

Magdeburg Marketing Kongress und Tourismus GmbH

Permanente Gästabefragung der Landeshauptstadt Magdeburg

Auswertung – Amt für Statistik, Wahlen und demografische

Stadtentwicklung

Motivation

- Touristen die Magdeburg besuchen, sind der Spiegel für die Tourismuslandschaft in Magdeburg.
- Der Gruppe der Touristen unterscheidet sich dabei in Tages- und Übernachtungsgäste, die wiederum unterschiedliche Präferenzen und Motive für ihre Besuche haben.
- Nicht zu vernachlässigen ist der wirtschaftliche Aspekt der durch Touristen ausgeht.
- Doch wie denken Touristen über Magdeburg? Wie sind ihre Einstellungen und wie ist ihre Zufriedenheit zu unterschiedliche Themen mit touristischen Hintergrund.
- Problem: Der Tourist ist wie ein „Scheues Reh“.

Rahmendaten zur Studie

- Auftraggeber und Durchführung: Magdeburg Marketing Kongress und Tourismus GmbH
- Konzeption und Auswertung: Amt für Statistik, Wahlen und demografische Stadtentwicklung
- Laufzeit: 01.09.2016 bis 02.09.2018
- Modus: Straßenbefragung und Pen-and-Pencil (Auslage)
- Zielgruppe: Tages- und Übernachtungsgäste der Landeshauptstadt
- Stichprobendesign: Convenience-Sample

Stichprobe

269
Befragte

- Gesamtzahl der Befragungsteilnehmer
 - Grundgesamtheit bilden Besucher der Landeshauptstadt Magdeburg, welcher die Stadt als Übernachtungs- oder Tagesgäste zwischen dem 01.09.2016 und dem 02.09.2018 besucht haben.
- ▶ [Befragte nach Art der Befragung und Art des Aufenthaltes](#)

Auslage

32
Übernachtungs-
gäste

- Auslage des Fragebogens in verschiedenen Beherbergungsbetrieben der Landeshauptstadt Magdeburg
- Befragungsmodus: Pen-& Pencil-Befragung
- Teilnahmeincentiv: Postkarte der Stadt Magdeburg

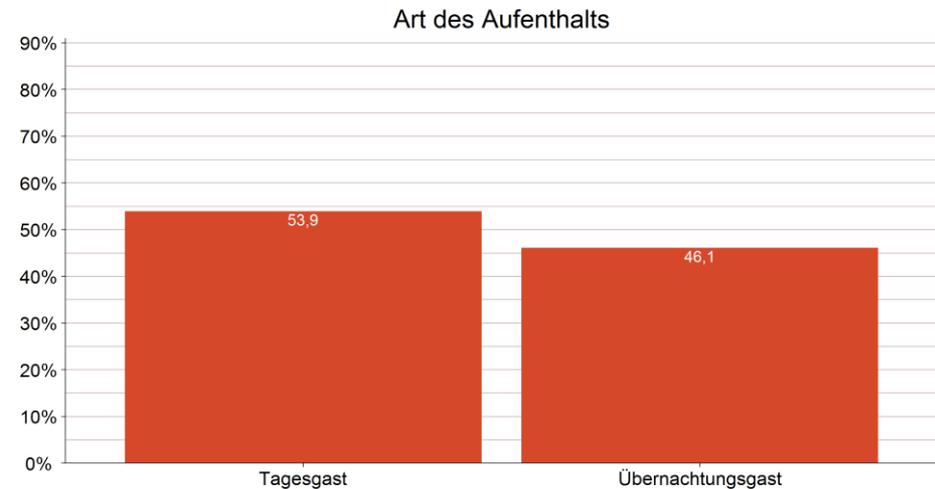
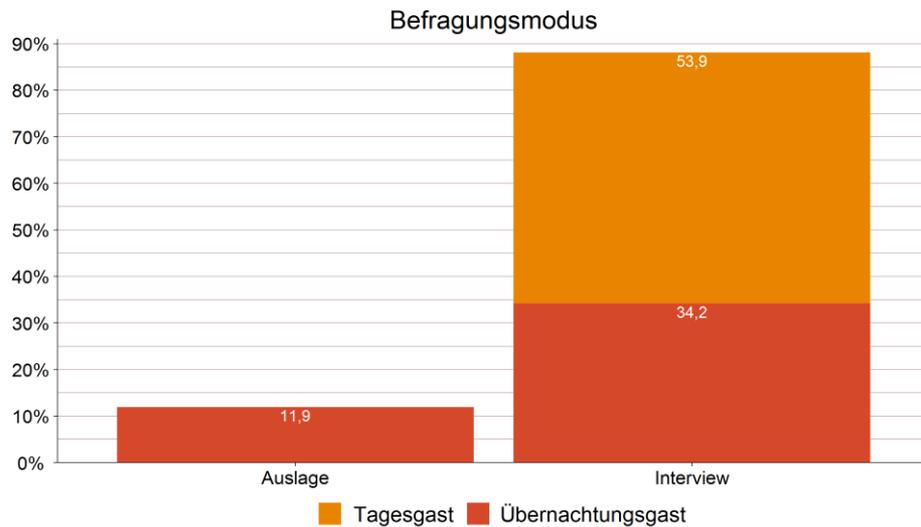
237 Interview

92
Übernachtungs-
gäste

145
Tagesgäste

- Straßenbefragung mit wechselnden Interviewern über den gesamten Zeitraum
 - Wechselnde Wochentage/Jahreszeiten
 - Hauptbefragungszeiträume sind Frühjahr und Herbst → dies entspricht den Hauptreisezeiten dt. Übernachtungsgäste lt. Fremdenverkehrsstatistik
- ▶ [Befragte nach Zeitpunkt der Befragung](#)
- Wechselnde Anlässe (Alltag und während bestimmter Veranstaltungen)
 - Wechselnde Orte → Hauptbefragungsorte waren touristische Anziehungspunkte rund um den Dom und den alten Markt
 - Dom-Areal 90 Befragte
 - Areal Alter Markt 51 Befragte
- ▶ [Befragte nach Ort und Anlass der Befragung](#)

Art der Befragung und Art des Aufenthaltes



© Magdeburg Marketing Kongress und Tourismus GmbH
erstellt von: Landeshauptstadt Magdeburg, Amt für Statistik, Wahlen und demografische Stadtentwicklung

© Magdeburg Marketing Kongress und Tourismus GmbH
erstellt von: Landeshauptstadt Magdeburg, Amt für Statistik, Wahlen und demografische Stadtentwicklung



Rahmendaten zum Aufenthalt I

⇒ Vorerfahrung

- Die meisten befragten Gäste waren das erste Mal in der Stadt (40,7 %; 109 Personen).
Von diesen ...
 - ... stammt über die Hälfte aus den an Sachsen-Anhalt angrenzenden Bundesländern.
 - ... war über ein Drittel Übernachtungsgast.
 - ... gaben über vier Fünftel als vorrangigen Reisegrund Sightseeing/Kultureisen an.
- Ein Drittel der Befragten (33,2 %; 89 Personen) waren schon öfter (mehr als 5mal) in Magdeburg. Von diesen ...
 - ... kamen knapp jeweils drei Viertel im Rahmen eines Tagesausfluges und aus Sachsen-Anhalt.
 - ... gaben jeweils etwa zwei Fünftel als vorrangigen Reisegrund einen Veranstaltungsbesuch und den Besuch bei Freunden an.

⇒ Anreise

- Die meisten befragten Gäste (58,1%) sind mit dem Auto angereist.
- Reisende bis 25 Jahre nutzen vorrangig Verkehrsmittel des öffentlichen Nahverkehrs.
- Ein Drittel der über 65-Jährigen Gäste nutzte Fern-/Linien-/Regionalbusse zur Anreise.
- 9 von 10 Tagesgästen sind direkt aus dem Umland angereist.

⇒ Art der Unterkunft

- Häufigste Unterkunftsform (40,2%) der Übernachtungsgäste waren Hotels bzw. Hotel garnis.
 - Die unter 25-Jährigen schliefen größtenteils bei Bekannten/Verwandten.
 - Jeweils ein Drittel der Reisenden mit Kind schlief in Hotels/Hotel garnis oder auf einem Camping-Platz.
- Übernachtungen wurden meist direkt beim Vermieter oder über Online gebucht.

⇒ Ausgaben und Dauer des Aufenthaltes

- Die meisten Tagesgäste blieben 4 bis 6 Stunden in der Stadt; die meisten Übernachtungsgäste 1 bis 3 Nächte.
- Durchschnittlich Ausgaben pro Tag lagen bei den befragten Tagesgästen bei 45,21 €. Übernachtungsgäste gaben im Durchschnitt 38,94 € pro Tag (abzüglich Übernachtung).

Rahmendaten zum Aufenthalt II

- Die drei häufigsten Reisegründe sind Sightseeing (55,8%), Freunde und Bekannte treffen (38,2%) sowie Familienausflüge (32,1%).
 - Vor allem ältere Befragte (ab 46 Jahren) geben als Reisegrund einen Sightseeing- bzw. Kulturreise/-ausflug an.
 - Gäste in Begleitung von Kindern besuchen häufiger Veranstaltungen als Gäste ohne Kinder.

⇒ Reisegrund

- Ein Drittel der Gäste hat sich vor dem Aufenthalt in der Stadt nicht gesondert informiert.
- Jeweils etwa ein Viertel der Gäste hat Informationen aus dem Internet allgemein bzw. vom Internetauftritt der Stadt Magdeburg bezogen.
- Besonders die Altersgruppe der 26-35 Jährigen erhielt ihre Information von Bekannten.
- Die Tourist-Information wurde vor allem von den älteren Befragungsteilnehmern genutzt.

⇒ Interessen

- Vier Fünftel der Befragten besuchte die Stadt in Begleitung.
- Die meisten Gäste waren mit Familie oder LebenspartnerIn unterwegs.
- Am häufigsten reisten die Befragten zu zweit.
- Ein Viertel der über 65-Jährigen war mit einer Reisegruppe unterwegs.

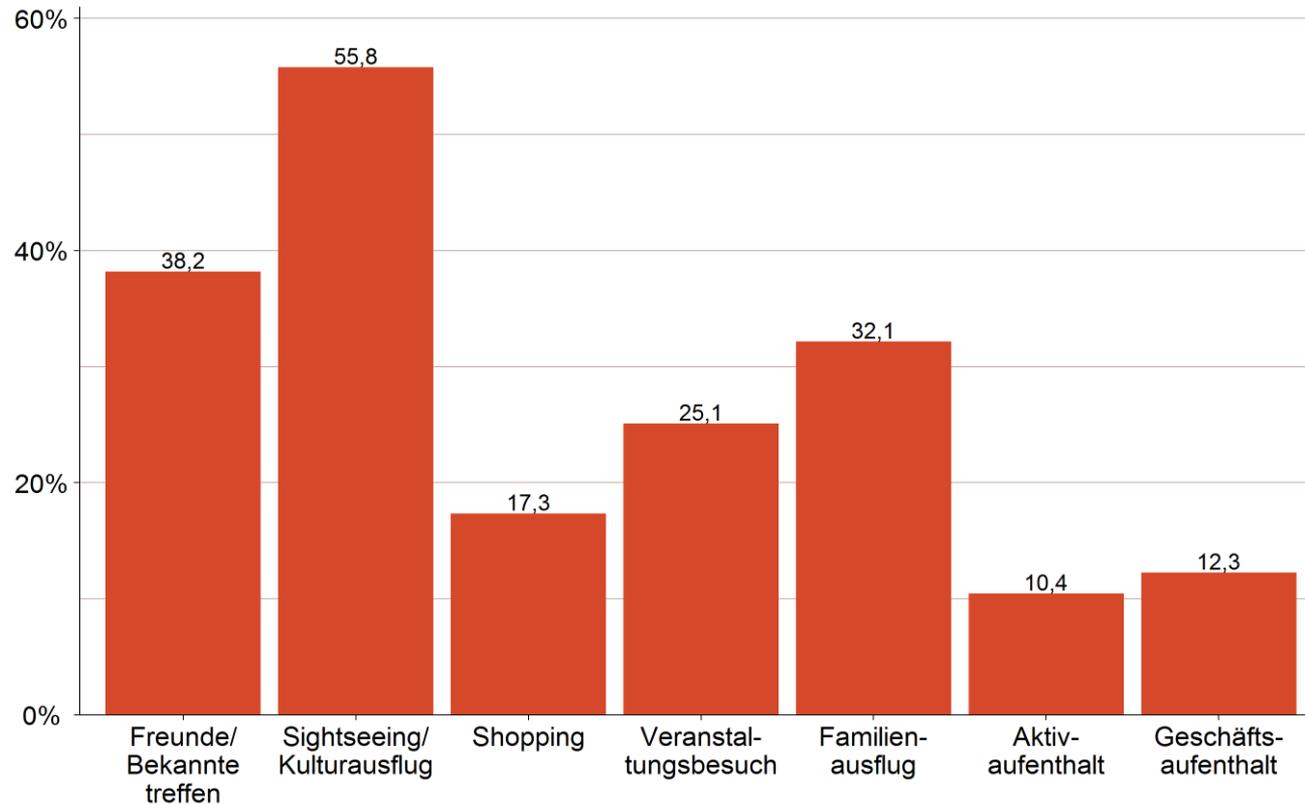
⇒ Reisebegleitung

- Die drei häufigsten geplanten Aktivitäten waren „Essen gehen“ (59,9 %), „Stadtbesichtigung“ (42%) und „Shoppin gehen“ (27,9%).
- Kulturelle Aktivitäten wurden eher von Übernachtungsgästen wahrgenommen.
- Gäste, welche häufiger in der Stadt waren (ab 4-mal), gehen besonders oft Einkaufen und stellen die meisten Kinobesucher.

⇒ (geplante) Aktivitäten

Vorrangige Reisegründe – allgemein

Vorrangige Reisegründe im Überblick
Antworten: 'trifft voll und ganz' bis 'trifft zu'



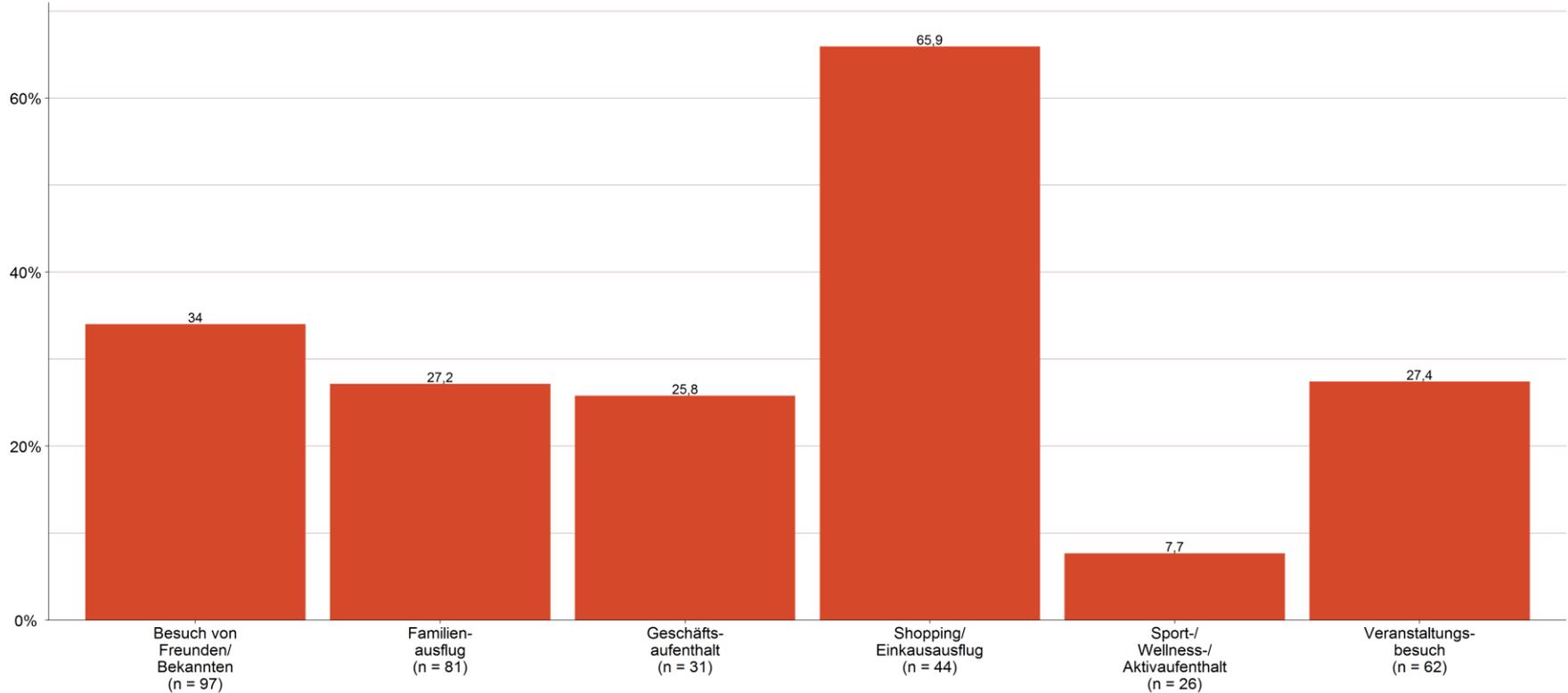
© Magdeburg Marketing Kongress und Tourismus GmbH

erstellt von Landeshauptstadt Magdeburg, Amt für Statistik, Wahlen und demografische Stadtentwicklung



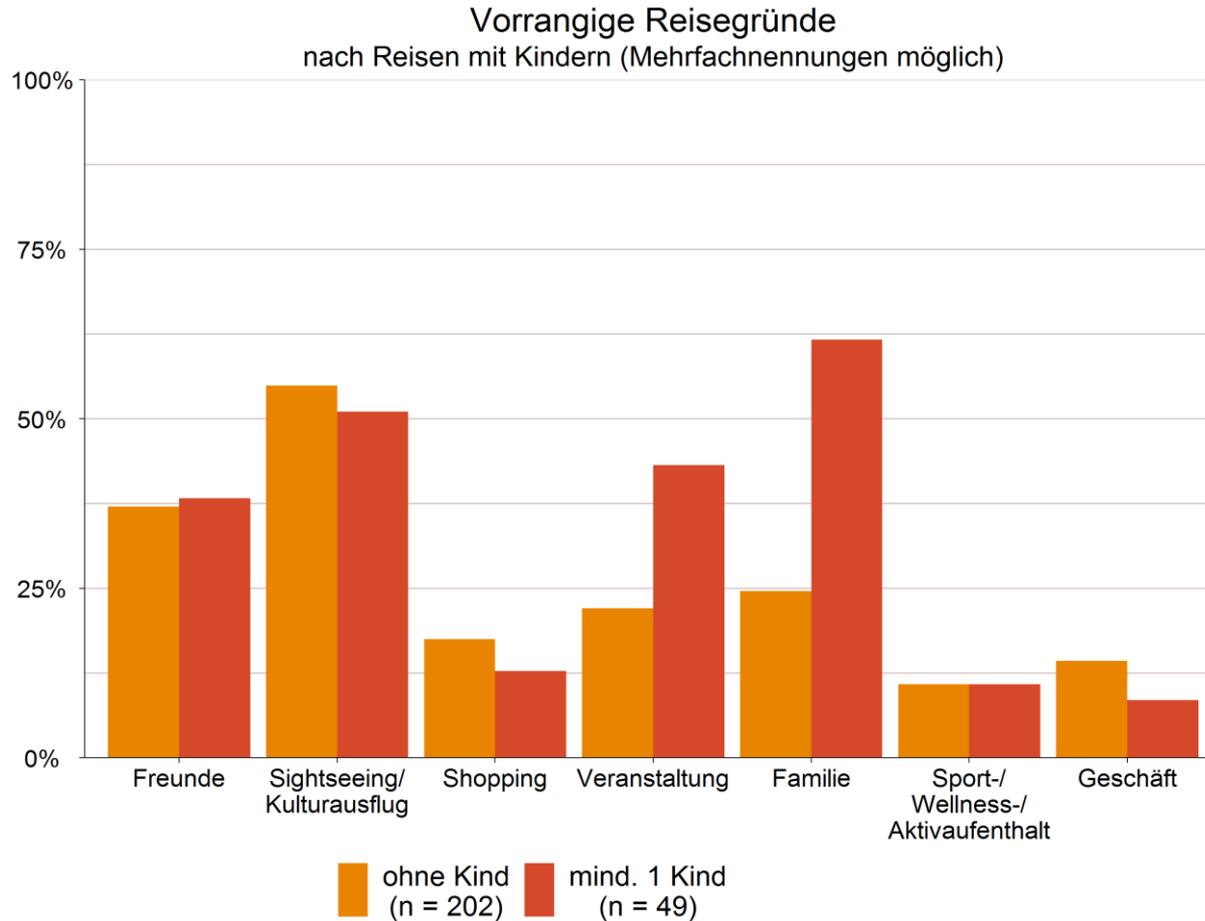
Einkaufen als (geplante) Aktivität nach Reisegründen

Einkaufen als (geplante) Aktivität nach vorrangigen Reisegründen
(Mehrfachnennungen möglich)



© Magdeburg Marketing Kongress und Tourismus GmbH
erstellt von: Landeshauptstadt Magdeburg, Amt für Statistik, Wahlen und demografische Stadtentwicklung

Vorrangiger Reisegründe bei Reisen mit Kindern



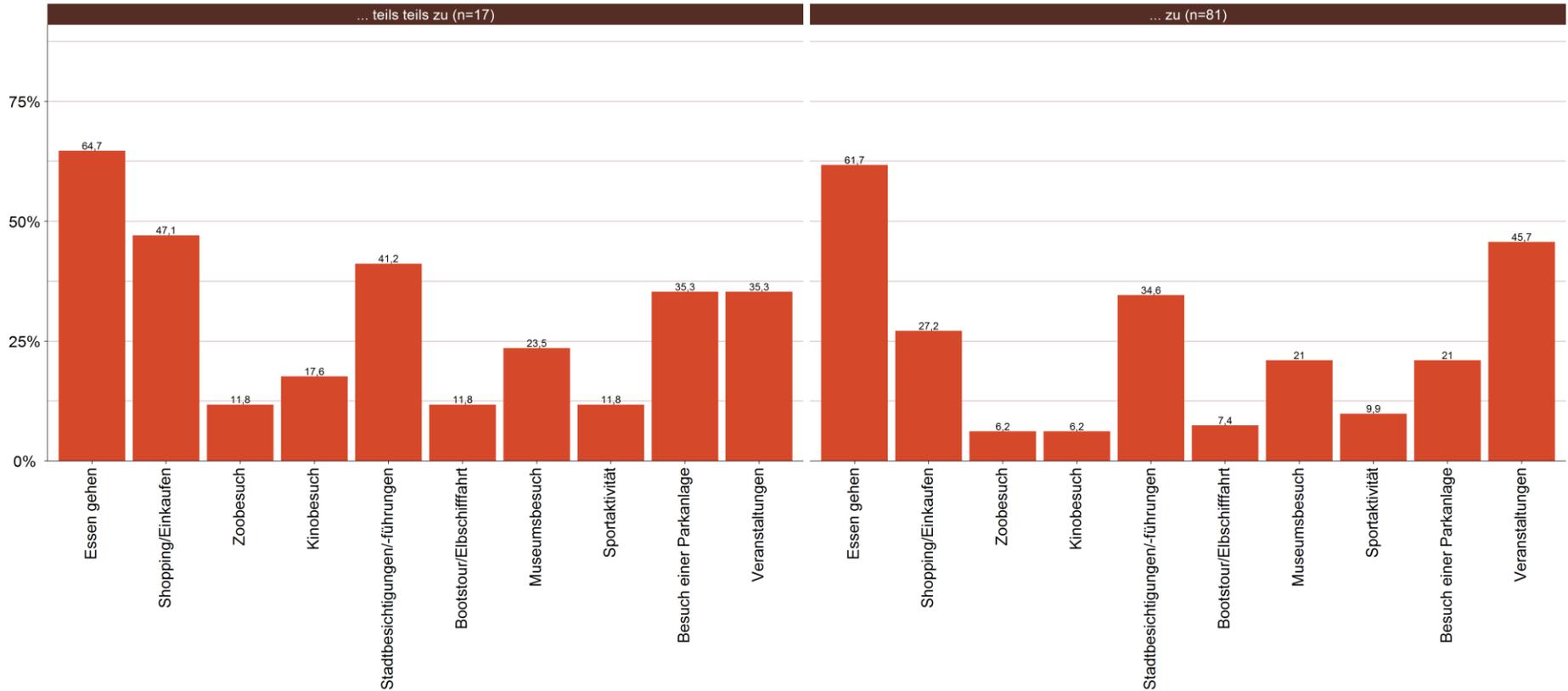
© Magdeburg Marketing Kongress und Tourismus GmbH

erstellt von: Landeshauptstadt Magdeburg, Amt für Statistik, Wahlen und demografische Stadtentwicklung



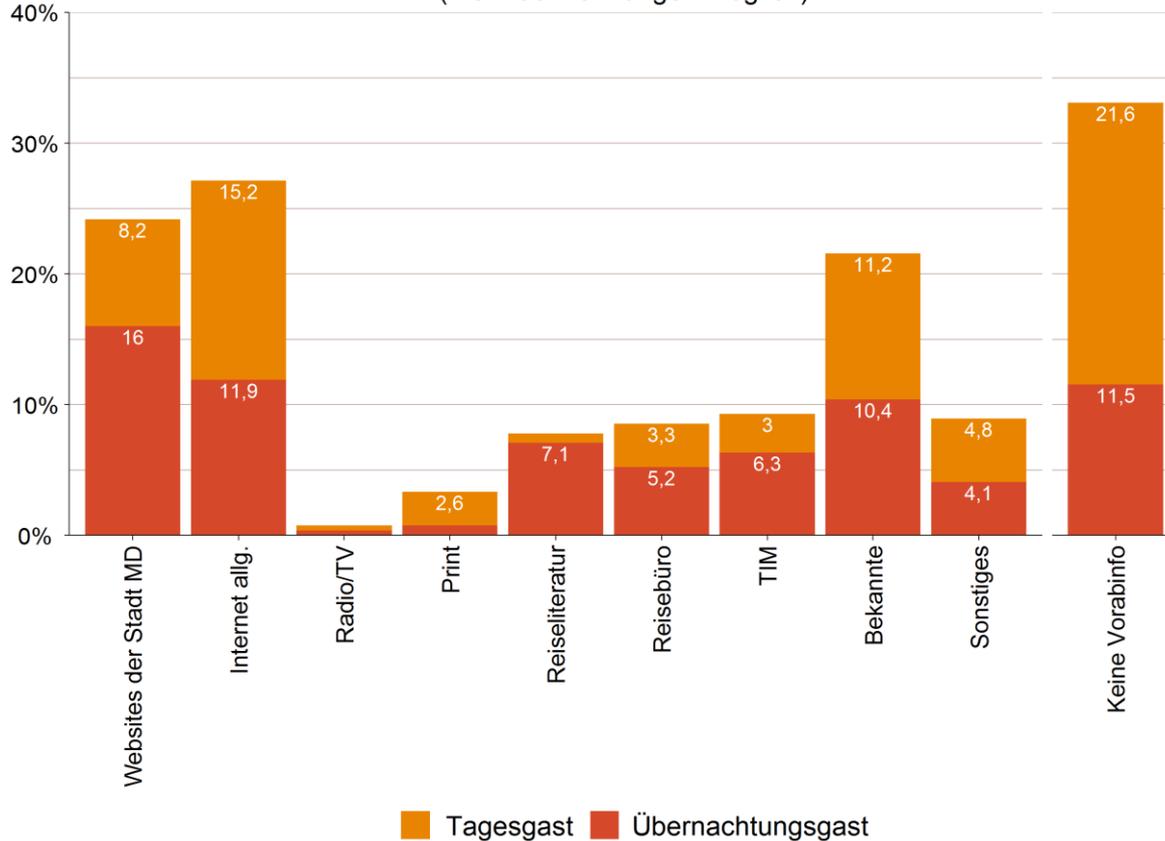
Aktivitäten bei einem Familienausflug

10 häufigsten (geplanten) Aktivitäten
nach Reisegrund Familienausflug trifft... (Mehrfachnennungen möglich)



Interessenlage der Gäste – Informationswege (vorab)

Information im Vorfeld des Aufenthaltes
(Mehrfachnennungen möglich)



- Drei Viertel der Gäste, welche das erste Mal in MD sind, informierte sich über Sehenswürdigkeiten, zwei Fünftel der Gäste über die Stadtgeschichte.
- Mit zunehmender Anzahl an Besuchen in der Stadt stieg das Interesse an Veranstaltungen.
- Regelmäßige Besucher der Stadt sind vor allem am Kulturprogramm interessiert.
- Nur ein gutes Drittel der Übernachtungsgäste, die die Stadt zum ersten Mal besuchten, informierten sich im Vorfeld über Übernachtungsmöglichkeiten.



Image und Bewertungen zu Magdeburg und den Aufenthalt

⇒ Branding

- Über zwei Drittel der Befragten verband den Begriff „Ottostadt“ mit Magdeburg.
- Unter den Altersgruppen variiert die Bekanntheit auffällig zwischen den Lebensphasen:
 - Hohe Bekanntheit bei den unter 25 Jährigen und Personen zwischen 46 und 65 Jahren
- Tagesgäste sahen die Stadt eher als Einkaufsstadt als Übernachtungsgäste.

⇒ Image der Stadt

- Eine Mehrheit der Befragten trat den Besuch in der Landeshauptstadt mit neutralen bis positiven Erwartungen an.
- Bei 43,3% der Befragten wurden die Erwartungen durch den Aufenthalt mindestens eher übertroffen.
- Besonders positiv überrascht (mindestens übertroffen) wurden die Gäste, welche das erste Mal zu Besuch in der Stadt waren (60,8%).

⇒ Bewertungen

- Drei Viertel der Befragten bewertete den Gesamteindruck der Stadt mit gut.
- Männer bewerteten die einzelnen Aspekte meist besser als Frauen mit Ausnahme des Preis-Leistungs-Verhältnisses und des Angebots an Unterkünften.
- Befragte mit niedrigen oder neutralen Erwartungen an die Stadt bewerteten die einzelnen Aspekte tendenziell schlechter.

⇒ Magdeburg als Reiseziel

- Die meisten Gäste können sich einen Wiederholungsbesuch als Tagesgast in der Stadt vorstellen.
- Magdeburg als Reiseziel wird vor allem als Tagesausflug oder für eine Kurzreise empfohlen.
- Die Altersgruppen der 36-45 Jährigen und 56-65 Jährigen würden Magdeburg auf jeden Fall als Reiseziel empfehlen.

Vielen Dank