

Hauptzielgruppen für Sachsen-Anhalt

Städtereise-Interessenten

Was sind die charakteristischen Merkmale der Hauptzielgruppen?



Bei welchen Themen bestehen die größten Potenziale zur Verknüpfung im Rahmen des Marketings?

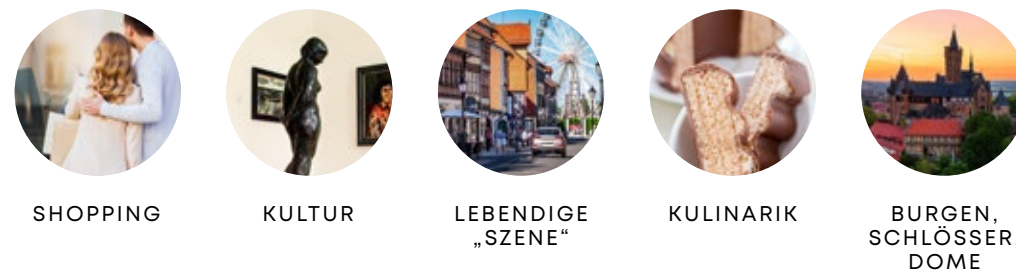
Die Städtereisenden interessieren sich vornehmlich auch für Shopping, kulturelle Angebote und das Erleben einer lebendigen „Szene“. Aber auch das Genießen kulinarischer Spezialitäten sowie Burgen, Schlösser und Dome wecken ihr Interesse.

Burgen-Interessenten aus den Niederlanden sind auf den Spuren der Romanik und des Mittelalters unterwegs, besuchen gern UNESCO-Welterbestätten und interessieren sich für die Industriekultur. Kulturelle Angebote wahrnehmen und auch ein Urlaub auf dem Lande verbringen stehen zudem im Zentrum des Interesses.

Kulinarische und gastronomische Spezialitäten genießen, eine Städtereise unternehmen und sich in der Natur aufhalten sind die Interessen der niederländischen Kultur-Interessierten. Zudem gehen sie gern auf Shoppingtour und besuchen Burgen, Schlösser und Dome.

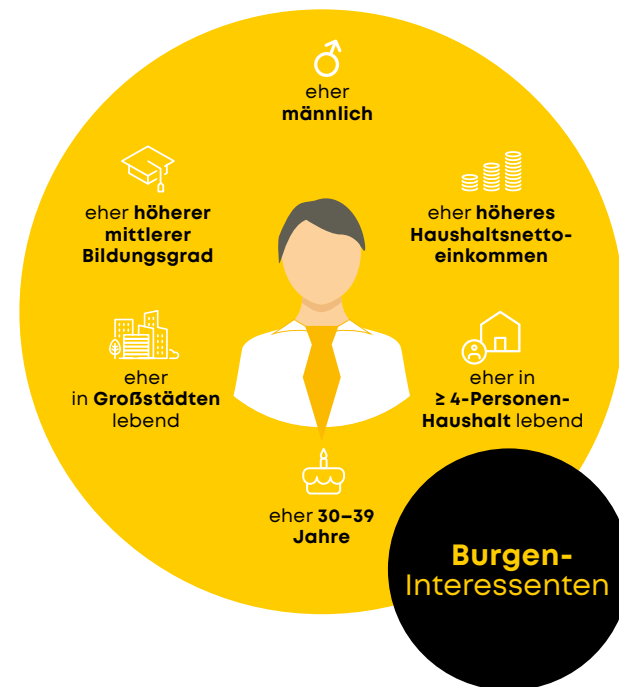
Themen-Verknüpfungsmöglichkeiten

Top 5



SHOPPING KULTUR LEBENDIGE „SZENE“ KULINARIK BURGEN, SCHLÖSSER, DOME

Burgen-Interessenten



Themen-Verknüpfungsmöglichkeiten

Top 5



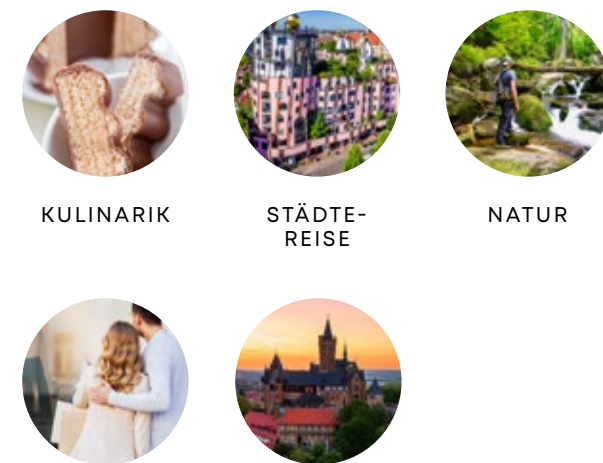
ROMANIK UND MITTELALTER UNESCO-WELTERBESTÄTTEN INDUSTRIEKULTUR KULTUR LANDURLAUB

Kultur-Interessenten



Themen-Verknüpfungsmöglichkeiten

Top 5



KULINARIK STÄDTEREISE NATUR SHOPPING BURGEN, SCHLÖSSER, DOME

Weiterführende Informationen

Marketingmaßnahmen, Beteiligungsmöglichkeiten und weitere Einblicke in die Ergebnisse der touristischen Marktforschung der Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH www.sachsen-anhalt-tourismus.de

E-Learning-Plattform Sachsen-Anhalt www.tourismusnetzwerk-sachsen-anhalt.de

Marktinformationen und Marktforschungsdaten der Deutschen Zentrale für Tourismus e. V. www.germany.travel/de/trade/marktforschung/marktforschung

Ihre Ansprechpartner

Sie haben Fragen zur Quellmarktbefragung, Anregungen und Ideen für die Auslandsmarktbearbeitung oder möchten sich aktiv beteiligen? Kontaktieren Sie sehr gern jederzeit:



Annika Jeschek
Koordinatorin Tourismusmarketing
Tel. +49 391 568 99 82
annika.jeschek@img-sachsen-anhalt.de



Judith König
Projektmanagerin Auslandsmarketing
(alle Märkte)
Tel. +49 391 568 99 87
judith.koenig@img-sachsen-anhalt.de



Martin Fricke
Projektmanager Auslandsmarketing
(Niederlande)
Tel. +49 391 568 99 83
martin.fricke@img-sachsen-anhalt.de

Zur besseren Lesbarkeit werden in dieser Publikation personenbezogene Bezeichnungen, die sich zugleich auf alle Geschlechter beziehen, generell nur in der im Deutschen üblichen männlichen Form angeführt, also z.B. „Besucher“ statt „BesucherInnen“ oder „Besucherinnen und Besucher“. Dies soll jedoch keinesfalls eine Geschlechterdiskriminierung oder eine Verletzung des Gleichheitsgrundsatzes zum Ausdruck bringen.

Steckbrief Niederlande



54% mit Bezug auf die Gästeübernachtungen aus den Niederlanden in Beherbergungsbetrieben mit mind. zehn Schlafgelegenheiten bzw. Stellplätzen in Deutschland verzeichnet. Diese ersten positiven Entwicklungen zusammen betrachtet mit einem wirtschaftlichen Recovery-Potenzial lassen für diesen Quellmarkt kurz- bzw. mittelfristige Reaktivierungsoptionen annehmen.

Zielsetzung der Marktbearbeitung Niederlande sollte es sein, die bestehenden Marktanteile zu halten und weiter auszubauen.

Quellmarktbeschreibung

Der Quellmarkt Niederlande ist seit vielen Jahren unangefochten der Top-Quellmarkt für Sachsen-Anhalt. Nichtsdestotrotz ist der Bekanntheitsgrad unseres Reiseziels im Verhältnis bislang noch gering. Über die generell hohe Auslandsreiseabsicht der Niederländer, ihr Interesse an Urlaubsreisen nach Deutschland und die Wahrnehmung des Harzes und Magdeburgs als Urlaubsorte in Sachsen-Anhalt können zukünftig weitere Potenziale ausgeschöpft werden.

Im Pandemie-Jahr 2020 wurde für den Zeitraum zwischen der 1. und 2. Lockdown-Phase (Mai bis Oktober 2020) ein Recovery-Anteil von

Eckdaten Niederlande*

Bevölkerung (Mio.): 17,1 Mio (2020)
Bruttoinlandsprodukt/GDP (Mrd. US\$): 907,1 (2019)
Bruttonationaleinkommen pro Kopf (US\$): 53.100 (2019)
Arbeitslosenquote (der arbeitsfähigen Bevölkerung): 3,4% (2019)
Inflationsrate (%): 2,96 (2019)

Economic-Recovery-Potenzial: Rang 6 von 122 (2020)
Urlaubsreisevolumen aus den Niederlanden (2019 / 2020)

... nach Deutschland
Anzahl der Übernachtungen: 11,7 Mio./5,9 Mio. (-49,8%)
Anzahl der Ankünfte: 4,8 Mio./2,3 Mio. (-52,2%)
Aufenthaltsdauer: 2,4/2,5 Tage

... nach Sachsen-Anhalt
Anzahl der Übernachtungen: 95.183/50.980 (-46,4%)
Anzahl der Ankünfte: 42.321/21.022 (-50,3%)
Aufenthaltsdauer: 2,2/2,4 Tage

*Quelle: DZT-Marktinformationen Niederlande, Kurzfassung, 2020; HORIZON Group, www.covidrecoveryindex.org, 2020; Statistisches Bundesamt, Destatis, 2020 und 2021; Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, Halle (Saale), 2020 und 2021

Beliebteste Reiseziele der Niederländer (2019)
... in Deutschland
Rheinland-Pfalz, Nordrhein-Westfalen, Bayern
... in Sachsen-Anhalt
Harz und Harzvorland, Magdeburg/Elbe-Börde-Heide, Anhalt-Wittenberg

Reisezeiten: eher Mai bis August
Buchungsverhalten (Präferenz): vorab über das Internet

Unterkunftsarten:
41% Hotels/Motels, 21% Camping, 19% Bungalows/Ferienwohnungen

Transportmittel: 79% PKW, 8% Bahn, 5% Flugzeug, 4% Bus, 3% Wohnmobil

ALLGEMEINE AUSLANDS-REISEABSICHT

für Kurzurlaube **78%**
für längere Urlaube **78%**

GESTÜTZTE BEKANNTHEIT VON SACHSEN-ANHALT

32%

BESUCHS-BEREITSCHAFT FÜR SACHSEN-ANHALT

für Kurzurlaube **15%**
für längere Urlaube **15%**

Hauptzielgruppen: Interessenten an



1. STÄDTE-REISE



2. BURGEN, SCHLÖSSER, DOME



3. KULTUR

Zentrale Daten und Ergebnisse (n = 1.000)

Auslandsreisen in der Vergangenheit

Anteilswerte (Angabe in % der Fälle)

ja, einmal **20%**

ja, mehrmals **64%**

Allgemeine Auslandsreiseabsicht

Anteilswerte (Angabe in % der Fälle)

längere Urlaubsreisen

39% **auf alle Fälle** **43%**

39% **wahrscheinlich** **35%**

8% **wahrscheinlich nicht** **8%**

4% **auf keinen Fall** **5%**

10% **weiß ich noch nicht** **9%**

Gestützte Bekanntheit von Sachsen-Anhalt als Reiseziel

Anteilswerte (Angabe in % der Fälle)

32% **68%**

bekannt **unbekannt**

Besuche in der Vergangenheit in Sachsen-Anhalt

Anteilswerte (Angabe in % der Fälle)

12%

8% **vor mehr als 3 Jahren**

4% **innerhalb der letzten 3 Jahre**

Quelle: inspektour international GmbH, Ad-hoc-Quellmarktbefragung für das Reiseland Sachsen-Anhalt, 2020

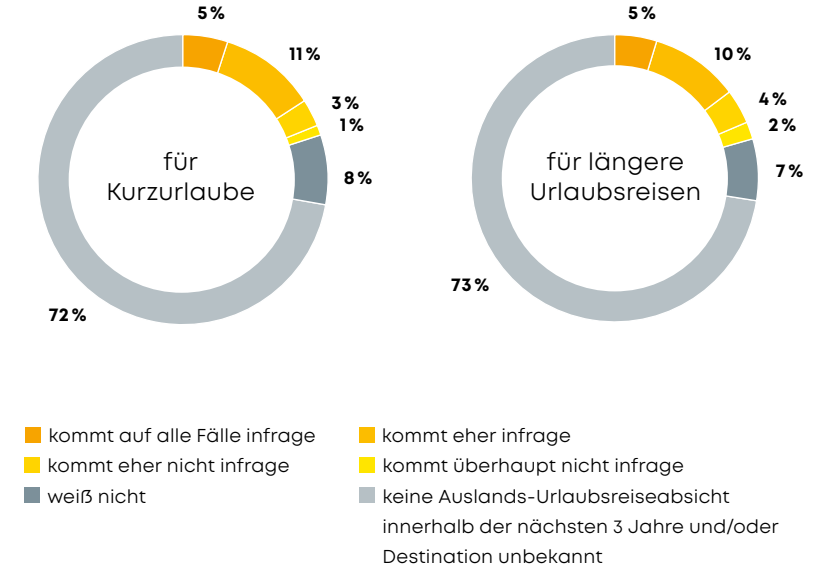
Ungestützte Bekanntheit

Offene Fragestellung (Angabe in Rangplätzen)/ Mehrfachnennungen möglich, n = 894

Rang	TOP-10-Nennungen
1	Berlin
2	Schwarzwald
3	München
4	Köln
5	Eifel
6	Düsseldorf
7	Hamburg
8	Winterberg
9	Sauerland
10	Mosel
12	Harz
94	Magdeburg
94	Wernigerode
94	Thale

Besuchsbereitschaft für Sachsen-Anhalt

Anteilswerte (Angabe in % der Fälle)



Allgemeines Interesse an Urlaubsaktivitäten (reisezielunabhängig)

Top-10-Ranking der 34 evaluierten Themen

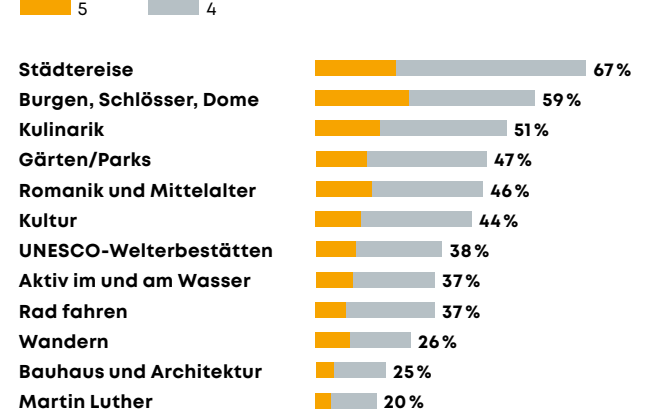
Top-Two-Box-Wert, mehrstufige Skala von „5 = sehr großes Interesse“ bis „1 = gar kein Interesse“ (Angabe in % der Fälle)

Rang	Interesse	% der Fälle
1	Entspannung	79
2	Städtereise	67
3	Natur	62
4	Burgen	59
5	Shopping	53
6	Kulinarik	51
7	Gärten/Parks	47
8	Baden/Strand	46
9	Romanik und Mittelalter	46
10	Kultur	44

Allgemeines Interesse an den 12 ausgewählten Themen für Sachsen-Anhalt

Top-Two-Box-Wert, mehrstufige Skala von „5 = sehr großes Interesse“ bis „1 = gar kein Interesse“ (Angabe in % der Fälle)

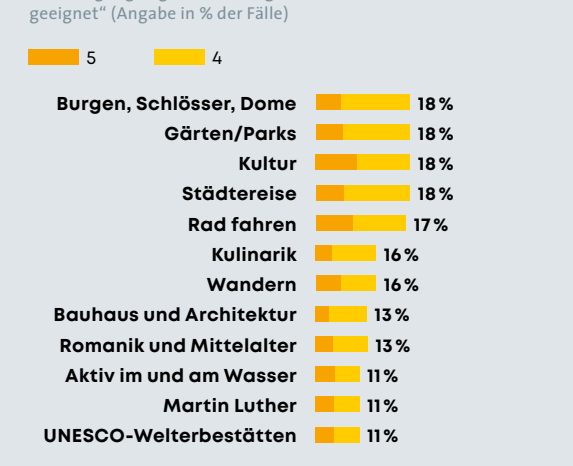
Anteilswerte (Angabe in % der Fälle)



Quelle: inspektour international GmbH, Ad-hoc-Quellmarktbefragung für das Reiseland Sachsen-Anhalt, 2020

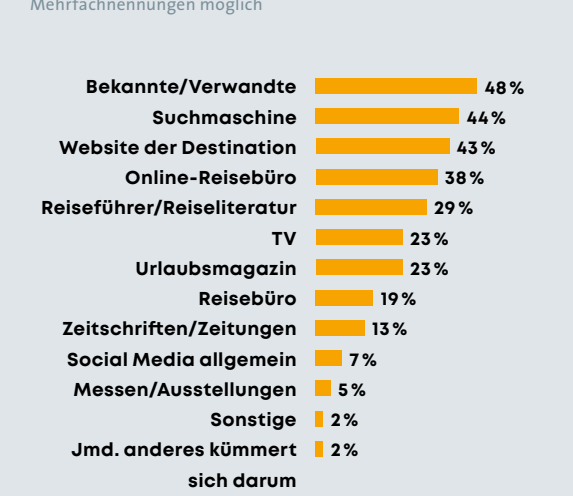
Gestützte Themeneignung

Top-Two-Box-Wert, mehrstufige Skala, „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)



Nutzung von Informationsquellen

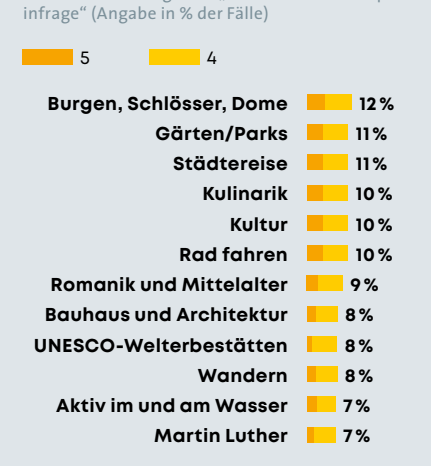
Anteilswerte (Angabe in % der Fälle)/ Mehrfachnennungen möglich



Quelle: inspektour international GmbH, Ad-hoc-Quellmarktbefragung für das Reiseland Sachsen-Anhalt, 2020

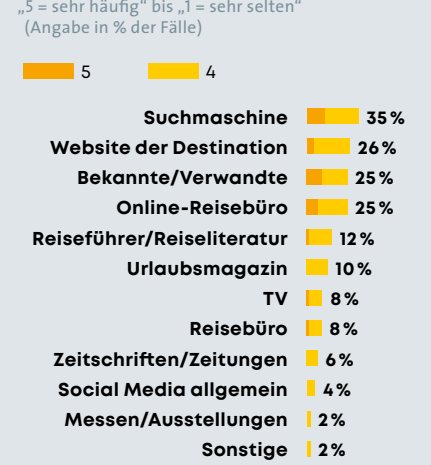
Themenbezogene Besuchsbereitschaft

Top-Two-Box-Wert, mehrstufige Skala, „5 = kommt auf alle Fälle infrage“ bis „1 = kommt überhaupt nicht infrage“ (Angabe in % der Fälle)



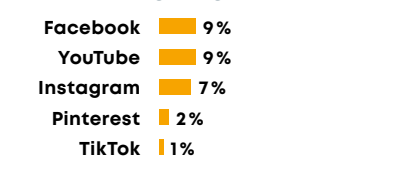
Häufigkeit der Nutzung

Top-Two-Box-Wert, mehrstufige Skala, „5 = sehr häufig“ bis „1 = sehr selten“ (Angabe in % der Fälle)



Nutzung Social-Media-Quellen

Anteilswerte (Angabe in % der Fälle)/ Mehrfachnennungen möglich



Häufigkeit der Nutzung

Top-Two-Box-Wert, mehrstufige Skala, „5 = sehr häufig“ bis „1 = sehr selten“ (Angabe in % der Fälle)



Quelle: inspektour international GmbH, Ad-hoc-Quellmarktbefragung für das Reiseland Sachsen-Anhalt, 2020

Besonders relevante Informationsquellen (Top of Mind)

Offene Fragestellung (Angabe in % der Befragten)/ Mehrfachnennungen möglich, n = 819

Rang	TOP-10-Nennungen	% der Befragten
1	Google	35
2	Booking.com	15
3	Internet	15
4	Freunde, Bekannte, Verwandte	14
5	ANWB	10
6	TUI	8
7	TripAdvisor	6
8	Website der Destination	6
9	Reisebüro	6
10	Touristeninformation	5

