

Hauptzielgruppen für Sachsen-Anhalt

Städtereise-Interessenten

Was sind die charakteristischen Merkmale der Hauptzielgruppen?



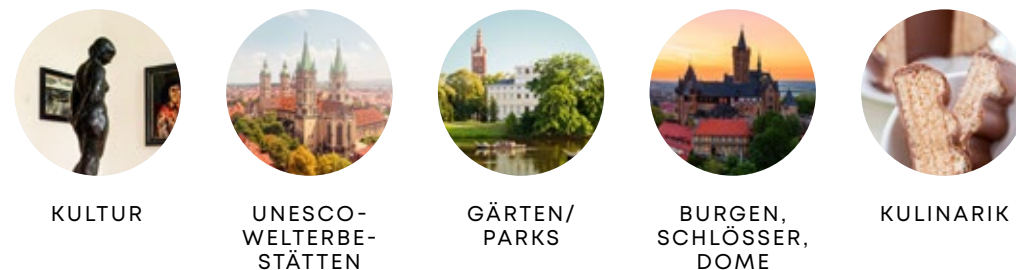
Bei welchen Themen bestehen die größten Potenziale zur Verknüpfung im Rahmen des Marketings?

Die Städtereisenden interessieren sich für kulturelle Angebote und den Besuch von kulturellen Einrichtungen, UNESCO-Welterbestätten sowie Gärten und Parks. Auch Burgen, Schlösser und Dome besichtigen sowie kulinarische und gastronomische Spezialitäten genießen gehören zu ihrem Interessensfeld.

Österreichische Burgen-Interessenten unternehmen gern eine Städtereise und besuchen UNESCO-Welterbestätten, sind aber vorwiegend auf den Spuren der Romanik und des Mittelalters unterwegs. Auch der Besuch von Gärten und Parks sowie Städten der Industriekultur ist von Interesse.

Die Kultur-Interessenten interessieren sich gleichermaßen für Romanik und Mittelalter sowie UNESCO-Welterbestätten, darüber hinaus auch für den Besuch von Burgen, Schlössern und Domen. Eine Städtereise kommt generell auch infrage, ebenso das Erleben von Bauhaus und Architektur der klassischen Moderne.

Themen-Verknüpfungsmöglichkeiten Top 5



Burgen-Interessenten



Themen-Verknüpfungsmöglichkeiten Top 5



Kultur-Interessenten



Themen-Verknüpfungsmöglichkeiten Top 5



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
Kordinatorin 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 Österreich



Im Pandemie-Jahr 2020 wurde für den Zeitraum zwischen der 1. und 2. Lockdown-Phase (Mai bis Oktober 2020) ein Recovery-Anteil von 42% mit Bezug auf die Gästeübernachtungen aus Österreich in Beherbergungsbetrieben mit mind. zehn Schlafgelegenheiten bzw. Stellplätzen in Deutschland verzeichnet. Diese ersten positiven Entwicklungen zusammen mit einer hohen generellen Auslandsreiseabsicht, dem Interesse an Deutschland als Urlaubsland und einem wirtschaftlichen Recovery-Potenzial lassen vorsichtig auf kurz- bzw. mittelfristige Reaktivierungsoptionen schließen.

Zielsetzung der Marktbearbeitung Österreichs ist es daher, die bestehenden Marktanteile zu halten und weiter auszubauen.

Quellmarktbeschreibung

Der Quellmarkt Österreich war vor 2020 bereits ein bedeutender Auslandsmarkt für das Reiseland Sachsen-Anhalt. Ein vorhandener hoher Bekanntheitsgrad von Sachsen-Anhalt als Reiseziel in Österreich wurde im Rahmen der Auslandsquellmarktbefragung ermittelt und weitere Potenziale für unser Reiseland identifiziert – beispielsweise die hohe generelle Auslandsreiseabsicht der Österreicher, das Interesse an Urlaubsreisen nach Deutschland und der hohe Bekanntheitsgrad der sachsen-anhaltischen Städte Magdeburg und Halle (Saale) sowie des Harzes.

Eckdaten Österreich*

Bevölkerung (Mio.): 9,0 (2020)
Bruttoinlandsprodukt/GDP (Mrd. US\$): 445,1 (2019)
Bruttonationaleinkommen pro Kopf (US\$): 51.460 (2019)
Arbeitslosenquote (der arbeitsfähigen Bevölkerung): 4,6 % (2019)
Inflationsrate (%): 1,7 (2019)
Economic-Recovery-Potenzial: Rang 13 v. 122 (2020)
Urlaubsreisevolumen aus Österreich (2019/2020)

... nach Deutschland
Anzahl der Übernachtungen: 4,3 Mio. / 1,9 Mio. (-57,1%)
Anzahl der Ankünfte: 2,1 Mio. / 821.823 (-61,2%)
Aufenthaltsdauer: 2,1 / 2,3 Tage
... nach Sachsen-Anhalt
Anzahl der Übernachtungen: 32.635 / 17.096 (-47,6%)
Anzahl der Ankünfte: 16.333 / 7.844 (-52%)
Aufenthaltsdauer: 2,0 Tage / 2,2 Tage

Beliebteste Reiseziele der Österreicher (2019)

... in Deutschland
Bayern, Baden-Württemberg, Berlin
... in Sachsen-Anhalt
Magdeburg/Elbe-Börde-Heide, Halle/Saale-Unstrut, Anhalt-Wittenberg

Reisezeiten: ganzjährig

Buchungsverhalten (Präferenz): vorab über das Internet

Unterkunftsarten:

59% Hotels, 16% Privatunterkünfte, 8% Pensionen und Ferienhäuser, 4% Hostels, 2% Camping

Transportmittel: 44% PKW, 28% Flugzeug, 20% Bahn, 8% Bus

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

ALLGEMEINE AUSLANDS-REISEABSICHT

für Kurzurlaube **80%**
für längere Urlaube **77%**

GESTÜTZTE BEKANNTHEIT VON SACHSEN-ANHALT

71%

BESUCHS-BEREITSCHAFT FÜR SACHSEN-ANHALT

für Kurzurlaube **19%**
für längere Urlaube **17%**

Hauptzielgruppen:
Interessenten an



1. STÄDTE-REISE



2. BURGEN, SCHLÖSSER, DOME



3. KULTUR

Zentrale Daten und Ergebnisse (n = 1.001)

Auslandsreisen in der Vergangenheit

Anteilswerte (Angabe in % der Fälle)

ja, einmal **20%**

ja, mehrmals **64%**

Allgemeine Auslandsreiseabsicht

Anteilswerte (Angabe in % der Fälle)

für Kurzurlaube

für längere Urlaubsreisen

50% **auf alle Fälle** 46%

30% **wahrscheinlich** 32%

10% **wahrscheinlich nicht** 11%

3% **auf keinen Fall** 4%

7% **weiß ich noch nicht** 8%

Gestützte Bekanntheit von Sachsen-Anhalt als Reiseziel

Anteilswerte (Angabe in % der Fälle)

71% **bekannt**

29% **unbekannt**

Besuche in der Vergangenheit in Sachsen-Anhalt

Anteilswerte (Angabe in % der Fälle)

9% **vor mehr als 3 Jahren**

6% **innerhalb der letzten 3 Jahre**

3%

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

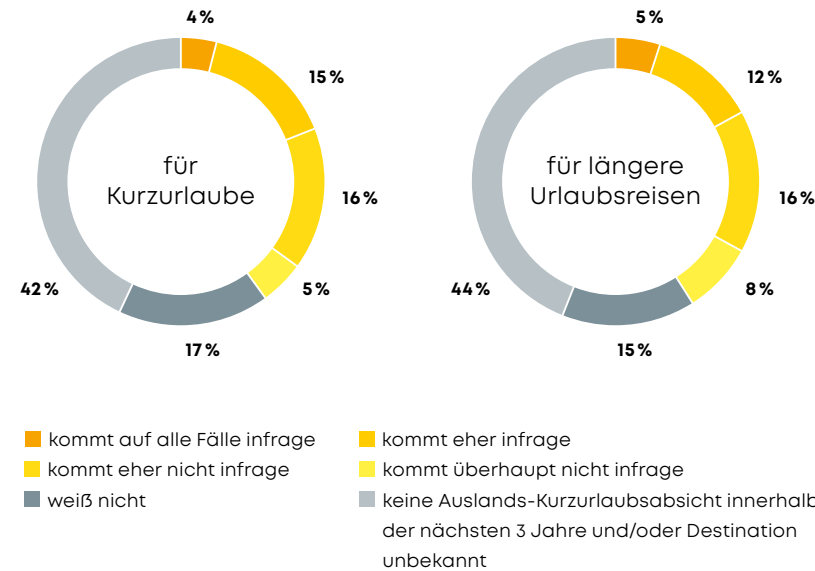
Ungestützte Bekanntheit

Offene Fragestellung (Angabe in Rangplätzen)/ Mehrfachnennungen möglich, n = 958

Rang	TOP-10-Nennungen
1	Berlin
2	Hamburg
3	München
4	Köln
5	Bayern
6	Nordsee
7	Dresden
8	Ostsee
9	Sylt
10	Schwarzwald
43	Harz
52	Magdeburg
100	Halle (Saale)
100	Dessau

Besuchsbereitschaft für Sachsen-Anhalt

Anteilswerte (Angabe in % der Fälle)



Allgemeines Interesse an Urlaubsaktivitäten (reisezielunabhängig)

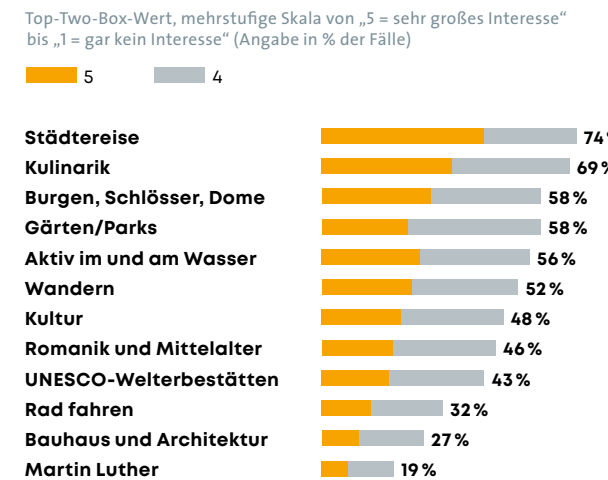
Top-10-Ranking der 34 evaluierten Themen

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	75
2	Städtereise	74
3	Natur	74
4	Kulinarik	69
5	Baden/Strand	65
6	Gärten/Parks	58
7	Burgen	58
8	Aktiv im und am Wasser	56
9	Wellness	55
10	Wandern	52

Allgemeines Interesse an den 12 ausgewählten Themen für Sachsen-Anhalt

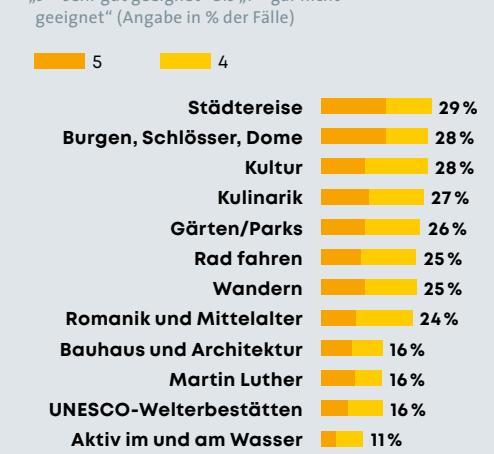
Top-Two-Box-Wert, mehrstufige Skala von „5 = sehr großes Interesse“ bis „1 = gar kein Interesse“ (Angabe in % der Fälle)



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

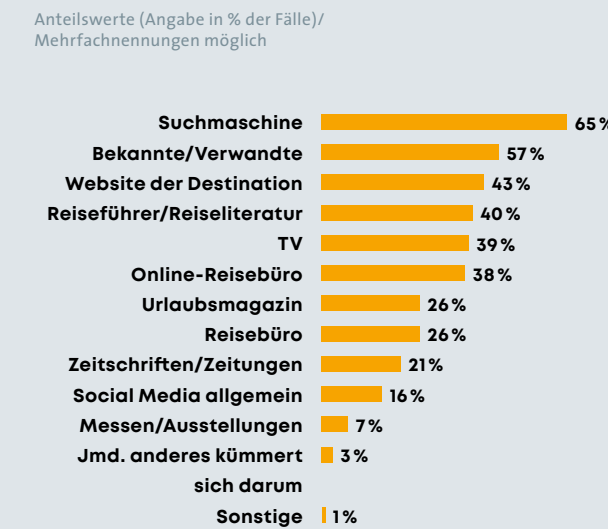
Gestützte Themeneignung

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



Nutzung von Informationsquellen

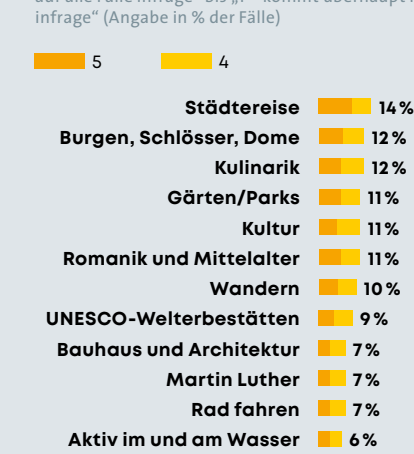
Anteilswerte (Angabe in % der Fälle)/ Mehrfachnennungen möglich



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

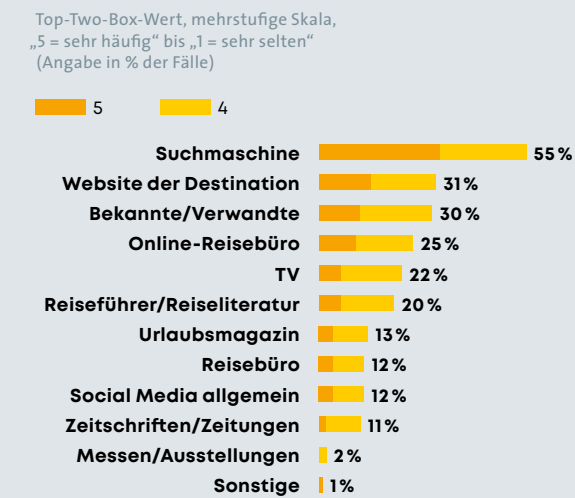
Themenbezogene Besuchsbereitschaft

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



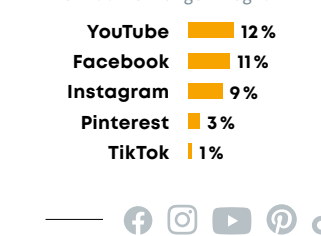
Häufigkeit der Nutzung

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



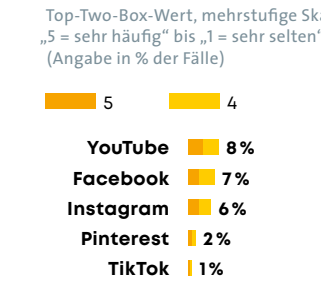
Nutzung Social-Media-Quellen

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 = 878

Rang	TOP-10-Nennungen	% der Befragten
1	Google	30
2	Internet	28
3	Booking.com	23
4	Freunde, Bekannte, Verwandte	18
5	Reisebüro	10
6	Facebook	8
7	Reiseführer	7
8	YouTube	5
9	TripAdvisor	4
10	Trivago	4

