SACHSEN-ANHALT
Investitions- und Marketinggesellschaft

ZAHLEN /// DATEN /// FAKTEN

TOURISMUS IN SACHSEN-ANHALT

Liebe Leserinnen und Leser,

vor Ihnen liegt die zweite Ausgabe unseres Marktforschungsnewsletters im laufenden Jahr 2018. Wir werfen darin in gewohnter Manier einen Blick in aktuelle Zahlen und Statistiken zum Tourismus in Sachsen-Anhalt.

Nach dem u.a. dank des Reformationsjubiläums sehr erfolgreichen Tourismusjahr 2017 ist es umso spannender, wie die Ankünfte und Übernachtungen sich im laufenden Jahr weiterentwickeln. Daher schauen wir uns zunächst die Zahlen der amtlichen Beherbergungsstatistik für die ersten neun Monate des Jahres 2018 an. Darüber hinaus stellen wir die Ergebnisse der aktuellsten DestinationBrand Studie vor, in der untersucht wurde, was die Deutschen mit dem Reiseziel Sachsen-Anhalt assoziieren und welche Eigenschaften (z.B. kulturell interessant oder gastfreundlich) sie der Destination zuweisen. Im dritten Teil des Newsletters finden Sie zudem zentrale Erkenntnisse zum Veranstaltungsmarkt in Sachsen-Anhalt, die auf einer Sonderauswertung des Meeting- und EventBarometers 2018 basieren.

Wir hoffen, die von uns ausgewählten Informationen sind für Ihre Arbeit hilfreich. Bei Fragen zu den Daten stehen wir Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung!

Wir wünschen eine spannende Lektüre!

16,7 Mio.

Deutsche halten das Reiseziel Sachsen-Anhalt für „kulturell interessant“

Quelle: inspektour, 2017

Entwicklung auf Basis der amtlichen Beherbergungsstatistik von Januar bis September 2018

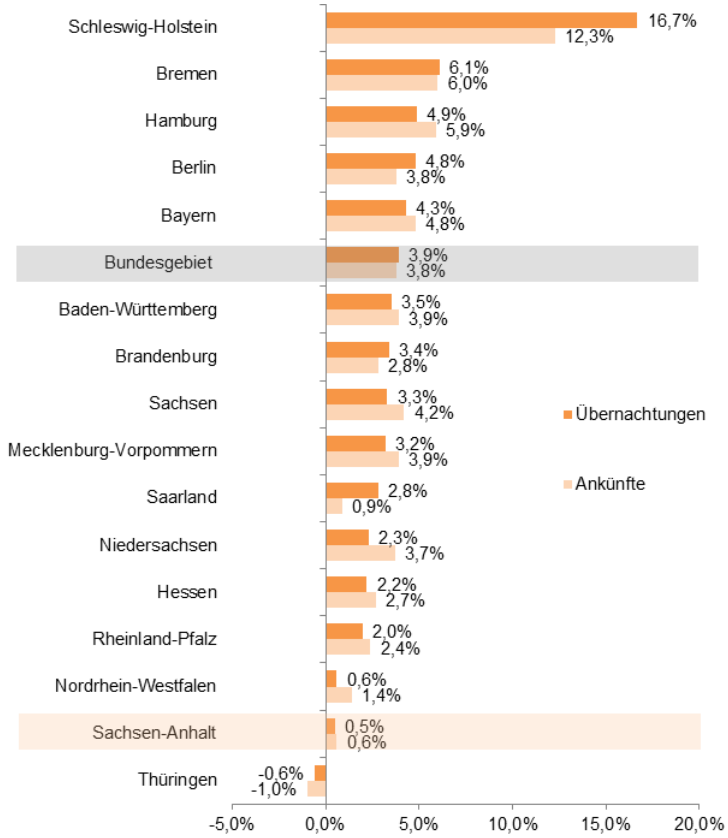
Leichtes Wachstum im Vegleich zum Vorjahreszeitraum

Sachsen-Anhalt konnte mit rund 2,6 Mio. Ankünften und 6,3 Mio. Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben mit zehn und mehr Betten sowie auf Campingplätzen mit mehr als neun Stellplätzen in den ersten neun Monaten des Jahres 2018 an den Erfolg des Lutherjahres anknüpfen. Zwar fiel das Wachstum im bundesweiten Vergleich mit einem Zuwachs von 0,6% bei den Ankünften und 0,5% bei den Übernachtungen

Inhalt

- **Ergebnisse der amtlichen Tourismusstatistik Januar bis September 2018** **Seite 1**
- **Ergebnisse der Studie „DestinationBrand 17 – Die Profile deutscher Reiseziele“ für Sachsen-Anhalt** **Seite 3**
- **Ergebnisse des Meeting- & EventBarometer Sachsen-Anhalt 2017/2018** **Seite 7**

Übernachtungen und Ankünfte in Betrieben ≥ 10 Betten inkl. Camping Januar bis September 2018 (Veränderung zum Vorjahr in %)



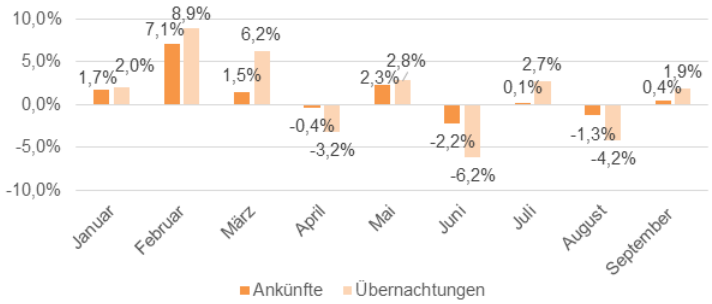
Quelle: Statistisches Bundesamt, 2018

nur sehr gering aus. Bei Berücksichtigung der enormen Zuwächse, die Sachsen-Anhalt im Lutherjahr 2017 verzeichnen konnte, ist es aber als Erfolg zu werten, dass die Zahlen in den ersten Monaten des Jahres 2018 auf dem Vorjahresniveau blieben. Treiber der positiven Entwicklung waren Gäste aus dem Inland. Während Sachsen-Anhalt im Inlandstourismus um 1,0% bei den Ankünften und 1,6% bei den Übernachtungen zulegte, gingen die Zahlen ausländischer Gäste im Vergleich zum Lutherjahr deutlich zurück (-4,2% Ankünfte; -12,0% Übernachtungen).

Der Deutschlandtourismus entwickelte sich in den ersten neun Monaten des Jahres äußerst positiv. So konnte bundesweit ein Plus von 3,8% bei Ankünften und 3,9% Übernachtungen verzeichnet werden. Mit Ausnahme von Thüringen, wo die Übernachtungen (-0,6%) und Ankünfte (-1,0%) im Vergleich zum Vorjahr leicht rückläufig waren, fand in allen Bundesländern ein Wachstum statt. Bundesweit war das Wachstum gleichermaßen durch den Inlands- (+3,9% bei den Ankünften und Übernachtungen) als auch durch den Incoming-Tourismus (+3,7% bei den Ankünften; +4,3% bei den Übernachtungen) geprägt.

Die Auswertung der Zahlen für Sachsen-Anhalt nach Monaten zeigt, dass im ersten Quartal 2018 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum sogar sehr deutliche Zuwächse stattfanden. Insbesondere der Februar verlief äußerst positiv (+8,9% Übernachtungen, +7,1% Ankünfte). Der Zuwachs der Übernachtungen und Ankünfte im März bei gleichzeitigem Rückgang im April ist unter anderem durch den Zeitpunkt der Osterferien, die in 2017 komplett im April und in diesem Jahr schon im März begannen, zu erklären. Auch bundesweit konnte im März ein großer Zuwachs an Gästen (+5,4%) und Übernachtungen (+8,4%) verzeichnet werden, während im April die Ankünfte nur leicht zunahmen (+2,1%) und die Übernachtungszahlen sanken (-2,0%). Die Früh-

Übernachtungen und Ankünfte in Betrieben ≥ 10 Betten inkl. Camping in Sachsen-Anhalt nach Monaten Januar bis September 2018 (Veränderung zum Vorjahr in %)



Quelle: Statistisches Bundesamt, 2018

jahrs- und Sommermonate verliefen in Sachsen-Anhalt wiederum sehr gemischt. Während es im Mai, Juli und September ebenfalls Zuwächse gab waren insbesondere die Übernachtungszahlen im Juni (-6,2%) und August (-4,2%) deutlich rückläufig.

Beim Blick in die Ergebnisse der fünf sachsen-anhaltischen Reisegebiete ist zu beobachten, dass mit Ausnahme der besonders durch das Lutherjahr 2017 geprägten Region Anhalt-Wittenberg alle vier Reiseziele positive Zahlen im Vorjahresvergleich schreiben. Während Anhalt-Wittenberg im vergangenen Jahr die mit Abstand größten Zuwächse aufwies, gingen die Gäste- (-9,9%) und Übernachtungszahlen (-9,6%) dort in den ersten neun Monaten des laufenden Jahres wieder recht deutlich zurück. Die absoluten Gäste- und

Übernachtungen und Ankünfte in Betrieben ≥ 10 Betten inkl. Camping nach Reisegebieten Januar bis September 2018 (Veränderung zum Vorjahr in %)

	Übernachtungen (Veränderungen zum Vorjahr in Prozent)	**Ankünfte** (Veränderungen zum Vorjahr in Prozent)
Harz und Harzvorland	3,9%	2,4%
Magdeburg, Elbe-Börde-Heide	2,8%	2,6%
Altmark	2,1%	0,3%
Halle, Saale, Unstrut	-0,8%	3,8%
Anhalt-Wittenberg	-9,6%	-9,9%

Quelle: Statistisches Bundesamt, 2018

Übernachtungszahlen liegen jedoch weiterhin über denen des Vergleichszeitraums 2016. Über den aktuell größten Zugewinn bei den Ankünften konnte sich die Region Halle, Saale, Unstrut (+3,8%), allerdings bei einem leichten Rückgang der Übernachtungszahlen (-0,8%), freuen. Die größten Steigerungen bei den Übernachtungszahlen wurden wiederum im Harz- und Harzvorland (+3,6%) generiert.

Ergebnisse der Studie „DestinationBrand 17 – Die Profile deutscher Reiseziele“ für Sachsen-Anhalt

Viele Deutsche halten das Reiseziel Sachsen-Anhalt für kulturell interessant - dennoch ist eine weitere Schärfung des Images erforderlich

Aufgrund der immer größeren Auswahl an erreichbaren Reisezielen sowie eines Übermaßes an Informationen über diese Reiseziele, streben Erholungssuchende vermehrt danach, die Qual der Wahl bei der Reisezielauswahl zu vereinfachen. Dies lösen sie, indem sie – bewusst oder auch unbewusst – die Reiseentscheidung verstärkt auf Basis vom Image der zur Wahl stehenden Reiseziele treffen. Vor diesem Hintergrund ist es für Destinationen zentral, sich mit einer klaren Botschaft am Markt zu positionieren und sich so vom Wettbewerb abzugrenzen. Voraussetzung dafür ist, dass die Marketingverantwortlichen in der Destination regelmäßig Kenntnis über das Fremdbild des Reiseziels erhalten. Auf diese Weise können sie erkennen, ob das externe Image mit dem Selbstbild innerhalb der Destination und den Tatsachen vor Ort übereinstimmt oder nicht und bei Bedarf gegensteuern.

In der neuesten Studie der DestinationBrand-Studienreihe wurde daher analysiert, was die Deutschen spontan mit dem Reiseziel Sachsen-Anhalt assoziieren. Des Weiteren wurde nach den Untersuchungen in den Jahren 2011 und 2014 zum dritten Male erfragt, inwieweit bestimmte Eigenschaften bzw. Charakterzüge nach Meinung der Deutschen auf insgesamt 170 Reiseziele, darunter auch Sachsen-Anhalt, zutreffen.

Methodensteckbrief

► **Herausgeber**
inspektour GmbH

► **Untersuchungsinhalt**
Nachfrageseitige Beurteilung der Profileigenschaften (Modul 1) Spontanassoziationen (Modul 2)

► **Untersuchungsobjekte**
Modul 1: 170 Reiseziele in Deutschland
Modul 2: Reiseziel Sachsen-Anhalt

► **Anzahl der Befragten**
Modul 1: 17.000 gesamt; 1.000 je Reiseziel
Modul 2: 1.000

► **Stichprobenart**
Quotenstichprobe

► **Repräsentativität**
in Privathaushalten lebende deutschsprachige Bevölkerung im Alter von 14-74 Jahren

► **Erhebungsart**
Online-Befragung

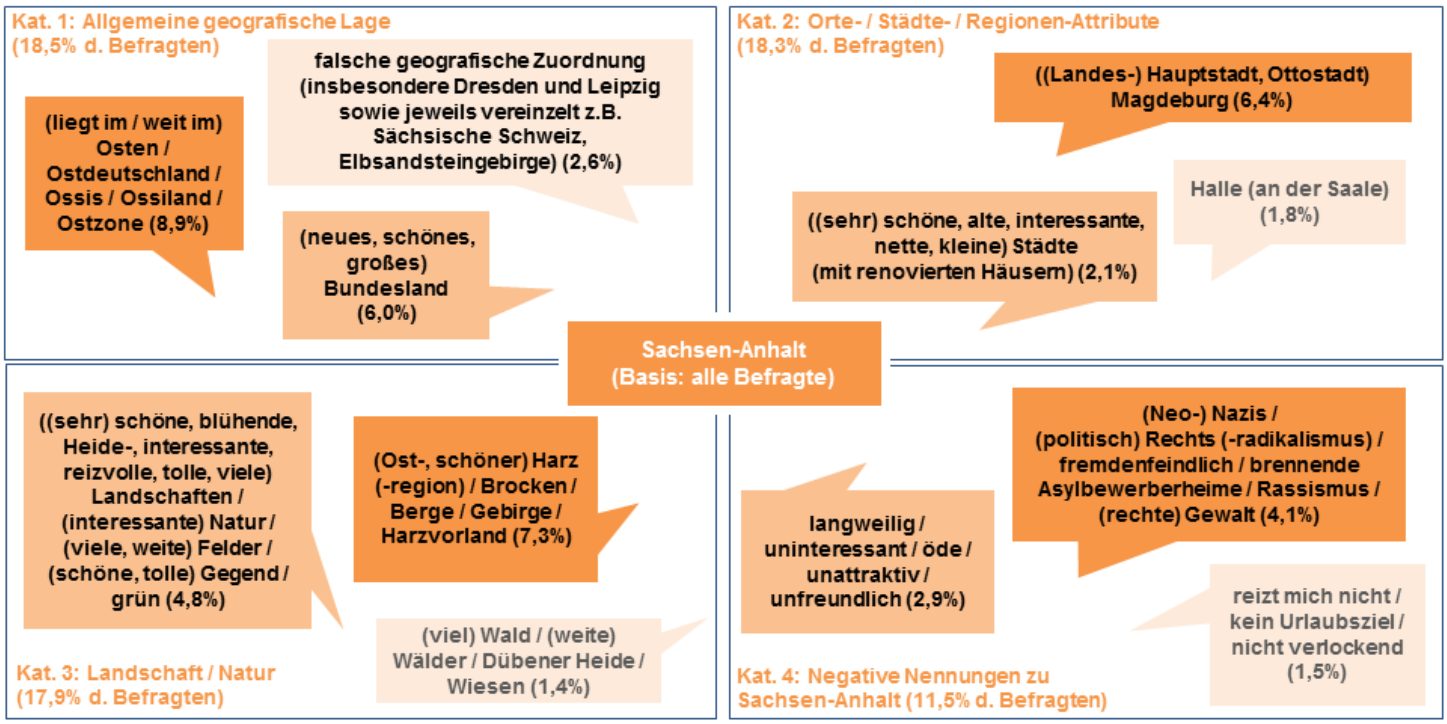
Ergebnisse der Spontanassoziationen

Auf die Frage „Was fällt Ihnen spontan zum Reiseziel Sachsen-Anhalt ein?“ war den Befragten freigestellt, einen oder mehrere Aspekte zu benennen. Die Frage wurde bewusst offen, d.h. ohne Vorgabe von Antwortmöglichkeiten gestellt. Im Schnitt gaben die Befragten 1,32 Nennungen zu Sachsen-Anhalt ab. Die Antworten wurden thematisch in Kategorien zusammengeführt. Die meisten Nennungen konnten dabei den Kategorien „allgemeine geografische Lage (18,5% der Befragten), „Orte-/ Städte- / Regionen-Attribute“ (18,3% der Befragten), „Landschaft / Natur“ (17,9%) und „negative Nennungen zu Sachsen-Anhalt“ (11,5%) zugeordnet werden. Die jeweils häufigsten Nennungen (Top 3) dieser vier Kategorien sind in der Abbildung auf der nächsten Seite dargestellt. Die weiteren Kategorien „Sehenswürdigkeiten / Attraktionen / Persönlichkeiten“ (10,3%), ,,Positive Atmosphäre / Ausspannen / Kulinarik“ (5,6%), „Freizeitaktivitäten / Urlaub / Ferien“ (3,5%) sowie „Persönlicher Bezug“ (2,7%) erreichten jeweils (deutlich) geringere Anteilswerte. Weiterhin entfielen auf Sachsen-Anhalt in 10,8% der Fälle Nennungen, die keiner Kategorie zugeordnet werden konnten. Jeder dritte Befragte (33,0%) hatte keine inhaltlichen Nennungen zu Sachsen-Anhalt als Reiseziel abgegeben.

Ergebnisse der Eigenschaftsbeurteilungen

Für jede der 170 getesteten inländischen Destinationen wurden acht identische, allgemeine Eigenschaften abgefragt. Durch die IMG wurden weitere fünf individuelle

Top 3 Assoziationsunterkategorien der 4 stärksten Oberkategorien



Quelle: inspektour, 2017

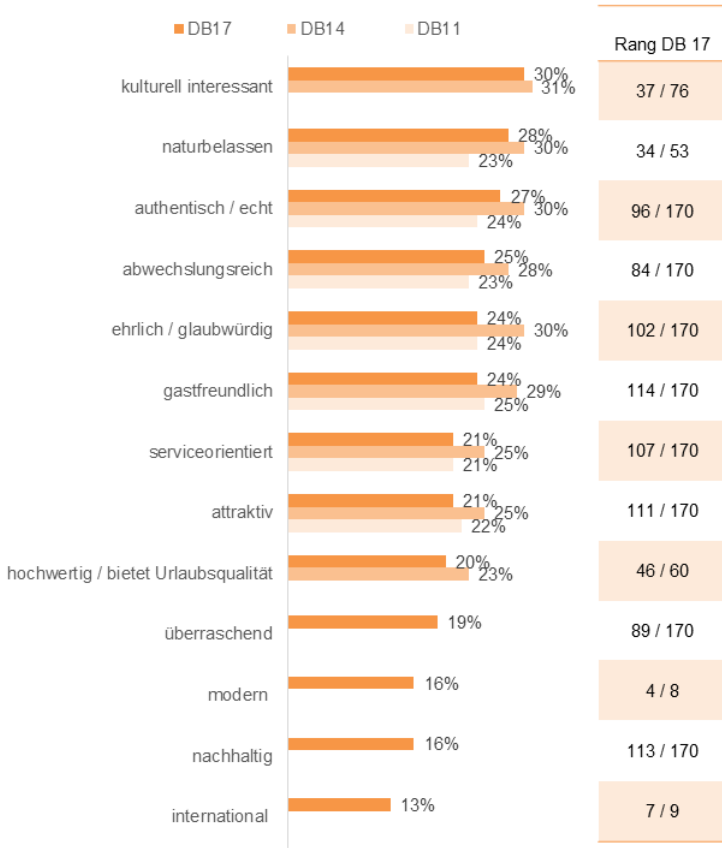
Merkmale für die Abfrage des Reiseziels Sachsen-Anhalt ausgewählt. Eine Neuerung hält Destination Brand im Jahr 2017 bereit. Erstmals wurde die allgemeine Relevanz von insgesamt 67 Destinationseigenschaften für die Reisezielentscheidung abgefragt, was eine Auswertung hinsichtlich der Gruppe der „Eigenschaftsaffinen“ ermöglicht. Dies sind jene Befragten, welche bei der Reisezielwahl einen gesteigerten Wert auf eine bestimmte Eigenschaft legen.

Die folgende Abbildung auf der nächsten Seite zeigt die Zustimmungswerte für alle 13 für Sachsen-Anhalt getesteten Eigenschaften im Zeitvergleich. Dabei erhielt 2017 der Faktor „kulturell interessant“ mit 30% einmal mehr den mit Abstand höchsten Wert. Es folgen die Attribute „naturbelassen“ mit 28% sowie „authentisch / echt“ mit 27%. Jeder Vierte (25%) hält Sachsen-Anhalt zudem für „abwechslungsreich“ sowie „ehrlich / glaubwürdig“ und „gastfreundlich“ (je 24%). Die Eigenschaften „serviceorientiert“ und „attraktiv“ schreiben je 21% der Befragten Sachsen-Anhalt zu. Jeder Fünfte (20%) bewertet Sachsen-Anhalt zudem als „hochwertig / bietet Urlaubsqualität“. Die geringste Zustimmung erhielten die vier im Jahr 2017 erstmals für Sachsen-Anhalt abgefragten Eigenschaften „überraschend“ (19%), „modern“ (16%), „nachhaltig“ (16%) und „international“ (13%).

Im Zeitvergleich wird deutlich, dass sich die Zustimmungswerte von 2011 (DB11) auf 2014 (DB14) zunächst bei allen Attributen teilweise deutlich verbesserten. Besonders stechen hier die Eigenschaften „naturbelassen“ (+7 Prozentpunkte). „authentisch / echt“ und „ehrlich / glaubwürdig“ (jeweil +6 Prozentpunkte) hervor. Von 2014 auf 2017 (DB17) fallen die Zustimmungswerte dann allerdings durchgehend wieder zurück und liegen nun überwiegend etwa auf dem Niveau von 2011. Langfristig, d.h. von 2011 auf 2017, hat sich die Zuschreibung für das Attribut „naturbelassen“ (+5 Prozentpunkte) am positivsten entwickelt. Vor dem Hintergrund, dass Veränderungsraten von bis zu 3 Prozentpunkten in beide Richtungen aufgrund von erhebungsbedingten Schwankungstoleranzen zu vernachlässigen sind, kann festgehalten werden, dass die übrigen Werte im Zeitverlauf relativ konstant sind. Bei einer regionalen Differenzierung der Ergebnisse wird zudem deutlich, dass die Eigenschaftszuschreibungen für Sachsen-Anhalt bei allen Eigenschaften in den ostdeutschen Bundesländern deutlich höher sind als in den Westdeutschen.

Zur weiteren Einordnung können die Ergebnisse für Sachsen-Anhalt mit allen je Eigenschaft untersuchten Reisezielen verglichen und somit ein Rangplatz im Wettbewerb aufgezeigt werden. Die allgemeinen Eigenschaften können mit allen 170 teilnehmenden Destinationen verglichen werden, da sie für alle einheitlich abgefragt wurden. Bei den Spezialeigenschaften variiert die Anzahl der Vergleichsdestination je nach Eigenschafts-Auswahl der Reiseziele. Leider erreicht Sachsen-Anhalt im Wettbewerbsvergleich mit Ausnahme des Attributes „kulturell interessant“ durchweg unterdurchschnittliche

Gestützte Eigenschaftsbeurteilung Reiseziel „Sachsen-Anhalt“ im Zeitvergleich 2011, 2014 & 2017 (Top-Two-Box auf Skala: „5 = trifft vollkommen zu“ bis „1 = trifft überhaupt nicht zu“, Angabe in % der Fälle) und gestützte Eigenschaftsbeurteilung Reiseziel „Sachsen-Anhalt“ im Konkurrenzvergleich 2017 (Angabe in Rangplätzen)



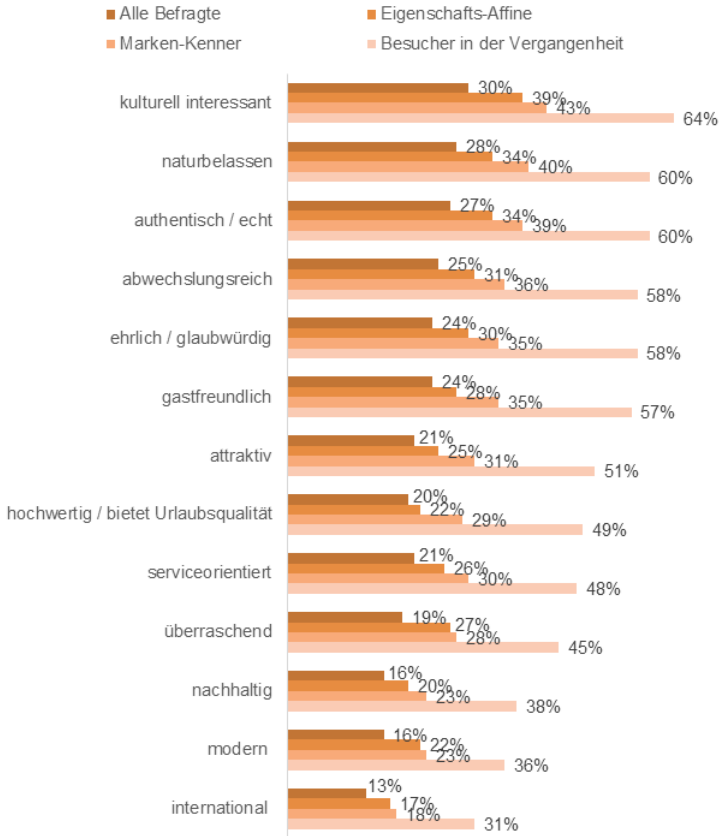
Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland, 2017

Wertungen und platziert sich somit überwiegend im mittleren Drittel des Wettbewerbsumfelds (siehe Rangplätze in der obrigen Abbildung). Die beste Platzierung erreicht das Bundesland mit der Eigenschaft „kulturell interessant“ (Rang 37 von 76 untersuchten Reisezielen), die schlechteste mit dem Attribut „gastfreundlich“ (Rang 114 / 170).

Aus der Gesamtzahl der Befragten lässt sich seit 2017 nunmehr ergänzend eine Betrachtung von drei Teilgruppen vornehmen: die „Marken-Kenner“ setzen sich aus jenen zusammen, die Sachsen-Anhalt kennen, respektive von dem Reiseziel gehört haben, während die „Urlauber in der Vergangenheit“ Sachsen-Anhalt tatsächlich schon einmal bereist haben. Neu sind seit 2017, wie eingangs beschrieben, die „Eigenschaftsaffinen“. Mit diesen führt DestinationBrand 2017 eine neue Perspektive ein. In dieser Teilgruppe werden diejenigen betrachtet, die eine hohe Affinität zu den jeweiligen Eigenschaften aufweisen, d.h. ihnen eine hohe Bedeutung für die Reisezielauswahl beimessen.

Wie bereits in der Vergangenheit (2014), steigt die Beurteilung aller Kriterien mit der Zunahme der Bekanntheit des Reiselandes Sachsen-Anhalt. So liegen die Werte der Eigenschaften bei den Urlaubern der Vergangenheit beispielsweise durchgehend mehr als doppelt so hoch wie bei allen Befragten. Dies spricht dafür, dass Sachsen-Anhalt die Eigenschaften vor Ort durchaus einlösen kann. Es gilt aber insbesondere, die Deutschen ohne Destinationskenntnisse von den Vorzügen des Reiselandes zu überzeugen. Spannend sind auch die Werte hinsichtlich der „Eigenschaftsaffinen“. Sachsen-Anhalt genießt beispielsweise besonders bei den Kulturaffinen (+9%-Pkt. im Vergleich zu allen Befragten) und bei denjenigen, denen die Eigenschaft „überraschend“ wichtig ist (+8%-Pkt.), einen gewissen Vertrauensbonus. Der Ruf Sachsen-Anhalts bei jenen, für die dieser Faktor bei der Reiseentscheidung tatsächlich eine Rolle spielen könnte, ist demnach deutlich besser, als es die Ergebnisse über alle Befragte im ersten Moment suggerieren.

Gestützte Eigenschaftsbeurteilung Reiseziel „Sachsen-Anhalt“ 2017 nach Teilgruppen (Top-Two-Box auf Skala: „5 = trifft vollkommen zu“ bis „1 = trifft überhaupt nicht zu“, Angabe in % der Fälle)



Quelle: IMT, 2011; inspektour, 2017

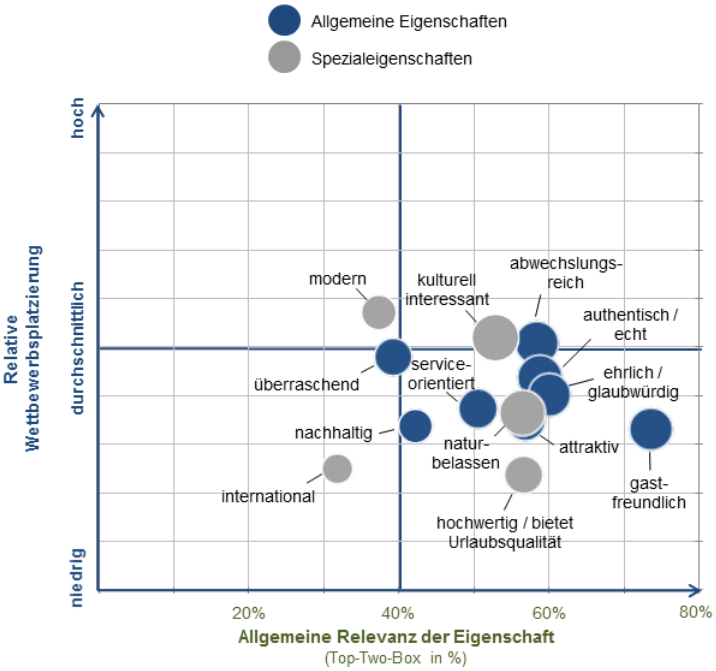
Zusammenfassung des Ist-Zustandes

Die Ergebnisse der Abfrage der Spontanassoziationen zeigen, dass eine Vielzahl der Deutschen kein klares Bild von Sachsen-Anhalt als Reiseziel hat. Zudem werden vergleichsweise häufig auch negative Aspekte mit dem Reiseziel assoziiert. Bezüglich der Schärfung des

Profils des Reiseziels Sachsen-Anhalts gibt es folglich noch Nachholbedarf. Dies bestätigen auch die Ergebnisse der Eigenschaftsbewertung, die in der folgenden Abbildung auf Basis „aller Befragter“ in Form eines Analyse-Quadranten zusammenfassend dargestellt werden. Wie der Blick auf den Analyse-Quadranten zeigt, positioniert sich Sachsen-Anhalt mit den Eigenschaftszuschreibungen überwiegend unterdurchschnittlich im Vergleich zu den jeweils getesteten Vergleichsdestinationen (siehe y-Achse). Positive Ausnahmen bilden hier die Eigenschaften „kulturell interessant“ und „abwechslungsreich“ – zwei Eigenschaften, die auch durch die meisten Deutschen für die Reiseentscheidung wichtig sind (siehe Platzierung weit rechts auf der x-Achse). Auch mit der Eigenschaft „modern“ platziert sich Sachsen-Anhalt im Wettbewerbsumfeld über dem Durchschnitt, allerdings ist hier zu beachten, dass dieses Attribut insgesamt nur von 8 Reisezielen untersucht wurde. Handlungsbedarf besteht in erster Linie bei der Eigenschaft „gastfreundlich“: Während dieses Attribut für die Reisezielauswahl bei den Deutschen eine sehr hohe Bedeutung hat, platziert sich Sachsen-Anhalt hier deutlich unterdurchschnittlich im Wettbewerb. Das heißt nicht, dass Sachsen-Anhalts Gastgeber tatsächlich weniger freundlich sind, aber in den Vorstellungen der Deutschen ist die Gastfreundschaft in Sachsen-Anhalt noch nicht verankert.

Insgesamt gilt es, das Image des Reiseziels Sachsen-Anhalt weiter zu schärfen und insbesondere den negativen Assoziationen durch eine klare, einheitliche Kommunikation der Besonderheiten des Reiseziels etwas entgegenzusetzen.

Allgemeine Relevanz der Eigenschaften und relative Wettbewerbsplatzierung Sachsen-Anhalts auf Basis aller untersuchter Destinationen je Eigenschaft (bis zu 170) (Darstellung im Analyse-Quadranten; Basis: alle Befragten; n=1.000)



Anmerkungen: Größe der Eigenschaftskreise = gestützte Eigenschaftsbeurteilung des Reiseziels Sachsen-Anhalt

Letzte berücksichtigte Erhebung im November / Dezember 2017

Quelle: inspektour (2017)

Ergebnisse des Meeting- & EventBarometer Sachsen-Anhalt 2017/2018

53.740 Veranstaltungen mit 5,21 Millionen Teilnehmern fanden 2017 in Sachsen-Anhalt statt

Das Meeting- & EventBarometer wird seit 2006 jährlich vom Europäischen Institut für TagungsWirtschaft (EITW) im Auftrag des Europäischen Verbands der Veranstaltungs-Centren e.V. (EVVC), dem GCB German Convention Bureau e.V. und der Deutschen Zentrale für Tourismus e.V. (DZT) durchgeführt. Die Studie beleuchtet den gesamten Veranstaltungsmarkt in Deutschland, d.h. sowohl den Kongress-, als auch den Eventbereich, mittels einer Online-Befragung der deutschen Veranstaltungsstätten mit einer Kapazität von mind. 100 Sitzplätzen. Zu den untersuchten Veranstaltungsstätten gehören Veranstaltungszentren (d.h. speziell für die Durchführung von Veranstaltungen gebaute Einrichtungen wie z.B. Kongresszentren oder Sport- und Mehrzweckhallen), Tagungshotels und Eventlocations (d.h. Stätten, die ursprünglich für einen anderen Zweck gebaut wurden wie z.B. Burgen / Schlösser, Museen oder Hochschulen / Unis).
Die IMG hat aufgrund aktueller strategischer Überlegungen zur Positionierung im MICE Segment eine Sonderauswertung der aktuellen Studie aus dem Jahr 2018 für Sachsen-Anhalt beauftragt. Dabei können die bundesweiten Ergebnisse der Studie mit denen für Sachsen-Anhalt verglichen werden.

Überblick zum Kongress- und Eventangebot in Sachsen-Anhalt 2017

Insgesamt gibt es in Sachsen-Anhalt 189 Veranstaltungsstätten mit mindestens 100 Sitzplätzen im größten Saal. Dabei machen Tagungshotels fast die Hälfte (93) aller Veranstaltungsstätten aus. Die meisten Veranstaltungsstätten, insgesamt 36, gibt es in der Landeshauptstadt Magdeburg. Wie sich die Stätten insgesamt verteilen ist in oben stehender Tabelle aufgeführt.

In Bezug auf die Kapazitäten der Veranstaltungsstätten sind in Sachsen-Anhalt Tagungshotels von 100-250 Plätzen am stärksten vertreten (36% aller Veranstaltungsstätten). In der gleichen Kapazitätsklasse gibt es zudem zahlreiche Eventlocations (18,5%). Große Kapazitäten mit über 1.000 Plätzen gibt es wiederum kaum (2,7%). Mit diesem Angebot eignet sich Sachsen-Anhalt besonders für Events mittlerer Größe.

Von den insgesamt 189 Veranstaltungsstätten in Sachsen-Anhalt wurden 144 vom EITW für die Befragung angeschrieben. An der Befragung nahmen schließlich 47 sachsen-anhaltische Veranstaltungsstätten teil (Rücklaufquote: 32,6%). Im Vergleich zum tatsächlichen Angebot in Sachsen-Anhalt waren Veranstaltungszentren in der Stichprobe überrepräsentiert (= 38,6% der Befragungsteilnehmer versus 18,5% Anteil auf Gesamtmarkt in Sachsen-Anhalt) und Tagungshotels unterrepräsentiert (= 33,3% versus 49,2% in der Realität). Der Anteil der Eventlocations in der Stichprobe (28,1%) entspricht fast dem Anteil in der Realität (32,3%). Diese leichte Schiefe gilt es bei Betrachtung der Ergebnisse zu berücksichtigen.

Veranstaltungsstätten-Arten ab 100 Sitzplätzen im größten Saal nach Städten / Regionen in Sachsen-Anhalt

Region / Stadt	Veranstaltungszentren	Tagungshotels	Eventlocations	Gesamt
Magdeburg	10	10	16	**36**
Halle / Saale	4	7	10	**21**
Anhalt-Dessau-Wittenberg	4	15	9	**28**
Harz	2	22	7	**31**
Saale-Unstrut	3	10	9	**22**
Elbe-Börde-Heide	9	16	8	**33**
Altmark	3	9	2	**14**
Übriges Sachsen-Anhalt	0	4	0	**4**
Gesamt	**35**	**93**	**61**	**189**

Quelle: EITW, 2018

Methodensteckbrief

► Herausgeber
Europäisches Institut für TagungsWirtschaft GmbH (EITW) an der Hochschule Harz

► Untersuchungsinhalt
Analyse des Veranstaltungsmarktes (Event- und Kongressbereich) in Deutschland und in Sachsen-Anhalt

► Untersuchungsobjekte
Veranstaltungsstätten ab einer Kapazität von mind. 100 Sitzplätzen im größten vermietbaren Raum in Deutschland und Sachsen-Anhalt

► Anzahl der Befragten in Sachsen-Anhalt
n=47 Veranstaltungsstätten

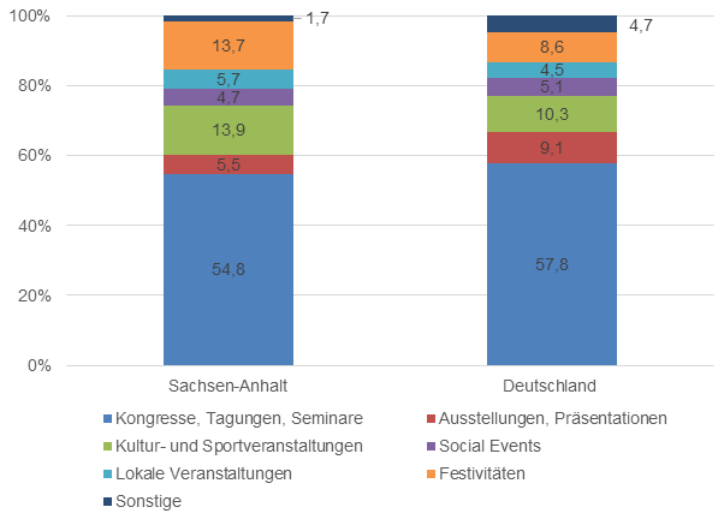
► Erhebungsart
Online-Befragung der Veranstaltungsstätten im Februar / März 2018

Pro Veranstaltungsstätte wurden in Sachsen-Anhalt 2017 durchschnittlich 284 Veranstaltungen durchgeführt. Von diesen Veranstaltungen fanden gut zwei Drittel (67,3%) in Tagungshotels, 20,3% in Veranstaltungszentren und 12,4% in Eventlocations statt.

International, d.h. ab 20 Teilnehmern mit mindestens 10% internationalen Gästen, waren in Sachsen-Anhalt 3,1% der Veranstaltungen. Dieser Anteil ist im Vergleich zu ganz Deutschland deutlich unterdurchschnittlich (6,1%).

Es handelte sich in Sachsen-Anhalt überwiegend (60,3%) um beruflich motivierte Veranstaltungen, im Bundesschnitt war der berufliche Anteil noch etwas höher (66,9%). Entsprechend waren 39,4% der Veranstaltungen in Sachsen-Anhalt Events (bundesweit 33,1%). Eine genauere Aufschlüsselung der Verteilung der Veranstaltungsarten ist in der linken Abbildung dargestellt. Im Vergleich zu ganz Deutschland ist der Anteil von Festivitäten (13,7%) sowie von Kultur- und Sportveranstaltungen (13,9%) höher (8,6% bzw. 10,3%).

Veranstaltungsarten Sachsen-Anhalt und Deutschland im Vergleich, in %



Quelle: EITW Anbieterbefragung, 2018

Die Nachfrage von Veranstaltungen in Sachsen-Anhalt 2017

Insgesamt fanden gemäß der Studie 2017 in Sachsen-Anhalt 53.740 Veranstaltungen mit 5,21 Millionen Teilnehmern statt. Pro Veranstaltung nahmen somit durchschnittlich 97 Personen teil. Damit hielt Sachsen-Anhalt einen Marktanteil von 1,8% der bundesweiten Veranstaltungen und 1,3% der Veranstaltungsteilnehmer.

Von den 5,21 Millionen Teilnehmern besuchten mehr als die Hälfte (54,1%) Veranstaltungen in Veranstaltungszentren. Damit lag Sachsen-Anhalt ziemlich genau im bundesweiten Schnitt (53%). Nur etwas mehr als jeder vierte Teilnehmer (26,7%) tagte in einem Tagungshotel, obwohl diese über zwei Drittel aller Veranstaltungen durchführten. Bundesweit ging etwas mehr als jeder vierte Veranstaltungsteilnehmer (21%) an ein Tagungshotel. Teilnehmer in Eventlocations waren in Sachsen-Anhalt mit 19,2% im Bundesvergleich etwas unterrepräsentiert (26%).

Der Anteil ausländischer Teilnehmer an Veranstaltungen in Sachsen-Anhalt lag 2017 bei 4,6% und damit deutlich unter dem bundesweiten Schnitt von 9,0%.

SACHSEN-ANHALT
Investitions- und Marketinggesellschaft

Bundesweit hat der Anteil ausländischer Teilnehmer in den letzten Jahren kontinuierlich zugenommen.

2017 waren die Veranstaltungsstätten in Sachsen-Anhalt mit insgesamt 102,7 Veranstaltungstagen an weniger Tagen ausgelastet als im Bundesdurchschnitt (134,2 Veranstaltungstage). Die Veranstaltungen dauerten dabei wie auch in ganz Deutschland im Schnitt 1,5 Tage. Dabei fallen die Veranstaltungen in den Eventlocations vergleichsweise lang aus (1,6 Tage versus 1,4 Tage bundesweit), in Veranstaltungszentren kurz (1,0 Tage versus 1,4 Tage bundesweit).

Impressum

2. Ausgabe 2018, 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 87
Fax.: 0049 (0) 391 56899 50
E-Mail: marktforschung@img-sachsen-anhalt.de

Wissenschaftliche Beratung

TouristiCon GmbH
Fritz-Thiedemann-Ring 20
25746 Heide

Ansprechpartner

Prof. Dr. Bernd Eisenstein
Dipl.-Kffr. Anne Köchling, MTM

Bildnachweis:
Bildeigner: Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH

Redaktionsschluss: 30.11.2018

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 1. Ausgabe 2019 (erscheint voraussichtlich im März 2019)

- Jahresbilanz der amtlichen Statistik 2018
- Ergebnisse des GfK DestinationMonitor für Sachsen-Anhalt 2018
- Spezialthema Gärten und Parks