0.5%*	3 *1.1%*	- *-*	2 *1.0%*
Ausgehen / Partys feiern	8 *1.2%*	- *-*	8 *1.5%*	1 *1.1%*	3 *1.2%*	- *-*	4 *2.1%*
Kulturelle Angebote (Musicel, Konzerte, Museen.)	20 *3.0%*	1 *0.7%*	19 *3.7%*	1 *1.2%*	7 *2.7%*	6 *5.3%*	5 *3.1%*
Angeln / Angeltouren	8 *1.2%*	3 *2.2%*	5 *0.9%*	- *-*	3 *1.2%*	2 *1.3%*	3 *1.9%*
(mit den Kindern) Drachen steigen lassen	6 *0.9%*	4 *2.4%*	2 *0.4%*	- *-*	2 *0.8%*	4 *3.1%*	- *-*
Freizeitangebote für Kinder (in der Natur)	7 *1.1%*	7 *4.8%*b	- *-*	- *-*	- *-*	4 *3.5%*d	3 *1.8%*
schöne / gemütliche Unterkunft / Ferienhäuser	27 *4.1%*	10 *6.3%*	18 *3.4%*	2 *2.0%*	10 *3.7%*	8 *7.0%*	7 *4.0%*
preiswerte Unterkünfte	6 *0.9%*	3 *1.8%*	3 *0.6%*	1 *0.5%*	3 *1.0%*	1 *0.7%*	2 *1.1%*
Strandkörbe	6 *0.9%*	- *-*	6 *1.2%*	1 *0.9%*	2 *0.9%*	3 *2.4%*	- *-*
Sehenswürdigkeiten	8 *1.2%*	6 *4.1%*b	2 *0.3%*	- *-*	2 *0.7%*	1 *1.2%*	5 *2.8%*
Bootsverleih / Segelboot mieten	5 *0.8%*	2 *1.0%*	4 *0.7%*	- *-*	3 *1.0%*	1 *0.5%*	2 *1.2%*
Fahrradverleih	10 *1.4%*	5 *3.6%*b	4 *0.8%*	1 *0.7%*	2 *0.7%*	2 *1.3%*	5 *3.1%*
Wohnmobil / Campen	6 *1.0%*	- *-*	6 *1.3%*	1 *1.4%*	5 *1.9%*	- *-*	- *-*
Ausflüge / Ausflugsmöglichkeiten	5 *0.7%*	- *-*	5 *1.0%*	1 *0.6%*	4 *1.6%*	- *-*	- *-*
das Land kennenlernen	4 *0.6%*	2 *1.3%*	2 *0.4%*	1 *0.6%*	1 *0.6%*	- *-*	2 *1.2%*
Sonstiges zu Aktivitäten / Urlaubsangebote	11 *1.7%*	0 *0.3%*	11 *2.1%*	2 *1.8%*	3 *1.0%*	6 *4.8%*d	1 *0.6%*
Landschaft / Umgebung / Atmosphäre	200 *30.1%*	40 *26.5%*	160 *31.2%*	29 *28.3%*	75 *27.9%*	38 *32.4%*	58 *33.0%*
Strand am Meer zum Baden	6 *0.9%*	2 *1.2%*	4 *0.8%*	- *-*	2 *0.7%*	4 *3.2%*	- *-*
Strand am Meer zum Spazierengehen	5 *0.7%*	- *-*	5 *0.9%*	1 *0.8%*	4 *1.4%*	- *-*	- *-*
saubere / schöne Strände	5 *0.8%*	3 *2.1%*	2 *0.4%*	- *-*	1 *0.4%*	2 *1.9%*	2 *1.0%*
ein Fischer-Hafen mit Kuttern und Fischerbooten	2 *0.2%*	2 *1.0%*	- *-*	- *-*	- *-*	- *-*	2 *0.9%*
ein Hafen mit dicken Pötten	3 *0.4%*	1 *0.7%*	2 *0.3%*	- *-*	- *-*	- *-*	3 *1.5%*
schöne Städte / Orte	8 *1.1%*	1 *0.5%*	7 *1.3%*	2 *1.8%*	3 *1.1%*	1 *0.7%*	2 *1.1%*
frische, gesunde Luft	15 *2.3%*	2 *1.2%*	14 *2.6%*	3 *2.9%*	6 *2.1%*	3 *2.2%*	4 *2.4%*

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b - c/d/e/f
* small base

Urlaub an der Küste

Frage F2b
Gibt es sonst noch etwas, das für Sie zu einer Reise an die Nord- oder Ostseeküste unbedingt dazu gehört?
Wenn ja: Und was gehört für Sie unbedingt zu einer Reise an die Nord- oder Ostseeküste?

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre Urlaub an der Nord- oder Ostseeküste gemacht haben, oder sich vorstellen können das in Zukunft zu tun (lt. Frage 1)

	TOTAL	Haushalte mit Kindern unter 14 Jahren		Haushaltsgröße			
		ja	nein	1 Person	2 Personen	3 Personen	4 Personen und mehr
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
Basis	666 100.0%	153 100.0%	513 100.0%	104 100.0%	268 100.0%	118* 100.0%*	176* 100.0%*
schöne Natur	16 2.4%	2 1.5%	13 2.6%	3 3.3%	7 2.5%	3 2.8%	2 1.4%
schönes Wetter / schönes Badewetter / Sonne	86 12.8%	15 9.8%	71 13.7%	15 14.2%	30 11.4%	18 15.1%	22 12.8%
Wind / frischer Wind / steife Brise	26 3.9%	3 1.7%	23 4.5%	3 2.7%	12 4.3%	3 2.6%	8 4.7%
Strandpromenade	5 0.8%	0 0.2%	5 1.0%	- -	3 1.1%	2 1.9%	- -
Muscheln	6 0.8%	2 1.0%	4 0.8%	- -	2 0.6%	0 0.3%	4 2.0%
Bernstein	5 0.7%	- -	5 0.9%	- -	1 0.3%	- -	4 2.2%
Nordsee / Ebbe und Flut	7 1.1%	- -	7 1.4%	0 0.3%	4 1.6%	1 0.9%	1 0.7%
Meer / Wellen / Wellenrauschen	13 1.9%	5 3.4%	8 1.5%	2 1.8%	3 1.1%	4 3.1%	5 2.6%
Deich / Düne	6 0.9%	1 0.4%	6 1.1%	1 1.0%	3 1.1%	2 1.9%	- -
Möven / Mövengeschrei	2 0.3%	0 0.3%	1 0.3%	0 0.2%	0 0.2%	- -	1 0.7%
nette / symphatische / interessante Einwohner	9 1.3%	1 0.3%	8 1.6%	2 2.1%	3 1.2%	1 0.8%	2 1.2%
Strand / Sand / Strandnähe	4 0.6%	2 1.3%	2 0.4%	1 1.3%	1 0.3%	0 0.3%	2 0.9%
Sonstiges zu Landschaft / Umgebung / Atmosphäre	32 4.8%	11 7.0%	21 4.1%	0 0.3%	9 3.5%	7 5.5%c	16 8.9%c
Erholung/ Gesundheit	55 8.2%	15 9.5%	40 7.9%	4 4.0%	17 6.3%	14 11.7%c	20 11.3%
Erholung / Entspannung / Abschalten	28 4.2%	6 4.1%	22 4.2%	2 1.4%	9 3.5%	6 5.2%	11 6.1%
Ruhe /Einsamkeit	35 5.3%	8 5.4%	27 5.2%	2 2.4%	10 3.6%	8 6.4%	15 8.8%
Freiheit	3 0.5%	2 1.2%	1 0.3%	0 0.2%	1 0.5%	2 1.6%	- -
Sonstiges zu Erholung / Gesundheit	1 0.2%	1 0.9%	- -	- -	- -	- -	1 0.8%
Kulinarisches	57 8.6%	12 7.6%	45 8.8%	8 7.7%	23 8.5%	11 9.2%	16 8.9%
die Möglichkeit frischen Fisch zu kaufen	3 0.5%	2 1.2%	2 0.3%	1 1.2%	0 0.2%	1 0.5%	1 0.6%
Fischbrötchen	4 0.5%	- -	4 0.7%	1 1.2%	1 0.2%	- -	2 1.0%
schöne Fischrestaurants	6 0.8%	- -	6 1.1%	1 0.7%	4 1.5%	1 0.8%	- -
gute Restaurants / nette Lokale	13 1.9%	1 0.8%	11 2.2%	- -	6 2.1%	4 3.1%	3 1.9%
Fischgerichte / Fisch essen	10 1.5%	2 1.5%	7 1.5%	2 2.1%	5 2.0%	- -	2 1.3%
Krabben	1 0.2%	- -	1 0.2%	1 1.1%	- -	- -	- -
Krabben vom Kutter kaufen / Fisch vom Kutter kaufen	3 0.5%	0 0.2%	3 0.5%	- -	2 0.6%	2 1.3%	- -
gutes Essen und Trinken	11 1.6%	3 2.1%	8 1.5%	2 1.7%	4 1.5%	3 2.1%	3 1.5%
Hafen- und Fischerkneipen	4 0.6%	- -	4 0.8%	1 0.8%	3 1.1%	- -	- -
Sonstiges zu Kulinarisches	11 1.7%	3 1.8%	8 1.6%	2 2.1%	3 1.0%	2 1.4%	5 2.6%
Sonstiges	51 7.7%	13 8.4%	38 7.5%	6 5.9%	14 5.2%	11 9.2%	20 11.4%

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b - c/d/e/f
* small base

IPSOS GMBH
2009

Repräsentativbefragung von 2.000 Personen ab 14 Jahren in Deutschland
Capibus: C9042/3 Job-Nr.:09022961 Befragungszeitraum 10/09

Urlaub an der Küste

Frage F2b
Gibt es sonst noch etwas, das für Sie zu einer Reise an die Nord- oder Ostseeküste unbedingt dazu gehört?
Wenn ja: Und was gehört für Sie unbedingt zu einer Reise an die Nord- oder Ostseeküste?

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre Urlaub an der Nord- oder Ostseeküste gemacht haben, oder sich vorstellen können das in Zukunft zu tun (lt. Frage 1)

	TOTAL	Haushalte mit Kindern unter 14 Jahren		Haushaltsgröße			
		ja	nein	1 Person	2 Personen	3 Personen	4 Personen und mehr
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
Basis	666 ***100.0%***	153 ***100.0%***	513 ***100.0%***	104 ***100.0%***	268 ***100.0%***	118* ***100.0%****	176* ***100.0%****
mit der Familie / mit Freunden zusammen sein	12 ***1.8%***	7 ***4.5%***b	5 ***0.9%***	1 ***1.1%***	2 ***0.7%***	4 ***3.0%***	5 ***3.0%***
viel Spass	5 ***0.7%***	1 ***0.5%***	4 ***0.7%***	- -	1 ***0.4%***	- -	3 ***1.9%***
nette Leute treffen, kennenlernen / Freundin kennenlernen / Freunde finden	16 ***2.4%***	- -	16 ***3.2%***	3 ***3.1%***	4 ***1.6%***	5 ***4.0%***	4 ***2.2%***
Hallenbäder / Thermalbäder	5 ***0.7%***	1 ***0.5%***	4 ***0.8%***	- -	2 ***0.7%***	1 ***0.7%***	2 ***1.3%***
wetterfeste Kleidung	4 ***0.7%***	- -	4 ***0.9%***	1 ***0.9%***	2 ***0.9%***	1 ***0.9%***	- -
keine weite Anreise / bequeme An- und Abreise	5 ***0.8%***	4 ***2.8%***b	1 ***0.2%***	1 ***0.9%***	- -	1 ***0.6%***	4 ***2.0%***
günstige Preise allgemein	3 ***0.4%***	- -	3 ***0.5%***	- -	3 ***1.0%***	- -	- -
Sonstiges	6 ***0.9%***	- -	6 ***1.1%***	- -	2 ***0.6%***	- -	4 ***2.4%***
Nein, nichts weiter	225 ***33.8%***	44 ***28.9%***	181 ***35.3%***	42 ***40.1%***f	102 ***38.0%***f	36 ***30.7%***	45 ***25.8%***
weiß nicht / keine Angabe	36 ***5.4%***	9 ***5.8%***	27 ***5.3%***	8 ***7.8%***	15 ***5.5%***	4 ***3.7%***	9 ***4.9%***
Total	916 ***137.6%***	212 ***138.7%***	704 ***137.3%***	123 ***119.0%***	352 ***131.2%***	179 ***152.1%***	262 ***148.9%***

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b - c/d/e/f
* small base

IPSOS GMBH
2009

Repräsentativbefragung von 2.000 Personen ab 14 Jahren in Deutschland
Capibus: C9042/3 Job-Nr.:09022961 Befragungszeitraum 10/09

Urlaub an der Küste

Frage F2b
Gibt es sonst noch etwas, das für Sie zu einer Reise an die Nord- oder Ostseeküste unbedingt dazu gehört?
Wenn ja: Und was gehört für Sie unbedingt zu einer Reise an die Nord- oder Ostseeküste?

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre Urlaub an der Nord- oder Ostseeküste gemacht haben, oder sich vorstellen können das in Zukunft zu tun (lt. Frage 1)

	TOTAL	Life Stages					
		Younger people (14-39)	Families with small kids	Families with older kids	Mid aged people (40-59)	Seniors (single household)	Seniors (companion-ship)
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
Basis	666 100.0%	126* 100.0%*	55* 100.0%*	98* 100.0%*	206 100.0%	50* 100.0%*	131 100.0%
Urlaub / Aktivitäten / Urlaubsangebote	165 24.9%	31 24.4%	21 38.3%de	27 28.0%	48 23.1%	7 14.9%	31 23.8%
Spazieren gehen / wandern	13 1.9%	5 4.1%	0 0.6%	2 1.8%	3 1.7%	1 1.6%	1 0.9%
Wattwanderung	5 0.8%	- -	- -	- -	0 0.1%	2 3.4%ad	3 2.6%
Schiffsrundfahrten / kleine Schiffsreise / Hafenrundfahrten	28 4.2%	2 1.5%	11 20.1%acdef	3 2.8%	8 3.9%	1 1.8%	3 2.5%
gute Radfahrwege/ Wanderwege	9 1.4%	2 1.5%	1 1.8%	2 2.0%	1 0.6%	1 1.6%	2 1.9%
Radfahren / Radtouren an der See	10 1.6%	- -	- -	3 2.9%	3 1.7%	- -	4 3.2%
Shoppen / nette Geschäfte zum Shoppen	5 0.8%	2 1.3%	- -	0 0.3%	3 1.5%	- -	- -
Ausgehen / Partys feiern	8 1.2%	6 5.1%df	- -	- -	1 0.7%	- -	- -
Kulturelle Angebote (Musicel, Konzerte, Museen.)	20 3.0%	9 6.8%c	1 1.2%	0 0.4%	5 2.3%	- -	6 4.4%
Angeln / Angeltouren	8 1.2%	1 0.9%	2 2.8%	2 1.9%	4 1.7%	- -	- -
(mit den Kindern) Drachen steigen lassen	6 0.9%	1 0.5%	0 0.6%	3 3.4%d	- -	- -	2 1.2%
Freizeitangebote für Kinder (in der Natur)	7 1.1%	- -	3 6.2%adf	4 3.9%d	- -	- -	- -
schöne / gemütliche Unterkunft / Ferienhäuser	27 4.1%	4 3.2%	2 4.1%	7 7.5%	6 2.9%	2 4.2%	5 4.2%
preiswerte Unterkünfte	6 0.9%	1 0.7%	1 2.2%	2 1.6%	1 0.3%	1 1.2%	1 0.8%
Strandkörbe	6 0.9%	4 3.0%	- -	- -	1 0.6%	- -	1 0.8%
Sehenswürdigkeiten	8 1.2%	1 0.7%	3 4.6%d	4 3.8%d	- -	- -	1 0.7%
Bootsverleih / Segelboot mieten	5 0.8%	- -	1 1.8%	1 0.6%	2 1.1%	- -	2 1.3%
Fahrradverleih	10 1.4%	- -	3 5.0%af	3 2.8%	3 1.7%	1 1.4%	- -
Wohnmobil / Campen	6 1.0%	1 0.9%	- -	- -	3 1.7%	- -	2 1.5%
Ausflüge / Ausflugsmöglichkeiten	5 0.7%	3 2.3%	- -	- -	- -	1 1.3%	1 1.1%
das Land kennenlernen	4 0.6%	- -	- -	2 2.1%	1 0.7%	1 1.3%	- -
Sonstiges zu Aktivitäten / Urlaubsangebote	11 1.7%	4 3.5%	- -	0 0.4%	6 2.8%	- -	1 0.6%
Landschaft / Umgebung / Atmosphäre	200 30.1%	43 33.7%	17 30.0%	24 24.5%	61 29.8%	18 35.9%	38 29.2%
Strand am Meer zum Baden	6 0.9%	2 1.4%	- -	2 1.9%	2 1.0%	- -	- -
Strand am Meer zum Spazierengehen	5 0.7%	- -	- -	- -	- -	1 1.6%	4 2.8%d
saubere / schöne Strände	5 0.8%	1 1.0%	1 1.8%	2 2.2%	- -	- -	1 0.6%
ein Fischer-Hafen mit Kuttern und Fischerbooten	2 0.2%	- -	2 2.8%d	- -	- -	- -	- -
ein Hafen mit dicken Pötten	3 0.4%	2 1.2%	1 2.1%	- -	- -	- -	- -
schöne Städte / Orte	8 1.1%	0 0.3%	- -	1 0.8%	4 2.1%	1 1.6%	1 1.0%

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d/e/f
* small base

Urlaub an der Küste

Frage F2b
Gibt es sonst noch etwas, das für Sie zu einer Reise an die Nord- oder Ostseeküste unbedingt dazu gehört?
Wenn ja: Und was gehört für Sie unbedingt zu einer Reise an die Nord- oder Ostseeküste?

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre Urlaub an der Nord- oder Ostseeküste gemacht haben, oder sich vorstellen können das in Zukunft zu tun (lt. Frage 1)

	TOTAL	Life Stages					
		Younger people (14-39)	Families with small kids	Families with older kids	Mid aged people (40-59)	Seniors (single household)	Seniors (companion-ship)
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
Basis	666 100.0%	126* 100.0%*	55* 100.0%*	98* 100.0%*	206 100.0%	50* 100.0%*	131 100.0%
frische, gesunde Luft	15 2.3%	0 0.3%	2 2.8%	0 0.3%	4 1.8%	2 4.8%a	7 5.5%a
schöne Natur	16 2.4%	2 1.9%	1 0.9%	2 1.8%	4 2.1%	2 3.7%	5 3.7%
schönes Wetter / schönes Badewetter / Sonne	86 12.8%	22 17.4%	7 12.5%	8 8.3%	28 13.6%	8 15.7%	13 9.8%
Wind / frischer Wind / steife Brise	26 3.9%	1 0.5%	0 0.7%	2 2.3%	12 5.6%a	3 5.1%a	8 6.4%a
Strandpromenade	5 0.8%	4 3.0%d	- -	0 0.3%	- -	- -	1 0.9%
Muscheln	6 0.8%	1 0.6%	0 0.6%	1 1.2%	3 1.6%	- -	- -
Bernstein	5 0.7%	1 0.6%	- -	- -	4 1.9%	- -	- -
Nordsee / Ebbe und Flut	7 1.1%	2 1.9%	- -	- -	3 1.3%	- -	2 1.6%
Meer / Wellen / Wellenrauschen	13 1.9%	- -	1 2.7%	4 3.7%	7 3.2%	- -	1 0.9%
Deich / Düne	6 0.9%	3 2.4%	- -	1 0.6%	- -	- -	3 2.1%
Möven / Mövengeschrei	2 0.3%	- -	- -	0 0.5%	1 0.6%	0 0.3%	- -
nette / symphatische / interessante Einwohner	9 1.3%	3 2.1%	1 0.9%	- -	3 1.5%	1 2.4%	1 0.9%
Strand / Sand / Strandnähe	4 0.6%	- -	0 0.6%	2 1.6%	2 0.8%	- -	1 0.5%
Sonstiges zu Landschaft / Umgebung / Atmosphäre	32 4.8%	5 4.3%	6 10.5%f	5 5.0%	10 5.1%	2 3.8%	4 2.7%
Erholung/ Gesundheit	55 8.2%	7 5.8%	7 11.9%	8 8.2%	20 9.7%	2 3.8%	11 8.4%
Erholung / Entspannung / Abschalten	28 4.2%	6 4.7%	3 4.9%	3 3.6%	11 5.2%	1 1.1%	4 3.3%
Ruhe /Einsamkeit	35 5.3%	3 2.5%	6 10.6%a	2 2.5%	16 7.5%	1 2.7%	7 5.2%
Freiheit	3 0.5%	- -	- -	2 1.9%	0 0.1%	- -	1 1.0%
Sonstiges zu Erholung / Gesundheit	1 0.2%	- -	- -	1 1.4%	- -	- -	- -
Kulinarisches	57 8.6%	12 9.3%	5 8.2%	7 7.3%	22 10.6%	3 6.6%	8 6.5%
die Möglichkeit frischen Fisch zu kaufen	3 0.5%	1 0.6%	1 2.1%	1 0.6%	0 0.2%	- -	1 0.4%
Fischbrötchen	4 0.5%	3 2.3%	- -	- -	- -	- -	1 0.5%
schöne Fischrestaurants	6 0.8%	- -	- -	- -	5 2.4%	1 1.4%	- -
gute Restaurants / nette Lokale	13 1.9%	4 3.5%	1 1.6%	0 0.4%	6 2.9%	- -	1 0.6%
Fischgerichte / Fisch essen	10 1.5%	1 0.5%	- -	2 2.3%	4 1.8%	1 1.4%	3 1.9%
Krabben	1 0.2%	- -	- -	- -	- -	1 2.2%d	- -
Krabben vom Kutter kaufen / Fisch vom Kutter kaufen	3 0.5%	- -	- -	0 0.3%	3 1.3%	- -	- -
gutes Essen und Trinken	11 1.6%	1 0.6%	3 4.5%	1 0.7%	3 1.4%	- -	4 3.1%
Hafen- und Fischerkneipen	4 0.6%	1 1.0%	- -	- -	2 0.9%	1 1.6%	- -
Sonstiges zu Kulinarisches	11 1.7%	2 1.9%	- -	3 2.9%	3 1.5%	1 2.2%	2 1.3%

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d/e/f
* small base

Urlaub an der Küste

Frage F2b
Gibt es sonst noch etwas, das für Sie zu einer Reise an die Nord- oder Ostseeküste unbedingt dazu gehört?
Wenn ja: Und was gehört für Sie unbedingt zu einer Reise an die Nord- oder Ostseeküste?

Zielgruppe: Befragte, die innerhalb der letzten 3 Jahre Urlaub an der Nord- oder Ostseeküste gemacht haben, oder sich vorstellen können das in Zukunft zu tun (lt. Frage 1)

	TOTAL	Life Stages					
		Younger people (14-39)	Families with small kids	Families with older kids	Mid aged people (40-59)	Seniors (single household)	Seniors (companion-ship)
		(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
Basis	666 *100.0%*	126* *100.0%**	55* *100.0%**	98* *100.0%**	206 *100.0%*	50* *100.0%**	131 *100.0%*
Sonstiges	51 *7.7%*	12 *9.5%*	3 *5.9%*	10 *9.9%*	14 *6.6%*	4 *8.9%*	8 *6.4%*
mit der Familie / mit Freunden zusammen sein	12 *1.8%*	1 *0.9%*	2 *3.1%*	5 *5.4%*f	3 *1.4%*	1 *1.4%*	- -
viel Spass	5 *0.7%*	4 *2.9%*d	1 *1.5%*	- -	- -	- -	- -
nette Leute treffen, kennenlernen / Freundin kennenlernen / Freunde finden	16 *2.4%*	8 *6.1%*cd	- -	- -	2 *1.2%*	2 *3.6%*	4 *3.3%*
Hallenbäder / Thermalbäder	5 *0.7%*	- -	- -	1 *0.8%*	3 *1.4%*	- -	1 *0.9%*
wetterfeste Kleidung	4 *0.7%*	1 *1.1%*	- -	- -	2 *1.0%*	1 *1.9%*	- -
keine weite Anreise / bequeme An- und Abreise	5 *0.8%*	- -	1 *1.2%*	4 *3.7%*d	- -	1 *1.9%*	- -
günstige Preise allgemein	3 *0.4%*	- -	- -	- -	1 *0.6%*	- -	1 *1.0%*
Sonstiges	6 *0.9%*	2 *1.3%*	- -	- -	3 *1.2%*	- -	2 *1.2%*
Nein, nichts weiter	225 *33.8%*	45 *35.7%*	16 *28.4%*	29 *29.2%*	70 *33.8%*	18 *35.4%*	49 *37.2%*
weiß nicht / keine Angabe	36 *5.4%*	5 *3.7%*	1 *1.7%*	8 *8.1%*	13 *6.5%*	2 *4.0%*	7 *5.4%*
Total	916 *137.6%*	182 *144.5%*	83 *149.4%*	129 *132.6%*	289 *140.4%*	58 *117.8%*	174 *133.0%*

Proportions/Means: Columns Tested (5% risk level) - a/b/c/d/e/f
* small base

9 Gesprächspartner in den Referenzorten

Dangast:

- Frau Funke, Kurverwaltung
- Herr Schröder, Krabbenfischer, Varel

Jemgum:

- Herr Tempel, Bürgermeister
- Hr. Handwerker, Geschäftsführer, Verkehrsverein Ems-Dollart e.V./Gemeinde Jemgum

Flecken Neuhaus (Oste):

- Frau Wenzel, 1. Vorsitzende, Tourismusverein Neuhaus (Oste)
- Frau Schroeder, Ortsheimatpflegerin, Schriftführerin Tourismusverein Neuhaus (Oste)
- Herr Johnen, Fachbereich Bürgerdienste, Samtgemeinde Am Dobrock
- Hr. Zeeck, Hamenfischer, Gewersdorf

Gemeinde Moormerland:

- Herr Fischer: Tourist-Information, Gemeinde Moormerland
- Herr Kramer: Leiter des Fachbereichs Bauen, Planen, Wirtschaft und Tourismus, Gemeinde Moormerland

Stadt Tönning:

Herr Kreß, Tourist- und Freizeitbetriebe Tönning, Tourismusdirektor

10 Literatur

Brüning, Kurt (1954): Neues Archiv für Niedersachsen; Landeskunde, Statistik, Landesplanung, Band 7; Niedersächsisches Amt für Landesplanung und Statistik; Walter Dorn Verlag; Bremen-Horn

COFAD GmbH (März 2004): Die Küstenfischerei in Niedersachsen – Stand und Perspektiven; Tutzing

DEUKO Gesellschaft zur Förderung der Küstenfischerei mbH (o.J.): Die Deutsche Krabbenwirtschaft 1933-1957: 25 Jahre DEUKO

Egidius, Hans (2000): Nordseebad Dangast: Geschichte, Entwicklung, Gegenwart; Centrum Cartographie Verlag; Varel

Euhausen, Klaus (o.J. a): Oldersum, Gemeinde Moormerland, Landkreis Leer; in: Ostfriesische Landschaft, Historische Ortsdatenbank Ostfriesland, http://www.ostfriesischelandschaft.de/ortschronisten/Ortsartikel/HOO_Oldersum_Euhausen-1_SB_N_A_P.pdf

Euhausen, Klaus (o.J. b): Oldersum im 20. Jahrhundert. http://euhausen.piranho.de/oldersum20.htm

Gemeinde Jemgum, Verkehrsbüro; Verkehrsverein Ems-Dollart e.V.: Ferien im Erholungsgebiet zwischen Ems und Dollart am „Endje van der Welt“; Jemgum

Harrer, B. & Scherr, S.: Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland. München, 2002

Kurverwaltung Nordseebad Dangast (Hrsg.): 200 Jahre Dangast; Centrum Cartographie Verlag; Varel

Kurverwaltung Nordseebad Dangast (Hrsg.): Gastgeberverzeichnis 2009, Nordseebad Dangast, Varel-Stadt zwischen Wald und Meer

Kurverwaltung Nordseebad Dangast: KüstenKunst und MeerMalerei, Dangaster Kunstpfad (Infobroschüre)

Landkreis Cuxhaven, Agentur für Wirtschaftsförderung Cuxhaven (Hrsg.): Tourismuskonzept 2007–2013

Luft, Hartmut (2008): Touristisches Entwicklungskonzept für die Gemeinde Moormerland – gutachterliche Bewertung.

Maschke, Joachim: Tagesreisen der Deutschen. München, 2005

Nolte, Willy (1976): Die Küstenfischerei in Niedersachsen; Forschungen zur niedersächsischen Landeskunde, Band 105; Veröffentlichungen des Niedersächsischen Instituts für Landeskunde und Landesentwicklung an der Universität Göttingen, zugleich Schriften der Wirtschaftswissenschaftlichen Gesellschaft zum Studium Niedersachsens e. V.; Kommissionsverlag Göttinger Tageblatt GmbH & Co.; Göttingen – Hannover

Ostfriesland Tourismus GmbH (2008-2009): Ostfriesland, Der Reiseführer; Leer

Rheider Deichacht und Sielacht Rheiderland (Hrsg.) (1988): Ditzum / Ems, Ein Sielhafen im Wandel, Festschrift zur Übergabe der Hochwasserschutzanlagen und der Dorferneuerung, 9. September 1988; Druckerei und Verlag H. Risius KG, Weener

Samtgemeinde Am Dobrock (Mai 2008): Tourismuskonzept der Samtgemeinde Am Dobrock; Cadenberge

Samtgemeinde Am Dobrock (2007): Informationen für Gäste, Bürgerinnen und Bürger, Cadenberge

Sarrazin, Jenny (1987): Küstenfischerei in Ostfriesland 1890–1920; Hrsg. Ostfriesische Landschaft in Verbindung mit dem Niedersächsischen Staatsarchiv in Aurich; Verlag Ostfriesische Landschaft; Aurich

Schübeler, Horst (2005): Fischerei in Schleswig-Holstein, Bilddokumente zur Geschichte der Fischerei; Husum Druck- und Verlagsgesellschaft mbH u. Co. Kg; Husum

Stadt Tönning (Hrsg.) (1990): Tönning im Wandel der Zeiten, Bürger schreiben über ihre Stadt; Husum Druck- und Verlagsgesellschaft, Husum

Stadt Tönning (2009): Urlaubsmagazin 2010, http://www.toenning.de/fileadmin/pdf/77139_toennin_co_Gesamt.pdf

Stadt Varel: Dorferneuerung im Nordseebad Dangast (verschiedene Unterlagen); http://www.varel.de/dorferneuerung.php

Tapken, Lena (1999): Rund ums alte Kurhaus in Dangast; Bremen

Touristik GmbH Südliches Ostfriesland, Tourist-Information Moormerland: Moormerland an Ostfrieslands Emsmündung, Urlaubsmagazin Ferien in Ostfriesland

Touristik GmbH Südliches Ostfriesland, Tourist-Information Moormerland: Moormerland an Ostfrieslands Emsmündung: Urlaubsmagazin

Touristik GmbH Südliches Ostfriesland (2009): Rheiderland, Land unter weitem Himmel

Verein für Handel, Handwerk und Gewerbe: Tönning, Urlaubsmagazin 2009

Verkehrsverein Ems-Dollart e.V. (2008): Tätigkeitsbericht 2008, Jemgum-Ditzum