

Gästebefragung Thüringen 2023/24

Ergebnisse für Weimar

Auftraggeber: Thüringer Tourismus GmbH

Durchführung: Benchmark Services

Inhalt

1. Methode
2. Gästeprofil
3. Struktur der Reisenden
4. Reiseentscheidung
5. Reiseplanung
6. Mobilität & Verkehr
7. Unterkunft & Verpflegung
8. Reiseaktivitäten
9. Zufriedenheit im Detail
10. Zufriedenheit gesamt

Anhang 1: Vergleichsbasis

Anhang 2: Lebensstiltypologisierung



Kapitel

Methode

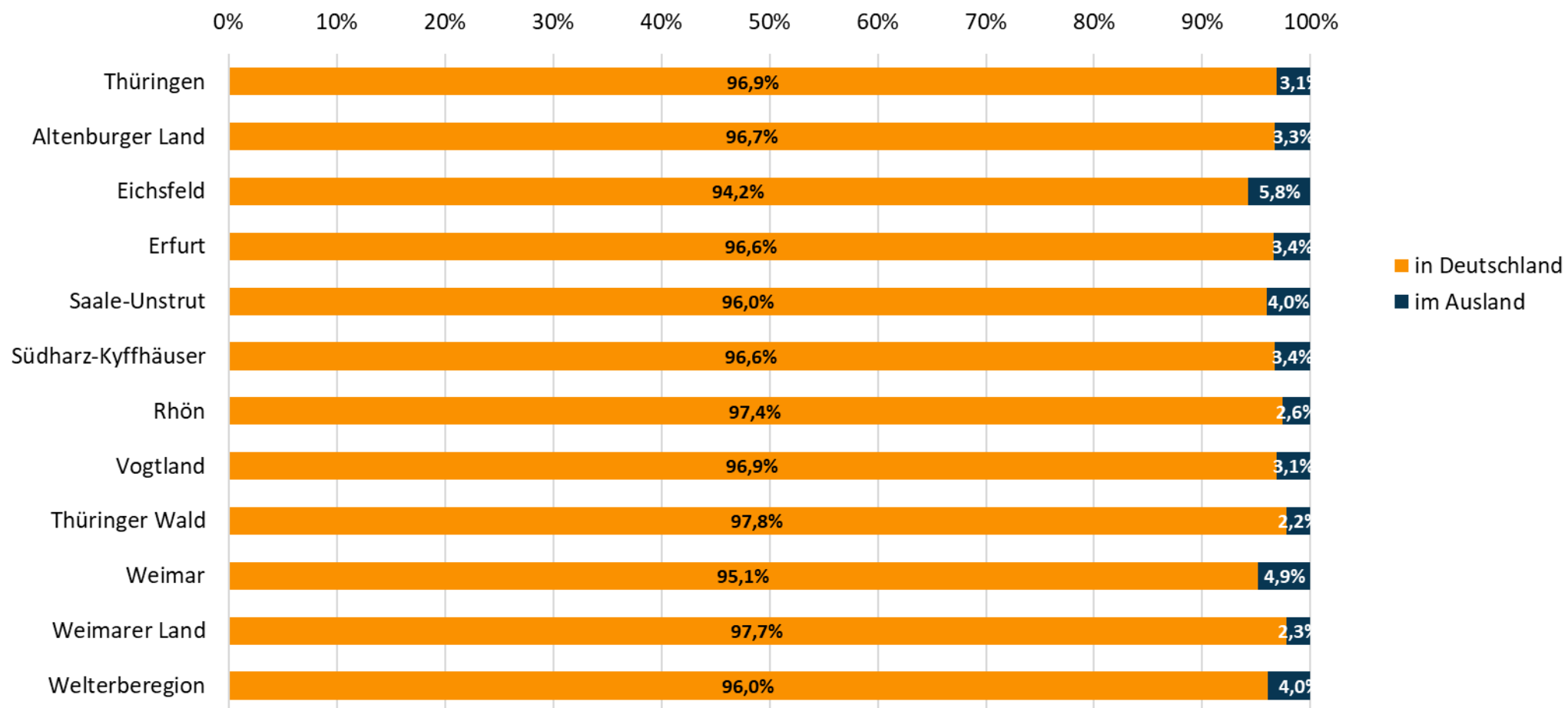
Methode

Methode:	schriftliche Befragung (Onlinebefragung und Einsatz von Printfragebögen)
Befragungszeitraum:	1. Mai 2023 bis 20. Mai 2024
Grundgesamtheit:	Übernachtungsgäste ab 15 Jahren, die zwischen 01.01.2023 und 20.05.2024 einen privat motivierten touristischen Aufenthalt in der Region verbracht haben. Die Befragung erfolgte im Rahmen der Gästebefragung Thüringen. In der Rhön, in der Region Saale-Unstrut und im Vogtland wurde die Befragung grenzüberschreitend durchgeführt.
Stichprobe:	3.748 Befragte in Thüringen, 662 Befragte in Weimar
Qualitätssicherung:	<p>Zur Sicherung der Datenqualität wurden umfangreiche Maßnahmen durchgeführt. Dazu gehören insbesondere die Steuerung der Stichprobe, die Datenkontrolle und Datenbereinigung auf Basis langjährig erprobter Prozesse, umfangreiche Plausibilitätsprüfungen sowie eine ex-post Datengewichtung.</p> <p>Durch die Erhebungsmethode und die Maßnahmen zur Qualitätssicherung repräsentieren die Daten die Grundgesamtheit hinsichtlich der Merkmale saisonale und regionale Verteilung sowie Verteilung auf die verschiedenen Unterkunftsarten.</p>
Benchmarking:	Vergleichswerte helfen bei der Interpretation der Ergebnisse. Diese basieren auf den Erhebungen von Benchmark Services im Jahr 2023/2024. Nähere Infos zur Vergleichsbasis sind dem Anhang zu entnehmen.

Kapitel

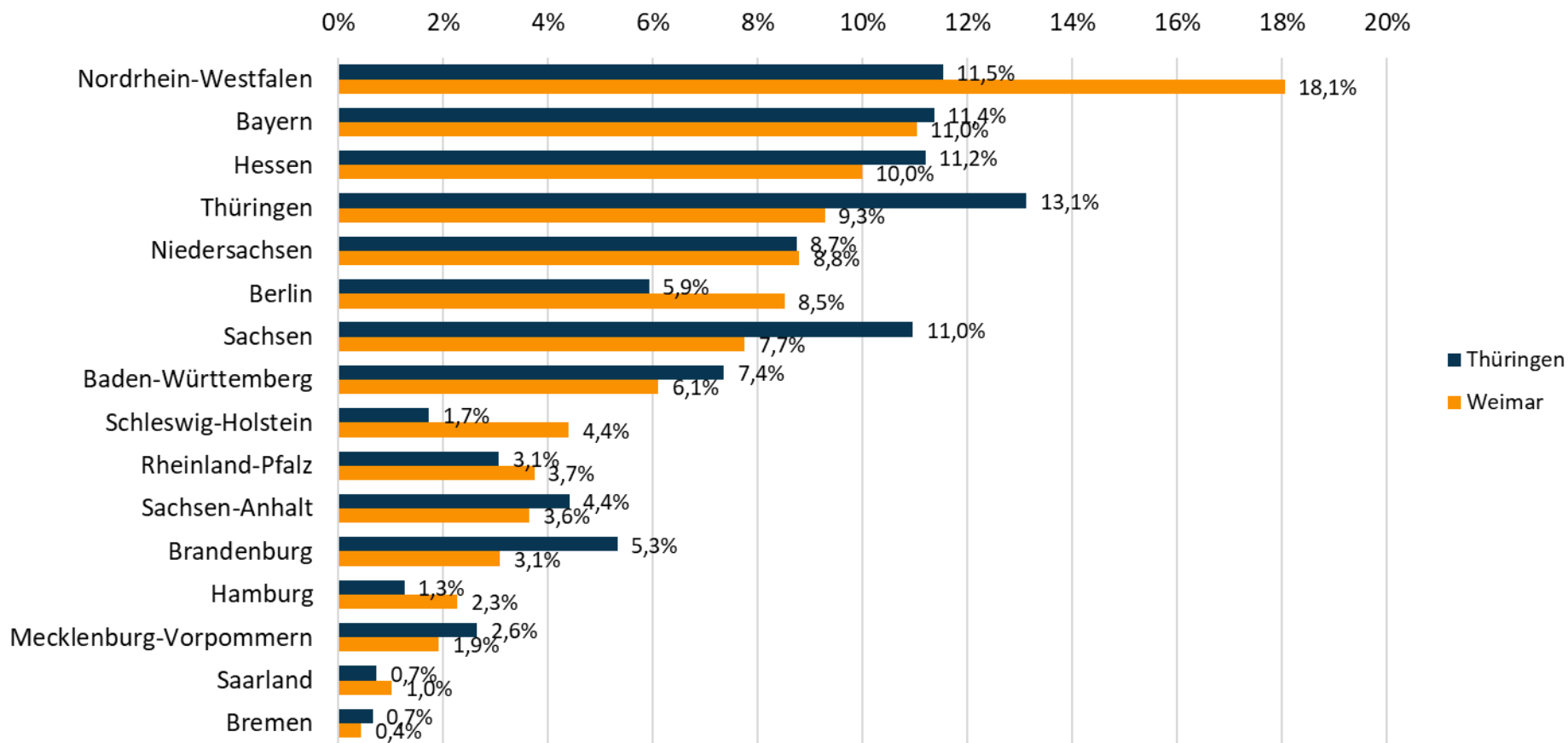
Gästeprofil

Wohnsitz (Deutschland vs. Ausland)



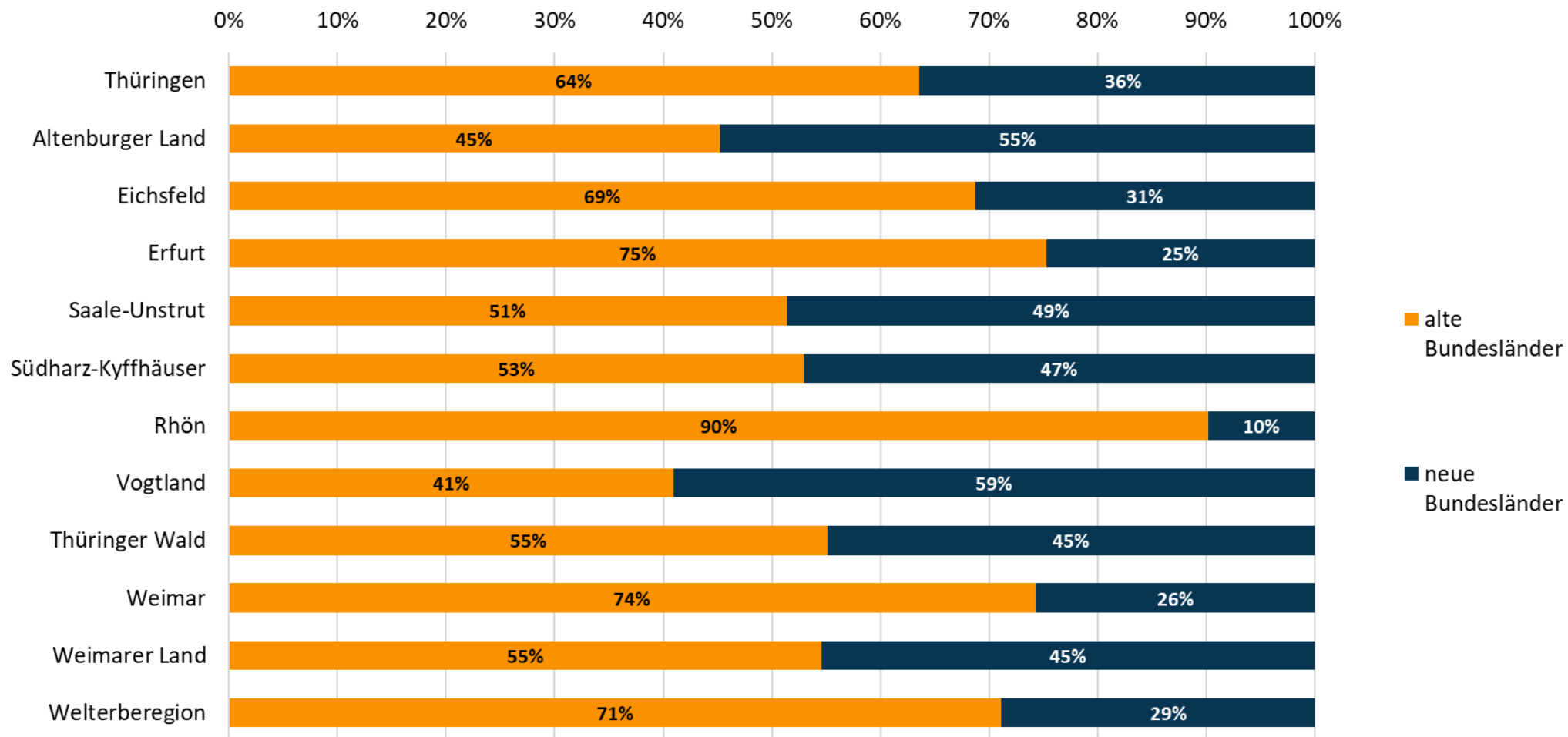
Frage: Wo haben Sie Ihren Wohnsitz?

Wohnsitz (Bundesländer)



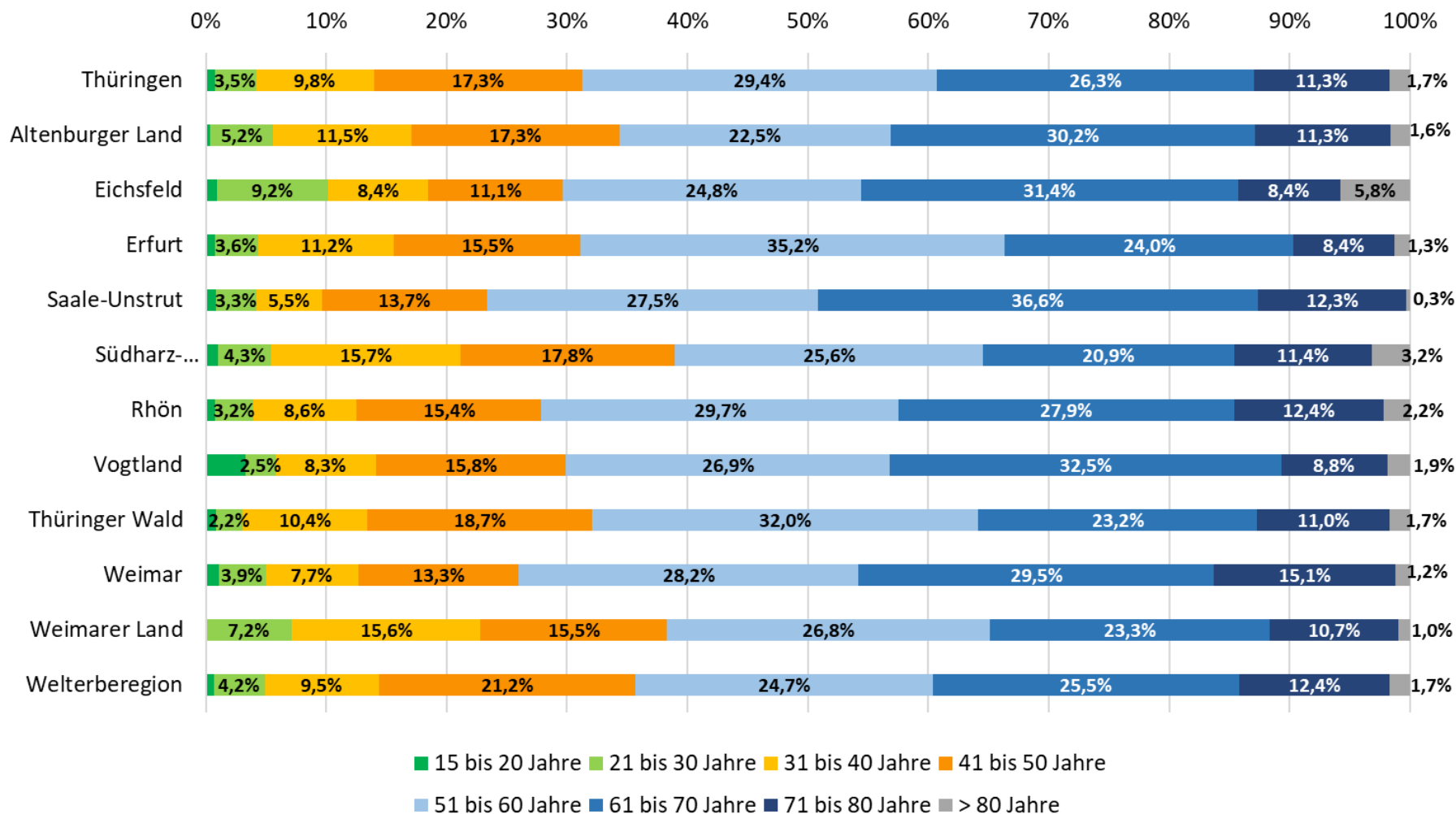
Frage: Wo haben Sie Ihren Wohnsitz?

Wohnsitz (Anteil alte und neue Bundesländer)



Frage: Wo haben Sie Ihren Wohnsitz?

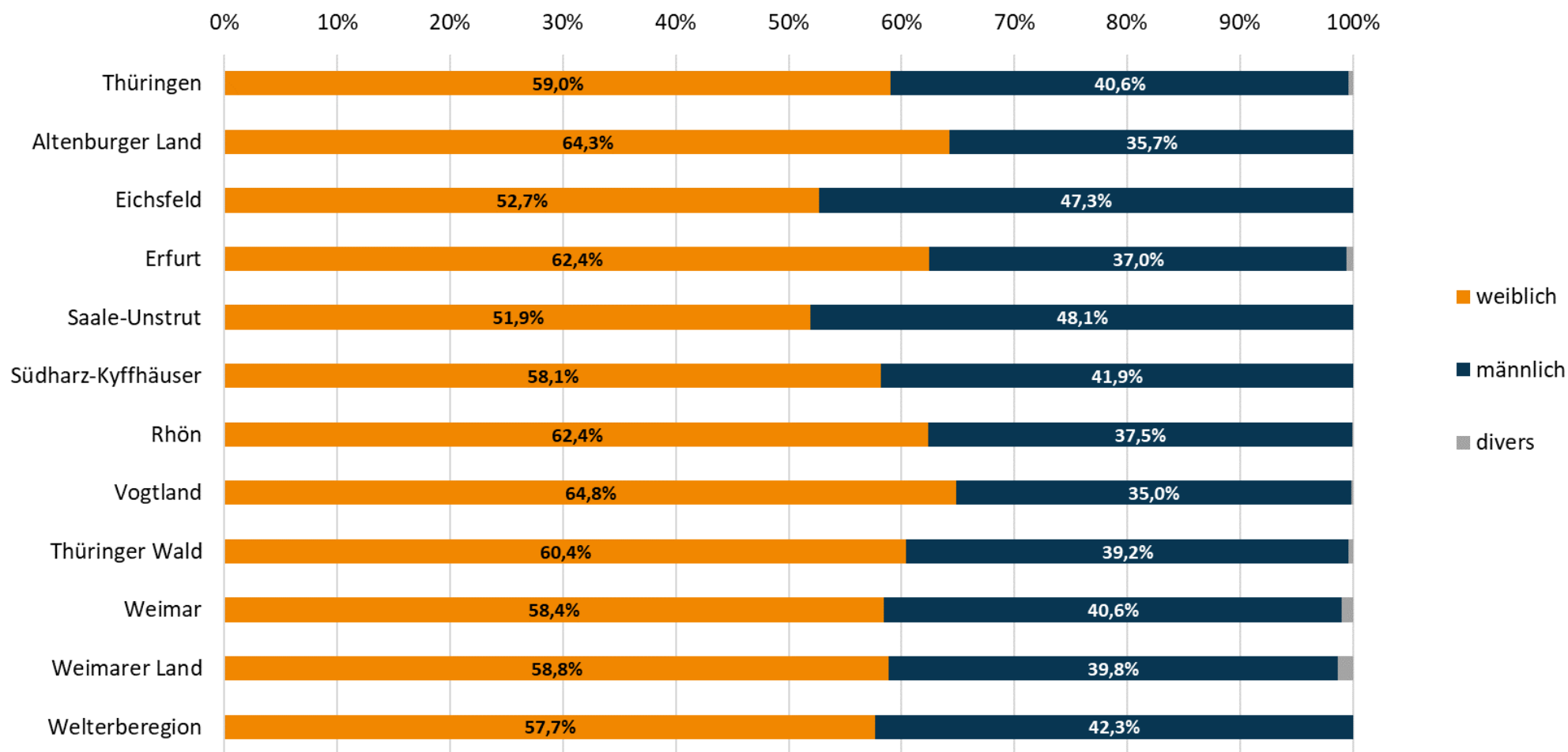
Alter



	Ø
Thüringen	56,0
Altenburger Land	55,5
Eichsfeld	56,0
Erfurt	54,8
Saale-Unstrut	58,3
Südharz-Kyffhäuser	54,2
Rhön	56,9
Vogtland	56,2
Thüringer Wald	55,8
Weimar	57,2
Weimarer Land	53,6
Welterberegion	55,8
Benchmark VGM	55,5
MV	54,7

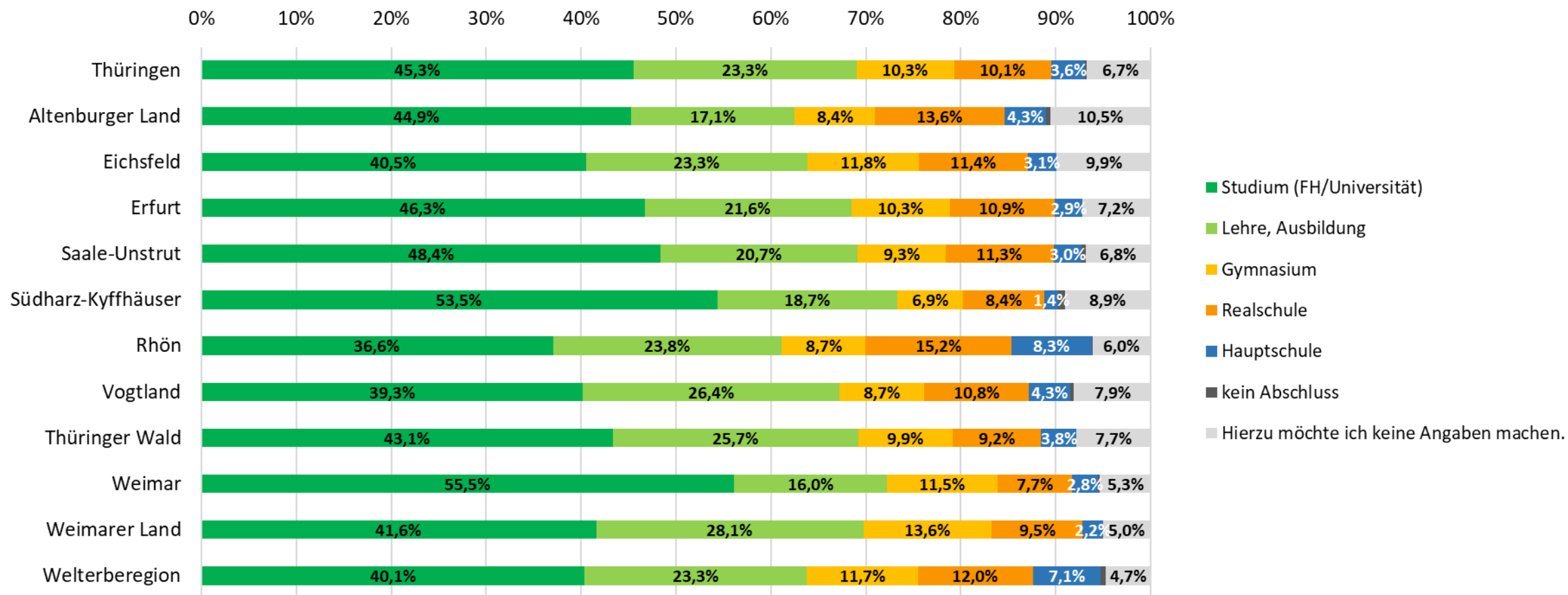
Frage: Wie alt sind Sie?

Geschlecht



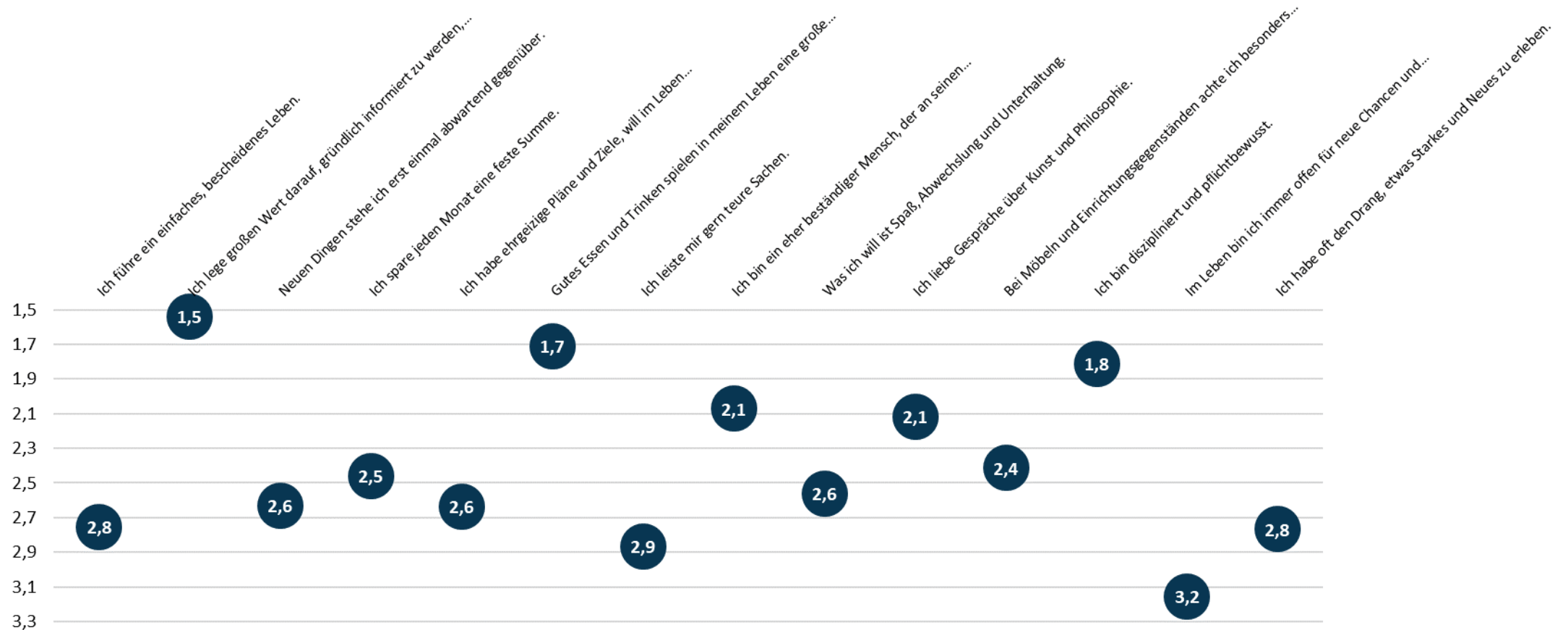
Frage: Welchem Geschlecht fühlen Sie sich zugehörig?

Bildung



Welchen höchsten Abschluss haben Sie?

Lebensstil



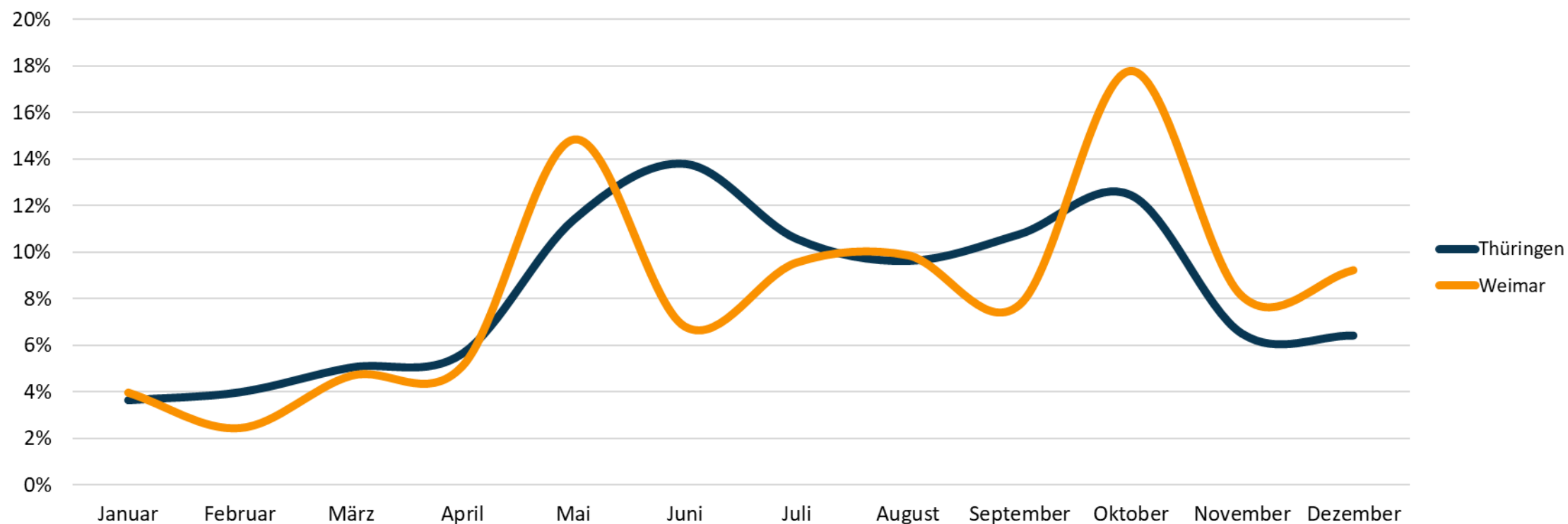
Welche Einstellung haben Sie zu verschiedenen Lebensbereichen? Inwieweit treffen die folgenden Aussagen zu?

Skala von 1 = trifft voll und ganz zu bis 4 = trifft überhaupt nicht zu

Kapitel

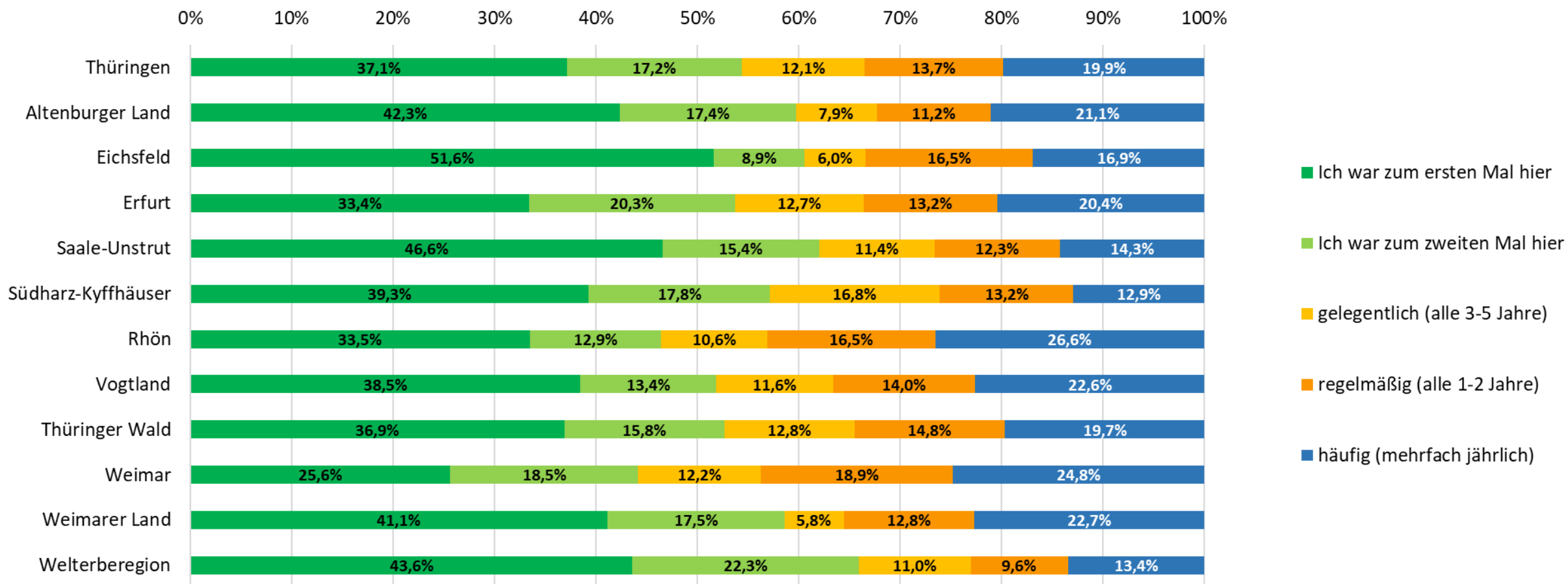
Struktur der Reisenden

Saisonale Verteilung der Stichprobe



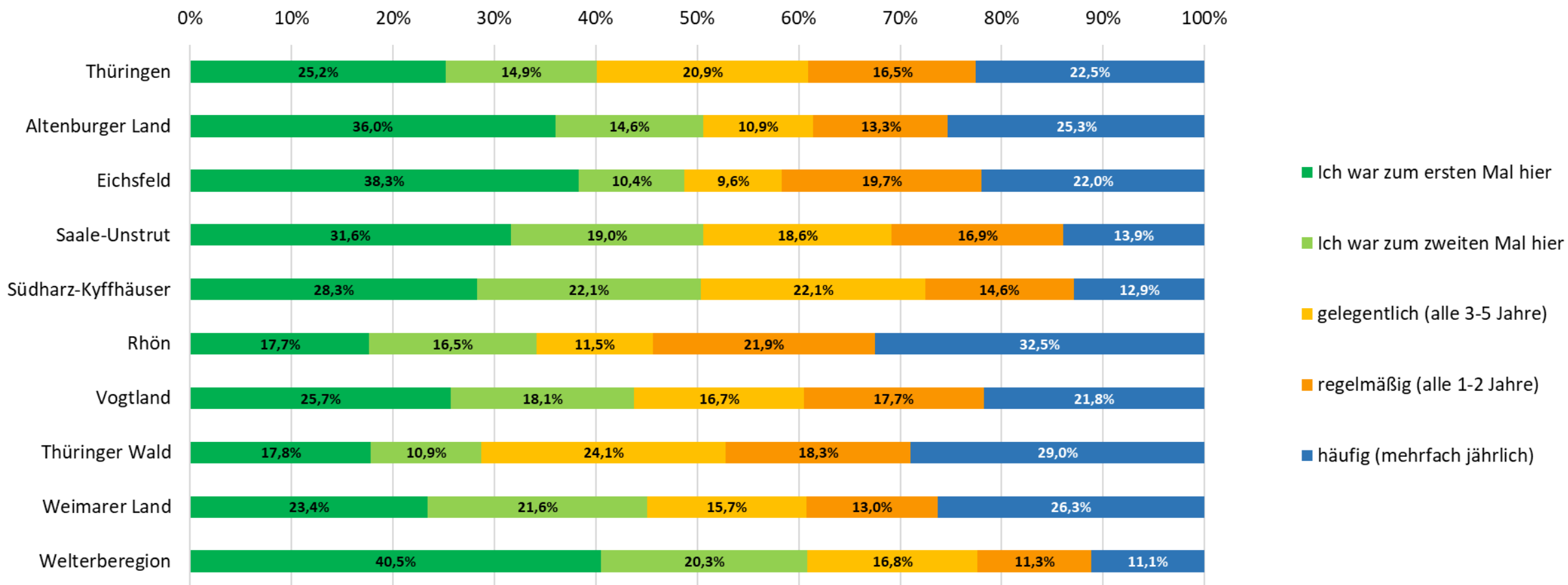
Frage: In welchem Monat sind Sie angereist?

Reiseerfahrung (Ort)



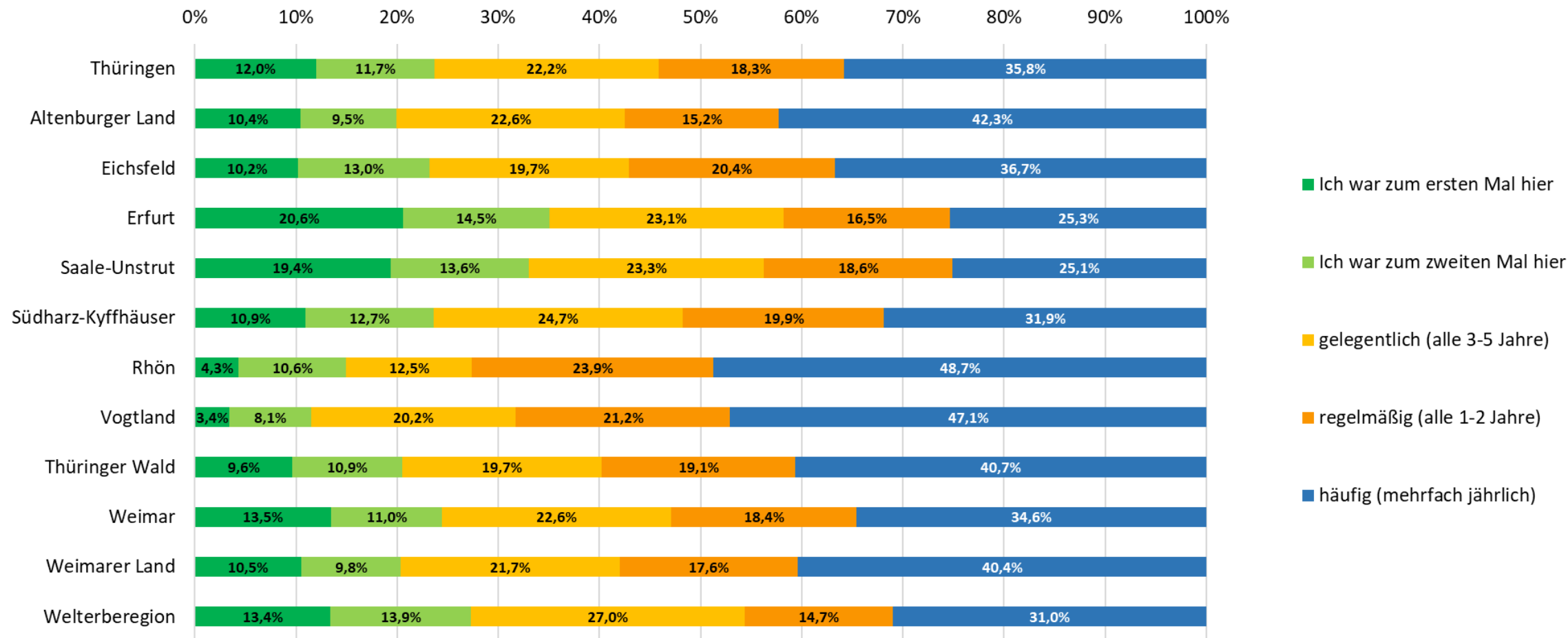
Frage: Wie oft waren Sie insgesamt als Gast in Ihrem Reiseziel (Stadt/Ort)?

Reiseerfahrung (Region)



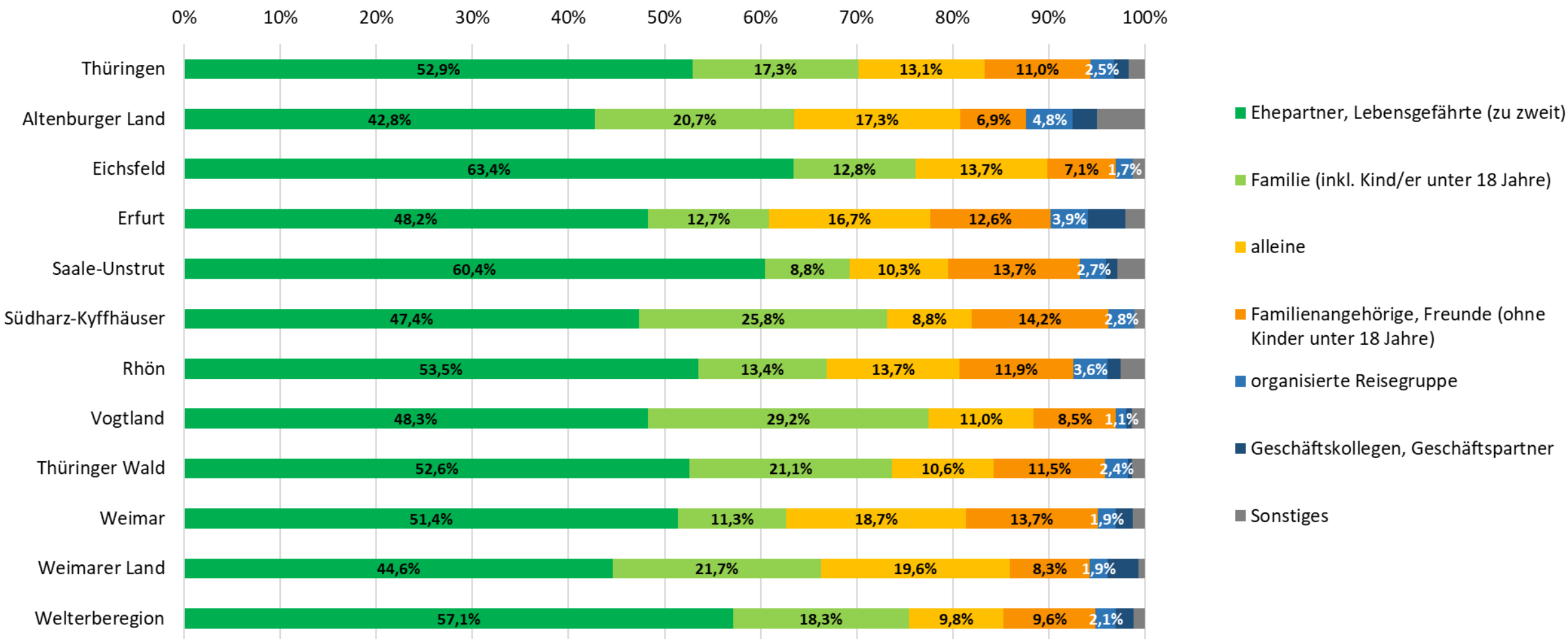
Frage: Wie oft waren Sie insgesamt als Gast in der Region?

Reiseerfahrung (Bundesland)



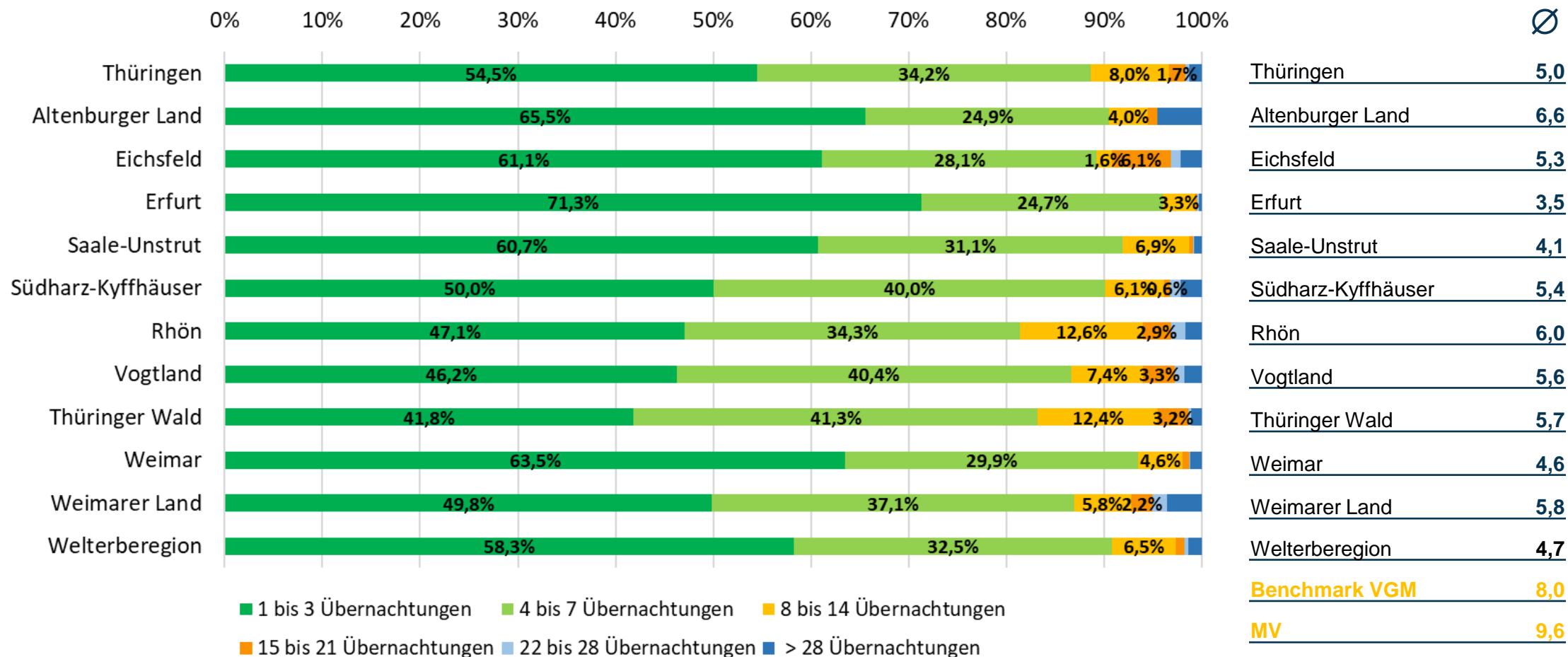
Frage: Wie oft waren Sie insgesamt als Gast im Bundesland?

Reisebegleitung



Frage: Mit wem sind Sie gereist?

Aufenthaltsdauer

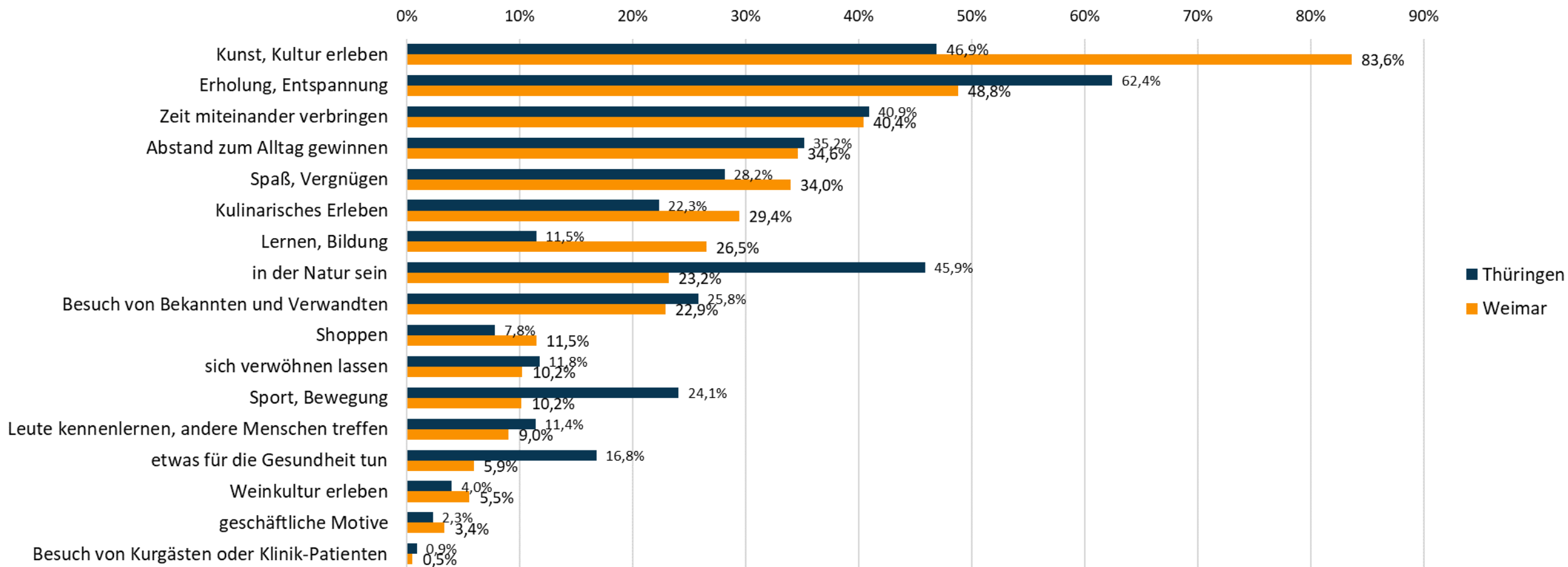


Frage: Wie lange dauerte der Aufenthalt?

Kapitel

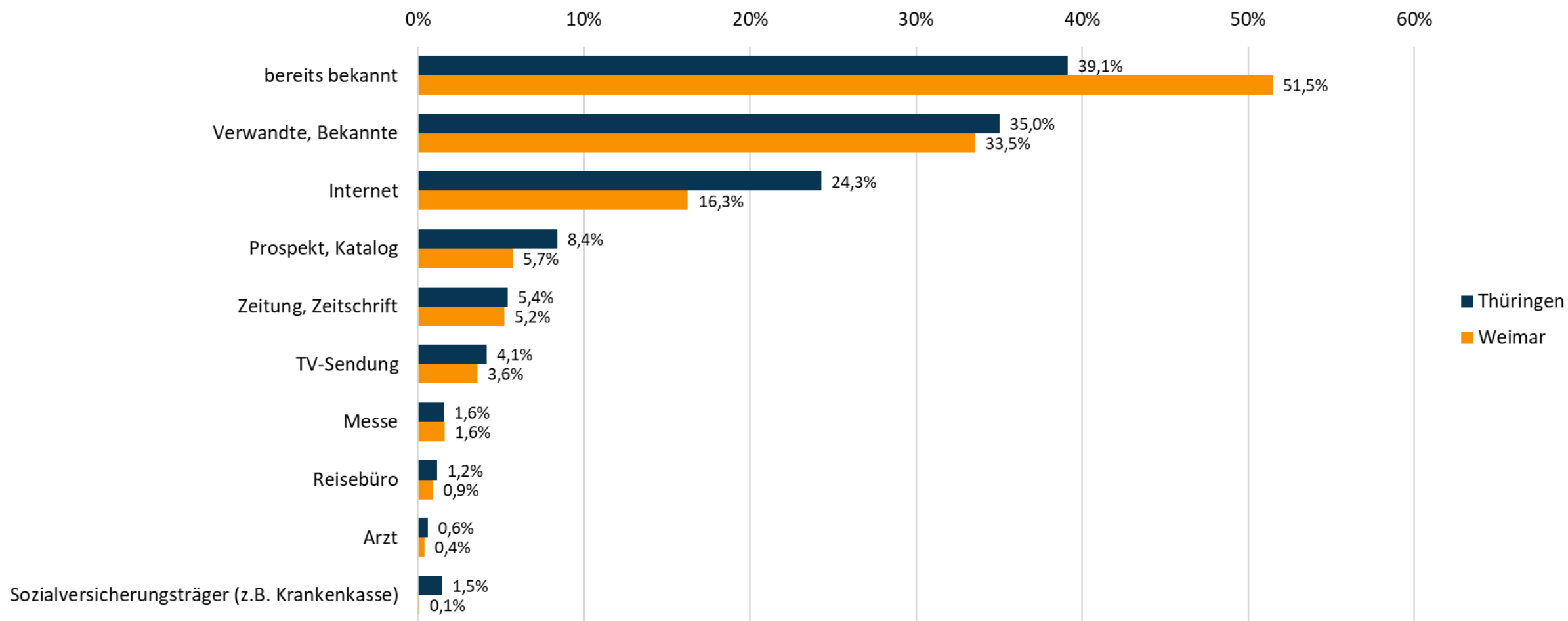
Reiseentscheidung

Reisemotive



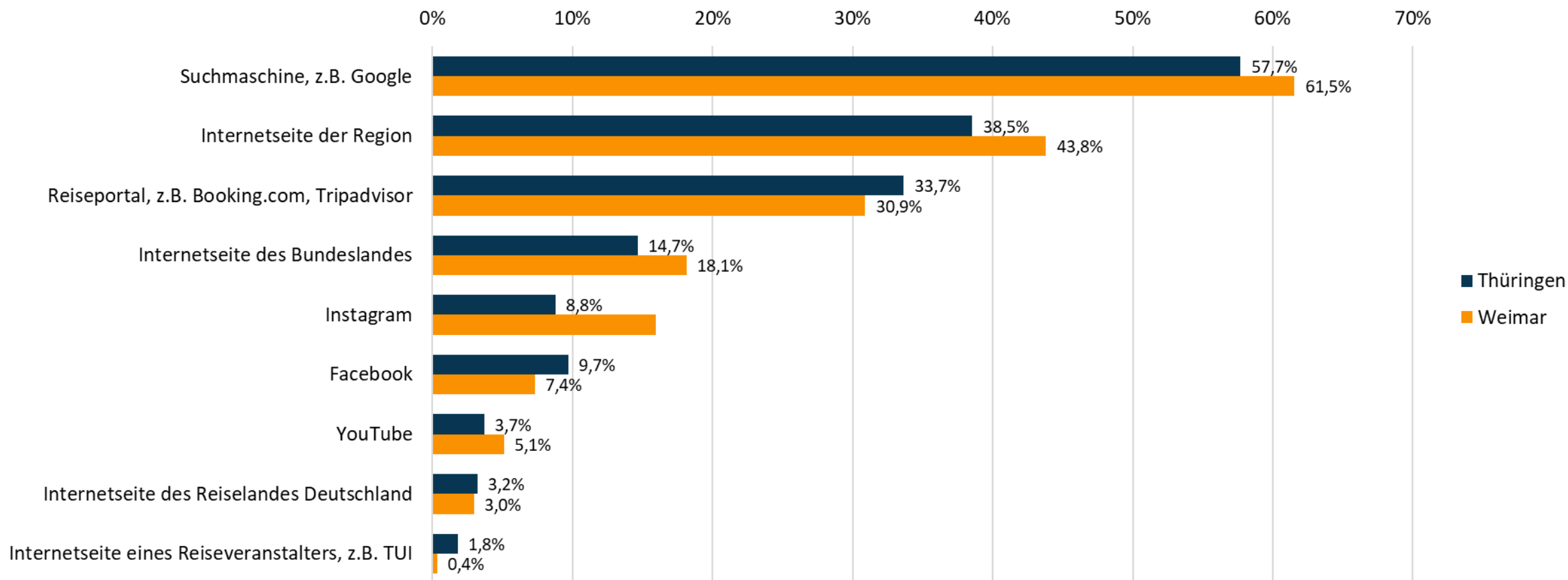
Was waren die Motive für Ihren Aufenthalt?

Aufmerksamkeit



Frage: Wie sind Sie auf Ihr Reiseziel aufmerksam geworden?

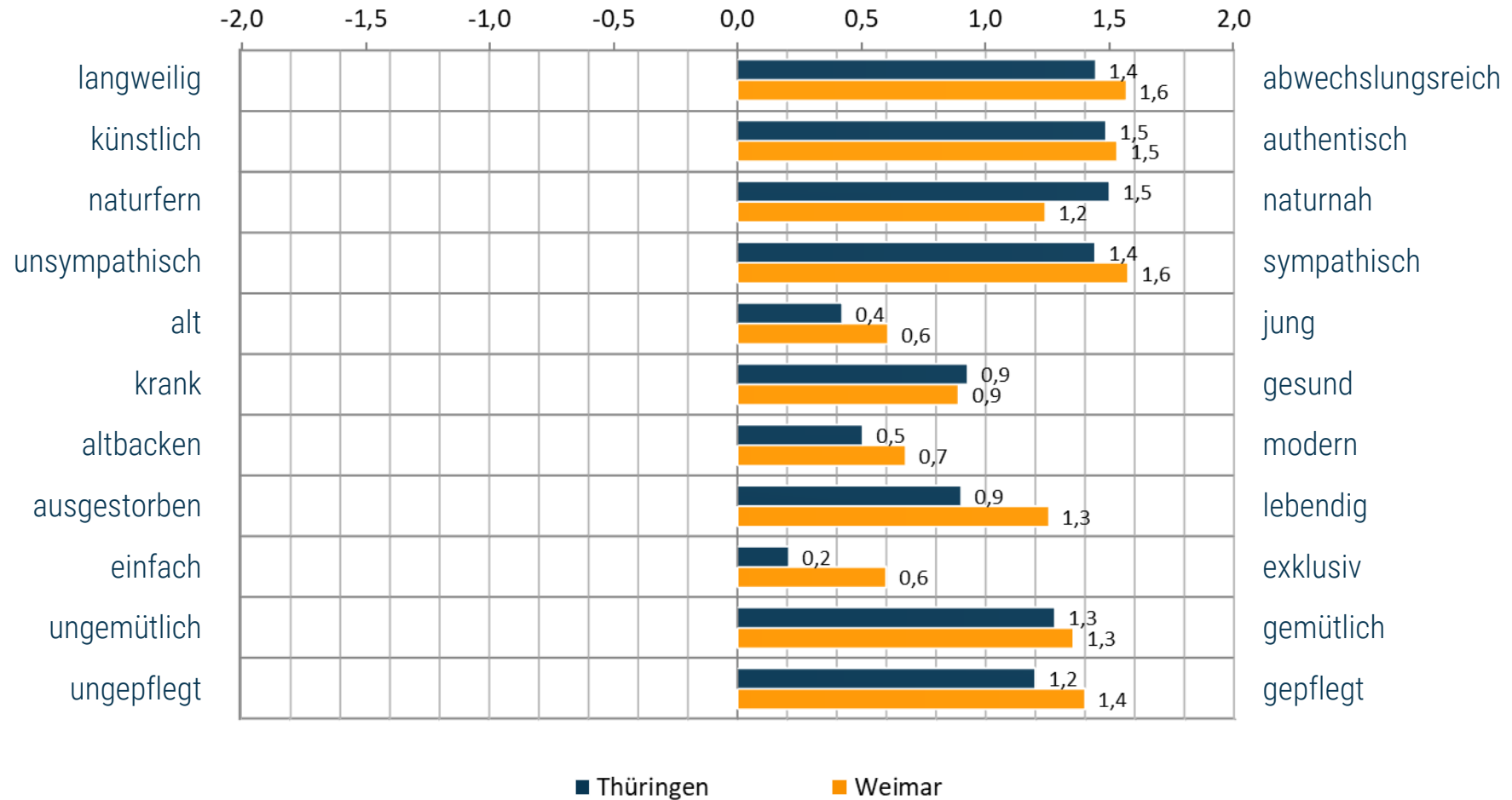
Aufmerksamkeit (Internet)



Frage: Wenn Sie im Internet aufmerksam geworden sind: Welche Seiten haben Sie genutzt?

Basis: nur Gäste, die im Internet aufmerksam wurden

Image



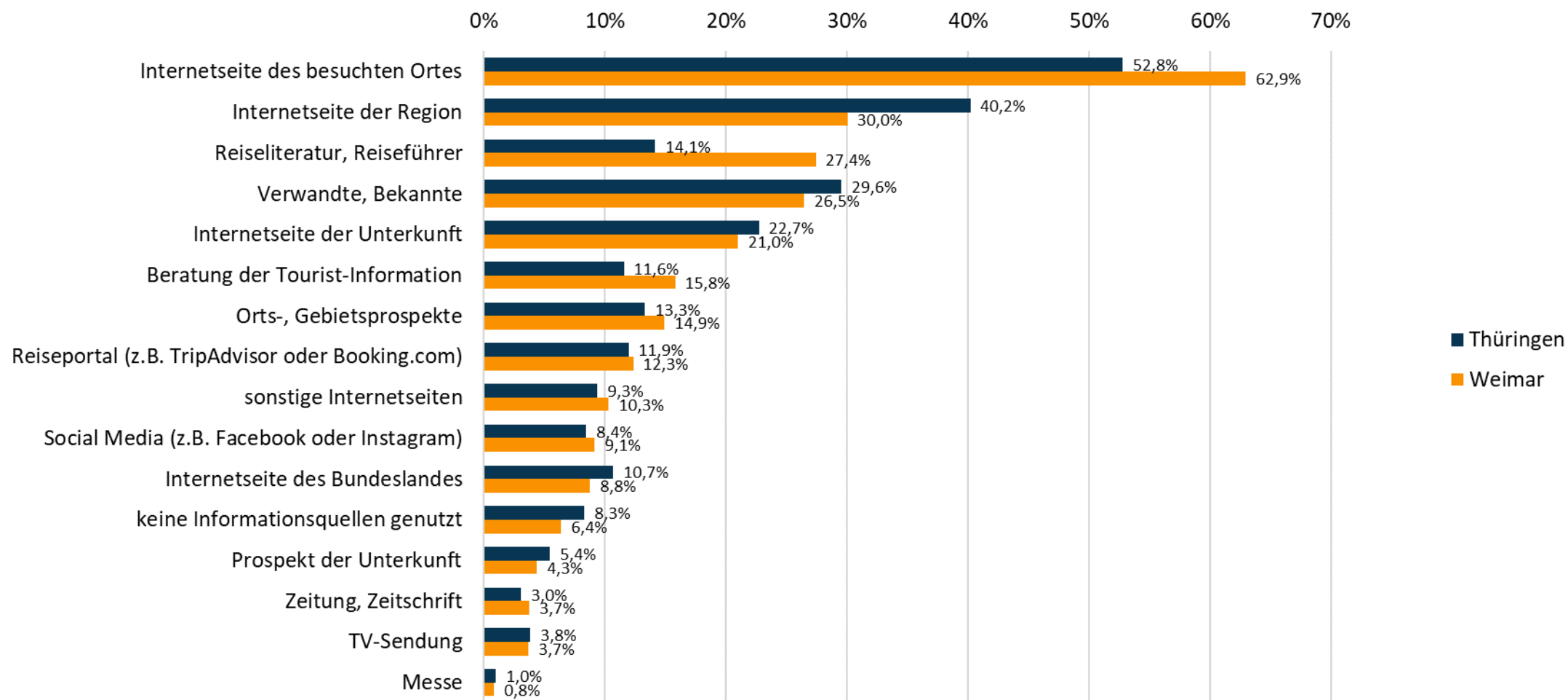
Frage: Welches Bild haben Sie von der Region insgesamt?*

**durchschnittliche Einordnung zwischen den Gegensatzpaaren von -2 (linker Begriff) bis 2 (rechter Begriff)*

Kapitel

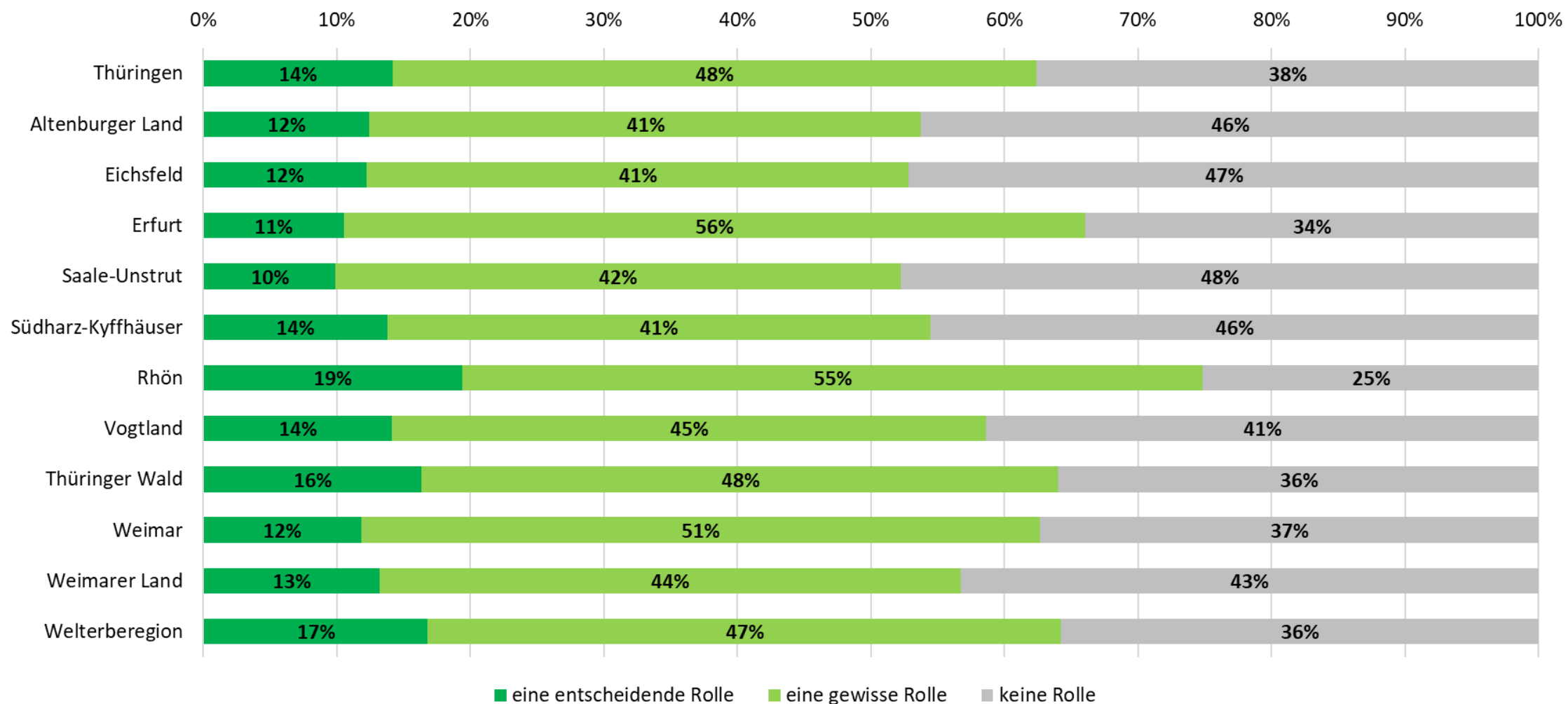
Reiseplanung

Information im Vorfeld



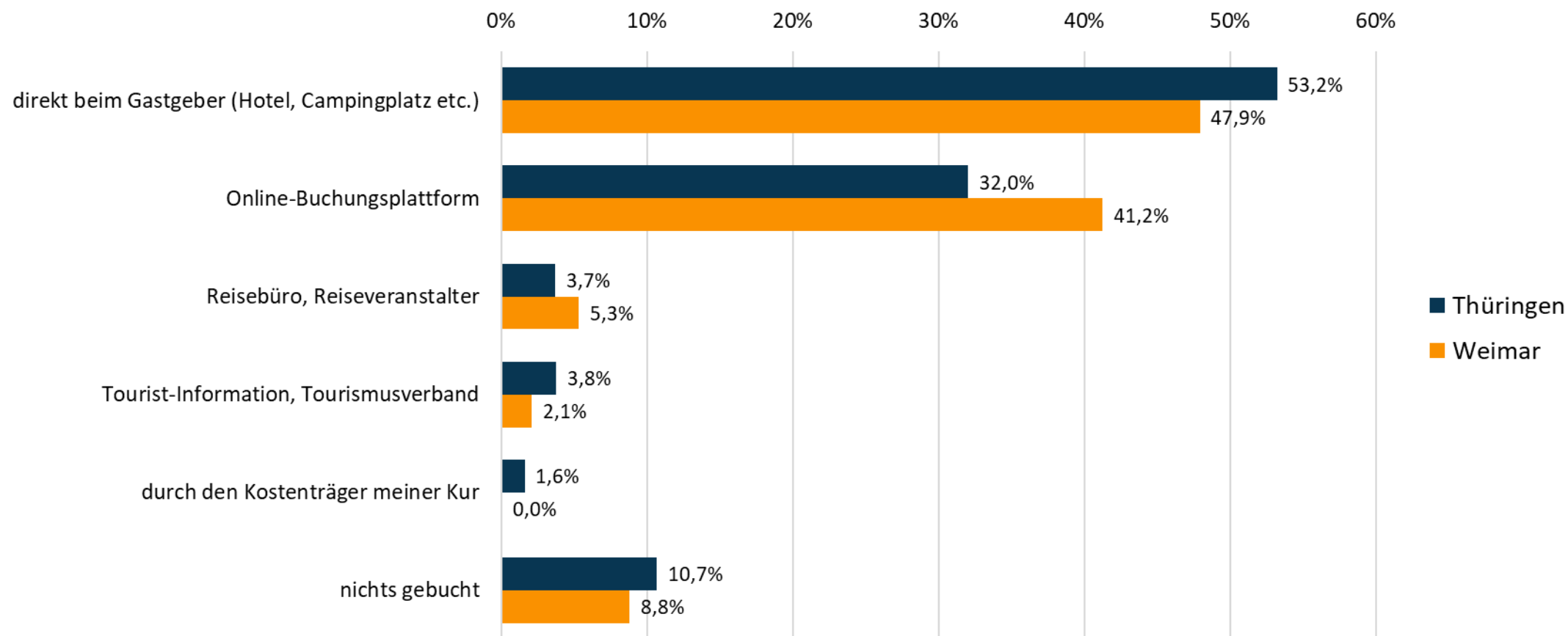
Frage: Wie haben Sie sich im Vorfeld näher über Ihr Reiseziel informiert?

Rolle von Umwelt- und Klimaverträglichkeit



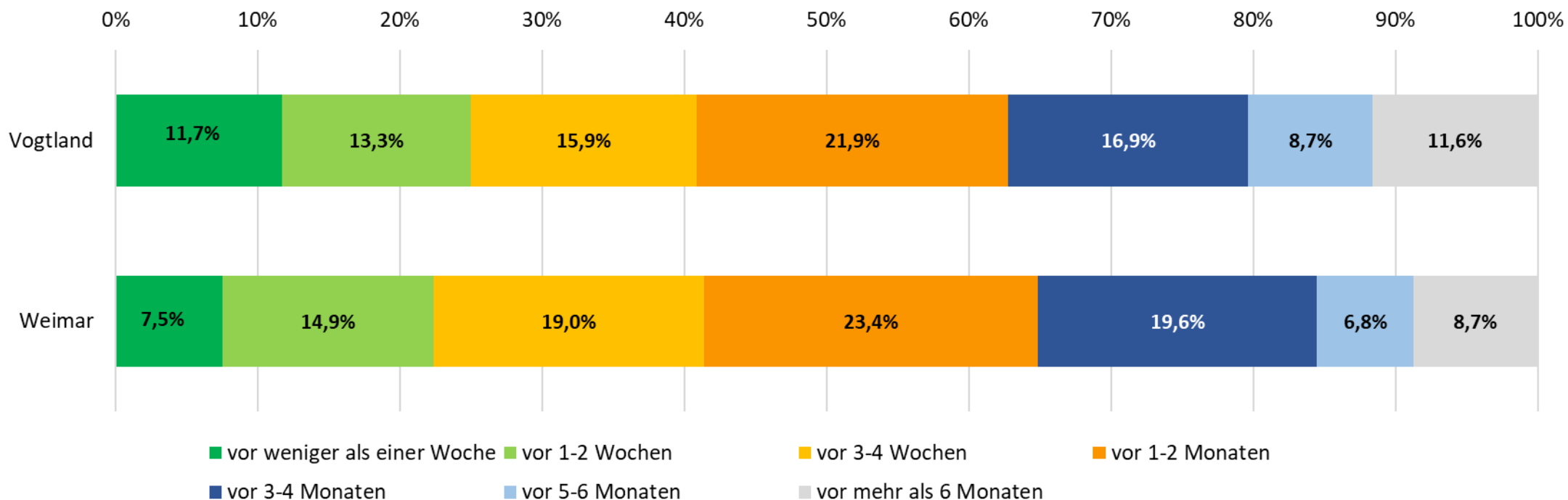
Frage: Welche Rolle spielten Umwelt- und Klimaverträglichkeit bei der Planung Ihrer Reise?

Buchung der Reise



Frage: Wo haben Sie Ihre Reise bzw. Unterkunft gebucht?

Zeitpunkt der Buchung



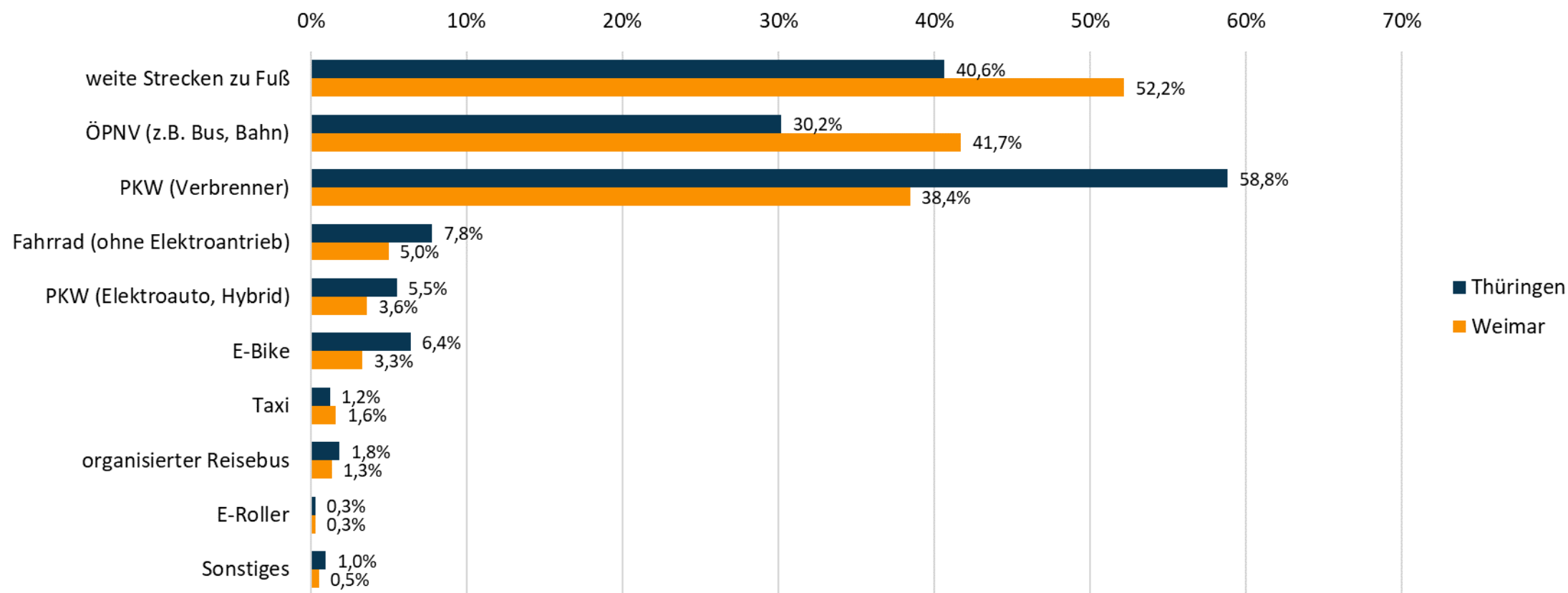
Frage: Wie lange vor Anreise haben Sie gebucht?

Basis: nur Gäste, die im Vogtland (inklusive grenzüberschreitender Gebiete) und in Weimar waren

Kapitel

Mobilität und Verkehr

Mobilität vor Ort

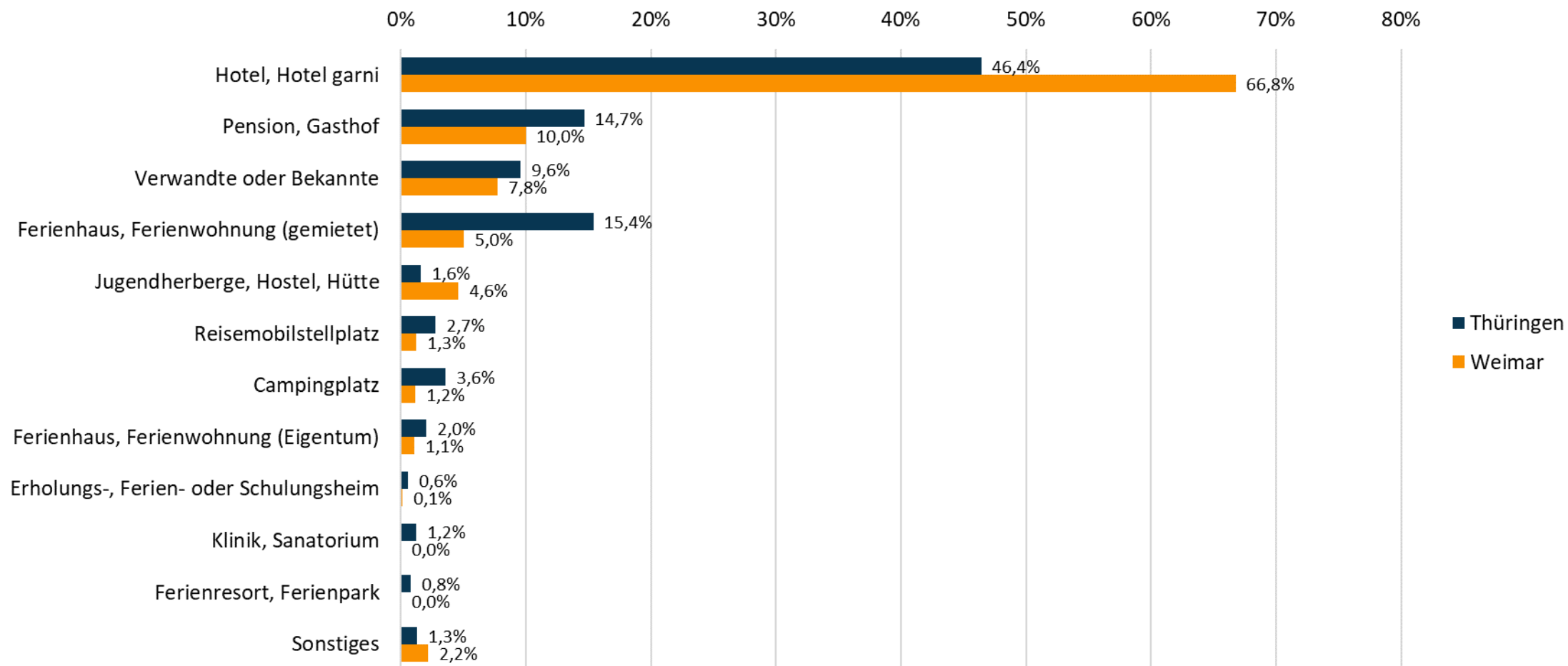


Frage: Wie haben Sie sich vor Ort fortbewegt?

Kapitel

Unterkunft und Verpflegung

Unterkunft



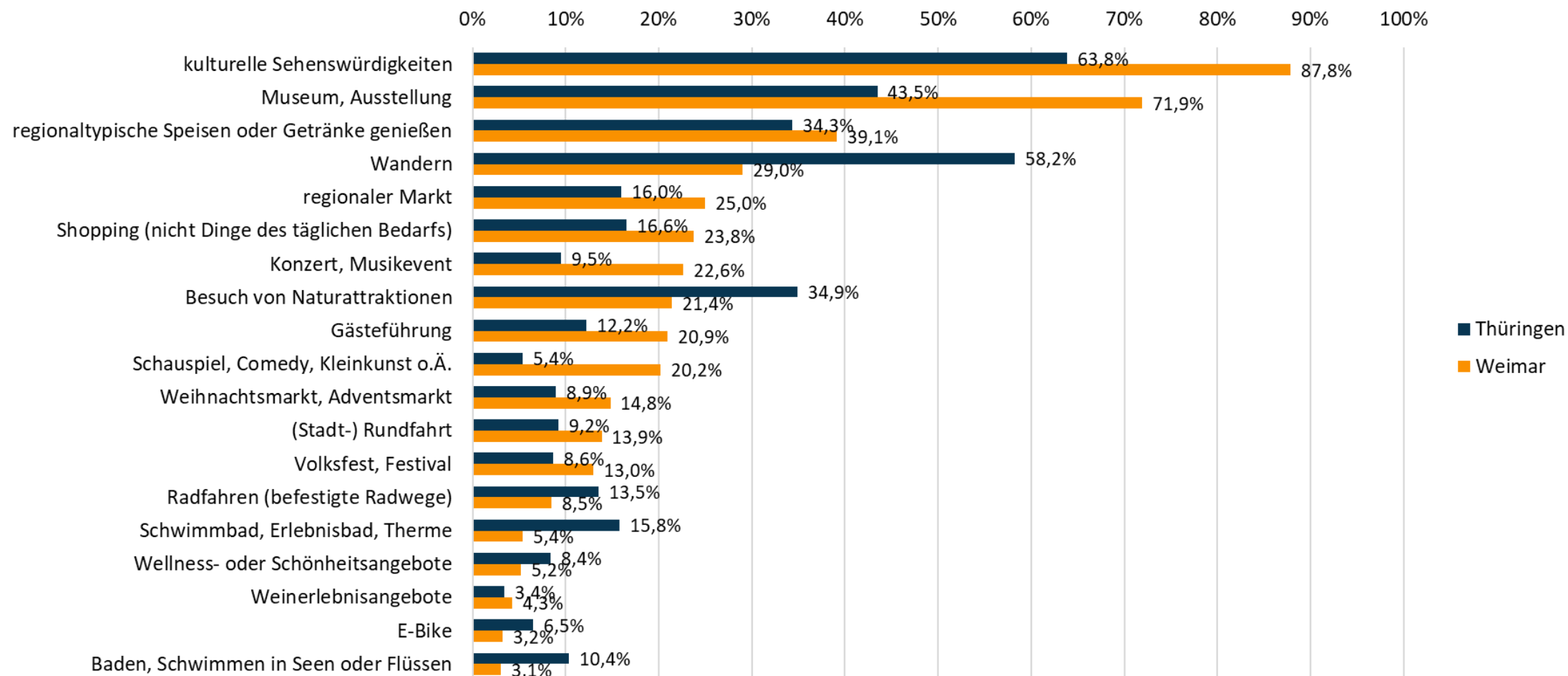
Frage: Wo haben Sie übernachtet?

Kapitel

Reiseaktivitäten

Freizeitaktivitäten

(Häufigkeit mindestens 3%)



Frage: Welche Freizeitaktivitäten haben Sie während Ihres Aufenthaltes unternommen?

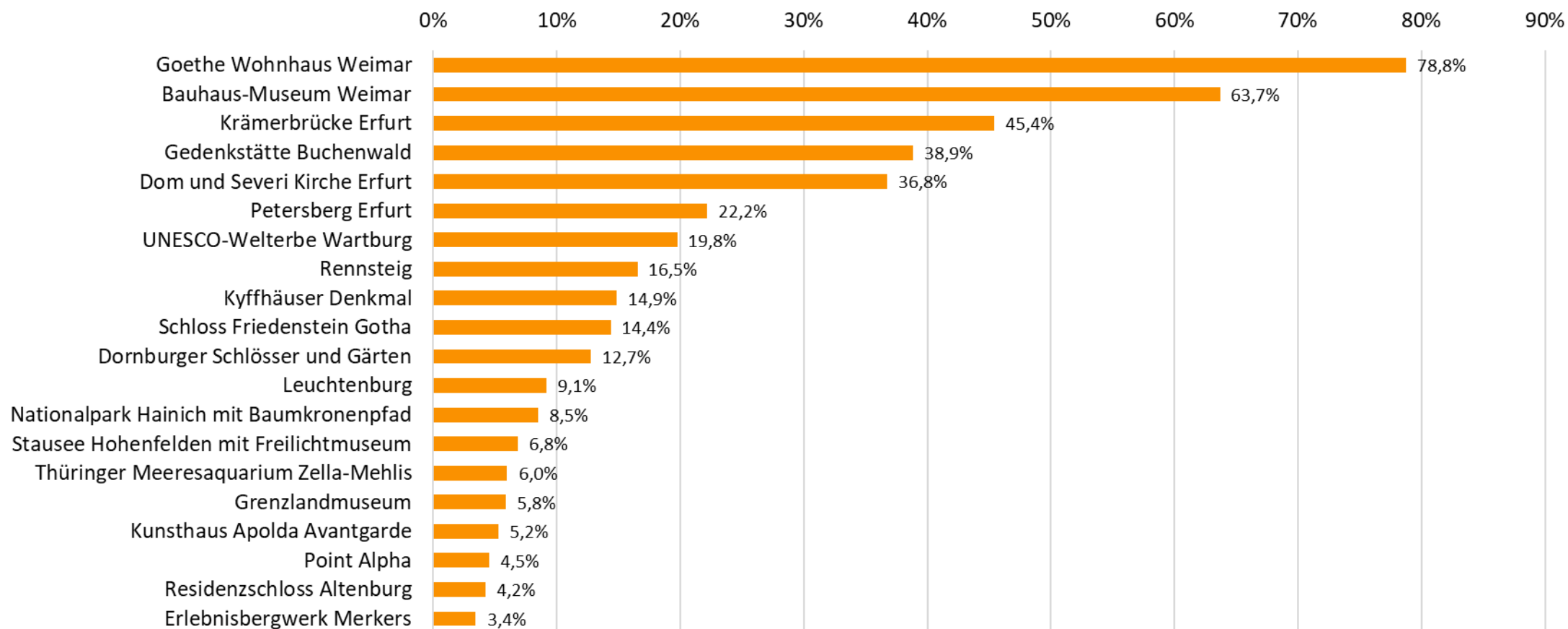
Top-10 Freizeitaktivitäten nach Region

Thüringen kulturelle Sehenswürdigkeiten Wandern Museum, Ausstellung Besuch von Naturattraktionen regionale Küche genießen Shopping regionaler Markt Schwimmbad, Erlebnisbad, Therme Radfahren (ohne Mountainbike) Gästeführung	Altenburger land kulturelle Sehenswürdigkeiten Museum, Ausstellung Wandern regionale Küche genießen regionaler Markt Gästeführung Besuch von Naturattraktionen Shopping Radfahren (ohne Mountainbiking) Freizeit- und Erlebniseinrichtung	Eichsfeld Wandern kulturelle Sehenswürdigkeiten regionale Küche genießen Wellness- oder Schönheitsangebote Besuch von Naturattraktionen Schwimmbad, Erlebnisbad, Therme Museum, Ausstellung Baden, Schwimmen in Seen oder Flüssen regionaler Markt Shopping	Erfurt kulturelle Sehenswürdigkeiten Museum, Ausstellung regionale Küche genießen Shopping (Stadt-) Rundfahrt Gästeführung Wandern Besuch von Naturattraktionen regionaler Markt Konzert, Musikevent
Saale-Unstrut kulturelle Sehenswürdigkeiten Wandern Museum, Ausstellung Weinerlebnisangebote regionale Küche genießen Radfahren (ohne Mountainbiking) Besuch von Naturattraktionen regionaler Markt Gästeführung (Stadt-) Rundfahrt	Südharz-Kyffhäuser kulturelle Sehenswürdigkeiten Wandern Besuch von Naturattraktionen Museum, Ausstellung regionale Küche genießen Schwimmbad, Erlebnisbad, Therme Radfahren (ohne Mountainbiking) Freizeit- und Erlebniseinrichtung regionaler Markt E-Bike	Rhön Wandern Besuch von Naturattraktionen kulturelle Sehenswürdigkeiten regionale Küche genießen Schwimmbad, Erlebnisbad, Therme Wellness- oder Schönheitsangebote Museum, Ausstellung regionaler Markt Radfahren (ohne Mountainbiking) Baden, Schwimmen in Seen oder Flüssen	Vogtland Wandern kulturelle Sehenswürdigkeiten Museum, Ausstellung Besuch von Naturattraktionen Schwimmbad, Erlebnisbad, Therme regionale Küche genießen Baden, Schwimmen in Seen oder Flüssen Freizeit- und Erlebniseinrichtung Konzert, Musikevent Shopping
Thüringer Wald Wandern kulturelle Sehenswürdigkeiten Besuch von Naturattraktionen regionale Küche genießen Museum, Ausstellung Schwimmbad, Erlebnisbad, Therme Radfahren (ohne Mountainbiking) Baden, Schwimmen in Seen oder Flüssen regionaler Markt Shopping	Weimar kulturelle Sehenswürdigkeiten Museum, Ausstellung regionale Küche genießen Wandern regionaler Markt Shopping Konzert, Musikevent Besuch von Naturattraktionen Gästeführung Schauspiel, Comedy, Kleinkunst o.Ä.	Weimarer Land Wandern kulturelle Sehenswürdigkeiten Museum, Ausstellung Schwimmbad, Erlebnisbad, Therme Baden, Schwimmen in Seen oder Flüssen regionale Küche genießen Besuch von Naturattraktionen Radfahren (ohne Mountainbiking) Wellness- oder Schönheitsangebote Shopping	Welterberegion kulturelle Sehenswürdigkeiten Wandern Museum, Ausstellung Besuch von Naturattraktionen regionale Küche genießen Gästeführung Shopping Radfahren (ohne Mountainbiking) Schwimmbad, Erlebnisbad, Therme regionaler Markt

Frage: Welche Freizeitaktivitäten haben Sie während Ihres Aufenthaltes unternommen?

Attraktionen

(Häufigkeit mindestens 3%)



Welche der folgenden Attraktionen haben Sie besucht?

Kapitel

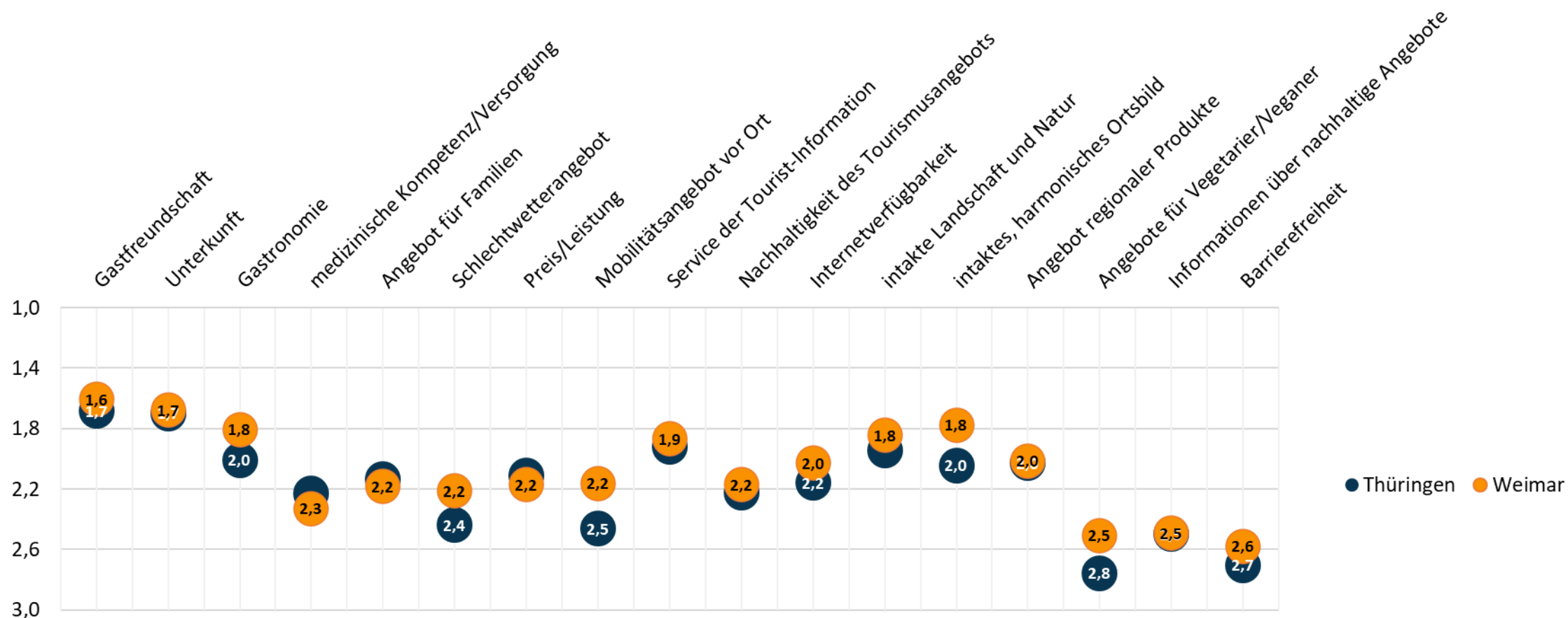
Zufriedenheit im Detail

Bedeutung ausgewählter Angebotsfaktoren

	Thüringen	Altenburg er Land	Eichsfeld	Erfurt	Saale- Unstrut	Südharz- Kyffhäuser	Rhön	Vogtland	Thüringer Wald	Weimar	Weimarer Land	Welterbe- region	Benchmark VGM
Gastfreundschaft	59%	72%	66%	59%	64%	56%	67%	67%	61%	54%	57%	55%	58%
Unterkunft	71%	76%	64%	74%	71%	68%	79%	75%	72%	77%	59%	67%	81%
Gastronomie	57%	58%	67%	64%	59%	51%	61%	51%	56%	62%	56%	48%	56%
medizinische Kompetenz/Versorgung	3%	4%	7%	2%	2%	4%	6%	6%	3%	1%	9%	2%	6%
Angebot für Familien	12%	19%	5%	9%	6%	19%	9%	21%	16%	5%	16%	9%	14%
Schlechtwetterangebot	13%	11%	14%	12%	7%	20%	13%	18%	15%	12%	9%	10%	13%
Preis/Leistung	48%	45%	46%	49%	48%	46%	46%	47%	51%	46%	45%	48%	45%
Mobilitätsangebot vor Ort	15%	9%	7%	28%	12%	11%	11%	9%	14%	15%	16%	13%	11%
Service der Tourist-Information	18%	24%	6%	28%	13%	20%	15%	13%	15%	24%	21%	17%	12%
Barrierefreiheit	4%	6%	4%	7%	2%	5%	5%	5%	4%	5%	2%	4%	6%
Nachhaltigkeit des Tourismusangebots	11%	7%	8%	13%	8%	7%	14%	9%	10%	11%	9%	13%	11%
Internetverfügbarkeit	24%	29%	25%	25%	23%	31%	21%	31%	23%	23%	27%	23%	28%
intakte Landschaft und Natur	44%	29%	49%	25%	41%	52%	56%	45%	52%	34%	44%	50%	85%
intaktes, harmonisches Ortsbild	31%	27%	40%	37%	29%	36%	25%	19%	26%	39%	27%	34%	69%
Angebot regionaler Produkte	32%	29%	42%	35%	31%	31%	41%	27%	31%	33%	38%	27%	60%
Angebote für Vegetarier/Veganer	6%	5%	11%	9%	8%	5%	11%	7%	4%	6%	6%	7%	11%
Informationen über nachhaltige Angebote	5%	5%	5%	5%	5%	7%	6%	3%	4%	6%	9%	6%	12%

Frage: Welche der folgenden Angebotsfaktoren waren für Sie wichtig?

Zufriedenheit mit ausgewählten Angebotsfaktoren



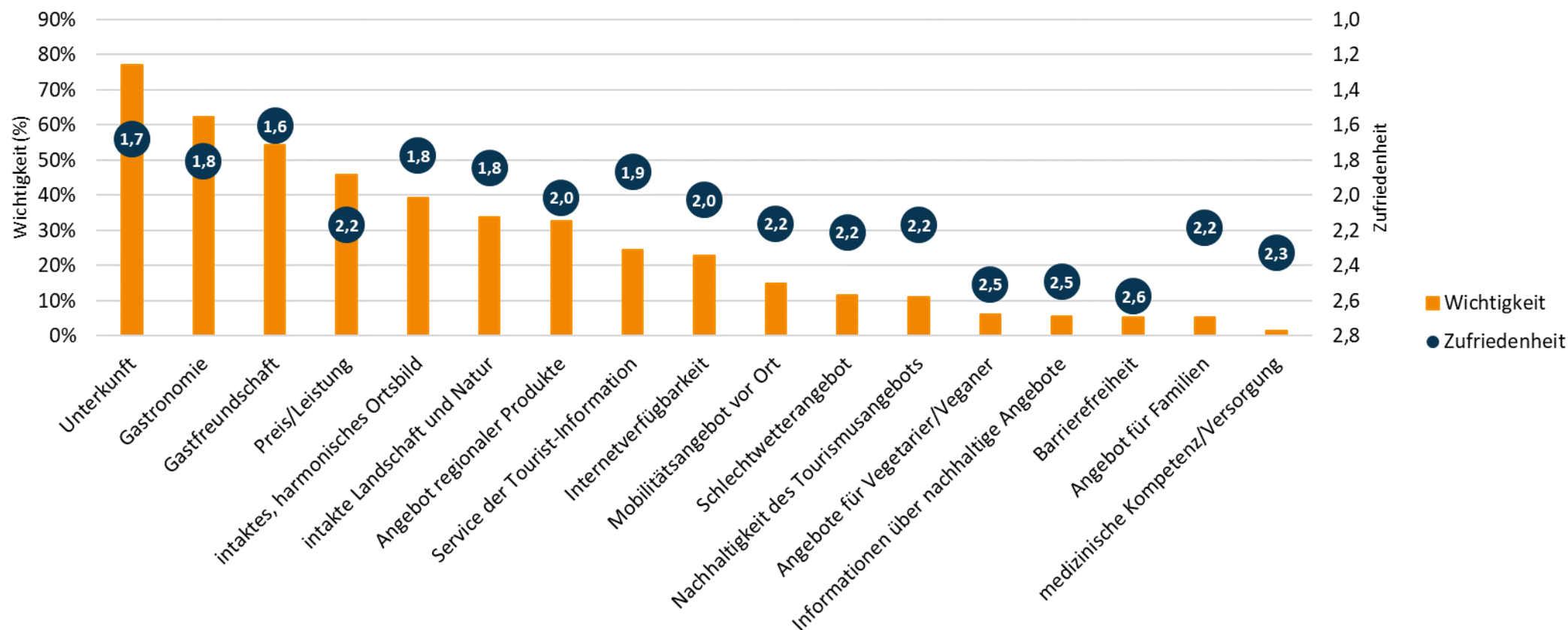
Frage: Wie zufrieden waren Sie den folgenden Dingen in Ihrem Zielgebiet?

Skala von 1 = „sehr zufrieden“ bis 6 = „sehr unzufrieden“

Hinweis: grün markiert sind die jeweils besten, rot die schwächsten Zufriedenheitswerte pro Angebotsfaktor

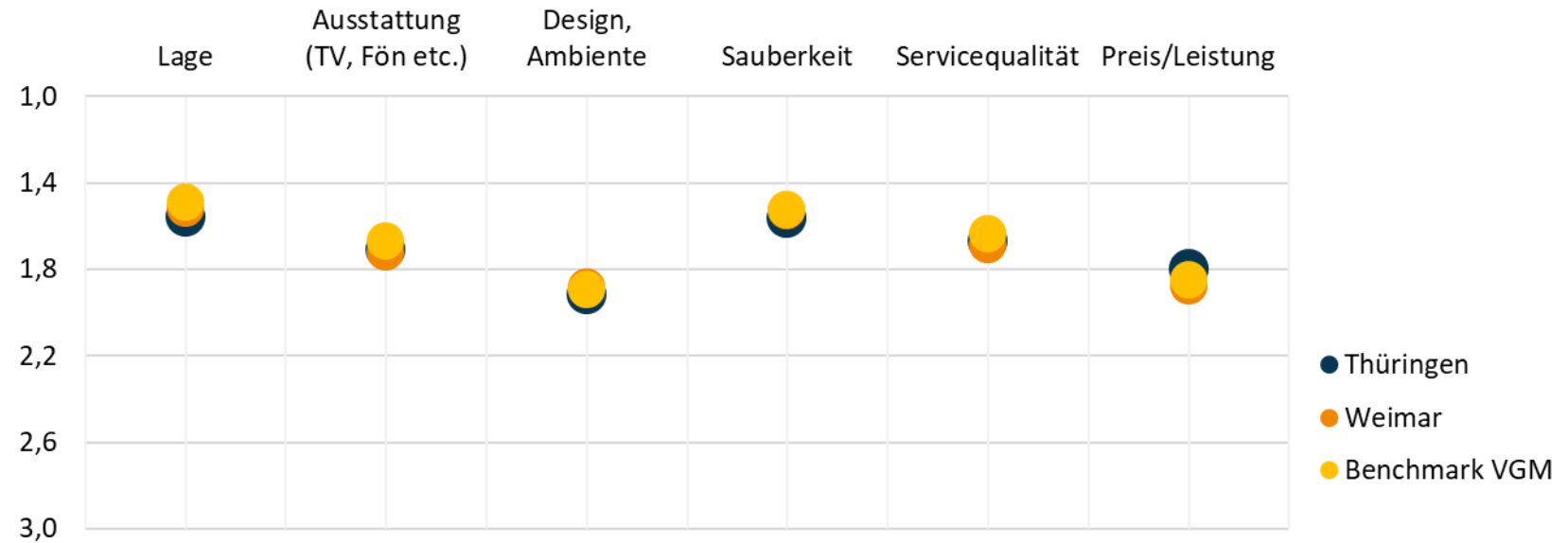
Zufriedenheit mit ausgewählten Angebotsfaktoren

Vergleich mit Bedeutung der Faktoren



Fragen: Welche der folgenden Angebotsfaktoren waren für Sie wichtig? Wie zufrieden waren Sie den folgenden Dingen in Ihrem Zielgebiet? Skala von 1 = „sehr zufrieden“ bis 6 = „sehr unzufrieden“

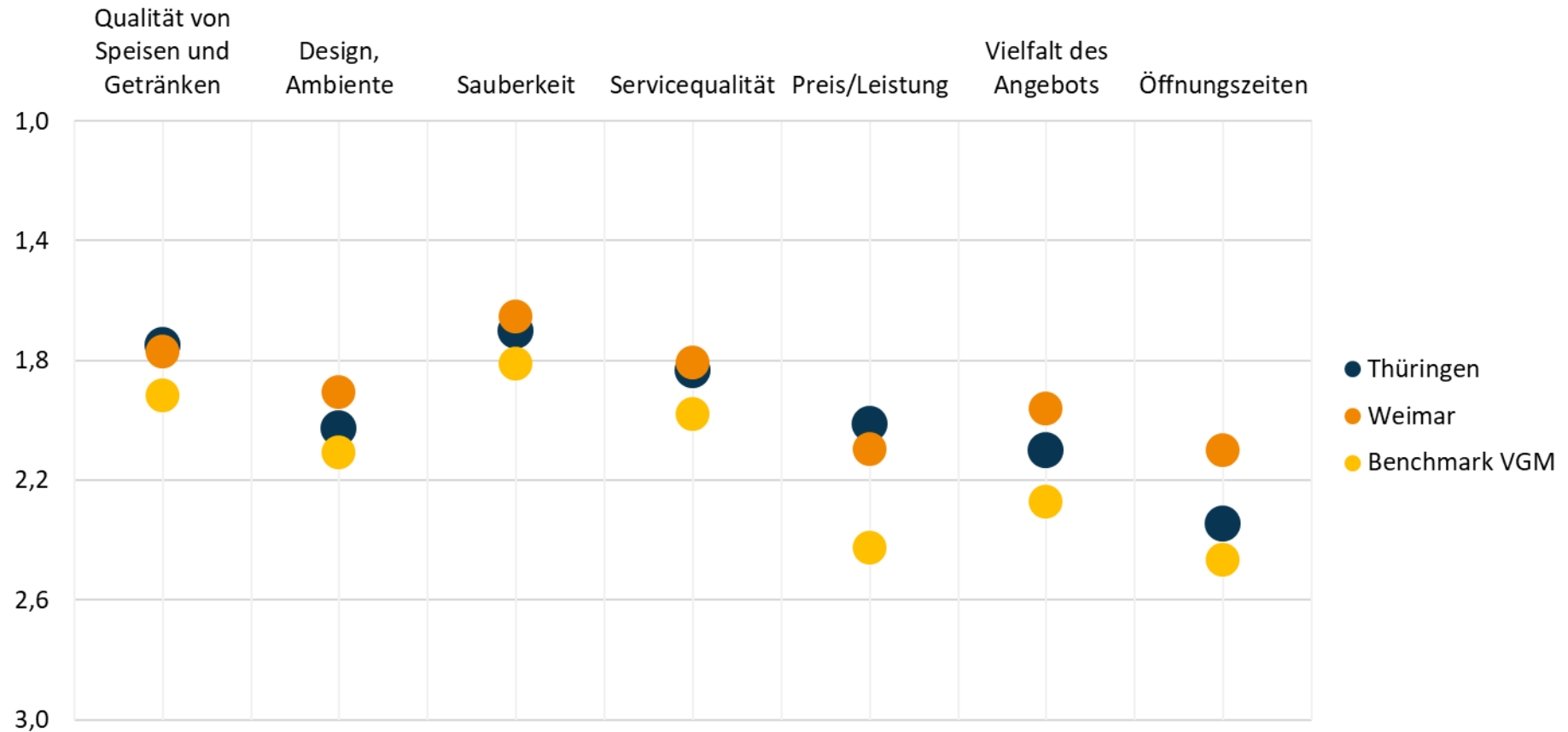
Bewertung Unterkunft



Frage: Wie beurteilen Sie Ihre Unterkunft im Detail?

Skala von 1 = „sehr gut“ bis 6 = „sehr schwach“

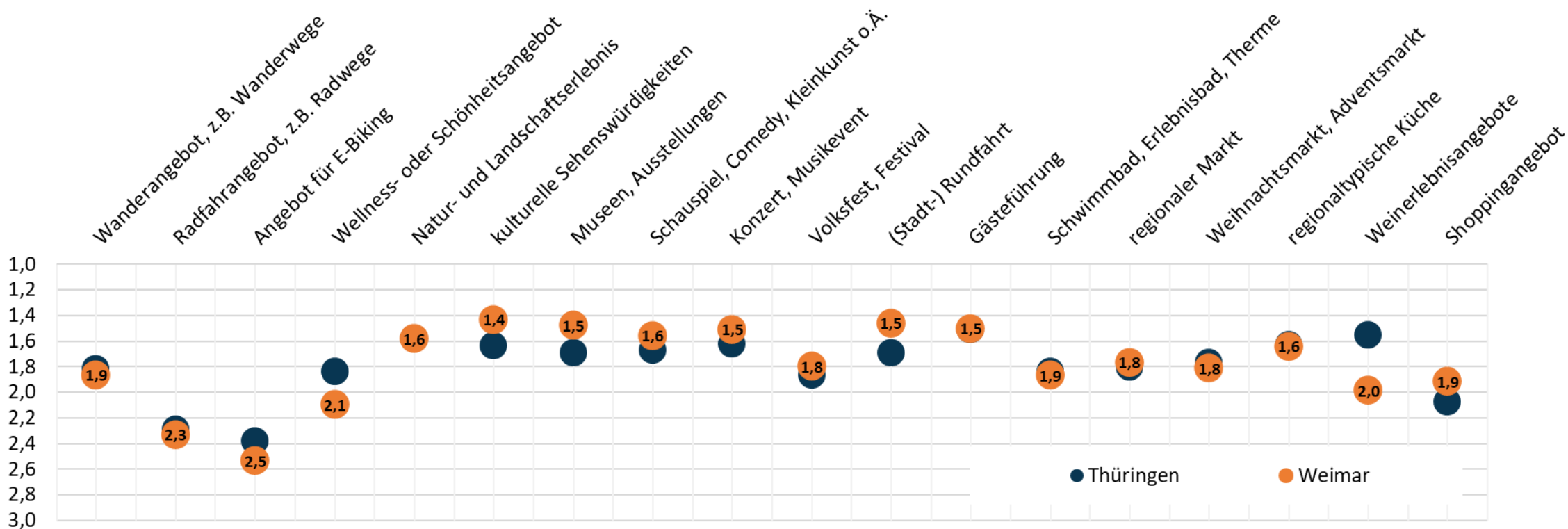
Bewertung Gastronomie



Frage: Falls Sie unser Gastronomieangebot genutzt haben: Wie beurteilen Sie die folgenden Dinge?

Skala von 1 = „sehr gut“ bis 6 = „sehr schwach“

Zufriedenheit Freizeitangebot



Wie zufrieden waren Sie mit dem genutzten Freizeitangebot?

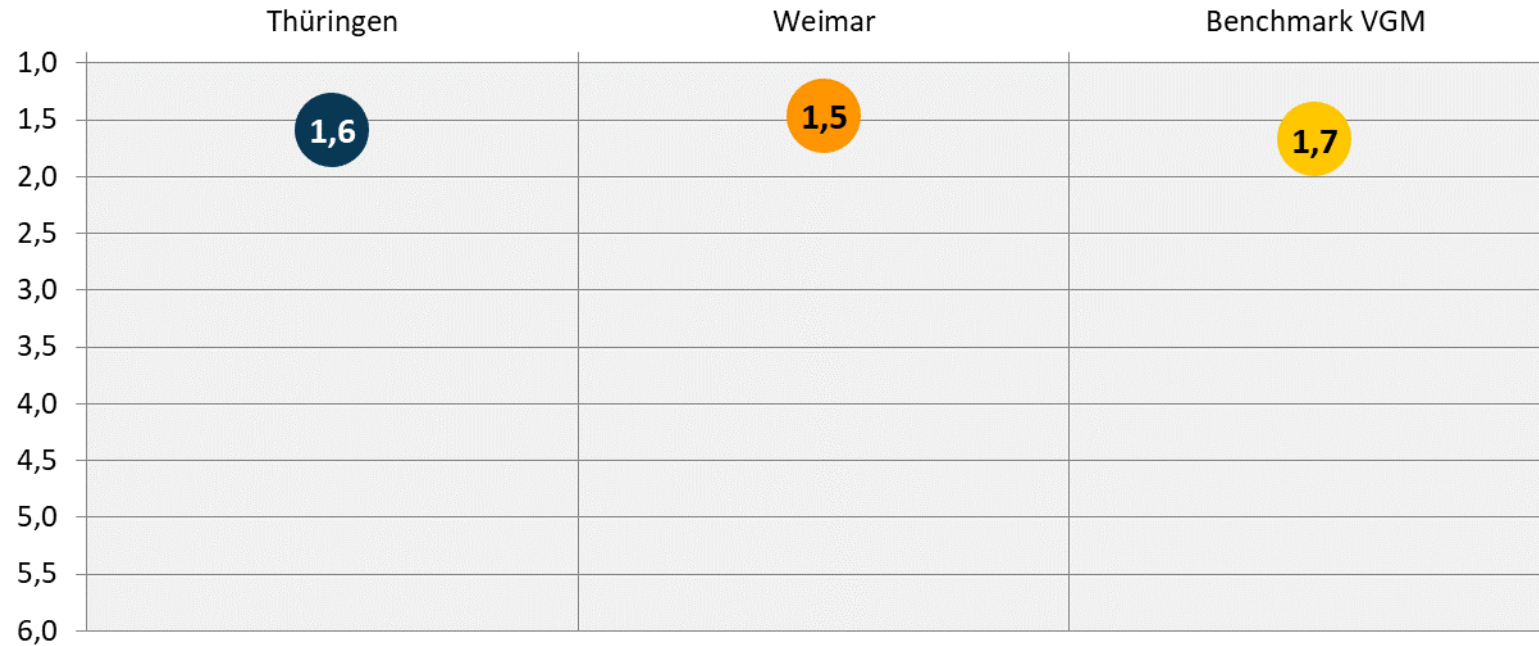
Skala von 1 = sehr zufrieden bis 6 = sehr unzufrieden

Basis: nur Gäste, die das jeweilige Angebot genutzt haben (dargestellt werden nur Angebote mit einer Bewertungsbasis von mind. 20 Befragten)

Kapitel

Zufriedenheit gesamt

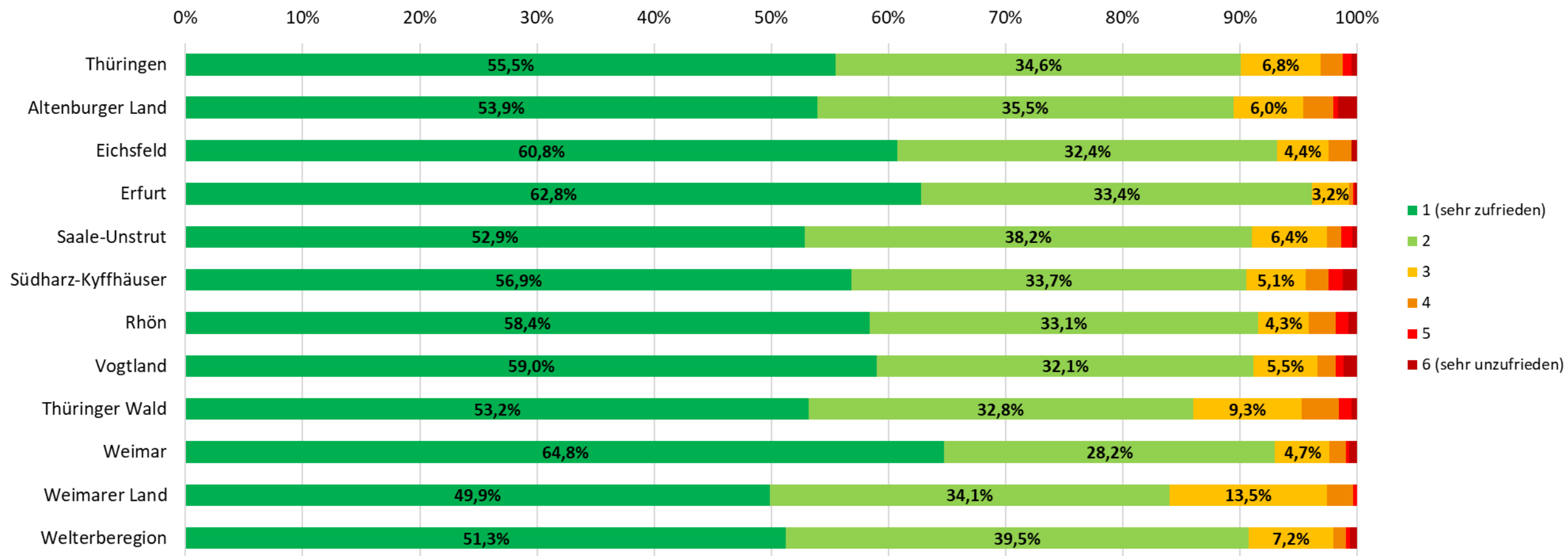
Gesamtzufriedenheit (Mittelwerte)



Frage: Wie zufrieden waren Sie mit Ihrem Aufenthalt in Ihrem Reiseziel insgesamt?

Skala von 1 = „sehr zufrieden“ bis 6 = „sehr unzufrieden“

Gesamtzufriedenheit (Häufigkeiten)



Frage: Wie zufrieden waren Sie mit Ihrem Aufenthalt in Ihrem Reiseziel insgesamt?

Skala von 1 = „sehr zufrieden“ bis 6 = „sehr unzufrieden“

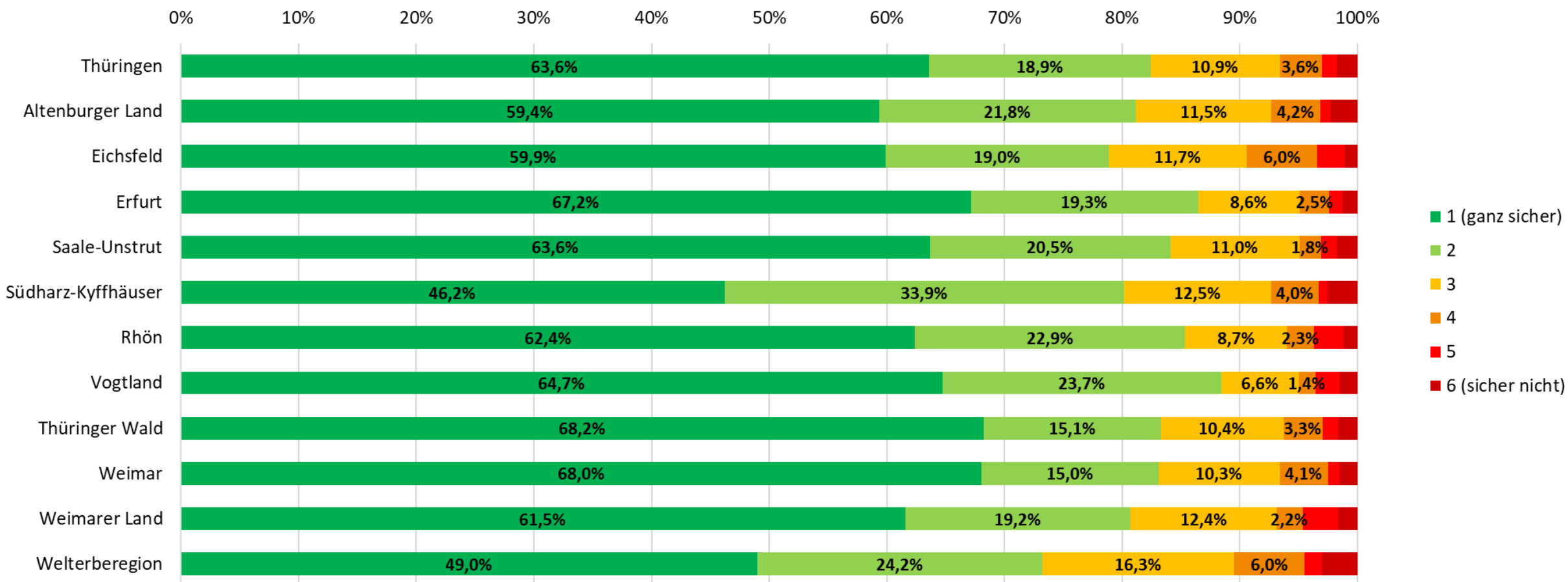
Wiederbesuchswahrscheinlichkeit (Mittelwerte)



Frage: Wie sicher werden Sie in den nächsten drei Jahren in Ihrem Reiseziel verbringen?

Skala von 1 = „ganz sicher“ bis 6 = „sicher nicht“

Wiederbesuchswahrscheinlichkeit (Häufigkeiten)



Frage: Wie sicher werden Sie in den nächsten drei Jahren in Ihrem Reiseziel verbringen?

Skala von 1 = „ganz sicher“ bis 6 = „sicher nicht“

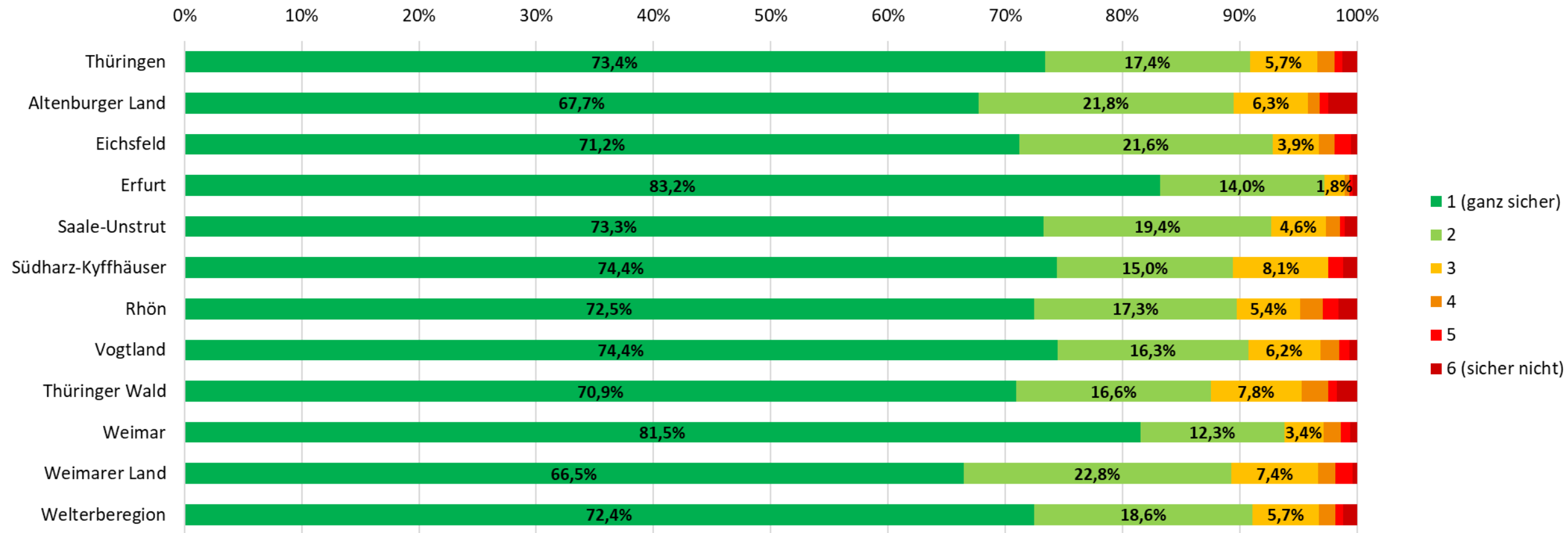
Empfehlungsabsicht (Mittelwerte)



Frage: Werden Sie Ihr Reiseziel weiterempfehlen?

Skala von 1 = „ganz sicher“ bis 6 = „sicher nicht“

Empfehlungsabsicht (Häufigkeiten)



Frage: Werden Sie Ihr Reiseziel weiterempfehlen?

Skala von 1 = „ganz sicher“ bis 6 = „sicher nicht“

Vielen Dank
für Ihre Aufmerksamkeit

Impressum

Auftraggeber

Thüringer Tourismus GmbH
Willy-Brandt-Platz 1
99084 Erfurt

Für den Inhalt

Benchmark Services
Dr. Alexandra Partale, Florian Haver

Büro Rhein-Main
Zur Mark 24
D-65719 Hofheim
T +49-(0)61 92 – 9 55 84 38

Büro Berlin
Seelower Straße 11
10439 Berlin
T +49-(0)30- 46 79 64 85

info@benchmark-services.de
www.benchmark-services.de
www.gaeste-zufriedenheit.de

Anhang 1

Vergleichsbasis

Vergleichsbasis

Die in dieser Dokumentation dargestellten Vergleichswerte basieren auf den Erhebungen von Benchmark Services im Jahr 2023/2024 in Thüringen sowie im Rahmen des Vergleichenden Gästemonitors 2023 (**Benchmark VGM**)

In folgenden Destinationen wurden im Betrachtungszeitraum Erhebungen durchgeführt:

Baabe, Ostseebad Ahrenshoop, Altenburger Land, Bad Mergentheim, Bad Zwischenahn, Bayreuth, Butjadingen, Cuxhaven, Edersee, Eichsfeld, Erfurt, Esens-Bensersiel, Göhren Horn-Bad Meinberg, Hörnerdörfer (Allgäu), Juist, Kühlungsborn, Langeoog, Mönchgut, Norden-Norddeich, Norderney, Rhön, Saale-Unstrut, Sellin, Südharz-Kyffhäuser, Thüringer Wald, Vogtland, Wangerooge, Weimar, Weimarer Land, Welterberegion Wartburg Hainich, Wilhelmshaven

Punktuell haben wir Ergebnisse der Gästebefragung Mecklenburg-Vorpommern als Vergleichswerte eingearbeitet (**Benchmark MV**)

Bei der Interpretation ist die [Vergleichsbasis der jeweiligen Frage](#) zu beachten.

Vergleichsbasis nach Frage

Frage	Vergleichsbasis
In welchem Monat sind Sie angereist?	alle Destinationen
Wie lange dauerte der Aufenthalt?	alle Destinationen
Wo haben Sie Ihren Wohnsitz?	alle Destinationen
Wie alt sind Sie?	alle Destinationen
Welchem Geschlecht fühlen Sie sich zugehörig?	alle Destinationen
Welchen höchsten Abschluss haben Sie?	Cuxhaven, Hörnerdörfer, Mönchgut, Norderney, Thüringen (inklusive grenzüberschreitender Gebiete)
Welche Einstellung haben Sie zu verschiedenen Lebensbereichen? Inwieweit treffen die folgenden Aussagen zu?	Thüringen (inklusive grenzüberschreitender Gebiete)
Welcher der folgenden Gästegruppen würden Sie sich am ehesten zuordnen?	Bad Mergentheim, Butjadingen, Horn-Bad Meinberg, Thüringen (inklusive grenzüberschreitender Gebiete)
Wie oft waren Sie insgesamt als Gast in folgenden Gebieten?	Thüringen (inklusive grenzüberschreitender Gebiete)
Mit wem sind Sie gereist?	alle Destinationen
Was waren die Motive für Ihren Aufenthalt?	alle Destinationen
Wenn "etwas für die Gesundheit tun" ein Motiv Ihres Aufenthalts war: Welche konkreten Motive waren dies?	Ahrenshoop, Bad Zwischenahn, Butjadingen, Norden-Norddeich, Weimarer Land
Wie sind Sie auf Ihr Reiseziel aufmerksam geworden?	Bad Zwischenahn, Butjadingen, Cuxhaven, Esens-Bensersiel, Hörnerdörfer, Mönchgut-Granitz, Juist, Langeoog, Thüringen (inklusive grenzüberschreitender Gebiete)
Wenn Sie im Internet auf Ihr Reiseziel aufmerksam geworden sind: Welche Seiten haben Sie genutzt?	Butjadingen, Cuxhaven, Esens-Bensersiel, Hörnerdörfer, Juist, Thüringen (inklusive grenzüberschreitender Gebiete)
Warum haben Sie sich für Ihr Reiseziel entschieden?	Bad Zwischenahn, Butjadingen, Esens-Bensersiel, Horn-Bad Meinberg, IMG, Juist, Kühlungsborn, Langeoog, Norderney, Südharz-Kyffhäuser, Thüringer Wald, Wangerooge, Welterberegion Wartburg Hainich, Wilhelmshaven
Welches Bild haben Sie von ihrem Reiseziel insgesamt?	Bad Zwischenahn, Esens-Bensersiel, Juist, Langeoog, Norden-Norddeich, Thüringen (inklusive grenzüberschreitender Gebiete)
Wie haben Sie sich im Vorfeld näher über Ihr Reiseziel informiert?	alle Destinationen
Welche Rolle spielten Umwelt- und Klimaverträglichkeit bei der Planung Ihrer Reise?	Ahrenshoop, Norderney, Thüringen (inklusive grenzüberschreitender Gebiete)
Wo haben Sie Ihre Reise bzw. Unterkunft gebucht?	Butjadingen, Cuxhaven, Edersee, Esens-Bensersiel, Hörnerdörfer, Mönchgut-Granitz, Juist, Norden-Norddeich, Wilhelmshaven, Thüringen (inklusive grenzüberschreitender Gebiete)
Wie lange vor der Anreise haben Sie gebucht?	Ahrenshoop, Langeoog, Mönchgut-Granitz, Vogtland, Weimar
Wie haben Sie sich vor Ort fortbewegt?	Ahrenshoop, Bad Mergentheim, Hörnerdörfer, Kühlungsborn, Mönchgut-Granitz, Thüringen (inklusive grenzüberschreitender Gebiete)
Wo haben Sie übernachtet?	alle Destinationen
Welche Freizeitaktivitäten haben Sie vor Ort unternommen?	Bad Zwischenahn, Cuxhaven, Esens-Bensersiel, Langeoog, Thüringen (inklusive grenzüberschreitender Gebiete), Wilhelmshaven
Welche der folgenden Angebotsfaktoren waren für Sie wichtig?	alle Destinationen
Wie zufrieden waren Sie mit diesen Angebotsfaktoren?	alle Destinationen
Wie zufrieden waren Sie mit Ihrem Aufenthalt in Ihrem Reiseziel insgesamt?	alle Destinationen
Wie sicher werden Sie in den nächsten drei Jahren einen privaten Aufenthalt in Ihrem Reiseziel verbringen?	alle Destinationen
Werden Sie Ihr Reiseziel weiterempfehlen?	alle Destinationen
Wie beurteilen Sie Ihre Unterkunft im Detail?	Altenburger Land, Butjadingen, Erfurt, Juist, Langeoog
Wie beurteilen Sie unsere Tourist-Information im Detail?	Bad Zwischenahn, Bayreuth, Butjadingen, Cuxhaven, Juist, Kühlungsborn, Langeoog, Thüringen (inklusive grenzüberschreitender Gebiete), Wangerooge
Wie beurteilen Sie das Gastronomieangebot im Detail?	Butjadingen, Juist, Langeoog, Rhön

Anhang 2

Lebensstiltypologisierung

Lebensführungstypologie

Das Modell

Ausstattungs-niveau (ökonomische, kulturelle, soziale Ausstattung)	gehoben	Gehobene-Konservative	Statusbewusst-Arrivierte	Leistungsbewusst-Intellektuelle	Reflexive Avantgardisten
	mittel	Solide Konventionelle	Statusorientiert-Bürgerliche	Bürgerlich-Leistungs-orientierte	Expeditiv Pragmatische
	niedrig	Limitiert-Traditionelle	Defensiv-Benachteiligte	Konsum-Materialisten	Jugendkulturell Unterhaltungs-orientierte
		traditionell biografische Schließung	teilmodern Biografische Etablierung	teilmodern biografische Konsolidierung	modern biografische Offenheit
Modernität/biografische Perspektive					

- Die **Lebensführungstypologie** ist ein an der Universität Münster nach wissenschaftlichen Kriterien entwickelter und getesteter Analyseansatz zur Segmentierung der Menschen in soziale Milieus.
- Die Einordnung von Befragten in den so genannten **sozialen Raum** folgt – wie bei anderen einschlägigen Milieumodellen – über die Dimensionen Ausstattungsniveau und Modernität/biografische Perspektive.
- Das Ausstattungsniveau wird durch sein **ökonomisches** und **kulturelles Kapital** geprägt. Beide Aspekte korrespondieren mit den klassischen Merkmalen Einkommen bzw. Bildungsniveau. Entscheidend für den Lebensstil eines Menschen ist jedoch auch, wie er seine Ressourcen nutzt und wie reflektiert er sich auf ihrer Basis verhält.
- Der Lebensstil wird geprägt von der **Lebensphase** sowie der **Modernität** von Werten und Einstellungen. Gemeinsam definieren sie die biografische Route eines Menschen. Diese steht im Zusammenhang mit den Merkmalen Alter und Familienstand. Entscheidend für den Lebensstil ist jedoch die **Offenheit für Investitionen in Neues**.

Nähere Infos unter www.milieuforschung.de

Lebensführungstypologie

Was das Modell auszeichnet

fundierte

Es ist wissenschaftstheoretisch fundiert, greift auf anerkannte Theorien der Sozialstrukturanalyse zurück und berücksichtigt aktuelle gesellschaftliche Entwicklungen. Die Operationalisierung wurde umfassend getestet und bestätigt.

nachvollziehbar

Das Modell der Lebensführungstypologie steht als Open Source Ansatz zur Verfügung. Erläuterungen zum theoretischen Fundament, der wissenschaftlichen Forschung sowie die Ergebnisse von Tests sind für jeden transparent.

Was das
Modell
auszeichnet

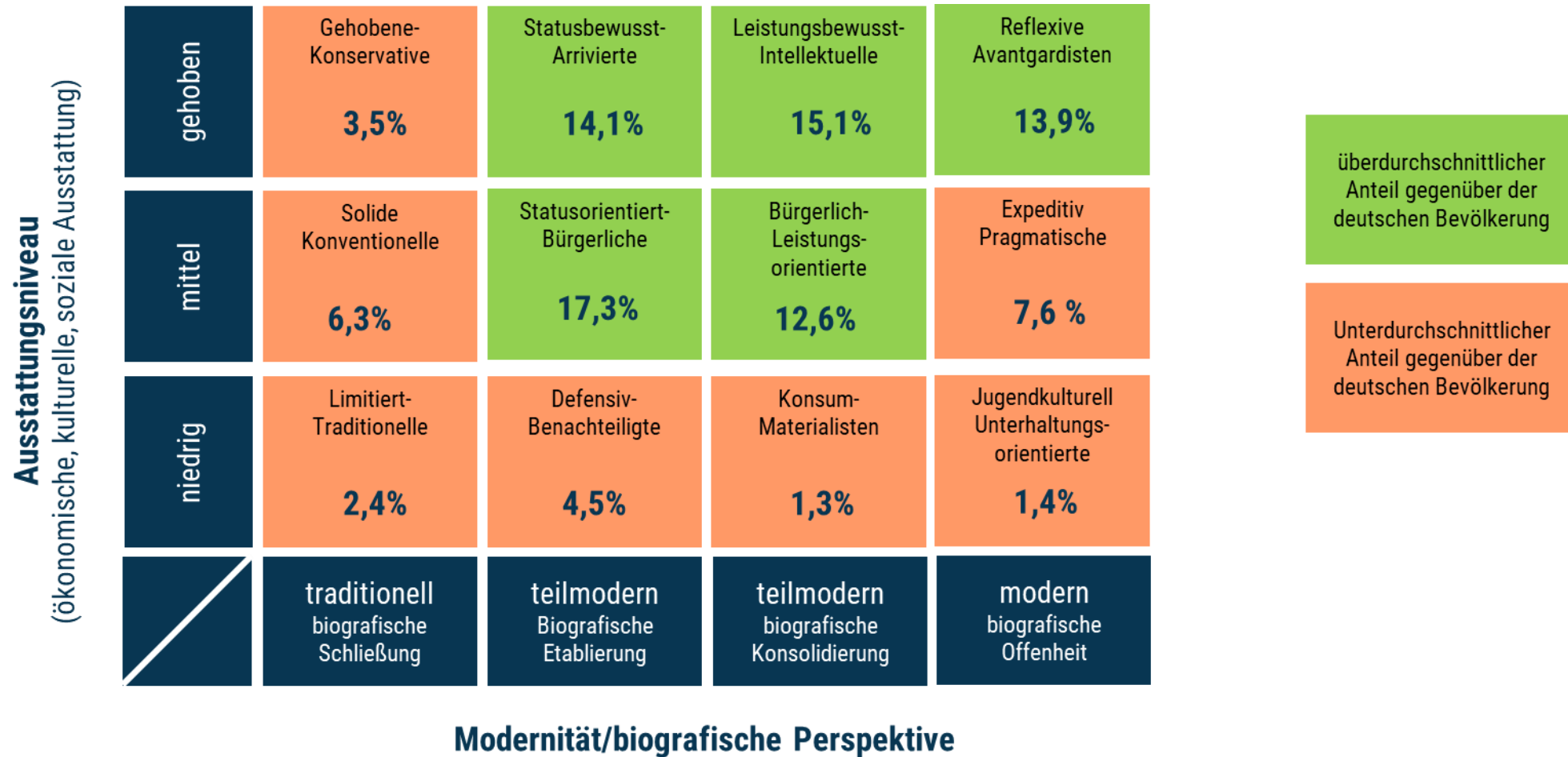
einfach

Mit lediglich 14 Aussagen zum Lebensstil und einer simplen Zuordnungslogik lassen sich Befragte einfach, nachvollziehbar und jederzeit wiederholbar einem Lebensstil zuordnen.

übertragbar

Durch die Berücksichtigung vorhandener Milieumodelle hat die Lebensführungstypologie den Charakter eines Metamodells. Das heißt, die Erkenntnisse ähnlicher Milieustudien lassen sich auf die Lebensführungstypologie übertragen.

Übernachtungsgäste in Thüringen nach Lebensstil



Lebensstil der Gäste in den verschiedenen Regionen

		Thüringen	Altenburger Land	Eichsfeld	Erfurt	Saale-Unstrut	Südharz-Kyffhäuser	Rhön	Vogtland	Thüringer Wald	Weimar	Weimarer Land	Welterbe-region
Milieus mit gehobener Ausstattung	Gehoben-Konservative	3,53%	1,23%	3,70%	3,46%	2,24%	6,59%	3,86%	3,61%	3,54%	5,43%	1,36%	2,39%
	Statusbewusst-Arrivierte	14,14%	12,96%	13,58%	12,93%	10,82%	12,09%	15,43%	13,11%	14,18%	16,96%	9,52%	16,73%
	Leistungsbewusst-Intellektuelle	15,05%	12,96%	22,22%	15,85%	17,54%	10,99%	7,40%	12,79%	12,13%	17,61%	18,37%	13,55%
	Reflexive Avantgardisten	13,88%	11,73%	6,17%	14,21%	16,04%	13,19%	8,68%	14,10%	15,30%	16,74%	11,56%	11,95%
Milieus mit mittlerer Ausstattung	Solide Konventionelle	6,33%	3,09%	13,58%	4,74%	4,48%	5,49%	9,00%	8,85%	6,90%	6,74%	7,48%	6,37%
	Statusorientiert-Bürgerliche	17,25%	17,90%	14,81%	16,58%	20,90%	17,58%	19,94%	18,69%	18,66%	14,78%	13,61%	19,52%
	Bürgerlich-Leistungsorientierte	12,63%	18,52%	8,64%	13,66%	13,43%	17,58%	14,47%	10,82%	11,75%	9,13%	13,61%	14,74%
	Expeditiv-Pragmatische	7,55%	9,26%	6,17%	9,29%	5,97%	1,10%	6,43%	6,89%	7,65%	8,04%	10,88%	5,58%
Milieus mit geringer Ausstattung	Limitiert-Traditionelle	2,43%	3,09%	2,47%	2,37%	2,99%	4,40%	3,86%	3,93%	2,24%	1,09%	2,04%	1,99%
	Defensiv-Benachteiligte	4,51%	5,56%	3,70%	4,74%	2,24%	7,69%	7,07%	5,90%	4,48%	1,74%	7,48%	5,18%
	Konsum-Materialisten	1,25%	2,47%	2,47%	1,28%	1,87%	1,10%	2,57%	0,66%	1,31%	0,22%	1,36%	1,59%
	Jugendkulturell Unterhaltungssuchende	1,44%	1,23%	2,47%	0,91%	1,49%	2,20%	1,29%	0,66%	1,87%	1,52%	2,72%	0,40%

Hinweise: grün markiert sind die Regionen, wo der jeweilige Lebensstil am stärksten vertreten ist, rot markiert, wo der Lebensstil am wenigsten vertreten ist. Fett markiert sind die wichtigsten Lebensstile einer Region.