SACHSEN-ANHALT
Investitions- und Marketinggesellschaft

ZAHLEN /// DATEN /// FAKTEN

TOURISMUS IN SACHSEN-ANHALT

Liebe Leserinnen und Leser,

strategische Entscheidungen sollten auf Basis einer soliden Datengrundlage getroffen werden. Wir halten daher ein umfangreiches Portfolio an Marktforschungsdaten vor. Entscheidend ist aber, dass auch Sie, die touristischen Akteure im Land, die Ergebnisse aus der Marktforschung kennen und Ihr Handeln daran ausrichten können. Ein Instrument dafür soll der Ihnen hier vorliegende Newsletter „Tourismus in Sachsen-Anhalt – Zahlen, Daten, Fakten“ sein, der von nun an halbjährlich erscheint und über die neuesten Erkenntnisse der Marktforschung zum Tourismus in Sachsen-Anhalt und darüber hinaus informiert.

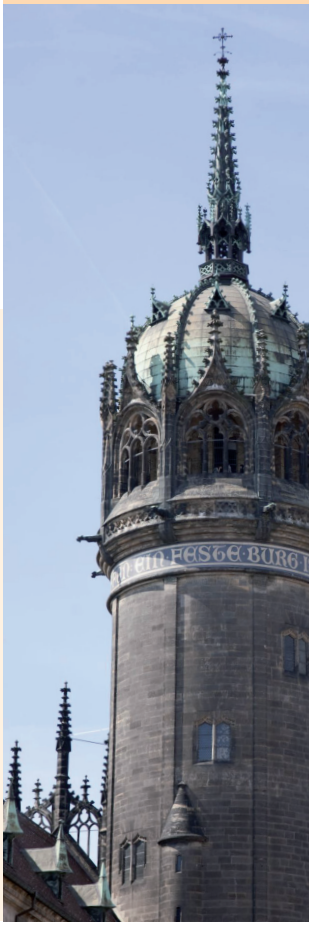
In dieser Ausgabe haben wir neben den Halbjahresdaten der amtlichen Tourismusstatistik auch brandaktuelle Ergebnisse eines neu eingeführten Marktforschungsinstrumentes, dem GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland, sowie der Permanenten Gästebefragung (PEG) 2011/2012 für Sachsen-Anhalt für Sie zusammengestellt. Zudem werfen wir einen Blick auf die Tourismusentwicklung in den Städten mit Lutherbezug und stellen ausgewählte Ergebnisse der Profilstudie DestinationBrand 11 vor.

Wir wünschen Ihnen eine spannende Lektüre!

5,1 Mio.

Inländerübernachtungen wurden im „Grauen Markt“ im ersten Halbjahr 2012 in Sachsen-Anhalt getätigt.

Quellen: GfK/IMT DestinationMonitor, 2012; Statistisches Bundesamt, 2012



GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland für Sachsen-Anhalt

Neues Marktforschungsinstrument eingeführt

Eine Analyse des Instituts für Management und Tourismus (IMT) der FH Westküste zu den Marktforschungsaktivitäten deutscher Destinationen kam 2009 u.a. zu dem Ergebnis, dass Destinationen häufig ein Instrument fehlt, das eine verlässliche Datengrundlage zu den Größenordnungen des Tagestourismus und des Geschäftsreiseverkehrs sowie des sogenannten „Grauen Marktes“ liefert. Auch die IMG sah sich in der Marktforschungsarbeit für das Reiseland Sachsen-Anhalt häufig mit diesen Datenlücken konfrontiert und hat sich daher in einer Kooperation mit Vertretern der Tourismusmarketingorganisationen von zehn Bundesländern zusammengeschlossen und gemeinsam mit dem IMT und der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) aus Nürnberg den GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland als neues Marktforschungsinstrument entwickelt.

Im Rahmen des GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland werden seit dem Jahr 2012 sämtliche Übernachtungs- und Tagesreisen der Deutschen ab 50 km erfasst, unter Berücksichtigung sowohl von Privat- als auch Geschäftsreisen. Auch der „Graue Markt“, mit dem Übernachtungen und Ankünfte in Ferienunterkünften mit weniger als zehn Betten, bei Verwandten oder Be-

Inhalt

- **GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland für Sachsen-Anhalt** **Seite 1**
- **Ergebnisse der Permanenten Gästebefragung 2011/2012** **Seite 3**
- **Ergebnisse der Studie DestinationBrand 11** **Seite 4**
- **Halbjahresbilanz auf Basis der amtlichen Tourismusstatistik** **Seite 5**
- **Spezialthema: Städte mit Lutherbezug in Sachsen-Anhalt** **Seite 6**

kannten oder in eigenen Urlaubsunterkünften gemeint sind, werden dabei berücksichtigt. Der GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland schließt damit eine große Datenlücke. Bis zum jetzigen Zeitpunkt war eine Abschätzung des Grauen Marktes für Destinationen schwer möglich, da dieses touristische Segment bekanntlich nicht von der amtlichen Statistik erfasst wird, gleichwohl aber von hoher Bedeutung sein kann.

Basis für die Gewinnung der Daten ist eine kontinuierliche Dokumentation der Reisetätigkeiten von rund 45.000 Personen in Deutschland. Die im Rahmen einer repräsentativen Panelstichprobe laufenden Feldarbeiten werden von der GfK durchgeführt, geleitet und kontrolliert. Die Gewichtung und Hochrechnung der Daten erfolgt anschließend repräsentativ für die privaten deutschen Haushalte, so dass ein verlässliches Abbild aller Reisen der Deutschen ab 50 km entsteht.

Die neue Studie liefert für das Land Sachsen-Anhalt Ergebnisse für jedes Quartal des Kalenderjahres. Bei den vorliegenden Ergebnissen für das erste Halbjahr 2012 handelt es sich um vorläufige Daten, welche sich in den folgenden Berichtszeiträumen noch geringfügig ändern können.

Im ersten Halbjahr 2012 besuchten rund 2,6 Mio. inländische **Übernachtungsgäste** Sachsen-Anhalt und tätigten dabei knapp 8,2 Mio. **Übernachtungen**. Durch den Vergleich mit den Daten des Statistischen Landesamts ist eine Abschätzung der Größe des „Grauen Marktes“ möglich. Die amtliche Statistik ermittelte für das erste Halbjahr 2012 ca. 3,1 Mio. Übernachtungen durch inländische Gäste. Demnach finden knapp 62% der gesamten Inländerübernachtungen in Sachsen-Anhalt in nicht-gewerblichen, privaten Unterkünften statt.

Da das Monitoring sämtliche Reisen der Deutschen ab 50 km umfasst, können für die einzelnen Bundesländer **Marktanteile** ermittelt werden. Demnach wurden 3,3% aller im ersten Halbjahr getätigten inländischen Übernachtungen in Sachsen-Anhalt getätigt. In Bezug auf den Gesamtmarkt (alle von Deutschen im In- und Ausland getätigten Übernachtungen) ergibt sich ein Marktanteil von 1,7% für Sachsen-Anhalt. Die Studie ermöglicht zudem eine Ausweisung des Anteils des sogenannten Binnentourismus: Rund 12% der für das erste Halbjahr gemessenen Übernachtungen in Sachsen-Anhalt wurden durch die Sachsen-Anhalter selbst getätigt.

Ein genauer Blick auf den **Übernachtungsanlass** verrät, dass rund 92% der Übernachtungen anlässlich einer privaten Reise unternommen wurden und nur knapp 8% einen geschäftlichen Anlass hatten. Die Privatreisen mit Übernachtung werden im Rahmen der Erhebung des Weiteren in die Segmente reine Urlaubsreisen, Verwandten- und Bekanntenbesuche sowie Reha- und Kuraufenthalte unterteilt. Für Sachsen-Anhalt stellen dabei die Verwandten- und Bekanntenbesuche mit knapp 47% der Übernachtungen das wichtigste Segment dar. Eine fast gleichwertige Bedeutung haben die reinen Urlaubsreisen mit 41% des Übernachtungsaufkommens. Übernachtungen im Zuge von Reha- und Kuraufenthalten machten dagegen nur 4% der Übernachtungen aus.

Methodensteckbrief

► Herausgeber
GfK SE Bereich Panel Services
Prof. Dr. Bernd Eisenstein

► Projektdurchführung
GfK Mobility, Nürnberg
Institut für Management und Tourismus (IMT), Heide

► Untersuchungsinhalt
Reiseaufkommen und Reiseverhalten der deutschsprachigen Wohnbevölkerung

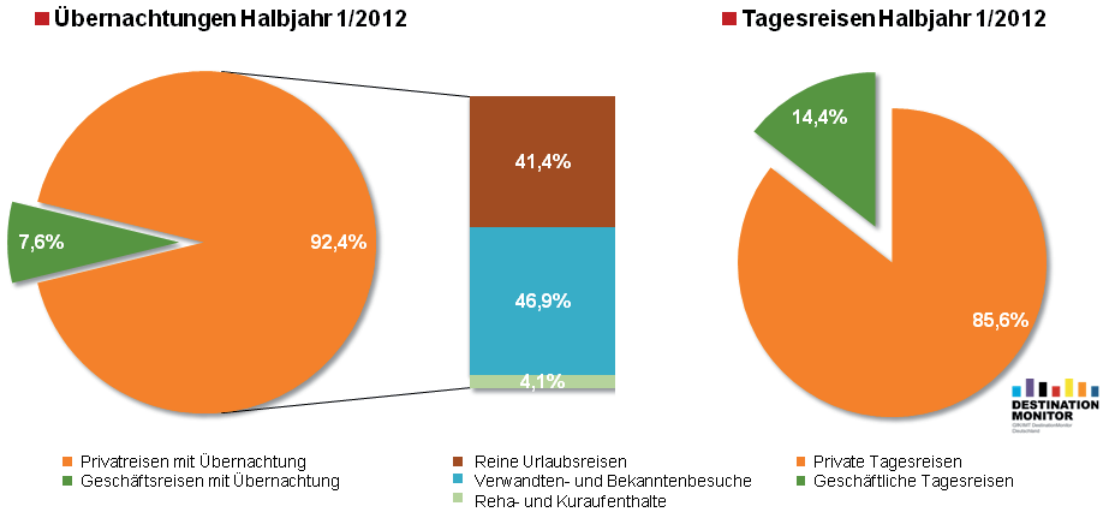
► Untersuchungsobjekt
Reiseziele in Deutschland

► Stichprobenart und -größe
Panelstichprobe mit Quotenvorgaben, 45.000 Personen ab 0 Jahre in 20.000 deutschsprachigen Privathaushalten lebend

► Repräsentativität
74,2 Mio. Personen ab 0 Jahre in 36,2 Mio. deutschsprachigen Privathaushalten lebend

► Erhebungsart
schriftlich (online/offline)

Übernachtungen und Tagesreisen der Deutschen in Sachsen-Anhalt



Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor, 2012

Das Monitoring erfasst neben den Übernachtungsreisen auch die Tagesreisen der Deutschen ab 50 km. Für das erste Halbjahr 2012 wurden für Sachsen-Anhalt 8,4 Mio. Tagesreisen erfasst, von denen knapp 86% einen privaten und rund 14% einen geschäftlichen Anlass hatten. Rund 58% wurden durch die Sachsen-Anhalter selbst unternommen. Der Marktanteil Sachsen-Anhalts an den Tagesreisen der Deutschen im Inland beträgt 3,0%; unter Berücksichtigung der Tagesreisen ins Ausland sind es 2,8%.

Wissenswert

Repräsentativität
Die Repräsentativität gibt die Grundgesamtheit an, für die die Aussagen einer Stichproben-Erhebung Gültigkeit haben. Sie ist gegeben, wenn die Merkmale in der Stichprobe den Merkmalen in der Grundgesamtheit gleichen.

Stichprobe
Als Stichprobe wird die Untergruppe der gewählten Grundgesamtheit bezeichnet, die für eine Studie befragt wird.

Quotenstichprobe
Bei einer Quotenstichprobe wird die Stichprobe nach vorgegebenen Merkmalen (z. B. Alter, Beruf) zusammengestellt. Die Quotierung erfolgt aufgrund gesicherter Erkenntnisse über die Verteilung der Merkmale in der Grundgesamtheit, um ein Abbild der Grundgesamtheit in der Stichprobe zu repräsentieren.

Panel
Ein Panel ist eine Untersuchungsform, bei der dieselben Personen in regelmäßigen Intervallen über einen längeren Zeitraum zum selben Thema befragt werden.

Quelle: Broda, 2006: Marktforschungs-Praxis: Konzepte, Methoden, Erfahrungen. Wiesbaden

Ergebnisse der Permanenten Gästebefragung 2011/2012

Erwartungserfüllung der Sachsen-Anhalt-Gäste gestiegen

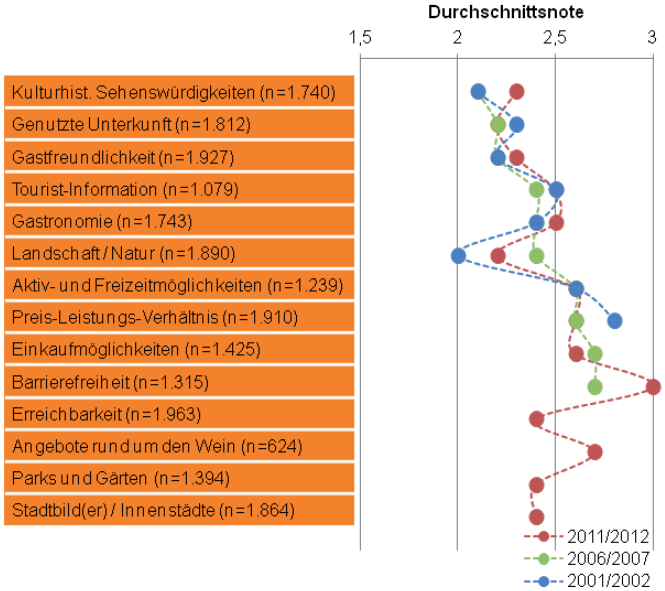
Zum dritten Mal nach 2001/2002 und 2006/2007 wurde die Permanente Gästebefragung (PEG) in Sachsen-Anhalt durchgeführt. Dabei wurden im Zeitraum Juli 2011 bis Juni 2012 an diversen touristisch relevanten Orten in den Reisegebieten in Sachsen-Anhalt Interviews mit Übernachtungsgästen ab 14 Jahren geführt, so dass insgesamt mindestens 2.000 mündliche Interviews (400 je Reisegebiet) für die Endauswertung zur Verfügung stehen.

Wie sieht gemäß der aktuellen PEG der **typische Sachsen-Anhalt-Urlauber** aus? Sein Alter liegt bei 51-65 Jahren, er kommt aus NRW, besitzt einen (Fach-)Hochschulabschluss und sein monatliches Haushaltsnettoeinkommen liegt zwischen 2.000€ und unter 3.000€. Auffällig ist, dass sich die Herkunft der Gäste seit der letzten PEG 2006/2007 verändert hat: Damals kamen die meisten Gäste aus Sachsen-Anhalt. Im Vergleich zur PEG 2001/2002 sind die Gäste zudem insgesamt älter geworden: 2001/2002 waren die meisten Befragten zwischen 36 und 50 Jahre alt.

Auch bei der **Besuchshäufigkeit** zeigt sich eine deutliche Veränderung im Zeitvergleich. Insbesondere die Zahl der Erstbesucher ist mit 47% rückläufig (-11%-Pkt. im Vergleich zu 2001/2002), die Zahl der Zweit- und Drittbesucher ist mit 26% gegenüber der vorherigen Befragung um 6%-Pkt. gestiegen, während die Zahl der Mehrfachbesucher erneut bei 27% lag.

Die Gäste wurden zudem aufgefordert, verschiedene **Angebotsaspekte** auf einer Skala von 1 = ausgezeichnet bis 5 = schlecht zu bewerten. Am besten bewerteten die Urlauber die Landschaft / Natur in Sachsen-Anhalt, dafür vergaben sie durchschnittlich die Note 2,2. Insgesamt fiel die Bewertung des touristischen Angebots im Vergleich zur vorhergegangenen Studie etwas negativer aus. So lagen die Durchschnittsnoten für Gastronomie (Note 2,5), Gastfreundlichkeit (Note 2,3), Tourist-Information (Note 2,5) und kulturhistorische Sehenswürdigkeiten (Note 2,3) jeweils unter der Bewertung der PEG 2006/2007. Eine ähnliche Bewertung wie vor 5 Jahren vergaben die Urlauber für die genutzte Unterkunft (Note 2,2), Aktiv- und Freizeitmöglichkeiten (Note 2,6) und das Preis-Leistungsverhältnis (Note 2,6). Eine verbesserte Note gegenüber 2006/2007 erreichten neben dem Aspekt Landschaft / Natur auch die Einkaufsmöglichkeiten (Note 2,6). Im Zuge der Weiterentwicklung des Fragebogens wurden nun auch Noten für die Erreichbarkeit (Note 2,4), Angebote rund um den Wein (Note 2,7), Parks und Gärten sowie Stadtbild(er) / Innenstädte (jeweils Note 2,4) vergeben.

Durchschnittsnoten der Angebotsaspekte



Quelle: ift / inspektour 2012, gültige Fallzahl n = siehe Grafik

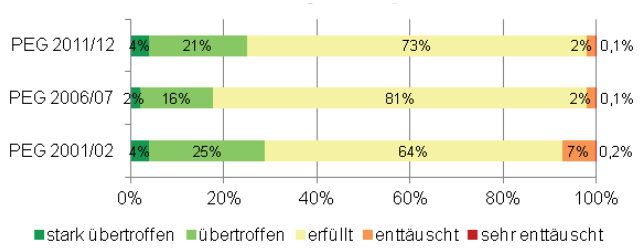
Eine deutlich schlechtere Bewertung erhielt auch der Aspekt der **Barrierefreiheit** mit einer Durchschnittsnote von 3,0. Dies ist insbesondere im Zusammenhang mit einer weiteren

neuen Frage der PEG 2011/2012 von großer Bedeutung, denn erstmals wurde die Bedeutung der Barrierefreiheit für die Urlauber abgefragt: Für 40,7% der Befragten ist die Barrierefreiheit demnach wichtig oder sehr wichtig.

Desweiteren wurden die Gäste hinsichtlich der **Erwartungserfüllung** und der **Zufriedenheit mit ihrem Aufenthalt** befragt. 73% der Befragten gaben an, dass die Erwartungen, die sie vor ihrem Aufenthalt hatten, erfüllt wurden, während ein Viertel äußerte, dass ihre Erwartungen übertroffen oder sogar stark übertroffen wurden. Nur 0,1% der Befragten waren von dem Aufenthalt stark enttäuscht. Im Vergleich zur Befragung 2006/2007 vergrößerte sich der Anteil derer, deren Erwartungen übertroffen oder stark übertroffen wurden, um 7%-Pkt., während der Anteil der Enttäuschten und stark Enttäuschten konstant gering blieb und sich im Vergleich zur Befragung 2001/2002 deutlich reduzierte.

Rund 89% der Befragten haben vor, ganz sicher oder wahrscheinlich ihr Reiseziel ihren Freunden und Bekannten zu empfehlen. Damit sank die **Weiterempfehlungsabsicht** um 4%-Pkt. gegenüber der PEG 2006/2007. Ca. 68% der Urlauber (+3%-Pkt. gegenüber 2006/2007) können sich jedoch vorstellen, innerhalb der nächsten 12 Monate oder in den nächsten 2-3 Jahren **erneut einen Übernachtungsaufenthalt** in Sachsen-Anhalt zu verbringen.

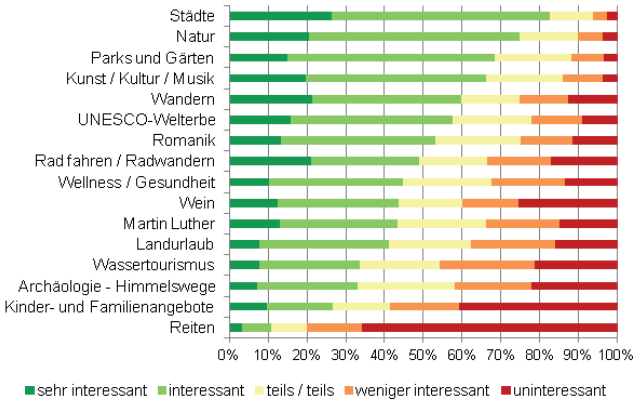
Bewertung der Erwartungserfüllung



Quelle: ift / inspektour 2012, gültige Fallzahl n = 2.012

Das größte **Themeninteresse** (82,7%) der Wiederbesuchsbereiten gilt den Städten in Sachsen-Anhalt. Auf den Plätzen 2 und 3 liegen Natur (74,8%) und Parks und Gärten (68,5%). Unter den Top 10-Themenangeboten gibt es im Vergleich zur PEG 2006/2007 allerdings einen leichten Rückgang des Themeninteresses bei Parks und Gärten (-1%-Pkt.), Wellness / Gesundheit (-2,4%-Pkt.) und Wein (-0,7%-Pkt.). Die höchste Steigerungsrate konnte das Thema Städte mit einer Steigerung des Interesses um 18,5%-Pkt. verzeichnen. Auch das Thema Rad fahren/Radwandern verzeichnete ein um 6,2%-Pkt. gestiegenes Themeninteresse.

Themeninteresse unter Rückkehrbereiten



Quelle: ift / inspektour 2012, gültige Fallzahl n = 2.012

Eine erfreuliche Entwicklung zeigt sich bei den **durchschnittlichen Ausgaben pro Person und Tag**. Wurden 2001/2002 noch im Schnitt 61€ pro Person und Tag ausgeben, stieg dieser Wert 2006/2007 um einen Euro und liegt heute mit 70€ noch einmal deutlich darüber. Die höchsten Ausgaben mit durchschnittlich 79€ pro Person und Tag wurden dabei im Reisegebiet Magdeburg-Elbe-Börde-Heide getätigt, die niedrigsten mit 60€ in der Region Halle, Saale-Unstrut. Die Tagespersonenausgaben im Harz und der Altmark lagen mit 67€ bzw. 68€ ebenfalls über den Vorjahreswerten.

Ergebnisse der Studie DestinationBrand 11

Spontanassoziationen zum Reiseziel Sachsen-Anhalt

„Was fällt Ihnen spontan zum Reiseziel Sachsen-Anhalt ein?“ Diese Frage wurde im Rahmen der Studie Destination Brand 11, durchgeführt vom Institut für Management und Tourismus (IMT) in Kooperation mit der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) in Nürnberg, 1.000 Befragten gestellt. Die Quoten-Stichprobe ist repräsentativ für die in Privathaushalten lebende deutschsprachige Bevölkerung im Alter von 14-74 Jahren.

Die am häufigsten von den Befragten genannten Begriffe lassen sich in einer „Wordcloud“ darstellen. Als häufigste Spontanassoziation mit Sachsen-Anhalt wird die Landeshauptstadt Magdeburg genannt (10% der Befragten).

Spontan-Assoziationen zu Sachsen-Anhalt als Reiseziel

Quelle: IMT, 2011; erstellt mit wordle.net (Größe der Schrift spiegelt das Verhältnis der Nennungen wider, ist aber nicht identisch mit der Prozentzahl)

Weitere 8,3% der Befragten assoziierten Sachsen-Anhalt mit seiner Lage „im Osten (Deutschlands)“ und in „Ostdeutschland“ (Rang 2). Auf Rang 3 folgen Nennungen zu „Harz/ Brocken/Harzvorland/ Ostharz“ (7% der Befragten). Weitere Nennungen verorteten Sachsen-Anhalt als „neues (ost)deutsches/ schönes Bundesland“ (4,9%, Rang 4) oder betrafen die „schöne/ tolle/ hügelige Landschaft/ Natur“ (3,9%, Rang 6) und den typischen Dialekt (3,7%, Rang 7). Als weitere Stadt wurde zudem noch die „(Händelstadt) Halle“ von 2,5% der Befragten (Rang 9) genannt.

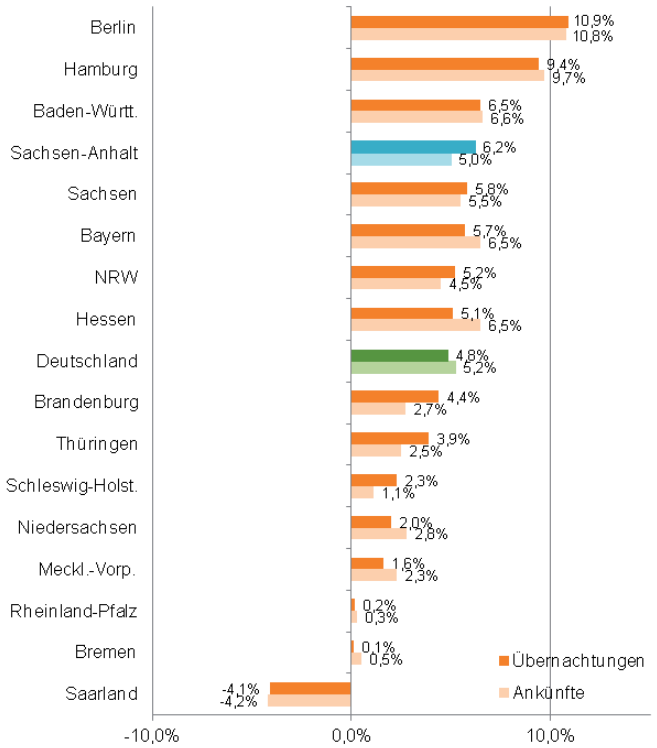
Geordnet nach Assoziationskategorien machten Orte-/ Städte-/ Regionen-Attribute rund 17,7% der Nennungen aus, gefolgt von Assoziationen zur geografischen Lage (13,9% der Nennungen) und Landschaft/ Natur (13,2% der Nennungen). Weitere 6,9% der Nennungen wurden zu Sehenswürdigkeiten / Attraktionen / Persönlichkeiten gemacht, zudem beschäftigten sich 3% der Nennungen mit Assoziationen zu Freizeitaktivitäten / Urlaub / Ferien. Negative Assoziationen machten lediglich 5,2% der Nennungen aus, rund 6,5% der Nennungen konnte keiner Kategorie zugeordnet werden.

Halbjahresbilanz auf Basis der amtlichen Tourismusstatistik

Tourismus in Sachsen-Anhalt auf Wachstumskurs

Im ersten Halbjahr 2012 konnte Sachsen-Anhalt mit rund 1,4 Mio. Ankünften in gewerblichen Beherbergungsbetrieben mit zehn und mehr Betten (+5,0% gegenüber dem Vorjahreszeitraum) und ca. 3,4 Mio. Übernachtungen (+6,2%) erfreuliche Ergebnisse verzeichnen. Mit der Steigerungsrate bei den Übernachtungen lag das Bundesland knapp über dem Bundesdurchschnitt (4,8%). Von den Flächenbundesländern konnte nur Baden-Württemberg eine noch höhere Steigerungsrate (6,5%) bei den Übernachtungen vorweisen. Spitzenreiter im Bundeslandvergleich waren die Stadtstaaten Berlin und Hamburg, die ihre Gäste- und Übernachtungszahlen um je ca. 11% bzw. 10% steigern konnten. Das Schlusslicht bildete das Saarland, das einen Einbruch von je ca. 4% bei den Gästezahlen und Übernachtungen verzeichnete

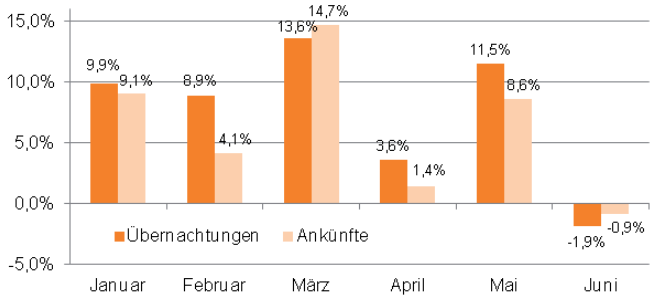
Übernachtungen/Ankünfte 01-06/2012 in Betrieben ≥ 10 Betten inkl. Camping (Veränderung zum Vorjahr in %)



Quelle: Statistisches Bundesamt, 2012

Im Monatsvergleich wies in Sachsen-Anhalt nur der Juni eine negative Entwicklung im Vorjahresvergleich auf. Im März verzeichnete das Statistische Landesamt Sachsen-Anhalt sogar knapp 14% mehr Übernachtungen als im Vorjahr. Auch der Mai (+11,5%) lockte viele Gäste, hier dürften insbesondere die Feiertage Himmelfahrt und Pfingsten zur guten Entwicklung beigetragen haben. Diese Feiertage fehlten dem Juni, was den Einbruch bei den Gäste- und Übernachtungszahlen im Vorjahresvergleich erklären könnte.

Übernachtungen und Ankünfte 01-06/2012 in Betrieben ≥ 10 Betten einschl. Camping in Sachsen-Anhalt (Veränderung zum Vorjahresmonat in %)



Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, Halle (Saale), 2012

Alle sachsen-anhaltischen Reisegebiete konnten das Übernachtungsvolumen im ersten Halbjahr im Vergleich zum Vorjahr steigern. Die Reisegebiete Harz & Harzvorland und Anhalt-Wittenberg konkurrieren dabei um die Position des Spitzenreiters: Während ersteres die Übernachtungszahlen um 8,0%, die Gästezahlen sogar um 11,1% steigern konnte, weist Anhalt-Wittenberg mit 9,5% mehr Übernachtungen und 8,2% mehr Gästeankünften ebenfalls sehr gute Werte auf. In absoluten Zahlen bleibt die Region Harz & Harzvorland jedoch auf dem ersten Platz mit knapp 0,5 Mio. Ankünften und ca. 1,3 Mio. Übernachtungen im ersten Halbjahr 2012.

Übernachtungen/Ankünfte 01-06/2012 in Betrieben ≥ 10 Betten inkl. Camping (absolut, Veränderung zum Vorjahr in %)

	Ankünfte		Übernachtungen	
Altmark	99.693	(2,1%)	252.620	(3,9%)
Anhalt-Wittenberg	198.848	(8,2%)	479.542	(9,5%)
Halle, Saale, Unstrut	272.386	(2,6%)	616.376	(5,4%)
Harz & Harzvorland	480.139	(11,1%)	1.303.894	(8,0%)
Magdeburg, Elbe-Börde-Heide	320.604	(-2,0%)	709.886	(2,2%)

Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, Halle (Saale), 2012

Für Sachsen-Anhalt sind die inländischen Urlauber die mit weitem Abstand wichtigste Zielgruppe, sie machen ca. 93% aller Übernachtungen aus. Jedoch registrierte das Statistische Landesamt Sachsen-Anhalt im ersten Halbjahr 2012 eine beachtliche Steigerungsrate von 21,2% bei den Gästeübernachtungen durch ausländische Besucher, während bei den inländischen Übernachtungszahlen eine Steigerungsrate von 5,2% registriert wurde. Die Top-Auslandsquellmärkte waren dabei wie bisher die Niederlande, Dänemark, Polen, Österreich sowie die USA und Großbritannien.

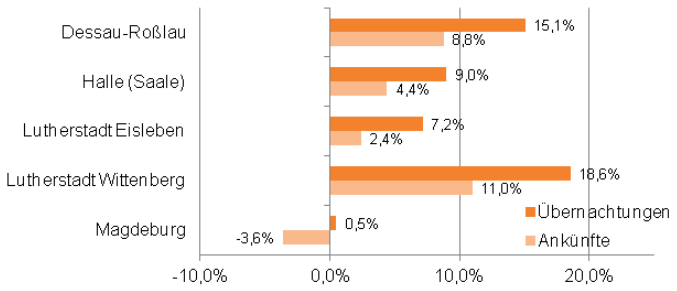
Spezialthema: Städte mit Lutherbezug in Sachsen-Anhalt

Vergleich der Tourismusentwicklung in den Lutherstädten mit den Top 10-Städten des Landes nach Übernachtungszahlen

In jeder Newsletterausgabe möchten wir zu einem Spezialthema aktuelle Zahlen, Daten und Fakten zusammentragen. In dieser Ausgabe werden die Städte mit Lutherbezug genauer betrachtet. Dazu zählen Städte, in denen der deutsche Reformator Martin Luther gelebt oder maßgeblich gewirkt hat. In den Lutherstädten Eisleben, Wittenberg und Mansfeld hat das Thema Luther eine überdurchschnittlich hohe Bedeutung für den Tourismus. Aber auch für die Städte Magdeburg, Halle (Saale) und Dessau-Roßlau spielt das Thema Luther eine wichtige Rolle. Mit Ausnahme der Gemeinde Mansfeld-Lutherstadt, für die aufgrund der geringen Zahl an Beherbergungsbetrieben aus Geheimhaltungsgründen keine Zahlen veröffentlicht werden, wird im Folgenden die Tourismusentwicklung in den genannten Städten vorgestellt.

Im ersten Halbjahr 2012 konnten alle Städte mit Lutherbezug in Sachsen-Anhalt ihr Übernachtungsvolumen im Vorjahresvergleich steigern. Besonders beachtlich ist dabei die Tourismusentwicklung in der Lutherstadt Wittenberg: Dort wurden die Übernachtungszahlen um 18,6% gegenüber dem Vorjahr erhöht und bisher 75.317 Übernachtungen registriert. Auch Dessau-Roßlau erlebte ein sehr erfolgreiches Halbjahr mit einer Steigerung der Übernachtungen um 15,1%. Den einzigen negativen Wert verbuchte Magdeburg mit einem Rückgang der Gästeankünfte um 3,6%. In absoluten Zahlen bildet die Landeshauptstadt mit knapp 147.000 Gästeankünften und einer Viertelmillion Übernachtungen jedoch die touristisch bedeutendste Stadt unter diesen Städten. Auf Rang zwei folgt Halle (Saale) mit knapp 86.000 Gästen und ca. 164.000 Übernachtungen im ersten Halbjahr 2012

Übernachtungen und Ankünfte 01-06/2012 in Betrieben ≥ 10 Betten inkl. Camping (Veränderung zum Vorjahr in %)



Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, Halle (Saale), 2012

In der untenstehenden Abbildung sind neben den Lutherrelevanten Städten (fett markiert) die Top 10-Städte Sachsen-Anhalts nach Übernachtungszahlen aufgeführt. Die Stadt Wernigerode wies im ersten Halbjahr 2012 die meisten Übernachtungen auf. Bei der Zahl der Gästeankünfte lag wiederum Magdeburg vorne. Unter die Top 10 fallen auch die Lutherrelevanten Städte Halle (Saale) und Dessau-Roßlau, während die Lutherstadt Wittenberg im landesweiten Städtevergleich nach Übernachtungszahlen auf Rang 12 und Lutherstadt Eisleben auf Rang 33 lagen. Alle Top 10-Städte registrierten im ersten Halbjahr 2012 ausschließlich Steigerungen bei den Übernachtungen. Dabei erhöhten die Städte Wernigerode, Oberharz am Brocken und Halle (Saale) ihre Übernachtungszahlen um mehr als 9% im Vergleich zum Vorjahr.

Übernachtungen, Ankünfte 01-06/2012 und Tourismusintensität 2011 in

Rang nach ÜN	Name	Übernachtungen (Veränderung zum Vorjahr)		Ankünfte (Veränderung zum Vorjahr)		Übernachtungsintensität (2011)
1	Wernigerode	370.468	(9,5%)	140.537	(11,4%)	22.490
2	**Magdeburg**	**250.062**	**(0,5%)**	**146.501**	**(-3,6%)**	**2.292**
3	Naumburg (Saale)	172.411	(2,2%)	45.883	(-3,8%)	11.306
4	Quedlinburg	166.235	(6,6%)	53.544	(10,4%)	12.504
5	**Halle (Saale)**	**164.314**	**(9,0%)**	**85.524**	**(4,4%)**	**1.373**
6	Thale	156.417	(1,0%)	50.128	(-1,3%)	18.864
7	Bad Schmiedeberg	136.011	(2,9%)	13.583	(6,4%)	31.372
8	Oberharz am Brocken	99.836	(9,5%)	34.751	(20,3%)	18.326
9	Blankenburg (Harz)	97.652	(2,7%)	20.631	(1,2%)	9.362
10	**Dessau-Roßlau**	**88.207**	**(15,1%)**	**54.891**	**(8,8%)**	**2.079**
12	**Lutherstadt Wittenberg**	**75.317**	**(18,6%)**	**40.469**	**(11,0%)**	**3.123**
33	**Lutherstadt Eisleben**	**18.377**	**(7,2%)**	**9.665**	**(2,4%)**	**1.571**

Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, Halle (Saale), 2012

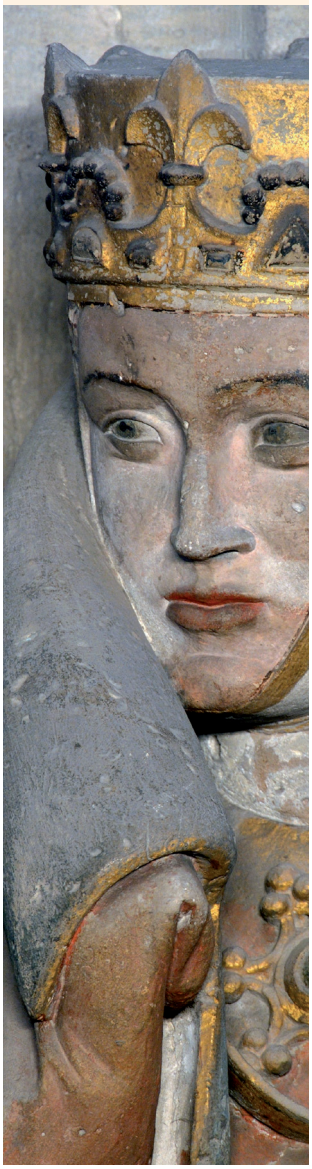
Die Übernachtungsintensität gibt an, wie viele Übernachtungen je 1.000 Einwohner registriert wurden. Diese Kennzahl ist ein gängiges Maß, um die Bedeutung des Tourismus für eine Region zu bewerten und um Städte und Regionen unterschiedlicher Größe besser vergleichen zu können.
Im Vergleich mit den touristischen Top 10-Städten ist die Übernachtungsintensität in den Städten mit Lutherbezug insgesamt relativ gering. Den höchsten Wert erreicht die Lutherstadt Wittenberg mit 3.123 Übernachtungen je 1.000 Einwohner. Unter den Top 10-Städten in Sachsen-Anhalt liegt Bad Schmiedeberg mit 31.372 Übernachtungen je 1.000 Einwohner auf dem ersten Rang bei der Übernachtungsintensität, gefolgt von Wernigerode mit 22.490 Übernachtungen je 1.000 Einwohner.

Für die Städte mit Lutherbezug sind ausländische Quellmärkte indes wichtiger als für andere Städte in Sachsen-Anhalt: So wiesen 2011 mit Ausnahme der Lutherstadt Eisleben (5,5% Ausländerübernachtungen) alle Städte mit Lutherbe-

SACHSEN-ANHALT
Investitions- und Marketinggesellschaft

zug einen deutlich höheren Ausländeranteil an den Übernachtungen auf als der Landesdurchschnitt von 6,5% Ausländerübernachtungen. An der Spitze steht dabei die Lutherstadt Wittenberg mit 16,7% ausländischen Übernachtungen, ein Ergebnis, das sogar den Bundesdurchschnitt 2011 von 16,2% ausländischen Übernachtungen übertrifft. Doch auch Magdeburg (14,1%), Dessau-Roßlau (13,9%) und Halle (Saale) (12,5%) erreichten hohe Werte bei den Anteilen der Ausländerübernachtungen.

Von der DZT werden die USA, Schweden, Finnland und Dänemark als relevante Quellmärkte für spezielle lutheranische Reisemotive angesehen (Lutherische Weltinformation, No. 01/2012). Bereits 2011 war die USA wichtigster Quellmarkt für Halle (Saale) und die Lutherstadt Wittenberg sowie Schweden für Dessau-Roßlau. Die wichtigsten Quellmärkte für Magdeburg und Lutherstadt Eisleben waren die Niederlande bzw. Italien.



Impressum

Erste Ausgabe 2012, erscheint ab 2013 zwei Mal im Jahr

Herausgeber

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

Ansprechpartner

Annika Jeschek
Projektmanagerin

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

Wissenschaftliche Beratung

PROJECT M GmbH
Tempelhofer Ufer 23/24
10963 Berlin

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

Bildnachweis:
Titelseite: Fotograf: Bader, Michael; Bildeigner: Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH
Rücktitel: Fotograf: M. Rutkowsk; Bildeigner: Bildarchiv der Vereinigten Domstifter

Redaktionsschluss: 8.11.2012

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 zweite Ausgabe (erscheint voraussichtlich im Frühjahr 2013)

- Jahresergebnisse 2012 des GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland für Sachsen-Anhalt
- Ergebnisse der Markenwertstudie DestinationBrand 12
- Jahresergebnisse 2012 der amtlichen Statistik
- Spezialthema Landesausstellungen