

Befragung zum 2. Seestadtfest Bremerhaven 2017:

- Besucherstruktur/-verhalten
- Besucher-Prioritäten
- Ausgaben
- Zufriedenheit
- Vergleich mit 2016

durchgeführt von:

ITF Research GmbH

Bremerhaven

Kontakt:

Corinna.Ohlgoge@itf-research.de



Übersicht Befragungsaufbau / Aufbau der Präsentation

Befragung zum Seestadtfest Bremerhaven vom 26.-29.5.2017

Befragungs-Standorte: Neuer Hafen Ost/West, Alter Hafen/DSM, Innenstadt

Befragte: 500 Besucher des Festgeländes (Bremerhavener und Auswärtige)

(von Mittwoch bis Sonntag jeweils 100 Interviews)

Allgemeiner Teil

- Gästetypen des Seestadtfestes
- Aufenthaltsdauer auf dem VA-Gelände
- Übernachtungsgäste: Unterkunft und Aufenthaltsdauer in Bremerhaven
- Informationsverhalten
- Ausgaben
- Besuchstage

Spezieller Teil

- Erwartungen an das Seestadtfest
- Wichtigkeit von Attraktionen und Angeboten
- Beliebtheit der Attraktionen und Angebote
- Gesamt-Zufriedenheit

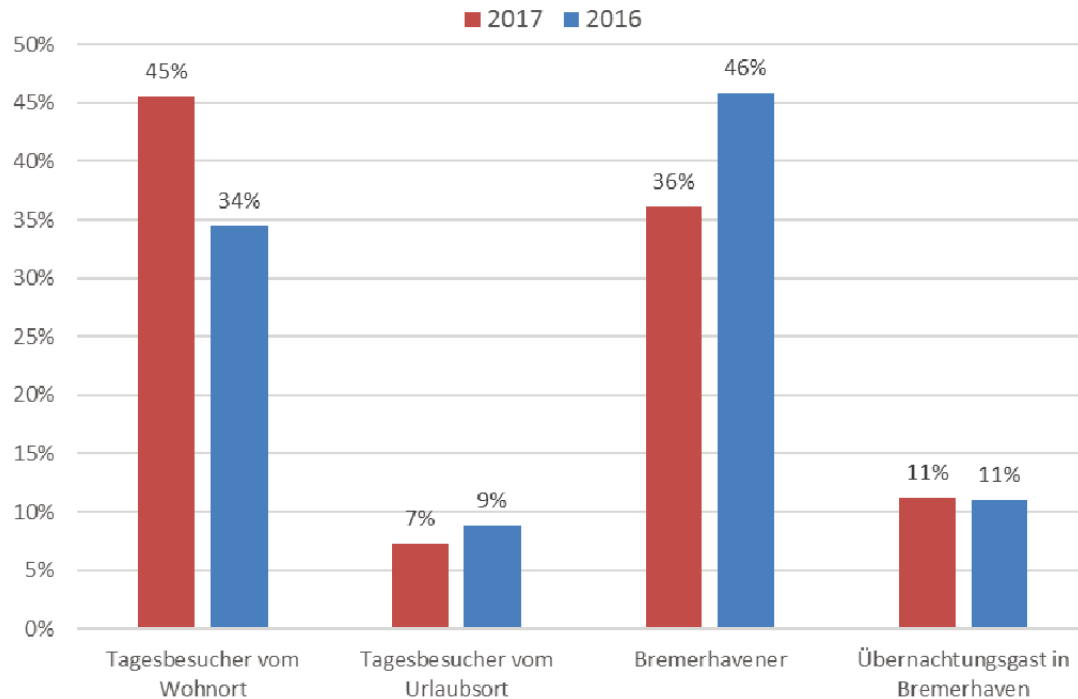
Angaben zur Person

- Erst-/ Wiederholungsbesuch
- Alter
- Geschlecht
- Herkunft

Rückblick / Empfehlungen

Gästetypen: Seestadtfest 2017 wirkt attraktiver in die Region hinein

Gäste des SeeStadtFestes 2017 und 2016



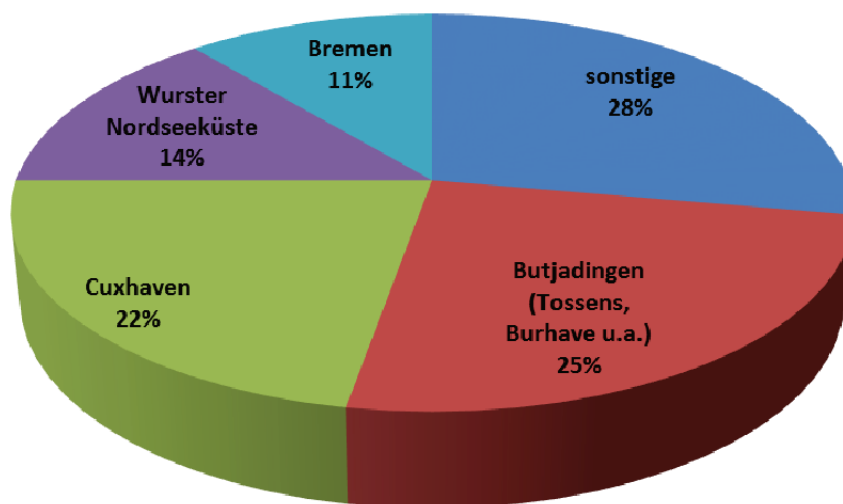
Anteil der Tagesbesucher vom Wohnort steigt von 34% (2016) auf 45% (2017)

Herkunft der Tagesbesucher vom Wohnort:

- 43% LK Cuxhaven / Bremer Umland
- 17% Bremen Stadt
- 10% Weser-Ems
- 7,5% Raum Niederelbe und HH
- 5% Raum Hannover
- 17,5% sonstige

Tagesbesucher vom Urlaubsort (7% aller Besucher): Seestadtfest attraktiv für Urlauber in der Region und in Bremen

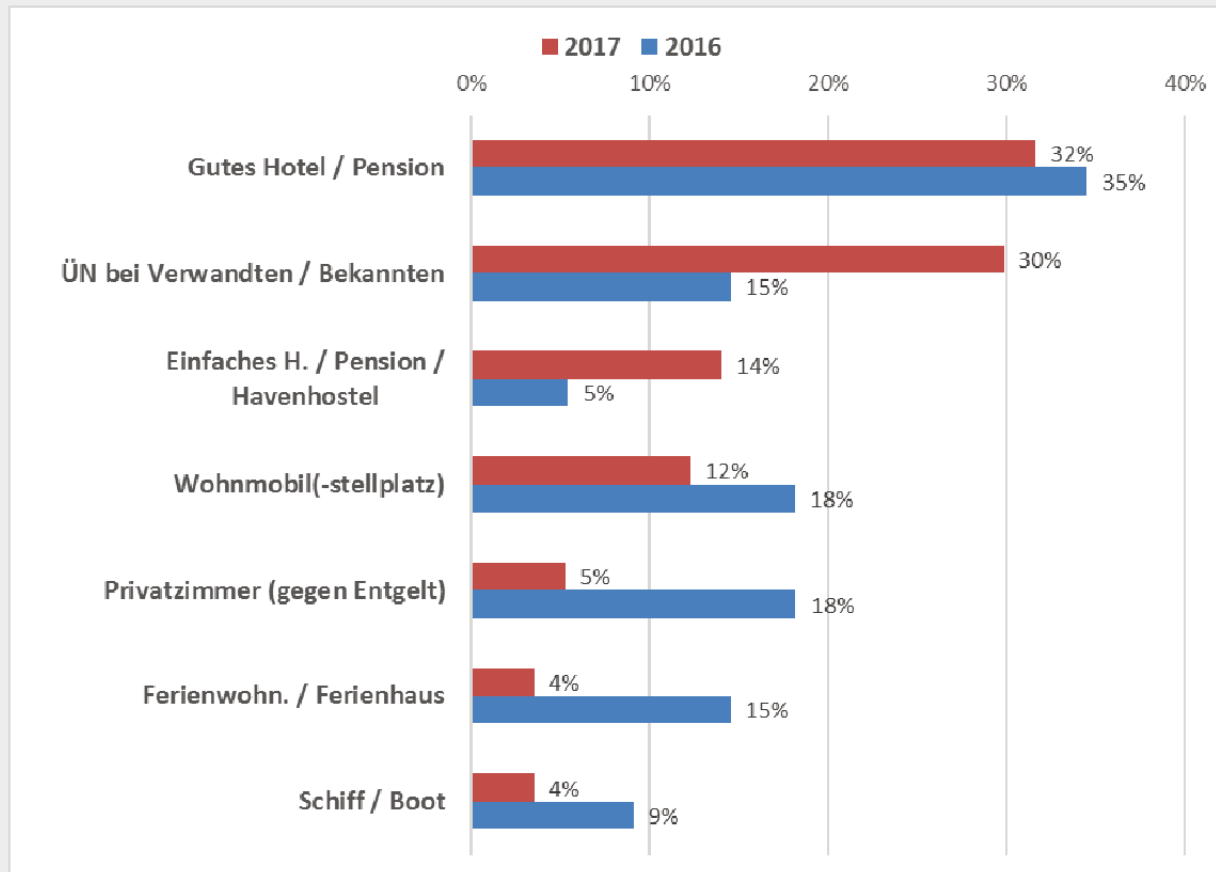
Urlaubsorte der Gäste vom Urlaubsort



Tagesgäste vom Urlaubsort kommen überwiegend aus den direkt angrenzenden Urlaubsgebieten

- Butjadingen,
- Cuxhaven und
- Wurster Nordseeküste sowie aus der
- Stadt Bremen

Übernachtungsgäste (11% aller Besucher): Mehrheit übernachtet auch 2017 in guten Hotels, „Sofatourismus“ stark angestiegen

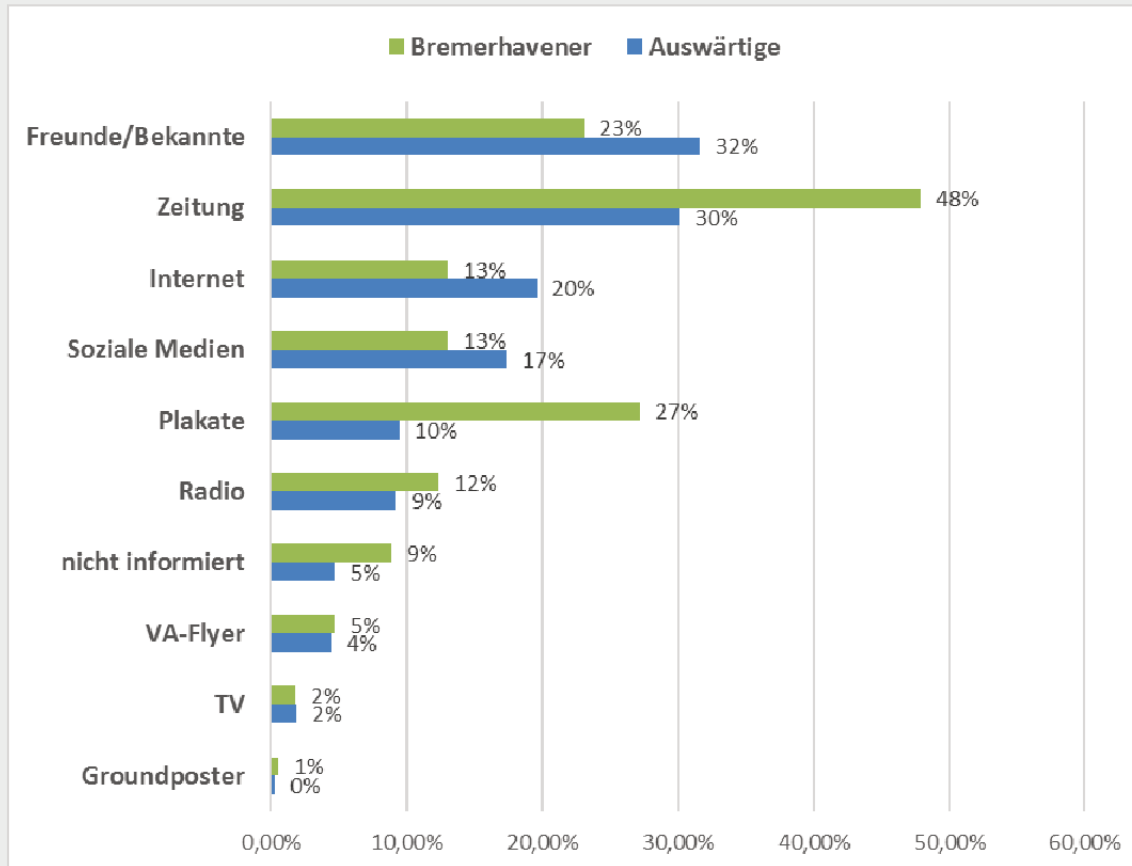


Durchschnittliche
Aufenthaltsdauer aller
Übernachtungsgäste:

3,9 Tage

Hotelgäste: 2 – 4 Tage

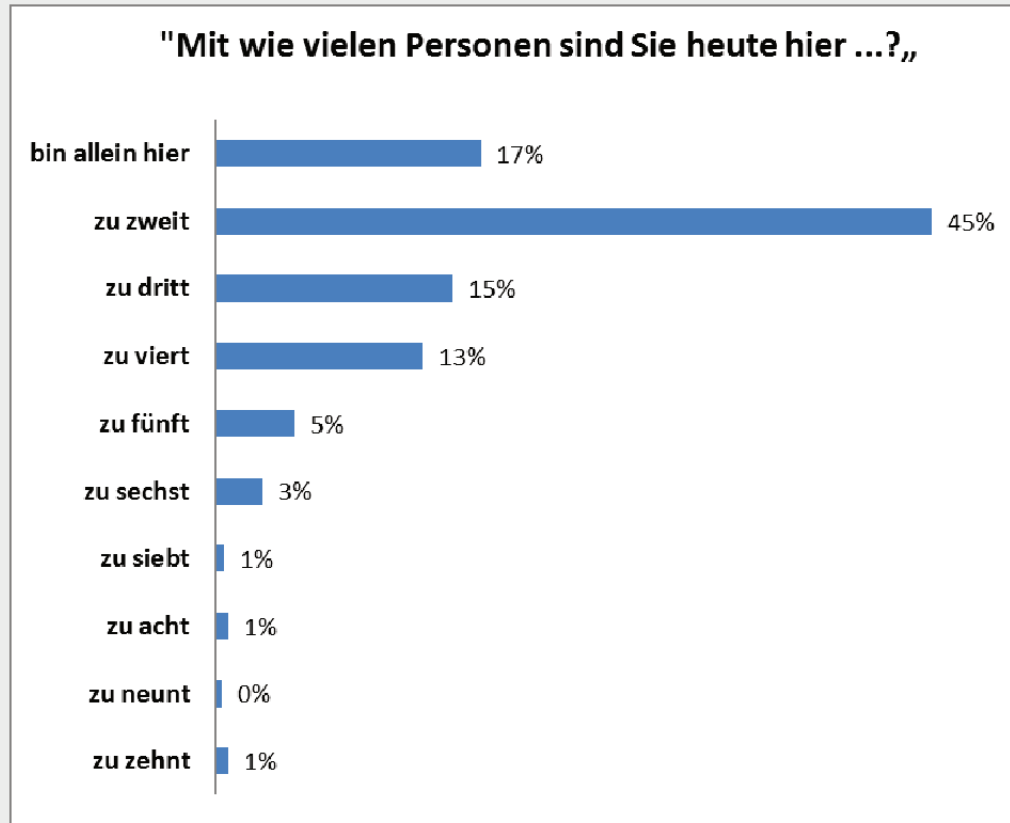
Informationsverhalten 2017: die Hälfte der Bremerhavener wurde über die Zeitung erreicht



- **Freunde/Bekannte sind wichtigstes Info-Medium der Auswärtigen, gefolgt von der Zeitung**
- *Die Grenzen zwischen den Informations-Quellen „Freunde/Bekannte“ und „Soziale Medien“ dürften, je nach Einordnung durch die Probanden, inzwischen fließend sein.*

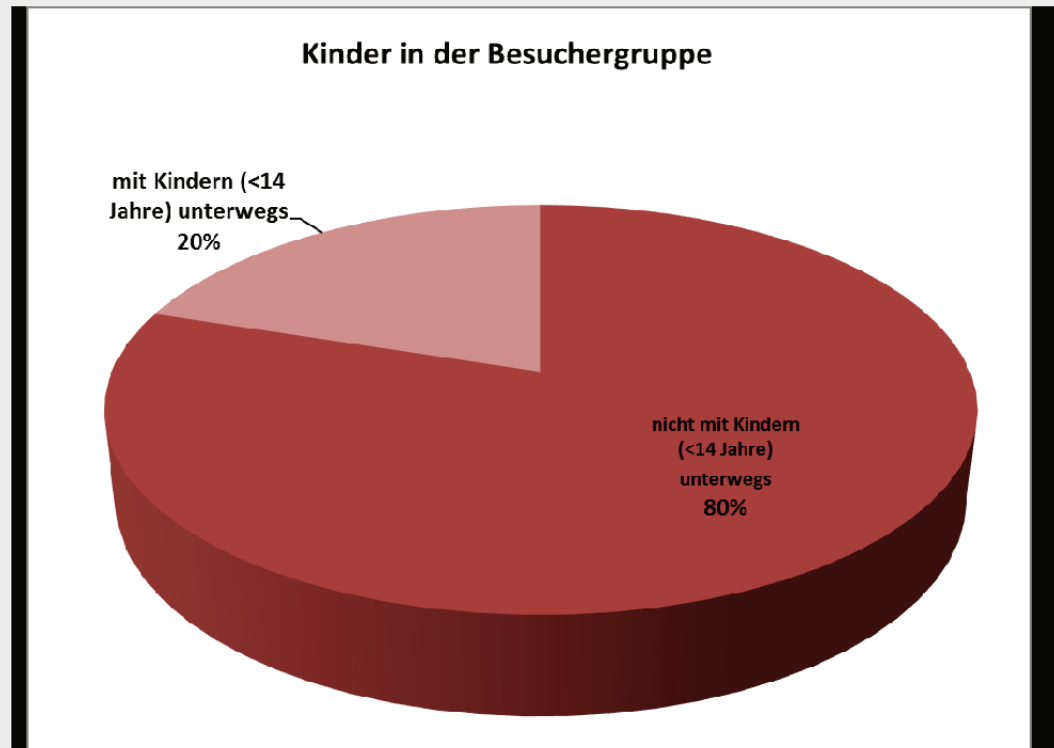
Hinweis:
2017 erstmalig erfragt, daher kein Vergleich mit 2016 möglich.

Gruppenstruktur 2017: die meisten Besucher (fast die Hälfte) kommen zu zweit auf das Festgelände



Kinder in der Besuchergruppe:

Anteil der Besucher mit Kindern verringert sich von 26% (2016) auf 20% (2017)



Ausgaben auf dem Festgelände: gegenüber 2016 gestiegen; Auswärtige geben deutlich mehr aus

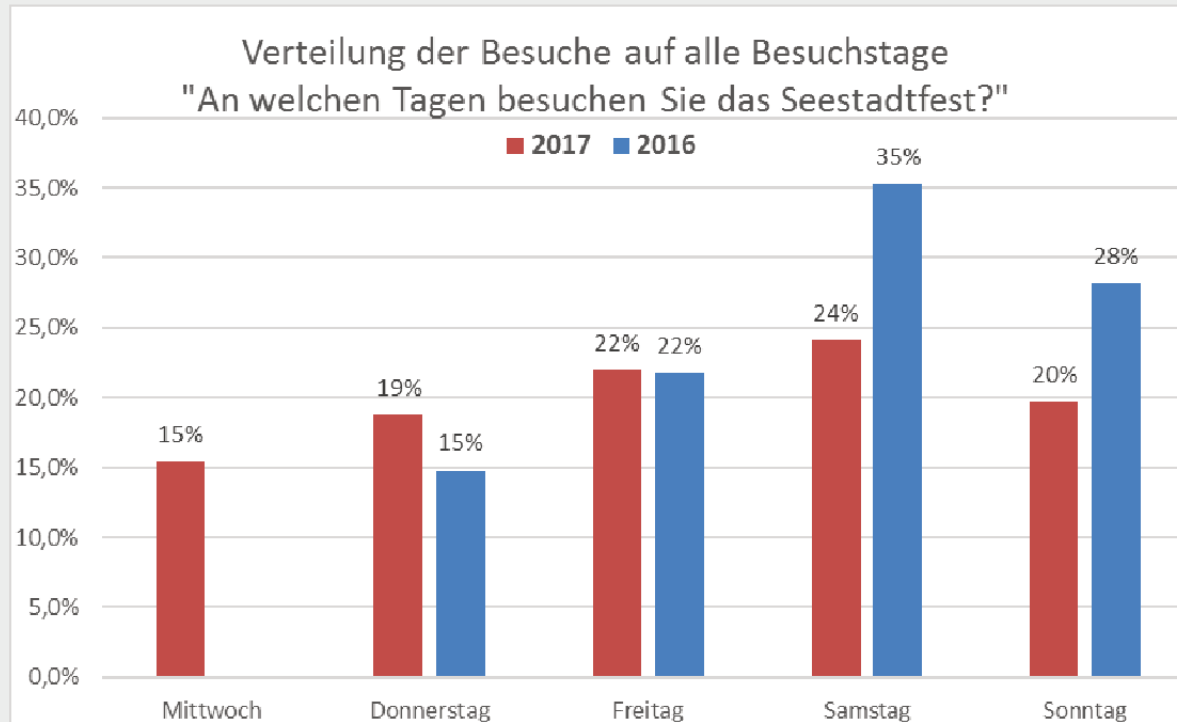
- **Durchschnittliche Ausgaben (gesamt ohne Unterkunft) pro Person und Tag über alle Besucher:**

25,50 Euro (2016: 21,15 Euro)

darunter:

- **Bremerhavener : 13,59 Euro (2016: 17,33 Euro)**
 - **Auswärtige: 30,06 Euro (2016: 24,19 Euro)**
-
- **Durchschnittliche Ausgaben von Übernachtungsgästen pro Person und Tag inkl. Unterkunft: 133,85 Euro**

Seestadtfest-Besuchstage 2017: Samstag und Freitag besonders beliebt, viele kommen mehrmals



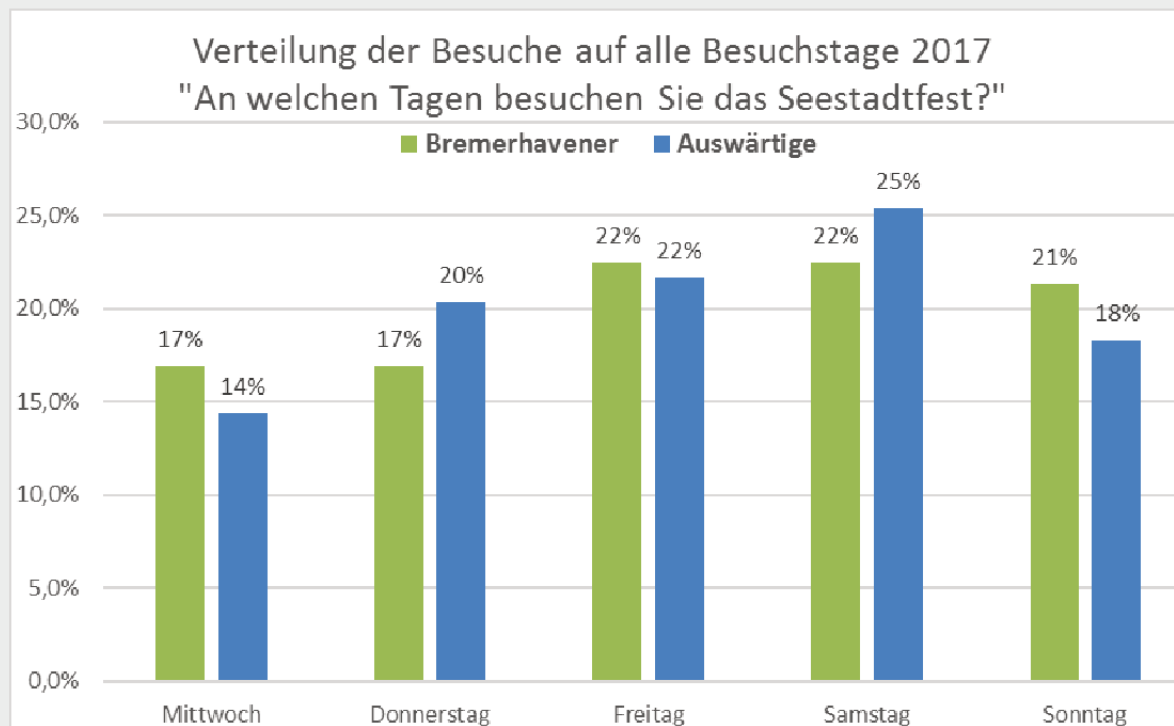
Mittlere Anzahl der Besuche je Besucher:

1,9 (genau wie 2016)

Gegenüber 2016 konnte das Fest deutlich entzerrt werden:

- durch Zusatztag Mittwoch
- durch Donnerstag = Feiertag
- durch Freitag = Brückentag

Seestadtfest-Besuchstage 2017: Auswärtige bevorzugten Donnerstag und Samstag



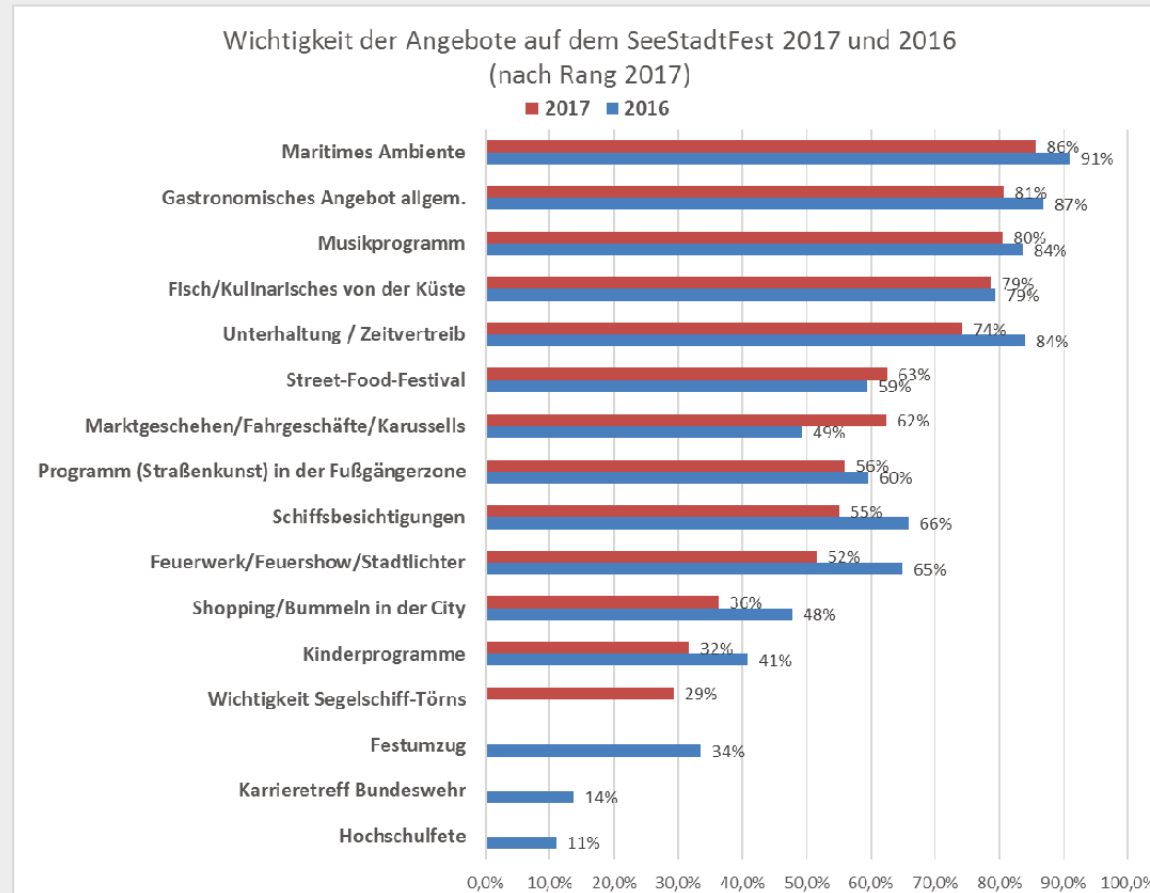
Erwartungen an das Seestadtfest 2017 (offene Frage): häufige Antworten nach Rang

- *viele schöne Schiffe,*
- *gutes / leckeres Essen,*
- *einfach Spaß,*
- *Kinderprogramm / Kinderangebote,*
- *gutes Wetter,*
- *Fisch,*
- *gute Musik,*
- *nette Leute,*
- *Feuerwerk,*
- *Unterhaltung,*
- *gute Stimmung,*
- *Freunde treffen,*
- *gute Laune, Konzerte,*
- *Maritimes Flair,*
- *Programm,*
- *viele Besucher*

Erwartungen an das Seestadtfest 2017 (offene Frage): weitere Nennungen und Anmerkungen

*Abendprogramm, **Abwechslung**, abwechslungsreiches Programm mit maritimen Flair, Musik-Acts waren nicht ansprechend, Atmosphäre, Bekannte treffen am Hafen, bessere Parkmöglichkeiten, beste Unterhaltung, Boot (Polizei), **Bühnenauftritte**, buntes, vielfältiges Angebot, das es so wird wie 2010, dass man gut unterhalten wird, eine friedliche Feier, einen schönen Abend verbringen, einen schönen Tag mit der Familie, einen schönen Tag verbringen, Entertainment, Feuershow, Feuerwerk, Fischgerichte, Buspreise (ÖPNV) zu hoch, viele Stände, keinen Sonnenbrand, Klimahaus, Konzert, Kulturprogramm, Leute kennenlernen, Lichtshow muss besser sein, **Maritimes**, Musik & Leute, Neugier, Partnerstädte, preiswertere Getränke bitte, Pulled Chicken, Schiffe sehen (von außen), **schönen Tag** mit der Familie haben, schönes Ambiente, Shanty Chöre, Shows, so schön wie 2016, Sonne, Spaß mit Freunden, Spaß ohne Zwischenfälle, Spaß und Schiffe, Spaß und viele Leute, Unterhaltung und gutes Wetter, verschiedene Angebote, verschiedenes Essen, viele Angebote, viele Stände, viele Stände für Familien, **guten Fisch** essen, Vielfalt, weiterhin gute Musik auf den Bühnen, einen Mann kennenlernen, zum Mittelaltermarkt fehlt ein Hinweisschild*

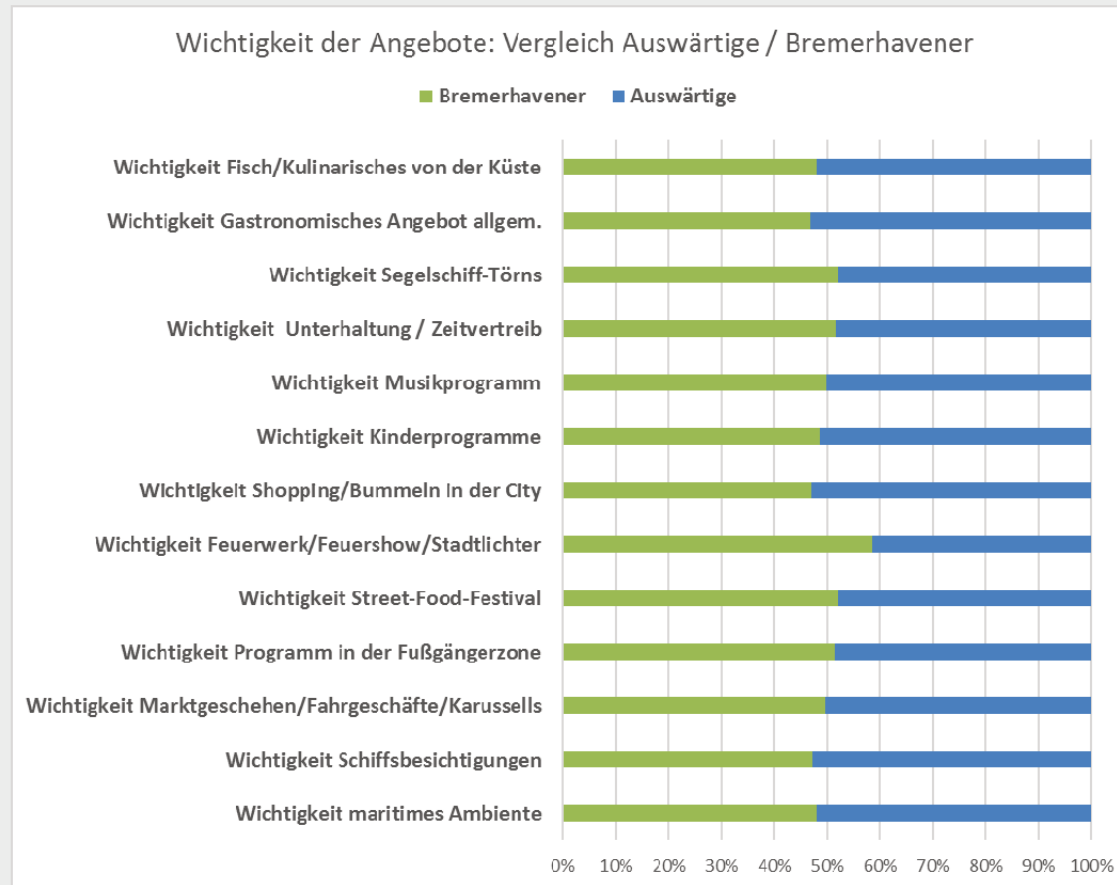
Wichtigkeit der Angebote 2017: Zuwächse bei den nicht-maritimen Elementen Street-Food und Marktgeschehen



Top 4 (wie 2016):

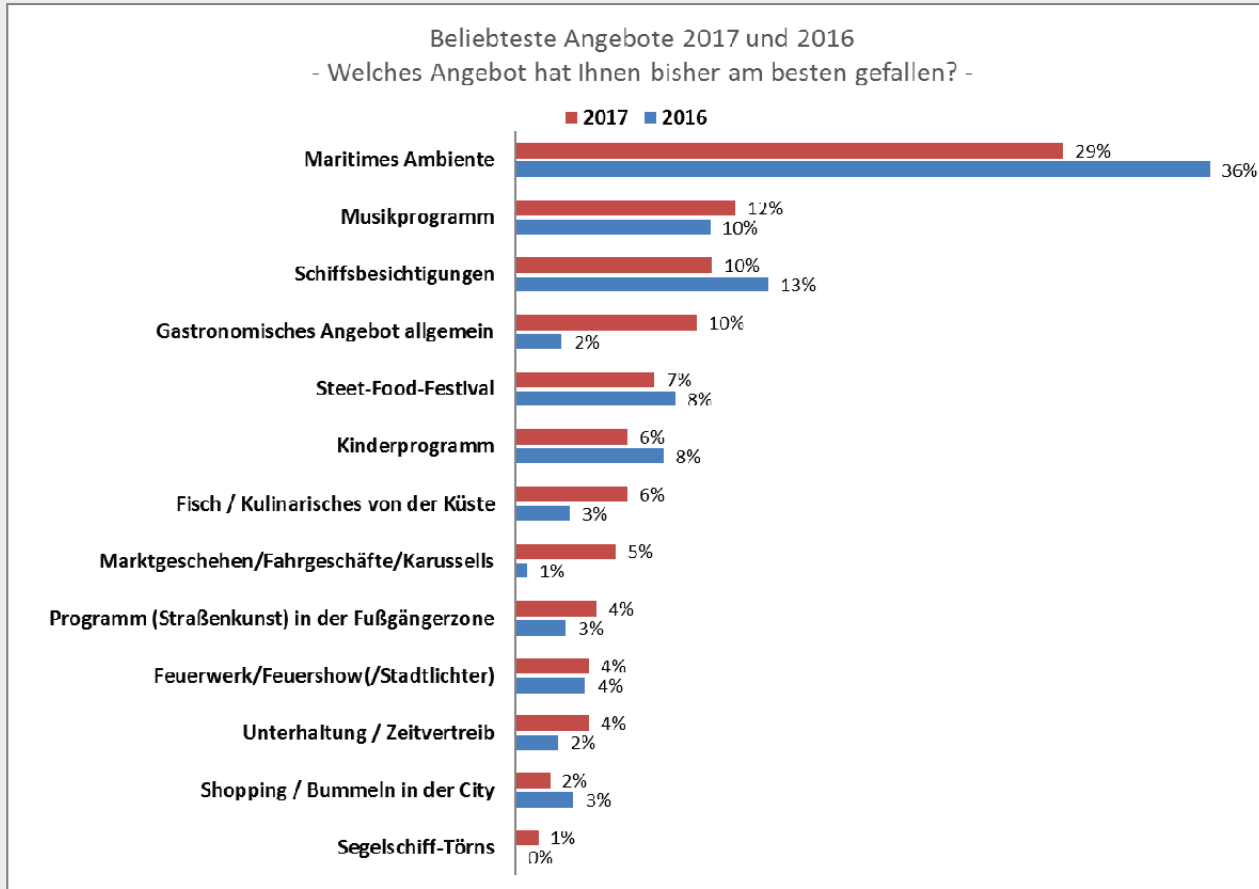
- Maritimes Ambiente,
- Gastronomisches Angebot
- Musikprogramm
- Fisch/Kulinarisches von der Küste

Wichtigkeit der Angebote 2017: kaum Unterschiede zwischen Auswärtigen und Bremerhavenern, mit Ausnahme des Feuerwerks



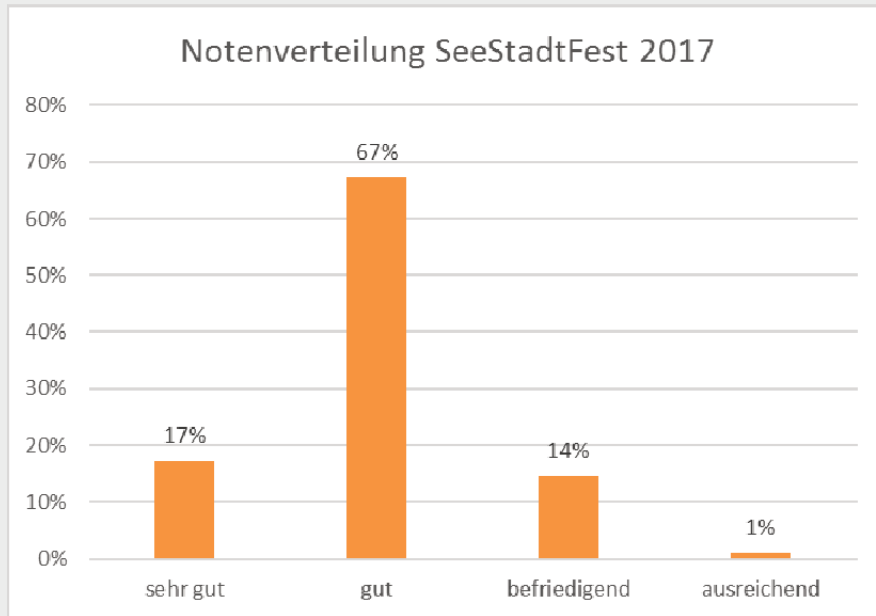
Beliebteste Angebote:

Maritime Elemente verlieren an Beliebtheit, Unterhaltungsangebote, das gastronomische Angebot allgemein und Fisch/Kulinarisches gewinnen

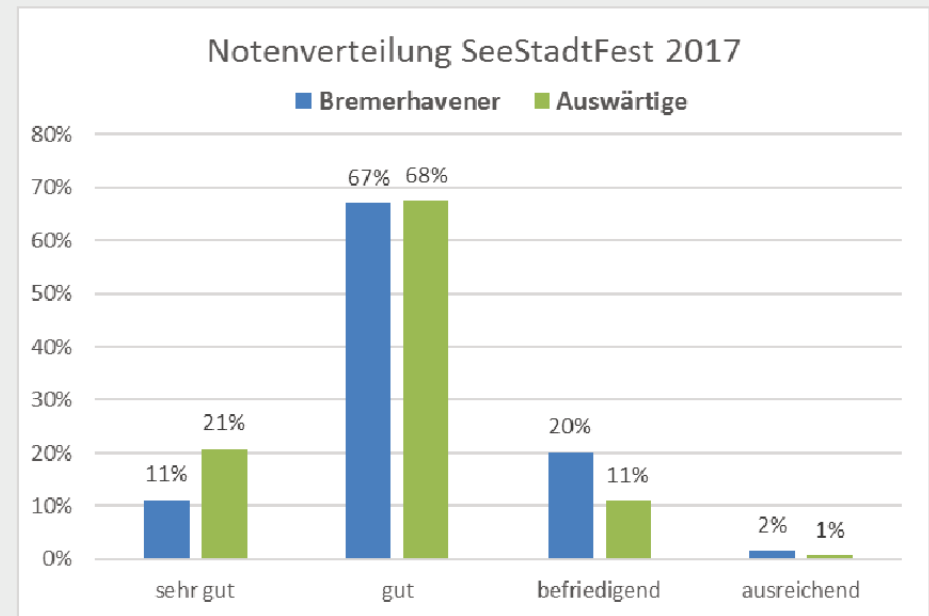


- **Maritimes Ambiente**, (2016 ebenfalls Rang 1), allerdings deutlich gefallen,
- gefolgt von **Musik** (2016 Rang 3) und
- **Schiffsbesichtigungen** (2016 Rang 2).

Zufriedenheit: Durchschnittsnote 2,0 (wie 2016), Auswärtige etwas zufriedener als Bremerhavener

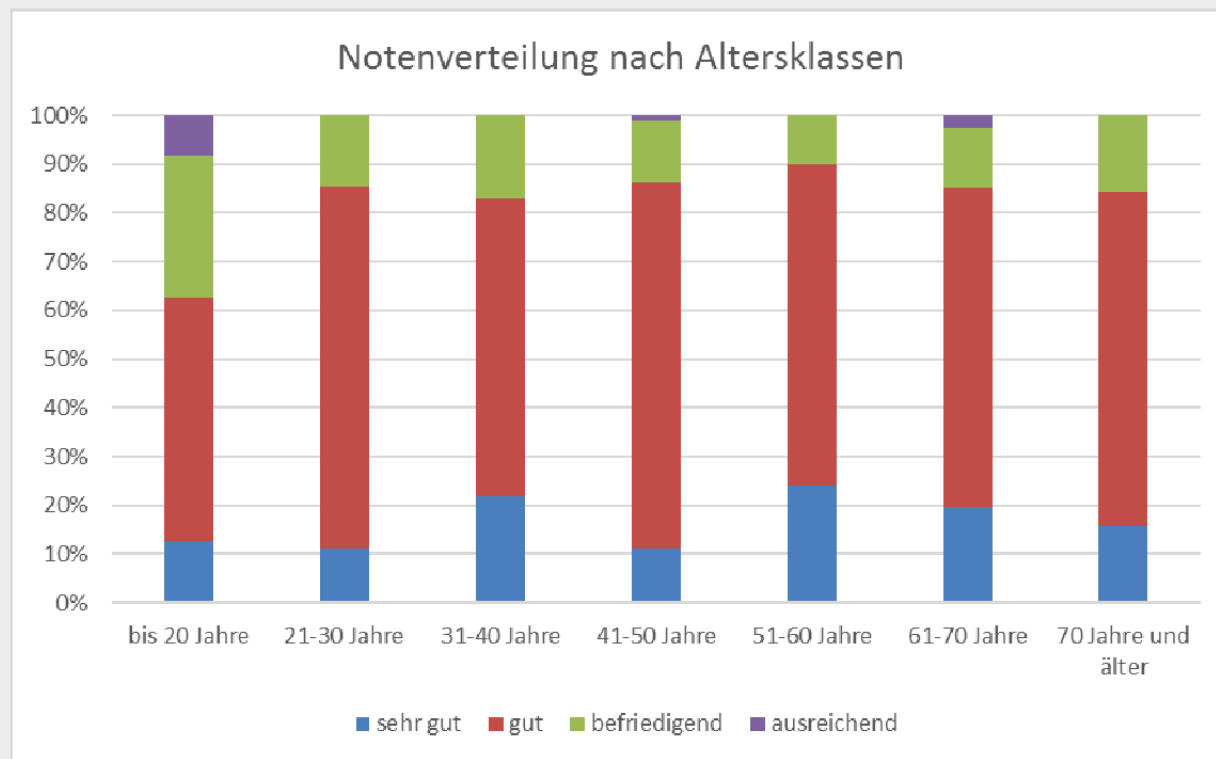


Durchschnitt über alle: 2,0

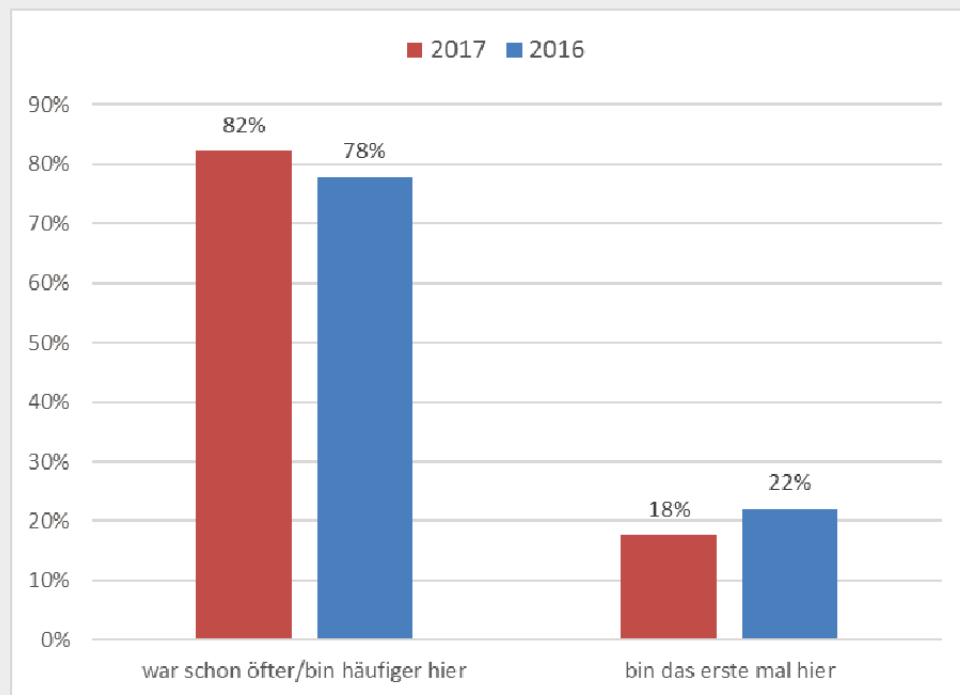


**Durchschnitt Bremerhavener: 2,1
Durchschnitt Auswärtige: 1,9**

Zufriedenheit: signifikante Unterschiede zwischen den Altersgruppen; Jugendliche (14 bis 20 Jahre) kritischer



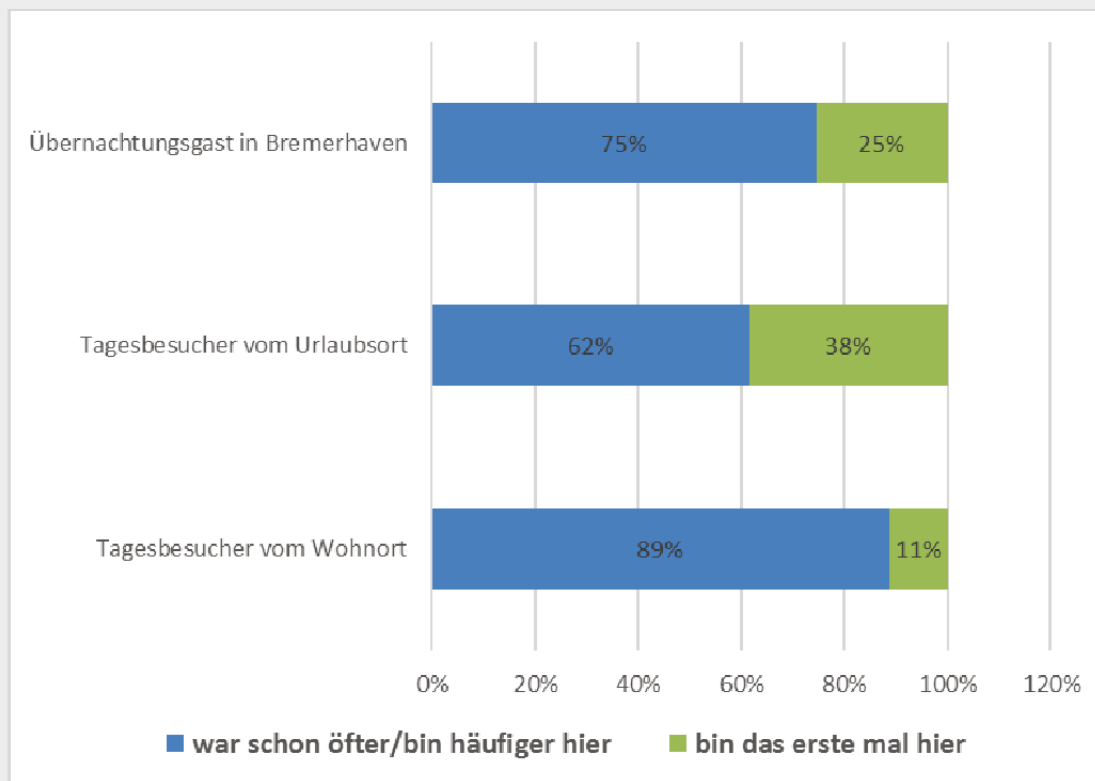
Anteil Erstbesucher in Bremerhaven 2017 (nur Auswärtige): mit 18% (2016 22%) gesunken



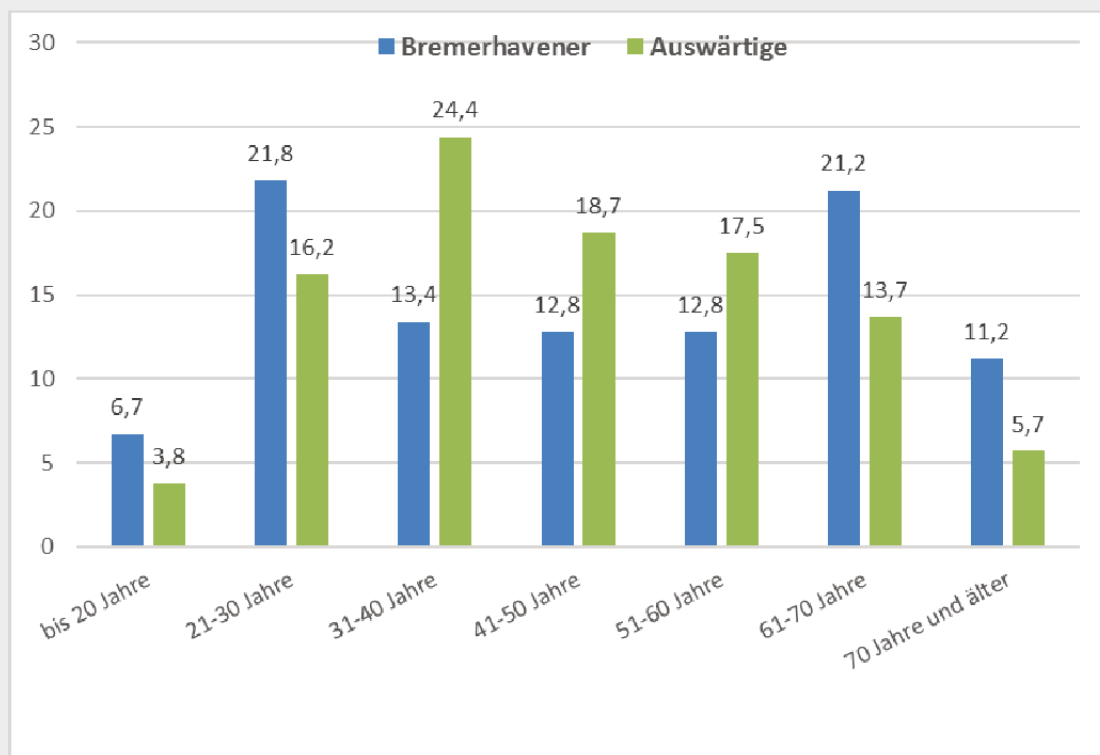
Zum Vergleich: Gästeanalyse 2016

- **Erstbesucheranteil (Touristen) bei 20%**

Anteil Erstbesucher in Bremerhaven 2017 (nur Auswärtige): Die meisten Erstbesucher (38%) unter Tagesgästen vom Urlaubsort



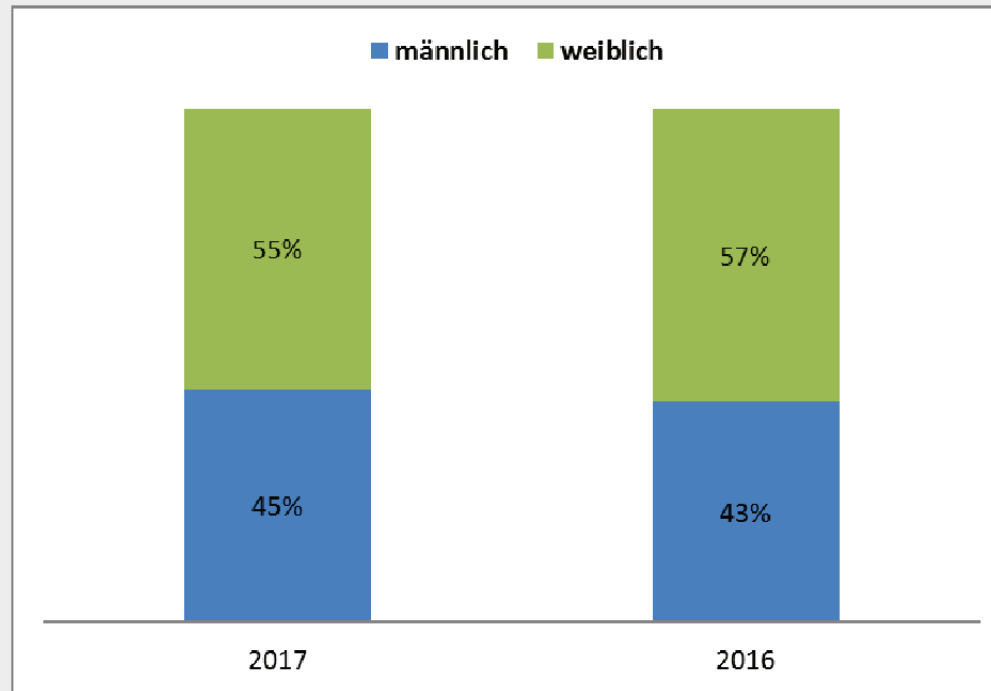
Alter der Besucher 2017: unter Bremerhavenern mehr junges und älteres Publikum; unter Auswärtigen mittlere Altersgruppen stärker besetzt



Altersdurchschnitt:

- Bremerhavener 47 Jahre (2016: 46 J.)
- Touristen 45 Jahre (2016: 47 J.)

Geschlecht: auch 2017 mehr Frauen unter den Seestadtfest-Gästen



Rückblick und Empfehlungen: Schärfung des maritimen Profils

- **Erstmalig liegt hier eine Vergleichsmöglichkeit für das neue Format des Seestadtfests vor.**
- **Die Bedeutung des maritimen Charakters (Wichtigkeit und Zufriedenheit) hat auf dem Seestadtfest 2017 leicht zugunsten von nicht-maritimen Elementen abgenommen.**
- **Die Zieldefinition (Maritimität) für das neue Format Seestadtfest sollte für 2018 dringend geschärft werden.**
- **Das Musikangebot ist für zahlreiche Besucher von großer Bedeutung. Für die verschiedenen Alters- bzw. Zielgruppen müssen Angebote bereitgehalten werden.**
- **Kinder sollten weiterhin mit nichtkommerziellen Angeboten auf die Veranstaltung gelockt werden. Es sollte (s.o.) aus dem Bereich maritimer Aktivitäten kommen. Hierfür sollten Vereine gewonnen werden (z.B. Wassersportvereine), die damit PR-Arbeit und Nachwuchsförderung verbinden.**
- **Der Mittelaltermarkt sollte fester Bestandteil des Seestadtfestes bleiben. Es sollte eine inhaltliche Verbindung zur Hansezeit (Zeit des Koggenbaus) hergestellt werden.**
- **Die Partnerstädte Bremerhavens sollten besser eingebunden und der gemeinsame maritime Charakter in kleinen Ausstellungen (z.B. Stadtmodelle) herausgestellt werden.**