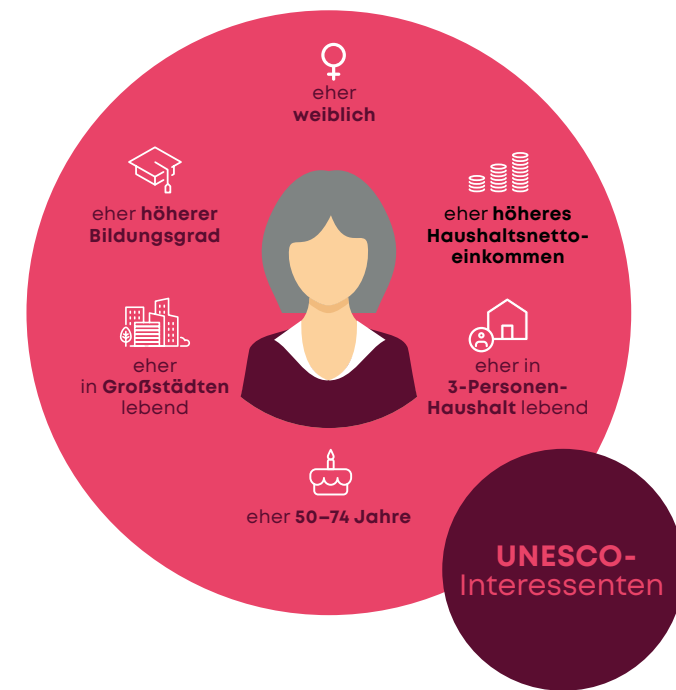


UNESCO-Interessenten im Quellmarkt Südkorea

Für den Quellmarkt Südkorea wurden Interessenten am Thema „UNESCO-Welterbestätten besuchen“ als eine von vier potenzialträchtigen Zielgruppen ermittelt.

Was sind die charakteristischen Merkmale dieser Zielgruppe?



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

Die UNESCO-Interessenten im Quellmarkt Südkorea sind ergänzend an Besuchen von Burgen, Schlössern und Domen sowie der Bauhaus-Architektur interessiert. Sie sind gern auf den Spuren der Romanik und des Mittelalters unterwegs und halten sich zur Entspannung in der Natur auf.

Themen-Verknüpfungsmöglichkeiten Top 5



Verknüpfung mit Hauptzielgruppen aus anderen Quellmärkten

Auch für Hauptzielgruppen anderer Quellmärkte ist die Urlaubsaktivität „UNESCO-Welterbestätten besuchen“ von Bedeutung. Hier bestehen konkrete Themen-Zielgruppen-Verknüpfungsmöglichkeiten sowie Kombinations- und Bündelungsoptionen im Rahmen der Produktentwicklung.

Insbesondere bei Burgen-Interessenten in den Quellmärkten Polen, Österreich, Niederlande,

Dänemark, Schweden und China, aber auch Südkorea besteht Interesse an dieser Aktivität. Dies gilt auch für die Städtereise-Interessenten der Quellmärkte Polen, Österreich und Schweiz. Die polnischen Kultur-Interessenten sowie die südkoreanischen Gärten-/Parks-Interessenten sind ebenso an Besuchen von UNESCO-Welterbestätten interessiert.



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

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

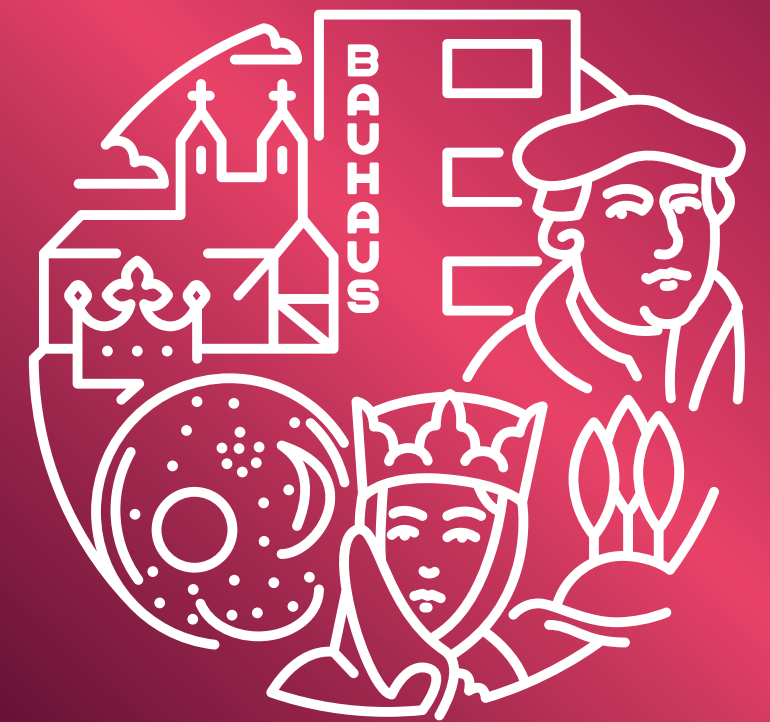


Martin Fricke
 Projektmanager Auslandsmarketing
 (Niederlande)
 Tel. +49 391 568 99 83
martin.fricke@img-sachsen-anhalt.de

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 UNESCO-WELTERBE SACHSEN-ANHALT



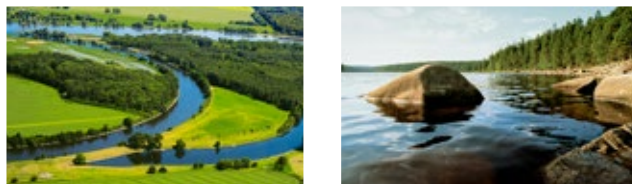
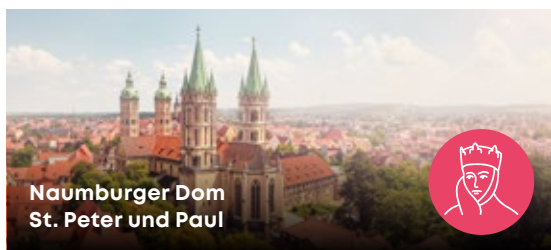
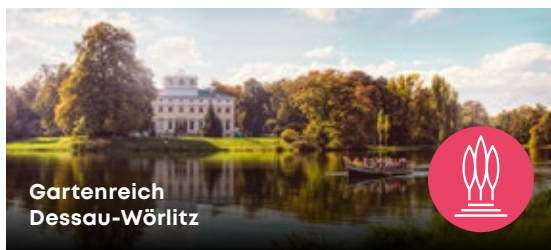
**Sachsen-Anhalt
#moderndenken**



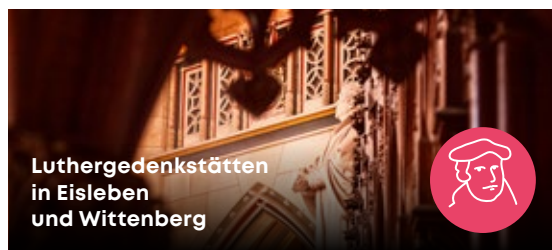
UNESCO-Welterbestätten in Sachsen-Anhalt

Eine Vielzahl einzigartiger Kulturdenkmäler, die ebenfalls zum UNESCO-Welterbe zählen, befindet sich in Sachsen-Anhalt.

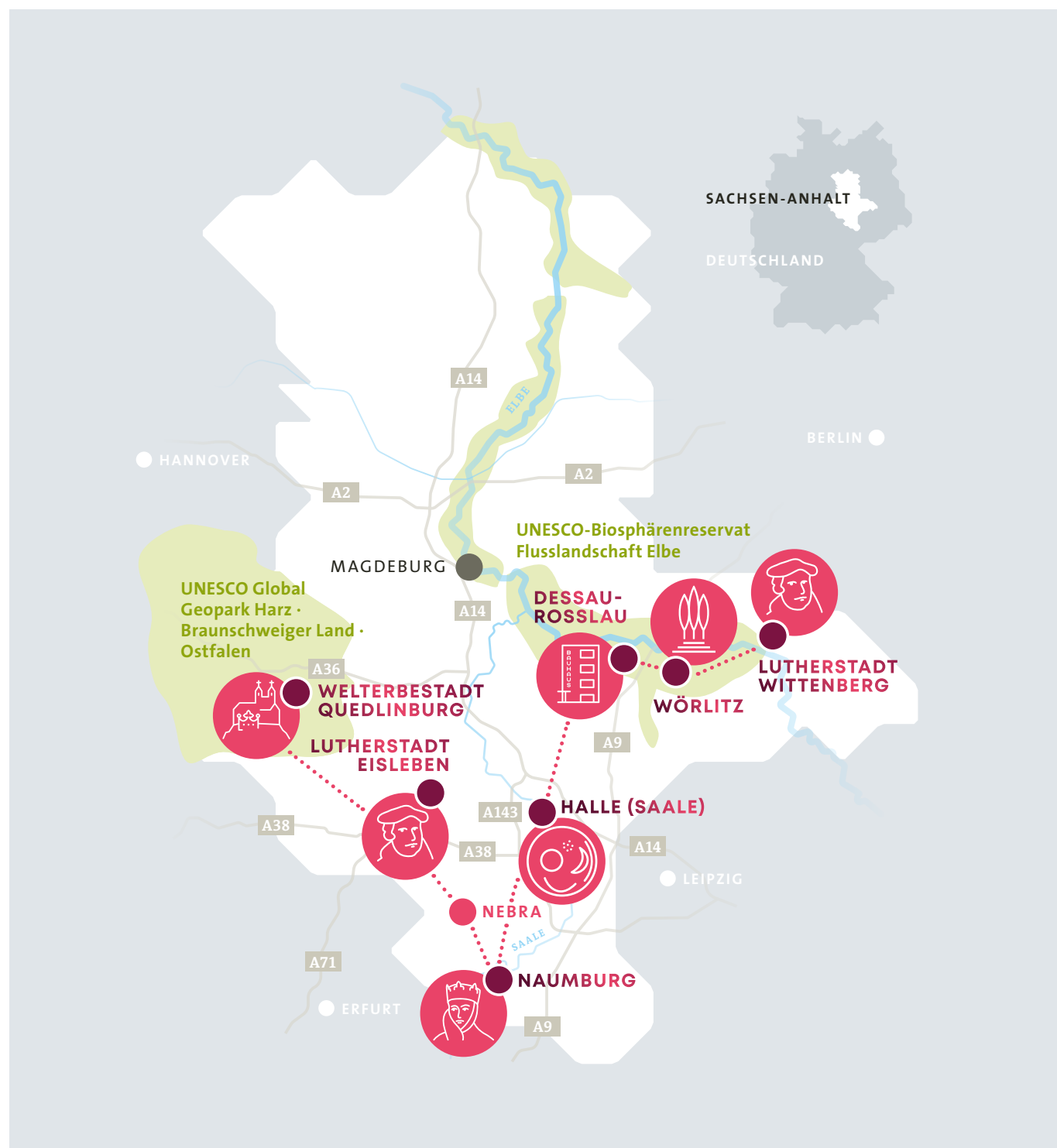
Mit fünf UNESCO-Welterbestätten sowie Objekten des UNESCO-Weltdokumentenerbes und einem UNESCO-Biosphärenreservat ist in unserem Reiseland eine hohe Dichte herausragender Güter der Menschheit vertreten. Diese Stätten zeugen von einer langen Kulturgeschichte, welche die Epochen Bronzezeit, Mittelalter, Reformation, Aufklärung sowie Moderne umfasst.



Biosphärenreservat Flusslandschaft Elbe



Bauhaus und seine Stätten in Dessau



Zentrale Daten und Ergebnisse (n = 1.001)

Im Rahmen unserer Quellmarktbefragung wurden für die themenbezogene Bewertung Sachsens-Anhalts, in Anlehnung an die Leitprodukte im Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027, 12 Urlaubsaktivitäten berücksichtigt, u. a. wurde die Aktivität „UNESCO-Welterbestätten besuchen“ in diesem Rahmen genauer betrachtet.

Im Ergebnis weisen insbesondere die Quellmärkte Polen, China und Südkorea ein erhöhtes allgemeines Interesse an der Urlaubsaktivität „UNESCO-Welterbestätten besuchen“ auf. Dem Reiseland Sachsen-Anhalt wird durch diese Quellmärkte ebenfalls die Eignung für das Urlaubsthema „UNESCO-Welterbestätten“ zugesprochen. Darüber hinaus kommt das Thema in diesen drei Quellmärkten auch als vordergründiger Anlass für eine Urlaubsreise nach Sachsen-Anhalt infrage.

Weitere Potenziale werden mit Blick auf das Reiseziel Deutschland als übergeordnete Destination sichtbar, von deren Strahlkraft das Reiseland Sachsen-Anhalt profitieren kann.

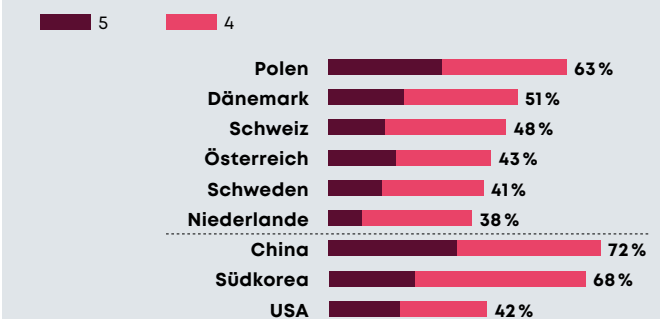
Als Hauptzielgruppe wurden Interessenten an UNESCO-Welterbestätten im Quellmarkt Südkorea identifiziert. Zudem bestehen Verknüpfungsmöglichkeiten mit Hauptzielgruppen und Themen aus weiteren Quellmärkten: Burgen-Interessenten der Quellmärkte Polen, Dänemark, Österreich, Niederlande, Schweden, China und Südkorea sind ergänzend an einem Besuch von UNESCO-Welterbestätten im Urlaub interessiert. Dies gilt ebenso für Städtereise-Interessenten aus den Quellmärkten Polen, Österreich und Schweiz sowie für polnische Kultur-Interessenten und südkoreanische Gärten-/Parks-Interessenten.



Touristen anlässlich des 500-jährigen Reformationsjubiläums vor dem Lutherhaus in Wittenberg
Copyright: IMG, Thore Rehbach

Allgemeines Interesse an der Urlaubsaktivität „UNESCO-Welterbestätten“ (reisezielunabhängig)

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

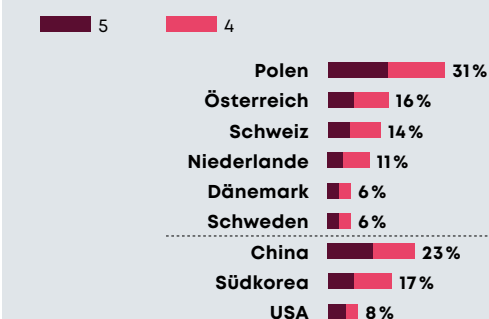


Die Urlaubsaktivität „UNESCO-Welterbestätten besuchen“ erzielt insbesondere in den Nahmärkten Polen und Dänemark ein hohes allgemeines, d. h. reisezielunabhängiges, Interesse.

In den Fernmärkten China und Südkorea zeigt sich ebenfalls ein hohes allgemeines Interesse an „UNESCO-Welterbestätten besuchen“ im Urlaub.

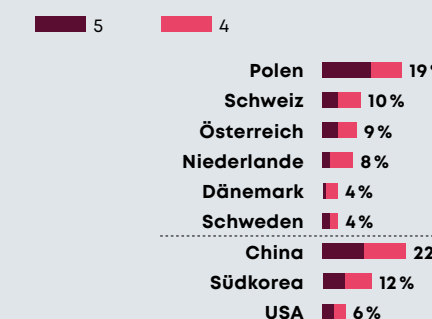
Gestützte Themeneignung

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



Themenbezogene Besuchsbereitschaft

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



In den Quellmärkten Polen, China und Südkorea wird Sachsen-Anhalt eine Eignung für das Thema „UNESCO-Welterbestätten“ zugesprochen. Eine eher höhere themenbezogene Besuchsbereitschaft konnte in diesen Auslandsmärkten ebenfalls festgestellt werden.

Auch dem Reiseziel Deutschland wird hier die entsprechende Themeneignung attestiert (Polen: 47%; China: 57%; Südkorea: 60%). Der Besuch von UNESCO-Welterbestätten stellt für diese drei Märkte in Bezug auf das Reiseziel Deutschland sogar einen vordergründigen Reiseanlass dar (Polen: 30%; China: 52%; Südkorea: 38%).

Diese Potenziale sollten für das Reiseland Sachsen-Anhalt weiter ausgeschöpft werden.