



# Marktforschung für Destinationen

Grundlagen – Instrumente – Praxisbeispiele

Herausgegeben von

Prof. Dr. Bernd Eisenstein

Mit Beiträgen von

Mona Bessel, Lars Bengsch, Eberhard Biehl, Anika Böllstorf,  
Christian Eilzer, Prof. Dr. Bernd Eisenstein, Jauntelle Els,  
Rolf D. Freitag, Roland Gaßner, Matthias Gilbrich,  
Susanne Grasegger, Dr. Bert Hallerbach, Dr. Bernhard Harrer,  
Klaus Hilbinger, Prof. Dr. Eric Horster, Prof. Dr. Dennis Hürten,  
Jan-F. Kobernuß, Alexander Koch, Wiebke Koch,  
Anne Köchling, Manon Krüger, Ralf Kunze, Ilka Leutritz,  
Prof. Dr. Martin Lohmann, Dr. Anselm Mattes, Dr. Carola May,  
Prof. Peet van der Merwe, Sylvia Müller, Prof. Albert Postma,  
Christian Rast, Julian Reif, Prof. Dr. Ulrich Reinhardt,  
Dr. Dirk Schmücker, Rebekka Schmudde, Prof. Dr. Michael-  
Thaddäus Schreiber, Michael Schütz, Prof. Elmarie Slabbert,  
Ulf Sonntag, Moritz Sporer, Dr. Petra Trimborn, Ralf Trimborn,  
Philipp Wagner, Dr. Manfred Zeiner, Kai Zieseimer

ERICH SCHMIDT VERLAG

**Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek**

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

**Weitere Informationen zu diesem Titel finden Sie im Internet unter**  
[ESV.info/978 3 503 17444 7](http://ESV.info/978_3_503_17444_7)

Gedrucktes Werk: ISBN 978 3 503 17444 7

eBook: 978 3 503 17445 4

Alle Rechte vorbehalten

© Erich Schmidt Verlag GmbH & Co. KG, Berlin 2017

[www.ESV.info](http://www.ESV.info)

Dieses Papier erfüllt die Frankfurter Forderungen der Deutschen Nationalbibliothek und der Gesellschaft für das Buch bezüglich der Alterungsbeständigkeit und entspricht sowohl den strengen Bestimmungen der US Norm Ansi/Niso Z 39.48-1992 als auch der ISO-Norm 9706

Druck und Bindung: Hubert & Co, Göttingen

# Vorwort

In Anbetracht der Dynamik touristischer Märkte ist eine zeitgemäße Destinationsentwicklung auf aktuelle und zuverlässige Informationsgrundlagen angewiesen. Der Beitrag, den der zielgerichtete Einsatz von Methoden der Marktforschung hierfür leisten kann, ist in der Destinationspraxis mittlerweile allgemein anerkannt.

Der hier vorliegende Band stellt quantitative und qualitative Instrumente vor, die auf den Grundlagen der empirischen Sozialforschung Daten und Informationen zur Verfügung stellen, die sowohl für die strategische Ausrichtung als auch das operative Marketing der Destinationen von Relevanz sind. Gerade weil der Einsatz neuer Technologien zu vielen weiteren Möglichkeiten in der Marktforschung führen wird, soll aufgezeigt werden, welche Methoden, Techniken und Studien sich bereits in der Praxis bei der Unterstützung der Entscheidungsfindung im Destinationsmanagement und -marketing bewährt haben. Hierzu werden grundlegende Begriffe und Erkenntnisbereiche der Destinationsmarktforschung erörtert, zahlreiche Instrumente erklärt und mit Anwendungsbeispielen verdeutlicht.

Nachdem ich Anfang 2016 eine erste Gliederung für diesen Band entworfen hatte, fragte ich bei rund 15 Kolleginnen und Kollegen aus Forschung, Beratung und Praxis an, ob sie sich mit einem Beitrag beteiligen würden. Erfreulicherweise haben alle zugesagt. Weitere Beiträge kamen während des Sommers 2016 hinzu, so dass nunmehr über 25 Artikel entstanden sind, an denen über 40 verschiedene Autoren und Autorinnen beteiligt waren. Zuallererst gilt ihnen mein Dank – ganz besonders für die Bereitschaft, ihre Artikel auf meinen Wunsch hin teilweise mehrfach zu überarbeiten oder anzupassen, um Wiederholungen möglichst zu vermeiden. Auch wenn der Band nun über den ursprünglich geplanten Umfang hinaus angewachsen ist, muss die Darstellung der Einsatzmöglichkeiten der Marktforschung im Destinationsmanagement lückenhaft bleiben – hierfür sind die Techniken und Instrumente zu vielfältig. Gleichwohl soll sowohl Praktikern aus den Destinationen, der Tourismuspolitik und dem Regionalmanagement als auch Studierenden und Forschenden an Hochschulen ein umfassender Einblick und ein rascher Zugriff zum Themengebiet ermöglicht werden.

Ein besonderer Dank geht an Christian Eilzer für das Korrekturlesen und das ganze IMT-Team für die Unterstützung. Weiterhin besonderer Dank gilt Madlen, Smilla und Frida, welche an einigen Wochenenden auf ein Familienmitglied verzichteten und stattdessen einen Herausgeber erduldeten.

Lübeck und Heide im April 2017

Prof. Dr. Bernd Eisenstein

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort .....	5
<i>Bernd Eisenstein</i> Destinationsmarktforschung – Relevanz und Grundlagen.....	11
<i>Manon Krüger und Rebekka Schmudde</i> Monatserhebung im Tourismus.....	71
<i>Anne Köchling</i> Das Tourismus-Fachinformationssystem (T-Fis) – Eine Business Intelligence Lösung für Marktforschung und Controlling der Destination .....	89
<i>Lars Bengsch und Susanne Grasegger</i> Der Qualitätsmonitor-Deutschland-Tourismus – Eine vergleichende Gästabefragung als Basis für strategisches Destinationsmarketing .....	103
<i>Ralf Trimborn</i> Die Permanente Gästabefragung (PEG).....	115
<i>Martin Lohmann, Dirk Schmücker und Kai Zieseimer</i> Konsumentenforchung in der Destination – Die Gästabefragung Schleswig-Holstein.....	127
<i>Roland Gaßner und Matthias Gilbrich</i> Gästabefragung Sachsen – Ein Fallbeispiel aus der Praxis.....	139
<i>Peet van der Merwe, Elmarie Slabbert und Jauntelle Els</i> Accommodation preferences for Kruger National Park – A Factor analysis case study.....	151
<i>Anselm Mattes, Bernd Eisenstein und Julian Reif</i> Wirtschaftsfaktor Tourismus – Methode und Ergebnisse des Tourismus-Satellitenkontos.....	157

<i>Manfred Zeiner und Moritz Sporer</i> Wirtschaftliche Effekte des Tourismus .....	177
<i>Martin Lohmann, Ulf Sonntag und Philipp Wagner</i> Die Reiseanalyse –Instrument für Forschung und Marketingplanung .....	193
<i>Julian Reif, Bernd Eisenstein, Manon Krüger und Roland Gaßner</i> GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland am Beispiel von Schleswig-Holstein.....	207
<i>Ulrich Reinhardt, Klaus Hilbinger und Christian Eilzer</i> Die Tourismusanalyse .....	219
<i>Rolf D. Freitag</i> Der World Travel Monitor® .....	233
<i>Bernhard Harrer</i> Tagesreisen der Deutschen.....	243
<i>Jan-F. Kobernuß, Christian Rast und Anika Böllstorf</i> Regionale Tagesreisenstudien am Beispiel des deutsch-niederländischen Grenzraums .....	255
<i>Bernd Eisenstein, Alexander Koch, Petra Trimborn und Sylvia Müller</i> Die DestinationBrand-Studienreihe – Basisinformationen zur Markenführung von Destinationen .....	267
<i>Michael-Thaddäus Schreiber und Ralf Kunze</i> Das Meeting- & EventBarometer – Marktforschung im Veranstaltungssegment.....	285
<i>Ralf Trimborn</i> Leistungsträgerbefragungen .....	299
<i>Eric Horster, Ilka Leutritz, Wiebke Koch und Mona Bessel unter Mitarbeit von Nicola Zindler, Alena Mergner, Frank Kliegel und Stefan Möhler</i> Entwicklung der digitalen Marktforschung im Tourismus .....	307
<i>Dennis Hürten und Michael Schütz</i> Qualitative Marktforschung – Grundlegender Ansatz und typische Einsatzgebiete .....	319

---

<i>Eberhard Biehl und Bert Hallerbach</i> Methodische Überlegungen zur Durchführung von Gruppendiskussionen in der Tourismusforschung.....	333
<i>Albert Postma</i> Strategic foresight and scenario planning – The case of group accommodation on Ameland .....	347
<i>Alexander Koch und Eric Horster</i> Netnographie als Instrument der digitalen Marktforschung.....	363
<i>Eric Horster</i> Ausgewählte Methoden des User Experience Design.....	375
<i>Dennis Hürten und Michael Schütz</i> Die psychologische Morphologie – eine qualitative, tiefenpsychologische Methode.....	387
<i>Julian Reif, Bert Hallerbach und Carola May</i> Qualitative Leitfadeninterviews als Ergänzung oder Alternative zu quantitativen Vor-Ort-Gästabefragungen – Ergebnisse des „Smart Focus“ aus der Cittaslow-Stadt Deidesheim .....	403
Autorenverzeichnis.....	417

# Autorenverzeichnis

**Lars Bengsch**, Studium der Diplom-Wirtschaftsgeographie, Politologie und Raumplanung an der Ludwig-Maximilians-Universität in München. Er arbeitete zunächst als wissenschaftlicher Mitarbeiter und später als Projektleiter am Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Institut für Fremdenverkehr e.V. an der Universität München (dwif e.V.). Seit 2015 ist er Geschäftsführer der dwif-Consulting GmbH München. Zu seinen Schwerpunkten zählen Tourismusmonitoring, touristische Marktforschung sowie Organisationsberatung. Darüber hinaus ist er Experte für digitale Management-Informationssysteme und KPIs für den Tourismus.

**Mona Bessel** ist Junior Consultant bei der netzvitamine GmbH. Sie studierte International Tourism Management mit dem Schwerpunkt Event Management an der Stenden Hochschule in den Niederlanden. Nach einem Auslandssemester in Thailand und Indonesien, absolvierte sie bachelorbegleitende Praktika in Kanada und in der Schweiz. Seit September 2015 unterstützt sie die netzvitamine als Junior Consultant.

**Eberhard Biehl** ist seit der Gründung von T.I.P. Biehl & Partner in der Geschäftsführung tätig. Nach dem Studium war er als wissenschaftlicher Mitarbeiter von 1981 bis 1984 an der Universität Trier in qualitative Forschungsprojekte involviert. Seit Mitte der 80er Jahre hat er mit dem Team qualitativer Forscher des Institutes T.I.P. Biehl & Partner weit über 1000 Gruppendiskussionen zu verschiedensten Themen geplant, durchgeführt und analysiert – davon viele Projekte, die im Rahmen internationaler Forschungen zusammen mit Partnerinstituten durchgeführt wurden.

**Anika Böllstorf** ist Junior Consultant bei der ift Freizeit- und Tourismusberatung GmbH. Nach erfolgreichem Praxissemester bei ift im Jahr 2015 war sie zunächst als Werkstudentin tätig. Seit ihrem Abschluss im Nachhaltigen Tourismus (B.A.) an der Hochschule Rhein-Waal ist sie als Vollzeitkraft bei der ift. Analysen, Marketingkonzepte, Gartenschauen, Nachhaltigkeit, Hotelbedarfsanalysen sowie die Projektorganisation sind Schwerpunkte ihrer Arbeit.

**Christian Eilzer** studierte International Tourism Management (Master of Arts) und Betriebswirtschaftslehre (Dipl.-Kfm. FH) an der FH Westküste. Nach Projektarbeiten im Tourismus für die inspektour GmbH war er von 2004 bis 2006 wissenschaftlicher Mitarbeiter im Studiengang International Tourism Management (ITM)



der FH Westküste und ab 2006 wissenschaftlicher Mitarbeiter im Institut für Management und Tourismus (IMT). Seit 2009 ist er Geschäftsführer des Fachbereichs Wirtschaft der FH Westküste. Sein derzeitiger Forschungsschwerpunkt liegt im Bereich Wandertourismus.

**Prof. Dr. Bernd Eisenstein** studierte Geographie, Betriebs- sowie Volkswirtschaftslehre und promovierte zum Dr. phil. an der Universität Trier. Er war Stipendiat einer Wissenschaftsstiftung, hat über zehn Bücher herausgegeben, zahlreiche Publikationen verfasst und ist häufig Referent auf Fachveranstaltungen. Seit 1997 ist er Professor für Internationales Tourismusmanagement an der FH Westküste und seit 2006 Direktor des dort ansässigen Instituts für Management und Tourismus (IMT). Zu seinen gegenwärtigen Forschungsschwerpunkten zählen touristische Konsumentenforschung sowie die Entwicklung und Implementierung von Kennzahlen- und Informationssystemen zum Tourismusmonitoring.

**Jauntelle Els** is a master student at the North West University. She started studying in 2010 and completed her master's degree in Tourism Management in 2016 focusing on wildlife tourism. While studying she was a senior research assistant at TREES (Tourism Research in Economics, Environs and Society). She has authored one international conference proceedings, 2 chapters and 1 report.

**Rolf D. Freitag**, Dipl.-Volkswirt, ist Gründer und CEO von IPK International. Er hat an der Freien Universität Berlin und an der Ludwig-Maximilians-Universität in München studiert. Im Jahr 1969 gründete er IPK International. Das Unternehmen ist auf Marktforschung, Marketing und Masterplanung im Bereich Tourismus spezialisiert. Rolf Freitag hat während seiner langjährigen beruflichen Laufbahn weltweit mehr als 1.000 Projekte in über 50 Ländern durchgeführt.

**Roland Gaßner** berät als Studienleiter bei GfK seit 2006 vor allem Reiseveranstalter- und Destinationskunden zu den wesentlichen Nachfragetrends des Reise- und Buchungsverhaltens der Deutschen. Er hat in Regensburg Diplomgeografie studiert und schon mit seiner Diplomarbeit „Die Bedeutung der Destination Andalusien für deutsche Reiseveranstalter“ den Grundstein für sein heutiges Tätigkeitsfeld gelegt. Auf der Grundlage verschiedenster Forschungsmethoden, die er unter dem Dach der GfK zusammenbringen kann, hilft er Antworten auf die entscheidenden Fragen zu finden, um die nachfrageseitige Vertriebs- und Marketingaktivitäten bei Anbietern zu optimieren.

**Matthias Gilbrich** ist seit Mitte 2015 Leiter Marktforschung und Unternehmensentwicklung bei der Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH. Zuvor war er über 20 Jahre als Prokurist und Leiter Tourismusmarketing und Marketing Services bei der Dresden Marketing GmbH bzw. Dresden-Werbung und Tourismus GmbH für sämtliche touristischen Bereiche verantwortlich. Nach Dresden wechselte er

vom Studienkreis für Tourismus in Starnberg, wo er drei Jahre Studienleiter der Reiseanalyse war. Der studierte Wirtschafts-, Tourismus- und Sozialwissenschaftler kennt mit dieser Vita beide Seiten der Marktforschung – die der Institute und die der Kunden.

**Susanne Grasegger**, Studium der Diplom-Geographie mit Schwerpunkt Freizeit, Tourismus und Umwelt an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt. Seit 2007 bei der dwif-Consulting GmbH und u. a. verantwortlich für die Öffentlichkeitsarbeit und Qualitätssicherung der dwif-Consulting GmbH. Zu ihren weiteren Schwerpunkten zählen Digitalisierung, digitale Management-Informationssysteme für den Tourismus, Marktforschung und touristisches Monitoring und Qualitätsmanagement im Tourismus.

**Dr. Bert Hallerbach**, Diplom Geograph, betreut als Institutsleiter schwerpunktmäßig Projekte mit quantitativen Forschungsansätzen. Nach seinem Studium der Fremdenverkehrsgeographie an der Universität Trier baute er den Bereich Marktforschung am Europäischen Tourismus Institut (ETI) GmbH auf und leitete diesen Bereich. Seine Forschungsschwerpunkte liegen vor allem in der Analyse des Reiseverhaltens sowie in der Darstellung der wirtschaftlichen Effekte aus dem Tourismus. Seit 2011 ist er in der Geschäftsführung von T.I.P. Biehl & Partner.

**Dr. Bernhard Harrer**, Studium der Fächer (Wirtschafts-)Geographie, Volkswirtschaftslehre, Raumforschung/Raumordnung/Landesplanung sowie Landschaftsökologie an der Ludwig-Maximilians-Universität in München und Promotion zum Dr. oec. publ. Er ist seit Mai 2009 Vorstand des Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr e.V. an der Universität München (dwif e.V.). Er war Stipendiat einer Stiftung mit dem Zweck zur Förderung von Wissenschaft und Forschung, hat zahlreiche Publikationen verfasst, ist Lehrbeauftragter und bei zahlreichen Veranstaltungen als Referent tätig. Er hat u. a. die Grundlagenstudien „Tagereisen der Deutschen“ und „Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland“ wesentlich geprägt. Zu seinem Arbeitsfeld zählen betriebsvergleichende Analysen, Bedarfsermittlungen für Freizeiteinrichtungen, touristische Entwicklungskonzepte sowie touristische Marktforschung. Darüber hinaus gehören Berechnungen zum Wirtschaftsfaktor Tourismus für Städte und Regionen sowie für spezielle Marktsegmente zu seinem täglichen Handwerkszeug.

**Klaus Hilbinger**, Dipl.-Volksw. (Univ.), leitet den Bereich „Omnibus & Legal Research“ der GfK SE. Im Jahr 1990 schloss er sein Studium der Volkswirtschaftslehre an der Universität Bamberg ab und begann seine Karriere als wissenschaftlicher Mitarbeiter bei der GfK Marktforschung in Nürnberg. Nach verschiedenen Aufgaben im Institut übernahm er im Jahr 2003 als Division Manager den Bereich „Omnibus & Legal Research“. Seine Marktforschungsschwerpunkte liegen in der nationa-

len und internationalen Omnibus- und Ad Hoc Forschung sowie in der empirischen Rechtsforschung.

**Prof. Dr. Eric Horster** ist Studiengangsleiter der Studiengänge International Tourism Management (Bachelor und Master) sowie des berufsbegleitenden Online-Masterstudiengangs Tourismusmanagement der FH Westküste in Heide/Holstein. Seine Arbeits- und Forschungsschwerpunkte realisiert er im dort ansässigen Institut für Management und Tourismus (IMT) in der Digitalen Marktforschung, insbesondere in den Bereichen Suchmaschinenmarketing, User-Experience Design sowie Social Media Management. Er ist Autor des Lehrbuchs „Suchmaschinenmarketing im Tourismus“ sowie vieler weiterer Fachartikel im Themengebiet des digitalen Tourismusmanagements.

**Prof. Dr. Dennis Hürten** ist seit März 2013 Professor für Tourismuswirtschaft, insbesondere Gesundheitstourismus im Studiengang Gesundheits- und Tourismusmanagement an der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen. Er ist Spezialist für empirische Tourismusforschung und interessiert sich neben dem Gesundheitstourismus vorwiegend für aktiv- und kulturtouristische Fragestellungen.

**Jan-F. Kobernuß** ist Geschäftsführender Gesellschafter der ift Freizeit und Tourismusberatung GmbH. Nach seinem Studium zum Dipl.-Geographen in Geographie, Publizistik und Kommunikationswissenschaften arbeitete er als stellvertretender Geschäftsführer beim Fremdenverkehrsverband Lüneburger Heide e.V. Seit 1994 ist er bei ift. Schwerpunkte seiner Arbeit sind touristische Entwicklungskonzepte und Masterpläne, Marktanalysen, Marketingkonzeptionen sowie Organisationsfragen und die praxisorientierte Beratung von touristischen Betrieben, Orten und Regionen. Regelmäßig moderiert Jan-F. Kobernuß im Rahmen zahlreicher Projekte Workshops, bei denen die ergebnisorientierte Ziel- und Maßnahmenfestlegung zusammen mit den Verantwortlichen vor Ort im Mittelpunkt stehen.

**Alexander Koch** studierte Leisure and Tourism Management (BBA hons) an der FH Stralsund sowie International Tourism Management (M.A.) an der FH Westküste in Heide/Holst. Seit 2017 ist er Projektmitarbeiter bei der inspektour GmbH im Bereich Marktforschung mit Schwerpunkt auf der Destination Brand-Studienreihe. Zuvor war er von 2009 bis 2017 Projektmitarbeiter am Institut für Management und Tourismus (IMT) der FH Westküste im Bereich Markt- und Auftragsforschung. In dieser Funktion war er u. a. maßgeblich am Aufbau und der Umsetzung der Destination Brand-Studienreihe beteiligt. Daneben übernahm er verschiedene Lehraufträge im Studiengang International Tourism Management. Seine touristischen Forschungsinteressen umfassen quantitative und qualitative Marktforschungsmethoden, Kooperationsmanagement sowie Markenstatus- und Imageanalysen.

**Wiebke Koch** ist Consultant bei der netzvitamine GmbH. Sie belegte den Studiengang Internationales Tourismusmanagement an der Hochschule Bremen, welchen sie 2012 mit dem Bachelor of Arts abschloss. Nach ihrer ersten beruflichen Station in Österreich, zog es sie 2014 wieder nach Norddeutschland zurück, wo sie zunächst als Trainee Teil des netzvitamine-Teams wurde. Seit Juli 2015 ist Wiebke Koch als Consultant bei der netzvitamine GmbH tätig.

**Anne Köchling** (Diplom-Kauffrau, Master of Tourism Management) war nach ihrem Studium an der Universität Paderborn, der Universidad de Santiago de Compostela (Spanien) und der Freien Universität Berlin als Referentin für Marketingmanagement bei der Deutschen Zentrale für Tourismus e.V. (DZT) in Frankfurt am Main tätig. Anschließend arbeitete sie als Projektmanagerin bei der Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH (TASH) in Kiel. Seit 2010 ist sie Projektleiterin vielfältiger Markt- und Auftragsforschungsprojekte sowie im Bereich Business Intelligence am Institut für Management und Tourismus (IMT) der FH Westküste.

**Manon Krüger** (Diplom-Kauffrau (FH)) ist Projektleiterin im Institut für Management und Tourismus (IMT) der FH Westküste. Von 2006 bis 2008 lag ihre inhaltliche Schwerpunktsetzung im Bereich Qualität und Qualifizierung im Tourismus, seit 2009 in den Bereichen Marktforschung, Controlling und Business Intelligence im Destinationsmanagement. Sie absolvierte ihr Studium der Betriebswirtschaftslehre mit den Schwerpunkten Tourismus und Controlling an der FH Westküste.

**Ralf Kunze**, Dipl.-Kfm., B.A., machte sich nach seinem Studium „International Tourism Studies“ im Bereich der Tourismusanalysen selbstständig. Mit Gründung des EITW Europäischen Instituts für TagungsWirtschaft GmbH an der Hochschule Harz im Jahr 2006 wurde er dort mitarbeitender Gesellschafter. In diesem Rahmen war er in ca. 50 Projekten leitend tätig: bei verschiedenen regionalen Studien sowie der Deutschlandstudie „Meeting- & EventBarometer“ seit 2007. Von 2011 bis 2014 war er zudem wissenschaftlicher Mitarbeiter mit Lehrauftrag an der Hochschule Harz in Wernigerode. Seit 2011 promoviert er zu dem Thema „Ermittlung regional-ökonomischer Effekte des deutschen Tagungsmarktes“.

**Ilka Leutritz** ist Consultant bei der netzvitamine GmbH. Nach ihrem Tourismusmanagement-Studium an der Hochschule Bremen belegte sie den Master-Studiengang Management & Entrepreneurship mit der Vertiefung Marketing an der Leuphana Universität Lüneburg. Seit Anfang 2013 unterstützt sie das netzvitamine Team und schreibt den vierteljährlich erscheinenden #vitaminschub, der als kompakter Blogbeitrag die wichtigsten Infos und Hintergründe zu den Entwicklungen der digitalen Welt, dem eCommerce und dem Tourismus zusammenfasst.

**Prof. Dr. Martin Lohmann** ist Leiter des NIT, Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa, Kiel, ([www.nit-kiel.de](http://www.nit-kiel.de)). Er lehrt außerdem Wirtschaftspsychologie an der Leuphana-Universität Lüneburg und Tourismuspsychologie an der Modul-Universität Wien sowie am MCI in Innsbruck. Der Diplom-Psychologe hat seine wissenschaftliche Ausbildung in Düsseldorf, Kiel und Würzburg erhalten. Tourismuspraktische Erfahrungen sammelte er als Studienreiseleiter. Nach einer Tätigkeit als Assistent am Psychologischen Institut der Universität Würzburg war er von 1984 bis 1991 Referent für Forschung beim Studienkreis für Tourismus in Starnberg.

**Dr. Anselm Mattes** ist Senior Consultant bei DIW Econ. Er ist Experte für Fragen der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung, außenwirtschaftliche Fragestellungen sowie regionalökonomische Wirkungsanalysen. Er hat in leitender Position an der Erstellung des deutschen Tourismus-Satellitenkontos sowie verschiedener regionalökonomischer Tourismusanalysen mitgewirkt. Er hat Beratungsprojekte u. a. für die EU-Kommission, das Bundeswirtschaftsministerium, das Bundesministerium für Arbeit und Soziales und mehrere deutsche Bundesländer sowie verschiedene internationale Auftraggeber durchgeführt. Bevor er zu DIW Econ wechselte, war er wissenschaftlicher Referent am Institut für Angewandte Wirtschaftsforschung (IAW) in Tübingen. Er studierte Wirtschaftswissenschaften an der Universität Hohenheim mit den Schwerpunkten Finanzwissenschaften, Statistik und Ökonometrie sowie Außenwirtschaft und promovierte an der Eberhard-Karls-Universität Tübingen.

**Dr. Carola May** studierte Ethnologie, Geschichte und Religionswissenschaften in Hamburg und Bordeaux. Von 2006 bis 2007 führte sie ethnologische Feldforschungen zur Analyse des Nachhaltigkeitspotentials einer Weltkulturerbestätte in Madagaskar durch. 2011 promovierte sie bei Prof. Dr. Wöhler an der Leuphana Universität Lüneburg. Seit 2012 ist sie Dozentin für Raum, Tourismus und Kultur im Fachbereich Wirtschaft der FH Westküste. Daneben begleitet sie wissenschaftlich beratend das Projekt „ServiceQualität Deutschland“ in Schleswig-Holstein. Ihre Forschungsschwerpunkte liegen in den Bereichen Produktion sozio-kultureller (Tourismus-)Räume, (Welt-)Kulturerbetourismus, Segel-/Outdoortourismus, nachhaltiger Tourismus, slow adventure experiences und qualitative Forschungsmethoden.

**Prof. Peet van der Merwe** is a Professor in Tourism Management at the School for Tourism Management, North-West University (South Africa). He completed his PhD in 2004 and is currently one of the senior researchers at TREES (Tourism Research in Economics, Environs and Society) focusing on Wildlife and Ecotourism. He is a NRF (National Research Foundation) rated researcher, is on the Board Of Directors for N12 Treasure Route and Advisory Board for WRSA (Wildlife Ranching South Africa). He has authored and co-authored 44 peer reviewed articles, 7 accredited conference proceedings, 28 popular articles, 7 chapters and 2 books.

**Sylvia Müller** studierte International Tourism Management (M.A.) und Betriebswirtschaftslehre (Dipl.-Kffr. (FH)) an der FH Westküste. Seit 2007 ist sie als Mitarbeiterin im Institut für Management und Tourismus (IMT) projektleitend für die Primärmarktforschung zuständig. In dieser Funktion war sie u. a. mitverantwortlich für die Entwicklung und Implementierung der DestinationBrand-Studienreihe und der reiseverhaltensbasierten Zielgruppensegmentierung des IMT. Von 2008 bis 2015 lehrte sie zudem im Studiengang International Tourism Management an der FH Westküste. Ihre derzeitigen Forschungsschwerpunkte sind quantitative Befragungsmethoden zum touristischen Nachfrageverhalten sowie zum Tourismusbewusstsein der Destinationsbevölkerung.

**Prof. Albert Postma** (1962) is professor of applied sciences in tourism futures at Stenden University and the European Tourism Futures Institute ([www.etfi.eu](http://www.etfi.eu)). He did his Bsc, MSc and PhD in Spatial Sciences. Since 1990 he has been course leader of the master programme in international leisure and tourism studies, lecturer and researcher. His lecturing has focused on research & statistics, destination marketing and sustainable tourism. His current interests are in monitoring & evaluation, social sustainability and strategic foresight/scenario planning. He applies these themes in education, national and international research projects and disseminates the outcomes in reports, articles, lectures and keynotes at business conferences across Europe. He is co-editor of the book *The Future of European Tourism* and of the *Journal of Tourism Futures* published by Emerald.

**Christian Rast** ist Prokurist der ift Freizeit- und Tourismusberatung GmbH. Als Diplom-Geograph im Studium der Angewandten Geographie/Fremdenverkehrsgeographie mit den Nebenfächern Betriebs- und Volkswirtschaftslehre sowie Soziologie arbeitete er nach seinem Studium als Dozent und Mitarbeiter im Schwerpunkt Tourismus (Prof. Dr. Bernd Eisenstein) des Studiengangs Betriebswirtschaft der FH Westküste. Ehe er im Jahr 2000 als Projektleiter bei der ift anfang, arbeitete er als Projektleiter für Tourismus und Gesellschafter bei FINEIS Institut GmbH. Seither ist er für Masterpläne, Organisationsberatung, Markt-, Standort- und Potenzialanalysen, Betriebskonzepte, Camping, Gartenschauen, Wirtschaftlichkeitsbetrachtungen, Machbarkeitsstudien und Marktforschung verantwortlich.

**Julian Reif**, Dipl.-Geogr., studierte an den Universitäten Bonn und Fribourg Geographie mit den Nebenfächern Soziologie und Ethnologie. Seit 2012 ist er Projektleiter im Bereich touristische Marktforschung im Institut für Management und Tourismus (IMT) der FH Westküste und Referent der Institutsleitung. Von 2012 bis 2015 war er an der FH Westküste zudem Dozent u. a. für Destinationsmanagement, Tourismusmarktforschung und Methodenlehre. Zuvor war er von 2009 bis 2011 als Travel Consultant bei der moveo Studienreisen GmbH tätig. Seine Forschungsinteressen sind touristische Nachfragetrends, Städtetourismus, Auswirkungen des Tourismus und Aktionsräumliches Verhalten.

**Prof. Dr. Ulrich Reinhardt** hält eine Professur für Empirische Zukunftsforschung am Fachbereich Wirtschaft der FH Westküste in Heide. Zudem ist er Wissenschaftlicher Leiter der BAT-Stiftung für Zukunftsfragen. Seine Forschungsschwerpunkte umfassen u. a. den gesellschaftlichen Wandel, das Freizeit-, Konsum- und Tourismusverhalten sowie die Arbeitsforschung. Er ist Autor zahlreicher Publikationen, Herausgeber des Innovationsmagazins „i-future“ und Mitherausgeber der internationalen Fachzeitschrift „European Journal of Futures Research“.

**Dr. Dirk Schmücker**, geboren 1967, ist seit 2007 Leiter Forschung am NIT. Nach einer Berufsausbildung zum Reiseverkehrskaufmann und Studium der Kulturwissenschaften promovierte er bei Professor Edgar Kreilkamp an der Universität Lüneburg. Er war freier Mitarbeiter beim Studienkreis für Tourismus in Starnberg, wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Universität Lüneburg (Tourismusmanagement und Strategisches Management) und Mitgründer des Beratungsunternehmens Project M. Seine Arbeitsschwerpunkte sind Informations- und Entscheidungsverhalten, außerdem unterrichtet er empirische Methoden an verschiedenen Hochschulen.

**Rebekka Schmudde** (M.A.) studierte International Tourism Management an der FH Westküste in Heide/Holstein. Seit 2012 ist sie Projektmitarbeiterin im Institut für Management und Tourismus (IMT) der FH Westküste im Bereich Markt- und Auftragsforschung. Ihre Interessenschwerpunkte bilden die quantitativen Marktforschungsmethoden im Tourismus, der Natur- und Abenteuer-tourismus sowie der Reittourismus.

**Prof. Dr. Michael-Thaddäus Schreiber** lehrt seit 1998 Destinations- und Kongressmanagement an der Hochschule Harz in Wernigerode. Gleichzeitig leitet er seit 2006 als Geschäftsführer das Europäische Institut für TagungsWirtschaft. Das Institut erstellt u. a. das Meeting- & EventBarometer für Deutschland und führt Forschungsarbeiten zu innovativen Themen in der Veranstaltungswirtschaft durch. Vor seiner Zeit als Hochschulprofessor war Dr. Schreiber in Frankfurt am Main und in der Hansestadt Lübeck als Tourismus- und Kongressdirektor tätig. Er hat über Marketing im Großstadttourismus promoviert und in den letzten Jahren zahlreiche Publikationen zum MICE-Markt in Fachbüchern und Zeitschriften veröffentlicht. Der Autor ist Mitglied in zahlreichen Fachverbänden (z. B. Aiest, DGT, MPI) und Fachbeiräten (z. B. Green Meetings Deutschland).

**Michael Schütz** ist Diplom-Psychologe mit dem Schwerpunkt Markt- und Medienpsychologie. Er ist spezialisiert auf qualitative Forschung und insbesondere Methoden der psychologischen Morphologie. Seit 1995 arbeitet er in der psychologischen Kultur-, Markt- und Medienforschung und ist Gründer und Geschäftsführer von INNCH – innovation guided by research.

**Prof. Elmarie Slabbert** is a Professor in Tourism Management at the School for Tourism Management, North-West University (South Africa). She completed her PhD in 2005 and is currently one of the senior researchers at TREES focusing on travel behaviour, the socio-cultural impact of tourism and marketing issues. She is the Chairperson of the Southern African Institute for Management Scientists and Deputy-Chairperson of the Tourism Educators of South Africa. She has authored and co-authored 35 peer reviewed articles and eight accredited conference proceedings. She is currently serving on the Research Forum of the Minister of Tourism. In 2013, she was the second-runner up for the Women in Science Award by the Department of Science and Technology.

**Ulf Sonntag**, geb. 1974, Diplom Geograph ist Prokurist und Leiter Marktforschung im Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa (NIT) in Kiel ([www.nit-kiel.de](http://www.nit-kiel.de)). Unter anderem ist er hier verantwortlich für die Vorbereitung und Durchführung der Reiseanalyse der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (FUR).

**Moritz Sporer** studierte Geographie und Politikwissenschaft an der Ludwig-Maximilians-Universität München. Seit 2016 ist er Consultant für Regionalökonomie der dwif-Consulting GmbH München. Zu seinen Schwerpunkten zählen Berechnungen zum Wirtschaftsfaktor Tourismus, das Thema Tourismus und Einzelhandel sowie Marktforschung und Monitoring.

**Ralf Trimborn** ist geschäftsführender Gesellschafter und Gründer der inspektour GmbH. Er hat sein Studium an der FH Westküste in Heide/Holst. und an der Fern-Universität Hagen mit den Schwerpunkten Tourismus, Marketing und Kultur absolviert. Herr Trimborn ist seit 2001 Berater und praxisorientierter Entwickler im Tourismus und in der Regionalentwicklung sowie Dozent an unterschiedlichen Hochschulen, Qualitätsdozent der Initiative ServiceQualität Deutschland, Gutachter bei Akkreditierungsverfahren und Prüfer für unterschiedliche Zertifizierungssysteme. Darüber hinaus ist er Vorstand für Reise und Touristik beim ADAC Hansa e.V. Er hat bereits weit über 300 Projekte und Prozesse erfolgreich begleitet und bearbeitet.

**Dr. Petra Trimborn** ist seit 2015 Prokuristin der inspektour GmbH sowie Projektleiterin der DestinationBrand-Studienreihe. Ihr Studium der Tourismusgeographie in Kombination mit Marketing sowie Stadt- und Regionalplanung absolvierte sie in Trier. Ein Stipendium des Landes Schleswig-Holstein sowie der FH Westküste unterstützte ihre Promotion über Destinationsmarken und deren Markenstärke. Zudem war sie für fünf Jahre Projektleiterin eines EU-Großprojektes an der Leuphana Universität Lüneburg sowie für Steigenberger Consulting GmbH, die Fraport AG sowie THR Tourism Consultants (Barcelona) tätig. Neben dem Schwerpunkt Destina-



tionsmarken beschäftigt sich Petra Trimborn bei inspektour weiterhin mit Regionalentwicklung und dem Nachhaltigen Tourismus.

**Philipp Wagner**, geb. 1986, Magister der Naturwissenschaften (Fachbereich Geographie, Schwerpunkt Tourismusforschung), ist wissenschaftlicher Mitarbeiter im Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa (NIT) in Kiel ([www.nit-kiel.de](http://www.nit-kiel.de))

**Dr. Manfred Zeiner**, Studium der Diplom-Volkswirtschaftslehre und Promotion zum Dr. oec. publ. mit dem Thema „Saisonverlauf im Reiseverkehr Ursachen – Messmethoden – ökonomische Bedeutung“ an der Ludwig-Maximilians-Universität in München. Zunächst wissenschaftlicher Mitarbeiter, später stellvertretender Geschäftsführer des Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr e.V. an der Universität München (dwif). Seit 2003 Geschäftsführer der dwif-Consulting GmbH München, seit 2009 geschäftsführender Gesellschafter. Zu seinen Schwerpunkten zählen Berechnungen zum Wirtschaftsfaktor Tourismus, Organisationsberatung, Moderation von Workshops und (Groß-)Veranstaltungen sowie Grundlagenstudien im Tourismus.

**Kai Ziese**, geboren 1967, Diplom-Volkswirt (1993 an der Universität Kiel, Schwerpunkte: Regionalforschung und Ökonometrie) ist seit 2007 Leiter Strategie und Entwicklung im NIT und befasst sich seit 1995 für das NIT mit Projekten aus dem Gebiet der Zielgebietsmarktforschung. Dazu gehören Übernachtungsgästekbefragungen, Besucherbefragungen, Event-Checks usw. Außerdem entwickelt er mit den Kunden des NIT gemeinsam marktforschungsbasierte Entwicklungsstrategien für das Marketing und die Infrastrukturausstattung in den jeweiligen Destinationen bis hin zu Machbarkeitsstudien, Förderanträgen etc.