

## Hauptzielgruppen für Sachsen-Anhalt

### Burgen-Interessenten

Was sind die charakteristischen Merkmale der Hauptzielgruppen?

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

Die Burgen-Interessenten aus den USA sind auf den Spuren der Romanik und des Mittelalters unterwegs, nehmen gern kulturelle Angebote wahr und halten sich sehr gern in der Natur auf. In deutschen Städten zeigen sie Interesse am Kennenlernen der lokalen „Szene“ und besuchen Gärten und Parks.



### Themen-Verknüpfungsmöglichkeiten Top 5



ROMANIK UND MITTELALTER KULTUR NATUR LEBENDIGE „SZENE“ GÄRTEN/PARKS

## Gärten-/Parks-Interessenten



US-amerikanische Gärten-/Parks-Interessenten sind gern in der Natur und an Landurlauben interessiert. Kulturelle Angebote, eine Städtereise und das dortige Kennenlernen der lokalen „Szene“ sind ebenfalls von Interesse im Urlaub.

### Themen-Verknüpfungsmöglichkeiten Top 5



NATUR LANDURLAUB KULTUR STÄDTE-REISE LEBENDIGE „SZENE“

### 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](http://www.sachsen-anhalt-tourismus.de)

E-Learning-Plattform Sachsen-Anhalt [www.tourismusnetzwerk-sachsen-anhalt.de](http://www.tourismusnetzwerk-sachsen-anhalt.de)

Marktinformationen und Marktforschungsdaten der Deutschen Zentrale für Tourismus e. V. [www.germany.travel/de/trade/marktforschung/marktforschung](http://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**  
Kordinatorin Tourismusmarketing  
Tel. +49 391 568 99 82  
[annika.jeschek@img-sachsen-anhalt.de](mailto:annika.jeschek@img-sachsen-anhalt.de)



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



**Martin Fricke**  
Projektmanager Auslandsmarketing (Niederlande)  
Tel. +49 391 568 99 83  
[martin.fricke@img-sachsen-anhalt.de](mailto: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 USA



Im Pandemie-Jahr 2020 wurde für den Zeitraum zwischen der 1. und 2. Lockdown-Phase (Mai bis Oktober 2020) ein Recovery-Anteil von 12% mit Bezug auf die Gästeübernachtungen aus den USA in Beherbergungsbetrieben mit mind. zehn Schlafgelegenheiten bzw. Stellplätzen in Deutschland verzeichnet. Die sowohl sozioökonomisch als auch touristisch sehr hohe Marktdynamik der USA sowie das wirtschaftliche Recovery-Potenzial lassen zukünftig auf eine positive Entwicklung hoffen.

**Zielsetzung der Marktbearbeitung USA sollte es sein, über die Positionierung von Deutschland als Reiseziel in den USA und somit in Kooperation mit der Deutschen Zentrale für Tourismus e. V. (DZT) Marktanteile zu gewinnen.**

### Quellmarktbeschreibung

Der Fernmarkt USA rangierte vor 2020 unter den TOP 10 der wichtigsten Auslandsmärkte für das Reiseland Sachsen-Anhalt. Ein aktuell noch geringer Bekanntheitsgrad von Sachsen-Anhalt als Reiseziel in den USA wurde im Rahmen dieser Erhebung ermittelt. Im Vergleich zu den anderen Quellmärkten lässt sich generell eine eher geringere Auslandsreiseabsicht der US-Amerikaner feststellen, ebenso ist das Interesse an Urlaubsreisen nach Deutschland vergleichend eher zurückhaltender.

### Eckdaten USA\*

Bevölkerung (Mio.): 331 Mio.
Bruttoinlandsprodukt/GDP (Mrd. US\$): 21.433,2 (2019)
Bruttonationaleinkommen pro Kopf (US\$): 65.850 (2019)
Arbeitslosenquote (der arbeitsfähigen Bevölkerung): 3,7% (2019)
Inflationsrate (%): 1,94 (2019)
Economic Recovery Potenzial: Rang 7 von 122 (2020)
Urlaubsreisevolumen aus den USA (2019/2020)

... nach Deutschland
Anzahl der Übernachtungen: 7 Mio. / 1,5 Mio. (-78,3 %)
Anzahl der Ankünfte: 3,1 Mio. / 604.060 (-80,2 %)
Aufenthaltsdauer: 2,3 / 2,5 Tage
... nach Sachsen-Anhalt
Anzahl der Übernachtungen: 18.047 / 3.383 (-81,3 %)
Anzahl der Ankünfte: 9.614 / 1.745 (-81,8 %)
Aufenthaltsdauer: 1,9 / 1,9 Tage

Beliebteste Reiseziele der US-Amerikaner (2019)
... in Deutschland
Bayern, Berlin, Hessen
... in Sachsen-Anhalt
Anhalt-Wittenberg, Halle/Saale-Unstrut, Harz und Harzvorland

Reisezeiten: vornehmlich Mai bis September
Buchungsverhalten (Präferenz): vorab über das Internet
Unterkunftsarten: 71% Hotels, 21% Sonstige, 8% Privat
Transportmittel: 97% Flugzeug

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

Sachsen-Anhalt #moderndenken



**ALLGEMEINE AUSLANDS-REISEABSICHT**

für Kurzurlaube **58%**  
für längere Urlaube **58%**

**GESTÜTZTE BEKANNTHEIT VON SACHSEN-ANHALT**

**17%**

**BESUCHS-BEREITSCHAFT FÜR SACHSEN-ANHALT**

für Kurzurlaube **9%**  
für längere Urlaube **9%**

**Hauptzielgruppen:** Interessenten an



1. **BURGEN, SCHLÖSSER, DOME**



2. **GÄRTEN/PARKS**

## Zentrale Daten und Ergebnisse (n = 1.001)

### Auslandsreisen in der Vergangenheit

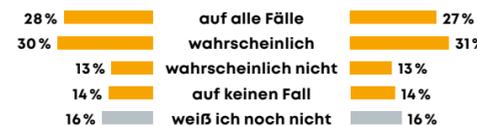
Anteilswerte (Angabe in % der Fälle)



### Allgemeine Auslandsreiseabsicht

für Kurzurlaube längere Urlaubsreisen

Anteilswerte (Angabe in % der Fälle)



### Gestützte Bekanntheit von Sachsen-Anhalt als Reiseziel

Anteilswerte (Angabe in % der Fälle)



### Besuche in der Vergangenheit in Sachsen-Anhalt

Anteilswerte (Angabe in % der Fälle)



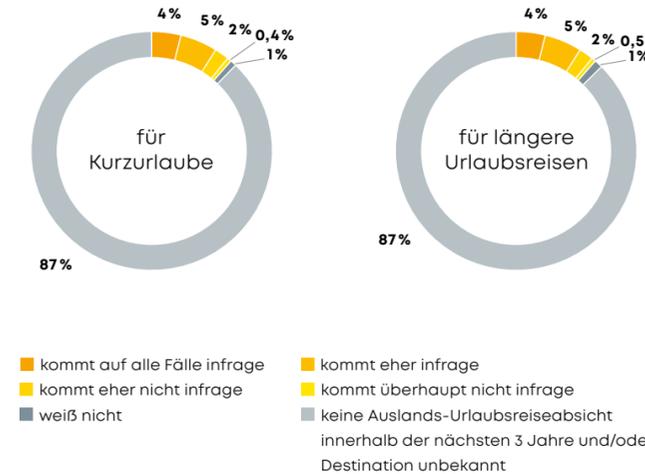
### Ungestützte Bekanntheit

Offene Fragestellung (Angabe in Rangplätzen)/ Mehrfachnennungen möglich, n = 749

Rang	TOP-10-Nennungen
1	Berlin
2	München
3	Frankfurt
4	Hamburg
5	Schwarzwald
6	Berliner Mauer
7	Köln
8	Brandenburger Tor
9	Bayern
10	Schloss Neuschwanstein
32	Wittenberg
41	Harz

### Besuchsbereitschaft für Sachsen-Anhalt

Anteilswerte (Angabe in % der Fälle)



### Allgemeines Interesse an Urlaubsaktivitäten (reisezielunabhängig)

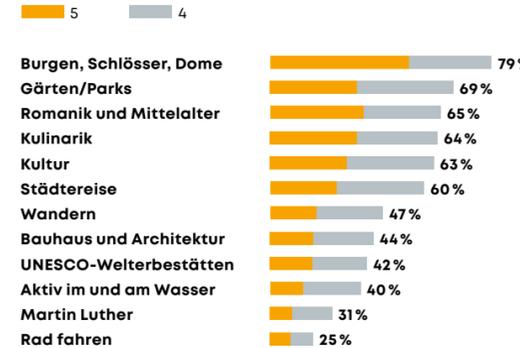
Top 10-Ranking der 34 evaluierten Themen

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	Burgen	79
3	Natur	74
4	Gärten/Parks	69
5	Romanik und Mittelalter	65
6	Lebendige „Szene“	64
7	Kulinarik	64
8	Kultur	63
9	Städtereise	60
10	Landurlaub	58

### 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)



### Gestützte Themeneignung

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



### Themenbezogene Besuchsbereitschaft

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



### Nutzung von Informationsquellen

Anteilswerte (Angabe in % der Fälle)/ Mehrfachnennungen möglich



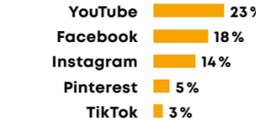
### Häufigkeit der Nutzung

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



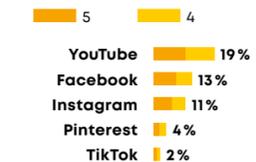
### Nutzung Social-Media-Quellen

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

