

Magdeburg, Juli 2019

Potenziale des Urlaubsthemas „Gärten & Parks“ für Sachsen-Anhalt

Unterschiedliche Motive locken immer mehr Besucher in die öffentlichen Gärten und Parks: Naturnähe und Sinnlichkeit, Geselligkeit durch ein gemeinsames Erlebnis im Freien mit Familie und Freunden oder auch die Neugier bzw. Suche nach Anregungen für den eigenen Garten (vgl. Steinecke 2018, S. 61). Auch auf Reisen ist das Interesse am Besuch von Gärten und Parks in der deutschen Bevölkerung groß. Im Jahr 2016 gab im Zuge der Destination Brand Studie¹ fast jeder zweite Deutsche (46%) im Alter von 14 bis 74 Jahren an, Interesse am Besuch von Gärten und Parks im Urlaub zu haben (gemessen anhand des Top-Two-Box Wertes auf Skala von „5 = sehr großes Interesse“ bis „1 = gar kein Interesse“). Damit rangiert das Urlaubsthema auf dem zehnten Platz aller im Rahmen der Studie untersuchten Urlaubsaktivitäten /-arten (insgesamt 61) und verfügt über ein größeres Interessentenpotenzial als Themen wie Wandern (44%) oder Shoppingmöglichkeiten nutzen (40%). Seit dem Jahr 2010 ist das Interesse am Besuch von Gärten und Parks im Urlaub auf relativ konstantem Niveau (2010 und 2013 jeweils 48%) (vgl. inspektour GmbH, 2016).

Unter den Sachsen-Anhalt Gästen ist das Interesse am Thema sogar noch größer. So gaben 71% der im Zuge der Permanenten Gästebefragung² 2016 vor Ort befragten Sachsen-Anhalt-Gäste an, das Urlaubsthema „sehr interessant“ oder „interessant“ zu finden. Zudem hatten 42% während des aktuellen Aufenthaltes in Sachsen-Anhalt bereits Gärten und Parks besucht oder dies noch während des Aufenthaltes geplant (vgl. inspektour und ift 2017).

Diese Zahlen weisen auf ein großes Potenzial zur Bearbeitung dieses Urlaubsthemas für touristische Akteure hin. Es stellt sich für Sachsen-Anhalt die Frage, wie das Bundesland in der deutschen Bevölkerung hinsichtlich der Möglichkeiten der Erfüllung dieses Urlaubswunsches im Vergleich zu anderen Reisezielen wahrgenommen wird. Zur Beantwortung dieser Frage wurde im Zuge der Destination Brand Studie 2016 bundesweit ebenfalls repräsentativ gefragt, für wie geeignet die Befragten das Reiseziel Sachsen-Anhalt für insgesamt zehn Urlaubsthemen, darunter auch den Besuch von Gärten & Parks, halten. Knapp jeder dritte Deutsche (30%) hält Sachsen-Anhalt für ein (sehr) geeignetes Reiseziel, um Gärten & Parks zu besuchen (Top-Two-Box Wert auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“). Damit halten gleich viele Befragte Sachsen-Anhalt für dieses

¹ Die Studienreihe Destination Brand untersucht seit 2009 im jährlichen Wechsel die Markenstärke, Themenkompetenz und das Profil von Reisezielen. Im Rahmen einer Online-Befragung wurden im Herbst 2016 insgesamt 17.000 Deutsche (1.000 je Destination) befragt. Die Studie ist repräsentativ für die in Privathaushalten lebende deutschsprachige Bevölkerung im Alter von 14-74 Jahren (Quotenstichprobe).

² Im Rahmen der PEG wurden im Jahr 2016 insgesamt 2.026 Übernachtungsgäste ab 14 Jahren in Sachsen-Anhalt interviewt (persönlich-mündliche Interviews).

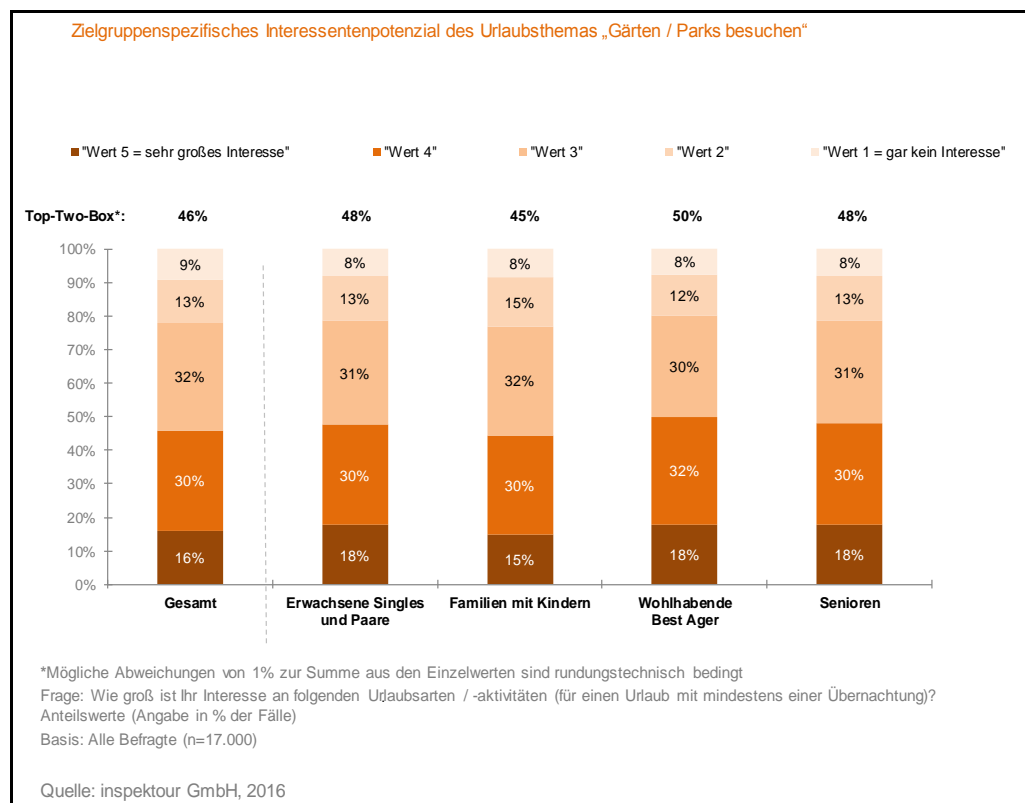


Thema für geeignet wie für das Thema „Kultururlaub /-reise“. Unten denjenigen, die angaben, an dem Thema Gärten & Parks im Urlaub Interesse zu haben, ist die Themenzuschreibung für Sachsen-Anhalt mit 39% noch größer und unter den Besuchern Sachsens-Anhalts in der Vergangenheit trauen 61% dem Bundesland in Bezug auf dieses Thema viel zu. Mit diesen Ergebnissen platziert Sachsen-Anhalt sich unter allen Reisezielen, die das Thema 2016 haben untersuchen lassen (insgesamt 12) auf dem 6. Rang (Basis: alle Befragte und Themen-Interessenten) (vgl. inspektour GmbH, 2016).

Zur Festlegung, welche Zielgruppen für das Thema besonders empfänglich sind, kann auf mittels einer Sonderanalyse der Studie zudem ein Stereotyp der Gärten- & Parks-Interessenten beschrieben werden. So ist der typische Deutsche, der im Urlaub Interesse am Besuch von Gärten- & Parks hat:

- weiblich,
- über 45 Jahre alt,
- überdurchschnittlich gebildet,
- im 2-Personen Haushalt und
- in den neuen Bundesländern lebend.

Mit Blick auf die Sachsen-Anhalt Zielgruppen besteht das größte Interesse (51%) innerhalb der Gruppe der „wohlhabenden Best Ager“ (siehe Abbildung).





Abschließend können Aussagen darüber getroffen werden, mit welchen anderen Urlaubsthemen sich das Thema „Gärten & Parks“ besonders gut verknüpfen lässt, d. h. wo Potenziale für Angebotsbündel bestehen. Hierzu wurde von der inspektour GmbH mittels einer Korrelationsanalyse ermittelt, wie der Zusammenhang zwischen dem Interesse am Besuch von Gärten & Parks und den übrigen Urlaubsthemen ist. Der größte positive Zusammenhang ergab sich – in Anbetracht der Nähe zum Thema „Gärten & Parks besuchen“ nicht verwunderlich – mit den Aktivitäten „Schlösser, Herrenhäuser, Parks & Gärten besuchen“ sowie „Burgen, Schlösser, Dome besuchen“. Zusammen mit den Aktivitäten „Kirchen und Klöster der Backsteingotik besichtigen“ und „Bauhaus und Architektur der klassischen Moderne erleben“, bei denen ebenfalls ein mittlerer Zusammenhang nachgewiesen wurde, kann festgehalten werden, dass sich insgesamt Themen mit Fokus auf (historische) Architektur sehr gut mit dem Thema Gärten & Parks verknüpfen lassen. Weiterhin bestehen gute Möglichkeiten der Kombination des Themas mit Angeboten zu anspruchsvollen Naturerlebnissen mit Bildungscharakter (sowohl Naturerlebnisse als auch Besuch von Zoos) sowie ausgewählten kulturbezogenen Themen (Museen, Ausstellungen, Kultureinrichtungen und UNESCO Welterbestätten besuchen) (vgl. inspektour GmbH, 2018).

Quellen:

Inspektour GmbH (2016): DESTINATION BRAND 16: DIE THEMENKOMPETENZ DEUTSCHER REISEZIELE. Hamburg.

Inspektour GmbH (2018): DESTINATION BRAND 16: DIE THEMENKOMPETENZ DEUTSCHER REISEZIELE: Stereotypen-Analyse und Korrelationsanalyse zum Urlaubsthema „Besuch von Gärten / Parks“. Hamburg.

Inspektour GmbH / ift GmbH (2017): Permanente Gästebefragung (PEG) Sachsen-Anhalt.

Steinecke, Albrecht (2018): Tourismus, Parks und Gärten. UVK Verlag. München.