



IHK Freizeitbarometer Sachsen-Anhalt 2020

Bilanz des Jahres 2019 und Erwartungen an das Jahr 2020



IHK

Landesarbeitsgemeinschaft der
Industrie- und Handelskammern
in Sachsen-Anhalt

Hintergrund

Mit dem „IHK-Freizeitbarometer Sachsen-Anhalt 2020“ nimmt die Landesarbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern in Sachsen-Anhalt die Freizeitunternehmen und tourismusrelevanten Einrichtungen in Sachsen-Anhalt in den Blick und beleuchtet dabei deren Entwicklung und Resonanz bei den Besuchern im Jahr 2019 sowie die Erwartungen für das Jahr 2020.

Grundlage der vorliegenden Untersuchung sind die Rückmeldungen von 300* (nach Reiseregionen: Altmark 27, Anhalt-Dessau-Wittenberg 60, Halle, Saale-Unstrut 78, Harz 76, Magdeburg, Elbe-Börde-Heide 59) Freizeitunternehmen und tourismusrelevanten Einrichtungen in Sachsen-Anhalt – eingeteilt in die Kategorien Burgen/Schlösser/Sakralbauten, Museen/Ausstellungen, Freizeitattraktionen, Landschaftsattraktionen, Besucherführungen, Bühnen/Theater, Zoologische Gärten/Tierparks, Touristische Verkehrsträger, Bäder/Thermen sowie wassertouristische Anbieter.

Auf der Basis einer schriftlichen Befragung von Vertretern dieser Unternehmen bzw. Einrichtungen im Zeitraum September bis November dieses Jahres wurden deren Aussagen zur Lage in 2019, zu den Erwartungen an das Jahr 2020 und zu ausgewählten aktuellen Branchenthemen ausgewertet und zusammenfassend bewertet.

In der vorliegenden Auswertung nach Kategorien werden allgemeine Trends anhand der gemeldeten Daten widergespiegelt.

Die Auswertung der Umfrage IHK-Freizeitbarometer für Sachsen-Anhalt ist im Internet unter www.halle.ihk.de und www.magdeburg.ihk.de oder über die Seiten des Tourismusnetzwerkes Sachsen-Anhalt über www.tourismusnetzwerk-sachsen-anhalt.de abrufbar.

DIE ERGEBNISSE IM ÜBERBLICK	4
BESUCHERZAHLEN	5
AUSWERTUNG AUSGEWÄHLTER KATEGORIEN	10
BURGEN, SCHLÖSSER UND SAKRALBAUTEN	11
MUSEEN UND AUSSTELLUNGEN	13
FREIZEITATTRAKTIONEN	15
ZOOLOGISCHE GÄRTEN UND TIERPARKS	17
THEATER UND BÜHNEN	19
BÄDER UND THERMEN	21
BESUCHERFÜHRUNGEN	23
LANDSCHAFTSATTRAKTIONEN	25
TOURISTISCHE VERKEHRSTRÄGER	27
WASSERTOURISTISCHE ANBIETER	29
ERGEBNISSE NACH REGIONEN	30
ANHANG	
BEFRAGUNGSBOGEN	34
IMPRESSUM	36

BESUCHERZAHLEN

**12,3 MILLIONEN
BESUCHER**

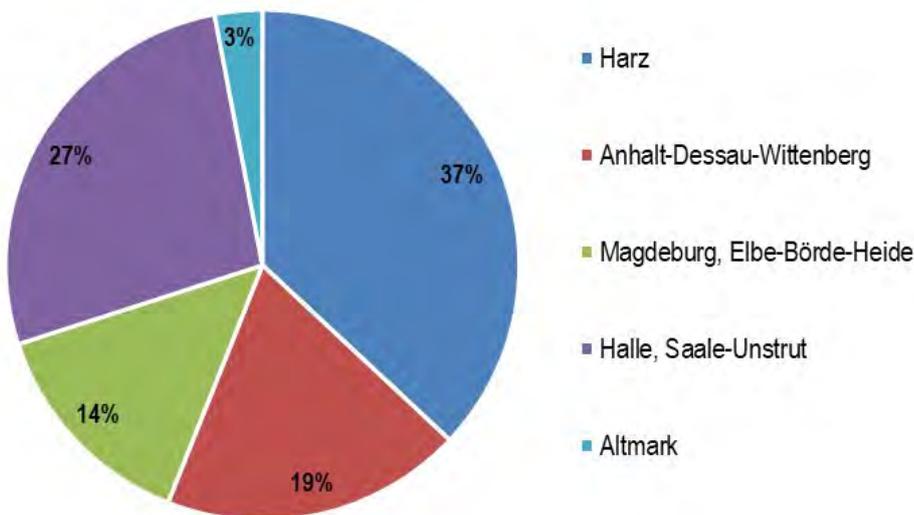
besuchten die Freizeiteinrichtungen der Befragten im Jahr 2019.

↑ GESTIEGEN

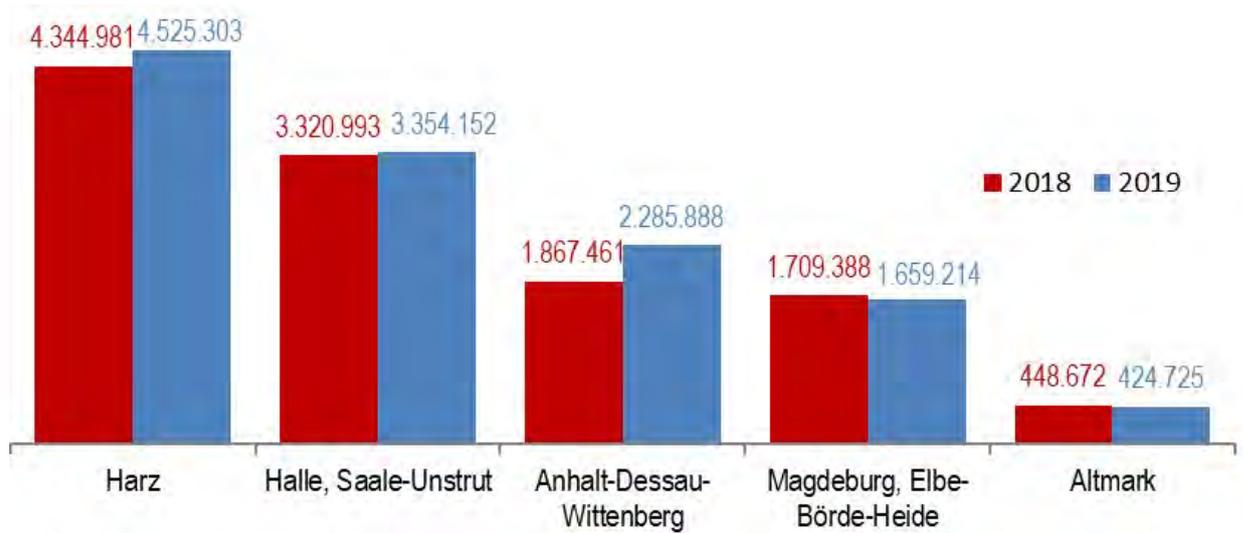
um **5 Prozent** sind in 2019 im Vergleich zum Jahr 2018* die Besucherzahlen in den befragten Einrichtungen.

Die Freizeitunternehmen bzw. -einrichtungen in Sachsen-Anhalt konnten im Jahr 2019 insgesamt über 12,3 Millionen Besucher begrüßen. Gegenüber 2018* stieg die Anzahl der Gäste um knapp fünf Prozent. 74 Prozent aller Freizeiteinrichtungen sind ganzjährig geöffnet, 26 Prozent der Einrichtungen öffnen saisonal - vorrangig von April bis Oktober. In den befragten Freizeiteinrichtungen arbeiten knapp 6.000 Personen, davon ein Fünftel ehrenamtlich.

REGIONALE VERTEILUNG DER BESUCHER (IN PROZENT)



BESUCHERENTWICKLUNG NACH REGIONEN



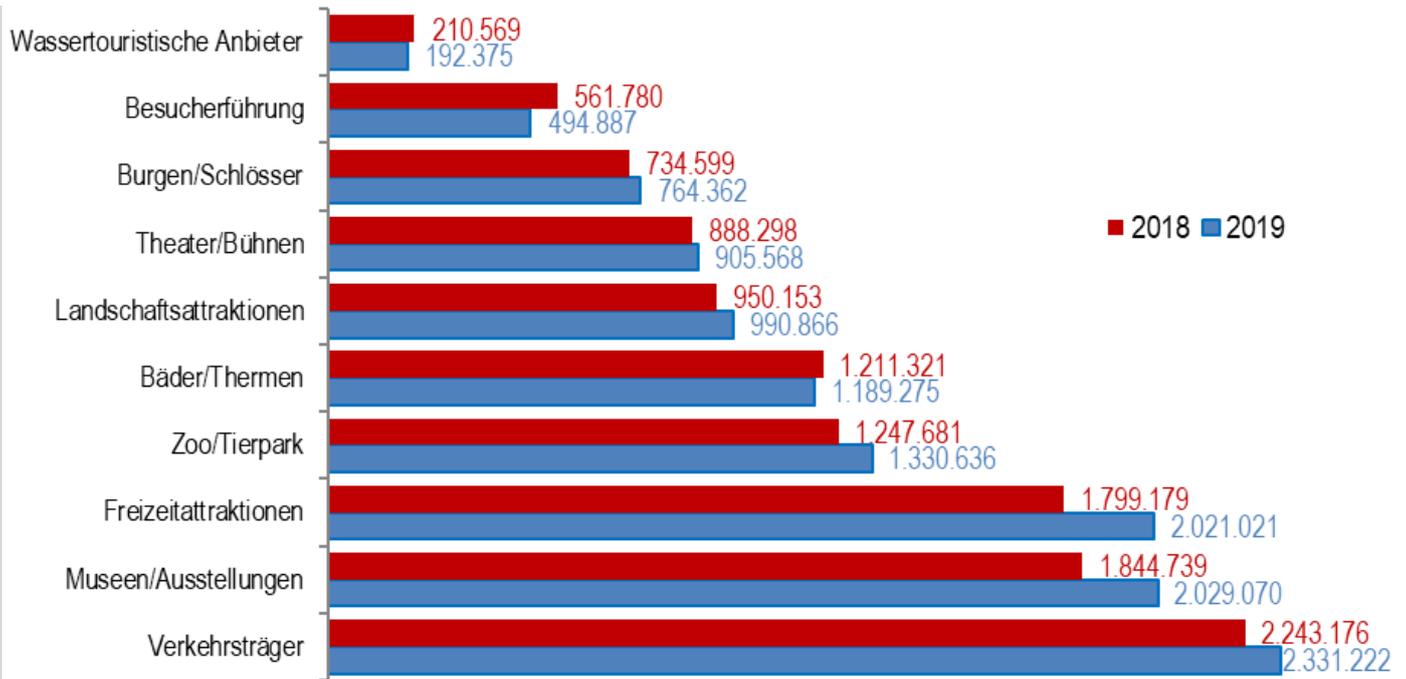
Saldo zum	+ 4,2	+ 1,0	+ 22,4	- 2,9	- 5,3
Tendenz zum Vorjahr	↗	↗	↑	↘	↘

*Zur Beachtung: Alle unter „2018“ genannten Zahlen sind ausschließlich aus der aktuellen Erhebung resultierend und entsprechen damit nicht denen im „IHK-Freizeitbarometer 2019“ erhobenen.

BESUCHERZAHLEN

BESUCHERENTWICKLUNG NACH KATEGORIEN

Besonders gefragt waren nach Auswertung der gemeldeten Daten in 2020 die Verkehrsträger, Museen und Ausstellungen sowie Freizeitattraktionen. Die Unternehmen und Einrichtungen dieser Kategorien konnten die meisten **Besucher** begrüßen. **Zuwächse** gegenüber dem Vorjahr verzeichneten vor allem die Freizeitattraktionen (plus zwölf Prozent) und die Museen und Ausstellungen (plus zehn Prozent).



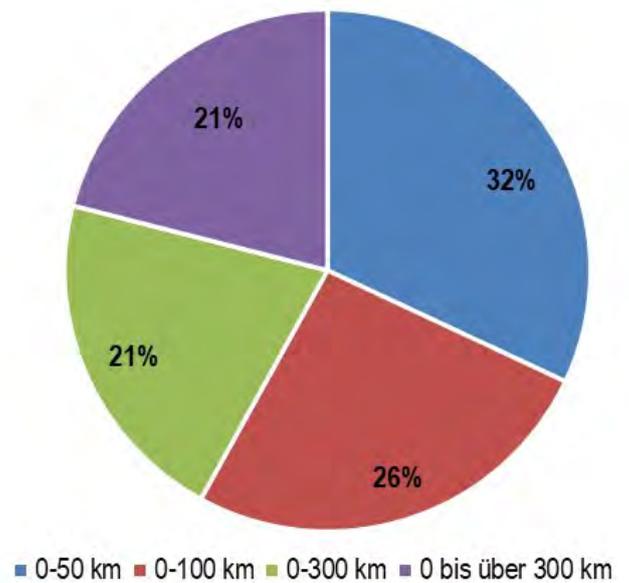
GRÜNDE FÜR DIE BESUCHERENTWICKLUNG

Den Markterfolg der einzelnen Freizeiteinrichtungen bestimmen u. a. die Potentiale im Einzugsbereich, die Erreichbarkeit und die wirtschaftliche Lage. Ebenso hat die jeweilige Witterung einen entscheidenden Einfluss auf das Besucherverhalten und ist – wie auch ein verändertes Ausgabe- und Reiseverhalten der Gäste und die allgemeine Konjunktur – durch die Betreiber von Freizeiteinrichtungen kaum beeinflussbar. Knapp ein Viertel der Befragten setzen auf neue Produkte und Attraktionen und 18 Prozent auf veränderte Marketingaktivitäten. Bauhausjubiläum und Sonderausstellungen sorgten für Gästezuwächse.

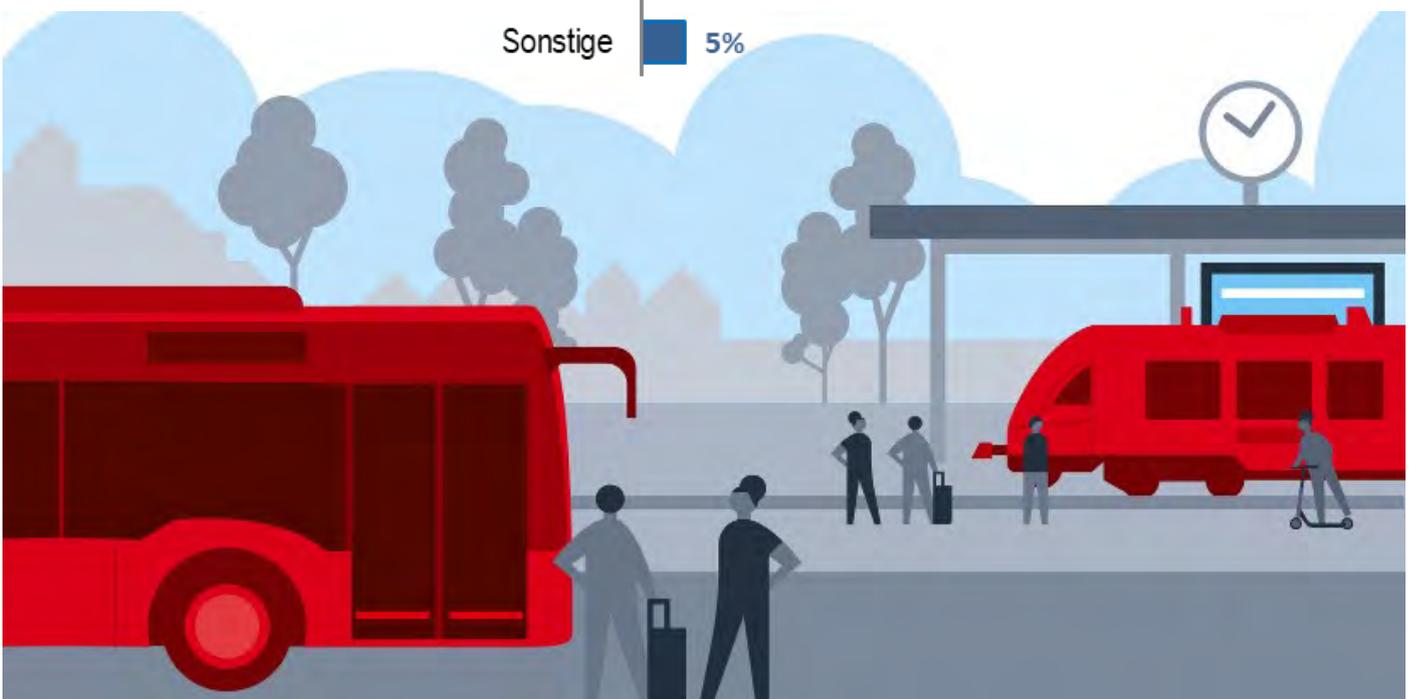
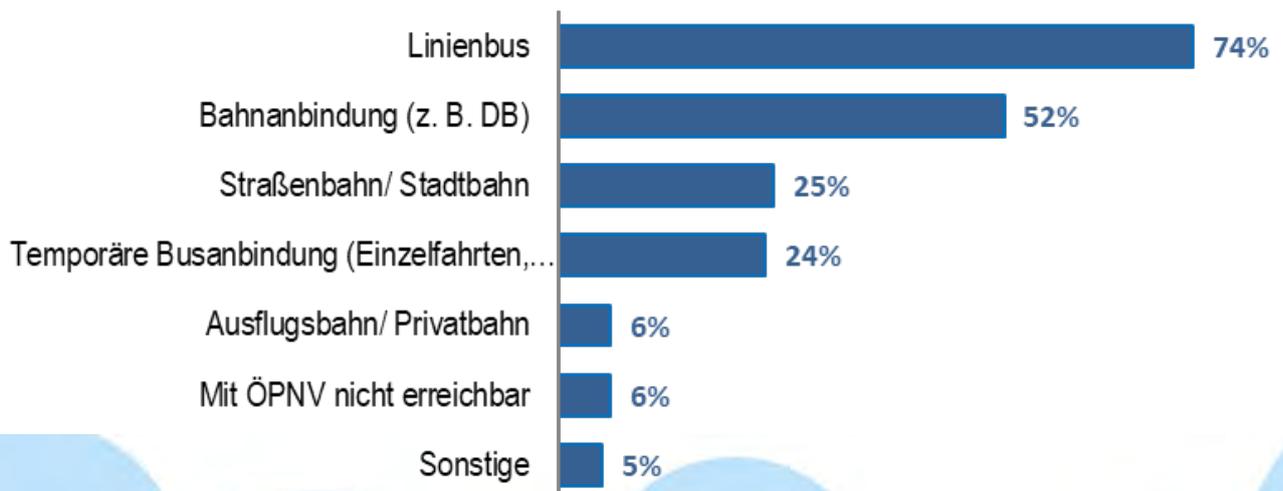


BESUCHERUMKREIS / AKTIONSRADIUS

21 Prozent der Besucher nahmen Anfahrtswege von 300 km in Kauf, nahezu ein Drittel der Besucher kommen aus der Region (zwischen 0 bis 50 km). Die meisten Gäste aus weiterer Ferne begrüßten die Einrichtungen in den Regionen Harz (31 Prozent) und Anhalt-Dessau-Wittenberg (24 Prozent). Nach Kategorien betrachtet, ziehen vor allem Besucher- und Stadtführungen, (40 Prozent), Museen und Ausstellungen (27 Prozent) sowie Landschaftsattraktionen (26 Prozent) Gäste aus Entfernungen über 300 Kilometern an.



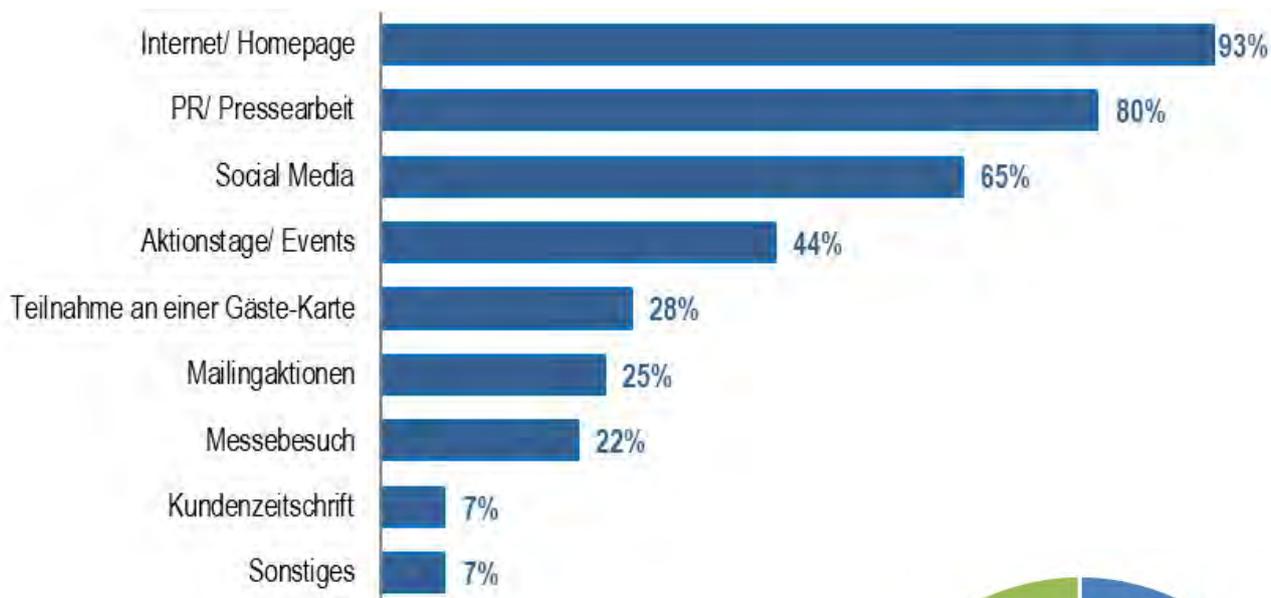
ERREICHBARKEIT MIT ÖFFENTLICHEN VERKEHRSMITTELN



ERGEBNISSE IM ÜBERBLICK

INSTRUMENTE DER KUNDENGEWINNUNG UND KUNDENBINDUNG

Nahezu alle befragten Unternehmen und Einrichtungen verfügen über eine eigene Homepage (93 Prozent). Ebenso sieht die Mehrheit der Befragten die Pressearbeit als gutes Marketinginstrument (80 Prozent) an. 65 Prozent nutzen Social-Media-Kanäle und 44 Prozent veranstalten Aktionstage bzw. besondere Events.

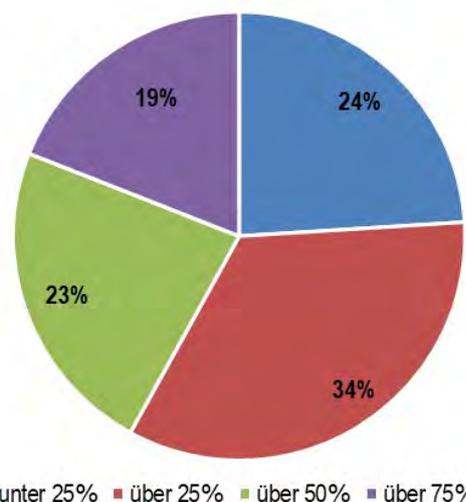
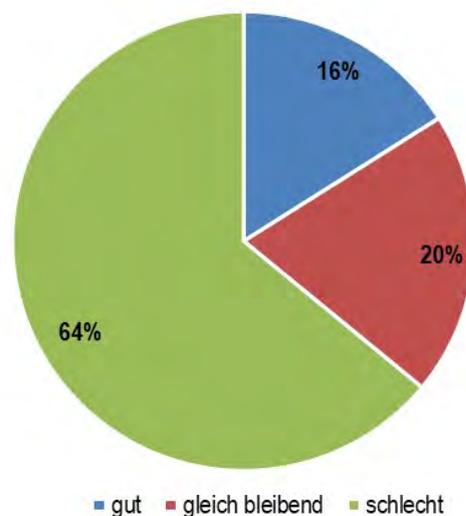


ERWARTETE BESUCHERENTWICKLUNG IN 2020

Nach der erwarteten Besucherentwicklung für das Jahr 2020 befragt, gehen 64 Prozent der befragten Freizeiteinrichtungen von Besucherrückgängen aus. Damit liegt der Saldo der Erwartungen bei minus 48 Punkten.

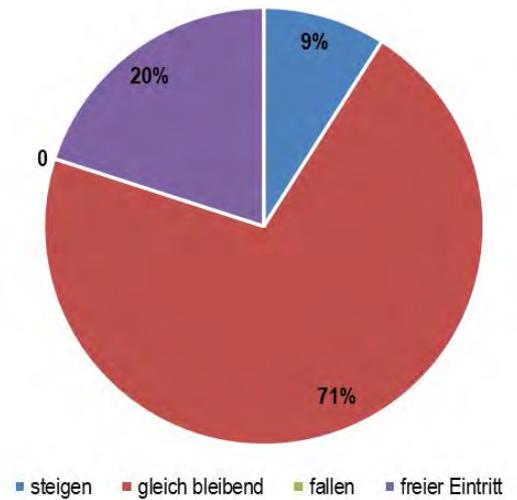
Der Grund liegt vorrangig in den Auswirkungen der COVID-19-Pandemie, den damit einhergehenden Beschränkungen bzw. Schließungen und der generellen Zurückhaltung der Besucher.

Nahezu jede fünfte Freizeiteinrichtung rechnet mit einem Besucherrückgang von über 75 Prozent. 23 Prozent der Befragten rechnen mit sinkenden Besucherzahlen von über 50 Prozent und 34 Prozent mit Besucherrückgängen von über 25 Prozent. Knapp ein Viertel der Befragten rechnet mit einem Besucherverlust von unter 25 Prozent.



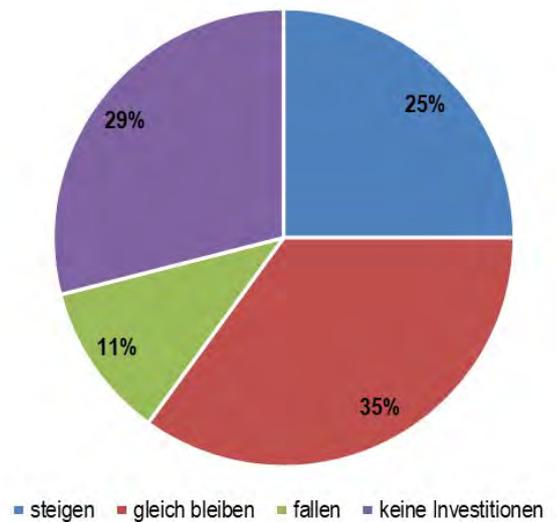
EINTRITTSPREISE

Bei der überwiegenden Mehrheit (71 Prozent) werden die Eintrittspreise im Jahr 2020 stabil bleiben. Neun Prozent der Freizeitunternehmen planen Preiserhöhungen. Höhere Eintrittspreise planen vorrangig Bühnen und Theater (24 Prozent), wassertouristische Anbieter (17 Prozent) und Verkehrsträger (17 Prozent). 20 Prozent der befragten Einrichtungen sind generell kostenfrei besuchbar.



INVESTITIONEN

Für das Jahr 2020 planen 25 Prozent der Befragten eine Erhöhung ihrer Investitionen. Ein Drittel würde in gleicher Höhe wie im Vorjahr investieren. 29 Prozent der Befragten würden nicht investieren. Eine überdurchschnittlich große Investitionssteigerung planen Zoologische Gärten und Tierparks (56 Prozent), touristische Verkehrsträger (42 Prozent) und Landschaftsattraktionen (37 Prozent). Hauptmotive für Investitionen sind Modernisierung und Qualitätsverbesserung.



AUSWERTUNG AUSGEWÄHLTER KATEGORIEN



Stiftskirche Quedlinburg

www.quedlinburg-info.de



Naumburger Dom

www.naumburger-dom.de

BURGEN, SCHLÖSSER UND SAKRALBAUTEN

BESUCHERZAHLEN

Im Jahr 2019 besuchten 765.000 Personen die befragten Burgen, Schlösser und Sakralbauten. Für eine positive oder negative Besucherentwicklung machen 22 Prozent der Bauwerke das Wetter verantwortlich. Damit sind sie weniger wetterabhängig als Einrichtungen anderer Kategorien. Weitere Gründe für die Besucherentwicklung waren die Anerkennung des Naumburger Doms zum UNESCO-Kulturerbe sowie eine Vielzahl an Sonderausstellungen.

4 PROZENT

Zuwachs an Besucherzahlen in 2019.

QUELLGEBIETE

Die Besucher dieser Kategorie kommen in der Regel nicht aus der unmittelbaren Region. Überdurchschnittlich viele Gäste nehmen Anfahrtswege bis zu 300 km in Kauf, um die Einrichtungen dieser Kategorie zu besuchen. Ein Drittel der Gäste kommen aus einem Umkreis bis 100 Kilometer, zwölf Prozent aus der Region bis 50 km.

44 PROZENT

der Besucher reisen bis zu 300 km weit.

ERWARTUNGEN

Mit 26 Prozent guten Erwartungen an die Entwicklung der Besucherzahlen in 2020 liegen die Einrichtungen dieser Kategorie über dem Durchschnitt. Der Saldo der Erwartungen liegt dennoch mit minus 33 Punkten im negativen Bereich. 48 Prozent der Befragten rechnen mit coronabedingten Besucherrückgängen zwischen 25 und 50 Prozent.

26 PROZENT

erwarten coronabedingt einen Besucherrückgang von über 50 Prozent.

EINTRITTSPREISE

Künftig planen zwölf Prozent der Befragten Eintrittspreiserhöhungen, die Hälfte geht von gleich bleibenden Preisen aus.

38 PROZENT

der befragten Bauwerke sind entgeltfrei zu besichtigen.

KUNDENBINDUNG

Kooperationen, in Form von Teilnahme an einer Gästekarte, haben in dieser Kategorie einen überdurchschnittlich hohen Stellenwert. Ebenso werden Mailingaktionen zur Kundenbindung und Kundengewinnung überdurchschnittlich häufig eingesetzt (41 Prozent).

48 PROZENT

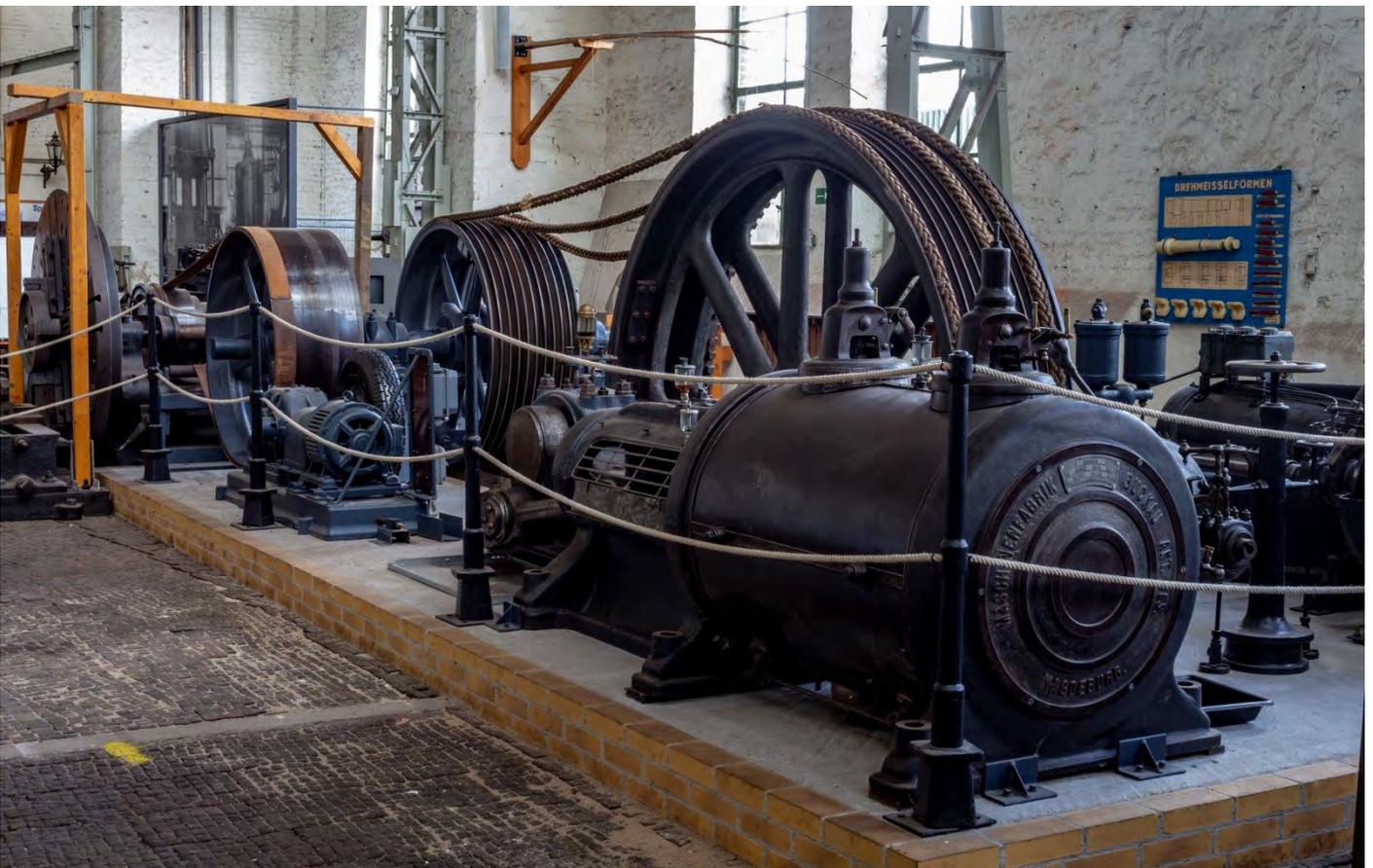
der befragten Bauwerke nutzen Gästekarten als Marketinginstrument.

AUSWERTUNG AUSGEWÄHLTER KATEGORIEN



Bauhaus Dessau

www.bauhaus-dessau.de



Technikmuseum Magdeburg

www.magdeburg.de/technikmuseum

BESUCHERZAHLEN

Museen und Ausstellungen stellen einen der größten Besuchermagneten im Land dar. Insgesamt wurden diese nach Angaben der Befragten von über zwei Millionen Gästen im Jahr 2019 besucht. Für eine positive Entwicklung der Besucherzahlen sorgte das Bauhaus-Jubiläum. Als weitere Gründe gaben die befragten Einrichtungen neu am Markt platzierte Produkte sowie eine gute Wetterlage an.

10 PROZENT

Zuwachs an Besucherzahlen in 2019 gegenüber 2018.

MITARBEITER

Neben den großen Landesmuseen gibt es zahlreiche kleine Museen und Ausstellungen, die hauptsächlich durch Vereine oder ehrenamtlich Engagierte geführt und betreut werden. 31 Prozent der Mitarbeiter sind in Vollzeit beschäftigt.

43 PROZENT

Der Beschäftigten engagieren sich ehrenamtlich in den befragten Museen und Ausstellungen.

ERWARTUNGEN

Lediglich 14 Prozent rechnen mit einer guten Entwicklung der Besucherzahlen in 2020. Der Saldo der Erwartungen liegt mit minus 53 Punkten deutlich im negativen Bereich. Ein Drittel der Befragten erwartet coronabedingte Besucherrückgänge zwischen 50 und 75 Prozent. Jeder Fünfte rechnet mit Rückgängen von über 75 Prozent.

21 PROZENT

erwarten coronabedingt einen Besucherrückgang von über 75 Prozent.

INVESTITIONEN

58 Prozent der befragten Museen würden im Jahr 2020 mehr investieren bzw. ihre Investitionsbereitschaft beibehalten. Vorrangig würde in Modernisierungen bzw. Qualitätsverbesserungen investiert (38 Prozent). Zudem plant ca. ein Viertel der Museen Ausgaben für neue Ausstellungen bzw. Ausstellungsformate.

13 PROZENT

der investiven Maßnahmen fließen in die Barrierefreiheit.

KUNDENBINDUNG

Hauptinstrumente für Kundengewinnung bzw. -bindung sind die eigene Homepage, Pressearbeit und die Nutzung von Social-Media-Kanälen. Die Hälfte der befragten Museen machen außerdem mit Hilfe von Aktionstagen bzw. Events auf sich aufmerksam.

51 PROZENT

der befragten Museen führen Aktionstage zur Kundengewinnung und -bindung durch.

AUSWERTUNG AUSGEWÄHLTER KATEGORIEN



FERROPOLIS - Stadt aus Eisen

www.ferropolis.de



Glasmanufaktur Harzkristall

www.harzkristall.de

BESUCHERZAHLEN

Gemessen an den Besucherzahlen sind die Freizeitattraktionen mit mehr als zwei Millionen Besuchern ein weiterer Rekordhalter im IHK-Freizeitbarometer. Die Kategorie umfasst beispielsweise Indoor-Spielplätze, Kletterparks, Kinos sowie Abenteuer- und Erlebnisangebote, wie z.B. Segwayfahren oder Wakeboarding, aber auch Volksfeste und Konzerte.

12 PROZENT

Zuwachs an Besucherzahlen in 2019 gegenüber 2018.

GRÜNDE FÜR DIE BESUCHERENTWICKLUNG

In dieser Kategorie wird eine überdurchschnittliche Witterungsabhängigkeit der Einrichtungen deutlich. 44 Prozent der Befragten geben an, dass ihre Besucherentwicklung vom Wetter abhängig ist. Neue Produkte und Attraktionen wirken sich bei 26 Prozent der Befragten positiv aus. 23 Prozent nehmen ein verändertes Kunden- und Ausgabeverhalten wahr.

44 PROZENT

machen das Wetter für die Besucherentwicklung verantwortlich.

QUELLGEBIETE

Die Besucher der Freizeitattraktionen kommen in der Regel aus der Region. Mehr als die Hälfte der Gäste kommen aus einem Umkreis bis 50 Kilometer, 18 Prozent reisen bis zu 100 km weit. Zwei Drittel der befragten Einrichtungen verzeichnen einen Anteil von bis zu 20 Prozent an ausländischen Gästen.

55 PROZENT

der Gäste kommen aus der näheren Umgebung (bis 50 km).

ERWARTUNGEN

Knapp ein Drittel erwarten für das Jahr 2020 eine gute bzw. gleich bleibende Besucherentwicklung. 68 Prozent gehen von einer negativen Entwicklung aus. 42 Prozent und damit überdurchschnittlich viele Einrichtungen rechnen mit coronabedingten Besucherrückgängen von über 75 Prozent.

42 PROZENT

erwarten coronabedingt einen Besucherrückgang von über 75 Prozent.

INVESTITIONEN

55 Prozent der befragten Freizeitattraktionen planen im Jahr 2020 steigende Investitionen bzw. Investitionen in gleicher Höhe zum Vorjahr. Hauptsächlich würden sie in den Bereichen Modernisierung/Qualitätsverbesserung (44 Prozent), Ersatzbeschaffung (26 Prozent) und neue Attraktionen/Erweiterungen (23 Prozent) investieren.

44 PROZENT

der investiven Maßnahmen fließen in die Barrierefreiheit.

AUSWERTUNG AUSGEWÄHLTER KATEGORIEN



Bergzoo Halle

www.zoo-halle.de



Zoo Magdeburg

www.zoo-magdeburg.de

BESUCHERZAHLEN

Mit einer Besucherzahl von 1,3 Million Besuchern im Jahr 2019 stellen Zoos und Tierparks einen großen Anziehungspunkt dar. Gegenüber dem Vorjahr konnten die befragten Zoos und Tierparks ein Gäste-Plus von sieben Prozent verbuchen.

7 PROZENT

Zuwachs an Besucherzahlen in 2019 gegenüber 2018.

GRÜNDE FÜR DIE BESUCHERENTWICKLUNG

Nach den Gründen für eine positive oder negative Besucherentwicklung befragt, geben 64 Prozent der Befragten an, dass sie insbesondere vom Wetter abhängig sind. Positiv wirken sich auch neue Produkte und Attraktionen (45 Prozent) und veränderte Marketingaktivitäten aus (45 Prozent).

64 PROZENT

der Zoos und Tierparks sehen im Wetter den Hauptgrund für ihre Besucherentwicklung.

QUELLGEBIETE

Die befragten Tierparks und Zoos Sachsen-Anhalts gaben an, dass ihre Gäste vorrangig aus einem Umkreis bis 100 km (64 Prozent), 36 Prozent aus einem Umkreis bis 50 km kommen.

64 PROZENT

der Gäste kommen aus einem Umkreis bis 100 km.

ERWARTUNGEN

Der Saldo der Erwartungen der Zoos und Tierparks liegt zwar mit minus neun Punkten im Negativbereich, ist aber im Gegensatz zu Freizeiteinrichtungen anderer Kategorien überdurchschnittlich hoch. Insbesondere die positiven Erwartungen liegen über dem Durchschnitt. 70 Prozent erwarten weniger als 25 Prozent an Besucherrückgängen aufgrund der Corona-Pandemie.

30 PROZENT

erwarten coronabedingt einen Besucherrückgang von über 25 Prozent.

INVESTITIONEN

Nach wie vor gibt es bei den Zoologischen Gärten und Tierparks die höchste Investitionsbereitschaft. 89 Prozent planen ihre investiven Ausgaben zu erhöhen bzw. beizubehalten. Hauptsächlich würden Investitionen in den Bereichen neue Attraktionen/Erweiterungen (45 Prozent), Modernisierung/Qualitätsverbesserung (55 Prozent) und Ersatzbeschaffung (36 Prozent) getätigt.

56 PROZENT

der Zoos und Tierparks möchten ihre investiven Ausgaben erhöhen.

AUSWERTUNG AUSGEWÄHLTER KATEGORIEN



Händel-Halle

www.haendel-halle.de



Nordharzer Städtebundtheater

www.harztheater.de

BESUCHERZAHLEN

Im Jahr 2019 konnten die an der Umfrage teilnehmenden Theater und Bühnen über 905 Tausend Gäste begrüßen. Gegenüber dem Vorjahr entspricht dies einem Plus von zwei Prozent. Besucherströme sind vor allem von der Anzahl der Veranstaltungen und vom jeweiligen Programmangebot abhängig. Gründe für die positive Entwicklung sehen 29 Prozent der Befragten vor allem im Angebot von neuen Produkten bzw. Attraktionen.

QUELLGEBIETE

Die Hälfte der Gäste kommt aus einem Umkreis bis 50 km, ein Viertel fährt bis 100 km weit, um Vorstellungen zu besuchen. Sechs Prozent nehmen einen Anfahrtsweg von über 300 Kilometern in Kauf. 30 Prozent der Befragten Bühnen und Theater verzeichnen keine ausländischen Gäste.

ERWARTUNGEN

Die Bühnen und Theater sind neben den Bädern diejenigen, welche sehr pessimistisch auf die Besucherentwicklung im Jahr 2020 schauen. Drei Viertel der Befragten rechnen mit einer Verschlechterung der Lage. Von der Schließung aufgrund der Corona-Pandemie sind die Einrichtungen direkt betroffen. 41 Prozent rechnen mit Besucherrückgängen von über 75 Prozent,.

KUNDENBINDUNG

Bei Theatern und Bühnen ist die Nutzung sozialer Medien überdurchschnittlich hoch, ebenso die Durchführung von Mailingaktionen (41 Prozent) oder Nutzung von Kundenzeitschriften (29 Prozent).

EINTRITTSPREISE

Eintrittspreiserhöhungen planen 24 Prozent, 76 Prozent halten ihre Preise stabil.

2 PROZENT

Zuwachs an Besucherzahlen in 2019 gegenüber 2018.

50 PROZENT

der Gäste kommen aus einem Umkreis bis 50 km.

41 PROZENT

erwarten coronabedingt einen Besucherrückgang von über 75 Prozent.

82 PROZENT

der Befragten nutzen die Social-Media-Kanäle zur Bewerbung ihrer Angebote

24 PROZENT

planen, ihre Eintrittspreise anzuheben

AUSWERTUNG AUSGEWÄHLTER KATEGORIEN



Maya Mare Halle

www.mayamare.de



Strandbad Arendsee

www.arendsee.de

BESUCHERZAHLEN

Im Jahr 2019 konnten die an der Umfrage teilnehmenden Bäder und Thermen knapp 1,2 Millionen Gäste begrüßen. Gegenüber dem Vorjahr waren die gemeldeten Besucherzahlen mit zwei Prozent rückläufig.

GRÜNDE FÜR DIE BESUCHERENTWICKLUNG

Knapp drei Viertel der Befragten geben an, dass sie erwartungsgemäß vom Wetter abhängig sind. 22 Prozent sehen die Gründe in der allgemeinen Konjunktur.

QUELLGEBIETE

Gäste nehmen für das Badevergnügen Strecken bis maximal 100 km in Kauf (22 Prozent bis 100 Kilometer). Die Mehrheit der Besucher kommt aus der Region bis 50 km.

ERWARTUNGEN

Für das Jahr 2020 sind die Erwartungen wenig optimistisch. 83 Prozent rechnen mit einem Rückgang der Besucherzahlen. Keines der befragten Bäder erwartet eine gute Entwicklung. Die Mehrheit (78 Prozent) geht von coronabedingten Besucherrückgängen zwischen 25 und 50 Prozent aus.

INVESTITIONEN

Die Investitionsabsichten der befragten Bäder und Thermen sind zurückhaltend. 67 Prozent der Befragten gehen von gleich bleibenden Investitionsausgaben aus, nur 11 Prozent würden mehr investieren als im Jahr zuvor. Hauptmotiv der geplanten Investitionen sind Ersatzbeschaffungen (83 Prozent).

ERREICHBARKEIT

Elf Prozent der Bäder sind nicht mit öffentlichen Verkehrsmitteln zu erreichen. Der Linienbus steht an vorderster Stelle für die Erreichbarkeit.

2 PROZENT

Rückgang an Besucherzahlen in 2019 gegenüber 2018.

72 PROZENT

der Bäder sehen im Wetter den Grund für eine gute oder schlechte Besucherentwicklung.

78 PROZENT

der Gäste kommen aus einem Umkreis bis 50 km.

78 PROZENT

erwarten coronabedingt einen Besucherrückgang von über 25 Prozent.

67 PROZENT

der befragten Bäder und Thermen gehen in 2020 von einem gleich bleibenden Investitionsvolumen aus.

61 PROZENT

der Bäder und Thermen sind mit dem Linienbus erreichbar.

AUSWERTUNG AUSGEWÄHLTER KATEGORIEN



Marktschlößchen Stadt Halle

www.halle-tourismus.de



Tourist Information Magdeburg

www.magdeburg-tourist.de

BESUCHERZAHLEN

Nach Angaben der Befragten nahmen im letzten Jahr über 495 Tsd. Gäste an Besucherführungen teil. Gegenüber dem Vorjahr waren die gemeldeten Gästezahlen mit zwölf Prozent rückläufig. Als Grund hierfür wird der Rückgang von Gruppenreisen genannt.

12 PROZENT

Rückgang an Besucherzahlen in 2019 gegenüber 2018.

QUELLGEBIETE

Die Teilnehmer an Besucherführungen kommen in der Regel nicht aus der unmittelbaren Region. 40 Prozent nehmen Anreisen über 300 Kilometer in Kauf. Knapp ein Viertel der Gäste kommen aus einem Umkreis bis 300 Kilometer. Bei 93 Prozent der Befragten liegt der Anteil an ausländischen Gästen zwischen einem und 20 Prozent.

40 PROZENT

beträgt der Anteil der Gäste mit einer Anreise über 300 km.

ERWARTUNGEN

Für das Jahr 2020 rechnen 59 Prozent mit einem Rückgang der Besucherzahlen, damit liegt der Saldo der Erwartungen bei minus 40 Punkte. 29 Prozent gehen von coronabedingten Besucherrückgängen zwischen 25 und 50 Prozent aus, weitere 29 Prozent rechnen mit Rückgängen zwischen 50 und 75 Prozent.

29 PROZENT

erwarten coronabedingt einen Besucherrückgang von über 75 Prozent.

KUNDENBINDUNG

Überdurchschnittlich viele der Befragten in dieser Kategorie nutzen Messebesuche als Instrument der Kundengewinnung (49 Prozent). Weiterhin ist die Teilnahme an einer Gästekarte bei 42 Prozent der Befragten überdurchschnittlich hoch.

49 PROZENT

der Befragten nutzen Messebesuche als Instrument der Kundengewinnung.

ERREICHBARKEIT

Zehn Prozent der Besucherführungen sind nicht mit öffentlichen Verkehrsmitteln zu erreichen. Der Linienbus steht an vorderster Stelle für die Erreichbarkeit, gefolgt von der Bahn (z.B. DB, 56 Prozent). 15 Prozent sind mit der Ausflugsbahn bzw. Privatbahn erreichbar.

85 PROZENT

der Besucherführungen sind mit dem Linienbus erreichbar.

AUSLANDSMÄRKTE

41 Prozent der Befragten richten ihre Marketingmaßnahmen auf Auslandsmärkte aus. Dabei wird hauptsächlich in den Ländern Niederlande, Schweiz, Österreich und Dänemark um Gäste geworben.

41 PROZENT

der Befragten werben im Ausland um Gäste.

AUSWERTUNG AUSGEWÄHLTER KATEGORIEN



Das Josephskreuz Stolberg/Harz

www.stadt-stolberg.de



Roseburg Rieder

www.roseburg-harz.de

BESUCHERZAHLEN

Im Jahr 2019 konnten die an der Umfrage teilnehmenden Landschaftsattraktionen (Höhlen, Besucherbergwerke, Kur- und Landschaftsparks, Botanische Gärten) über 990 Tausend Gäste begrüßen. Gegenüber dem Vorjahr entspricht dies einem Plus von vier Prozent.

4 PROZENT

Zuwachs an Besucherzahlen in 2019 gegenüber 2018.

GRÜNDE FÜR DIE BESUCHERENTWICKLUNG

Die Besucherentwicklung ist nach Angaben der Befragten hauptsächlich der Wettersituation während der Saison sowie einem veränderten Ausgabe- bzw. Reiseverhalten der Gäste zuzurechnen (je 32 Prozent). Ein Viertel hat durch den Aufbau bzw. die Intensivierung von Kooperationen eine positive Besucherentwicklung erfahren.

26 PROZENT

setzen auf Kooperationen, um mehr Besucher zu generieren.

QUELLGEBIETE

Die Landschaftsattraktionen werden neben den Gästen, die aus weiterer Entfernung kommen auch oft von Tagesausflüglern aus dem Umland und Urlaubern, die einen Tagesausflug unternehmen, besucht. 42 Prozent kommen aus einem Umkreis bis 50 km, ca. 27 Prozent reisen aus einer Entfernung bis 100 km an.

26 PROZENT

beträgt der Anteil der Gäste mit einer Anreise über 300 km.

ERWARTUNGEN

Für das Jahr 2020 rechnet die Hälfte der Befragten mit einer negativen Entwicklung der Besucherzahlen. 53 Prozent „hoffen“, dass die coronabedingten Besucherrückgänge unter 25 Prozent bleiben.

29 PROZENT

erwarten coronabedingt einen Besucherrückgang von über 25 Prozent.

EINTRITTSPREISE

Künftig planen 16 Prozent Eintrittspreis erhöhungen, 53 Prozent gehen von gleich bleibenden Preisen aus.

31 PROZENT

der Befragten erheben keine Eintrittsgelder.

INVESTITIONEN

Die Investitionsabsichten innerhalb dieser Kategorie sind überdurchschnittlich hoch. 37 Prozent wollen mehr im Jahr 2020 investieren. Vorrangig wird in Modernisierungen bzw. Qualitätsverbesserungen investiert (53 Prozent). Zudem plant ca. ein Drittel Investitionen in Ersatzbeschaffungen und ein Viertel investiert in neue Attraktionen bzw. Erweiterungen.

37 PROZENT

der Befragten erhöhen ihre investiven Ausgaben in 2020.

AUSWERTUNG AUSGEWÄHLTER KATEGORIEN



Parkeisenbahn Halle (Saale)

www.parkeisenbahn-halle.de



Seilbahnen Thale Erlebnisswelt

www.seilbahnen-thale.de

BESUCHERZAHLEN

In der Kategorie der touristischen Verkehrsträger werden Seilbahnen sowie Bergwerks- und Ausflugsbahnen betrachtet. Im Jahr 2019 konnten die an der Umfrage Teilnehmenden über 2,3 Millionen Gäste befördern. Gegenüber dem Vorjahr entspricht dies einem Plus von zwei Prozent.

2 PROZENT

Zuwachs an Besucherzahlen in 2019 gegenüber 2018.

GRÜNDE FÜR DIE BESUCHERENTWICKLUNG

Die positive Entwicklung der Besucherzahlen begründeten die Befragten vorrangig mit der Einführung neuer Produkte bzw. Attraktionen und mit veränderten Marketingaktivitäten (42 Prozent). Bei 33 Prozent der Befragten wirkten sich Kooperationen positiv auf die Besucherzahlen aus.

50 PROZENT

der Befragten führen die positive Besucherentwicklung auf die Einführung neuer Attraktionen zurück.

ERWARTUNGEN

Der Saldo der Erwartungen liegt bei minus 50 Punkten. Für das Jahr 2020 rechnen nur acht Prozent mit einer guten Besucherentwicklung. 50 Prozent der Befragten erwarten coronabedingt Besucherrückgänge zwischen 25 und 50 Prozent.

8 PROZENT

erwarten coronabedingt einen Besucherrückgang von über 75 Prozent.

INVESTITIONEN

Die Investitionsabsichten bei den touristischen Verkehrsträgern sind im Vergleich der Kategorien sehr hoch (75 Prozent). 42 Prozent der Befragten möchten im Jahr 2020 mehr investieren als im Vorjahr. Diese Ausgaben sollen hauptsächlich in Modernisierungsmaßnahmen und Qualitätsverbesserungen (75 Prozent), in Ersatzbeschaffungen (33 Prozent) sowie in neue Attraktionen und Erweiterungen (25 Prozent) fließen .

17 PROZENT

der Befragten investieren in Barrierefreiheit.

KUNDENBINDUNG

Im Marketing sind die Verkehrsträger gegenüber anderen Befragten auf den Social-Media-Plattformen aktiver (75 Prozent). Auf die eigene Homepage setzen alle befragten Verkehrsträger. Auch Aktionstage und Events, Messebesuche und Gästekarten werden im Marketing-Mix eingesetzt.

75 PROZENT

der Befragten sind im Bereich Social-Media aktiv.

AUSWERTUNG AUSGEWÄHLTER KATEGORIEN



Gondelfahrten im Wörlitzer Park

www.gartenreich.de



Magdeburger Weiße Flotte

www.weisseflotte-magdeburg.de

BESUCHERZAHLEN

Zu den wassertouristischen Anbietern zählen u. a. die Vermieter von Booten, Flößen, Kanus und die Fahrgastschiffahrt. Die befragten Anbieter konnten ca. 192 Tausend Gäste im Jahr 2019 begrüßen. Das entspricht einem Rückgang von neun Prozent.

9 PROZENT

Rückgang an Besucherzahlen in 2019 gegenüber 2018.

GRÜNDE FÜR DIE BESUCHERENTWICKLUNG

Die Besucherentwicklung führen die Befragten hauptsächlich auf die Witterungsbedingungen im letzten Jahr zurück. Einerseits lockte das warme Sommerwetter Gäste an das Wasser, andererseits mussten jedoch durch Niedrigwasser Schifffahrten ausfallen.

67 PROZENT

der Befragten sehen im Wetter den Hauptgrund für ihre Besucherentwicklung.

QUELLGEBIETE

Ein Drittel der Gäste kommt aus einem Umkreis bis zu 100 km. Aber auch eine Anreise bis 300 km nehmen die Gäste für das Freizeiterlebnis auf dem Wasser in Kauf (50 Prozent).

50 PROZENT

beträgt der Anteil der Gäste mit einer Anreise bis 300 km.

ERWARTUNGEN

Der Saldo der Erwartungen liegt bei minus 18 Punkten. Für das Jahr 2020 rechnen 50 Prozent mit einer schlechten Besucherentwicklung. 60 Prozent der Befragten erwarten Besucherrückgänge zwischen 25 und 50 Prozent auf Grund der Auswirkungen der Corona-Pandemie.

20 PROZENT

erwarten coronabedingt einen Besucherrückgang von über 50 Prozent.

INVESTITIONEN

Ein Drittel der Befragten plant steigende Investitionen für das Jahr 2020. Dabei stehen Maßnahmen der Modernisierung und Qualitätsverbesserung im Vordergrund (67 Prozent).

33 PROZENT

der Befragten planen mehr zu investieren in 2020 als im Vorjahr.

KUNDENBINDUNG

Die eigene Homepage nutzen alle Anbieter als Instrument der Kundengewinnung und -bindung. Auf Social-Media-Plattformen sind 83 Prozent der Befragten aktiv. Pressearbeit, Mailingaktionen und Gästekarten gehören ebenfalls zum Marketing-Mix.

83 PROZENT

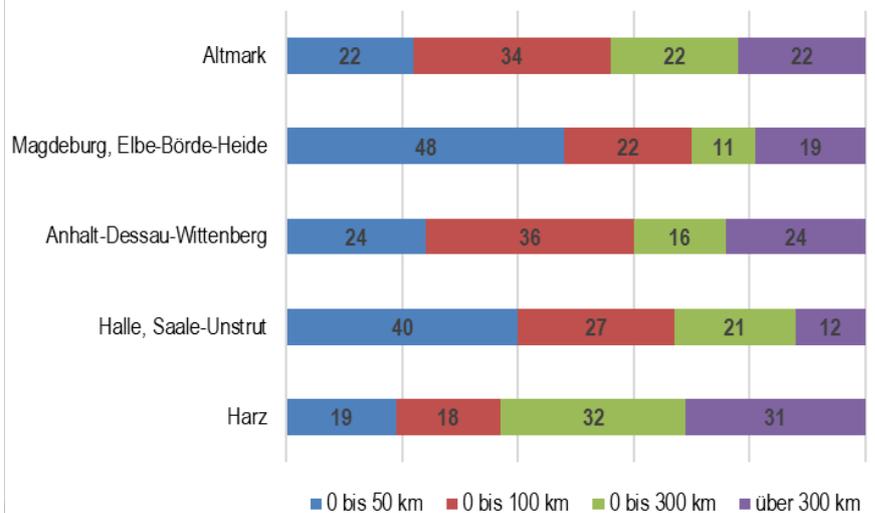
der Befragten sind im Bereich Social-Media aktiv.

ERGEBNISSE NACH REGIONEN

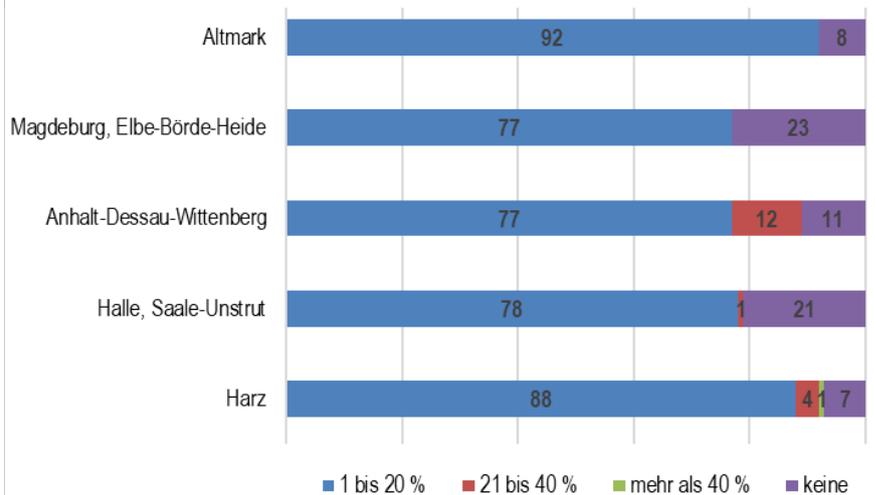


BESUCHERUMKREIS /

AKTIONSRADIUS



ANTEIL DER BESUCHER AUS DEM AUSLAND

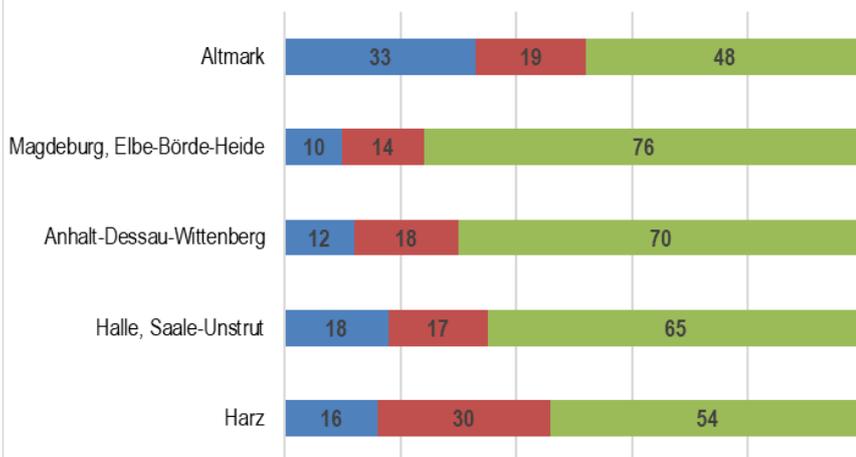


ERGEBNISSE NACH REGIONEN

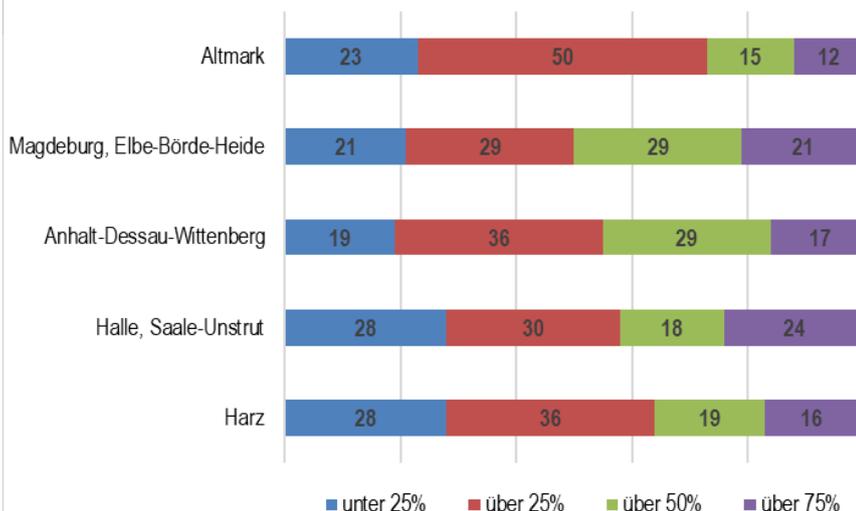


Echt schön.
SACHSEN-ANHALT

ERWARTETE BESUCHERENTWICKLUNG IN 2020



CORONABEDINGTE ERWARTETE BESUCHERRÜCKGÄNGE IN 2020

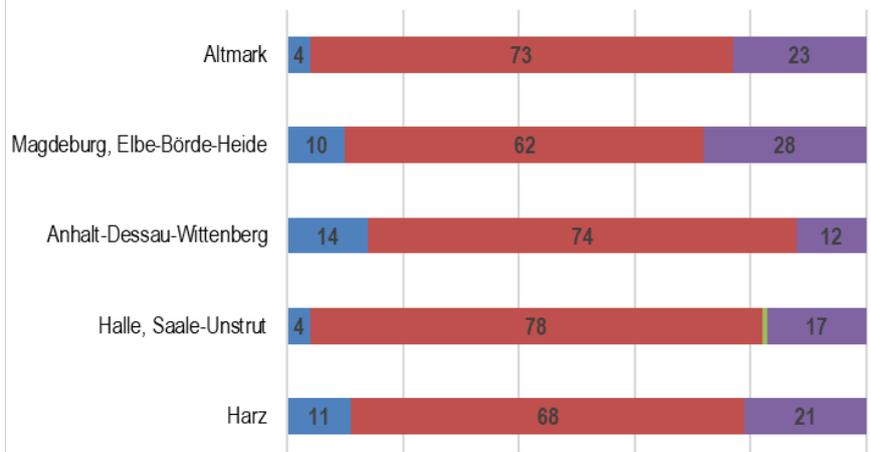


■ unter 25% ■ über 25% ■ über 50% ■ über 75%

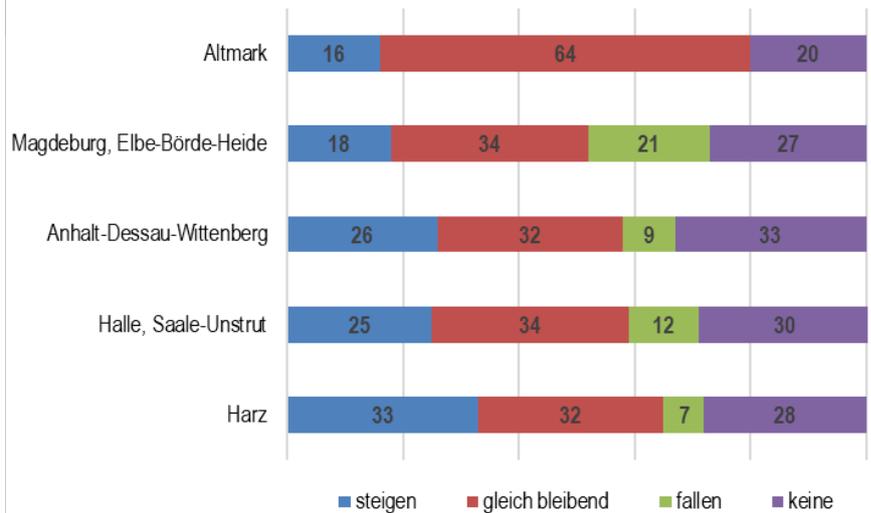
ERGEBNISSE NACH REGIONEN



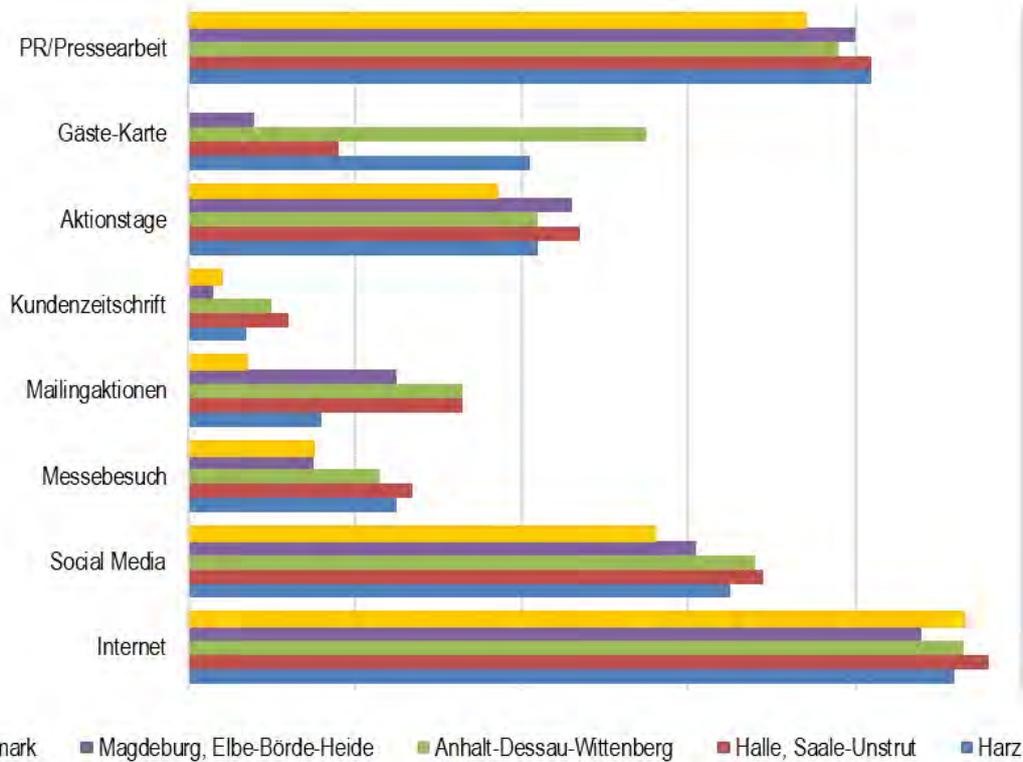
EINTRITTSPREISE IN 2020



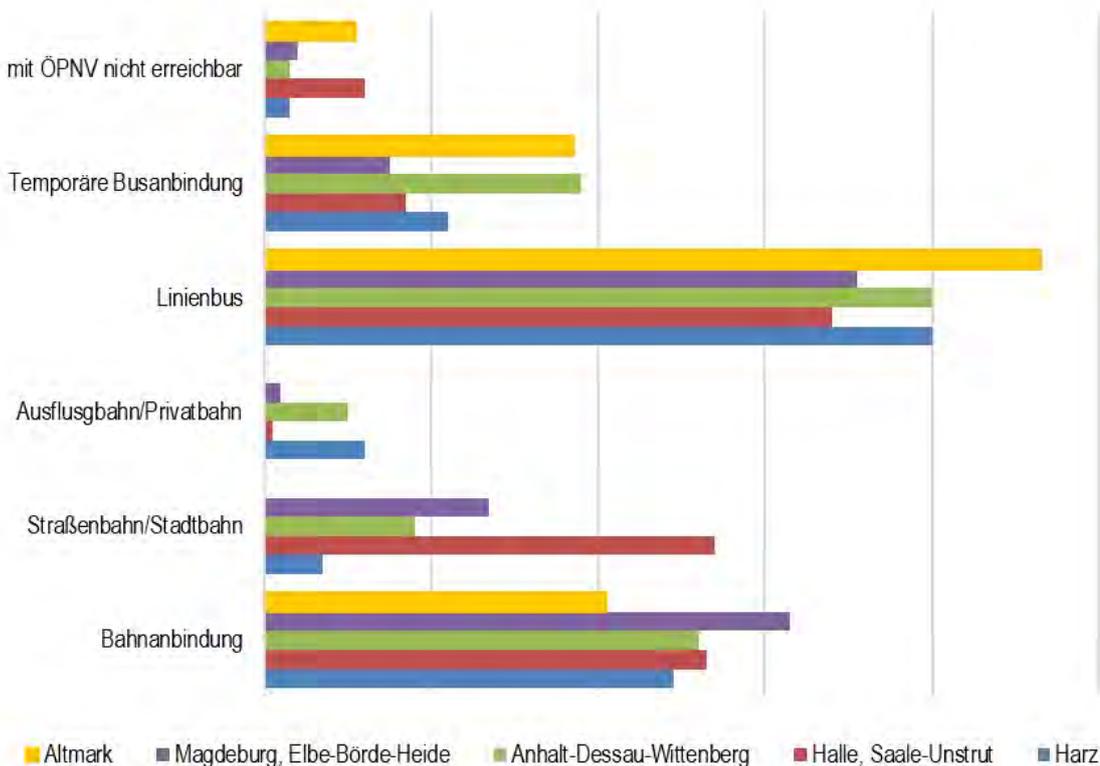
INVESTITIONEN IN 2020



INSTRUMENTE DER KUNDENBINDUNG UND KUNDENGEWINNUNG



ERREICHBARKEIT MIT ÖFFENTLICHEN VERKEHRSMITTELN



IHK-Freizeitbarometer 2020

Berichtszeitraum: 01.01.2019 - 31.12.2019

Daten zu Ihrem Unternehmen/Ihrer Einrichtung:

Bitte geben Sie ggf. auch einen Ansprechpartner an:
(falsch/fehlerhafte Angaben bitte ändern/ergänzen)

Name und Anschrift der Einrichtung/Institution

Freizeitattraktion:

Ansprechpartner:

E-Mail:

Beschäftigtenzahl

Gesamt: _____
davon Vollzeit: _____
davon Teilzeit: _____
davon Ehrenamt: _____

Öffnungszeiten (für Besucher)

- ganzjährig geöffnet
 Saisonbetrieb (bitte Datum eintragen)

von _____ bis _____

- Einrichtung mit öffentlicher Beteiligung/Finanzierung
 privatwirtschaftliche Einrichtung

Wie viele Besucher/Teilnehmer hatte Ihr Unternehmen / Ihre Einrichtung im Jahr

Gesamt Jahr 2019 _____

Gesamt Jahr 2018 _____

Schätzungen bitte mit „S“ kennzeichnen!

1. Gründe für die gute oder schlechte Entwicklung der Besucherzahlen im Jahr 2019

- Konjunktur
 Neue Produkte/Attraktionen
 Veränderte Marketingaktivitäten
 Veränderte Wettbewerbssituation
 Kooperationen
 Wetter
 Renovierung/zeitweilige Schließung
 Verändertes Ausgabe- und/oder Reiseverhalten der Kunden

Sonstiges:

.....

2. Aus welchem Umkreis/Quellgebiet kamen im Jahr 2019 die Mehrzahl Ihrer Gäste? (bitte keine Mehrfachnennungen)

- 0 - 50 km
 0 - 100 km
 0 - 300 km
 0 bis über 300 km

3. Hatten Sie im Jahr 2019 auch Besucher/Gäste aus dem Ausland? Wenn ja, wie viele (in Prozent)?

- 1 - 20 %
 21 - 40 %
 mehr als 40 %
 keine

4. Erwartete Besucherentwicklung in diesem Jahr

- gut
 gleich bleibend
 schlecht

5. Der Besucherrückgang aufgrund der Auswirkungen der COVID-19-Pandemie liegt im gesamten Jahr 2020 voraussichtlich bei:

- unter 25 %
 über 25 %
 über 50%
 über 75 %

6. Die Eintrittspreise werden in diesem Jahr voraussichtlich

- steigen
- gleich bleiben
- fallen
- nicht zutreffend, da freier Eintritt

7. Die Investitionen werden in diesem Jahr voraussichtlich

- steigen
- gleich bleiben
- fallen
- keine Investitionen

8. Hauptmotiv der in diesem Jahr geplanten Investitionen

- Neue Attraktionen/ Erweiterungen
- Modernisierung/Qualitätsverbesserung
- Ersatzbeschaffung
- Innovationen
- Umweltschutz / Energieeffizienz
- Barrierefreiheit

Sonstiges:

.....

9. Welche Instrumente der Kundenbindung und Kundengewinnung nutzen Sie?

- Internet/Homepage
- Social Media
- Messebesuch
- Mailingaktionen
- Kundenzeitschrift
- Aktionstage/Events
- Teilnahme an einer Gäste-Karte
- PR/Pressearbeit

Sonstiges:

.....

10. Wie ist Ihre Freizeiteinrichtung mit öffentlichen Verkehrsmitteln (ÖPNV) erreichbar? (Mehrfachnennungen möglich)

- Bahnanbindung (z.B. DB)
- Straßenbahn/Stadtbahn
- Ausflugsbahn/Privatbahn
- Linienbus
- Temporäre Busanbindung (Einzelfahrt, Freizeitbus, Rufbus o. ä.)
- Mit ÖPNV nicht erreichbar

Sonstiges:

.....

11. Bearbeiten Sie Auslandsmärkte mit Marketingmaßnahmen? Wenn ja, welche? (Mehrfachnennungen möglich)

- Wir bearbeiten keine Auslandsmärkte.
- Niederlande
- Polen
- Österreich
- Schweiz
- Dänemark
- Italien
- sonstiges Europa
- Amerika
- Asien
- Arabische Länder

Sonstiges:

.....

Datenschutz

Das Unternehmen darf im Rahmen der Auswertung namentlich erwähnt werden.

- Ich stimme zu.
- Ich stimme nicht zu.
- Wir sind damit einverstanden, dass die IHK die obenstehenden Daten zur Abwicklung des IHK-Freizeitbarometers speichert, solange unser Unternehmen an ihr teilnimmt. Diese Einwilligung ist freiwillig und kann jederzeit für die Zukunft gegenüber der IHK widerrufen werden.

Einwilligung

Sie sind damit einverstanden, dass wir Sie für zukünftige Umfragen im Rahmen des IHK-Freizeitbarometers per E-Mail anschreiben.

.....

Stempel und Unterschrift

Vielen Dank für Ihre Teilnahme!

Impressum

Herausgeber

Landesarbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern in Sachsen-Anhalt

IHK Halle-Dessau
Geschäftsfeld Starthilfe und Unternehmensförderung
Franckestraße 5
06110 Halle (Saale)
www.halle.ihk.de

IHK Magdeburg
Geschäftsbereich Industrie und Infrastruktur
Alter Markt 8
39104 Magdeburg
www.magdeburg.ihk.de

Redaktion

Daniela Wiesner
Tel.: 0345 2126-285
Fax: 0345 212644-285
E-Mail: dwiesner@halle.ihk.de

Mandy Tanneberg
Tel.: 0391 5693-140
Fax: 0391 5693-147
E-Mail: tanneberg@magdeburg.ihk.de

Stand: November 2020

Bildnachweise: Titelbild - Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH
Innenseiten - Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH, Staatskanzlei und
Ministerium für Kultur Sachsen-Anhalt, Kuratorium Industriekultur in der Region Magdeburg e. V.,
Glasmanufaktur Harzkristall GmbH, Zoologischer Garten Halle GmbH, Stadtmarketing Halle
(Saale), Nordharzer Städtebundtheater, Maya Mare GmbH & Co. KG, Luftkurort Arendsee GmbH,
IHK Magdeburg, AdobeStock.com, IHK Halle-Dessau, Seilbahnen Thale GmbH, Kulturstiftung
Dessau-Wörlitz, Magdeburger Weiße Flotte GmbH, „Echt-Schön-Kampagne“ - Investitions- und
Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH