SACHSEN-ANHALT
Investitions- und Marketinggesellschaft

ZAHLEN /// DATEN /// FAKTEN

TOURISMUS IN SACHSEN-ANHALT

7,6 Mio.
gewerbliche Übernachtungen im Jahr 2015

Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, 2016

Liebe Leserinnen und Leser,
Sachsen-Anhalt blickt auf ein erfolgreiches Tourismusjahr 2015 zurück! Mit unserem Newsletter „Tourismus in Sachsen-Anhalt – Zahlen, Daten, Fakten“ schauen wir wie immer etwas tiefer in die aktuellsten Marktforschungszahlen, um Sie über die neuesten Erkenntnisse zu informieren.

Aus der amtlichen Beherbergungsstatistik liegt die Jahresbilanz 2015 vor. Der GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland liefert ergänzende Ergebniszahlen zum vergangenen Jahr auch für den nicht statistisch erfassten Teil des Inlandstourismus in Sachsen-Anhalt. Darüber hinaus stellen wir Ihnen die Ergebnisse der Besucherbefragung im Rahmen der Landesaustellung „Cranach der Jüngere 2015“ vor. Im Spezialthema werfen wir einen Blick auf die Städteurlaubsreisenden in Sachsen-Anhalt, deren Reiseverhalten und Soziodemographie im Rahmen einer Sonderauswertung des GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland näher untersucht wurden.

Wir hoffen, die Ergebnisse liefern Ihnen interessante Erkenntnisse für Ihre Arbeit. Bei Fragen zu den Daten stehen wir Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung!

Wir wünschen eine spannende Lektüre!

Jahresbilanz auf Basis der amtlichen Beherbergungsstatistik 2015

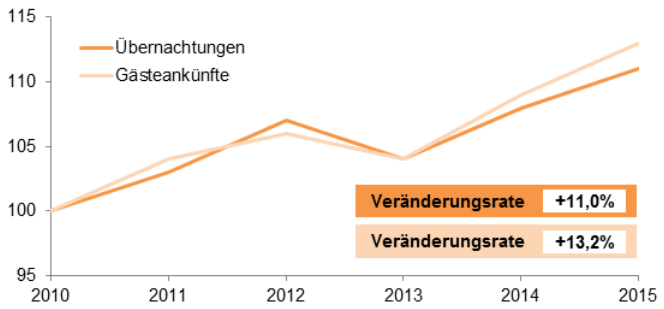
Erneute Zuwächse in den gewerblichen Unterkunftsbetrieben

Mit einem Ergebnis von **3,1 Mio. Ankünften** in Beherbergungsbetrieben mit zehn und mehr Betten sowie auf Campingplätzen mit mehr als neun Stellplätzen **und rund 7,6 Mio. Übernachtungen** kann Sachsen-Anhalt auf ein erfolgreiches Tourismusjahr 2015 zurückblicken. Die gegenüber dem Jahr 2014 erzielten **Zuwächse von +4,3% bei den Gästeankünften und +2,4% bei den Übernachtungen** bescheren dem Sachsen-Anhalt-Tourismus ein erneutes Rekordjahr. Der stetige Wachstumskurs der vergangenen Jahre – mit Ausnahme der vorrangig witterungsbedingten Einbrüche im Jahr 2013 (u. a. Elbehochwasser) – setzt sich somit fort.

Inhalt

- **Jahresbilanz auf Basis der amtlichen Beherbergungsstatistik 2015** — **Seite 1**
- **Jahresergebnisse des GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland für Sachsen-Anhalt 2015** — **Seite 3**
- **Besucherbefragung zur Landesausstellung „Cranach der Jüngere 2015“** — **Seite 5**
- **Spezialthema: Städteurlaubsreisen in Sachsen-Anhalt** — **Seite 6**

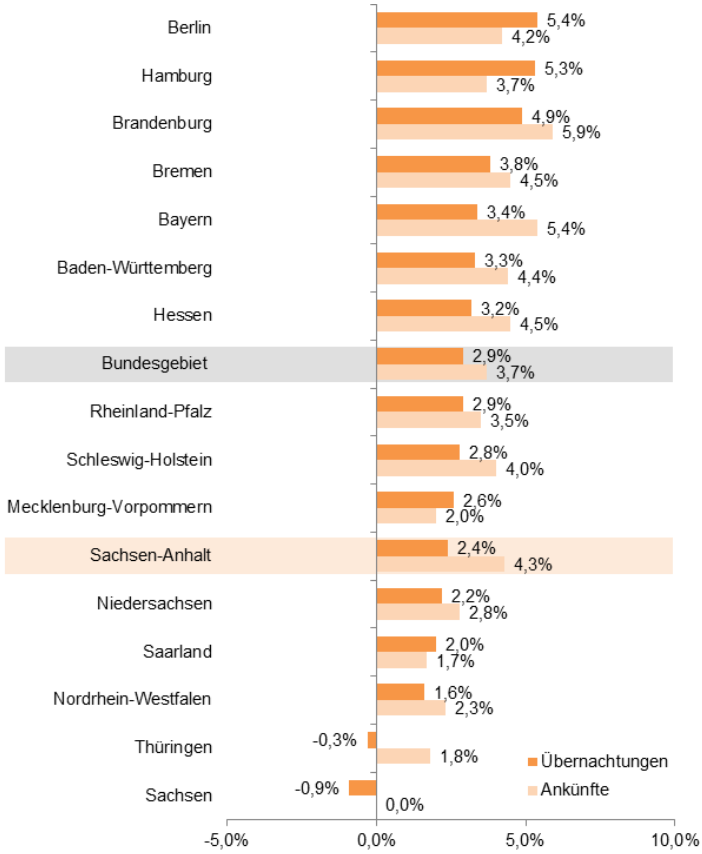
Übernachtungen / Ankünfte Jahr 2010 - 2015 in Betrieben ≥ 10 Betten inkl. Camping in Sachsen-Anhalt (Indexwerte)



Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, 2016

Auch die anderen Bundesländer können sich über steigende Gäste- und Übernachtungszahlen in ihren gewerblichen Betrieben freuen, lediglich Sachsen und Thüringen müssen leicht rückläufige Übernachtungszahlen hinnehmen. Berlin und Hamburg sowie Brandenburg als erfolgreichstes Flächenbundesland erzielen die höchsten Übernachtungszuwächse. Ebenfalls über dem Bundesdurchschnitt liegen die Wachstumsraten der Übernachtungen in Bremen, Bayern, Baden-Württemberg und Hessen. Für Sachsen-Anhalt bestätigt sich ein bereits unterjährig erkennbarer Trend: Das Bundesland übertrifft den Bundesschnitt hinsichtlich des Wachstums seiner Gästeankünfte, das Übernachtungsaufkommen wächst allerdings weniger stark als im gesamten Bundesgebiet.

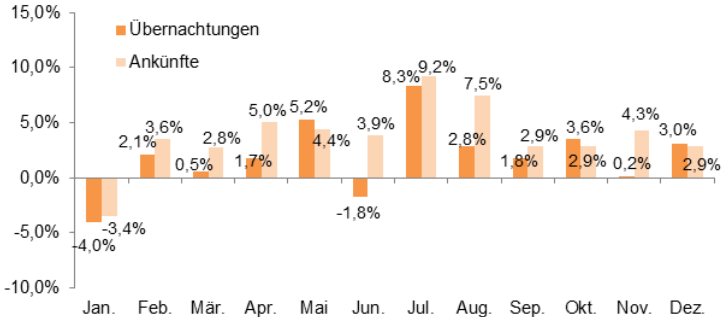
Übernachtungen / Ankünfte Jahr 2015 in Betrieben ≥ 10 Betten inkl. Camping (Veränderung zum Vorjahr in %)



Quelle: Statistisches Bundesamt, 2016

Der **Juli** hat dank des hochsommerlichen Wetters mit einem Übernachtungsplus von +8,3% und einem Gästezuwachs von +9,2% **am stärksten zum positiven Ergebnis des Sachsen-Anhalt-Tourismus im Jahr 2015 beigetragen**. Überdurchschnittliche Zuwächse an Übernachtungen gab es neben dem Juli auch im Mai und August sowie erfreulicherweise in den Herbst- bzw. Wintermonaten Oktober und Dezember. Als ein möglicher Grund für die Übernachtungsrückgänge im Juni bei zugleich überdurchschnittlichen Zuwächsen der Übernachtungen im Mai kann die Lage der Pfingsttage (2014 im Juni, 2015 im Mai) angenommen werden. Über bzw. im Jahresmittel liegende Wachstumsraten bei den Gästeankünften wurden neben dem Juli auch im April, Mai, August und November erzielt. Der Januar ist als einziger Monat sowohl im Hinblick auf die Gästeankünfte als auch die Übernachtungen weniger erfolgreich als im Vorjahr verlaufen.

Übernachtungen / Ankünfte in Betrieben ≥ 10 Betten inkl. Camping in Sachsen-Anhalt nach Monaten Januar bis Dezember 2015 (Veränderung zum Vorjahr in %)



Quelle: Statistisches Bundesamt, 2016

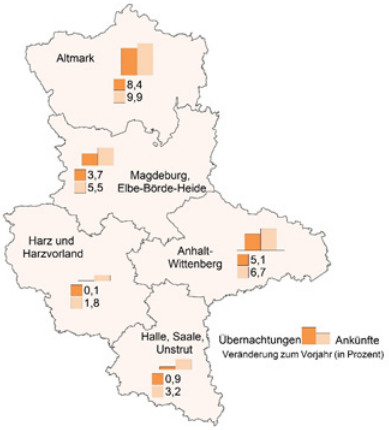
Alle fünf sachsen-anhaltischen **Reisegebiete konnten im Jahr 2015 ihre Gäste- und Übernachtungszahlen gegenüber dem Vorjahreszeitraum steigern** und so zum erfreulichen Landesergebnis beitragen. Dabei gelang der Altmark – beeinflusst durch die Bundesgartenschau 2015 in der Havelregion – der höchste Gäste- (+9,9%) und Übernachtungszuwachs (+8,4%). Im Vergleich zum Landesmittel ebenfalls überdurchschnittlich erfolgreich waren die Regionen Anhalt-Wittenberg und Magdeburg, Elbe-Börde-Heide. Die Region Harz und Harzvorland bleibt mit mehr als 1 Mio. Gästen und rund 2,8 Mio. Übernachtungen in gewerblichen Unterkünften auch im Jahr 2015 die touristisch stärkste sachsen-anhaltische Reiseregion, weist zugleich jedoch die geringsten Wachstumsraten auf (+1,8% Ankünfte, +0,1% Übernachtungen).

Der Blick auf die Herkunft der Sachsen-Anhalt-Gäste zeigt, dass **Deutschland weiterhin der wichtigste Quellmarkt für das Bundesland** bleibt. Im Jahr 2015 machten die knapp 261 Tsd. Gästeankünfte und rund 552 Tsd. Übernachtungen aus dem Ausland lediglich

8% bzw. 7% des gesamten Gäste- bzw. Übernachtungsaufkommens in den gewerblichen Beherbergungsbetrieben in Sachsen-Anhalt aus.

Mit einem Plus von +12,4% bei den Gästeankünften und +5,6% bei den Übernachtungen ist die **Nachfrage aus den Auslandsmärkten** im Jahr 2015 gegenüber dem Vorjahr **jedoch deutlich stärker gewachsen als aus dem Inlandsmarkt** (+3,6% Gästeankünfte, +2,1% Übernachtungen). Auch im Bundesvergleich hat sich der Auslandstourismus in Sachsen-Anhalt im vergangen Jahr überdurchschnittlich gut entwickelt: Deutschlandweit stieg die Zahl der Gästeankünfte aus dem Ausland lediglich um +6,0%, die der Übernachtungen um +5,4%.

Übernachtungen / Ankünfte in Betrieben ≥ 10 Betten inkl. Camping nach Reisegebieten Jahr 2015 (Veränderung zum Vorjahr in %)



Quelle: Statistisches Bundesamt, 2016, Kartengrundlage: GfK Regiomarketing

Jahresergebnisse des GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland für Sachsen-Anhalt 2015

Positive Bilanz des Inlandstourismus in 2015

Im Jahr 2015 wurden durch die Hochrechnungen des GfK/IMT DestinationMonitors Deutschland für Sachsen-Anhalt **6,6 Mio. Reisen und rund 21,6 Mio. Übernachtungen durch inländische Übernachtungsgäste** ermittelt. Gegenüber dem Vorjahr ergibt sich damit ein Zuwachs der Reisen um +5,5%, die Zahl der Übernachtungen ist um +3,0% höher als im Jahr 2014. Berücksichtigt sind die privaten und geschäftlichen Reisen der Inländer unabhängig von der gewählten Unterkunftsart ab einer Distanz von 50 km zwischen dem Wohnort des Reisenden und dem Zielort der Reise.

Ein Vergleich mit der Bundesebene ermöglicht eine Einordnung dieser Entwicklung: Während das Übernachtungsaufkommen durch Inländer deutschlandweit in den vergangenen drei Jahren (2013-2015) um +4,2% gestiegen ist, verzeichnete Sachsen-Anhalt eine über dem Bundesmittel liegende Wachstumsrate von +6,3%. Zwar deutet der leichte Marktanteilsrückgang von 3,1% auf 3,0% zwischen den Jahren 2013 und 2014 darauf hin, dass sich der gesamtdeutsche Inlandstourismus 2014 etwas besser entwickelt hat als in Sachsen-Anhalt, im Jahr 2015 konnte Sachsen-Anhalt im Vergleich zum Bundesmittel jedoch einen deutlich überdurchschnittlichen Übernachtungszuwachs erzielen und seinen Marktanteil wiederum steigern. Insgesamt lässt sich festhalten, dass **Sachsen-Anhalt sich derzeit in einem intensiven Wettbewerbsumfeld mit einem relativ konstanten Marktanteil im innerdeutschen Reisemarkt behaupten** kann.

Methodensteckbrief

► **Herausgeber:**
GfK SE, Shopper
Prof. Dr. Bernd Eisenstein

► **Projektdurchführung:**
GfK SE, Shopper, Nürnberg
Institut für Management und Tourismus (IMT), Heide

► **Untersuchungsinhalt:**
Reiseaufkommen und Reiseverhalten der deutschsprachigen Wohnbevölkerung

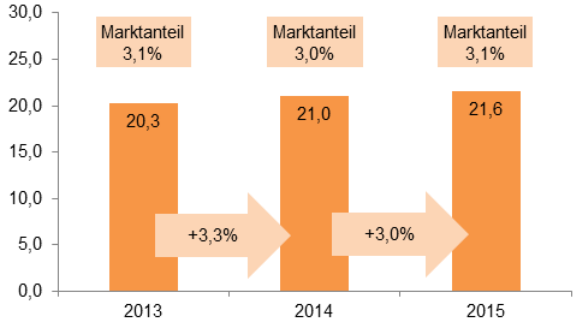
► **Untersuchungsobjekt:**
Reiseziele in Deutschland

► **Stichprobenart und -größe:**
Panelstichprobe mit Quotenvorgaben, 40.000 Personen ab 0 Jahre in 19.000 deutschsprachigen Privathaushalten lebend

► **Repräsentativität:**
74,0 Mio. Personen ab 0 Jahre in 37,1 Mio. deutschsprachigen Privathaushalten lebend

► **Erhebungsart:**
schriftlich (online/offline)

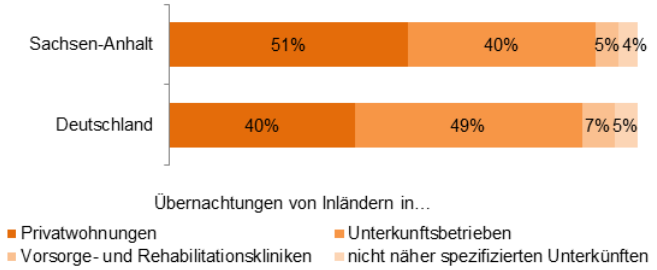
Zeitlicher Verlauf, Veränderungsraten und Marktanteile der inländischen Übernachtungen in Sachsen-Anhalt 2013-2015 (absolutes Volumen in Mio., Veränderung zum Vorjahr in %, Anteil der Übernachtungen an Deutschland in %)



Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland, 2013-2015; Statistisches Bundesamt, 2013-2015

Der GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland weist im Jahr 2015 für die Reisen und Übernachtungen der Inländer nach Sachsen-Anhalt höhere Wachstumsraten gegenüber dem Jahr 2014 aus als die amtliche Beherbergungsstatistik für die gewerblichen Unterkunftsbetriebe des Landes (+3,6% Ankünfte, +2,1% Übernachtungen durch inländische Gäste). Neben methodischen Gründen ergeben sich die Abweichungen insbesondere aus der Tatsache, dass der DestinationMonitor neben der touristischen Inlandsnachfrage in gewerblichen Unterkunftsbetrieben auch das Reise- und Übernachtungsaufkommen in privaten Unterkunftsbetrieben (z. B. Ferienwohnungsbetriebe mit weniger als zehn Betten) sowie in den Privatwohnungen der Sachsen-Anhalter erfasst. So fanden im Jahr 2015 beispielsweise **51% der Übernachtungen von Inländern in Sachsen-Anhalt in Privatwohnungen** statt – Übernachtungen, die in der amtlichen Beherbergungsstatistik keine Berücksichtigung finden. Der Vergleich zum Bundesgebiet (40%) zeigt den hohen Stellenwert dieser Unterkunftsart in Sachsen-Anhalt. Im Bundeslandvergleich weisen nur Bremen und Brandenburg höhere Anteile auf.

Inländische Übernachtungen in Sachsen-Anhalt und Deutschland nach Unterkunftsarten 2015 (Anteil der Übernachtungen je Unterkunftsart in %)



Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland, 2015; Statistisches Bundesamt, 2015

Der hohe Stellenwert der Privatwohnungen als Unterkunftsart erklärt sich insbesondere über den **großen Anteil der Verwandten- und Bekanntenbesuche am inländischen Reise- und Übernachtungsaufkommen in Sachen-Anhalt**. Besuche von Verwandten und Bekannten, bei denen davon auszugehen ist, dass mehrheitlich privat übernachtet wird, machten im Jahr 2015 rund 61% aller Reisen und 57% aller Übernachtungen im Inlandstourismus in Sachsen-Anhalt aus. Gegenüber dem Vorjahr hat das Reisevolumen um +8%, das Übernachtungsaufkommen um +2% auf 12,3 Mio. Übernachtungen zugenommen.

Mit knapp **5,5 Mio. Übernachtungen sind die Urlaubsreisen das zweitbedeutendste Übernachtungssegment im Inlandstourismus in Sachsen-Anhalt**. Jede vierte Übernachtung im Jahr 2015 ist auf eine kürzere oder längere Urlaubsreise zurückzuführen. Gegenüber dem Vorjahr muss das Bundesland allerdings einen Rückgang der urlaubsbedingten Übernachtungen von -3% hinnehmen. Auch dank der Übernachtungszugewinne im Segment der sonstigen Privatreisen (z. B. Kuraufenthalte) und der Geschäftsreisen ergibt sich in Summe für den inländischen Übernachtungstourismus jedoch ein positives Gesamtergebnis.

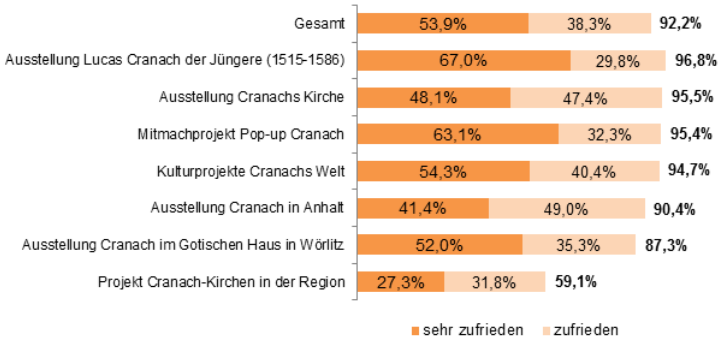
Neben den Übernachtungsreisen erfasst der GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland die Tagesreisen der Deutschen ab einer Distanz von 50 km zwischen dem Wohnort des Besuchers und dem Zielort der Tagesreise. Sachsen-Anhalt empfing im Jahr 2015 **rund 13,8 Mio. Tagesreisen ab 50 km**, davon 12,0 Mio. private Tagesausflüge und 1,8 Mio. Tagesreisen mit einem geschäftlichen Anlass. Gegenüber dem Jahr 2014 konnte das Tagesreiseaufkommen um +2% gesteigert werden. In der Gesamtschau von Übernachtungs- und Tagestourismus haben inländische Reisende im Jahr 2015 rund **35,4 Mio. touristische Aufenthaltstage in Sachsen-Anhalt** verbracht, +3% mehr als im Vorjahr.

Besucherbefragung zur Landesausstellung „Cranach der Jüngere 2015“

Große Zufriedenheit der Besucher mit der Landesausstellung

Anlässlich des 500. Geburtstages des Künstlers Lucas Cranach der Jüngere fand im vergangenen Jahr die Landesausstellung „Cranach der Jüngere“ statt. Von der Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH wurde eine Befragung der Besucher initiiert, um Erkenntnisse über die Erwartungen an die Ausstellung sowie die Zufriedenheit der Besucher mit der Ausstellung zu gewinnen. Darüber hinaus sollte die Befragung Informationen zur Besucherstruktur und zum Aufenthalt der Besucher in der Region liefern. Die Untersuchung wurde von der IWD market research GmbH mittels persönlicher Befragungen in den Ausstellungen im Zeitraum 26. Juni bis 1. November 2015 durchgeführt und basiert auf einer Stichprobe von 1.750 Befragten.

Allgemeine Zufriedenheit mit der Ausstellung (Ausprägungen 1 = sehr zufrieden, 2 = zufrieden und Top-2-Wert in % auf einer Skala von 1 = sehr zufrieden bis 6 = sehr unzufrieden)



Quelle: IWD market research GmbH, 2015

Bedeutung der Ausstellung für den Aufenthalt: Die Ergebnisse der Besucherbefragung zeigen, dass der Ausstellungsbesuch für einen Großteil der Besucher anlassgebend für ihren Aufenthalt war. So bezeichneten 82,7% der Befragten die Art ihres Aufenthaltes am ehesten als „Besichtigungs-/ Bildungs-/ Städtereise“. Für 80,1% der Besucher war die Ausstellung „Cranach der Jüngere“ zudem der Anlass ihrer Reise bzw. ihres Ausfluges am Befragungstag. 90,7% der Besucher wollten neben der zum Befragungszeitpunkt besuchten Ausstellung weitere Ausstellungen besuchen, darunter fast ausschließlich weitere Ausstellungen im Rahmen der Landesausstellung (97,2%).

Zufriedenheit: Es ist anzunehmen, dass sich die verbreitete Absicht der befragten Besucher zum Besuch weiterer Ausstellungen auch in ihrer insgesamt hohen Zufriedenheit mit der am Befragungstag besuchten Ausstellung begründet. So waren 92,2% der Befragten zufrieden bis sehr zufrieden mit der besuchten Ausstellung, 95,4% würden die Ausstellung wahrscheinlich bis sehr wahrscheinlich weiterempfehlen. Am zufriedensten waren die Besucher mit der Ausstellung „Lucas Cranach der Jüngere (1515-1586)“ (96,8%) im Augusteum, der Ausstellung „Cranachs Kirche“ in der Stadtkirche St. Marien in Wittenberg (95,5%) und dem Mitmachprojekt „Pop-up Cranach“ (95,4%). Deutlich weniger zufrieden waren sie nur mit dem Projekt „Cranach-Kirchen in der Region“ (59,1%).

Erwartungen: Ausschlaggebend für den Besuch der Ausstellung „Cranach der Jüngere“ waren insbesondere der Wunsch nach dem Sehen der gesammelten Werke und Bilder (49,8%) und dem Erhalt von Informationen über Lucas Cranach dem Jüngeren (auch im Vergleich zu seinem Vater) (35,2%). Weniger häufig erwarteten die Besucher von ihrem Ausstellungsbesuch das Sehen von Originalen am Ursprungsort (8,1%) bzw. von Altaren (und Epitaphen) (7,3%). Bei 27,0% der Befragten wurden die Erwartungen übertroffen bis sogar stark übertroffen, 65,5% sahen sich in ihren Erwartungen bestätigt. Besonders das Mitmachprojekt „Pop-up Cranach“ (40,8%) und die Ausstellung „Lucas Cranach der Jüngere (1515-1586)“ (37,7%) konnten die Erwartungshaltungen der Besucher übertreffen.

Besucherstruktur: Der typische Besucher der Landesausstellung ist 60 Jahre und älter (66,2%). Er wohnt in einem 2-Personen-Haushalt (61,1%) ohne im Haushalt lebende Kinder (90,6%). Die Altersstruktur spiegelt sich im beruflichen Status der Besucher wider. So sind 58,4% von ihnen pensioniert oder in Rente. Über die Hälfte (57,5%) der Ausstellungsbesucher verfügt über ein abgeschlossenes Studium als höchsten Bildungsabschluss. Knapp jeder vierte Besucher (24,2%) kommt aus Sachsen-Anhalt. Weitere wichtige Quellmärkte sind Berlin (17,4%) und Sachsen (13,2%) sowie die einwohnerstarken Bundesländer Nordrhein-Westfalen (7,0%), Bayern (5,7%) und Baden-Württemberg (5,0%). Während aus den Nachbarbundesländern Brandenburg und Niedersachsen jeweils rund 6% der Besucher kommen, ist der Anteil der Besucher aus Thüringen vergleichsweise gering (2,2%), was möglicherweise auf die ebenfalls dort stattfindende Ausstellungsreihe zum Lucas Cranach-Themenjahr „Bild und Botschaft 2015“ zurückzuführen ist.

Aufenthalt in der Region: 42,7% der Ausstellungsbesucher waren als Übernachtungsgast in der Region, weitere 41,8% als Tagesgast. Die verbleibenden Besucher (15,5%) gaben an, vor Ort zu wohnen. Für 32,7%

der Übernachtungs- bzw. Tagesgäste war es der erste Aufenthalt in der Region, 67,3% haben die Region zuvor schon einmal besucht. Die Übernachtungsgäste blieben durchschnittlich 2,9 Nächte in der Region und wählten in sieben von zehn Fällen (71,0%) ein Hotel als Unterkunft (11,5% Pension / Gasthof, 6,8% Übernachtung bei Freunden / Bekannten). Häufigstes Hauptanreisemittel war der PKW (66,1%), mit deutlichem Abstand gefolgt von der Bahn (17,1%) und dem Reisebus (7,7%). Die Befragten besuchten die Ausstellung überwiegend als Familie (62,2%), 15,8% waren alleine unterwegs, 12,6% als Mitglied einer Reisegruppe (Ø Gruppengröße: 17,1 Personen) (Mehrfachantworten waren möglich).

Spezialthema: Städteurlaubsreisen in Sachsen-Anhalt

Städtereise wichtigster Hauptreiseanlass der Urlaubsgäste in Sachsen-Anhalt

Im Rahmen einer Sonderauswertung des GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland wurden die Städteurlaubsreisen der Deutschen nach Sachsen-Anhalt im Jahr 2015 näher untersucht. Von den etwas mehr als 1,5 Mio. Urlaubsreisen, die Sachsen-Anhalt im vergangenen Jahr aus dem eigenen und aus den anderen Bundesländern empfangen hat, wurden 24% mit dem Hauptreiseanlass „Städtereise“ unternommen. Eine Städtereise ist damit im Rahmen der in dieser Studie abgefragten Reiseanlässe vor dem „Urlaub auf dem Land / in den Bergen“ (20%) und der „Event- / Veranstaltungsreise“ (15%) der wichtigste Anlass für inländische Gäste, eine Urlaubsreise nach Sachsen-Anhalt zu unternehmen. Im Zuge der für das Jahr 2015 ermittelten rund 362 Tsd. Städteurlaubsreisen nach Sachsen-Anhalt wurden knapp 1,3 Mio. Übernachtungen getätigt. Nachfolgend soll ein Blick auf das Reiseverhalten der Städtereisenden in Sachsen-Anhalt entlang der Leistungskette und ihre Soziodemographie – auch im Abgleich mit den Städtereisenden in Deutschland und den Urlaubsreisenden in Sachsen-Anhalt insgesamt – geworfen werden.

Reiseorganisation: Knapp zwei Drittel der inländischen Städteurlaubsreisenden in Sachen-Anhalt buchen einzelne Leistungsbestandteile der Reise vor Reiseantritt – deutlich mehr als im Bundesschnitt (47%). Dafür buchen die Städtereisenden in Sachsen-Anhalt ihre Reise deutlich seltener als Baustein- oder Pauschalreise (24%) als dies im Durchschnitt aller Städtereisenden in Deutschland der Fall ist (42%). Der Anteil der Nicht-Vorabbucher liegt mit 12% nah am Bundesmittel (11%).

Informationsquellen: Die am häufigsten vor der Buchung genutzte Informationsquelle ist das Internet allgemein, womit beispielsweise Websites der Urlaubsregionen oder Reiseforen gemeint sind (43%). Empfehlungen von Bekannten und/oder Verwandten holt etwa jeder dritte Städtereisende in Sachsen-Anhalt ein. Diese Informationsquelle hat wie auch Bewertungsplattformen im Internet und Reiseführer eine im Vergleich zu allen Urlaubsreisenden in Sachsen-Anhalt überdurchschnittliche Bedeutung für die Städtereisenden.

Reiseorganisation der inländischen Städteurlaubsreisenden in Sachsen-Anhalt 2015 (Anteil der Reisen in %)

Reiseorganisation

Reiseorganisation
- 64% Einzelplatzbuchung
- 24% Baustein-, Pauschalreise
- 12% Keine Vorabbuchungen

Informationsquellen* **
- 43% Internet allgemein (z.B. Website der Urlaubsregion, Reiseforen)
- 34% Empfehlungen von Bekannten / Verwandten
- 16% Bewertungsplattform im Internet (z. B. Hotelbewertungsportale)
- 14% Reiseführer

**Buchungsstellen* **
- 58% Direkt beim Leistungsträger
- 20% Reisebüro, Reiseveranstalter
- 16% Reiseportal im Internet

**Buchungsmedien* **
- 43% Internet / Online
- 33% Telefon / Telefax / Email

Buchungsfristen vor Reisebeginn*
- 33% 4 Monate oder länger
- 24% Weniger als 4 Wochen
- 24% 1 bis unter 2 Monate

* bei vorabgebuchten Leistungen

** Mehrfachantworten möglich

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland, 2015

Buchungsstellen, Buchungsfristen: Die häufigste Anlaufstelle der Städtereisenden für die Durchführung von Vorabbuchungen ist der Leistungsträger (58%), mit deutlichem Abstand gefolgt vom Reisebüro bzw. Reiseveranstalter (20%) und dem Reiseportal im Internet (16%), das häufiger als von allen Urlaubsreisenden in Sachsen-Anhalt (10%) genutzt wird, jedoch seltener als von den Städtereisenden in Deutschland insgesamt (24%). Die Städtereisenden in Sachsen-Anhalt buchen tendenziell etwas länger im Voraus als im Durchschnitt aller inländischen Städtereisenden in Deutschland, gleichwohl wird die Hälfte der vorabgebuchten Leistungen weniger als zwei Monate vor Reiseantritt gebucht.

Hauptverkehrsmittel zur Anreise: Drei Viertel der inländischen Städteurlaubsreisen nach Sachsen-Anhalt werden mit dem PKW angetreten, der damit deutlich beliebter als Anreisemittel ist als im Durchschnitt aller Städteurlaubsreisen in Deutschland (55%). Während der Bus als Anreisemittel in Sachsen-Anhalt gleichbedeutend wie im Bundesmittel ist (11%), erfährt die Bahn mit 7% einen deutlich geringeren Zuspruch (Deutsch-

Reiseprodukt und -anlass der inländischen Städteurlaubsreisenden in Sachsen-Anhalt 2015 (Teil I) (Anteil der Reisen in %)

Reiseprodukt und -anlass I

Reisedauer
- 62% 1 bis 3 Nächte
- 38% 4 und mehr Nächte

Reisezeitraum
- 68% Sommer (April bis September)
- 32% Winter (Oktober bis März)

Hauptverkehrsmittel zur Anreise
- 76% PKW
- 11% Bus
- 7% Bahn
- 5% Wohnmobil / Wohnwagen

Unterkunftsart
- 71% Hotel, Gasthof
- 18% Gemietete Ferienwohnung
- 5% Pension
- 4% Wohnmobil, Wohnwagen, Zelt

Unterkunftskategorie*
- 47% 4 oder 5 Sterne
- 34% 3 Sterne

Verpflegungsart**
- 66% Frühstück
- 27% Halbpension

* von klassifizierbaren Unterkünften

** in Unterkünften mit buchbarer Verpflegung

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland, 2015

Reiseprodukt und -anlass der inländischen Städteurlaubsreisenden in Sachsen-Anhalt 2015 (Teil II) (Anteil der Reisen in %)

Reiseprodukt und -anlass II

Reisegruppengröße
- 55% 2-Personenreise
- 35% 4- und mehr Personenreise

Reisen mit Kinder bzw. als Familie
- 11% Reise mit Kindern*
- 5% Familienreise

Qualitätseinschätzung**
- 57% Gesamtbewertung
- 73% Weiterempfehlung
- 23% Wiederbesuchsabsicht

Aktivitäten vor Ort***
- 94% Besuch von kulturellen / historischen Sehenswürdigkeiten
- 58% Aufenthalt in der Natur
- 43% Spazieren gehen
- 34% Besuch von Museen / Ausstell.
- 34% Typische Speisen / Getränke genießen
- 28% Zeit mit der Familie / mit dem Partner / mit Freunden verbringen
- 25% Wandern
- 18% Besuch von Events / Veranstaltungen (z. B. Konzerte, Sportevents)

* mindestens ein Kind unter 14 Jahren ist Reiseteilnehmer

** jeweils Top-Wert auf einer fünfstufigen Skala

*** Mehrfachantworten möglich

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland, 2015

land: 23%), was in einer schlechteren Erreichbarkeit der sachsen-anhaltischen Städte auf dem Schienenweg begründet sein kann.

Unterkunftsart: Bevorzugte Unterkunft der inländischen Städteurlauber in Sachsen-Anhalt ist das Hotel (71%), das deutlich häufiger besucht wird als im Durchschnitt aller Urlaubsgäste des Bundeslandes (46%). Gleich häufig wie von den Urlaubsgästen Sachsen-Anhalts (18%), jedoch deutlich häufiger als von den Städteurlaubern in Deutschland insgesamt (8%), werden von den Städterreisenden in Sachsen-Anhalt Ferienwohnungen oder -häuser als Unterkunft gemietet. Die private Unterkunft bei Verwandten oder Bekannten und die eigene Immobilie spielen dagegen bei Städteurlaubsreisen nach Sachsen-Anhalt keine Rolle (Urlaubsgäste in Sachsen-Anhalt insgesamt: 13%).

Aktivitäten vor Ort: Nahezu alle Städtereisende in Sachsen-Anhalt besuchen während ihres Aufenthaltes kulturelle bzw. historische Sehenswürdigkeiten (94%). Die Aktivität ist damit deutlich beliebter als bei allen Urlaubsreisenden (62%). Ebenfalls deutlich überdurchschnittlich von den Städteurlaubern wahrgenommen werden die Aktivitäten „Spazieren gehen“ (43% bzw. 27%), „Besuch von Museen / Ausstellungen“ (34% bzw. 16%) und „Typische Speisen / Getränke genießen“ (34% bzw. 22%). Den Aktivitäten „Aufenthalt in der Natur“, „Zeit mit der Familie / mit dem Partner / mit Freunden verbringen“ und „Wandern“ gehen die Städtereisenden in gleichem Maße wie alle Urlaubsreisenden nach. Dagegen werden Events und Veranstaltungen von ihnen seltener besucht (18% bzw. 27%).

Qualitätseinschätzung: 57% der Städteurlauber in Sachsen-Anhalt beurteilen ihren Aufenthalt mit „sehr gut“, etwas weniger als unter den Urlaubsreisenden insgesamt (64%). 73% würden das besuchte Reiseziel zudem „ganz bestimmt“ weiterempfehlen. Trotz der relativ guten Gesamtbewertung und der hohen Weiterempfehlungsabsicht würden nur 23% der Städtereisenden das Reiseziel „ganz bestimmt“ wieder besuchen. Die sichere Wiederbesuchsabsicht aller Urlaubsreisenden in Sachsen-Anhalt sowie auch die der inländischen Städtereisenden deutschlandweit liegt mit 43% bzw. 42% deutlich höher. Für die Städteurlauber in Sachen-Anhalt gibt es somit vergleichsweise weniger Anlässe, ihr Reiseziel ganz bestimmt erneut zu besuchen, was möglicherweise auch in der eher geringen Größe der Städte begründet ist.

Alter: Das Durchschnittsalter des typischen inländischen Städteurlaubers in Sachen-Anhalt liegt bei 59,4 Jahren, womit er deutlich älter ist als der durchschnittliche inländische Städtereisende in Deutschland (51,2 Jahre). Entsprechend finden sich unter den Städtereisenden in Sachsen-Anhalt mit 48% überdurchschnittlich viele Rentner (Deutschland: 29%).

Soziodemographie der inländischen Städteurlaubsreisenden in Sachsen-Anhalt 2015 (Anteil der Reiseteilnehmer bzw. Haushalte in %)

Soziodemographie

Geschlecht, Altersdurchschnitt*
- 57% weiblich, 43% männlich
- 59,4 Jahre

Bildung*
- 59% Hochschulabschluss, 8% Abitur
- 22% Mittlere Reife

Haushaltsgröße**
- 69% 2-Personenhaushalt
- 14% 1-Personenhaushalt
- 14% 3-Personenhaushalt

Haushaltsnettoeinkommen**
- 37% 3.250 und mehr €
- 30% 2.250 bis 3.249 €
- 17% unter 1.750 €

Quellmärkte*
- 16% Sachsen
- 12% Niedersachsen
- 10% Nordrhein-Westfalen
- 9% Berlin
- 7% Bayern, Hessen, Thüringen
- 6% Sachsen-Anhalt
- 5% Baden-Württemberg

* Bezug: Reiseteilnehmer

** Bezug: Haushalt

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland, 2015

SACHSEN-ANHALT
Investitions- und Marketinggesellschaft

Bildung, Haushaltsgröße, Haushaltsnettoeinkommen: Der Städtetourist in Sachsen-Anhalt verfügt im Vergleich zum Bundesschnitt häufiger über einen höheren Bildungsabschluss (Deutschland: 13% Abitur, 39% Hochschulabschluss). Die Verteilung der Einkommensgruppen entspricht in etwa dem Bundesschnitt, allerdings sind die Haushalte der Städtereisenden in Sachsen-Anhalt tendenziell etwas kleiner (1-2 Personenhaushalte in Deutschland: 68%), so dass das Einkommen pro Haushaltsmitglied als höher anzunehmen ist.

Quellmärkte: Wichtigste Quellmärkte für den Städtetourismus in Sachsen-Anhalt sind Sachsen, Niedersachsen und Nordrhein-Westfalen. Aus dem eigenen Bundesland kommen 6% der Städtereisenden.

Impressum

Erste Ausgabe 2016, erscheint zwei Mal im Jahr

Herausgeber

Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH
Am Alten Theater 6
39104 Magdeburg

Ansprechpartner

Judith König
Projektmanagerin

Tel.: 0049 (0) 391 56899 82
Fax.: 0049 (0) 391 56899 50
E-Mail: marktforschung@img-sachsen-anhalt.de

Wissenschaftliche Beratung

TouristiCon GmbH
Fritz-Thiedemann-Ring 20
25746 Heide

Institut für Management und Tourismus (IMT)
der Fachhochschule Westküste
Fritz-Thiedemann-Ring 20
25746 Heide

Ansprechpartner

Prof. Dr. Bernd Eisenstein
Dipl.-Kffr. Anne Köchling, MTM
Dipl.-Kffr. (FH) Manon Krüger

Bildnachweis:
Titelseite und Rücktitel: Bildeigner: Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH
Icons made by Freepik from www.flaticon.com

Redaktionsschluss: 28.4.2016

Alle Rechte vorbehalten. Kein Teil des Werks darf in irgendeiner Form ohne schriftliche Genehmigung des Herausgebers reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Vorschau neunte Ausgabe (erscheint voraussichtlich im November 2016)

- Ergebnisse der amtlichen Statistik 2016
- Halbjahresergebnisse 2016 des GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland für Sachsen-Anhalt
- Ergebnisse der Markenstudie Destination Brand 15
- Erste Ergebnisse der Permanenten Gästebefragung (PEG) Sachsen-Anhalt