

Hauptzielgruppen für Sachsen-Anhalt

Städtereise-Interessenten

Was sind die charakteristischen Merkmale der Hauptzielgruppen?

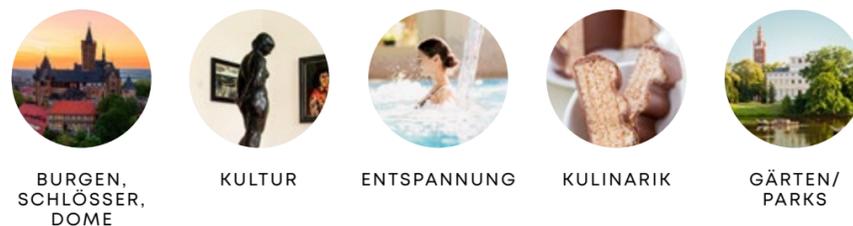
Bei welchen Themen bestehen die größten Potenziale zur Verknüpfung im Rahmen des Marketings?

Städtereisende aus Polen interessieren sich für den Besuch von Burgen, Schlössern und Domen, nehmen gern kulturelle Angebote wahr und ziehen die Entspannung im Urlaub vor. Zudem genießen sie kulinarische und gastronomische Spezialitäten und sind an Besuchen in Gärten und Parks interessiert.



Themen-Verknüpfungsmöglichkeiten

Top 5



Burgen-Interessenten



Polnische Burgen-Interessenten sind gern auf den Spuren der Romanik und des Mittelalters unterwegs, interessieren sich für den Besuch von Gärten und Parks und unternehmen gern eine Städtereise. UNESCO-Welterbestätte und kulturelle Angebote sind generell ebenfalls von Interesse.

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 Polen



Im Pandemie-Jahr 2020 wurde für den Zeitraum zwischen der 1. und 2. Lockdown-Phase (Mai bis Oktober 2020) ein Recovery-Anteil von 61% mit Bezug auf die Gästeübernachtungen aus Polen in Beherbergungsbetrieben mit mind. zehn Schlafgelegenheiten bzw. Stellplätzen in Deutschland verzeichnet. Dies sind erste positiven Entwicklungen. Das eher verhaltene wirtschaftliche Recovery-Potenzial könnte jedoch eher auf mittelfristige Reaktivierungsoptionen schließen lassen.

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

Quellmarktbeschreibung

Polen ist bereits ein bedeutender Auslandsmarkt für Sachsen-Anhalt und einer der Nahmärkte mit der höchsten sozioökonomischen und touristischen Dynamik. Ein bereits vorhandener hoher Bekanntheitsgrad wurde im Rahmen dieser Erhebung ermittelt und folgende weitere Potenziale identifiziert: die hohe generelle Auslandsreiseabsicht der Polen, eine wachsende zukünftige Besuchsbereitschaft für Sachsen-Anhalt sowie der hohe Bekanntheitsgrad von Magdeburg als Urlaubsort in unserem Bundesland.

Eckdaten Polen*

Bevölkerung (Mio.): 37,8 Mio.
Bruttoinlandsprodukt/GDP (Mrd. US\$): 595,9 (2019)
Bruttonationaleinkommen pro Kopf (US\$): 15.350 (2019)
Arbeitslosenquote (der arbeitsfähigen Bevölkerung): 3,3% (2019)
Inflationsrate (%): 3,15 (2019)

Economic-Recovery-Potenzial: Rang 30 von 122 (2020)

Urlaubsreisevolumen aus Polen (2019/2020)

... nach Deutschland
Anzahl der Übernachtungen: 3,5 Mio. / 2,2 Mio. (-36%)
Anzahl der Ankünfte: 1,2 Mio. / 595.817 (-50,2%)
Aufenthaltsdauer: 2,9 / 3,8 Tage

... nach Sachsen-Anhalt
Anzahl der Übernachtungen: 71.730 / 55.026 (-23,3%)
Anzahl der Ankünfte: 24.568 / 14.851 (-39,6%)
Aufenthaltsdauer: 2,9 / 3,7 Tage

Beliebteste Reiseziele der Polen (2019)

... in Deutschland
Bayern, Berlin, Nordrhein-Westfalen
... in Sachsen-Anhalt
Magdeburg/Elbe-Börde-Heide, Halle/Saale-Unstrut und Anhalt-Wittenberg

Reisezeiten: eher Mai bis August

Buchungsverhalten (Präferenz): vorab über das Internet

Unterkunftsarten:

48% Privatunterkünfte, 38% Hotels,
22% Pensionen/Ferienwohnungen, 16% Camping

Transportmittel: 61% PKW, 14% Flugzeug, 16% Bus, 7% Bahn

*Quelle: DZT-Marktinformationen Polen, Kurzfassung, 2020; HORIZON Group, 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 **75%**
für längere Urlaube **73%**

GESTÜTZTE BEKANNTHEIT VON SACHSEN-ANHALT

57%

BESUCHS-BEREITSCHAFT FÜR SACHSEN-ANHALT

für Kurzurlaube **26%**
für längere Urlaube **23%**

Hauptzielgruppen: Interessenten an

1. STÄDTE-REISE

2. BURGEN, SCHLÖSSER, DOME

Zentrale Daten und Ergebnisse (n = 1.001)

Auslandsreisen in der Vergangenheit

Anteilswerte (Angabe in % der Fälle)

ja, einmal **30%**

ja, mehrmals **38%**

Allgemeine Auslandsreiseabsicht

Anteilswerte (Angabe in % der Fälle)

für Kurzurlaube

für längere Urlaubsreisen

43% **auf alle Fälle** **38%**

32% **wahrscheinlich** **34%**

7% **wahrscheinlich nicht** **9%**

3% **auf keinen Fall** **3%**

15% **weiß ich noch nicht** **15%**

Gestützte Bekanntheit von Sachsen-Anhalt als Reiseziel

Anteilswerte (Angabe in % der Fälle)

57% **43%**

bekannt **unbekannt**

Besuche in der Vergangenheit in Sachsen-Anhalt

Anteilswerte (Angabe in % der Fälle)

14%

10% **vor mehr als 3 Jahren**

4% **innerhalb der letzten 3 Jahre**

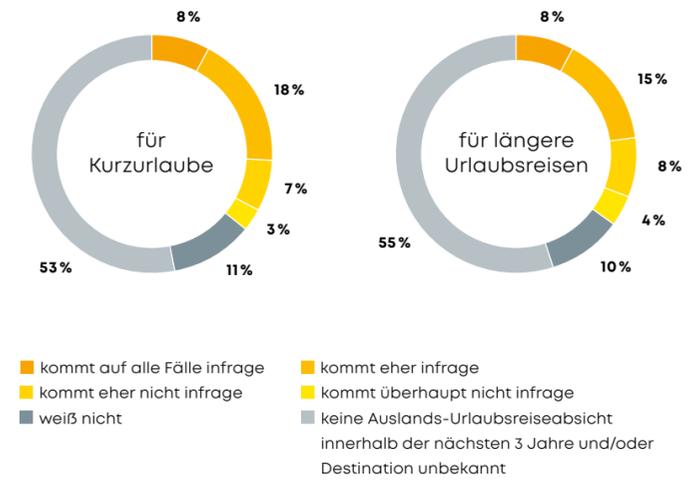
Ungestützte Bekanntheit

Offene Fragestellung (Angabe in Rangplätzen)/ Mehrfachnennungen möglich, n = 851

Rang	TOP-10-Nennungen
1	Berlin
2	Bayern
3	München
4	Hamburg
5	Dresden
6	Köln
7	Frankfurt
8	Dortmund
9	Sachsen
10	Brandenburg
32	Magdeburg
43	Harz

Besuchsbereitschaft für Sachsen-Anhalt

Anteilswerte (Angabe in % der Fälle)



Allgemeines Interesse an Urlaubsaktivitäten (reisezielunabhängig)

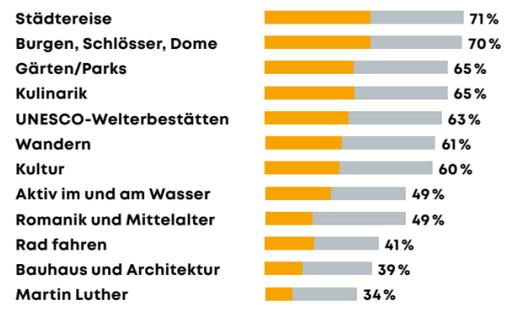
Top-10-Ranking der 34 evaluierten Themen

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	76
2	Städtereise	71
3	Burgen	70
4	Natur	68
5	Gärten/Parks	65
6	Kulinarik	65
7	Baden/Strand	63
8	UNESCO-Welterbestätten	63
9	Wandern	61
10	Kultur	60

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)



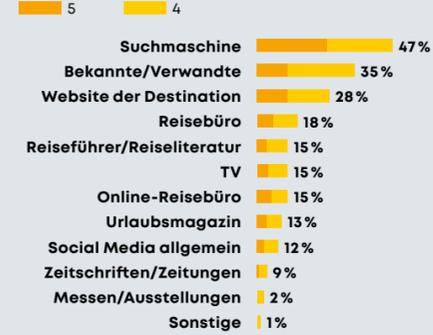
Nutzung von Informationsquellen

Anteilswerte (Angabe in % der Fälle)/ Mehrfachnennungen möglich



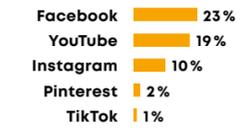
Häufigkeit der Nutzung

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



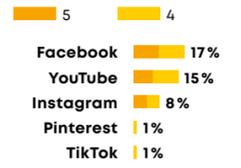
Nutzung Social-Media-Quellen

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)



Besonders relevante Informationsquellen (Top of Mind)

Offene Fragestellung (Angabe in % der Befragten)/ Mehrfachnennungen möglich, n = 766

Rang	TOP-10-Nennungen	% der Befragten
1	Internet	27
2	Freunde, Bekannte, Verwandte	20
3	Google	17
4	Booking.com	17
5	Facebook	14
6	YouTube	11
7	Reisebüro	11
8	Reiseführer	10
9	ITAKA	8
10	TUI	5

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

