

The background features a dark blue field on the left, transitioning into a large white circle on the right. Within the white circle, there are several concentric circles in various shades of blue, creating a spiral effect. On the far left, there are vertical bars in dark blue, red, and orange.

# Fortschreibung Erholungsortentwicklungskonzeption Angermünde

Auswertung der Gästebefragung

# Fragebogen Gästebefragung – vor Ort und digital

Befragungsort:



Datum:

Gästebefragung Angermünde 2023

## Inspiration, Information und Buchung

### 1.1 Wie sind Sie auf Angermünde aufmerksam geworden? (Mehrfachauswahl möglich)

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Online-Medien und Websites<br>(weiter mit Frage 1.2.) | <input type="checkbox"/> TV-Sendung  |
| <input type="checkbox"/> Soziale Netzwerke                                     | <input type="checkbox"/> Messe / Veranstaltungen                                     |
| <input type="checkbox"/> Zeitung / Zeitschrift                                 | <input type="checkbox"/> Reiseveranstalter / Busunternehmen                          |
| <input type="checkbox"/> Radio   | <input type="checkbox"/> Hinweis / Empfehlung von Freund*innen / Bekannten / Familie |
|  | <input type="checkbox"/> Andere, bitte nennen: _____                                 |

### 1.2 Wie sind Sie im Internet auf Angermünde aufmerksam geworden? (Mehrfachauswahl möglich)

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Suchmaschine (z.B. Google, Bing, Yahoo)                   | <input type="checkbox"/> Website vom Land Brandenburg (www.reiseland-brandenburg.de)         |
| <input type="checkbox"/> Social Media (z.B. Facebook, Instagram, Youtube, twitter) | <input type="checkbox"/> Website vom Tourismusverband Uckermark (www.tourismus-uckermark.de) |
| <input type="checkbox"/> Freizeit- / Reise-Blogs                                   | <input type="checkbox"/> Andere, bitte nennen: _____   |
| <input type="checkbox"/> Website Angermünde (www.angermuende-tourismus.de)         |  |

## Mobilität (An- und Abreise sowie vor Ort)

### 2.1 Wie sind Sie hauptsächlich nach Angermünde angereist?

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Eigener PKW                        | <input type="checkbox"/> Öffentlicher Personennahverkehr (Bahn oder Bus) |
| <input type="checkbox"/> Elektroauto                        | <input type="checkbox"/> Reisebus  |
| <input type="checkbox"/> Carsharing (z.B. Drivenow, Car2Go) | <input type="checkbox"/> Fahrrad / E-Bike                                |
| <input type="checkbox"/> PKW mit Wohnwagen / Wohnmobil      | <input type="checkbox"/> Sonstiges: _____                                |

## Aufenthalt

### 3.1 Wie oft waren Sie in den letzten 5 Jahren Gast in Angermünde?

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Dies ist mein erster Aufenthalt            | <input type="checkbox"/> Ich war vorher schon 2 bis 5 Mal in Angermünde    |
| <input type="checkbox"/> Ich war vorher schon ein Mal in Angermünde | <input type="checkbox"/> Ich war vorher schon mehr als 5 Mal in Angermünde |

### 3.2 Was ist der Anlass für Ihren aktuellen Aufenthalt in Angermünde?

- |  |   |
|--|---|
| Ich übernachte in Angermünde:                                      | Ich mache einen Tagesausflug:                     |
| <input type="checkbox"/> Urlaub                                    | <input type="checkbox"/> Privat/Freizeit/Erholung |
| <input type="checkbox"/> Besuch von Freund*innen/Bekanntem/Familie | <input type="checkbox"/> Geschäftlich             |
| <input type="checkbox"/> Geschäftlich                              | Weiter zu Punkt 3.5                               |
| <input type="checkbox"/> Sonstiges: _____                          |   |
| Anzahl der Nächte: ____  |   |

### 3.3 Welche Unterkunftsart nehmen Sie derzeit in Anspruch?

- |  |  |   |
|--|--|---|
| <input type="checkbox"/> Hotel                       | <input type="checkbox"/> Ferienwohnung | <input type="checkbox"/> Pension/Gasthof                              |
| <input type="checkbox"/> Hotel Garni (nur Frühstück) | <input type="checkbox"/> Airbnb        | <input type="checkbox"/> Gemeinschaftsunterkunft mit Mehrbett-Zimmern |
| <input type="checkbox"/> Wohnmobilstellplatz         | <input type="checkbox"/> Camping       | <input type="checkbox"/> Andere: _____                                |



Ihre Meinung zum Tourismus in Angermünde ist uns wichtig!

Liebe Gäste,

die Stadt Angermünde erarbeitet derzeit ein städtisches Tourismuskonzept, im Rahmen dessen zielgerichtete Maßnahmen und Empfehlungen für die touristische Weiterentwicklung der Stadt erarbeitet werden sollen.

**Auch Ihre Meinung zum Tourismus in Angermünde ist uns wichtig.**

Die Beantwortung der Fragen wird max. 7 Minuten in Anspruch nehmen.



HIER TEILNEHMEN

Vielen Dank, dass Sie uns bei der Weiterentwicklung des Tourismus in Angermünde unterstützen

## Erhebungszeitpunkt vor Ort:

- 21.02.23 und 29.07.23

## Befragungsorte:

- Innenstadt, an der Blumberger Mühle, der Mündeseepromenade und am Stolper Turm

## Anzahl Befragte:

- 28 Personen

## Online-Befragung:

- Teilnahme über QR-Code
- Laufzeit: 7.8. bis Anfang Oktober

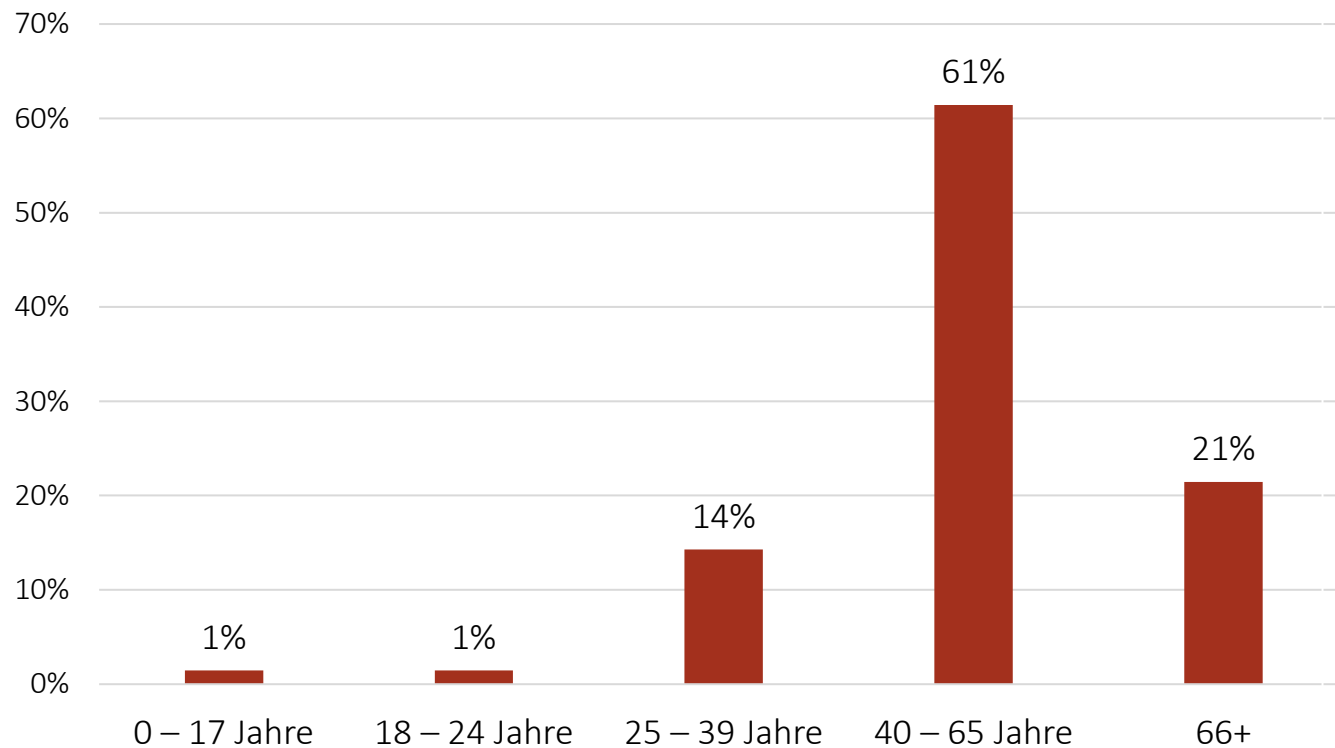
## Anzahl Befragte:

- 145 Personen

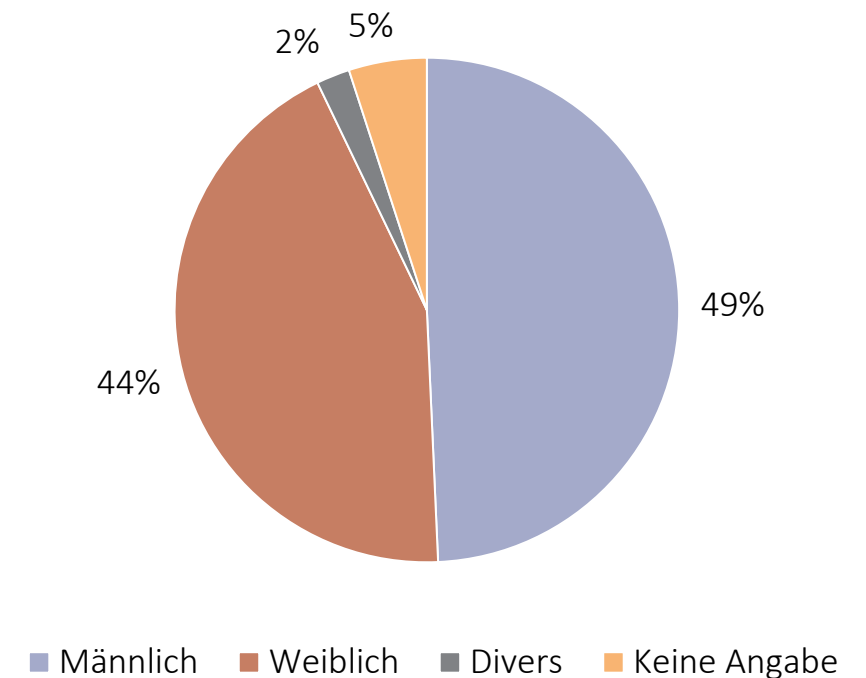
# Gästekbefragung – Sozio-Demografie (1)

Die Befragten sind überwiegend zwischen 40 und 65 Jahre alt. Das Verhältnis zwischen Männern und Frauen ist annähernd ausgeglichen.

Welcher Altersgruppe gehören Sie an?



Welchem Geschlecht fühlen Sie sich zugehörig?

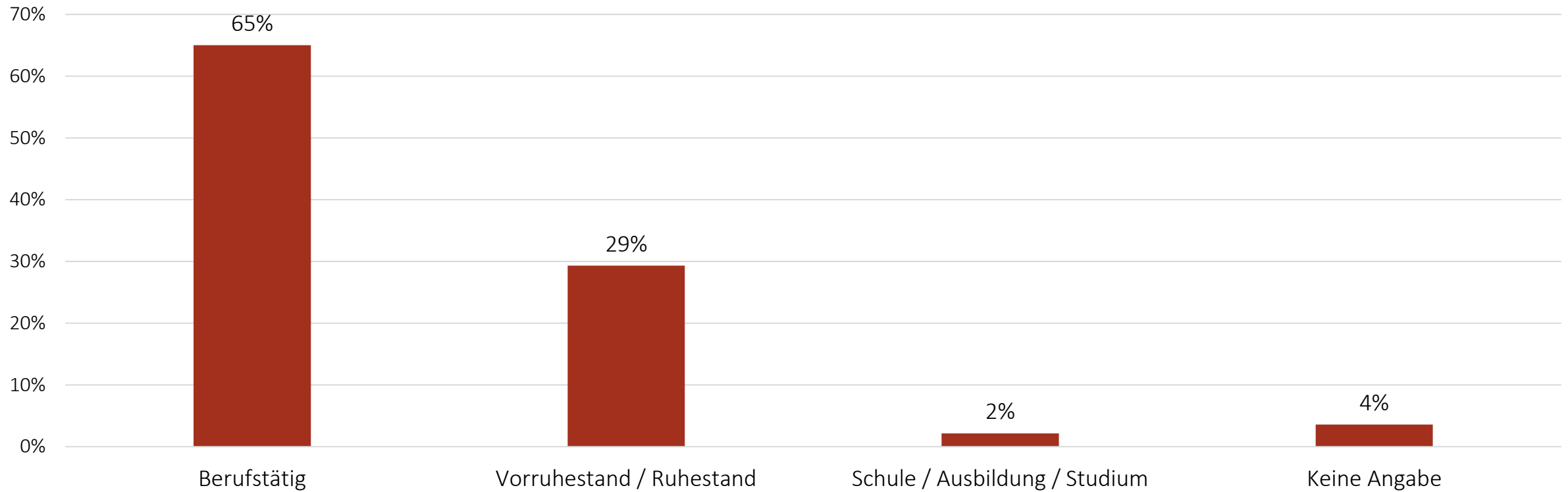


n = 140

# Gästekbefragung – Sozio-Demografie (2)

Über die Hälfte der Befragten (65 %) sind noch berufstätig.

In welcher Lebensphase befinden Sie sich?

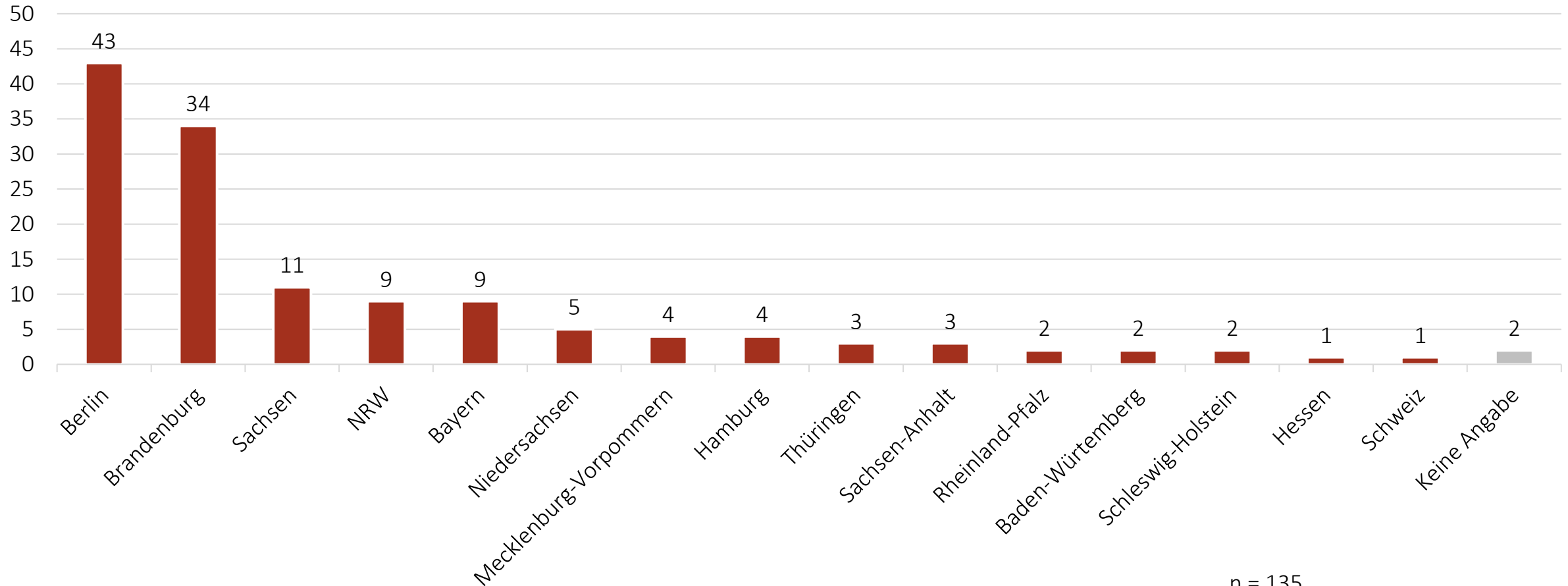


n = 140

# Gästekbefragung – Sozio-Demografie (3)

Die meisten der Befragten haben ihren derzeitigen Wohnsitz in Berlin oder Brandenburg.

Wo leben Sie derzeit?

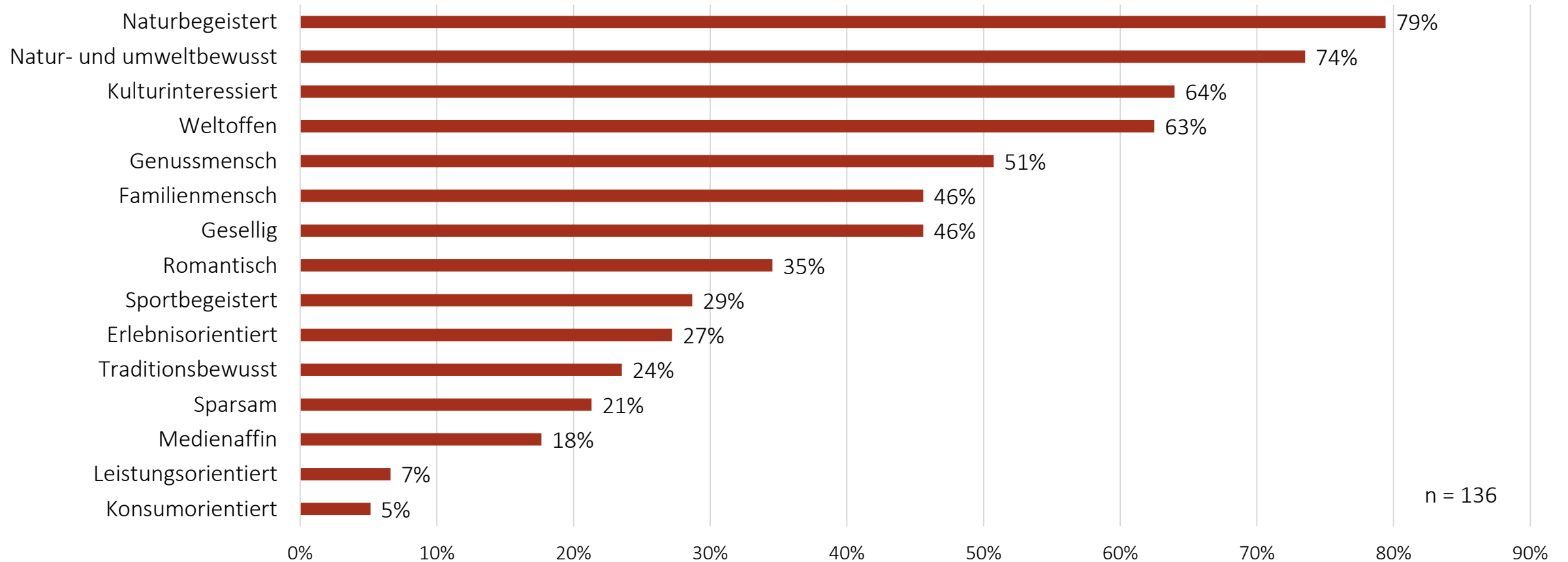


n = 135

# Gästekbefragung – Sozio-Demografie (4)

Die Befragten beschreiben sich selbst überwiegend als Naturbegeistert und – bewusst sowie kulturinteressiert und weltoffen.

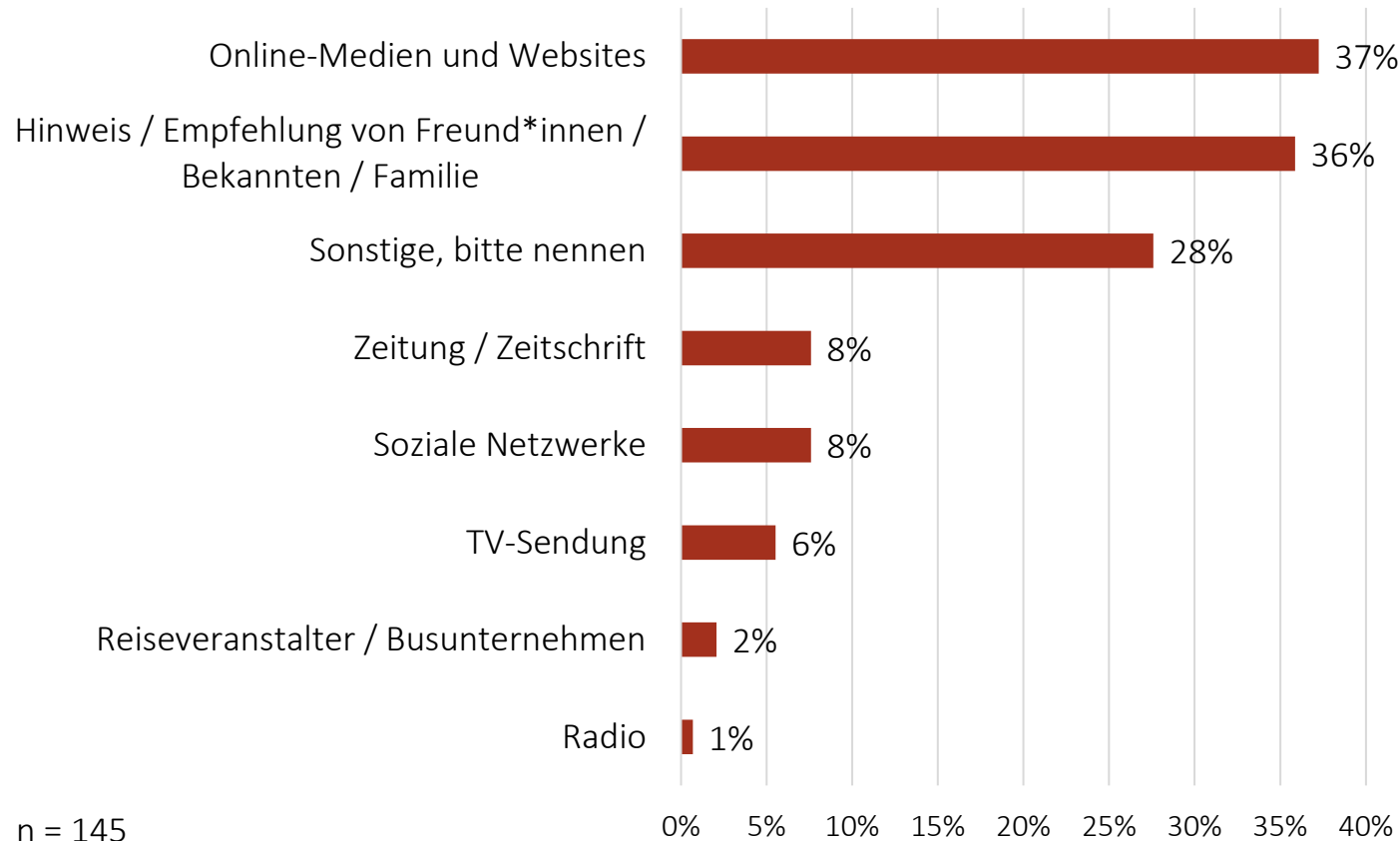
Welche der folgenden Begriffe treffen auf Sie zu?



# Gästekbefragung – Aufmerksamkeit

*Je über ein Drittel der befragten Gäste sind entweder über das Internet oder persönliche Empfehlungen auf Angermünde aufmerksam geworden.*

Wie sind Sie auf Angermünde aufmerksam geworden?



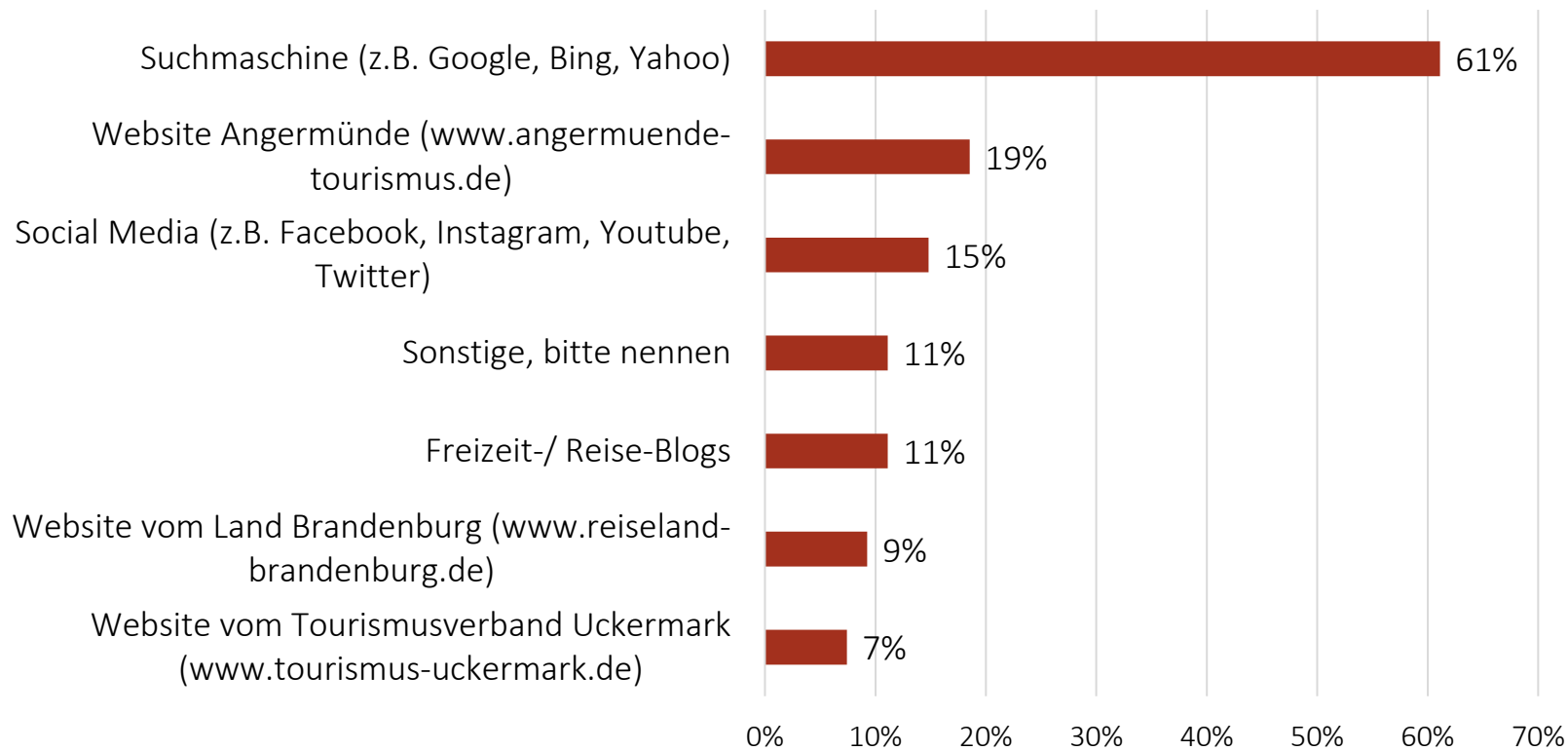
• Sonstige:

- Tourismusinformation
- Durchreise
- Auf Radweg gelegen
- Wohnort in der Nähe
- Oder-Neiße-Radweg
- Schild an der Autobahn
- Familie besuchen
- Besucherzentrum Criewen
- Touristinfo Warnitz
- Gewinnspiel Lotto Brandenburg

# Gästekbefragung – Aufmerksamkeit (Internet)

Die Mehrheit (61 %) der Teilnehmenden, die im Internet auf Angermünde gestoßen ist, ist über die Suchmaschine auf den Ort aufmerksam geworden.

Wie sind Sie im Internet auf Angermünde aufmerksam geworden?



• Sonstige:

- Radweg - Berlin - Usedom
- booking.com
- bett&bike Homepage
- Gewinnspiel- Lotto Brandenburg
- Lieblingsquartiere.de

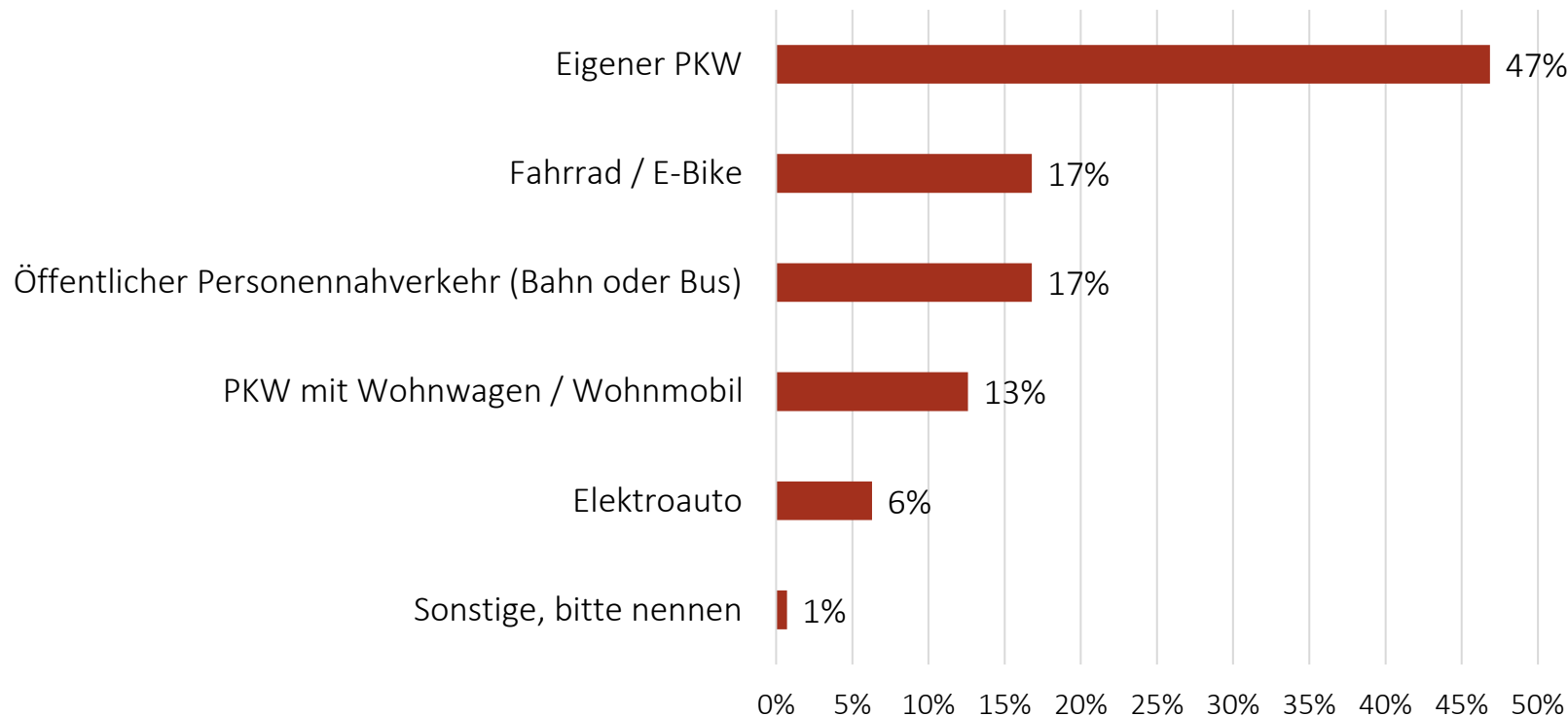
n = 54



# Gästekbefragung – Anreise

*Knapp die Hälfte der Befragten ist mit dem eigenen PKW nach Angermünde angereist.*

Wie sind Sie hauptsächlich nach Angermünde angereist?

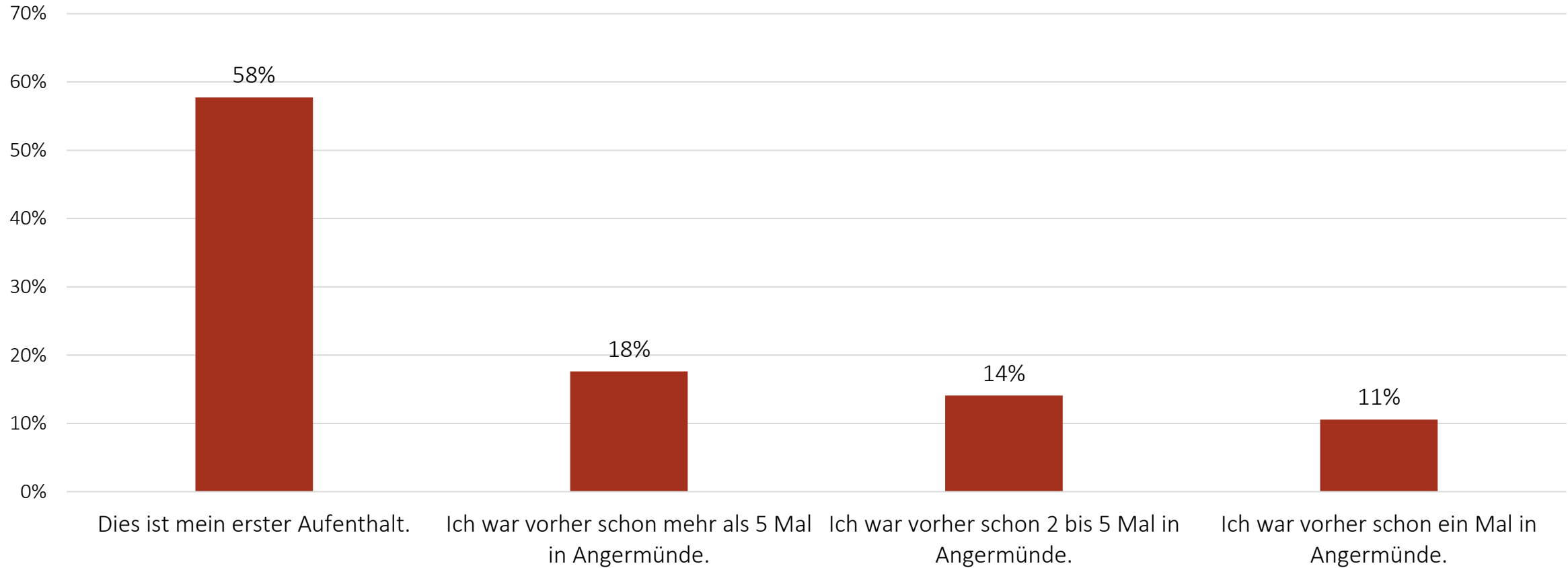


n = 143

# Gästekbefragung – Bisherige Besuche

*Über die Hälfte der Befragten sind das erste Mal in Angermünde zu Gast.*

Wie oft waren Sie in den letzten 5 Jahren Gast in Angermünde?

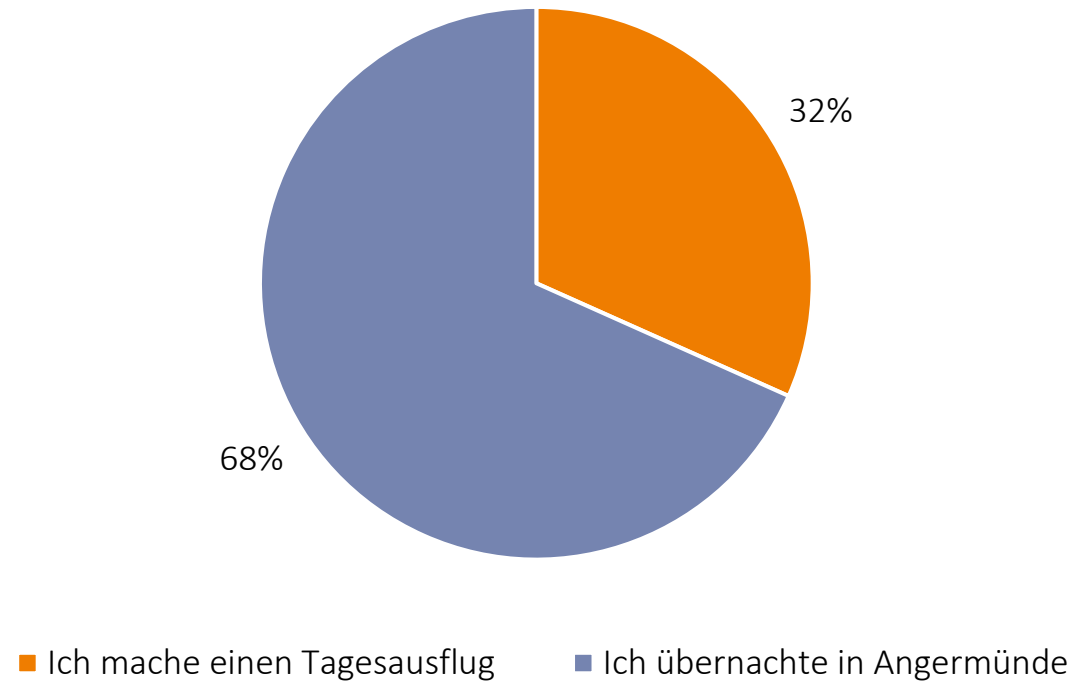


n = 142

# Gästekbefragung – Individuelles Reise- und Buchungsverhalten (5)

*Die Mehrheit (68 %) der Gäste in Angermünde bleibt über Nacht.*

Was ist der Anlass für Ihren aktuellen Aufenthalt in Angermünde?

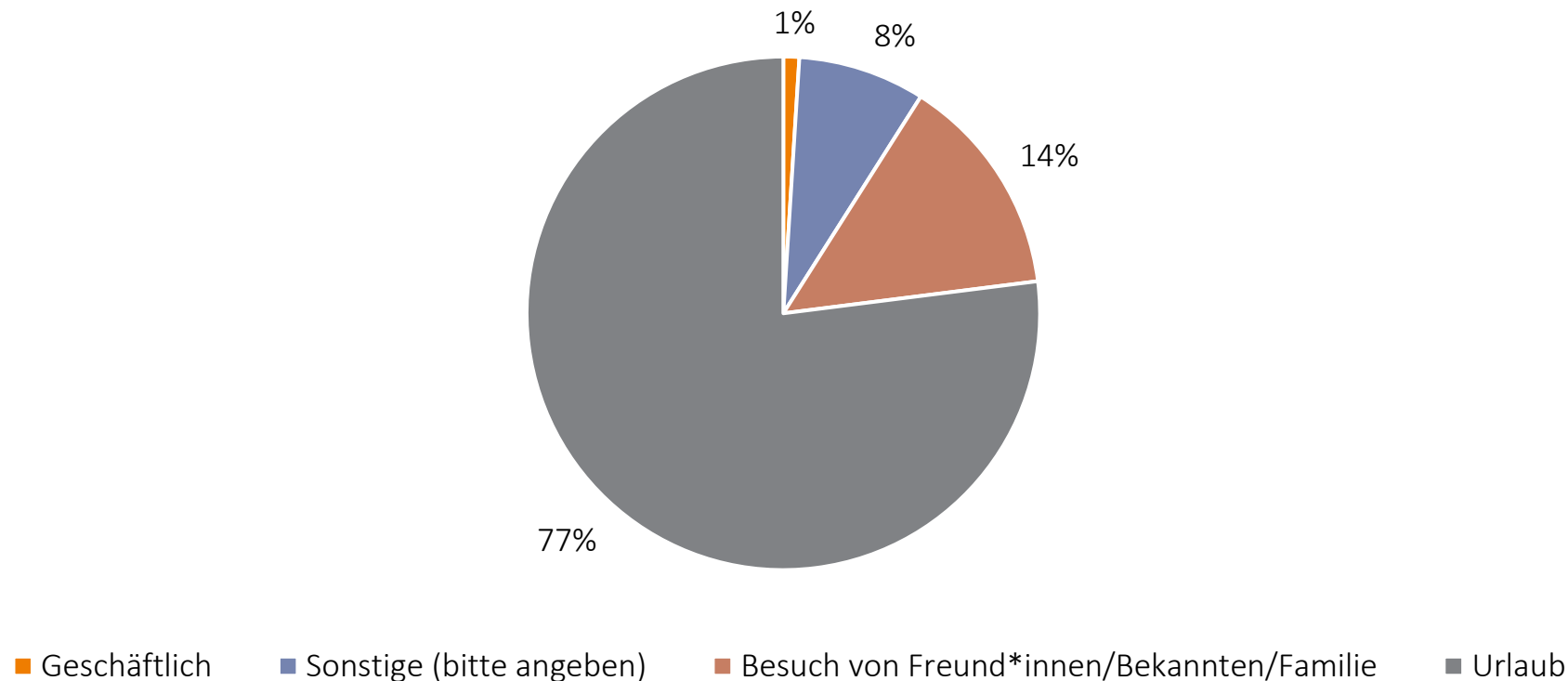


n = 142

# Gästekbefragung – Individuelles Reise- und Buchungsverhalten (6)

Die Tagesausflügler kommen hauptsächlich aus privaten Gründen nach Angermünde und bleiben durchschnittlich 3,4 Nächte vor Ort.

Übernachtungsgäste: Was ist der Anlass für Ihren aktuellen Aufenthalt in Angermünde?

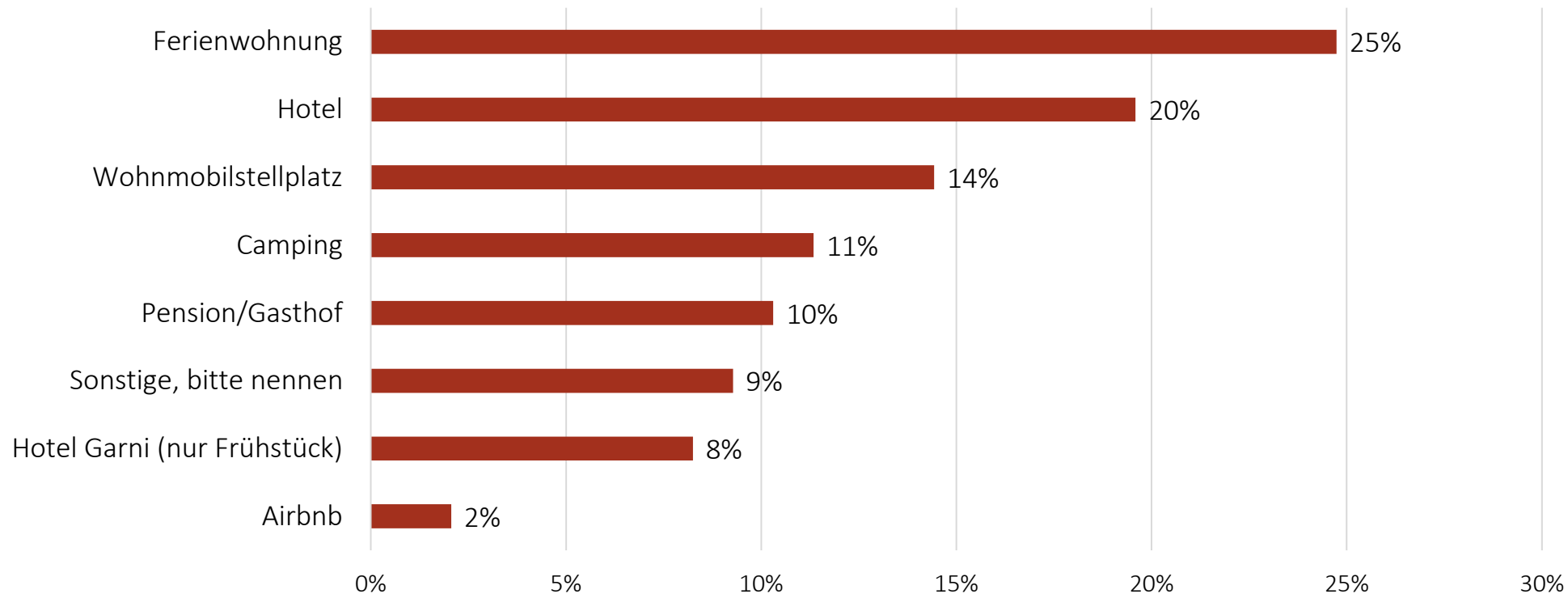


n = 100

# Gästekbefragung – Individuelles Reise- und Buchungsverhalten (7)

*Unter den Befragten sind Ferienwohnungen als Unterkunft in Angermünde am beliebtesten (25 %), gefolgt von den Hotels, die von einem Viertel der Teilnehmenden gebucht wurden.*

Welche Unterkunftsart nehmen Sie derzeit in Anspruch?

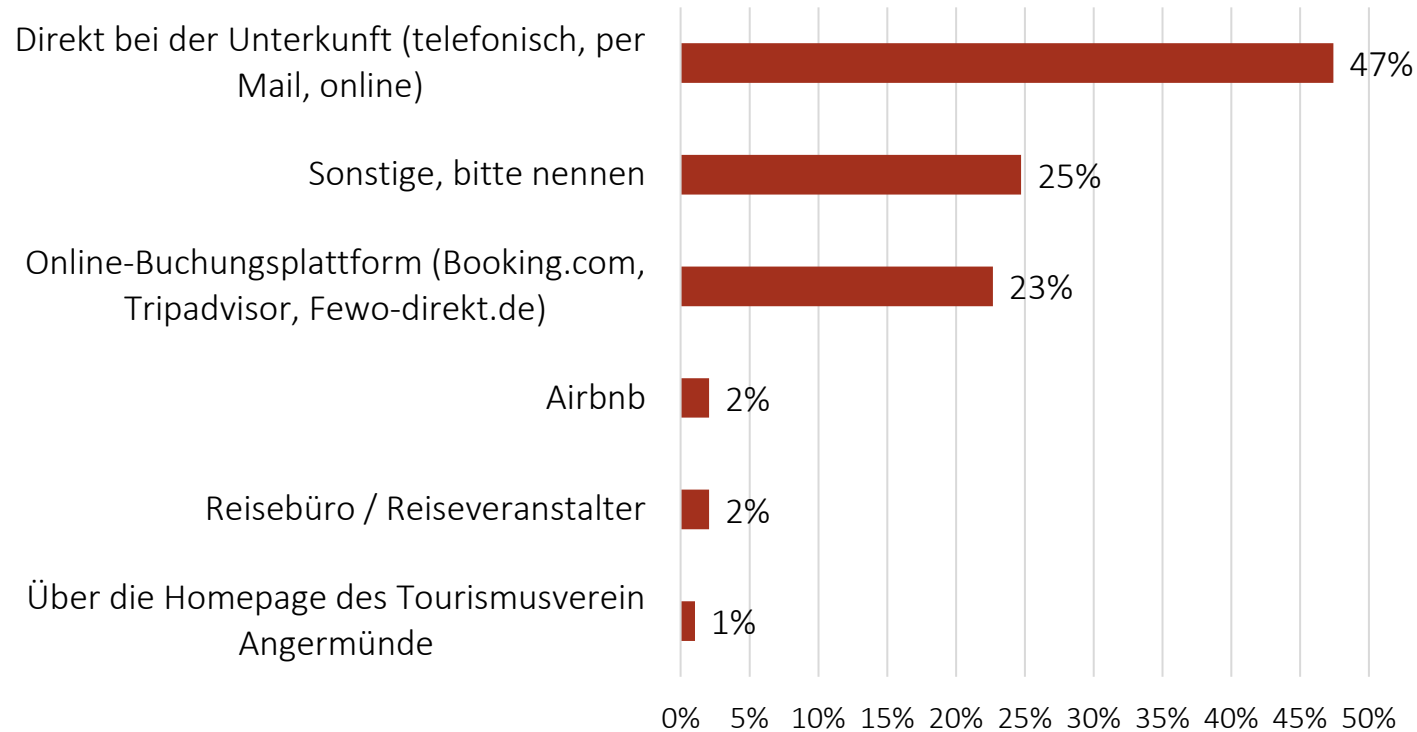


n = 97

# Gästekbefragung – Individuelles Reise- und Buchungsverhalten (8)

*Fast die Hälfte der Befragten haben ihre Unterkunft direkt beim Betreiber gebucht.*

Wie haben Sie ihre Unterkunft gebucht?



• Sonstige:

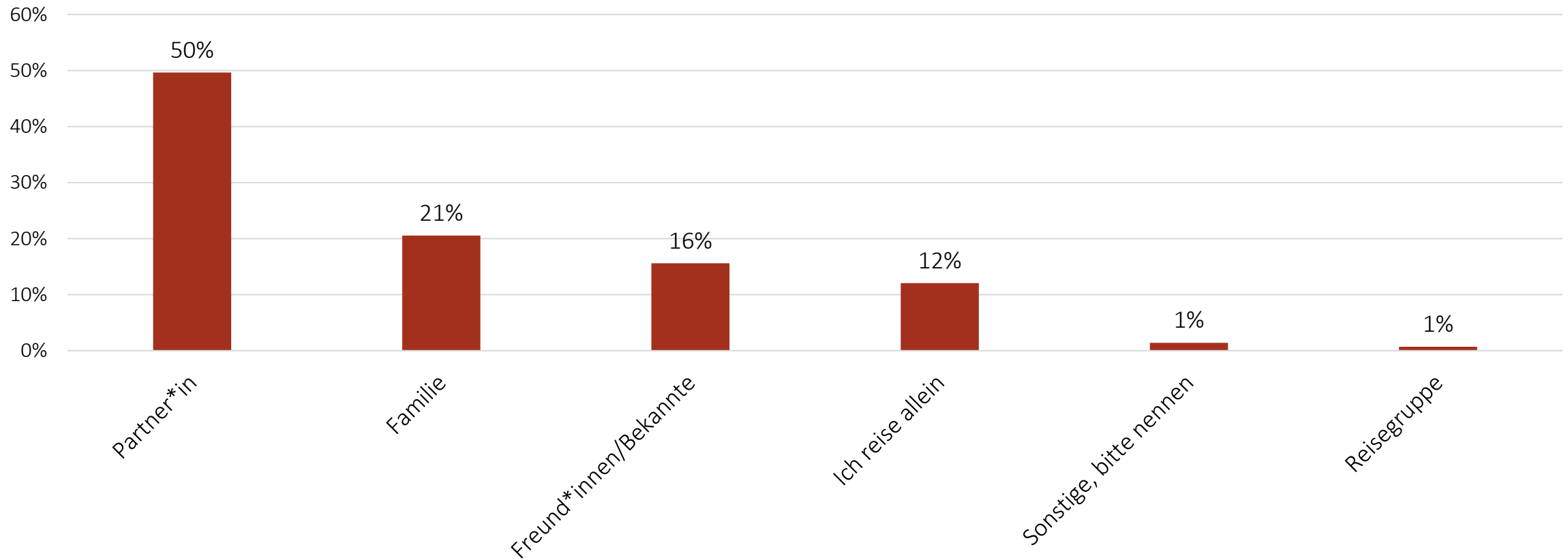
- Vor Ort
- Über App
- Keine Buchung nötig
- Gewinnspiel- Lotto Brandenburg
- Bei Bekannten
- Eigene Unterkunft

n = 97

# Gästekbefragung – Individuelles Reise- und Buchungsverhalten (9)

*Die Hälfte der Befragten reist zu zweit mit einem Partner oder einer Partnerin.*

Mit wem verbringen Sie Ihren aktuellen Aufenthalt in Angermünde?

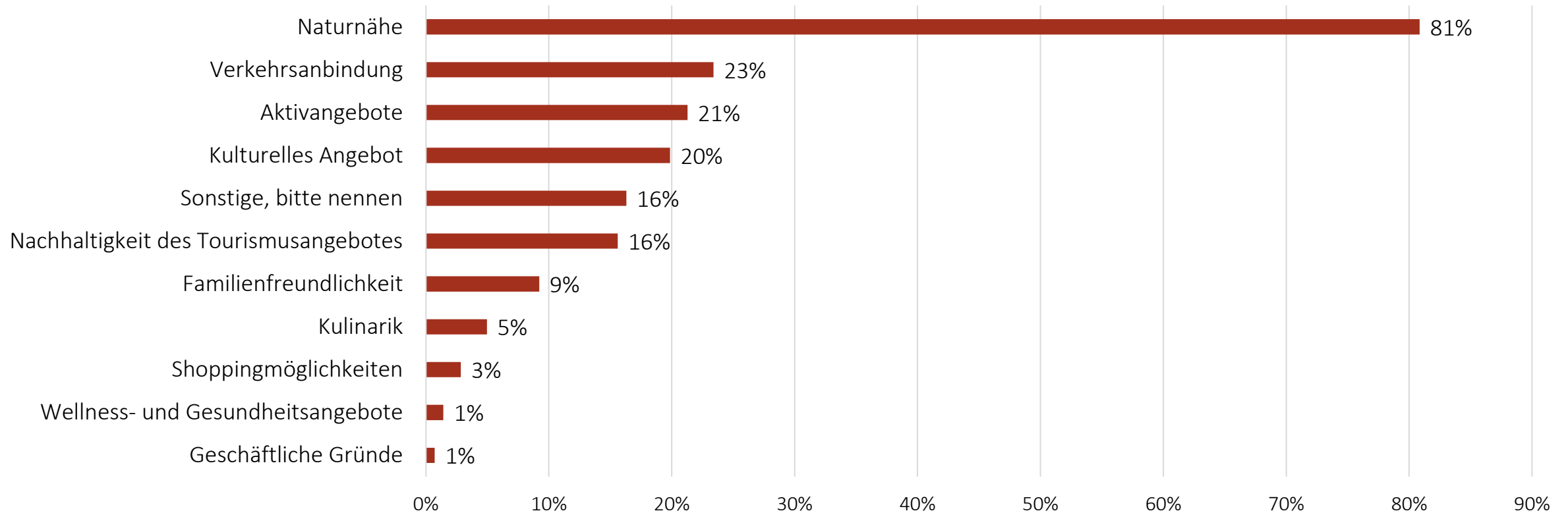


n = 141

# Gästebefragung – Individuelles Reise- und Buchungsverhalten (10)

*Die Naturnähe Angermündes ist für die Befragten der ausschlaggebende Reiseanlass.*

Warum haben Sie sich für einen Aufenthalt in Angermünde entschieden?



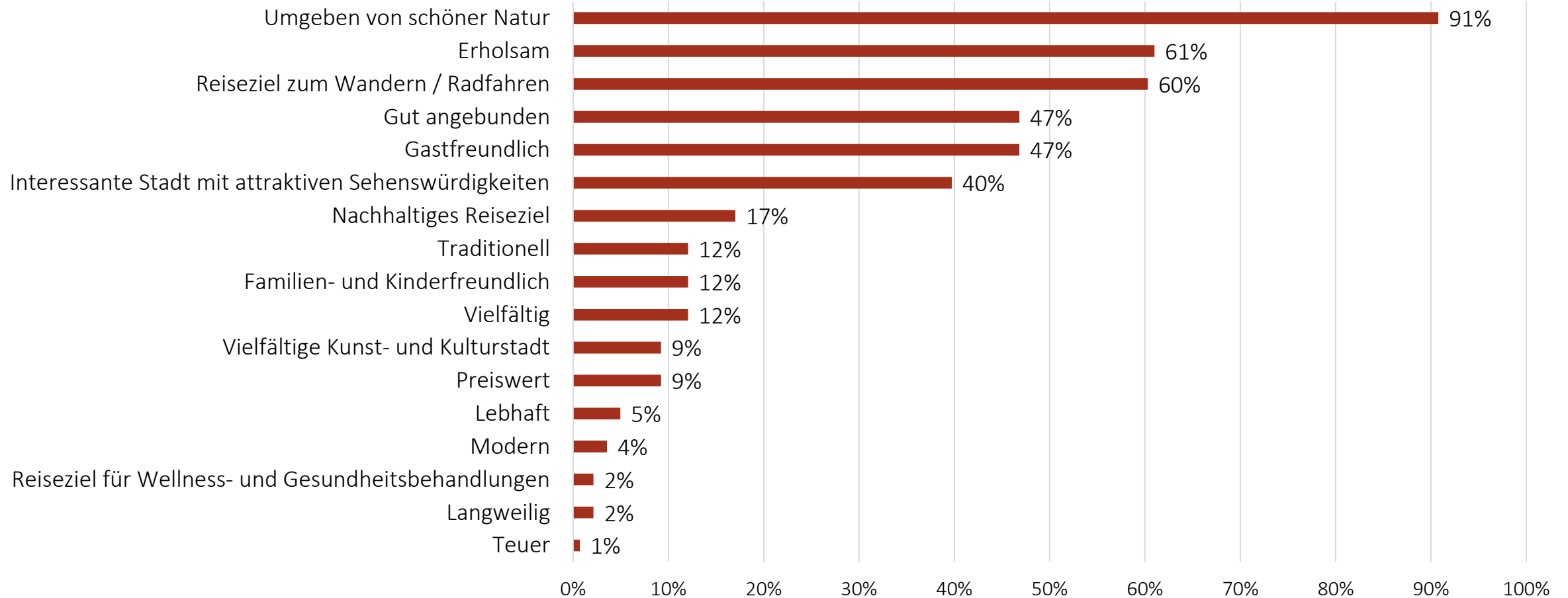
n = 141



# Gästekbefragung – Individuelles Reise- und Buchungsverhalten (11)

*Aus Sicht der Befragten ist Angermünde besonders für aktive Naturerlebnisse geeignet.*

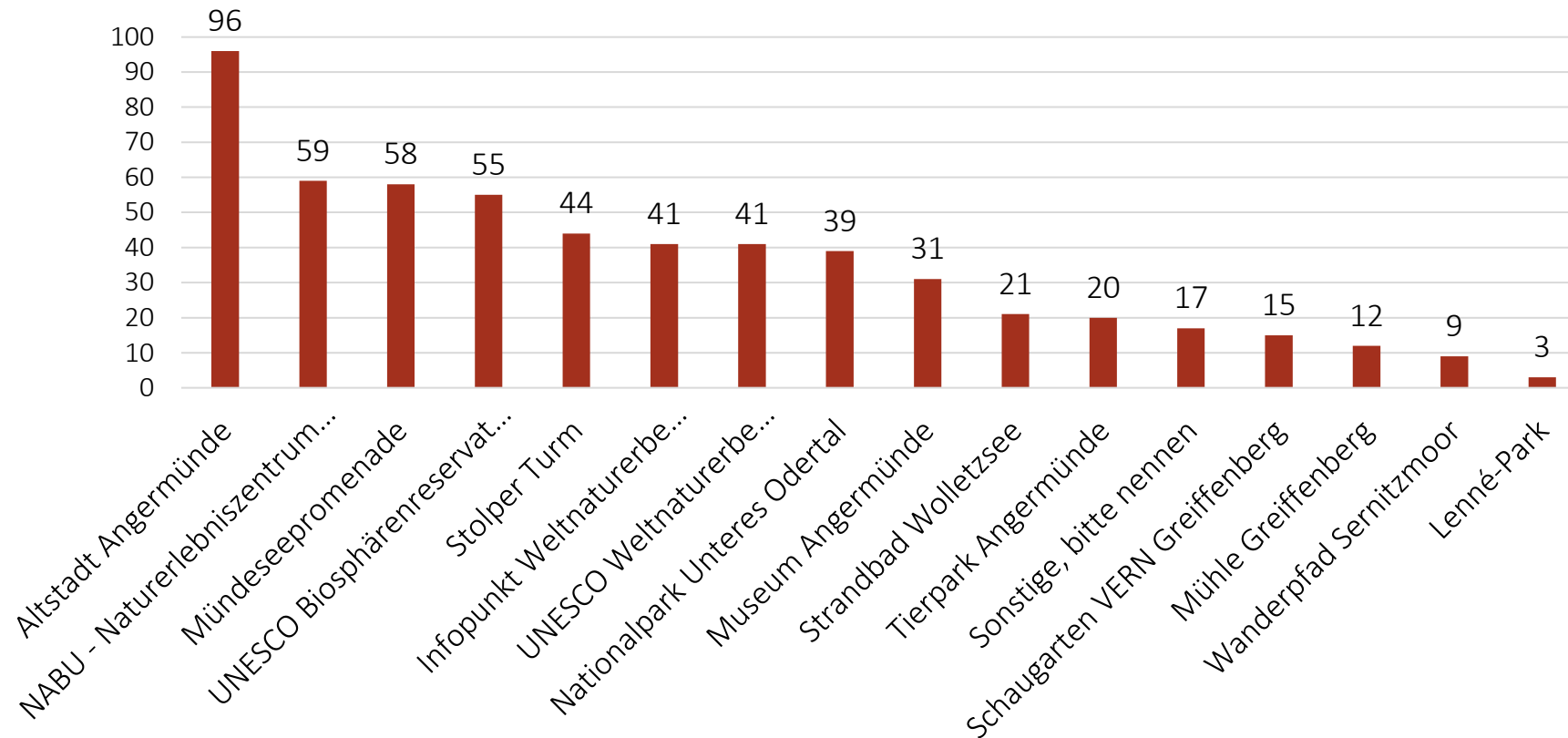
Ich empfinde Angermünde als...



# Gästekbefragung – Individuelles Reise- und Buchungsverhalten (12)

Die meisten der Befragten haben die Altstadt in Angermünde besucht.

Welche der folgenden Angebote/Einrichtungen haben Sie während Ihres Aufenthaltes in Angermünde bereits besucht?



Sonstige:

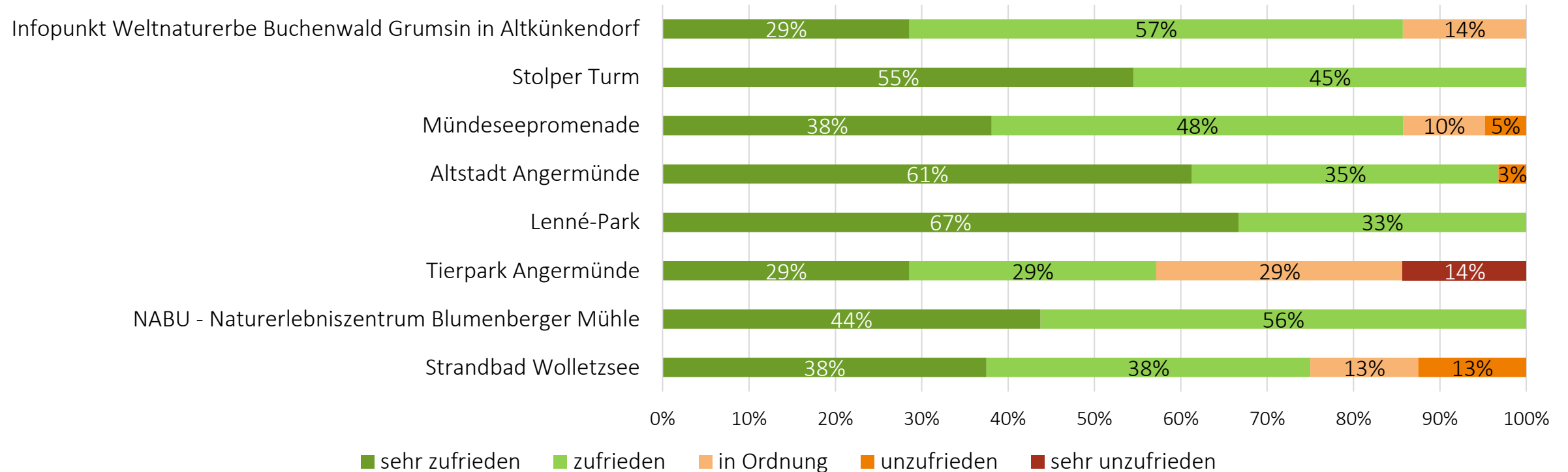
- Geopark Eiszeitland
- Hemme-Milch
- Oder-Neiße-Radweg
- Straußenfarm Angermünde
- Veranstaltung UckerOper
- Destillerie Grumsin
- St. Marien Kirche
- Parsteinsee
- Kloster Chorin
- Gut Kerkow

n = 131

# Gästebefragung – Zufriedenheit (1)

Die Befragten waren bei ihrem Besuch in den verschiedenen Einrichtungen sehr zufrieden, Defizite zeigen sich beim Tierpark Angermünde.

Wie zufrieden waren Sie bei Ihrem Besuch?

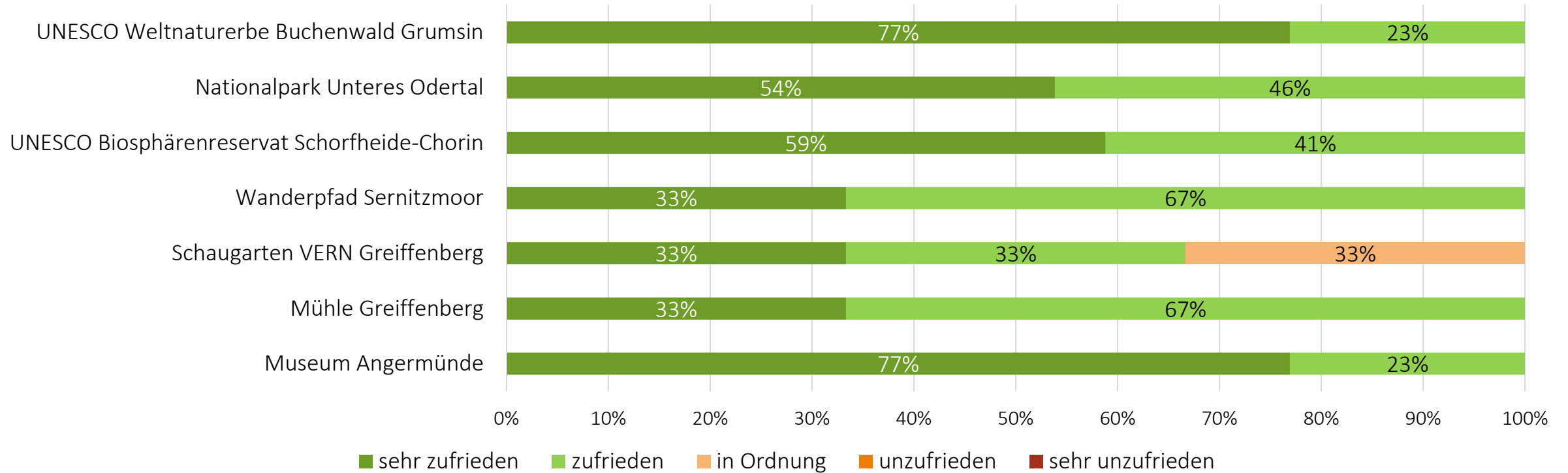


n = 131

# Gästekbefragung – Zufriedenheit (2)

Ein Drittel der Befragten sieht Optimierungsbedarf beim Schaugarten VERN Greiffenberg.

Wie zufrieden waren Sie bei Ihrem Besuch?

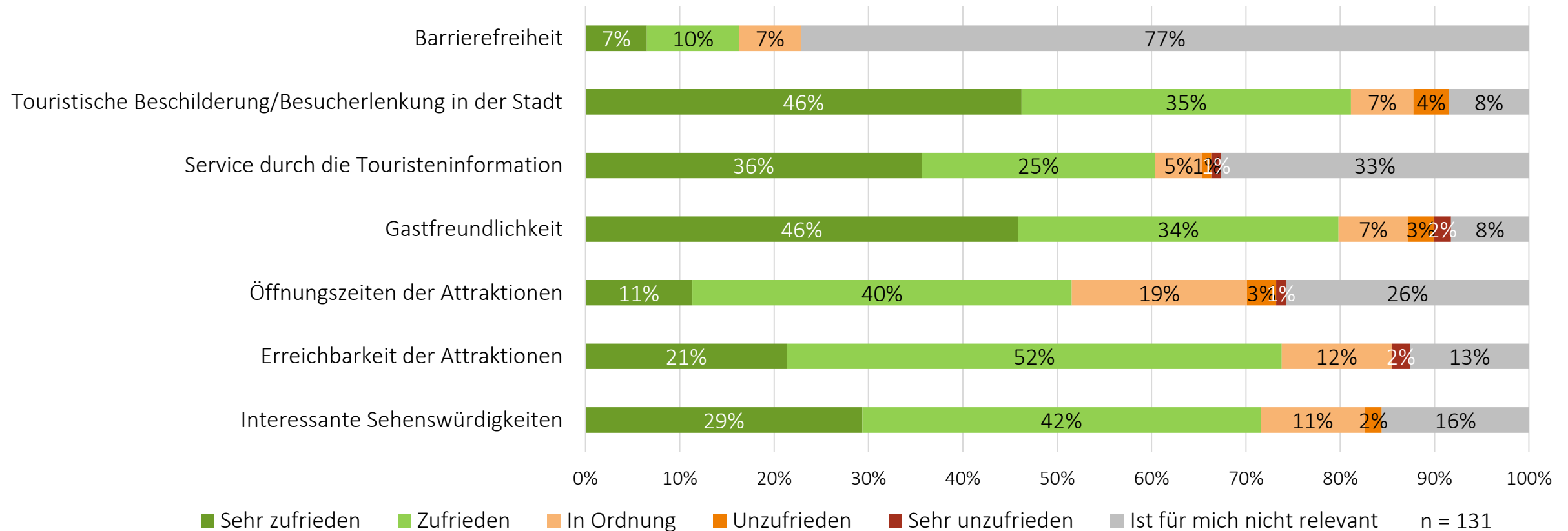


n = 131

# Gästekbefragung – Zufriedenheit (3)

Die Zufriedenheit während des Besuchs in Angermünde ist unter den Befragten sehr hoch.

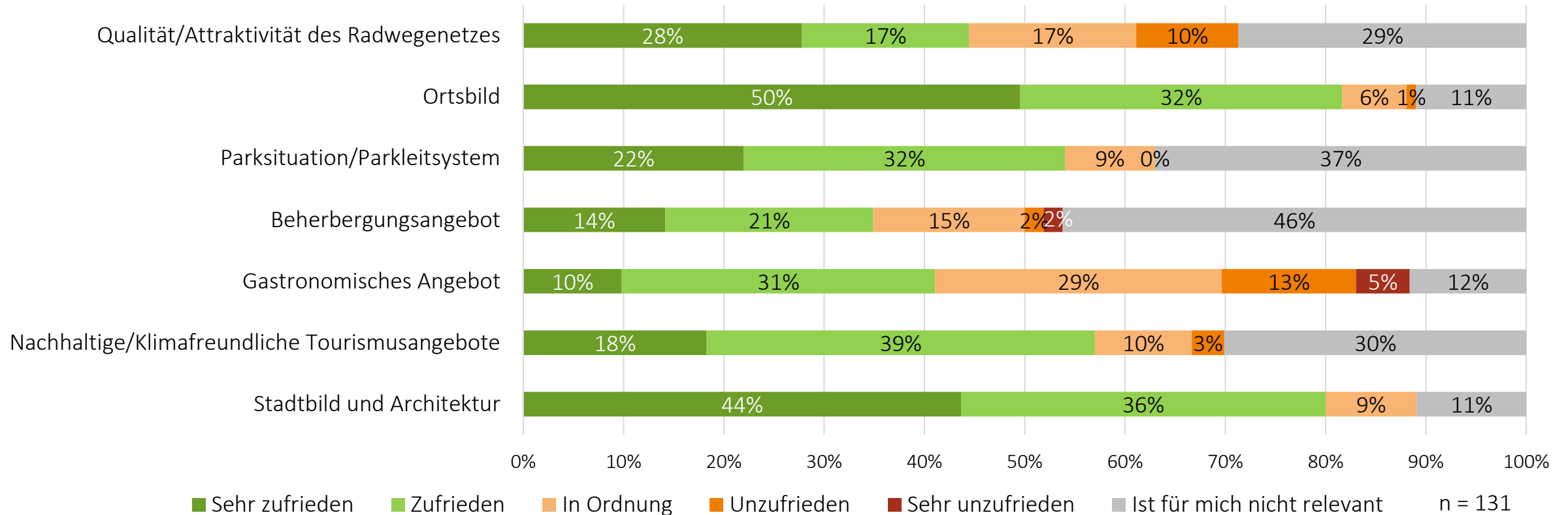
Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Aspekten des Angebots in Angermünde?



# Gästekbefragung – Zufriedenheit (4)

Aus Sicht der Befragten ist in erster Linie das Radwegenetz und das gastronomische Angebot noch zu optimieren.

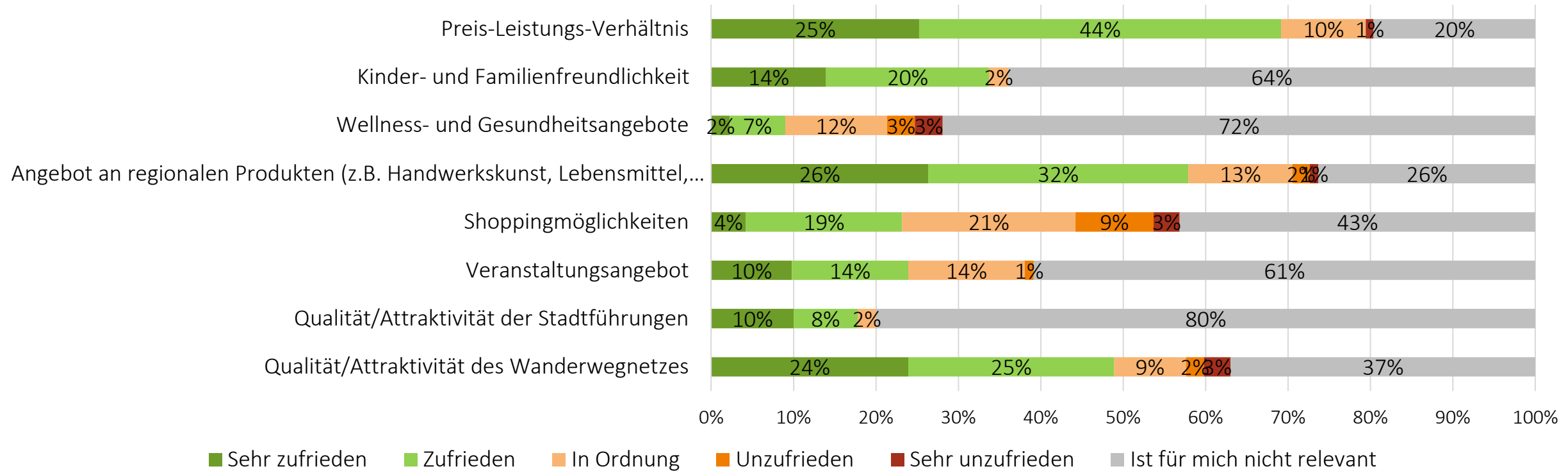
Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Aspekten des Angebots in Angermünde?



# Gästekbefragung – Zufriedenheit (5)

Die befragten Gäste sind mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis in Angermünde sehr zufrieden.

Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Aspekten des Angebots in Angermünde?

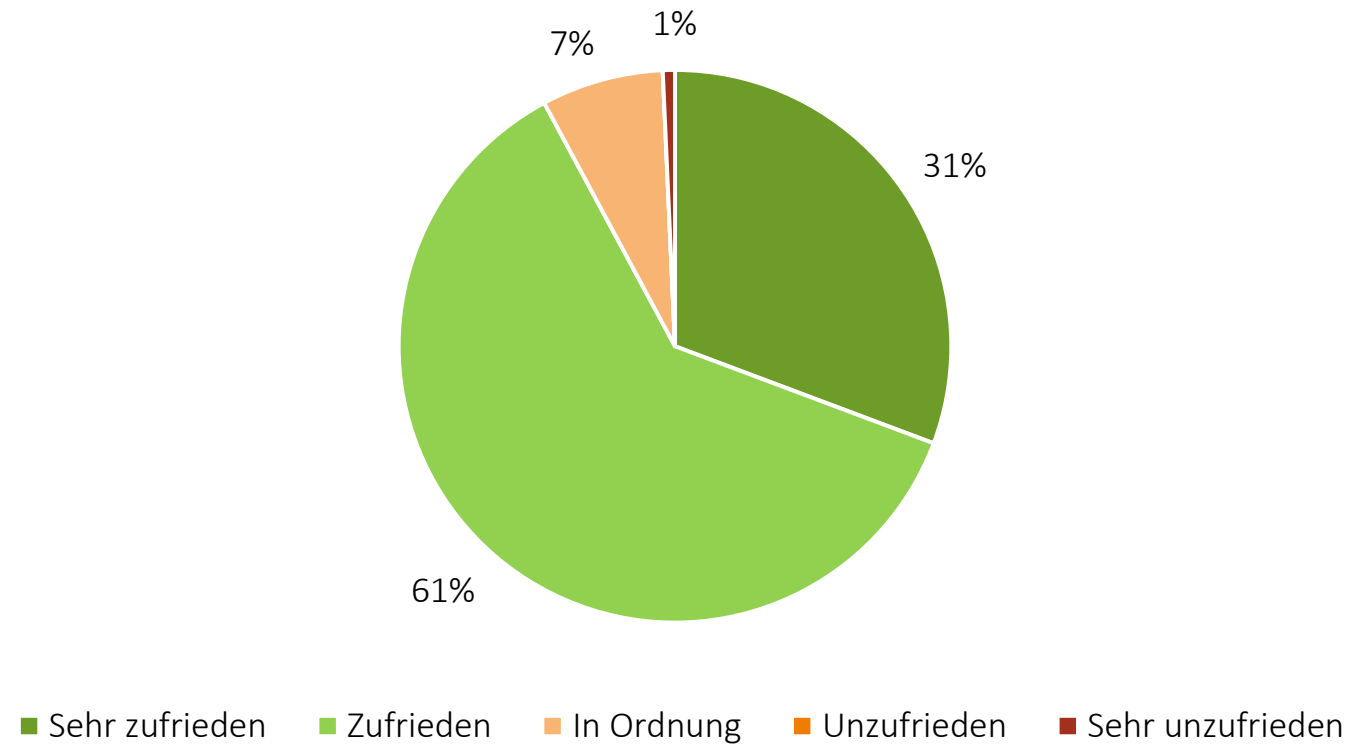


n = 131

# Gästekbefragung – Allgemeine Zufriedenheit

*Fast alle der befragten Gäste sind mit ihrem Aufenthalt in Angermünde zufrieden oder sogar sehr zufrieden.*

Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit Ihrem Aufenthalt in Angermünde?



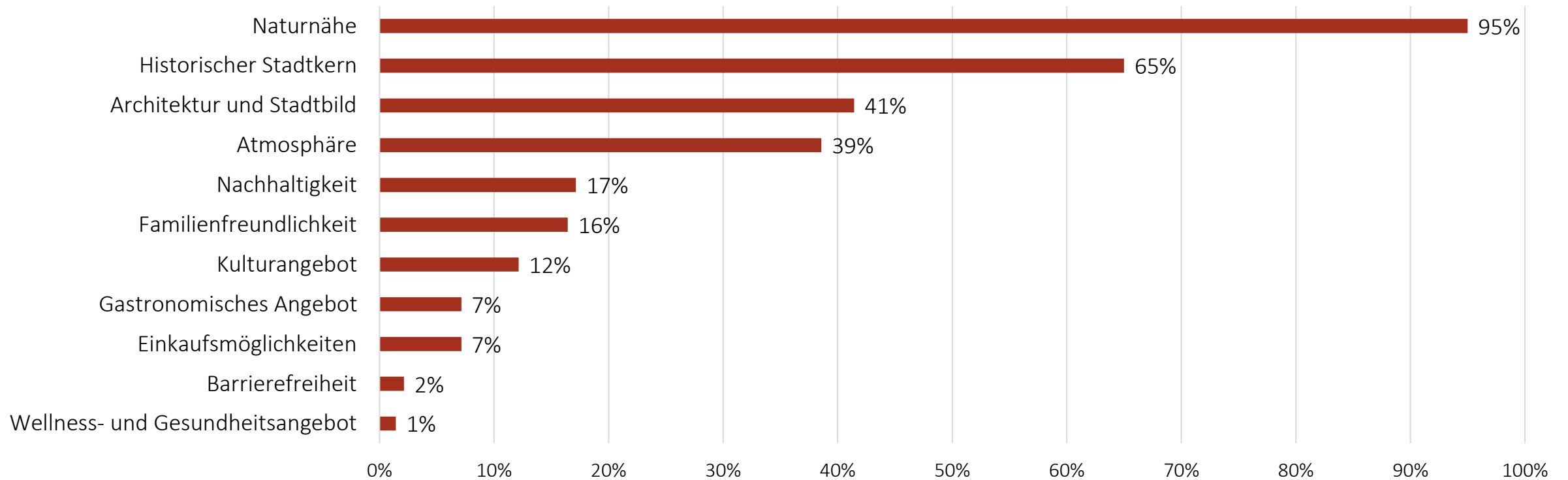
n = 140



# Gästekbefragung – Stärken

*Die Stärke Angermündes ist laut den Befragten die Naturnähe. Auch der historische Stadtkern wird von über der Hälfte als Stärke bezeichnet.*

Wo liegen aus Ihrer Sicht die Stärken Angermündes?

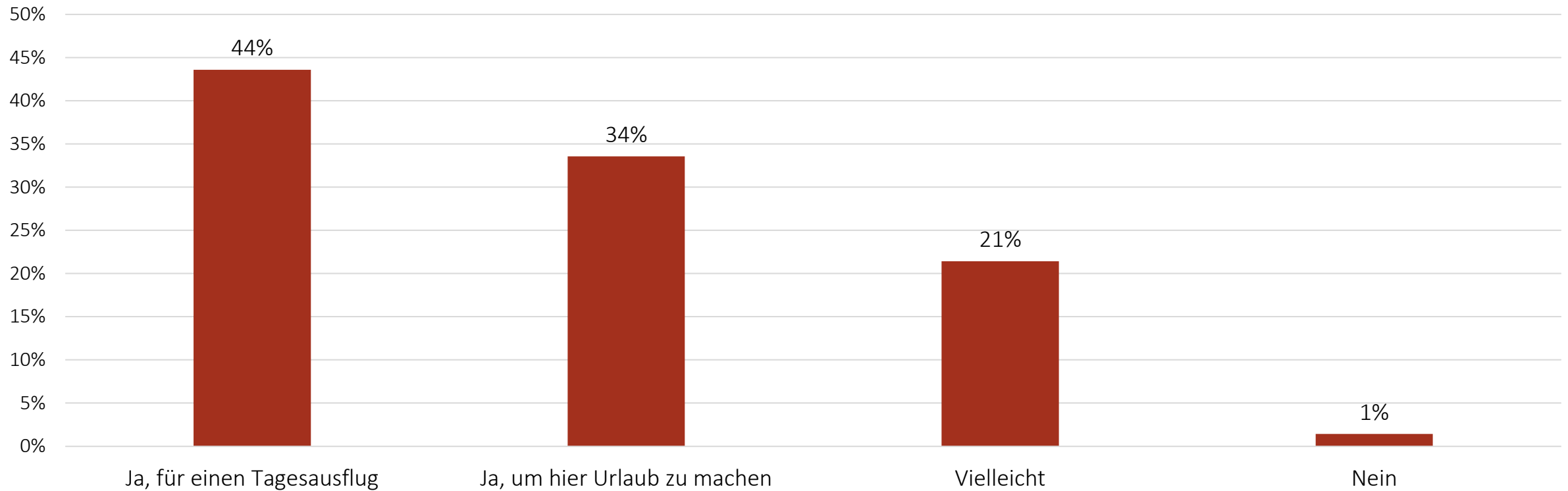


n = 140

# Gästekbefragung – Wiederbesuchsabsicht

*Knapp die Hälfte der Befragten würde erneut für einen Tagesausflug nach Angermünde reisen, ein weiteres Drittel würde für einen Urlaub zurückkehren.*

Werden Sie Angermünde wieder besuchen?

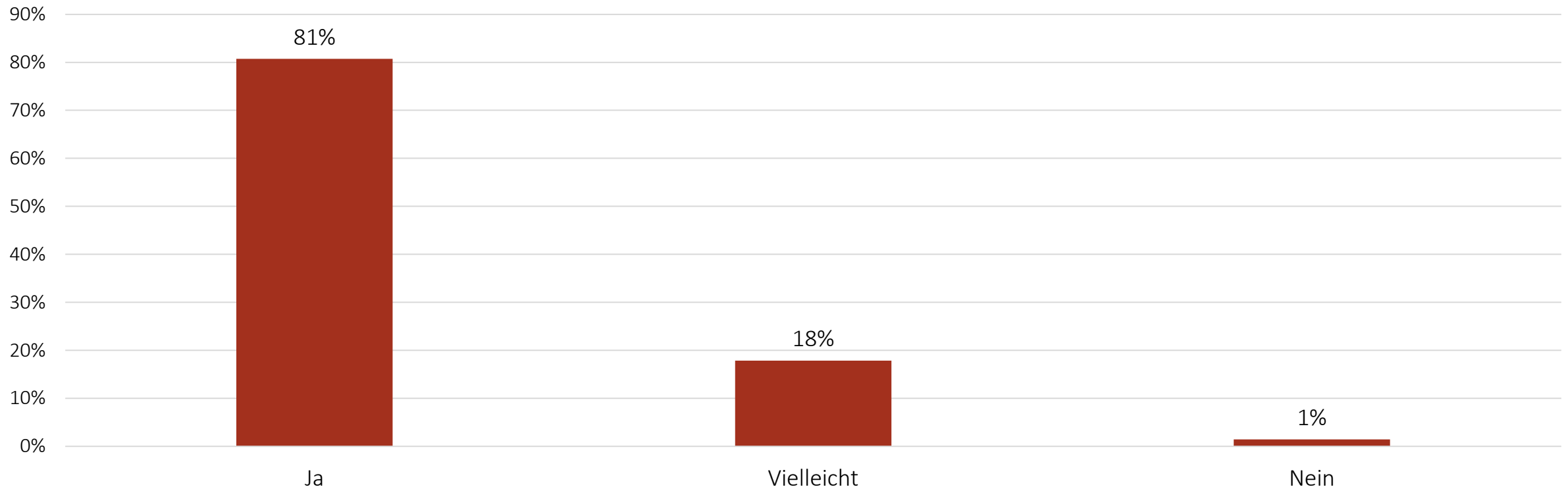


n = 140

# Gästekbefragung – Weiterempfehlung

*Mit 81 % würde der überwiegende Anteil der Befragten Angermünde als Reiseziel weiterempfehlen.*

Werden Sie Angermünde als Reiseziel weiterempfehlen?



n = 140



mascontour GmbH  
Matthias Beyer/Managing Director  
Schwiebusser Str. 9  
10965 Berlin/Germany  
+49 (0) 30 616 257 47  
contact@mascontour.info

