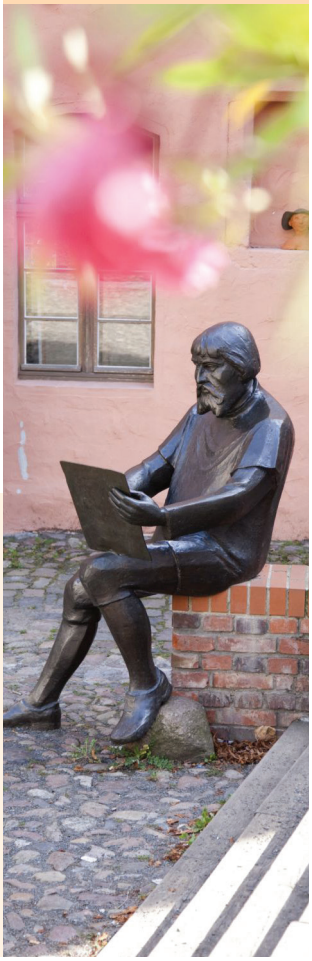
SACHSEN-ANHALT
Investitions- und Marketinggesellschaft

ZAHLEN /// DATEN /// FAKTEN

TOURISMUS IN SACHSEN-ANHALT

+5,5%
bei den Gästeankünften in Sachsen-Anhalt im 1. Halbjahr 2014
Quelle: Statistisches Bundesamt, 2014



Liebe Leserinnen und Leser,
vor Ihnen liegt die nächste Ausgabe des Newsletters „Tourismus in Sachsen-Anhalt – Zahlen, Daten, Fakten“. Begleitend zum Tourismustag möchten wir Sie über die aktuellsten Daten aus der touristischen Marktforschung in Sachsen-Anhalt informieren.

Wir stellen Ihnen in dieser Ausgabe die ersten Halbjahresdaten 2014 der amtlichen Tourismusstatistik sowie des GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland vor. Daneben liegen auch aktuelle Ergebnisse einer Quellmarktbefragung in den Niederlanden vor, die das Image von Deutschland als Reiseziel und das Reiseverhalten in Deutschland dieses auch für Sachsen-Anhalt wichtigen Quellmarkts beleuchtet. Als Spezialthema haben wir in dieser Ausgabe schließlich interessante Daten zum Thema Kultururlaub in Sachsen-Anhalt zusammengetragen, um die Ausgangsposition im Hinblick auf die im Masterplan festgeschriebene Vision „Wir wollen eins der führenden Kulturreiseländer in Deutschland werden“ zu bestimmen.

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!

Halbjahresbilanz auf Basis der amtlichen Tourismusstatistik

Wachstumskurs in Sachsen-Anhalt setzt sich nach Hochwasserjahr 2013 im ersten Halbjahr 2014 weiter fort

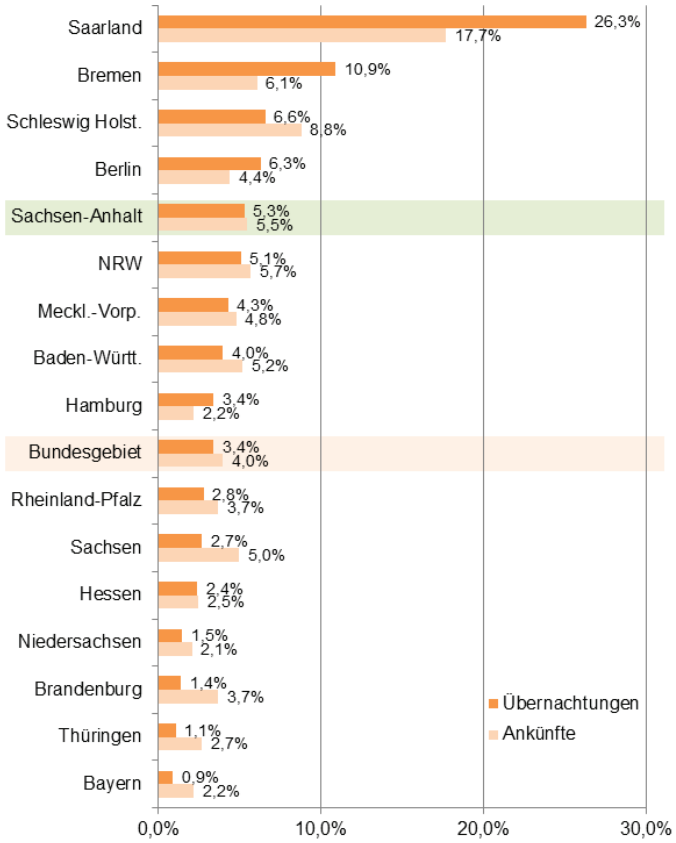
Nach den deutlichen Einbrüchen durch das Hochwasser im Vorjahr konnte Sachsen-Anhalt mit rund **1,4 Mio. Ankünften** in gewerblichen Beherbergungsbetrieben mit zehn und mehr Betten (+5,5% gegenüber dem Vorjahreszeitraum) und ca. **3,4 Mio. Übernachtungen** (+5,3%) im ersten Halbjahr 2014 wieder deutlich positive Resultate erzielen. Nach den Stadtstaaten Bremen und Berlin sowie den Flächenbundesländern Saarland und Schleswig-Holstein steht Sachsen-Anhalt damit auf Rang 5 im Bundesländervergleich. Für Sachsen-Anhalt ergeben sich zudem Zuwächse bei

Inhalt

- **Halbjahresbilanz auf Basis der amtlichen Tourismusstatistik** **Seite 1**
- **Halbjahresergebnisse 2014 des GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland für Sachsen-Anhalt** **Seite 3**
- **Ergebnisse einer Befragung im Quellmarkt Niederlande** **Seite 4**
- **Spezialthema: Kultururlaub in Sachsen-Anhalt** **Seite 6**

den Ankünften (+0,3%) und Übernachtungen (+0,4%) gegenüber dem Rekordjahr 2012, sodass eine weitere Fortsetzung des Wachstumskurses möglich scheint.

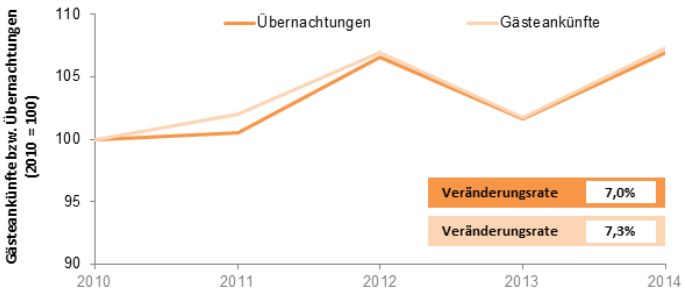
Übernachtungen / Ankünfte 01-06/2014 in Betrieben ≥ 10 Betten inkl. Camping (Veränderung zum Vorjahr in %)



Quelle: Statistisches Bundesamt, 2014

Der Fünfjahrestrend zeigt dementsprechend ebenfalls, dass sich Sachsen-Anhalt **langfristig auf Wachstumskurs** befindet. Auffällig ist dabei insbesondere, dass Sachsen-Anhalt immer mehr Gäste für sich begeistern kann, denn die Zahl der Ankünfte wächst jeweils leicht stärker als die Zahl der Übernachtungen. Insgesamt ergibt sich im Vergleich zu 2010 eine Steigerung der Übernachtungen von +7,0% und der Gästeankünfte von +7,3% in Sachsen-Anhalt.

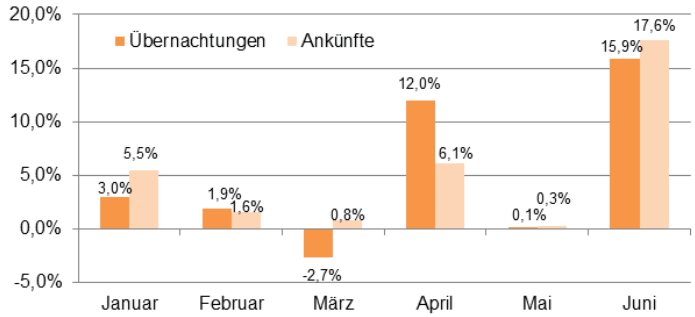
Übernachtungen / Ankünfte im ersten Halbjahr 2010 - 2014 in Betrieben ≥ 10 Betten inkl. Camping in Sachsen-Anhalt (Indexwerte)



Quelle: Statistisches Bundesamt, 2014

Die Veränderungsraten der ersten sechs Monate des Jahres 2014 zeigen einen recht wechselhaften Verlauf. Nur im März sank die Zahl der Übernachtungen mit -2,7% gegenüber dem Vorjahreszeitraum, die Zahl der Ankünfte stieg dennoch um +0,8%. Die größten Steigerungsraten verzeichnete der Juni mit einem Übernachtungsplus von 15,9% sowie einem Zuwachs der Ankünfte von 17,6%. Im Vergleich zum Jahr 2012 konnten noch nicht alle Monate wieder an die dann erreichten Gäste- und Übernachtungszahlen anschließen: Im Januar (-1,8%), März (-1,2%) und Mai (-0,4%) blieben die Übernachtungen jeweils hinter den Ergebnissen des Jahres 2012 zurück, während im Februar (+0,8%) und April (+0,3%) nur leichte Zuwächse registriert wurden. Mit einem Plus von 3,5% zeigte der Juni dagegen eine deutliche Auswärtstendenz.

Übernachtungen / Ankünfte 01-06/2014 in Betrieben ≥ 10 Betten inkl. Camping in Sachsen-Anhalt (Veränderung zum Vorjahresmonat in %)



Quelle: Statistisches Bundesamt, 2014

Im ersten Halbjahr 2014 konnten alle **sachsen-anhaltischen Reisegebiete** ein Wachstum der Gäste- und Übernachtungszahlen im Vergleich zum Vorjahr verzeichnen. Dabei gelang der Altmark der höchste Gästezuwachs (+11,4%), während die Region Magdeburg, Elbe-Börde-Heide Spitzenreiter in Bezug auf die Übernachtungszuwächse (+12,7%) war. Das geringste Wachstum meldete die Region Harz & Harzvorland (+2,0% Ankünfte, +0,5% Übernachtungen), die nach absoluten Zahlen mit ca. 464.000 Ankünften und 1,26 Mio. Übernachtungen den ersten Rang unter den Regionen belegt.

Übernachtungen / Ankünfte 01-06/2014 in Betrieben ≥ 10 Betten inkl. Camping in Sachsen-Anhalt (Veränderung zum Vorjahreszeitraum in %)

	Ankünfte		Übernachtungen	
Altmark	101.758	(+11,4%)	252.309	(+4,3%)
Anhalt-Wittenberg	195.279	(+5,3%)	467.567	(+5,5%)
Halle, Saale, Unstrut	283.225	(+5,7%)	655.819	(+7,1%)
Harz & Harzvorland	464.189	(+2,0%)	1.257.024	(+0,5%)
Magdeburg, Elbe-Börde-Heide	330.945	(+8,9%)	742.414	(+12,7%)

Quelle: Statistisches Bundesamt, 2014

Die Inländer bilden mit einem Anteil von 93% der Ankünfte und Übernachtungen auch im ersten Halbjahr 2014 die mit Abstand größte Gästegruppe. Dabei verzeichnen die **Ausländerankünfte** (+8,5%) und -übernachtungen (+12,7%) jedoch eine deutlich höhere Steigungsrate als die Inländer (AK: +5,3%; ÜN: +4,7%). Im Zeitraum Januar bis Juni 2014 waren die Top-Auslandsquellmärkte die Niederlande, Polen, Dänemark, Österreich und Großbritannien, gefolgt von Italien und der Schweiz.

Halbjahresergebnisse 2014 des GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland für Sachsen-Anhalt

Sachsen-Anhalt mit drittgrößtem Anteil an privaten Übernachtungen im Bundeslandvergleich

Im ersten Halbjahr 2014 besuchten laut Hochrechnung des GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland **2,8 Mio. inländische Übernachtungsgäste** (inkl. Besucher in Kur- und Rehakliniken) das Bundesland Sachsen-Anhalt und generierten rund **8,5 Mio. Übernachtungen**. Im Vergleich zum ersten Halbjahr 2013, das durch wetterbedingte Rückgänge der Touristenzahlen gekennzeichnet war, verzeichnete Sachsen-Anhalt nun ein Plus von insgesamt +11% bei den Gästen und von +1% bei den Übernachtungen. Auch gegenüber dem starken ersten Halbjahr 2012 konnte das Bundesland seine Gäste- und Übernachtungszahlen weiter steigern.

Einen besonders großen Aufwärtssprung im Vergleich zum Vorjahreshalbjahr machten dabei die Urlaubsreisen (+44% Gäste und +30% Übernachtungen), während im Geschäftsreisesegment sowohl die Gäste- (-16%) als auch die Übernachtungszahlen (-35%) deutlich zurückgingen. Der wichtigste **Reiseanlass** blieben die Verwandten- und Bekanntenbesuche, die 60% der inländischen Übernachtungen ausmachten, gefolgt von den Urlaubsreisen mit 24% (+5%-Pkt.), während gleichzeitig der Anteil der Geschäftsreisen um -5%-Pkt. auf 9% sank. Im Bundeslandvergleich erreicht Sachsen-Anhalt nun nach Mecklenburg-Vorpommern und Schleswig-Holstein den drittgrößten Anteil an privaten Übernachtungen (91%).

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

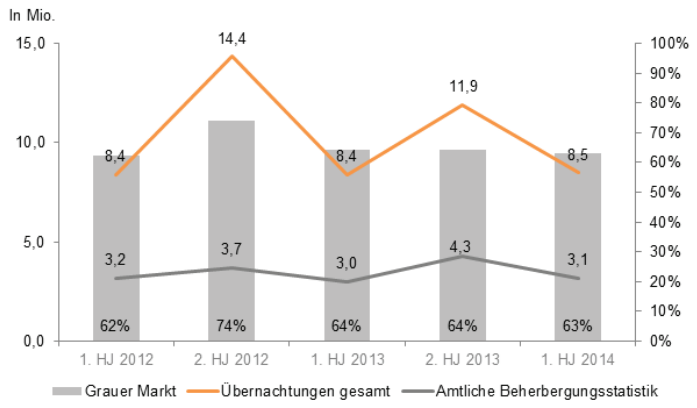
► **Erhebungsart:**
schriftlich (online/offline)

Der Vergleich des Gesamtübernachtungsvolumens nach den Berechnungen des GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland mit den Ergebnissen der amtlichen Beherbergungsstatistik zeigt zudem, wie groß der Anteil an Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben mit weniger als 10 Betten, in privaten Unterkünften, bei Verwandten/Bekannten sowie in sonstigen nicht-gewerblichen Unterkünften ist. In Sachsen-Anhalt können im ersten Halbjahr 2014 ca. **5,3 Mio. Übernachtungen zum „grauen Markt“** gezählt werden, dies entspricht einem Anteil von 63% aller inländischen Übernachtungen in dem Bundesland.

Durch das nun seit Anfang 2012 bestehende Monitoring des Reiseverhaltens der Deutschen nach Sachsen-Anhalt lassen sich erste interessante Analysen im **Zeitverlauf** erstellen. Es zeigt sich, dass die im GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland ausgegebenen inländischen Übernachtungen recht starken saisonalen Schwankungen unterliegen. So sind die Ergebnisse der ersten Halbjahre 2012, 2013 und 2014 nahezu identisch, während im jeweiligen zweiten Halbjahr deutlich mehr inländische Übernachtungen getätigt wurden – ein ähnliches Muster zeigt sich auch bei anderen Bundesländern. Der Spitzenwert von 14,4 Mio. Übernachtungen wurde dabei im zweiten Halbjahr 2012 erreicht. Die in der amtlichen Beherbergungsstatistik gemessenen inländischen Übernachtungen folgen diesem Trend nur zum Teil: Auch hier wurden im jeweiligen ersten Halbjahr geringere Übernachtungszahlen registriert als im zweiten Halbjahr, allerdings wurde der höchste Wert mit 4,3 Mio. Übernachtungen im zweiten Halbjahr 2013

erfasst. Durch diesen gegenläufigen Trend wird der höchste Anteil Übernachtungen im Grauen Markt (74%) für das zweite Halbjahr 2012 berechnet, während im zweiten Halbjahr 2013 ein ähnlicher Anteil wie in den ersten Halbjahren erreicht wird.

Inländische Übernachtungen (in Mio.) im Zeitraum erstes Halbjahr 2012 – erstes Halbjahr 2014 im Vergleich*



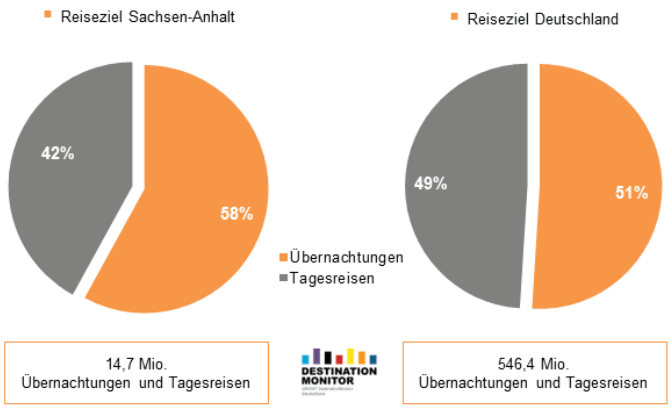
* Die Übernachtungen der Inländer in Vorsorge- und Rehakliniken (amtlich erfasst) sind in die Auswertungen eingeschlossen.

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland, 2014, Statistisches Bundesamt, 2014

Neben den Übernachtungsreisen verzeichnet der GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland die **inländischen Tagesreisen ab 50 km** vom Heimatort in die verschiedenen Destinationen. Für das Bundesland Sachsen-Anhalt wurden im ersten Halbjahr 2014 insgesamt **6,2 Mio. Tagesreisen** berechnet, davon 5,3 Mio. private Tagesreisen (85% Anteil) und 0,9 Mio. Tagesreisen (15%) mit einem geschäftlichen Anlass. Mit dieser Volumenverteilung kommt Sachsen-Anhalt, anders als bei den Übernachtungsreisen, dem Bundesdurchschnitt sehr nahe: Auf Bundesebene haben die geschäftlichen Tagesreisen in der ersten Jahreshälfte mit 16% nur einen leicht höheren Anteil an allen Tagesreisen.

Der Wert der Aufenthaltstage von inländischen Touristen in einer Destination wird durch die Addition des Volumens an Übernachtungen und Tagesreisen gemessen. Für Sachsen-Anhalt ergeben sich somit von Januar bis Juni 2014 **14,7 Mio. Aufenthaltstage durch inländische Reisende**. Ein genauerer Blick auf die Zusammensetzung der Aufenthaltstage zeigt insbesondere im Vergleich zum Bundesschnitt die Besonderheiten der **Tourismusstruktur** in Sachsen-Anhalt: So setzen sich die Aufenthaltstage in Sachsen-Anhalt zu 58% aus Übernachtungen und zu 42% aus Tagesreisen zusammen. Gegenüber der unten dargestellten Verteilung von 51% Übernachtungen und 49% Tagesreisen des Bundesmittels nehmen die Übernachtungen in Sachsen-Anhalt somit einen größeren Stellenwert im Rahmen des gesamten Tourismusaufkommens ein. Auch spielen die privaten Aufenthaltstage in Sachsen-Anhalt eine weitaus größere Rolle als im Bundesschnitt: In Sachsen-Anhalt machen die privaten Aufenthalte 89% aller Aufenthalte aus, während es für Deutschland insgesamt nur 84% sind. Im Zeitverlauf ist dabei die Bedeutung der Übernachtungen in Sachsen-Anhalt kontinuierlich gestiegen: Machten die Übernachtungen im ersten Halbjahr 2012 noch 50% der Aufenthaltstage aus, waren es im ersten Halbjahr 2013 schon 54% und im ersten Halbjahr 2014 nun 58%.

Verhältnis inländischer Übernachtungen und Tagesreisen (in Mio. bzw. %) im Vergleich*



* Die Übernachtungen der Inländer in Vorsorge- und Rehakliniken (amtlich erfasst) sind in die Auswertungen eingeschlossen.

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland, 2014, Statistisches Bundesamt, 2014

Ergebnisse einer Befragung im Quellmarkt Niederlande

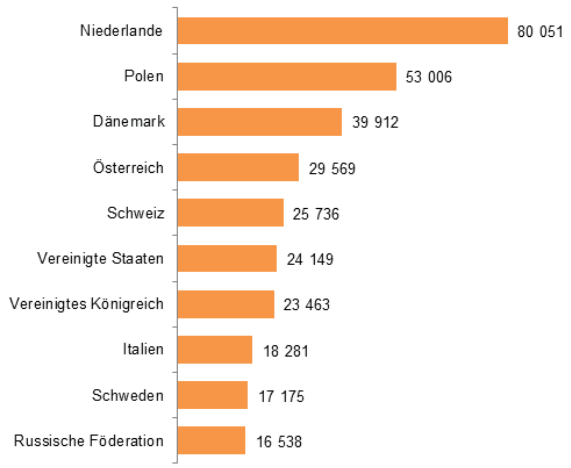
Deutschland als Reiseziel von hoher Relevanz für Niederländer

Im Jahr 2013 machten die ausländischen Übernachtungen in Sachsen-Anhalt laut der Amtlichen Beherbergungsstatistik rund 7% aller Übernachtungen aus. Damit liegt der Anteil der Ausländer-Übernachtungen in Sachsen-Anhalt deutlich unter dem Deutschland-Wert (17%), dennoch spielen die ausländischen Gäste eine wichtige Rolle im Sachsen-Anhalt-Tourismus, denn hier liegen große Wachstumspotenziale.

Wichtigster Quellmarkt mit ca. 80.000 Übernachtungen waren im Jahr 2013 die Niederlande, gefolgt von Polen, Dänemark, Österreich und der Schweiz. Auch für Deutschland insgesamt sind die Niederlande einer der wichtigsten ausländischen Quellmärkte: Deutschlandweit generieren die Niederlande 47% der ausländischen Gästeankünfte und 53% der Ausländerübernachtungen. In Sachsen-Anhalt liegt der Anteil zwar deutlich darunter (16% der ausl. Gästeankünfte und Übernachtungen), dennoch besteht großes Interesse an weitergehenden Informationen zum Reiseverhalten der Niederländer und ihrer Beurteilung des Images von Deutschland als Reiseziel.

Im Auftrag der Deutschen Zentrale für Tourismus e.V. (DZT), der Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH (TMGS), der TourismusMarketing Niedersachsen GmbH (TMN), dem Tourismus NRW e.V. (Tourismus NRW), der Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH (IMG) und der Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH (RPT) wurden daher im Februar 2014 insgesamt 2.493 Niederländer zu ihren getätigten Privatreisen in den letzten 12 Monaten befragt. Die Projektdurchführung oblag dem Institut für Management und Tourismus (IMT) in Kooperation mit dem European Tourism Futures Institute (ETFI) (Niederlande), die Feldforschung wurde von NBTC-NIPO Research durchgeführt.

Top 10-Quellmärkte der ausländischen Sachsen-Anhalt-Übernachtungen 2013



Quelle: Statistisches Bundesamt, 2014

Die repräsentativ befragten Niederländer weisen Deutschland in der Studie eine hohe Relevanz als Reiseziel zu, denn **für 59% der Niederländer kommt Deutschland als Urlaubsreiseziel** generell in Frage. Jedoch steht Deutschland auch im Wettbewerb mit anderen Destinationen – 68% der Befragten, die kein Interesse an einer Deutschlandreise haben, geben an, dass andere Reiseziele attraktiver seien. Für 7% der Nicht-Interessenten bietet Deutschland nicht die passenden Angebote, während für weitere 6% persönliche Gründe (z. B. familiäre, gesundheitliche, zeitliche Gründe) dazu führen, dass das Nachbarland keine Relevanz als Reiseziel hat.

Methodensteckbrief

►Herausgeber
Institut für Management und Tourismus (IMT), Heide

►Projektdurchführung
Institut für Management und Tourismus (IMT), Heide;
European Tourism Futures Institute (ETFI);
NBTC-NIPO Research (Feldforschung)

►Untersuchungsinhalt
Privat-und Urlaubsreisen der Niederländer;
Image von Deutschland als Reiseziel

►Gesamtstichprobe
2.493 Personen

►Repräsentativität
Niederländische Bevölkerung (16,8 Mio. Personen)

►Erhebungsart
Online Panel (TNS Nipo Base)

Im Rahmen der gestützten Eigenschaftsbeurteilung wird das Reiseziel Deutschland von zwei Drittel der niederländischen Befragten als **„gastfreundlich“, „zuverlässig“ und „traditionsverbunden“** bewertet. Auch hinsichtlich der Eigenschaften „vielfältig“, „serviceorientiert“, „familienfreundlich“ und „authentisch“ stimmen mehr als die Hälfte der Befragten zu, dass Deutschland als Reiseziel diese Eigenschaften erfülle. Diejenigen der befragten Niederländer, die innerhalb der letzten 12 Monate eine Urlaubsreise nach Deutschland unternommen haben, beurteilen die Eigenschaften Deutschlands dabei weitaus positiver. So stimmen jeweils etwa 90% der Deutschland-Urlaubsreisenden zu, dass Deutschland „gastfreundlich“, „zuverlässig“, „vielfältig“ und „serviceorientiert“ sei.

Die Deutschland-Urlauber unter den befragten Niederländern bewerten zudem insbesondere die Erreichbarkeit, das Unterkunftsangebot, das Preis-/Leistungsverhältnis sowie Natur und Landschaft in Deutschland als attraktiv. Die **Beliebtheit Deutschlands als Reiseziel** zeigt sich dann auch bei der Weiterempfehlungsbereitschaft: 56 Prozent der niederländischen Urlauber würden auch ihren Freunden und Verwandten ganz bestimmt zu einem Urlaub in Deutschland raten.

Basierend auf dem Anteil der niederländischen Deutschlandreisenden kann eine Gesamtsumme von **3,3 Mio. Privatreisen** (Urlaub, Verwandtenbesuche, Kur- und Reha-Aufenthalte) der Niederländer nach Deutschland für den Zeitraum Februar 2013 bis Januar 2014 hochgerechnet werden. Dabei ist Nordrhein-Westfalen beliebtestes Ziel, 30% der niederländischen Privatreisen führten in das benachbarte Bundesland.

Mit großem Abstand folgen Rheinland-Pfalz (13%), Bayern (9%) und Berlin (8%), jeweils 7% der privatgetätigten Reisen führten nach Baden-Württemberg und Niedersachsen. Die ostdeutschen Bundesländer liegen im Bundeslandvergleich auf den mittleren Rängen, während die meisten norddeutschen Bundesländer auf den hinteren Rangplätzen liegen.

Spezialthema: Kultururlaub in Sachsen-Anhalt

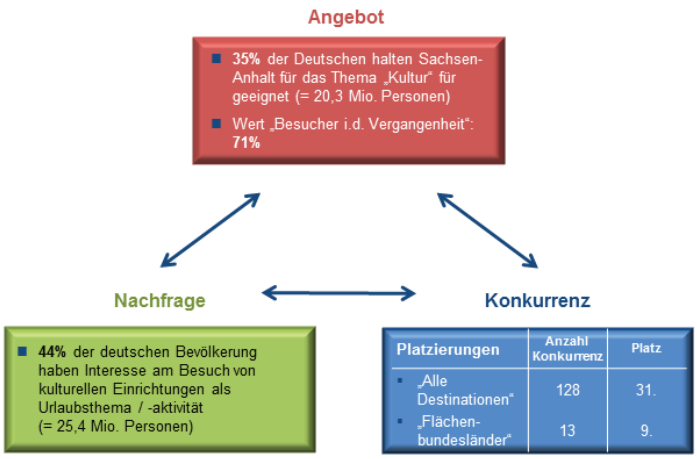
Auf dem Weg zu einem führenden Kulturreiseziel in Deutschland – eine Bestandsaufnahme

Sachsen-Anhalt hat ein reiches kulturelles Erbe. Dessen sind sich die Einwohner als auch die touristischen Akteure vor Ort schon lange bewusst. Für die potenziellen Gäste des Landes muss das Bild Sachsen-Anhalts und das Bewusstsein für das reiche Kulturangebot aber möglicherweise noch weiter geschärft werden. Ein Leitsatz, der im Rahmen des Masterplans Tourismus Sachsen-Anhalt 2020 festgeschrieben wurde, lautet: „Wir wollen ein führendes Kulturreiseziel in Deutschland werden.“ Die kulturelle Einmaligkeit des Bundeslandes soll folglich in der Außenwerbung in den Mittelpunkt gestellt werden. Wie ist aber die derzeitige Ausgangsposition hinsichtlich des Leitsatzes? Wie steht Sachsen-Anhalt derzeit im Vergleich mit anderen Destinationen beim Thema Kultururlaub da? Dazu haben wir in diesem Artikel die Ergebnisse einiger Studien zusammengetragen, um eine Bestandsaufnahme zu machen.

So wurde beispielsweise im Rahmen der Studie **Destination Brand 13** im Jahr 2013 erhoben, wie hoch das Interesse der Deutschen destinationsunabhängig für insgesamt 50 Urlaubsarten/-aktivitäten ist. Die Ergebnisse dieser Frage lassen Rückschlüsse auf die Marktgröße der jeweiligen Urlaubsthemen zu. Demnach ist das Interesse der Deutschen an kulturellen Aktivitäten im Urlaub, unabhängig vom Reiseziel, weiterhin sehr hoch: **44% der Deutschen** (=25,4 Mio.) geben an, Interesse am Besuch von kulturellen Einrichtungen bzw. an der Nutzung von kulturellen Angeboten im Urlaub zu haben. Unter dem Gesichtspunkt der Marktgröße lohnt es sich folglich, verstärkt auf das Thema Kultururlaub zu setzen.

Darüber hinaus wurde in Destination Brand 13 die Beurteilung der deutschen Bevölkerung zur Themeneignung der einzelnen Destinationen (ganz unabhängig von dem eigenen Interesse an den Urlaubsarten bzw. -aktivitäten) gemessen. Dabei erfolgte die Eignungsbeurteilung jeweils durch diejenigen Befragten, denen die jeweilige Destination bekannt ist – wenn auch nur dem Namen nach („Gestützte Themenkompetenz“). D.h. die Befragten mussten Sachsen-Anhalt noch nicht besucht haben – die Ergebnisse geben vielmehr Aufschluss über das Image Sachsen-Anhalts hinsichtlich der Eignung als Kulturreiseziel bei den Deutschen. Dem Reiseziel Sachsen-Anhalt wird dabei von 35% der repräsentierten deutschen Bevölkerung eine **„sehr gute“ oder „gute“ Eignung für das Thema „Kultururlaub / Kulturreise“** zugesprochen. Dieses Ergebnis liegt über dem Durchschnitt aller 128 untersuchten Destinationen (26%), so dass Sachsen-Anhalt den 31. Rang erreicht. Betrachtet man nur die Flächenbundesländer, bedeutet dieses Ergebnis den 9. Rang. Die Spitzenpositionen nehmen unter den Flächenbundesländern Bayern, Sachsen und Baden-Württemberg ein. Die Eignungsbeurteilung kann ergänzend auch so ausgewertet werden, dass nur die Sachsen-Anhalt-Besucher in der Vergangenheit betrachtet werden – bei dieser Perspektive fällt die Eignungszuschreibung für das Thema Kultururlaub mit 71% deutlich höher aus als bei der Gesamtbevölkerung (vgl. IMT 2013).

Zusammenfassung der Wettbewerbssituations zum Thema Kultururlaub / Kulturreise für das Reiseziel Sachsen-Anhalt



Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2013

Im Rahmen von Destination Brand 13 wurde zudem untersucht, ob sich Unterschiede hinsichtlich der soziodemografischen Kriterien bei der zugesprochenen Themeneignung feststellen lassen und ob die gewählten Zielgruppen die Themeneignung der Destination unterschiedlich bewerten. Demnach wird dem Bundesland in Hinblick auf die Urlaubsart „Kultururlaub / Kulturreise“ eine **höhere Themeneignung** durch Frauen, ältere Personen (Altersgruppe 45-54 J. oder 65-74 J.) sowie Personen mit einem Fachhochschulabschluss / Staatsexamen und durch Deutsche aus den Bundesländern Berlin, Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg oder Sachsen-Anhalt selbst zugeschrieben. Hinsichtlich der Zielgruppen erfolgt eine deutlich höhere Bewertung der Themeneignung Sachsen-Anhalts für das Thema „Kultururlaub / Kulturreise“ durch die „Best Ager“ und die „Senioren“ (jeweils 42%). Bei diesen Gästegruppen ist die Ausgangsposition beim Thema Kultururlaub für Sachsen-Anhalt folglich am besten (vgl. IMT 2013).

Auch der **GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland** für Sachsen-Anhalt liefert Erkenntnisse zum Status Quo des Themas Kultururlaub. Hieraus können Aussagen darüber getroffen werden, ob das Thema bei den inländischen Sachsen-Anhalt-Urlaubern bereits einen hohen Stellenwert hat. Hier gaben im Jahr 2013 **59% der inländischen Urlaubsreisenden** in Sachsen-Anhalt an, eine Reise mit kulturellen Anlässen bzw. Aktivitäten vor Ort verbracht zu haben. Im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (55%) erreicht Sachsen-Anhalt hier ein leicht überdurchschnittliches Ergebnis (vgl. GfK / IMT 2013).

Abschließend wird noch die **Permanente Gästebefragung (PEG) 2011/12** für Sachsen-Anhalt zur Bewertung herangezogen. Bei dieser Befragung wurden die Sachsen-Anhalt-Gäste direkt während ihres Aufenthaltes vor Ort befragt. Rund 9% der befragten Sachsen-Anhalt-Gäste bezeichneten ihren damaligen Aufenthalt als eine Kulturreise. Ein etwas größerer Anteil der Gäste unternimmt eine Kulturreise in den Regionen Halle, Saale-Unstrut (12,2%) und Magdeburg, Elbe-Börde-Heide (10,2%), während der Anteil Kulturreisen in den Reiseregionen Harz (6,8%) und Altmark (8,0%) etwas geringer ist (vgl. ift / inspektour, 2012).

Das Interesse an Themenangeboten für Kunst / Kultur / Musik ist unter den Sachsen-Anhalt-Gästen jedoch deutlich größer: 66% der Urlauber, die sich vorstellen können, Sachsen-Anhalt ein weiteres Mal zu besuchen, gaben an, an diesem Themenangebot interessiert zu sein. Ein überdurchschnittlich hohes Interesse besteht dabei in den Reiseregionen Halle, Saale-Unstrut (76,5%), Anhalt-Dessau-Wittenberg (70,7%) und Magdeburg, Elbe-Börde-Heide (69,4%). In den ländlicher geprägten Regionen Harz und Altmark (jeweils 58,3) fällt das **Interesse an Themenangeboten zu Kunst / Kultur / Musik** dagegen unterdurchschnittlich aus. Kurzurlauber haben ein höheres Interesse (67%) an diesem Thema als Urlaubsreisende (61%) (vgl. ift / inspektour, 2012).

SACHSEN-ANHALT
Investitions- und Marketinggesellschaft

Zusammenfassend lässt sich aus den vorliegenden Daten die Schlussfolgerung ziehen, dass das Thema Kultururlaub für die Sachsen-Anhalt-Gäste bereits eine wichtige Rolle spielt. Auch die Themeneignungszuweisung in der deutschen Bevölkerung ist bereits überdurchschnittlich groß – im Bundeslandvergleich gibt es allerdings noch Luft nach oben. Die Konkurrenz im Inland ist auch bzgl. dieses Urlaubsthemas groß.

Um neue Besuchergruppen im In- und Ausland zu erreichen, muss es daher Ziel sein, am Markt noch stärker als Kulturdestination wahrgenommen zu werden. Daran sollten alle Akteure im Sachsen-Anhalt-Tourismus in den nächsten Jahren gemeinsam arbeiten.

Impressum

Zweite Ausgabe 2014, erscheint zwei Mal im Jahr

Herausgeber

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

Ansprechpartner

Annika Jeschek
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
Rebekka Schmudde, M.A.

Bildnachweis:
Titelseite, Seite 7 und Rücktitel: Bildeigner: Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH

Redaktionsschluss: 5.11.2014

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 sechste Ausgabe (erscheint voraussichtlich im März 2015)

- Jahresergebnisse 2014 der amtlichen Statistik
- Jahresergebnisse 2014 des GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland für Sachsen-Anhalt
- Imagemessung der Lutherstadt Wittenberg
- Spezialthema: Blick auf die Haupt-Quellmärkte der großen Städte