SACHSEN-ANHALT
Investitions- und Marketinggesellschaft

ZAHLEN /// DATEN /// FAKTEN

TOURISMUS IN SACHSEN-ANHALT

97%
der Sachsen-Anhalt-Gäste können sich einen erneuten Aufenthalt in der besuchten Region vorstellen
Quelle: PEG 2017

Liebe Leserinnen und Leser,
wir freuen uns, Ihnen die erste Ausgabe des Newsletters „Tourismus in Sachsen-Anhalt – Zahlen, Daten, Fakten“ im Jahr 2017 präsentieren zu können. Wir alle im Sachsen-Anhalt-Tourismus benötigen aktuelle Erkenntnisse aus der Marktforschung, um strategische Entscheidungen treffen zu können. Daher möchten wir in gewohnter Form ausgewählte Ergebnisse der uns vorliegenden Studien mit Ihnen teilen.

Dieses Mal stellen wir Ihnen neben den Jahresergebnissen der amtlichen Beherbergungsstatistik wie immer auch die Ergebnisse des GfK/IMT DestinationMonitors Deutschland für das Jahr 2016 vor. Zudem liegen die Ergebnisse der Themenstudie Destination Brand 16 vor. Zum dritten Mal in Folge wurde dabei die Themenkompetenz Sachsen-Anhalts gemessen, so dass wir Informationen dazu haben, für wie geeignet die deutsche Bevölkerung Sachsen-Anhalt beispielsweise für einen Kultur- oder Natururlaub hält, wie sich die Kompetenzzuschreibung seit 2010 entwickelt hat und wie wir uns damit im Konkurrenzumfeld platzieren. Darüber hinaus liegen uns nun auch erste endgültige Ergebnisse der Permanenten Gästebefragung in Sachsen-Anhalt für Land und Reisegebiete vor. Hier präsentieren wir Ihnen Auszüge mit besonderem Fokus auf der Zufriedenheit unserer Gäste.

Wir hoffen, die von uns ausgewählten Informationen stoßen auf Ihr Interesse. Bei Fragen zu den Daten stehen wir Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung!

Wir wünschen eine spannende Lektüre!

Jahresbilanz auf Basis der amtlichen Beherbergungsstatistik 2016

Erfolgreiches Tourismusjahr für die gewerblichen Unterkunftsbetriebe

Der Sachsen-Anhalt-Tourismus setzt seinen Wachstumskurs auch im Jahr 2016 fort. Mit **3,2 Mio. Ankünften** konnte das Bundesland **+2,2% mehr Gäste** als im Vorjahr in seinen Beherbergungsbetrieben mit zehn und mehr Betten sowie auf Campingplätzen mit mehr als neun Stellplätzen begrüßen. Die **Übernachtungen** stiegen

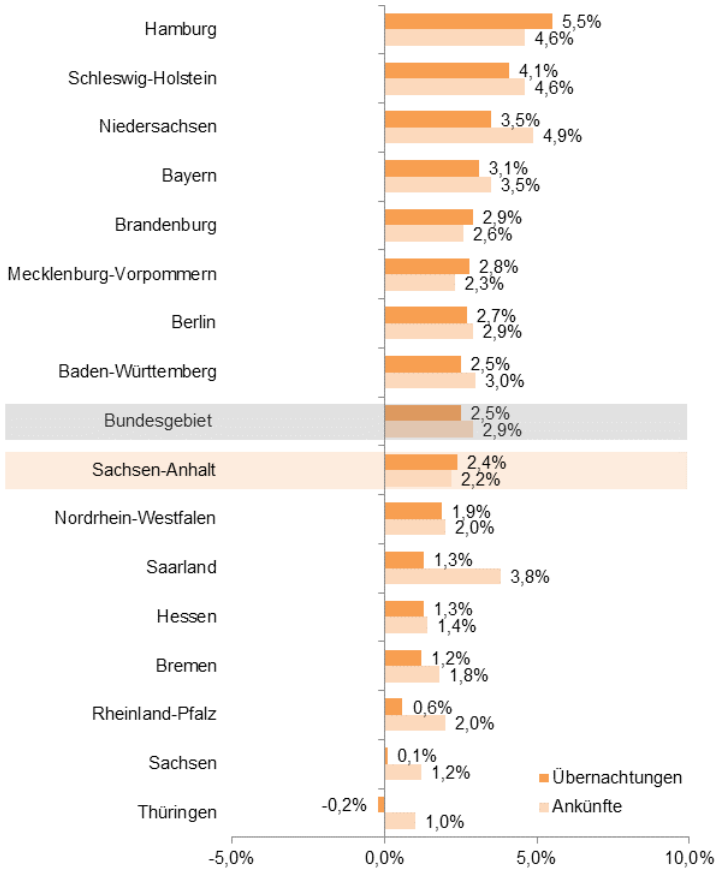
Inhalt

- **Jahresbilanz auf Basis der amtlichen Beherbergungsstatistik 2016** **Seite 1**
- **Jahresergebnisse des GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland für Sachsen-Anhalt 2016** **Seite 4**
- **Ergebnisse der Studie Destination Brand 16: Die Themenkompetenz deutscher Reiseziele** **Seite 5**
- **Ausgewählte Ergebnisse der Permanenten Gästebefragung Sachsen-Anhalt (PEG) 2016 für Land und Regionen** **Seite 8**

gegenüber dem Jahr 2015 um **+2,4%** auf einen neuen **Rekordwert von knapp 7,8 Mio**. Seit 2010 ist die Zahl der Gästeankünfte damit um +13,6% gestiegen, das Übernachtungsaufkommen wuchs im selben Zeitraum um +15,7%.

Mit Zuwachsraten von +2,9% mehr Gästen und +2,5% mehr Übernachtungen hat sich der Deutschlandtourismus 2016 etwas weniger gut entwickelt als 2015 (+3,7% bzw. +2,9%), dennoch setzt er sein langfristiges Wachstum fort. Am erfolgreichsten verlief das Tourismusjahr 2016 für Hamburg, Schleswig-Holstein und Niedersachsen, die jeweils die höchsten Steigerungsraten an Gästeankünften und Übernachtungen erzielten. Sachsen-Anhalt liegt mit seinen Wachstumsraten knapp unterhalb des Bundesmittels. Hinsichtlich des Übernachtungswachstums ordnet sich das Reiseland auf Rang 9, bezogen auf die Gästeankünfte auf Rang 10 der Bundesländer ein.

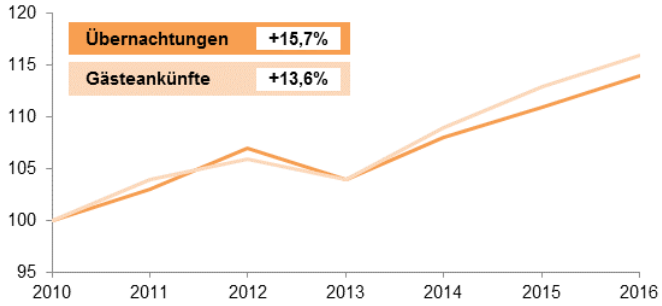
Übernachtungen und Ankünfte in Betrieben ≥ 10 Betten inkl. Camping 2016 (Veränderung zum Vorjahr in %)



Quelle: Statistisches Bundesamt, 2017

Wie bereits unterjährig zu erkennen war, fällt die **Entwicklung der Gäste- und Übernachtungszahlen in den sachsen-anhaltischen Reisegebieten recht unterschiedlich** aus. Die Region „Harz und Harzvorland“ verzeichnete 2016 den im Vergleich zum Vorjahr höchsten Zuwachs seiner Gästezahlen (+4,9%). Auch die Region „Halle, Saale, Unstrut“ liegt mit +3,9% mehr Gästeankünften über dem Landesmittel Sachsen-

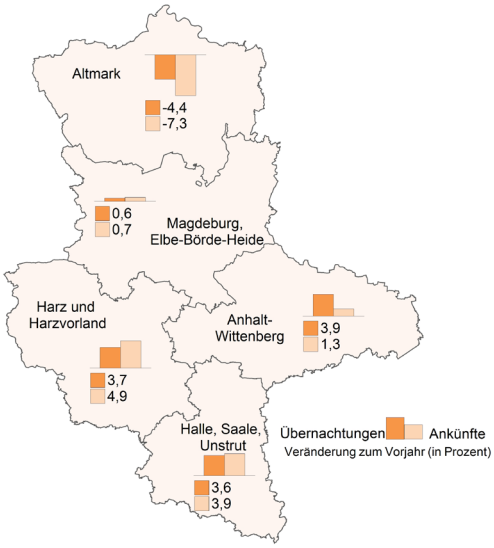
Übernachtungen und Ankünfte Jahr 2010 - 2016 in Betrieben ≥ 10 Betten inkl. Camping in Sachsen-Anhalt (Indexwerte 2010 bis 2016, Veränderungsrate 2016 zu 2010 in %)



Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, 2011-2017

Anhalts von +2,2%. Die Region „Anhalt-Wittenberg“ kann dagegen anteilig am meisten Übernachtungen hinzugewinnen (+3,9%), gefolgt von den Reiseregionen „Harz und Harzvorland“ (+3,7%) und „Halle, Saale, Unstrut“ (+3,6%). Die Altmark verzeichnet sowohl bei den Ankünften als auch bei den Übernachtungen auffallend hohe Rückgänge (-7,3% bzw. -4,4%), was allerdings in erster Linie auf den sehr erfolgreichen Verlauf des Vorjahres zurückzuführen sein dürfte, als die Bundesgartenschau (BUGA) in der Havelregion gastierte und die Altmark überdurchschnittlich viele Gästeankünfte und Übernachtungen verbuchen konnte. Die Tourismuszahlen für die Region „Magdeburg, Elbe-Börde-Heide“ weisen eine im Vergleich zum Landesmittel unterdurchschnittliche, aber dennoch leicht positive Entwicklung auf (+0,7% Ankünfte, +0,6% Übernachtungen).

Übernachtungen und Ankünfte in Betrieben ≥ 10 Betten inkl. Camping nach Reisegebieten 2016 (Veränderung zum Vorjahr in %)



Quelle: Statistisches Bundesamt, 2017; Kartengrundlage: GfK Regiomarketing

Mit **knapp 3,0 Mio. Gästeankünften und rund 7,2 Mio. Übernachtungen** kamen im Jahr 2016 92% bzw. 93% des gesamten Gäste- bzw. Übernachtungsaufkommens in den gewerblichen Beherbergungsbetrieben in Sachsen-Anhalt **aus dem Inland**. Die **261 Tsd.**

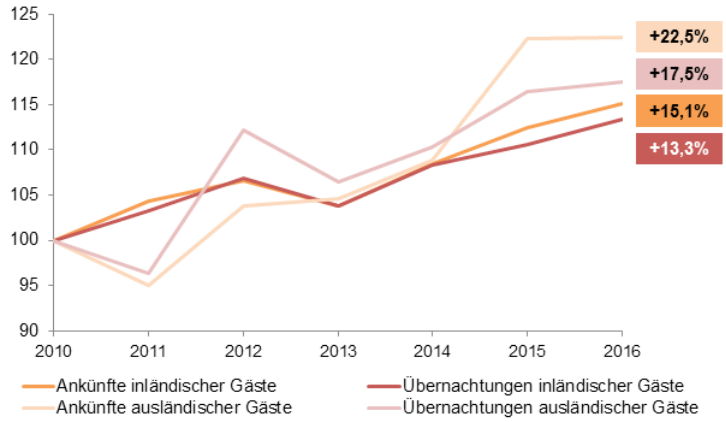
Ankünfte aus dem Ausland machten entsprechend 8% des Gästeaufkommens aus, die knapp **557 Tsd. Übernachtungen ausländischer Gäste** entsprachen 7% aller Übernachtungen in gewerblichen Unterkünften des Landes.

Für **Deutschland insgesamt** hat das Tourismusjahr 2016 erstmals nach Jahren des stetigen Wachstums eine **Abschwächung der Nachfrage aus dem Ausland** gebracht. So meldet das Statistische Bundesamt deutschlandweit entgegen der Entwicklung der vergangenen Jahre höhere Zuwachsraten im Inlands- als im Auslandstourismus, wenngleich dieser trotz schwieriger weltwirtschaftlicher Rahmenbedingungen, der Brexit-Thematik oder auch der nach wie vor angespannten Sicherheitslage weiter wächst. Dieser Trend zeichnete sich unterjährig für **Sachsen-Anhalt** noch nicht ganz so stark ab, in der Gesamtschau des Jahres 2016 ergeben sich jedoch sowohl für die Gästeankünfte (+2,4% Inlandsgäste, +0,1% Auslandsgäste) als auch für die Übernachtungen (+2,5% Inlandsübernachtungen, +1,0% Auslandsübernachtungen) **höhere Zuwächse aus dem inländischen als aus der Gesamtheit der ausländischen Quellmärkte**.

In den **Reisegebieten** verlief die **In- und Auslandsnachfrage 2016 sehr unterschiedlich**. Während im „Harz und Harzvorland“ und in der Region „Magdeburg, Elbe-Börde-Heide“ die Zuwächse der Inlandsnachfrage über denen der Auslandsnachfrage lagen (letztere Region verzeichnete deutliche Rückgänge in der Auslandsnachfrage), verbuchten die Regionen „Halle, Saale, Unstrut“ und „Anhalt-Wittenberg“ höhere Zuwachsraten aus dem Ausland als aus dem Inland. Die „Altmark“ konnte ebenso überdurchschnittliche Zuwachsraten an Gästen und Übernachtungen aus dem Ausland erzielen, verzeichnete jedoch zugleich aufgrund des BUGA-bedingten sehr starken Vorjahres deutliche Rückgänge in der volumenmäßig um ein Vielfaches gewichtigeren Inlandsnachfrage, so dass die Reiseregion wie oben aufgezeigt im Gesamtergebnis auf einen Nachfragerückgang gegenüber 2015 kommt.

Die **Zeitreihe zur Entwicklung der in- und ausländischen Nachfrage in Sachsen-Anhalt** zwischen 2010 und 2016 zeigt die Abschwächung der Auslands- gegenüber der Inlandsnachfrage im Jahr 2016 sowie auch das deutlich geringere Wachstum der Auslandsnachfrage im Jahr 2016 gegenüber dem – bezogen auf die Gewinnung ausländischer Gäste – sehr erfolgreichen Jahr 2015. Im gesamten Verlauf der Zeitreihe zeigt sich jedoch auch, dass die Ansprache ausländischer Besucher in Sachsen-Anhalt durchaus erfolgreich ist: Das **Übernachtungs- und insbesondere das Gästeaufkommen aus dem Ausland hat sich – relativ betrachtet – in der Summe der vergangenen Jahre besser entwickelt als das der Inländer**. Während die Zahl ausländischer Übernachtungen im Jahr 2016 um +17,5% über der im Jahr 2010 lag, betrug die Steigerung der inländischen Übernachtungen im selben Zeitraum nur +13,3%. Noch deutlicher fällt der Unterschied bei den Ankünften aus (+22,5% gegenüber +15,1%).

Übernachtungen und Ankünfte in- und ausländischer Gäste in Betrieben ≥ 10 Betten inkl. Camping 2010 – 2016 (Indexwerte 2010 - 2016, Veränderung 2016 zu 2010 in %)



Quelle: Statistisches Bundesamt, 2011-2017

Mit 38,9 Tsd. Gästeankünften und 89,4 Tsd. Übernachtungen bleiben die **Niederlande** auch im Jahr 2016 **der wichtigste ausländische Quellmarkt für Sachsen-Anhalt. Es folgen Dänemark** (25,5 Tsd. Ankünfte, 48,3 Tsd. Übernachtungen) und Polen (19,6 Tsd. Ankünfte, 59,7 Tsd. Übernachtungen) als zweit- und drittwichtigste ausländische Quellmärkte für Sachsen-Anhalt nach Ankünften bzw. Übernachtungen. Insgesamt kommt knapp jeder dritte ausländische Gast und etwas mehr als jede dritte Übernachtung eines Ausländers in Sachsen-Anhalt aus einem dieser Märkte.

Wichtigster Auslandsmarkt in Übersee sind nach wie vor die **USA**, trotz eines Rückgangs der Gäste- (-2,1% auf knapp 12,8 Tsd. Ankünfte) und Übernachtungszahlen (-9,4% auf 23,7 Tsd. Übernachtungen) im vergangenen Jahr. Während die „Altmark“ (auf sehr niedrigem absoluten Niveau) und insbesondere die Region „Anhalt-Wittenberg“ gegenüber dem Vorjahr Gäste aus den USA hinzugewinnen konnten, konnten die anderen drei Reiseregionen Sachsen-Anhalts 2016 zum Teil deutlich weniger US-Amerikaner in ihren Tourismusorten begrüßen als noch im Vorjahr.
Deutschlandweit entwickelte sich die Nachfrage aus dem US-Markt 2016 zwar positiv (+2,5% Übernachtungen), allerdings auch in schwächerer Form als in den Vorjahren (2015: +8,5%, 2014: +5,0%). Die Zunahme der US-Gäste in Sachsen-Anhalt im Jahr 2015 um knapp +20% gegenüber 2014 zeigt zudem, dass zumindest der Rückgang der Gästezahlen aus den USA von einem hohen Niveau ausgehend erfolgt.

Jahresergebnisse des GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland für Sachsen-Anhalt 2016

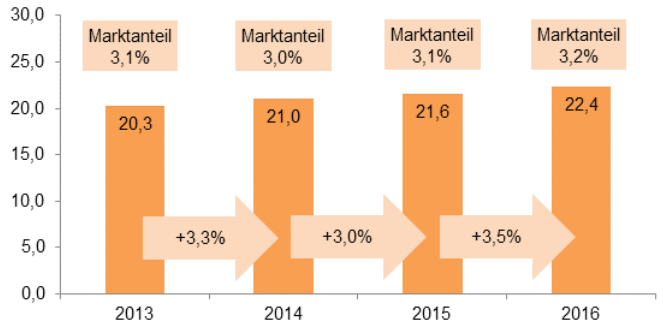
Positive Entwicklung des inländischen Übernachtungstourismus setzt sich fort

Die Hochrechnungen des GfK/IMT DestinationMonitors Deutschland ergeben für das Jahr 2016 rund **6,8 Mio. Reisen und knapp 22,4 Mio. Übernachtungen durch inländische Übernachtungsgäste** in Sachsen-Anhalt. Die Anzahl der **Reisen konnte gegenüber dem Vorjahr um +3,2% gesteigert werden**, das **Übernachtungsaufkommen liegt +3,5% über dem Niveau des Jahres 2015**. Berücksichtigt sind die privaten und geschäftlichen Reisen der Inländer unabhängig von der gewählten Unterkunftsart ab einer Distanz von 50 km zwischen dem Wohnort des Reisenden und dem Zielort der Reise.

Deutschlandweit hat sich der Inlandstourismus im Jahr 2016 ebenfalls positiv entwickelt, allerdings auf einem niedrigeren Niveau als in Sachsen-Anhalt. Die Zahl der Reisen stieg gegenüber dem Vorjahr um +1,5% auf 184,6 Mio., die der Übernachtungen um +1,3% auf 700,8 Mio. **Sachsen-Anhalt kann sich damit auch 2016 gut im innerdeutschen Wettbewerb behaupten**. Der Marktanteil des Bundeslandes an den Reisen inländischer Übernachtungsgäste lag leicht über dem Niveau des Vorjahres bei 3,7% (2015: 3,6%), der der Übernachtungen bei 3,2% (2015: 3,1%).

Die **positive Entwicklung des inländischen Übernachtungstourismus in Sachsen-Anhalt der vergangenen Jahre setzt sich somit fort**. Das Übernachtungsaufkommen aus dem Inland konnte zwischen 2013 und 2016 stetig gesteigert werden – über den gesamten Zeitraum um +10,1%. Im Vergleich zu Deutschland insgesamt, das im selben Zeitraum einen Übernachtungszuwachs von +5,6% verzeichnete, **wächst der Markt in Sachsen-Anhalt** damit **überdurchschnittlich**.

Zeitlicher Verlauf, Veränderungsraten und Marktanteile der inländischen Übernachtungen in Sachsen-Anhalt 2013-2016 (absolutes Volumen in Mio., Veränderung zum Vorjahr in %, Anteil der Übernachtungen an Deutschland in %)



Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland, 2013-2016; Statistisches Bundesamt, 2014-2017

Methodensteckbrief

► **Herausgeber, Projektdurchführung:**
GfK SE, Shopper

► **Wissenschaftliche Begleitung:**
Institut für Management und Tourismus (IMT), Heide

► **Untersuchungsinhalt:**
Reiseaufkommen und Reiseverhalten der deutschsprachigen Wohnbevölkerung

► **Untersuchungsobjekt:**
Reiseziele in Deutschland

► **Stichprobenart und -größe:**
Panelstichprobe mit Quotenvorgaben, 40.000 Personen ab 0 Jahre in 19.000 deutschsprachigen Privathaushalten lebend

► **Repräsentativität:**
74,0 Mio. Personen ab 0 Jahre in 37,1 Mio. deutschsprachigen Privathaushalten lebend

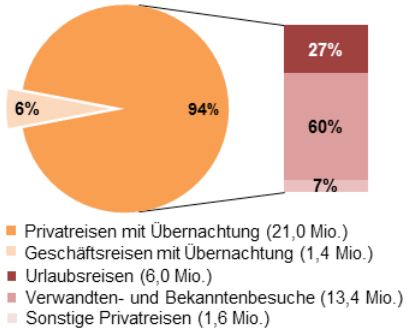
► **Erhebungsart:**
schriftlich (online/offline)

Der GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland weist im Jahr 2016 für die Reisen und Übernachtungen der Inländer nach Sachsen-Anhalt höhere Wachstumsraten gegenüber dem Jahr 2015 aus als die amtliche Beherbergungsstatistik für die gewerblichen Unterkunftsbetriebe des Landes (+2,4% Ankünfte, +2,5% Übernachtungen durch inländische Gäste). Neben methodischen Gründen ergeben sich die Abweichungen insbesondere aus der Tatsache, dass der DestinationMonitor neben der touristischen Inlandsnachfrage in gewerblichen Unterkunftsbetrieben auch das Reise- und Übernachtungsaufkommen in privaten Unterkunftsbetrieben (z. B. Ferienwohnungsbetriebe mit weniger als zehn Betten) sowie in den Privatwohnungen der Sachsen-Anhalter erfasst.

Insbesondere das statistisch nicht relevante Übernachtungsaufkommen in den Privatwohnungen der Einwohner des Landes (bei Verwandten/Freunden/Bekannten; im eigenen Appartement/Ferienwohnung/Ferienhaus; in einer Privatunterkunft gegen Entgelt) spielt in Sachsen-Anhalt eine überdurchschnittliche Rolle. **Mehr als jede zweite Übernachtung (53%) eines Inländers im Jahr**

2016 in Sachsen-Anhalt wurde in einer Privatwohnung verbracht. Hinter Brandenburg und Thüringen ist dies der dritthöchste Wert aller Bundesländer, der Bundesschnitt liegt bei 40%. Hauptsächlicher Grund für den hohen Stellenwert dieser Unterkunftsart bleibt der auch 2016 **hohe Anteil an Verwandten- und Bekanntenbesuchen am inländischen Reise- und Übernachtungsaufkommen** in Sachsen-Anhalt. Diese Art von Übernachtungsaufenthalten, bei denen davon auszugehen ist, dass mehrheitlich privat übernachtet wird, machten im Jahr 2016 rund 63% aller Reisen und 60% aller Übernachtungen durch Inländer aus.

Anlässe inländischer Übernachtungen in Sachsen-Anhalt 2016 (absolutes Volumen in Mio., Anteilswerte in %)



Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland, 2016; Statistisches Bundesamt, 2017

Die Rückgänge an inländischen Urlaubsübernachtungen im Vorjahr (-3,2%) konnten 2016 wieder ausgeglichen und zudem der Markt ausgebaut werden. Die Anzahl der **urlaubsbedingten Übernachtungen von Inländern nach Sachsen-Anhalt lag 2016 bei knapp 6,0 Mio. und damit +8,8% höher als 2015**. Deutschlandweit wuchs der inländische Urlaubsreisemarkt bezogen auf die Übernachtungen um +3,3%, so dass Sachsen-Anhalt auch in diesem Segment seinen Marktanteil etwas ausbauen konnte und aktuell 2,2% aller Urlaubsübernachtungen von Deutschen empfängt. Mit einem Übernachtungsanteil von 27% **war etwa jede vierte Übernachtung eines Inländers in Sachsen-Anhalt im Jahr 2016 auf eine Reise mit Urlaubsanlass zurückzuführen**. Während die Anzahl der kürzeren Urlaubsreisen mit einer Dauer von ein bis drei Übernachtungen dabei mit rund 1,1 Mio. in etwa doppelt so hoch war wie die der längeren Urlaubsreisen ab vier Übernachtungen (etwa 0,5 Mio.), war die längere Urlaubsform bezogen auf die Anzahl der generierten Übernachtungen etwas bedeutender (3,4 Mio. Übernachtungen gegenüber 2,6 Mio. Übernachtungen durch Kurz-Urlaubsreisen).

Geschäftliche Übernachtungen machten mit einem Volumen von **1,4 Mio.** rund 6% des Übernachtungsaufkommens durch Inländer im Jahr 2016 in Sachsen-Anhalt aus. Komplettiert wurde der inländische Übernachtungstourismus durch **knapp 1,6 Mio. Übernachtungen durch sonstige Privatreisen**, worunter u. a. die etwa 1,1 Mio. Übernachtungen in den Vorsorge- und Rehabilitationskliniken des Landes fallen.

Neben den Übernachtungsreisen erfasst der GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland die Tagesreisen der Deutschen ab einer Distanz von 50 km zwischen dem Wohnort des Besuchers und dem Zielort der Tagesreise. Sachsen-Anhalt empfing im Jahr 2016 **rund 13,2 Mio. Tagesreisen ab 50 km**, davon 11,9 Mio. private Tagesausflüge und 1,3 Mio. Tagesreisen mit einem geschäftlichen Anlass. In der Gesamtschau von Übernachtungs- und Tagestourismus haben inländische Reisende im Jahr 2016 knapp **35,6 Mio. touristische Aufenthaltstage in Sachsen-Anhalt** verbracht.

Ergebnisse der Studie Destination Brand 16: Die Themenkompetenz deutscher Reiseziele

Beste relative Wettbewerbsplatzierung Sachsen-Anhalts bei den Themen „Kultur“ und „Rad fahren“

Eine Vielzahl der deutschen Tourismusdestinationen setzt, wie Sachsen-Anhalt auch, im Marketing auf eine Fokussierung ausgewählter touristischer Themen (Themenmarketing). Vor diesem Hintergrund wurde mit der Studie Destination Brand 16 zum dritten Mal nahezu flächendeckend für Reiseziele des deutschen Inlandstourismus eine kundenorientierte Themeneignungsmessung auf Grundlage einer bevölkerungsrepräsentativen Online-Befragung vorgenommen. Die Studie wird von der inspektour GmbH in Zusammenarbeit mit dem Marktforschungsunternehmen GfK in Nürnberg, der analytix GmbH und als wissenschaftliche Begleitung dem Institut für Management und Tourismus (IMT) der Fachhochschule Westküste in Heide (Holstein) durchgeführt.

Im Zuge der im November / Dezember 2016 laufenden Erhebung wurde die Themeneignung für insgesamt 172 deutsche Reiseziele untersucht. Da die Methodik identisch zu den beiden Vorgängerstudien Destination Brand 10 und 13 war, ist für die Reiseziele, die ihre Themeneignung in allen Studien haben messen lassen (81 Destinationen), ein dreistufiger Zeitvergleich über einen 6-Jahreszeitraum möglich. Insgesamt wurden rund 17.000 Personen von der GfK online befragt. Dabei kamen verschiedene Teilstichproben zum Einsatz,

die jede für sich für die in Privathaushalten lebende deutsche Bevölkerung im Alter von 14 bis 74 Jahren repräsentativ ist. In Bezug auf die gestützte Themeneignung liegt die Fallzahl für alle untersuchten Destinationen bei 1.000.

Die Ergebnisse der Studie ermöglichen die Durchführung einer dreidimensionalen Wettbewerbsanalyse für das jeweilige Reiseziel gemäß des Ansatzes des strategischen Managements. Dabei werden das allgemeine Interessentenpotenzial je Urlaubsart / -aktivität (1. Dimension „Nachfrage“), die Beurteilung der Themeneignung (2. Dimension „Angebot“) sowie das Abschneiden des Bundeslandes im Vergleich mit den Wettbewerbern je Thema (3. Dimension „Konkurrenz“) umfassend analysiert.

Sechs Urlaubsthemen wurden für alle 172 untersuchten Reiseziele erhoben (= allgemeine Themen): „Gesundheitsangebote nutzen (selbstzahlend, nicht Kur)“, „Kulinarische / gastronomische Spezialitäten genießen“, „Kulturelle Einrichtungen besuchen / Kulturangebote nutzen“, „Sich in der Natur aufhalten“, „Landurlaub / Urlaub auf dem Bauern- bzw. Winzerhof“ und „Wellnessangebote nutzen“. Ergänzend konnten die Reiseziele weitere, individuelle Themen für die Abfrage auswählen (= Spezialthemen). Für das Bundesland Sachsen-Anhalt wurde zusätzlich die Themeneignung für die Urlaubsarten / -aktivitäten „Bauhaus und Architektur der klassischen Moderne erleben“, „Burgen, Schlösser, Dome besuchen“, „Filmtourismus (z. B. Drehorte besuchen)“, „Gärten / Parks besuchen“, „Martin Luthers Spuren entdecken“, „Rad fahren (nicht Mountainbike fahren)“ und „Wandern“ untersucht.

Zentrale Erkenntnisse zur Nachfrage: Größtes Interesse in der deutschen Bevölkerung am Thema Natururlaub

Die 1. Dimension „Nachfrage“ zeigt reisezielunabhängig an, wie hoch das Interesse der repräsentierten Bevölkerung an den untersuchten Urlaubsthemen ist. **Von den 13 für Sachsen-Anhalt untersuchten Themen ist das Interesse an der Urlaubsart /-aktivität „Sich in der Natur aufhalten“ am größten**: 67% der Deutschen haben an diesem Urlaubsthema ein „sehr großes“ oder „großes“ Interesse (Top-2-Box-Wert).

Ein hohes Interesse besteht ebenfalls am Thema „Kulinarische / gastronomische Spezialitäten genießen“ (60%), aber auch für Spezialthemen wie „Burgen, Schlösser, Dome besuchen“ (50%) und „Gärten / Parks besuchen“ (46%) bestehen große Potenziale. Bei Betrachtung der Veränderungen seit der ersten Untersuchung im Jahr 2010 (DB10) fällt besonders auf, dass das Interesse der Deutschen an den Themen Gesundheit (-11%-Pkt.) und Kultur (-9%-Pkt.) deutlich zurückgegangen ist. Gleichzeitig ist das Interesse „Kulinarische / gastronomische Spezialitäten zu genießen“ unter den für Sachsen-Anhalt untersuchten Themen am deutlichsten gestiegen (+6%-Pkt., Abbildung auf S. 7).

Methodensteckbrief

► **Projektdurchführung:**
inspektour GmbH, GfK Travel & Logistics, analytix GmbH

► **Wissenschaftliche Begleitung:**
Institut für Management und Tourismus (IMT), Heide

► **Untersuchungsinhalt:**
Kundenorientierte Themeneignungsermittlung

► **Untersuchungsobjekte:**
172 Reiseziele in Deutschland

► **Anzahl der Befragten:**
17.000 gesamt, 1.000 je Reiseziel

► **Repräsentativität:**
in Privathaushalten lebende deutschsprachige Bevölkerung im Alter von 14-74 Jahren

► **Stichprobenart:**
Quotenstichprobe

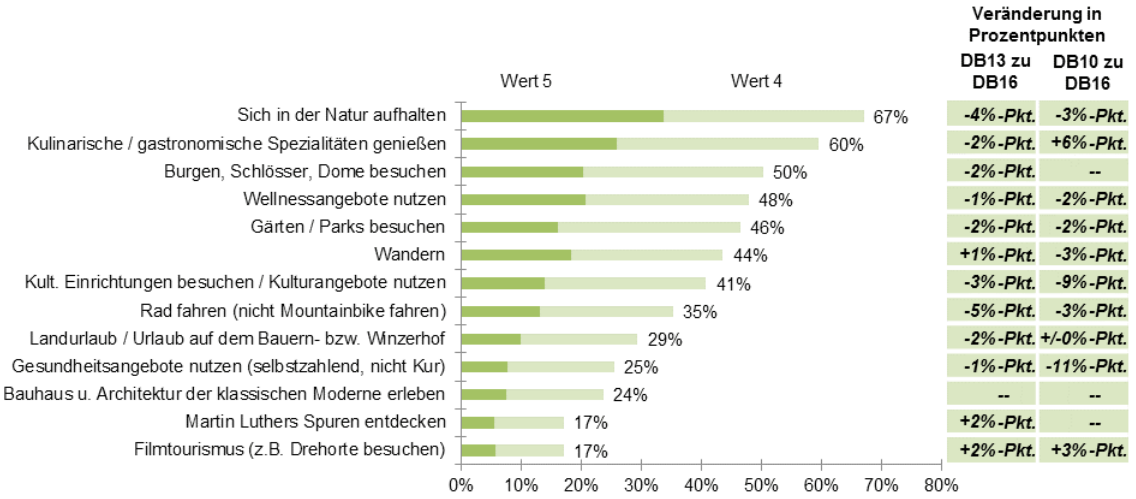
► **Erhebungsart:**
Online-Befragung

► **Erhebungszeitraum:**
November / Dezember 2016

Zentrale Ergebnisse zum Angebot: Im Themenvergleich wird Sachsen-Anhalt am meisten Kompetenz beim „Wanderurlaub“ zugeschrieben

Die Beurteilung der Themeneignung erfolgte jeweils gestützt, d. h. mit Nennung des Reiseziels (2. Dimension „Angebot“). Unter den 13 gewählten Themen wird die Eignung Sachsen-Anhalts für das Thema Wandern am höchsten bewertet: 35% aller Befragten stimmten zu, dass Sachsen-Anhalt für einen „Wanderurlaub“ „sehr gut“ oder „gut“ geeignet ist (Top-2-Box-Wert). Für die Urlaubsthemen „Natururlaub“, „Besuch von Burgen, Schlössern, Domen“, „Reise auf den Spuren Martin Luthers“, „Rad fahren (nicht Mountainbiken)“, „Kultururlaub / Kulturreise“ sowie „Besuch von Gärten / Parks“ wird die Themeneignung ebenfalls von mindestens 30% der Befragten bestätigt.

Interesse der deutschen Bevölkerung an für Sachsen-Anhalt wichtigen Urlaubsarten / -aktivitäten (bezogen auf einen Urlaub mit mindestens einer Übernachtung) (Top-2-Box-Werte in % und Veränderungsraten in %-Pkt.)



Top-2-Box auf Skala von „5 = sehr großes Interesse“ bis „1 = gar kein Interesse“ (Angabe in % der Fälle sowie Veränderungsrate zu den Vorgängeruntersuchungen sofern dort enthalten). Basis: alle Befragte (n=17.000)

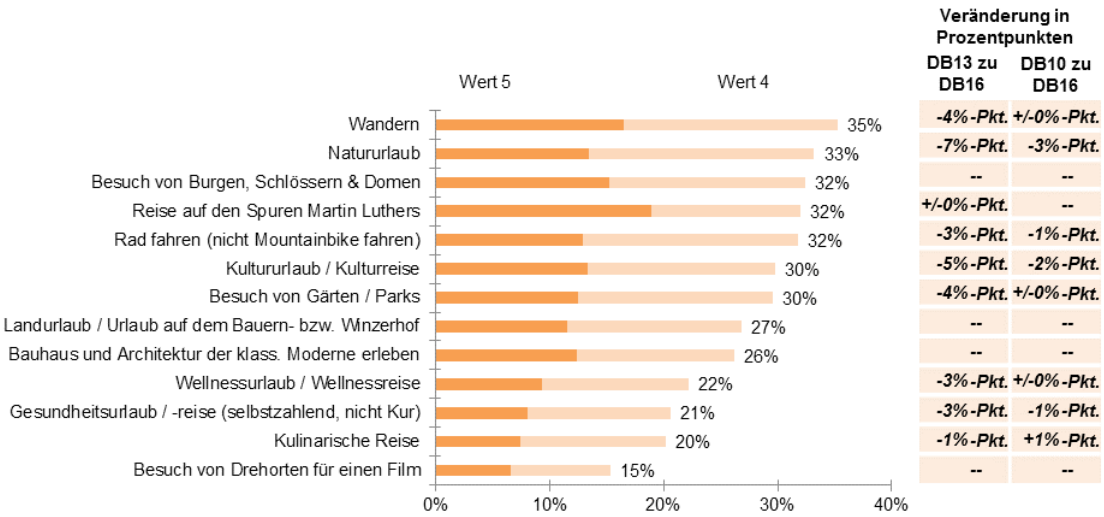
Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2010 / 2013; inspektour GmbH, 2016

Ein Blick auf die Veränderungsraten zu den Vorgängeruntersuchungen zeigt im Langzeitvergleich, d. h. im Vergleich zum Jahr 2010 (DB10) keine nennenswerten Sprünge in der Eignungszuschreibung. Einzig beim Thema Natururlaub ist ein etwas größerer Rückgang (-3%-Pkt.) zu verzeichnen. Gegenüber der Studie aus dem Jahr 2013 (DB13) sind jedoch mit Ausnahme vom Thema „Martin Luther“ (keine Veränderung) bei allen Themen leichte bis größere Rückgänge zu verzeichnen. Der positive Trend teilweise steigender Themeneignungen von 2010 auf 2013 konnte somit in den letzten drei Jahren nicht fortgeführt werden.

Im Wettbewerbsvergleich positioniert sich Sachsen-Anhalt überwiegend im Mittelfeld – beste Platzierungen bei den Themen Kultur und Radfahren

Im Vergleich zu den Wettbewerbern (3. Dimension) belegt Sachsen-Anhalt mit dem Thema „Kultururlaub / Kulturreise“ mit Rang 65 von 172 Destinationen die beste Platzierung unter den sechs allgemeinen Themen. Mit den übrigen allgemeinen Themen erreicht Sachsen-Anhalt Platzierungen im Mittelfeld zwischen Rang 74 für „Landurlaub“ und Rang 118 für „Kulinarische Reise“. Überdurchschnittlich hoch fiel die Themen eignungsbeurteilung zudem bei den Spezialthemen

Gestützte Themeneignung für die jeweiligen Urlaubsarten / -aktivitäten (Top-2-Box-Werte in % und Veränderungsraten in %-Pkt.)



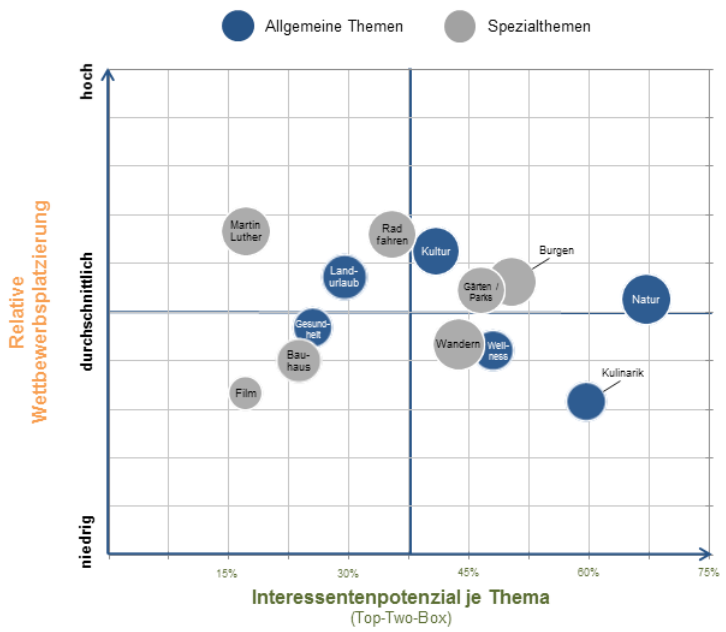
Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle sowie Veränderungsrate zu den Vorgängeruntersuchungen sofern dort enthalten). Basis: alle Befragte (n=1.000)

Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2010 / 2013; inspektour GmbH, 2016

„Rad fahren (nicht Mountainbike fahren)“ (Rang 38 von 110), „Besuch von Burgen, Schlössern und Domen“ (Rang 8 von 17) und „Reise auf den Spuren Martin Luthers“ (Rang 2 von 4) aus. Mit dem Thema „Besuch von Gärten und Parks“ landet Sachsen-Anhalt ebenfalls im Mittelfeld der untersuchten Reiseziele (Rang 6 von 12). Beim Thema „Wandern“ gelangt das Bundesland trotz des höchsten Eignungswertes im eigenen Themenportfolio im Wettbewerbsvergleich nur auf einen mittleren Rang (57 von 100).

Der Analysequadrant fasst die Kernergebnisse der dreidimensionalen Wettbewerbsanalyse aus Nachfrage, Angebot und Konkurrenz zusammen. Die x-Achse beschreibt dabei das reisezielunabhängige Interessentenpotenzial je Thema, die Beurteilung der Themeneignung für Sachsen-Anhalt wird durch die Größe der Themenbälle ausgedrückt und die y-Achse zeigt die relative Wettbewerbsplatzierung (Verhältnis zu allen untersuchten Destinationen je Thema) an. Die Themen Natur und Wandern bieten beispielsweise aufgrund des hohen Interessentenpotenzials und der guten Bewertung der Themeneignung für Sachsen-Anhalt viel Potenzial, allerdings befindet sich das Bundesland mit diesen Themen in einem hart umkämpften Wettbewerb. Die Wettbewerbsplatzierungen liegen nur leicht über (Natur) bzw. unter dem Durchschnitt (Wandern). Bei den Themen Rad fahren und Kultur hingegen ist die relative Wettbewerbsplatzierung deutlich besser, während das allgemeine Interesse der Deutschen an diesen Urlaubsarten und -aktivitäten etwas geringer ist.

Analysequadrant Sachsen-Anhalt



Kategorie für relative Wettbewerbsplatzierung: Alle untersuchten Destinationen (bis zu 172 Reiseziele je Thema); Größe der Themenkreise = Gestützte Themeneignung des Reiseziels Sachsen-Anhalt

Basis: alle Befragte (n=1.000)

Quelle: inspektour GmbH, 2016

Ausgewählte Ergebnisse der Permanenten Gästebefragung Sachsen-Anhalt (PEG) 2016 für Land und Regionen

Regionen in Sachsen-Anhalt werden unterschiedlich gut beurteilt

Im vergangenen Newsletter wurde bereits eine Zwischenauswertung der Permanenten Gästebefragung Sachsen-Anhalt 2016 (PEG) auf Basis der bis dahin durchgeführten Interviews vorgestellt. Zwischenzeitlich liegen die Endergebnisse der Studie vor. Die Institute inspektour und ift haben im Auftrag der IMG zwischen dem 2. Januar und dem 31. Dezember 2016 landesweit mehr als 2.000 persönliche Interviews mit Übernachtungsgästen durchgeführt. Die Ergebnisse sind dabei vergleichbar zu den vorherigen Gästebefragungen (letzte Durchführung 2011/12). Zudem liegen Erkenntnisse nicht nur auf Landesebene, sondern auch für die fünf Reisegebiete Sachsen-Anhalts vor. Zentraler Befragungsgegenstand ist das Reiseverhalten der Sachsen-Anhalt-Besucher entlang der Customer Journey (Reise des Gastes). Nachfolgend werden ausgewählte Ergebnisse für das Land Sachsen-Anhalt und die fünf Reisegebiete vorgestellt. Dabei werden insbesondere die Ergebnisse zur Gästezufriedenheit betrachtet.

Durchweg bessere Bewertung der Leistungsaspekte in Sachsen-Anhalt im Vergleich zu 2011/12 bei deutlichen regionalen Unterschieden

Da die Übernachtungsgäste direkt vor Ort, d. h. noch während des Aufenthaltes, interviewt werden und somit das Aufenthaltserlebnis noch sehr präsent ist, ermöglicht die PEG eine detaillierte Bewertung einzelner Angebotsaspekte in Sachsen-Anhalt. So wurden wie auch in den vorherigen Untersuchungen einzelne Aspekte des Leistungsangebotes vor Ort durch die Gäste bewertet. In Sachsen-Anhalt insgesamt kristallisieren sich dabei die **Landschaft / Natur** (Bewertung von 1,8 auf einer 5-er Skala von 1=ausgezeichnet bis 5=schlecht),

die **Parks und Gärten**, die **genutzte Unterkunft** und die **Gastfreundschaft** (jeweils 1,9) als die **größten Stärken** heraus. Am schlechtesten schneiden die Einkaufsmöglichkeiten (2,4) ab. Der Aufenthalt insgesamt wird im Schnitt mit 2,0 bewertet. Sehr erfreulich fällt der Vergleich der Bewertungen zur Vorgängeruntersuchung 2011/12 aus: **So wurden 2016 in allen Leistungsbereichen bessere Bewertungen abgegeben als vor vier Jahren**. Am höchsten fällt dabei die Steigerung beim Aspekt des Preis-Leistungsverhältnisses aus. Vor vier Jahren wurde dies noch mit 2,6 beurteilt, in der neuerlichen Untersuchung mit 2,1.

Beim regionalen Vergleich fällt auf, dass die Gäste im Harz mit den Aspekten des Angebotes am zufriedensten sind. Der Aufenthalt insgesamt wurde dort mit 1,7 bewertet. Die Beurteilung der Einzelleistungen fällt bei zehn von zwölf Aspekten überdurchschnittlich aus, bei den übrigen zwei Fällen liegt der Harz genau im Sachsen-Anhalt-Schnitt. Auch in den Regionen Altmark (1,8) und Halle, Saale, Unstrut (HSU) (1,9) fallen die Bewertungen des Aufenthaltes insgesamt sehr gut aus. Die Altmark punktet zudem besonders bei der genutzten Unterkunft und der Gastfreundlichkeit (jeweils 1,7), die Region HSU ebenfalls bei der genutzten Unterkunft (1,6), aber auch bei der Landschaft / Natur (1,7). Schwächen können in der Altmark neben den Einkaufsmöglichkeiten (2,4) auch bei den Aktiv- und Freizeitmöglichkeiten (2,3) ausgemacht werden.

In HSU stechen die Einkaufsmöglichkeiten mit einer Bewertung von 2,6 negativ heraus. In den Regionen Magdeburg, Elbe-Börde-Heide (MEBH) sowie Anhalt, Dessau, Wittenberg (ADW) fallen die Bewertungen der Gäste im Landesvergleich insgesamt am schlechtesten aus. So liegt der Mittelwert für den Aufenthalt insgesamt in MEBH bei 2,1, in ADW bei 2,5. Übersetzt in die Skalenwerte sind dies zwar immer noch „sehr gute“ bis „gute“ Bewertungen, aber die regionalen Unterschiede zeigen, dass hier noch Verbesserungsbedarfe bestehen. Während in MEBH die Gastfreundlichkeit (1,8) überdurchschnittlich hoch bewertet wird, fallen die Beurteilungen der Einkaufsmöglichkeiten sowie der Stadtbild(er) / Innenstädte (jeweils 2,6) besonders negativ aus. In ADW wird die Landschaft / Natur positiv bewertet (1,8), die größten Schwächen können wiederum in den Bereichen Aktiv- und Freizeitmöglichkeiten (3,1) sowie ebenfalls bei den Stadtbild(ern) / Innenstädten sowie den Einkaufsmöglichkeiten (jeweils 2,9) ausgemacht werden. Insgesamt fallen die Unterschiede in den Regionen relativ groß aus (Schwankungen um bis zu 1,1 Skalenpunkte).

Bewertung von Teilleistungen des touristischen Angebotes in Sachsen-Anhalt (ST) und den Regionen (Mittelwerte)

	ST (n=mind 1.426)	*Altmark (n=mind. 250)*	*ADW (n=mind. 256)*	*HSU (n=mind. 178)*	*Harz (n=mind. 385)*	*MEBH (n=mind. 222)*
Erreichbarkeit	**2,2**	2,1	2,4	2,0	2,1	2,4
Genutzte Unterkunft	**1,9**	1,7	2,0	1,6	1,8	2,2
Tourist Information	**2,1**	2,0	2,7	1,8	1,8	2,3
Gastronomie	**2,1**	1,9	2,8	2,1	1,9	2,3
Landschaft/Natur	**1,8**	1,8	1,8	1,7	1,8	1,9
Parks und Gärten	**1,9**	1,9	2,1	1,8	1,9	2,0
Aktiv- und Freizeitmöglichkeiten	**2,2**	2,3	3,1	2,2	1,9	2,2
Stadtbild(er)/Innenstädte	**2,2**	2,0	2,9	1,9	1,9	2,6
Einkaufsmöglichkeiten	**2,4**	2,4	2,9	2,6	2,0	2,6
Kulturhist. Sehensw./Kulturangebote	**2,2**	2,0	2,3	2,0	2,0	2,5
Gastfreundlichkeit	**1,9**	1,7	2,5	1,9	1,8	1,8
Preis-Leistungs-Verhältnis	**2,1**	2,0	2,7	2,1	2,0	2,2
Aufenthalt insgesamt	**2,0**	1,8	2,5	1,9	1,7	2,1

Mittelwert auf einer 5-er Skala: 1 = ausgezeichnet, 2 = sehr gut, 3 = gut, 4 = weniger gut, 5 = schlecht

Farben: Grün = überdurchschnittlicher Wert, Rot = unterdurchschnittlicher Wert; Schwarz = durchschnittlicher Wert (Bezug ST)

ADW: Anhalt, Dessau, Wittenberg; HSU: Halle, Saale, Unstrut; MEBH: Magdeburg, Elbe-Börde-Heide

Quelle: inspektour GmbH, ift GmbH, 2017

Methodensteckbrief

► **Projektdurchführung:**
inspektour GmbH, ift Freizeit und Tourismusberatung GmbH, IWD market research GmbH

► **Untersuchungsinhalt:**
Urlaubs- und Reiseverhalten der Übernachtungsgäste in Sachsen-Anhalt

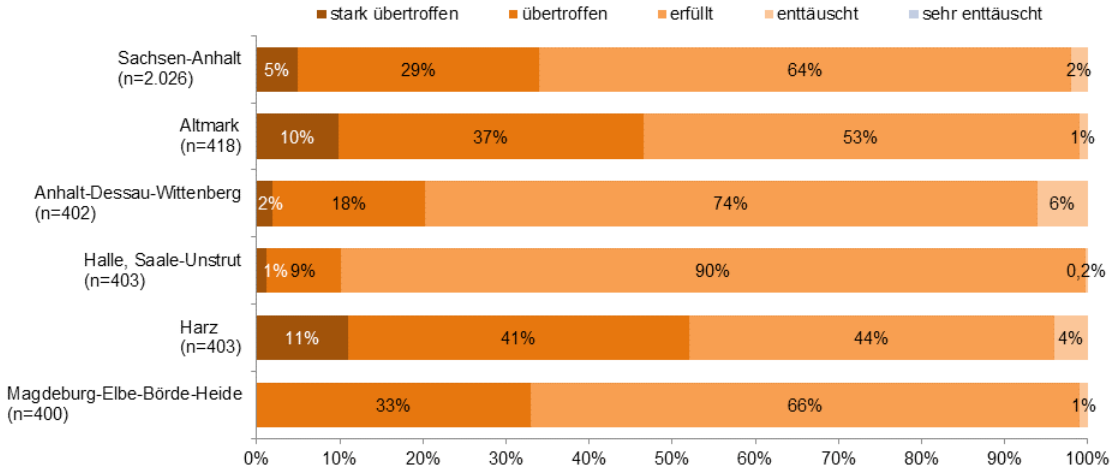
► **Untersuchungsobjekte:**
Übernachtungsgäste in den 5 Reisegebieten Sachsen-Anhalts

► **Gesamtzahl der Befragten:**
Mehr als 2.000 persönlich-mündliche Interviews

► **Laufzeit:**
02.01.2016 bis 31.12.2016

► **Erhebungs- und Stichprobenart:**
Persönlich-mündliche Interviews, Quotenstichprobe nach Befragungsort und Beherbergungsart sowie nach Befragungsmonat

Erwartungserfüllung an den Aufenthalt in Sachsen-Anhalt und den Regionen (Angabe in % der Nennungen)



Frage: Wurden die Erwartungen, die Sie vor Ihrem Aufenthalt hatten, … ?

Basis: Alle Befragte mit Angabe; Abweichungen von 100% sind rundungsbedingt

Quelle: inspektour GmbH, ift GmbH, 2017

Erwartungen der Gäste wurden vor allem in Harz und Altmark „übertroffen", „erfüllt" wurden sie fast immer

Des Weiteren wurden die Gäste gefragt, inwiefern ihre Erwartungen, die sie vor dem Aufenthalt hatten, erfüllt wurden. Sie konnten dabei auf einer 5-er Skala von „stark übertroffen" bis „sehr enttäuscht" antworten. Insgesamt zeigt sich auch hier eine große Zufriedenheit: **Bei 98% der Sachsen-Anhalt-Gäste wurden die Erwartungen mindestens erfüllt, davon bei 34% sogar (stark) übertroffen (Top-2-Box)**. Der Anteil der (stark) übertroffenen Erwartung hat sich dabei seit 2011/12 um 9 Prozentpunkte gesteigert.

Begeistert waren die Gäste insbesondere im Harz und in der Altmark – dort lagen die Anteile der (stark) übertroffenen Erwartung (Top-2-Box) bei 52% bzw. 47%. In der Region HSU ist wiederum die Erwartungserfüllung insgesamt am höchsten: Fast alle Gäste (99,8%) gaben an, dass die Erwartungen mindestens erfüllt wurden. Auch in ADW (94%) und MEBH (99%) wurden die Erwartungen bei der großen Mehrheit der Gäste erfüllt. In ADW gab allerdings im regionalen Vergleich der größte Anteil der Gäste (6%) an, enttäuscht zu sein, in MEBH gab kein Gast an, dass die Erwartungen „stark übertroffen" wurden.

Jeder dritte Sachsen-Anhalt Gast würde die besuchte Region „ganz sicher" weiterempfehlen

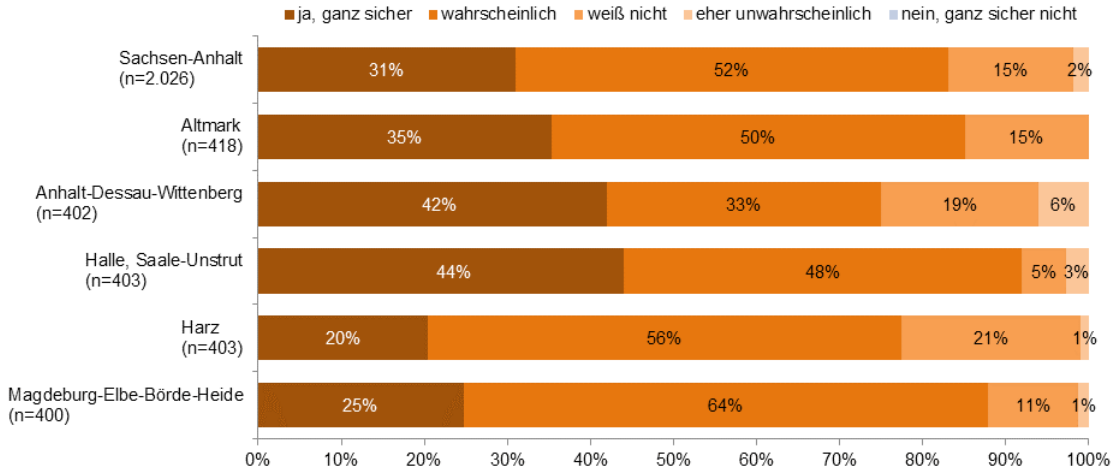
Im nächsten Schritt wurden die Gäste gefragt, ob sie die Region ihren Freunden und Bekannten als Reiseziel weiterempfehlen würden. 83% der Sachsen-Anhalt Übernachtungsgäste beantworteten diese Frage positiv. Dabei würde jeder dritte Gast (31%) die besuchte Region „ganz sicher" weiterempfehlen, jeder zweite (52%) „wahrscheinlich". Im Vergleich zur Vorgängeruntersuchung ist die Weiterempfehlung bei Betrachtung der Top-2-Box („ja, ganz sicher" + „wahrscheinlich") um sechs Prozentpunkte zurückgegangen (2011/12: 89%). Der Anteil der „ganz sicheren" Weiterempfehler ist dabei sehr deutlich um 25 Prozentpunkte rückläufig (2011/12: 56%), während der Anteil der „wahrscheinlichen" Weiterempfehler (2011/12: 33%) um 19 Prozentpunkte anstieg.

Unter den fünf Reisegebieten ist die Weiterempfehlungsbereitschaft der Gäste der Region HSU am größten (44% „ganz sicher", 48% „wahrscheinlich"). Bei Betrachtung des Top-2-Box-Wertes (HSU 92%) folgt an zweiter Stelle die Region MEBH (89%). Auch in der Altmark liegt die Weiterempfehlung mit 85% über dem Landesschnitt. Im Harz (76%) und in ADW (75%) fällt die Weiterempfehlung wiederum unterdurchschnittlich aus. Bezieht man allerdings ausschließlich den Anteil der „ganz sicheren" Weiterempfehler ein, so folgt auf die Region HSU (44%) die Region ADW (42%). Gleichzeitig ist der Anteil derer, die die Region eher nicht weiterempfehlen werden, mit 6% in ADW am höchsten. Die Region scheint folglich am stärksten zu polarisieren. Insgesamt ist die hohe Weiterempfehlung hier trotz der im regionalen Vergleich schlechteren Bewertungen der Leistungsaspekte und der etwas geringeren Erwartungserfüllung positiv zu werten. Gleiches gilt für die Region MEBH (s. Abbildung auf S. 11).

Wiederkehrbereitschaft erheblich gestiegen – Zeitpunkt der geplanten Rückkehr variiert regional

Abschließend wurden die Gäste noch gefragt, ob sie sich vorstellen können, noch einmal einen Übernachtungsaufenthalt in der bei diesem Aufenthalt besuchten Region zu verbringen. Dabei wurde bzgl. des Zeit-

Weiterempfehlungsbereitschaft in Sachsen-Anhalt und den Regionen (Angabe in % der Nennungen)



Frage: Werden Sie diese Region Ihren Freunden und Bekannten als Reiseziel empfehlen?

Basis: Alle Befragte mit Angabe; Abweichungen von 100% sind rundungsbedingt

Quelle: inspektour GmbH, ift GmbH, 2017

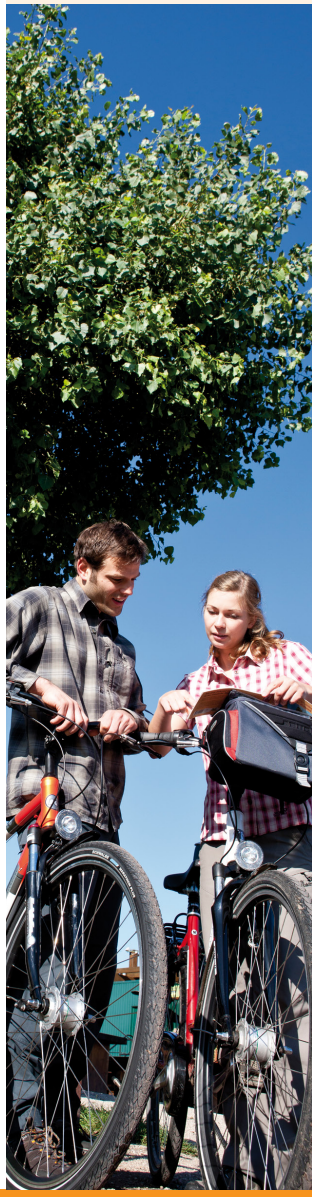
punktes der potenziellen Wiederkehr unterschieden in kurzfristig („ja, in den nächsten 12 Monaten“), mittelfristig („ja, in den nächsten 2-3 Jahren“) und langfristig („ja, zu einem späteren Zeitpunkt“). Darüber hinaus konnten die Befragten mit „nein, wahrscheinlich nicht“ oder „nein, auf keinen Fall“ antworten. **Insgesamt können sich fast alle Sachsen-Anhalt Gäste (96,9%) früher oder später einen erneuten Aufenthalt in der Region vorstellen. Dieser Anteil ist im Vergleich zur letzten Gästebefragung 2011/12 deutlich gestiegen (damals 90%)**. Die Gruppe der Wiederkehrer teilt sich etwa zu je einem Drittel in diejenigen, die kurzfristig (30%), mittelfristig (32%) oder langfristig (34%) wiederkommen wollen auf.

Die Wiederkehrbereitschaft insgesamt ist in der Altmark und den Regionen ADW und HSU (jeweils 99%) am höchsten. Im Reisegebiet MEBH fällt sie mit 97%, im Harz mit 94% geringfügig niedriger aus. **Bei den Regionen zeigen sich jedoch recht deutliche Unterschiede hinsichtlich des Zeitpunkts der vorstellbaren Wiederkehr**: Während in HSU (51%) und ADW (48%) fast jeder zweite Gast schon in den nächsten 12 Monaten wiederkommen möchte, wird die Rückkehr im Harz weniger kurzfristig (17%), dafür häufiger mittelfristig (43% in den nächsten 2-3 Jahren) geplant. In der Region MEBH fällt der Anteil der kurz- oder mittelfristigen Wiederkehrer am geringsten aus (zusammen 36%) – hier plant die große Mehrheit der Befragten (61%) erst

SACHSEN-ANHALT
Investitions- und Marketinggesellschaft

zu einem späteren Zeitpunkt zurückzukehren. In der Altmark verteilen sich die Anteile wiederum ähnlich wie im Landesschnitt zu jeweils einem Drittel auf die drei Zeiträume.

Die hier vorgestellten Daten stellen nur einen kleinen Auszug der Inhalte der PEG 2016 dar. Die Studie liefert ferner Erkenntnisse zur Informationseinholung im Vorfeld der Reise, der Buchung der Reise, das für die Anreise gewählte Verkehrsmittel, die Reisebegleitung, die Art des Aufenthaltes, die gewählte Unterkunftsform sowie die Aktivitäten und Ausgaben vor Ort. Zudem werden die Reisenden zu ihrem Interesse an unterschiedlichen Themenangeboten sowie zu ihrer Soziodemografie befragt. Weitere Informationen stellt die IMG auf Anfrage gerne zur Verfügung.



Impressum

Erste Ausgabe 2017, erscheint zwei Mal im Jahr

Herausgeber

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

Ansprechpartner

Annika Jeschek
Projektmanagerin

Tel.: 0049 (0) 391 56899 82
Fax.: 0049 (0) 391 56899 50
E-Mail: marktforschung@img-sachsen-anhalt.de

Wissenschaftliche Beratung

TouristiCon GmbH
Fritz-Thiedemann-Ring 20
25746 Heide

Institut für Management und Tourismus (IMT)
der Fachhochschule Westküste
Fritz-Thiedemann-Ring 20
25746 Heide

Ansprechpartner

Prof. Dr. Bernd Eisenstein
Dipl.-Kffr. Anne Köchling, MTM
Dipl.-Kffr. (FH) Manon Krüger

Bildnachweis:
Titelseite, Seite 11 und Rücktitel: Bildeigner: Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH

Redaktionsschluss: 26.4.2017

Alle Rechte vorbehalten. Kein Teil des Werks darf in irgendeiner Form ohne schriftliche Genehmigung des Herausgebers reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Vorschau nächster Newsletter (erscheint voraussichtlich im November 2017)

- Halbjahresergebnisse der amtlichen Statistik 2017
- Halbjahresergebnisse 2017 des GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland für Sachsen-Anhalt
- Nachfrageentwicklung in den Lutherstädten
- Spezialthema: Natururlaub in Sachsen-Anhalt