

TOURISMUS IN SACHSEN-ANHALT

ZAHLEN - DATEN - FAKTEN



SACHSEN-ANHALT

Investitions- und
Marketinggesellschaft

Magdeburg, Dezember 2024

Erste Ergebnisse der landesweiten Gästebefragung Sachsen-Anhalt

Erkenntnisse zur Gästestruktur, zum Informations- und Buchungsverhalten sowie zu den Entscheidungsgründen der Urlaubsgäste für Sachsen-Anhalt

Die landesweite Gästebefragung Sachsen-Anhalt 2022-2024, die sich in den bundesweiten Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus integriert, liefert wertvolle Erkenntnisse über das Verhalten von Übernachtungsgästen in Sachsen-Anhalt. Die Ergebnisse tragen dazu bei, die Bedürfnisse und Erwartungen der Reisenden besser zu verstehen und können somit für die Weiterentwicklung und Optimierung touristischer Angebote in Sachsen-Anhalt genutzt werden. Aufgrund der Fülle an Informationen, die in der Studie enthalten sind, werden die Ergebnisse in zwei nacheinander erscheinenden Marktforschungsnews vorgestellt. Hier werden zunächst die Ergebnisse zur Gästestruktur (demografische Merkmale wie Alter und Einkommen, Reisebegleitung sowie Reiseerfahrungen in der Region) sowie zum Informations- und Buchungsverhalten und den Entscheidungsgründen für Sachsen-Anhalt als Reiseziel aufgezeigt. Weitere Ergebnisse der Studie zum Reiseverhalten und der Bewertung des Aufenthaltes werden zeitnah ebenfalls veröffentlicht.

Methodik: Um saisonale Effekte zu berücksichtigen und ausreichend Fallzahlen zu generieren, wurde die Online-Erhebung über einen Zeitraum von zwei Jahren von Mai/Juni 2022 bis Mai 2024 durchgeführt. Insgesamt nahmen in diesem Zeitraum 2.032 Übernachtungsgäste in Sachsen-Anhalt teil. Der Fragebogen wurde von der dwif-Consulting GmbH in Zusammenarbeit mit der Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH (IMG) in Anlehnung an den Fragebogen des bundesweiten Qualitätsmonitors Deutschland-Tourismus (QualiMon) entwickelt. Beim QualiMon handelt es sich um eine bereits seit 2007 regelmäßig von der dwif-Consulting GmbH durchgeführte deutschlandweite Befragung von Übernachtungsgästen. Die Anlehnung an diese Befragung ermöglicht es, die Erkenntnisse für Sachsen-Anhalt mit denen für Deutschland insgesamt zu vergleichen. Die Programmierung und Umsetzung der Befragung erfolgte durch die dwif-Consulting GmbH und die MANOVA GmbH. Unter den Sachsen-Anhalt-Gästen gestreut wurde die Befragung durch die IMG sowie die touristischen Regionen, Akteure und Dienstleister in Sachsen-Anhalt. Die eingehenden Interviews wurden entsprechend der tatsächlichen Übernachtungsstruktur in den Reisegebieten Sachsens-Anhalts nach Beherbergungsstruktur, Saisonalität und Herkunft der Gäste gewichtet. Es liegen Ergebnisse für Sachsen-Anhalt insgesamt, für die Reisegebiete Sachsens-Anhalts (für den Harz sowie die Saale-Unstrut-Region ergänzend auch für die Reisegebiete über die Landesgrenzen hinaus) sowie gebündelt für die drei großen Städte Sachsens-Anhalts (Magdeburg, Halle (Saale) und Dessau-Roßlau) und den ländlichen Raum (Flach- und Hügelland) vor. Aus dem QualiMon können zudem für den Vergleich auf Bundesebene 7.615 Interviews aus insgesamt 58

Investitions- und Marketinggesellschaft
Sachsen-Anhalt mbH
Am Alten Theater 6
39104 Magdeburg

Telefon +49 391 568 99 0
Telefax +49 391 568 99 50

Marktforschung: Annika Jeschek
Telefon +49 391 568 99 82
annika.jeschek@img-sachsen-anhalt.de



Destinationen innerhalb Deutschlands herangezogen werden. Die im Folgenden dargestellten Ergebnisse beziehen sich auf die Urlaubsgäste in Sachsen-Anhalt und in Deutschland insgesamt.

Gätestruktur: vergleichsweise älter, häufig aus unteren Einkommensklassen, überwiegend Paare und überdurchschnittlich hoher Stammgästeanteil – nur jeder dritte Gast ist Erstbesucher

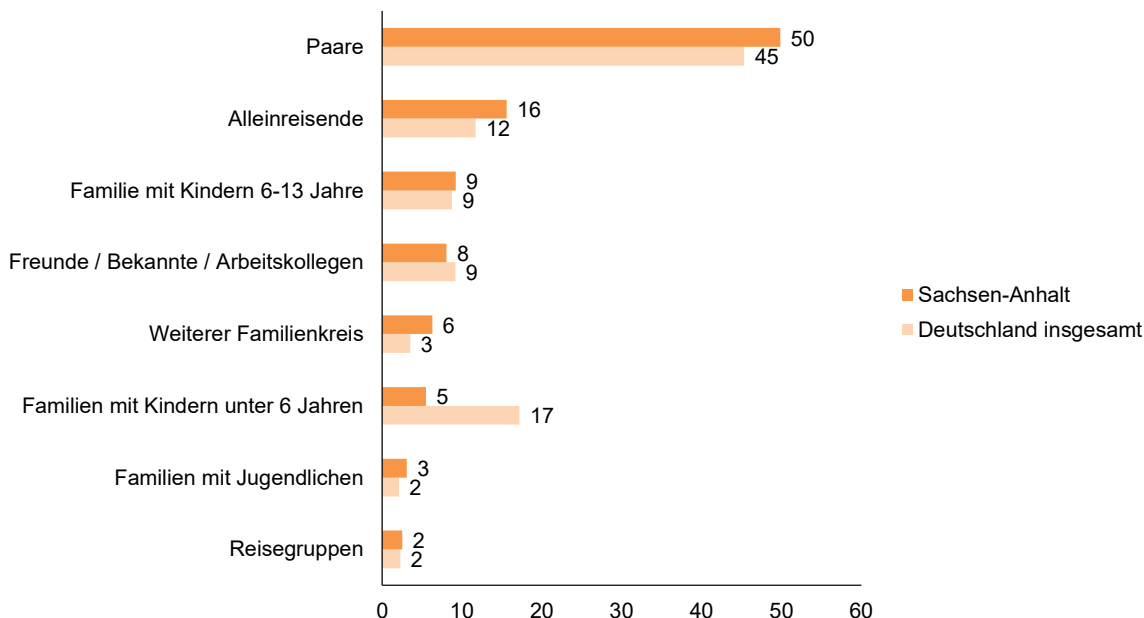
Alter: Die Daten der landesweiten Gästebefragung zeigen, dass die befragten Sachsen-Anhalt-Urlaubsgäste im Durchschnitt **51,4 Jahre** alt sind. Damit liegt das Durchschnittsalter der Urlauberinnen und Urlauber in Sachsen-Anhalt **deutlich über dem bundesweiten Mittel** von 45,3 Jahren. Insgesamt sind 59% der befragten Urlaubsgäste in Sachsen-Anhalt mindestens 50 Jahre alt. Im Vergleich dazu liegt der Anteil dieser Altersgruppe in Deutschland insgesamt bei nur 36%. Die durchschnittlich ältesten Reisenden innerhalb der Reisegebiete Sachsen-Anhalts finden sich in Anhalt-Wittenberg inklusive Dessau-Roßlau (53,1 Jahre). Die jüngsten Reisenden wurden wiederum im Reisegebiet Magdeburg, Elbe-Börde-Heide verzeichnet. Hier liegt der Altersdurchschnitt bei 47,6 Jahren.

Einkommen: Ein Drittel der Urlauberinnen und Urlauber in Sachsen-Anhalt (32%) verfügt über ein durchschnittliches monatliches Haushaltsnettoeinkommen von 1.200 bis 3.000 Euro. Bei weiteren 7% liegt das Einkommen unter 1.200 Euro. Damit sind die beiden niedrigsten Einkommensgruppen im Vergleich zu Urlaubsgästen in Deutschland insgesamt überrepräsentiert (bundesweit zusammen 26%). **Die meisten Befragten verfügen** sowohl in Deutschland insgesamt (49%) als auch in Sachsen-Anhalt (41%) **über ein monatliches Einkommen von 3.000 Euro bis 5.000 Euro**. Der Anteil der Gäste mit einem höheren Einkommen liegt bei 19% und damit unter dem bundesweiten Schnitt (25%).

Reisebegleitung: Die **Hälfte der Befragten (50%)** gab an, während ihrer Urlaubsreise in Sachsen-Anhalt **als Paar unterwegs** zu sein. In Deutschland insgesamt sind 45% der Urlaubsreisenden Paare. Auch der Anteil der Alleinreisenden ist in Sachsen-Anhalt mit 16% etwas höher als im Bundesdurchschnitt (12%). Dies führt zu einer insgesamt **geringeren Präsenz von Familien**: Während deutschlandweit 31% der Befragten mit Kindern, Jugendlichen oder im weiteren Familienkreis reisen (= Familienreisen), sind es in Sachsen-Anhalt nur 24%. Insbesondere Familien mit kleinen Kindern unter 6 Jahren zieht es seltener nach Sachsen-Anhalt (5%, bundesweit: 17%, siehe auch Abbildung 1). Im regionalen Vergleich ist festzustellen, dass der Harz (landesübergreifend Sachsen-Anhalt, Niedersachsen und Thüringen) mit 30% den höchsten Anteil an Familienreisen aufweist. Der höchste Anteil an Alleinreisenden findet sich mit jeweils 21% sowohl in Anhalt-Wittenberg inklusive Dessau-Roßlau als auch in Magdeburg, Elbe-Börde-Heide. Paare sind in der Region Halle, Saale, Unstrut mit 58% deutlich überrepräsentiert.

Abbildung 1:

Reisebegleitung – Sachsen-Anhalt Gäste und Deutschland-Gäste im Vergleich (Angaben in %)



Abweichungen sind rundungsbedingt. Frage: Wer begleitet Sie bei dieser Reise?

Quelle: dwif 2024; Datenbasis landesweite Gästebefragung in Sachsen-Anhalt, n = 2.032

Reiseerfahrung in der Region: Dass Sachsen-Anhalt ein attraktives Reiseziel ist, wird dadurch unterstrichen, dass in der Studie **36% der Befragten als Stammgäste identifiziert** werden können. Als Stammgäste werden diejenigen Befragten definiert, die bereits zwei Mal oder öfter in der jeweiligen Region Sachsen-Anhalts Urlaub gemacht haben und (fast) jedes Jahr einen Aufenthalt dort verbringen. Im Vergleich dazu sind bundesweit nur 22% der Urlaubsreisenden Stammgäste. Wiederum 14% der Gäste in Sachsen-Anhalt sind sogenannte Intervallgäste (bundesweit: 23%). Diese waren auch schon häufiger als zwei Mal zu Besuch in der Region, kommen aber nicht so regelmäßig wie die Stammgäste. Weitere 17% der Befragten besuchten Sachsen-Anhalt zum zweiten Mal (bundesweit: 23%). **Dementsprechend wird nur jede dritte Urlaubsreise (33%) nach Sachsen-Anhalt von Erstbesuchern durchgeführt.** Dieser Wert entspricht auch in etwa dem bundesweiten Durchschnitt (32%, siehe auch Abbildung 2). Die Region Harz verzeichnet eine besonders hohe Zahl an Stammgästen: Etwas mehr als die Hälfte der Urlauberinnen und Urlauber (51%) verbringt regelmäßig einen privaten Aufenthalt in der Region. Erstbesucher hingegen lassen sich besonders häufig in den Regionen Anhalt-Wittenberg inkl. Stadt Dessau-Roßlau (45%) sowie Saale-Unstrut (Teile Sachsen-Anhalts und Thüringens ohne die Stadt Halle: 41%) finden.

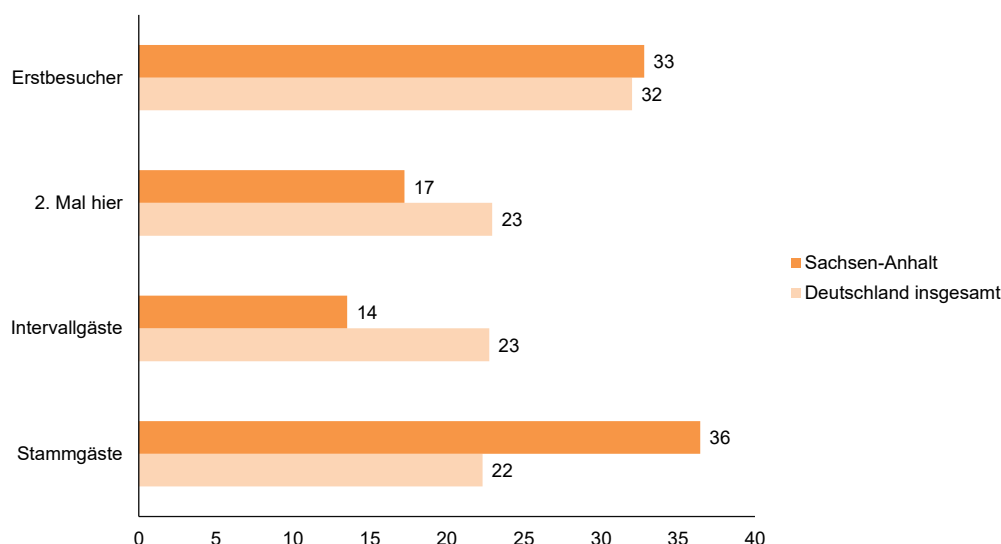
Investitions- und Marketinggesellschaft
Sachsen-Anhalt mbH
Am Alten Theater 6
39104 Magdeburg

Telefon +49 391 568 99 0
Telefax +49 391 568 99 50

Marktforschung: Annika Jeschek
Telefon +49 391 568 99 82
annika.jeschek@img-sachsen-anhalt.de

Abbildung 2:

Reiseerfahrung in der Region – Sachsen-Anhalt Gäste und Deutschland-Gäste im Vergleich (Angaben in %)



Abweichungen sind rundungsbedingt. Frage: Wie oft machen Sie Urlaub in dieser Region?

Hinweis: Stammgäste: waren bereits 2x oder öfter da und verbringen hier (fast) jedes Jahr einen Aufenthalt; Intervallgäste: waren bereits 2x oder öfter hier, kommen aber nicht so regelmäßig wie die Stammgäste

Quelle: dwif 2024; Datenbasis landesweite Gästebefragung in Sachsen-Anhalt, n = 2.032

Informationsverhalten: Websites von Unterkünften und Tourismusorganisationen werden von mehr als jedem dritten Gast genutzt, aber auch Print-Broschüren sind nach wie vor überdurchschnittlich beliebt

Die große Mehrheit (92%) der Urlaubsgäste in Sachsen-Anhalt informiert sich vorab über den Urlaub. Im Vergleich dazu liegt der Wert für Deutschland insgesamt mit 64% deutlich niedriger.

Insgesamt wurde in der Studie die Nutzung von mehr als 40 verschiedenen Informationskanälen abgefragt (Mehrfachnennungen möglich), die in fünf Gruppen zusammengefasst werden können. Die Abweichungen zwischen den Reisenden in Sachsen-Anhalt und den Reisenden in Deutschland insgesamt sind innerhalb dieser übergeordneten Gruppen nur geringfügig (siehe Abbildung 3). Unterschiede ergeben sich eher bei der Detailbetrachtung der einzelnen Informationskanäle.

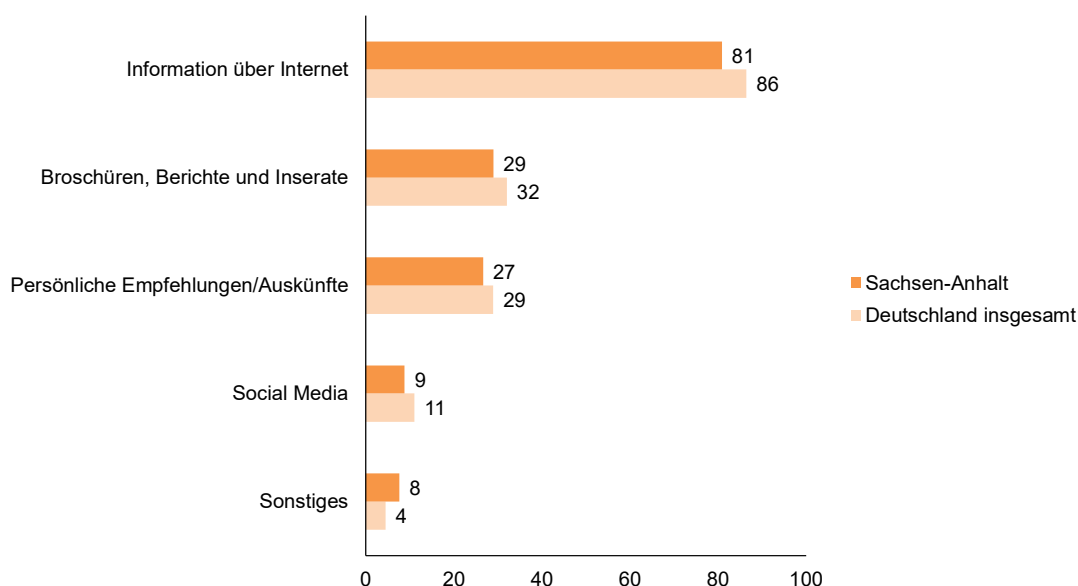
Mit Blick auf die fünf Gruppen ist **das Internet der mit Abstand wichtigste Informationskanal**: Es wird von 81% der Urlauberinnen und Urlauber in Sachsen-Anhalt genutzt, um sich über das Bundesland zu informieren (bundesweit: 86%). Im Einzelnen werden dabei vor allem die **Internetseite/App der Unterkunft (38%) und der regionalen/lokalen Tourismusorganisation (35%)** aufgesucht – diese beiden sind die am häufigsten genutzten unter allen abgefragten Informationskanälen. Bundesweit wird die Internetseite / App der Unterkunft allerdings noch deutlich häufiger (55%) als Informationsquelle herangezogen – die Nutzung der Website der regionalen / lokalen Tourismusorganisation ist hingegen bundesweit genauso hoch (35%). **Mit Blick auf die starke Nutzung der Websites sollte es daher höchstes Ziel in der**

Außenkommunikation sein, diese attraktiv, d.h. inhaltlich aktuell, übersichtlich und benutzerfreundlich zu gestalten.

An zweiter Stelle der Beliebtheit steht die Gruppe der Broschüren, Inserate und Berichte mit einem Anteil von 29% (bundesweit: 32%), gefolgt von persönlichen Empfehlungen/Auskünften (27%, bundesweit: 29%; siehe Abbildung 3). Bei den Broschüren zeigt sich im Detail, dass in Sachsen-Anhalt vor allem analoge Broschüren der regionalen/lokalen Tourismusorganisationen deutlich häufiger genutzt werden (17%) als im deutschen Durchschnitt (3%). **Entsprechend sollten auch Printbroschüren zumindest vorerst unbedingt das digitale Informationsangebot ergänzen.** Mittelfristig ist ggf. zu prüfen, inwieweit Printprodukte durch digitale Angebote ersetzt werden können. Der Anteil der **Nutzung von Social Media ist mit 9% (bundesweit: 11%) noch recht gering.**

Abbildung 3:

Informationskanäle (aggregiert) – Sachsen-Anhalt Gäste und Deutschland-Gäste im Vergleich (Angaben in %, Mehrfachnennungen möglich)



Frage: Wie haben Sie (bzw. Ihre Reisebegleitung) sich über das Reiseziel informiert?

Quelle: dwif 2024; Datenbasis landesweite Gästebefragung in Sachsen-Anhalt, n = 2.032

Innerhalb der einzelnen Regionen in Sachsen-Anhalt sind die Unterschiede mit Blick auf die fünf übergeordneten Gruppen überwiegend marginal. Auffällig ist lediglich, dass sich Urlaubsgäste in den drei größten Städten des Bundeslands überdurchschnittlich häufig über Social Media informieren (17%). Bei Betrachtung der genutzten Informationskanäle im Detail fällt im regionalen Vergleich zudem auf, dass Reisende im Harz sowie in der Region Saale-Unstrut überdurchschnittlich oft auf Informationen der regionalen/lokalen Tourismusorganisation zurückgreifen (Internetseite der regionalen/lokalen Tourismusorganisation: 42% bzw. 41%; Broschüren der regionalen/lokalen Tourismusorganisation: 21% bzw. 23%).

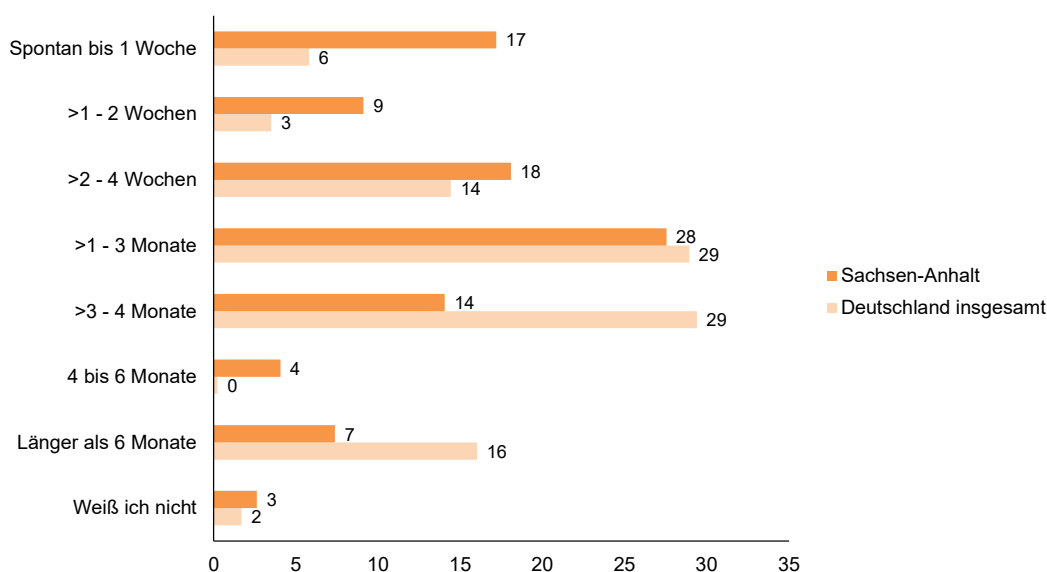
**Buchungsverhalten: häufig kurzfristig und direkt in der Unterkunft**

Unter den befragten Urlaubsreisenden in Sachsen-Anhalt zeigt sich eine **höhere Spontanität** als bei den Urlaubsreisenden innerhalb Deutschlands insgesamt. Während deutschlandweit nur in 6% der Fälle die Buchung der Reise innerhalb von einer Woche vor Reiseantritt erfolgt, ist dies in Sachsen-Anhalt bei 17% der Urlaubsreisen der Fall. Weitere 27% der Gäste buchen ihre Urlaubsreise nach Sachsen-Anhalt innerhalb von ein bis vier Wochen vor Reiseantritt (bundesweit: 17%). **Nur jeder vierte Urlaubsgast in Sachsen-Anhalt (25%) bucht mehr als drei Monate im Voraus** – deutschlandweit tut dies hingegen nahezu jeder zweite Urlaubsgast (46%, siehe auch Abbildung 4).

Im Reisegebiet Saale-Unstrut sind die Urlaubsgäste besonders spontan: Mehr als jede vierte Urlaubsreise (27%) in dieser Region wird erst innerhalb von einer Woche vor Reiseantritt gebucht. Ein ähnliches Bild zeigt sich auch in den Städten des Bundeslandes, wo sich fast 21% der Reisenden innerhalb von einer Woche vor Reiseantritt für die Buchung entscheidet.

Abbildung 4:

Buchungszeitpunkt – Sachsen-Anhalt Gäste und Deutschland-Gäste im Vergleich (Angaben in %)



Abweichungen sind rundungsbedingt. Frage: Wie lange vor der Abreise haben Sie die Reise zum jetzigen Aufenthaltsort gebucht?

Quelle: dwif 2024; Datenbasis landesweite Gästebefragung in Sachsen-Anhalt, n = 2.032

Bei der Art und Weise wie die Unterkunft/das Reisepaket gebucht wurde, liegt Sachsen-Anhalt bei den Online-Buchungen trotz eines Anteils von 52% recht deutlich unter dem bundesweiten Durchschnitt von 63%. Der zweitwichtigste Buchungsweg ist in Sachsen-Anhalt das Telefon, das mit 18% der Buchungen (bundesweit ebenso 18%) leicht häufiger genutzt wird als E-Mails (17%; bundesweit: 9%). Persönlich, entweder im Reisebüro oder vor Ort in der Unterkunft, haben 5% der Urlaubsgäste gebucht (bundesweit: 3%).

Bei der Online-Buchungsquote zeigt sich ein deutlicher Unterschied zwischen den Städten Sachsens-Anhalts und den ländlichen Regionen (Flach- und Hügelland): In den Städten entspricht der Anteil



der Online-Buchungen mit 62% dem deutschen Durchschnitt. Im Flach- und Hügelland wird hingegen nicht einmal jede zweite Buchung (45%) online durchgeführt. Gleichzeitig wird das Telefon in diesen Regionen überdurchschnittlich häufig zur Buchung genutzt (23%).

Mehr als die Hälfte der Buchungen der Urlaubsgäste in Sachsen-Anhalt erfolgten direkt bei der Unterkunft (57%) – diese Buchungsstelle ist damit deutlich beliebter als unter den Urlaubsgästen in Deutschland insgesamt (45%). Neben dieser Direktbuchung werden 33% der Unterkunfts-Buchungen in Sachsen-Anhalt über Internet-Reiseportale, Buchungsplattformen oder Reiseveranstalter im Internet durchgeführt – der Anteil an dieser Buchungsstelle ist bundesweit mit 40% wiederum höher. Die übrigen Buchungsstellen weisen in Sachsen-Anhalt nur sehr geringe Anteile (<3%) auf. Beim Blick auf die Ergebnisse der Reisegebiete fällt auf, dass in Saale-Unstrut sowie in Anhalt-Wittenberg (inklusive Stadt Dessau-Roßlau) der Anteil der Buchungen direkt in der Unterkunft mit 68% bzw. 61% noch höher ist als im Bundeslandschnitt.

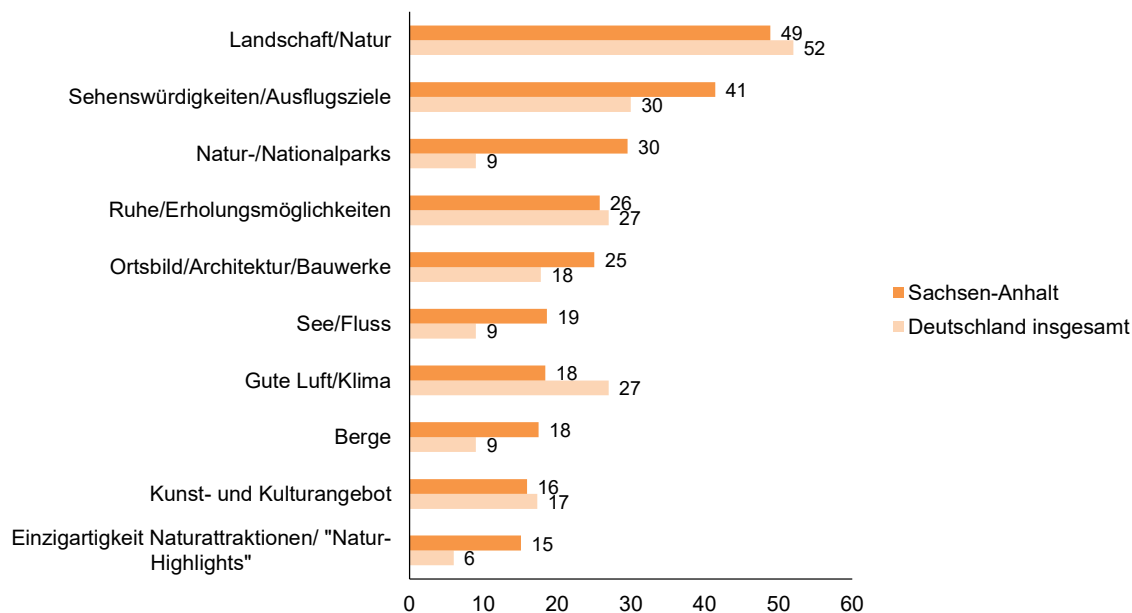
Entscheidungsgründe: Landschaft, Natur, Sehenswürdigkeiten und Ausflugziele sowie Natur- und Nationalparks führen das Ranking in Sachsen-Anhalt an

Auf die Frage, warum sich die Urlaubsgäste für die Region als Urlaubsziel entschieden haben, konnten die Befragten aus einer Vielzahl von Antwortoptionen die für sie zutreffenden auswählen. In Abbildung 5 sind die zehn am häufigsten genannten Entscheidungsgründe im Vergleich zu den Ergebnissen für Deutschland insgesamt dargestellt. **Bei knapp der Hälfte der Befragten in Sachsen-Anhalt (49%) war unter anderem die Landschaft/Natur ausschlaggebend für den Besuch (bundesweit: 52%), gefolgt von den Sehenswürdigkeiten und Ausflugszielen (41%) und Natur- und Nationalparke (30%).** Weitere waren bundesweit wiederum nur bei 30% der Urlaubsreisen entscheidungsrelevant – Natur- und Nationalparke sogar nur bei 9%. Auch die Ruhe- und Erholungsmöglichkeiten (26%) sowie das Ortsbild, die Architektur und Bauwerke (25%) spielten bei vielen Befragten eine wichtige Rolle bei der Entscheidungsfindung für das Reiseziel in Sachsen-Anhalt.

Innerhalb der Reisegebiete unterscheiden sich aufgrund der verschiedenen Attraktionen vor Ort die Entscheidungsgründe naturgemäß. Im Harz sind beispielsweise sogar für 65% der Befragten die Landschaft und Natur ein ausschlaggebender Grund für einen Besuch in dieser Region gewesen, gefolgt von Natur- und Nationalparks (49%) und den Bergen (41%). Bei der Entscheidung für eine Reise in eine der drei großen Städte Sachsen-Anhalts führen wiederum die Sehenswürdigkeiten bzw. Ausflugsziele (57%), das Ortsbild, die Architektur und Bauwerke (32%) und das Kunst- und Kulturangebot (32%) die Entscheidungsgründe an.

Abbildung 5:

Entscheidungsgründe Top 10 – Sachsen-Anhalt Gäste und Deutschland-Gäste im Vergleich (Angaben in %, Mehrfachnennungen möglich)



Frage: Warum haben Sie sich für diese Region als Urlaubsziel entschieden?

Quelle: dwif 2024; Datenbasis landesweite Gästebefragung in Sachsen-Anhalt, n = 2.032