News

News: Gute Noten für den Urlaub auf Juist

Beigetragen von JNN am 16. Mär 2020 - 18:19 Uhr

Die Nordseeinsel Juist erfreut sich anhaltender Beliebtheit. Darauf lassen jedenfalls die aktuellen Ergebnisse des „Vergleichenden Gästemonitor 2019“ schließen. Juist schnitt mit der Gesamtnote 1,45 mit dem besten Gesamtzufriedenheitswert unter allen Studienteilnehmern ab. Ebenso ist Juist Spitzenreiter bei der Weiterempfehlungsrate.

Anhand eines Fragenkatalogs haben 1.225 Übernachtungsgäste ab 15 Jahren ihren Aufenthalt auf Juist bewertet. Einzige Bedingung: sie mussten 2019 mindestens einen der Urlaube auf Juist verbracht haben.

Die Studie fragte unter anderem nach der Reisemotivation, der Gesamtzufriedenheit mit dem Aufenthalt, nach Atmosphäre und Flair auf Juist oder der Bereitschaft, Juist als Reiseziel weiter zu empfehlen. Ebenso wurden die persönliche Zufriedenheit mit den touristischen Betrieben, öffentlichen Einrichtungen und Freizeitangeboten sowie Servicequalität und Freundlichkeit sowie Buchungsmöglichkeiten und Logistik abgefragt.

Obwohl Juist als autofreie Insel vergleichsweise schwer zu bereisen ist, weil sie per Fähre je nach Tide nur zu bestimmten Zeiten angesteuert werden kann, bewerten die Juister Gäste An- und Abreise sowie die Fortbewegung vor Ort ohne motorisierte Fahrzeuge als durchaus positiv.

Die Entschleunigungsinsel Juist wird von den Gästen nach den Ergebnissen zu urteilen besonders für ihren ruhigen und ursprünglichen Charakter geschätzt. Die Befragten sehen Juist außerdem als abwechslungsreich, authentisch, sympathisch und gesund. Wichtig ist ihnen vor allem die Natur, der lange Sandstrand und die Autofreiheit.

Marketingleiter Thomas Vodde dankt allen Beteiligten und sagt über das Ergebnis: „Wir freuen uns über die guten Bewertungen. Die zahlreichen Kommentare und Anregungen nutzen wir, um das touristische Angebot auf Juist soweit wie möglich nach den Vorstellungen und Wünschen unserer Gäste weiter zu entwickeln.“

Der Vergleichende Gästemonitor ist eine schriftliche Befragung, die sowohl aus einem Online- als auch aus einem Printfragebogen besteht. Die Rekrutierung der Befragungsteilnehmer erfolgt kontinuierlich während des gesamten Jahres.

Aufmerksamkeit wird durch Werbeaktionen für den Online-Fragebogen und durch die Verteilung von Printfragebögen an virtuellen und reellen Standorten generiert. Dadurch sollen alle Zielgruppen der Insel und eine optimale Jahresrepräsentativität erreicht werden.

Die Berechnung erfolgt auf Basis der Durchschnittswerte der teilnehmenden Orte, die nach Heilbädern und Kurorten mit und ohne Seebäder, Orten mit mindestens 60.000 Einwohnern und Regionen differenziert werden.

Die Studie wurde von BENCHMARK Services durchgeführt. Weitere Informationen zum VGM: www.benchmark-services.de/VGM

TEXT: Lieblingsflecken PR & Kommunikation/Katharina Schlangenotto
JNN-ARCHIVFOTO: HERO LANG

Article pictures

