



GÄSTEBEFRAGUNG EMSLAND 2025

Ergebnisbericht

Sebastian Geiger, Senior Consultant

Dezember 2025

Details zur Untersuchung

METHODIK

- Anonyme Online-Befragung der privaten Übernachtungsgäste im Emsland
- Befragungszeitraum: April bis Oktober 2025
- Auswertbare Gesamtstichprobe: n = 1.038
- Fragebogenentwurf: dwif-Consulting GmbH in enger Absprache mit Emsland Tourismus GmbH
- Programmierung und Umsetzung: dwif-Consulting GmbH
- Streuung des Online-Befragung: Emsland Tourismus GmbH
- Gewichtung der Interviews nach Saison (Monaten) und Unterkunftsart entsprechend der tatsächlichen Übernachtungsstruktur im Emsland (bestmögliche Repräsentativität).
- Die Werte der nachfolgenden Auswertungen sind gerundet.

Details zur Untersuchung

INHALTE DER BEFRAGUNG (AUSWAHL)

- Gästestruktur/Soziodemographie (Alter, Herkunft, Einkommen etc.)
- Besuchserfahrung
- Allgemeines Reiseverhalten (Anreiseverkehrsmittel, Mobilität vor Ort, Unterkunftsart, Reisebegleitung, etc.)
- Gründe für die Destinationsentscheidung
- Buchungsverhalten
- Aktivitäten vor Ort / Urlaubsarten
- Qualitätsindikatoren: Gesamtzufriedenheit und Zufriedenheit mit Teilauspekten in den Bereichen Angebote/Aktivitäten/Dienstleistungen (u.a. Unterkunft, Gastronomie, Preis-Leistungs-Verhältnis)
- Weiterempfehlungs-/Wiederbesuchsabsicht
- etc.

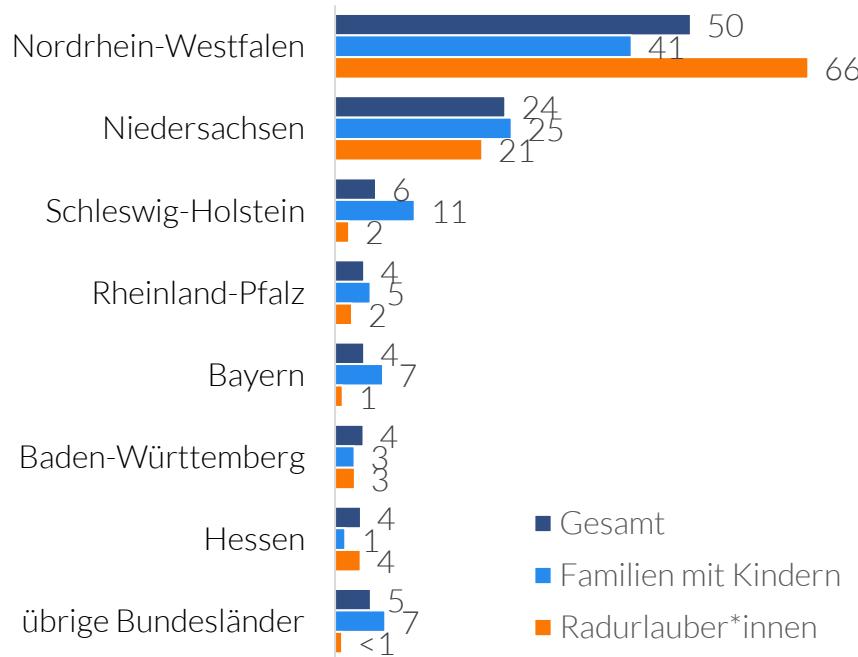


GÄSTESTRUKTUR

Urlaubsgäste kommen vor allem aus den nahen Bundesländern

Wo haben Sie Ihren ständigen Wohnsitz?

(Angaben in %)



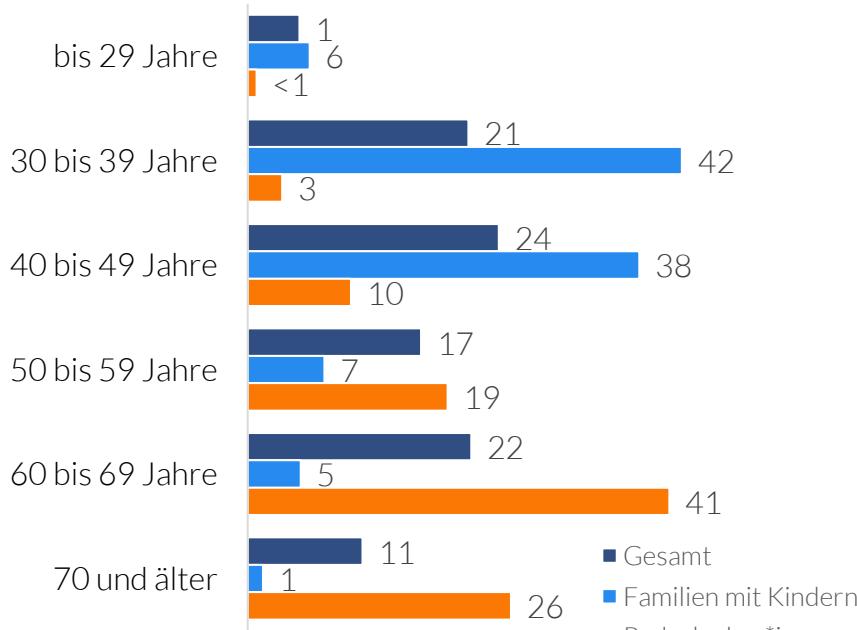
- Die Hälfte der Urlauber*innen aus dem Inland kommt aus dem Nachbarbundesland Nordrhein-Westfalen. Weitere 24% der Gäste kommen aus Niedersachsen selbst.
- Unter den Radurlauber*innen stammen sogar 66% der Gäste aus NRW.
- Familien im Emsland kommen, neben Nordrhein-Westfalen und Niedersachsen, häufiger auch aus anderen Bundesländern. 11% stammen aus Schleswig-Holstein, 7% kommen aus Bayern.
- Aus den ostdeutschen Bundesländern sowie aus den Stadtstaaten kommen vergleichsweise wenig Gäste in das Emsland.

Quelle: dwif 2025; Datenbasis: Gästebefragung Emsland, n = 1.038

Urlaubsgäste sind durchschnittlich 51 Jahre alt

Wie alt sind Sie?

(Angaben in %)



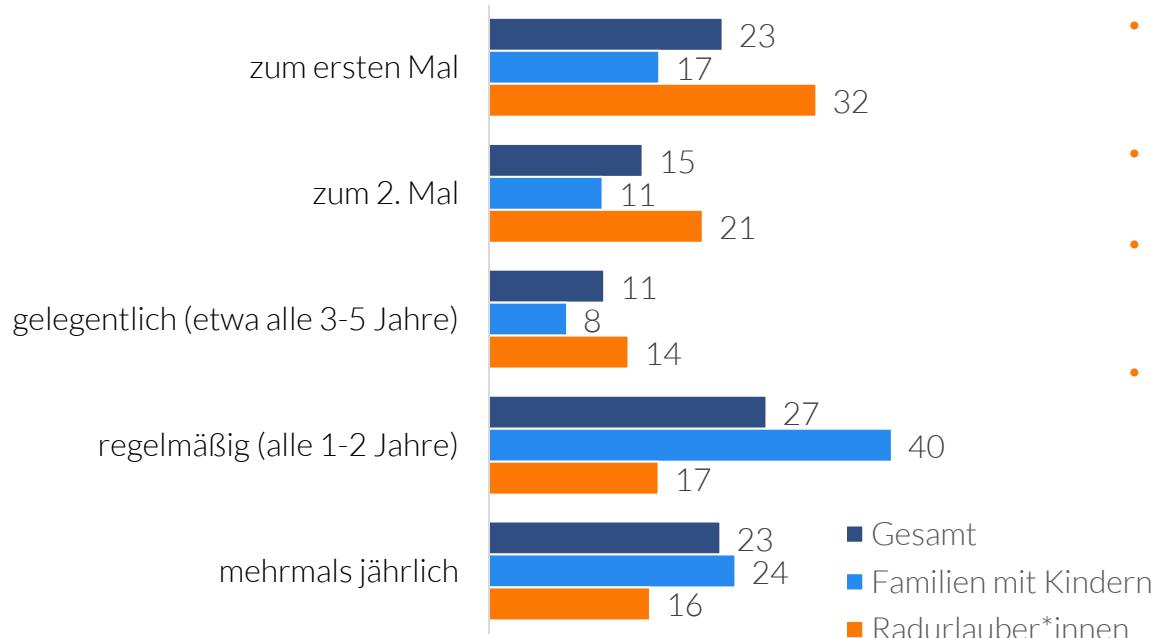
- Das Durchschnittsalter der befragten Urlauber*innen im Emsland liegt bei rund 51 Jahren. Entsprechend gehört rund die Hälfte der Besucher*innen den Altersgruppen über 50 Jahren an.
- Die befragten Personen aus Familien mit Kindern sind Ø 42 Jahre alt. Sie stammen vor allem aus den Altersgruppen zwischen 30 und 49 Jahre.
- Radurlauber*innen im Emsland sind deutlich älter (Ø 62 Jahre). 67% sind älter als 60 Jahre.

Quelle: dwif 2025; Datenbasis: Gästebefragung Emsland, n = 1.038

Die Hälfte der Gäste im Emsland sind Stammgäste

Wie oft besuchen Sie das Emsland?

(Angaben in %)



- 27% der Gäste reisen regelmäßig in das Emsland, weitere 23% der Urlauber*innen sogar mehrmals im Jahr.
- Ebenfalls 23% der Urlauber*innen sind hingegen zum ersten Mal im Emsland.
- Familien mit Kindern zeigen eine hohe Besuchserfahrung – 64% können als Stammgäste bezeichnet werden
- Radurlauber*innen sind häufiger zum ersten Mal hier. Ebenso viele kommen aber regelmäßig bzw. mehrmals jährlich ins Emsland

Quelle: dwif 2025; Datenbasis: Gästebefragung Emsland, n = 1.038



ENTSCHEIDUNGSGRÜNDE

Entscheidungsgründe nach Zielgruppen I von III

Warum haben Sie sich für das Emsland als Urlaubsziel entschieden?

(TOP 10; Mehrfachantwort möglich; Angaben in %)

	Gesamt	Familien mit Kindern	Radurlauber*innen
Landschaft/ Natur	53	38	72
Ruhe/ Erholungsmöglichkeiten	49	48	42
Fluss/ See (Wasserlandschaften)	47	46	57
Freizeitpark	44	80	8
Gute Erfahrungen in der Vergangenheit	41	49	33
Angebote für Kinder/ Familien	41	78	11
Angebot an Radwegen	36	13	83
Preis-Leistungs-Verhältnis	36	42	27
Ausflugsziele/ Attraktionen	34	43	24
Gastfreundschaft	30	28	31

- Familien mit Kindern entscheiden sich entsprechend häufiger aufgrund der Familien-Angebote, des Freizeitparks, der Ausflugsziele sowie der Erlebnisvielfalt für einen Urlaub im Emsland.
- Radurlauber*innen sind besonders das Angebot an Radwegen, aber auch die natürlichen Gegebenheiten wichtiger.
- Neben den elementaren Angebotsbausteinen für die beiden Zielgruppen gibt es aber auch Aspekte die darüber hinaus wichtig sind (Ruhe/Erholungsmöglichkeiten, Landschaft/Natur, Gastfreundschaft etc.).

Quelle: dwif 2025; Datenbasis: Gästebefragung Emsland, n = 1.038

Entscheidungsgründe nach Zielgruppen II von III

Warum haben Sie sich für das Emsland als Urlaubsziel entschieden?
(Mehrfachantwort möglich; Angaben in %)

	Gesamt	Familien mit Kindern	Radurlauber*innen
Hotel/ Unterkunft	21	14	28
Erlebnisvielfalt	20	30	11
Atmosphäre/Flair	20	18	17
Empfehlungen/ positive Berichte (Medien, Freunde/ Bekannte)	20	23	16
Natur-/ Geoparks / Naturschutzgebiete	19	11	29
Wassersportangebot	12	21	5
Einkaufsmöglichkeiten	10	12	9
Gute öffentliche Erreichbarkeit/ Anbindung	10	9	11
Kulturhistorische Sehenswürdigkeiten	9	5	11

Quelle: dwif 2025; Datenbasis: Gästebefragung Emsland, n = 1.038

Über 40% der Gäste besuchen ihre Unterkunft zum wiederholten Mal

Besuchen Sie Ihre Unterkunft im Emsland das erste Mal?

(„Nein“-Angaben in %)

Emsland
gesamt

58

Familien
mit Kindern

78

Rad-
urlauber*innen

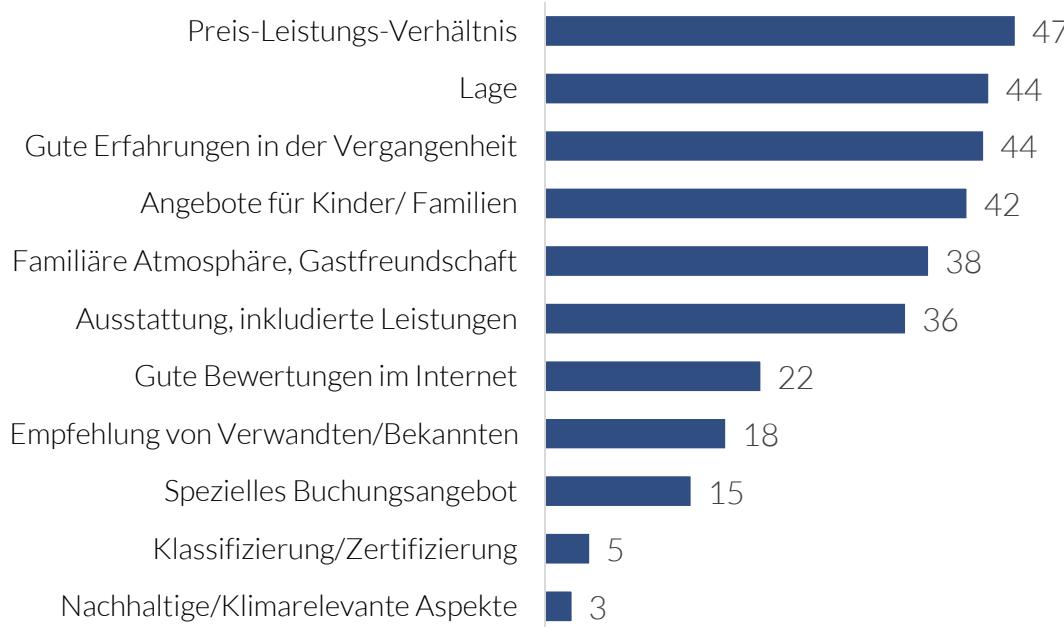
37

- Bei den Familien mit Kindern liegt der Anteil der Wiederholungsgäste deutlich höher.
- Radurlauber*innen besuchen ihre Unterkunft häufiger zum ersten Mal.

Preis-Leistungs-Verhältnis ausschlaggebend bei der Unterkunftswahl

Warum haben Sie sich für Ihre Unterkunft im Emsland entschieden?

(Mehrfachantwort möglich; Angaben in %)



- Das Preis-Leistungs-Verhältnis ist das wichtigste Kriterium bei der Wahl der Unterkunft im Emsland.
- Weitere wichtige Entscheidungsgründe sind die Lage der Unterkunft, gute Erfahrungen in der Vergangenheit sowie Angebote für Kinder/Familien.
- Auch in der Unterkunft spielt die familiäre Atmosphäre sowie die Gastfreundschaft eine große Rolle für die Emsland-Gäste.
- Empfehlungen und Bewertungen sind bei der Entscheidung wichtiger als Klassifizierungen und nachhaltige Aspekte.

Quelle: dwif 2025; Datenbasis: Gästebefragung Emsland, n = 1.038

Entscheidungsgründe Unterkunft nach Zielgruppen

Warum haben Sie sich für Ihre Unterkunft im Emsland entschieden?

(Mehrfachantwort möglich; Angaben in %)

	Gesamt	Familien mit Kindern	Radurlauber*innen
Preis-Leistungs-Verhältnis	47	55	41
Lage	44	34	52
Gute Erfahrungen in der Vergangenheit	44	59	29
Angebote für Kinder/ Familien	42	82	8
Familiäre Atmosphäre, Gastfreundschaft	38	57	22
Ausstattung, inkludierte Leistungen	36	38	36
Gute Bewertungen im Internet	22	16	24
Empfehlung von Verwandten/Bekannten	18	20	15
Spezielles Buchungsangebot	15	8	21
Klassifizierung/Zertifizierung	5	3	6
Nachhaltige/Klimarelevante Aspekte	3	2	4

- Familien sind entsprechende Angebote für Kinder und eine familiäre Atmosphäre bei der Entscheidung für eine Unterkunft besonders wichtig. Auch das Preis-Leistungs-Verhältnis und gute Erfahrungen spielen für sie eine größere Rolle.
- Die Lage der Unterkunft ist besonders für die Radurlauberinnen entscheidend.

Quelle: dwif 2025; Datenbasis: Gästebefragung Emsland, n = 1.038

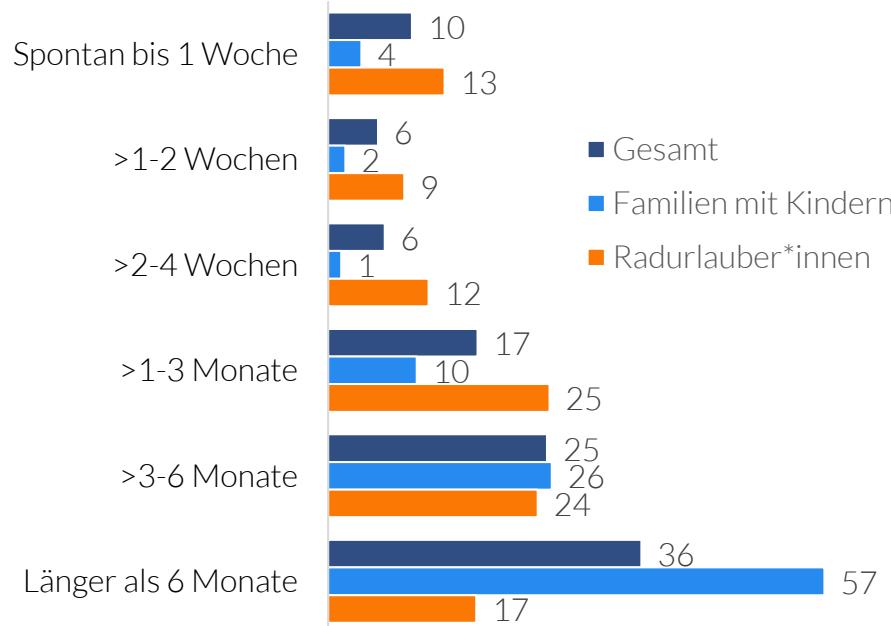


REISEINFORMATION UND BUCHUNG

Buchung erfolgt häufig mehrere Monate im Voraus

Wie lange vor Abreise haben Sie Ihren Emsland-Urlaub gebucht?

(Angaben in %)



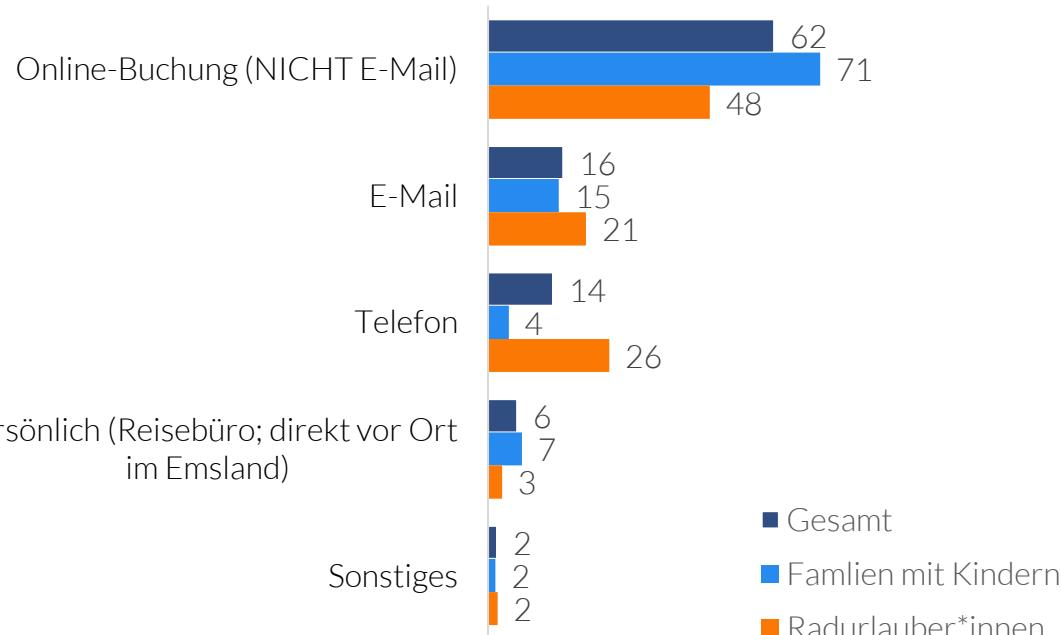
- Rund jeder zehnte Emsland-Gast bucht den Aufenthalt spontan innerhalb der letzten Woche. Jeweils 6% buchen bis zu 2 bzw. bis zu 4 Wochen vor Reiseantritt.
- 17% der Gäste buchen zwischen einem und 3 Monaten im Voraus. 25% tun dies bis 6 Monate vor Urlaubsantritt.
- Mehr als ein Drittel bucht langfristig mehr als ein halbes Jahr im Voraus.
- Familien mit Kindern buchen ihren Emsland-Urlaub besonders langfristig – fast 60% mehr als 6 Monate im Voraus.
- Radurlauber*innen buchen deutlich spontaner.

Quelle: dwif 2025; Datenbasis: Gästebefragung Emsland, n = 1.038

Die Gäste buchen hauptsächlich online

Wie haben Sie (Ihre Reisebegleitung) Ihre Unterkunft / Ihren Aufenthalt im Emsland gebucht?

(Angaben in %)



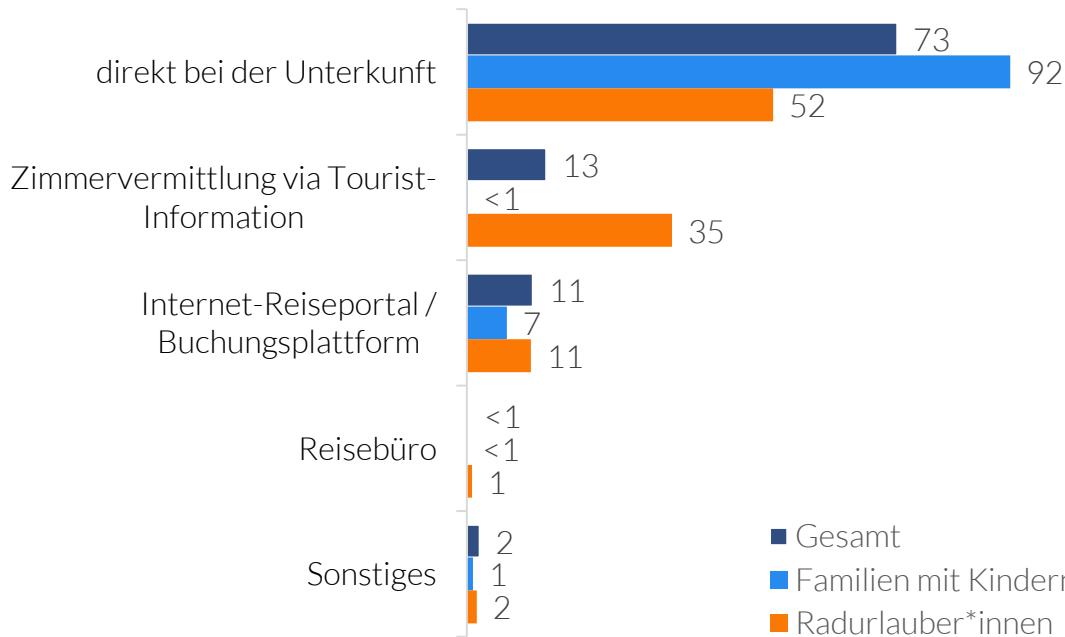
- Der wichtigste Buchungskanal der Urlauber*innen im Emsland ist das Internet – 62% haben ihre Unterkunft/ihre Package online gebucht, weitere 16% buchen per E-Mail.
- 14% buchen telefonisch. Vor allem Radurlauber*innen nutzen diesen Buchungsweg.
- Familien mit Kindern buchen ihren Aufenthalt häufiger online.

Quelle: dwif 2025; Datenbasis: Gästebefragung Emsland, n = 1.038

Buchung erfolgt meistens direkt bei der Unterkunft

Wo haben Sie (Ihre Reisebegleitung) Ihre Unterkunft/ Ihren Aufenthalt im Emsland gebucht?

(Angaben in %)



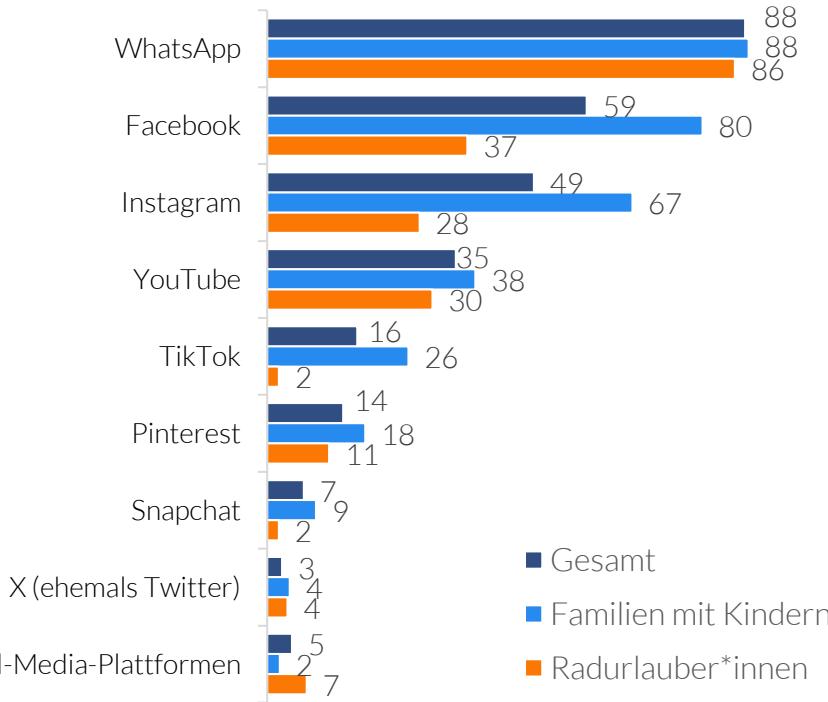
- 73% der Urlaubsgäste buchen direkt bei der Unterkunft.
- 13% buchen über die Zimmervermittlung bei den Tourist-Informationen und 11% buchen ihre Unterkunft/ihren Aufenthalt über Internet-Reiseportale/Buchungsplattformen
- Familien mit Kindern buchen fast ausschließlich direkt bei der Unterkunft, Radurlauber*innen nutzen zudem häufig die Zimmervermittlung.

Quelle: dwif 2025; Datenbasis: Gästebefragung Emsland, n = 1.038

WhatsApp ist die am häufigsten genutzte Social-Media-Plattform

Welche der nachfolgenden Social-Media-Plattformen nutzen Sie generell?

(Angaben in %)



- 88% der Urlaubsgäste im Emsland nutzen die Social-Media-Plattform WhatsApp. Hier zeigen sich keine Unterschiede zwischen den jeweiligen Zielgruppen.
- 59% der Gäste nutzen Facebook, 49% sind auf Instagram aktiv. Bei Familien mit Kindern liegen die Anteile jeweils deutlich höher.
- Nur 5% der Emsland-Urlauber*innen nutzen gar keine Social-Media-Plattformen.

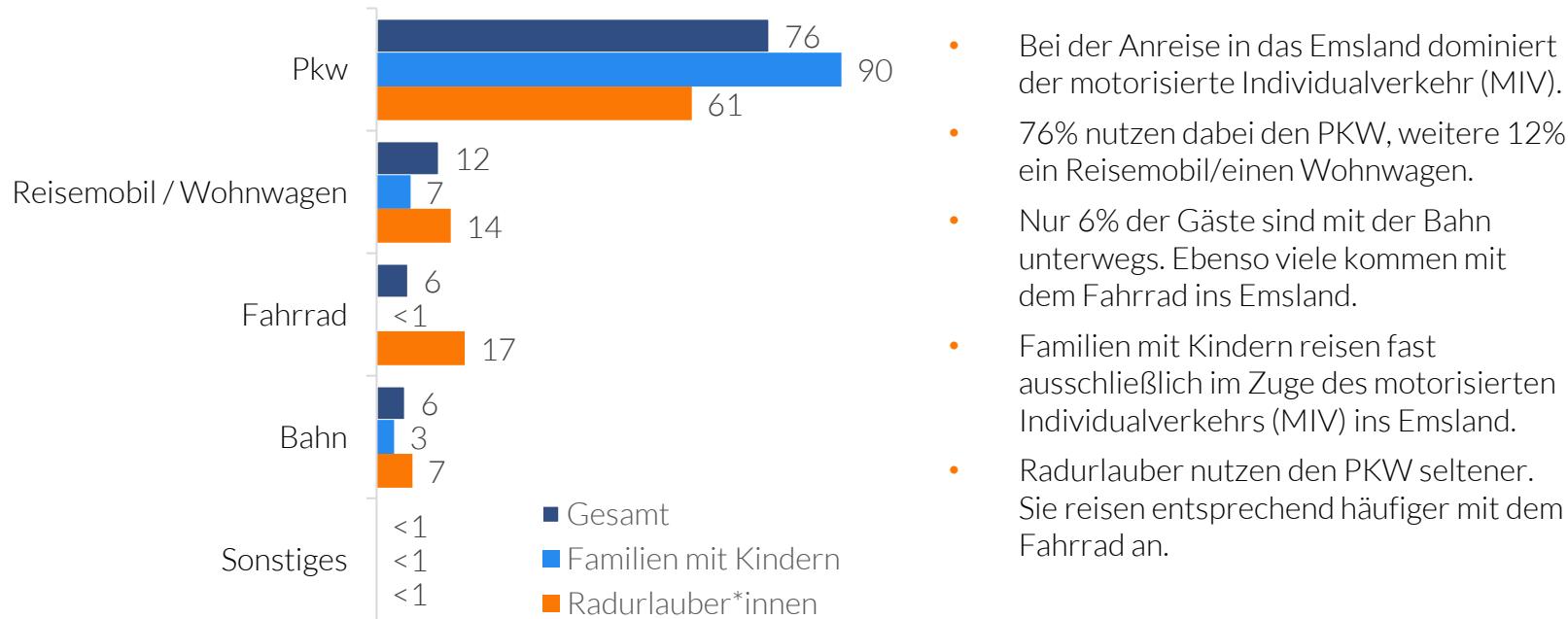


ANREISE UND MOBILITÄT VOR ORT

Urlauber*innen kommen hauptsächlich mit dem PKW

Wie sind Sie in das Emsland hauptsächlich angereist?

(Angaben in %)



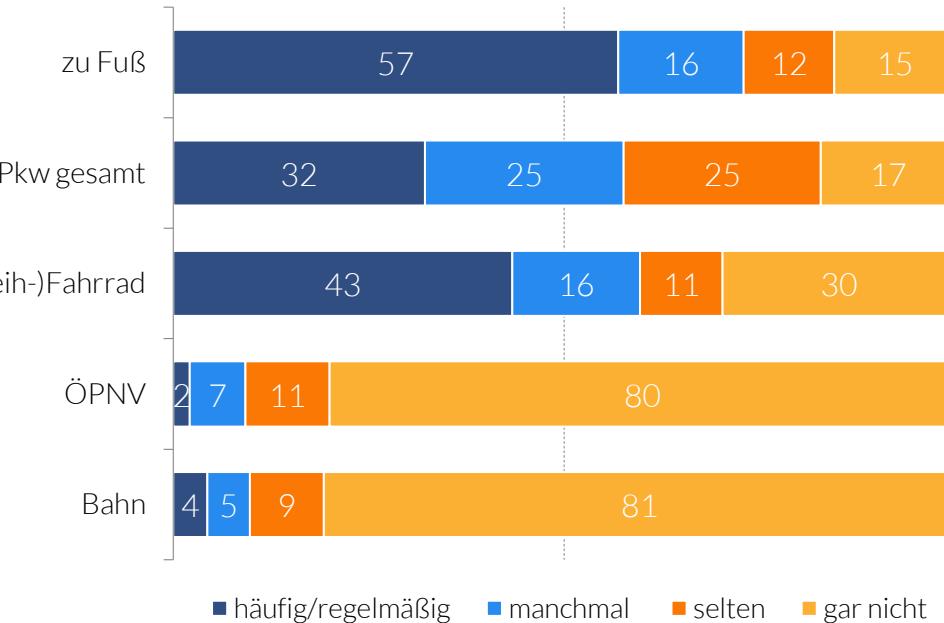
Quelle: dwif 2025; Datenbasis: Gästebefragung Emsland, n = 1.038

Auch vor Ort spielt das Auto eine sehr große Rolle

Inwieweit nutzen Sie an Ihrem Übernachtungsort folgende Verkehrsmittel/Mobilitätsformen?

(Mehrfachantwort möglich; Angaben in %)

Gesamt



- 73% der Urlauber*innen legen im Zuge ihres Aufenthalts (regelmäßig/manchmal) weitere Strecken zu Fuß zurück.
- Das Auto spielt auch vor Ort für 57% der Gäste eine größere Rolle. Nur 17% lassen das Auto stehen bzw. haben keines dabei.
- Das Fahrrad wird im Emsland ebenfalls von 59 % der Gäste zumindest manchmal genutzt.
- ÖPNV und Bahn spielen vor Ort nur eine untergeordnete Rolle.

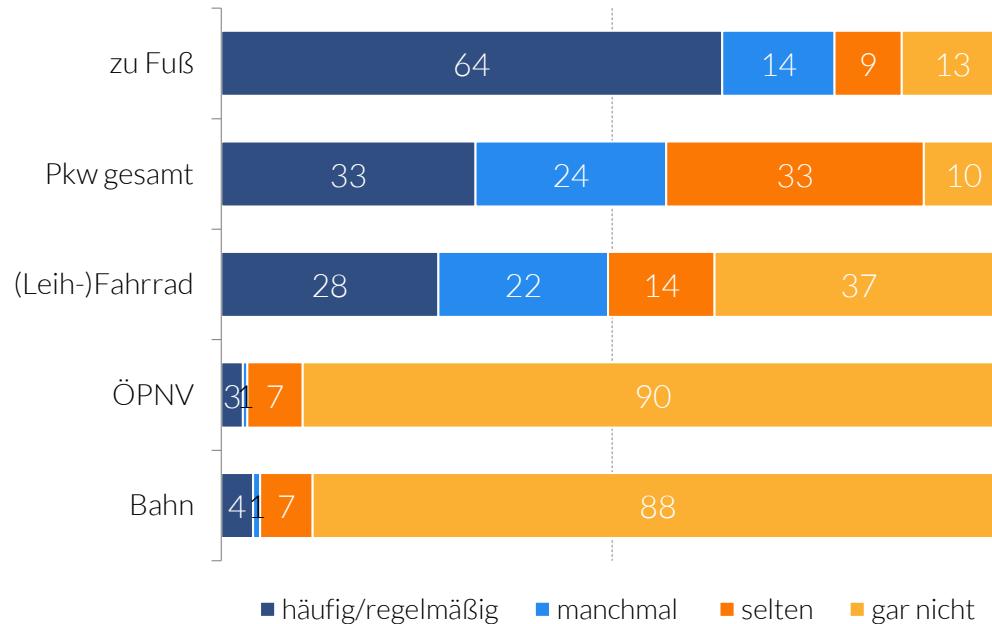
Quelle: dwif 2025; Datenbasis: Gästebefragung Emsland, n = 1.038

Mobilität vor Ort bei Familien mit Kindern

Inwieweit nutzen Sie an Ihrem Übernachtungsort folgende Verkehrsmittel/Mobilitätsformen?

(Mehrfachantwort möglich; Angaben in %)

Familien mit Kindern



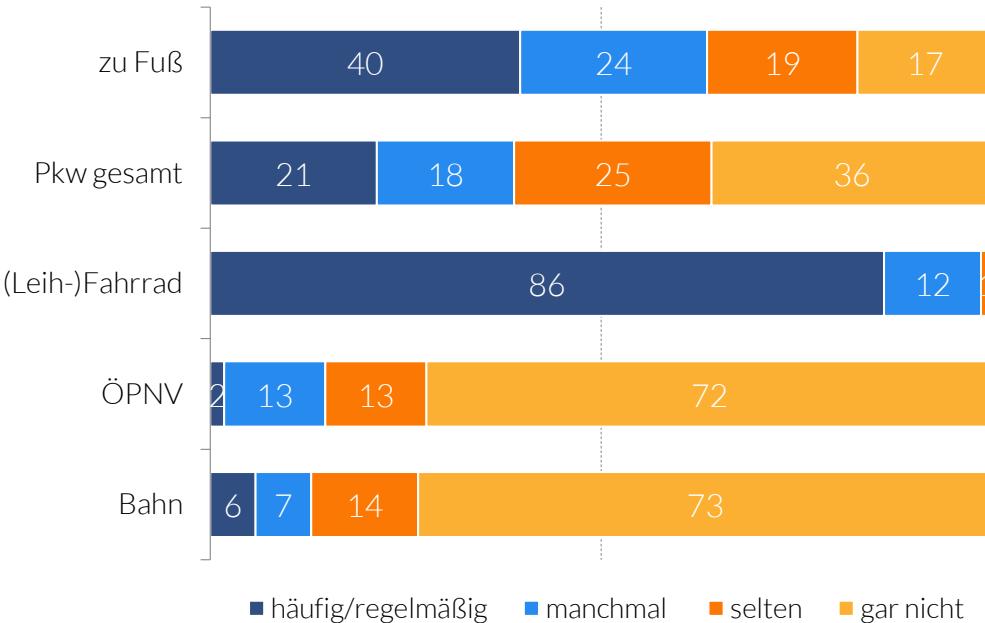
Quelle: dwif 2025; Datenbasis: Gästebefragung Emsland, n = 1.038

Mobilität vor Ort bei Radurlauber*innen

Inwieweit nutzen Sie an Ihrem Übernachtungsort folgende Verkehrsmittel/Mobilitätsformen?

(Mehrfachantwort möglich; Angaben in %)

Radurlauber*innen



Quelle: dwif 2025; Datenbasis: Gästebefragung Emsland, n = 1.038



ROLLE NACHHALTIGKEIT

Klimaverträglichkeit/Nachhaltigkeit hat bei den meisten Gästen wenig Bedeutung

Welche der folgenden Aussagen zu Umwelt- und Klimaverträglichkeit/Nachhaltigkeit trifft bei der Entscheidung für diesen Urlaub im Emsland zu?

(Angaben in %)

... hat den Ausschlag gegeben bei der Entscheidung zwischen sonst gleichwertigen Angeboten.



... war neben anderen Dingen ein Aspekt.



... hatte bei diesem Urlaub keine Bedeutung.



... spielt bei meinen Urlauben grundsätzlich keine Rolle.



- 7% der Gäste im Emsland geben an, dass das Thema Klimaverträglichkeit/Nachhaltigkeit ein ausschlaggebender Aspekt bei der Urlaubsentscheidung war.
- Für rund ein Viertel war dies zumindest ein Aspekt bei der Entscheidung.
- Für 48% der Urlauber*innen hatte das Thema Nachhaltigkeit beim aktuellen Urlaub keine Bedeutung, für 19% spielt es grundsätzlich keine Rolle.
- Familien mit Kindern legen bei ihrem Emsland-Urlaub sowie auch grundsätzlich seltener Wert auf Klimaverträglichkeit und Nachhaltigkeit. Bei den Radurlauber*innen spielt dieses Thema für 50% zumindest eine Rolle.

Quelle: dwif 2025; Datenbasis: Gästebefragung Emsland, n = 1.038

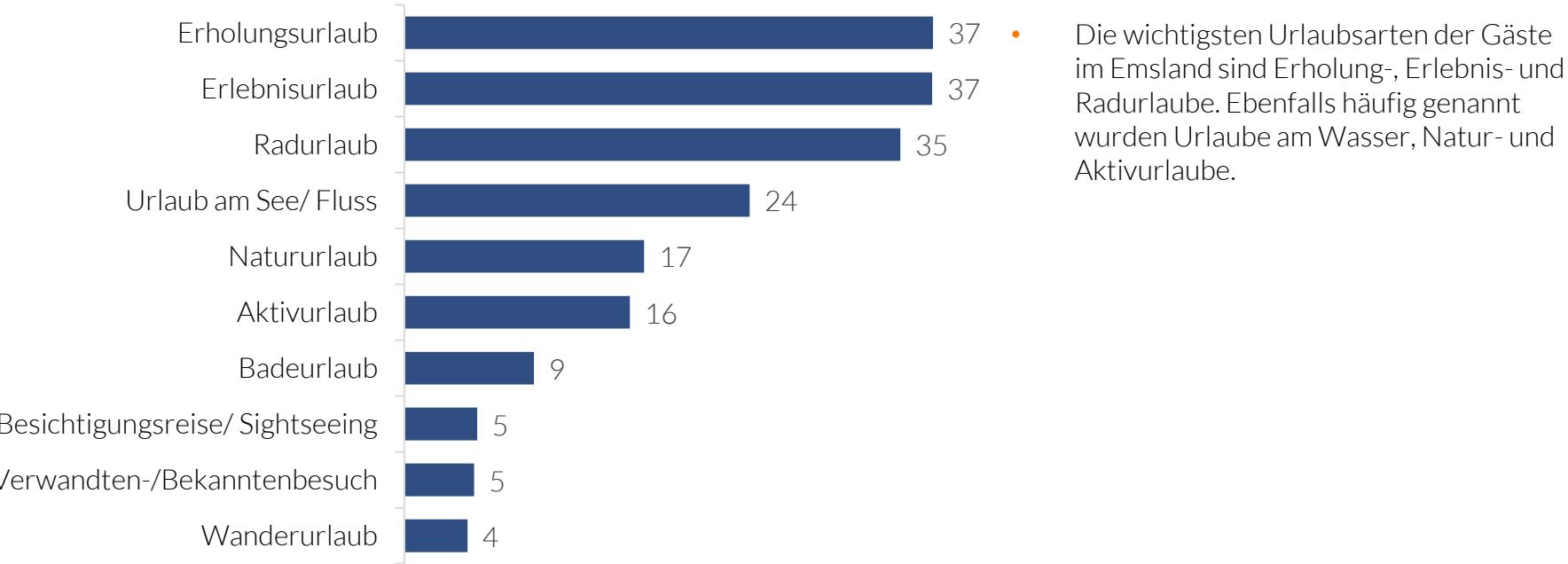


AKTIVITÄTEN/URLAUBSART

Gäste verbringen hauptsächlich Erholungs- und Erlebnisurlaube

Welcher Urlaubsart würden Sie diesen Aufenthalt im Emsland hauptsächlich zuordnen?

(TOP 10, max. 3 Nennungen möglich; Angaben in %)



Quelle: dwif 2025; Datenbasis: Gästebefragung Emsland, n = 1.038

Urlaubsarten nach Zielgruppen

Welcher Urlaubsart würden Sie diesen Aufenthalt im Emsland hauptsächlich zuordnen?

(TOP 10, max. 3 Nennungen möglich; Angaben in %)

	Gesamt	Familien mit Kindern	Radurlauber*innen
Erholungsuraub	37	32	29
Erlebnisurlaub	37	72	8
Radfahrurlaub	35	9	100
Urlaub am See/ Fluss	24	32	15
Natururlaub	17	9	22
Aktivurlaub	16	23	13
Badeurlaub	9	16	2
Besichtigungsreise/ Sightseeing	5	1	5
Verwandten-/ Bekanntenbesuch	5	3	2
Wanderurlaub	4	1	6

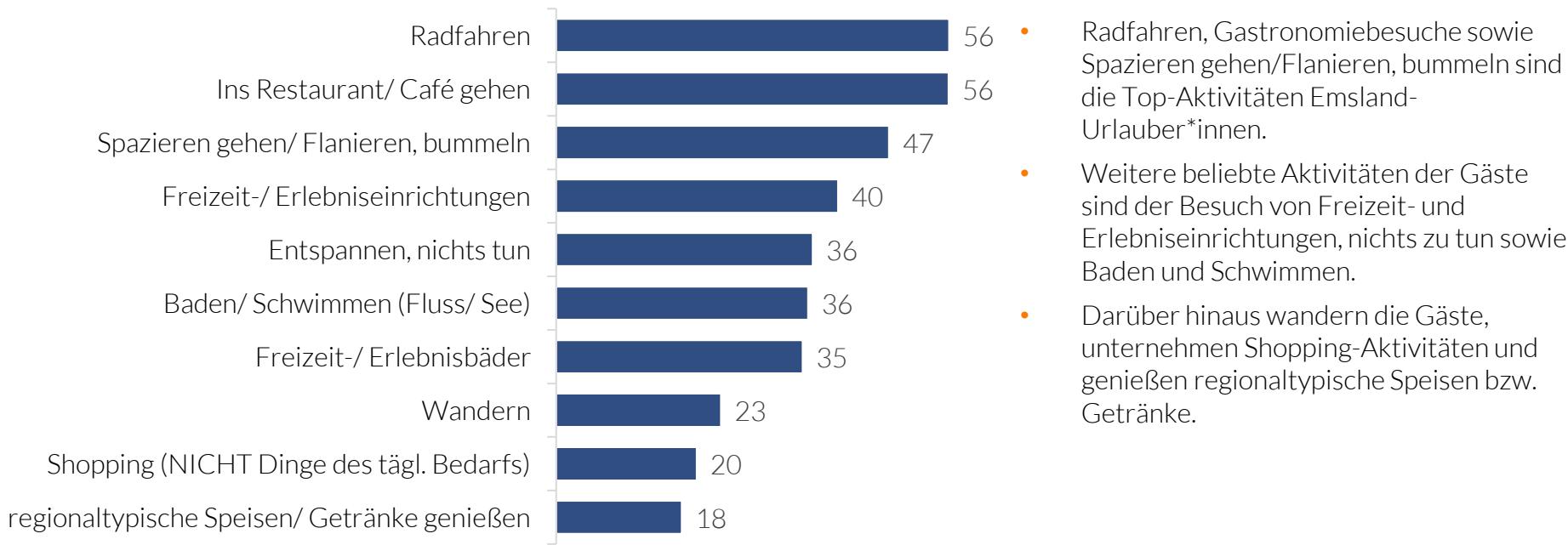
- Familien mit Kindern verbringen häufig Erlebnis-, Erholungs- und Aktivurlaube. Aber auch Urlaube am Wasser spielen für sie eine Rolle.
- Für die Radurlauber*innen sind neben ihrer Kernurlaubsart ebenfalls Erholungs- und auch Natururlaube wichtig

Quelle: dwif 2025; Datenbasis: Gästebefragung Emsland, n = 1.038

Radfahren und der Besuch von Gastronomie sind besonders beliebt

Welche der folgenden Aktivitäten unternehmen Sie während Ihres Emsland-Urlaubs? I von II

(TOP 10, Mehrfachnennung möglich; Angaben in %)



Quelle: dwif 2025; Datenbasis: Gästebefragung Emsland, n = 1.038

Aktivitäten nach Zielgruppen I von II

Welche der folgenden Aktivitäten unternehmen Sie während Ihres Emsland-Urlaubs?

(TOP 10, Mehrfachnennung möglich; Angaben in %)

	Gesamt	Familien mit Kindern	Radurlauber*innen
Radfahren	56	38	100
Ins Restaurant/ Café gehen	56	56	61
Spazieren gehen/ Flanieren, bummeln	47	50	40
Freizeit-/ Erlebniseinrichtungen	40	70	12
Entspannen, nichts tun	36	37	27
Baden/ Schwimmen (Fluss/ See)	36	58	13
Freizeit-/ Erlebnisbäder	35	66	9
Wandern	23	19	20
Shopping	20	21	18
regionaltypische Speisen/ Getränke genießen	18	16	22

- Entsprechend ihrer Urlaubsarten besuchen Familien mit Kindern häufiger Freizeit- und Erlebniseinrichtungen. Baden/Schwimmen, Wassersport und Reiten sind ebenfalls vergleichsweise wichtige Aktivitäten (vgl. nächste Folie). Immerhin 38% der Familien fahren im Zuge ihres Emsland-Urlaubs Fahrrad.
- Radurlauber*innen besuchen häufiger die Gastronomie sowie Naturattraktionen/ Naturziele. Auch kulturhistorische Sehenswürdigkeiten und Museen/ Besucherzentren spielen für sie eine größere Rolle (vgl. nächste Folie).

Quelle: dwif 2025; Datenbasis: Gästebefragung Emsland, n = 1.038

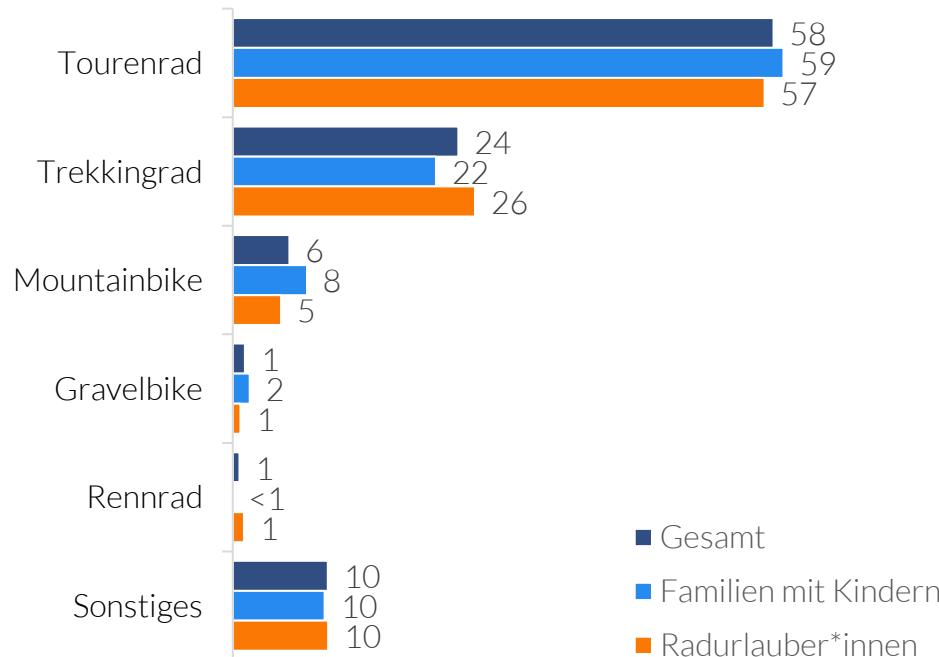


FOKUS AKTIVITÄT RADFAHREN

Mehrheit der Radfahrer nutzt ein Tourenrad

Mit welchem Fahrrad sind Sie im Zuge Ihres Aufenthalts hauptsächlich unterwegs?

(nur wenn Aktivität Radfahren; Angaben in %)



- Über die Hälfte der Urlauber*innen, die im Emsland während ihres Aufenthalts Fahrrad fährt, nutzt dabei hauptsächlich ein Tourenrad.
- Ein weiteres Viertel fährt überwiegend mit einem Trekkingrad. 6% nutzen ein Mountainbike.
- Gravelbikes und Rennräder werden seltener genutzt.
- Die Unterschiede zwischen den Gästen insg. und den Radurlauber*innen sind nur sehr gering ausgeprägt.

Quelle: dwif 2025; Datenbasis: Gästebefragung Emsland, n = 1.038

Mehr als 60% sind mit einem E-Bike unterwegs

Handelt es sich dabei um ein E-Bike?

(nur wenn Aktivität Radfahren; „Ja“-Angaben in %)

Emsland
gesamt

62

Familien
mit Kindern

29

Rad-
urlauber*innen

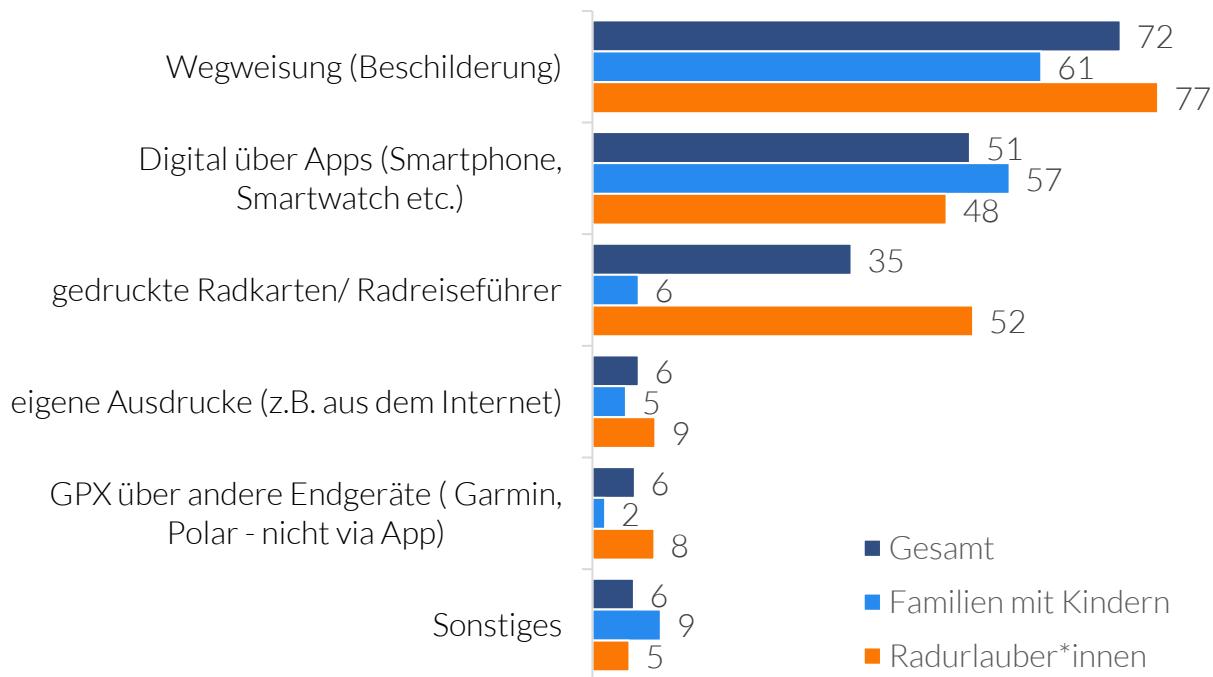
80

- 62% der Gäste, die während ihres Urlaubs im Emsland Radfahren sind mit einem E-Bike unterwegs. Bei den Radurlauber*innen sind dies sogar 80%.
- Bei Familien mit Kindern liegt der Anteil der E-Bike-Nutzer*innen bei nur 29%.

Radfahrer*innen nutzen häufig Beschilderungen oder digitale Routen

Wie orientieren Sie sich bei Ihren Fahrrad-Aktivitäten im Emsland?

(nur wenn Aktivität Radfahren; Angaben in %)



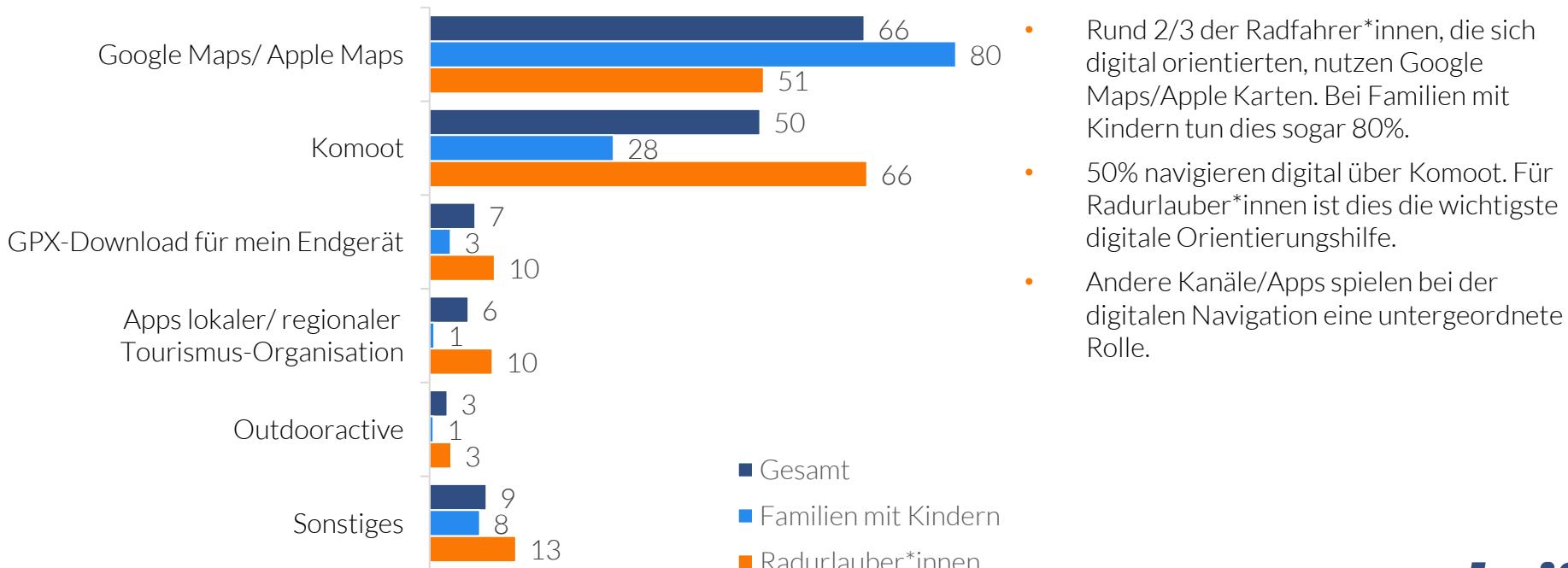
Quelle: dwif 2025; Datenbasis: Gästebefragung Emsland, n = 1.038

- 72% der Gäste, die während ihres Emsland-Aufenthalts Fahrrad fahren, nutzen für die Orientierung die offizielle Wegweisung (Beschilderung). Etwas mehr als die Hälfte nutzt dafür digitale Apps.
- 35% orientieren sich mithilfe gedruckter Radkarten/Reiseführern. Vor allem für Radurlauber*innen spielen diese eine wichtige Rolle.
- Alle anderen Orientierungshilfen spielen eine eher untergeordnete Rolle.

Google Maps/Apple Maps sind beliebte digitale Navigationssysteme

Über welche Kanäle/ Apps navigieren Sie digital?

(nur wenn Orientierung digital über Apps oder GPX-Daten; Angaben in %)



Quelle: dwif 2025; Datenbasis: Gästebefragung Emsland, n = 1.038

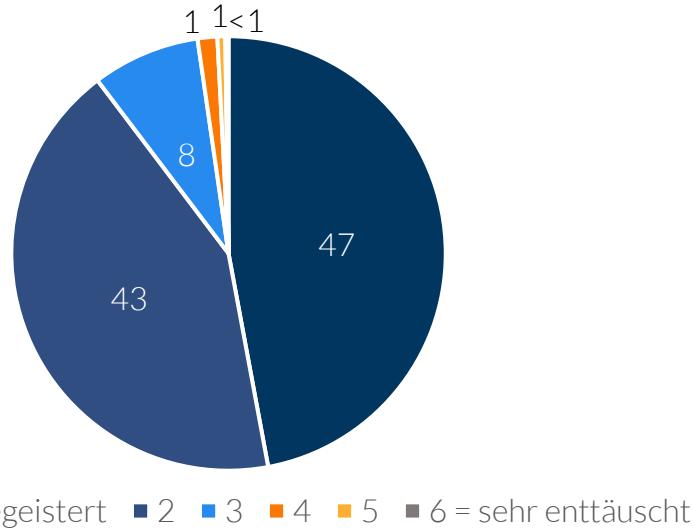


ZUFRIEDENHEIT, WIEDERBESUCHS-/
WEITEREMPFEHLUNGSABSICHT

Gäste sind insgesamt mit Ihrem Aufenthalt sehr zufrieden

Wie zufrieden sind Sie Alles in Allem mit Ihrem Aufenthalt im Emsland?

(Skala: 1 = äußerst begeistert bis 6 = sehr enttäuscht)



- Die Gäste bewerten ihren Aufenthalt im Emsland insgesamt sehr gut (Durchschnitt: 1,7). Rund 47% der Urlauber*innen sind von ihrem Urlaub äußerst begeistert, weitere 43% sind begeistert.
- Familien mit Kindern sowie Radurlauber*innen bewerten Ihren Aufenthalt ebenfalls durchschnittlich mit 1,7.

Gäste sind mit dem Gastgewerbe durchaus zufrieden

Welche der folgenden Angebotsfaktoren sind im Zuge Ihres Emsland-Urlaubs für Sie wichtig?
Und wie zufrieden sind Sie damit?

(Anteil Wichtigkeit in %; Zufriedenheit: Skala: 1 = äußerst begeistert bis 6 = sehr enttäuscht; Mittelwerte)

Gastgewerbe	Gesamt		Familien mit Kindern		Radurlauber*innen	
	Wichtigkeit	Zufriedenheit	Wichtigkeit	Zufriedenheit	Wichtigkeit	Zufriedenheit
Unterkunft insgesamt	46	1,7	53	1,8	38	1,5
Ausstattung in der Unterkunft	41	1,9	50	2,1	33	1,6
Preis-Leistungs-Verhältnis Unterkunft	41	1,8	52	1,9	33	1,7
Service in der Unterkunft	39	1,7	45	1,9	33	1,5
Gastronomie insgesamt	40	1,9	51	2,0	31	1,9
Preis-Leistungs-Verhältnis Gastronomie	34	2,2	44	2,2	26	2,1
Qualität des gastronomischen Angebotes	34	2,0	42	2,1	27	1,9
Vielfalt des gastronomischen Angebotes	32	2,1	39	2,2	25	2,1

Quelle: dwif 2025; Datenbasis: Gästebefragung Emsland, n = 1.038

Familienangebote und Erlebnisvielfalt überzeugen die Gäste

**Welche der folgenden Angebotsfaktoren sind im Zuge Ihres Emsland-Urlaubs für Sie wichtig?
Und wie zufrieden sind Sie damit?**

(Anteil Wichtigkeit in %; Zufriedenheit Skala: 1 = äußerst begeistert bis 6 = sehr enttäuscht; Mittelwerte)

Angebote & Service	Gesamt		Familien mit Kindern		Radurlauber*innen	
	Wichtigkeit	Zufriedenheit	Wichtigkeit	Zufriedenheit	Wichtigkeit	Zufriedenheit
Angebote für Familien/ Familienfreundlichkeit	43	1,6	52	1,4	23	2,0
Erlebnisvielfalt/ Freizeitmöglichkeiten allg.	44	1,8	58	1,5	24	2,0
Freizeit- und Erlebniseinrichtungen	39	1,8	49	1,6	16	2,1
Möglichkeiten zum Baden/ Schwimmen	36	1,8	43	1,6	16	2,2
Radwege	34	1,9	34	2,2	38	1,7
Spazier-, Wanderwege	27	1,9	31	2,0	18	2,0
Wassersportangebot	26	2,0	29	1,9	12	2,3
Naturerlebnisangebote	28	2,1	32	2,1	25	2,0
Schlechtwetterangebote	37	2,1	44	1,8	25	2,5
Einkaufsmöglichkeiten	28	2,1	35	2,0	17	2,2
Kulturhistorische Sehenswürdigkeiten	23	2,3	27	2,5	18	2,2
Veranstaltungsangebot/ Events	19	2,3	22	2,3	16	2,2
Kunst- und Kulturangebot	19	2,4	27	2,7	12	2,3
Wellness-/ Gesundheitsangebote	23	2,5	26	2,7	19	2,3
Museen/ Ausstellungen	19	2,5	26	2,8	13	2,4

Quelle: dwif 2025; Datenbasis: Gästebefragung Emsland, n = 1.038

Die Besucher*innen sind begeistert von der Landschaft/Natur

**Welche der folgenden Angebotsfaktoren sind im Zuge Ihres Emsland-Urlaubs für Sie wichtig?
Und wie zufrieden sind Sie damit?**

(Anteil Wichtigkeit in %; Zufriedenheit Skala: 1 = äußerst begeistert bis 6 = sehr enttäuscht; Mittelwerte)

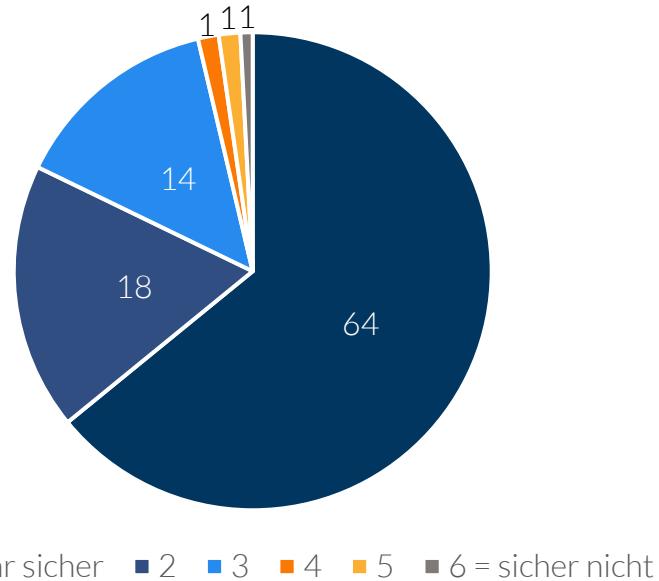
Weitere Aspekte	Gesamt		Familien mit Kindern		Radurlauber*innen	
	Wichtigkeit	Zufriedenheit	Wichtigkeit	Zufriedenheit	Wichtigkeit	Zufriedenheit
Landschaft/ Natur	50	1,7	56	1,8	46	1,7
Fluss/ See (Wasserlandschaften)	45	1,7	52	1,7	40	1,7
Gastfreundschaft	36	1,7	41	1,7	32	1,6
Zahlungskomfort (EC-Karte, Kreditkarte)	30	1,8	36	2,0	23	1,6
Tourismusinformation vor Ort	29	1,8	33	2,0	27	1,6
allgemeine Sauberkeit	34	1,9	41	2,0	27	1,8
Möglichkeiten für Onlinereservierungen/-tickets	28	1,9	31	1,9	25	1,8
Preis-Leistungs-Verhältnis insgesamt	33	2,0	37	2,1	29	1,9
Orts-/Stadtbild/ Architektur/ Bauwerke	23	2,1	28	2,1	23	2,0
Barrierefreiheit	28	2,2	33	2,2	19	2,2
Digitale Besuchserlebnisse	21	2,4	25	2,4	13	2,3
Nachhaltige/ alternative Mobilitätsangebote	25	2,4	32	2,5	18	2,1
Verfügbarkeit öffentliches W-Lan	34	2,9	39	3,3	32	2,3

Quelle: dwif 2025; Datenbasis: Gästebefragung Emsland, n = 1.038

Sehr hohe Wiederbesuchsabsicht der Gäste

Werden Sie in den nächsten 2-3 Jahren wieder einen Aufenthalt im Emsland verbringen?

(Skala: 1= Sehr sicher bis 6 = sicher nicht; Angaben in %)



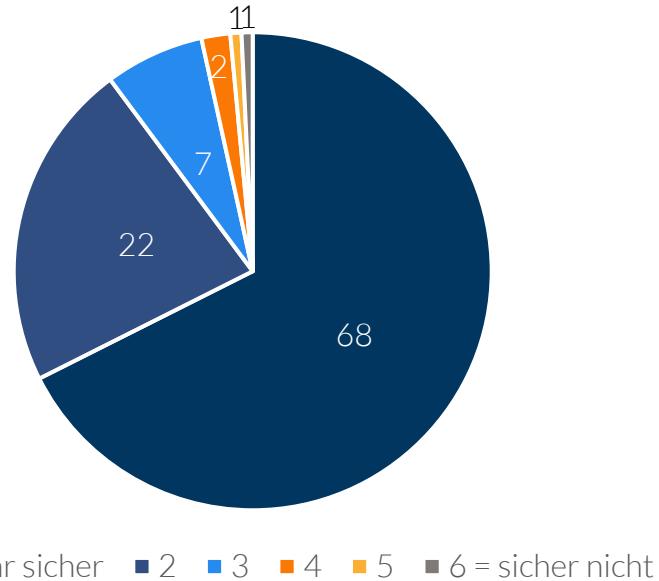
- 82% der Gäste sind sich (sehr) sicher, dass sie in den nächsten 2 bis 3 Jahren wieder ins Emsland kommen werden (Mittelwert 1,6).
- Familien mit Kindern haben eine noch höhere Wiederbesuchsabsicht – 91% planen in den nächsten Jahren einen weiteren Emsland-Aufenthalt (Mittelwert 1,4).
- Bei den Radurlauber*innen geben dies 76% an (Mittelwert 1,4).

Quelle: dwif 2025; Datenbasis: Gästebefragung Emsland, n = 1.038

Sehr hohe Weiterempfehlungsabsicht der Gäste

Wie wahrscheinlich werden Sie Ihren Freunden/ Bekannten einen Aufenthalt im Emsland weiterempfehlen?

(Skala: 1= Sehr sicher bis 6 = sicher nicht; Angaben in %)



- 90% der Urlauber*innen werden ihren Freunden/ Bekannten (sehr) sicher einen Aufenthalt im Emsland weiterempfehlen. (Mittelwert 1,5).
- Familien mit Kindern (Mittelwert 1,4) zeigen eine leicht höhere Weiterempfehlungsabsicht als Radurlauber*innen (Mittelwert 1,6).

Quelle: dwif 2025; Datenbasis: Gästebefragung Emsland, n = 1.038



KERNERKENNTNISSE

Key Facts: Die Urlauber*innen im Emsland...

- kommen vor allem aus dem Inland und dabei in erster Linie aus **Nordrhein-Westfalen** und **Niedersachsen selbst**.
- sind mit einem Durchschnittsalter von **51 Jahren** vergleichsweise **älter**.
- sind häufig **Stammgäste** und meistens **als Familien mit Kindern** oder mit dem*r **Partner*in** unterwegs.
- kommen hauptsächlich aufgrund der **natürlichen Gegebenheiten** (Landschaft/Natur, Seen etc.) und der **Erholungsmöglichkeiten**. Aber auch das touristische Angebot jenseits von Natur wie bestimmte **Attraktionen** sowie **gute Erfahrungen** und **Qualitätsaspekte** (Empfehlungen/positive Berichte) sind den Gästen wichtig.
- buchen eher **langfristig**, **online** und **direkt** bei der **Unterkunft**.
- reisen vor allem mit dem **PKW** an und nutzen diesen auch häufig vor Ort.
- verbringen hauptsächlich **Erholungs-, Erlebnis- und Radurlaube** sowie **Urlaube am See/Fluss**.
- unternehmen die **klassischen Aktivitäten** der jeweiligen Urlaubsarten und zeigen zudem eine Affinität gegenüber **Gastronomie-Besuchen** und **Spazieren gehen/ Flanieren, bummeln**.
- sind mit ihrem Urlaub insgesamt **sehr zufrieden** und bewerten auch viele **Leistungsbausteine** insbesondere die **Kernleistungen** der jeweiligen Urlaubsformen **positiv**.
- haben eine sehr hohe **Wiederbesuchs- und Weiterempfehlungsabsicht**.

Handlungsempfehlungen I

- **Neukundenakquise** langfristig sichern bzw. erhöhen: vor allem jüngere Altersgruppen, Produkt-/ Angebotsentwicklung und Gästeansprache (Bildmaterial, Bewegtbilder, Stories, Emotionen)
- **Wiederholungs-/Stammgäste:** neue Produkte und die Weiterentwicklung des Angebotes, dadurch Schaffung neuer **Reiseanlässe**, Möglichkeiten von **Kundenbindungsprogrammen** prüfen
- Laufende **Überprüfung der Serviceleistungen, Angebote und Infrastruktur, Orientierung am technischen Fortschritt** (E-Bikes, GPS geführte Radrouten, digitale Besuchserlebnisse etc.)
- **Angebotsausbau** und die **Angebotsverbesserung jenseits der elementaren Angebote** (z.B. in den Bereichen Natur, Aktiv, Kultur, Sehenswürdigkeiten etc.); Ziele: Ansprache neuer Gästegruppen, Steigerung der Gästezufriedenheit und ggf. Erhöhung der Wertschöpfung
- Das Emsland profitiert von einem breiten **Angebotsspektrum**: Themen Natur, Entspannung, Radfahren, Familienurlaub gleichermaßen vermarkten, **Verknüpfung mit anderen Themen** (Kulinarik, Städte-/Kultururlaub etc.)
- Präsenz auf **Buchungsplattformen und Reiseportalen** ausbauen, Content auf den entsprechenden Social-Media-Kanälen ausspielen
- Entwicklung von Maßnahmen im Bereich „**Empfehlungsmarketing**“ (z.B. Anreiz zur Abgabe von Online-Bewertungen) um diese effizient und transparent an potenzielle Gäste/Besucher*innen zu kommunizieren

Handlungsempfehlungen II

- **Mobilität als Perspektivfeld: Autofreie Anreise forcieren** – prüfen, inwieweit eine möglichst lückenlose Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln gewährleistet werden kann, **intermodaler Mobilitätsangebote vor Ort schaffen** (Taktung, Anschlüsse, Betriebszeiten im ÖPNV, Sharing Angebote, Shuttle-Service, Sicherung der letzten Meile etc.).
- **Stärken aus Gästesicht ausbauen:** Hohe Zufriedenheitswerte vieler Angebotsaspekte zählen auf die Entscheidungsgründe der Gäste ein. D.h. die Besucher*innen kommen wegen diesen Aspekten und ihre Erwartungen werden weitestgehende erfüllt = hohe Qualität halten und ausbauen
- **Schwächen aus Gästesicht beheben:** Fokus Angebotsaspekte, die neben den Kernleistungen auch auf die Aktivitäten der jeweiligen Urlaubsarten einzahlen (z.B. verfügbares W-Lan, digitale Besuchserlebnisse für Familien, Sehenswürdigkeiten/Museen entlang der Radrouten)
- Zufriedenheit mit dem **Preis-Leistungs-Verhältnis** im Emsland, gleichzeitig wichtiger Entscheidungsgrund. Aber Rahmenbedingungen machen Preissteigerungen notwendig = Vielfalt, Service und Qualität müssen mitentwickelt werden



AUFTARGEBER*IN

Emsland Tourismus GmbH
Helter Damm 11a
49716 Meppen

PROJEKTBEARBEITUNG DWIF

Sebastian Geiger – Senior Consultant

München, 2025

Büro Berlin | Büro München
Marienstraße 19-20 | Sonnenstraße 27
10117 Berlin | 80331 München

www.dwif.de

URHEBERSCHUTZ

Alle Rechte vorbehalten. © 2025 dwif
Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung
außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes und des Vertrags zwischen
auftraggebender und auftragnehmender Institution/Organisation ist ohne Zustimmung
des dwif unzulässig und strafbar.