FREIZEIT & TOURISMUS IN DER REGION: QUALITÄT AUS DER SICHT DER KUNDEN

TU DRESDEN – LEHRSTUHL FÜR TOURISMUSWIRTSCHAFT U. A. · DRESDEN

Gästebefragung SACHSEN 1996

Kurzfassung mit den wichtigsten Ergebnissen

Die Gästebefragung Sachsen 1996 wurde im Auftrag des Landesfremdenverkehrsverbandes Sachsen e.V. gemeinschaftlich von der

* Technischen Universität Dresden, Lehrstuhl für Tourismuswirtschaft, vertreten durch Prof. Dr. Walter Freyer
* Fachschule für Tourismus, Chemnitz, vertreten durch Frau Karin Friedmann
* Hochschule für Technik, Wirtschaft und Sozialwesen Zittau/Görlitz (FH) – Fachbereich Wirtschaftswissenschaften, Studiengang Tourismus, vertreten durch Frau Prof. Dr. Margita Großmann

durchgeführt. Die Projektleitung 1996 hatte Professor Dr. Walter Freyer vom Lehrstuhl für Tourismuswirtschaft der TU Dresden.

Insgesamt konnten 2303 Fälle in der Auswertung berücksichtigt werden, wodurch die Meinung von ca. 5067 Gästen dargestellt wird, da durchschnittlich 2,2 Personen (inkl. Kinder) mit jedem Fragebogen erreicht wurden. Nach der Gewichtung der einzelnen Regionen –eine Gewichtung wurde notwendig, da die tatsächlichen Fallzahlen nicht genau den errechneten Vorgaben entsprachen – sind 3404 Gäste erreicht worden, die–bei einer durchschnittlichen errreichten Personenzahl von 2,2 je Fragebogen (inkl. Kinder) –die Meinung von 7489 Gästen repräsentieren. Eine Gewichtung der erhobenen Daten erscheint insbesondere bei den Beurteilungsfragen (12, B1 – B3) sinnvoll, da sich das Gesamtbild Sachsens aus der Beurteilung der einzelnen Regionen zusammensetzt und so eine genauere Ergebnisaufbereitung möglich ist. Bei den übrigen Fragen hat ein Vergleich der gewichteten zu den ungewichteten Daten nur geringe Abweichungen – nicht mehr als 1 Prozent – ergeben.

Die Gesamtauswertung repräsentiert eine Darstellung der Gästestruktur für ganz Sachsen. Sollen jedoch Maßnahmen für einzelne Regionen abgeleitet werden, ist hier von Bedeutung, daß es zwischen den einzelnen Regionen Unterschiede gibt, welche sich auch in den Antworten der Befragten ausdrücken. So liegt zum Beispiel der Anteil an Tagesgästen (keine Übernachtung in Sachsen) in der durchgeführten Befragung für ganz Sachsen bei 10 %. Die Städte Dresden und Leipzig liegen deutlich über diesem Wert. Im Vogtland und Erzgebirge sind dagegen im Verlauf der Befragung nur wenige Tagesgäste erreicht worden. Die nachfolgende Tabelle 1 verdeutlicht prägnante Unterschiede zwischen den einzelnen Regionen bzgl. der durchschnittlichen Übernachtungszahl sowie den durchschnittlichen Reiseausgaben.

Region	Durchschnittliche Übernachtungen	Durchschnittliche Reiseausgaben in DM	Durchschnittliche Reiseausgaben pro Tag in DM
Oberlausitz/Niederschlesien	3,9	234	60
Sächsische Schweiz	7,4	430	58
Sächsisches Elbland	3,5	256	73
Erzgebirge **	5,9	518	88
Sächsisches Burgen- und Heideland	5,6	403	72
Westsachsen *	/	/	/
Vogtland ***	7,8	567	73
Stadt Dresden	2,8	405	144
Stadt Leibzig	2,8	378	134
Stadt Chemnitz *	/	/	/
Gesamt-Sachsen	**4,5**	**388**	**86**

Tabelle 1: Verteilung zwischen den einzelnen Befragungsregionen (Angaben pro Reise pro Person)

* Keine Angaben aufgrund zu geringer, auswertbarer Fallzahlen.

** Eingeschränkte Interpretationsmöglichkeiten, da nur 1/3 der Befragten eine Aussage zu ihren Reiseausgaben gemacht haben.

*** Eingeschränkte Interpretationsmöglichkeiten, da nur die Hälfte der Befragten eine Aussage zu ihren Reiseausgaben gemacht haben.

Bei einigen Fragen, insbesondere bei den Fragen zum Reiseanlaß, zur Herkunft sowie zur Unterkunft, erscheint eine separate Betrachtung der Urlaubsgäste sinnvoll.

Das stärkste Entsende-Bundesland ist mit 16,5% Sachsen selbst, relativ dicht gefolgt von Nordrhein-Westfalen (15,1%) und Bayern (11,6%). Bei der separaten Betrachtung der Urlauber bleibt diese Reihenfolge bestehen (Sachsen 15,3%, Nordrhein-Westfalen 13,5%, Bayern 8,9%). Betrachtet man allerdings die Geschäftsreisenden, so verändert sich diese Verteilung zugunsten der Sachsen: mit einem Anteil von 21,1% bzw. 18,4% dominieren hier die beiden Alt-Bundesländer Nordrhein-Westfalen und Bayern mit einem deutlichen Abstand von Baden-Württemberg (9%) und Hessen (8,8%).

Zum Teil prägnante Unterschiede sind auch bei dem **Reiseanlaß** zwischen den einzelnen Regionen erkennbar. In der nachfolgenden Kreuztabelle (Tabelle 2) ist eine Übersicht der Reiseanlässe über die einzelnen Regionen dargestellt. Die grau unterlegten Zeilen geben den Anteil der betrachteten Region (Zeilen) am jeweiligen Reiseanlaß (Spalten) an.

Beispiel: In der sächsischen Schweiz gaben 67,5% der befragten Gäste als Reiseanlaß „Urlaub" an. Nur 3,7% der Befragten befanden sich dagegen auf einer Geschäftsreise.

Insgesamt verbringen etwas mehr als 40% der Befragten ihren Urlaub in Sachsen. Allerdings ist der Anteil der Geschäftsreisenden mit etwa 1/3 unter den Befragten

relativ hoch, wobei sich wiederum mehr als die Hälfte dieser Gäste in den Städten Dresden und Leipzig aufhielt.

Insgesamt haben die freizeitinduzierten Reisen (Urlaub, Ausflug, Freunde/Verwandte besuchen) einen Anteil von knapp 2/3 an der Gesamtheit der befragten Gäste.

Row Pct Col Pct Tot Pct	Reiseanlaß Urlaub	Ausflug	Geschäfts-reise	Freunde/ Verwandte besuchen	sonstiges	Row Total
Region Oberlausitz/ Niederschl.	44,6 15,9 6,7	25,7 40,6 3,9	2,8 6,0 1,9	13,8 18,4 2,1	3,1 9,6 0,5	15,0
Sächsische Schweiz	67,5 19,7 8,3	11,6 15,0 1,4	3,7 1,4 0,5	8,2 9,0 1,0	8,8 23,1 1,1	12,3
Sächsisches Elbland	32,2 7,5 3,2	11,7 12,1 1,2	32,2 9,9 3,2	20,6 18,0 2,0	3,3 6,7 0,3	9,8
Erzgebirge	77,1 14,7 6,2	1,1 1,0 0,1	12,6 3,2 1,0	6,9 4,9 0,6	2,3 3,8 0,1	8,1
Sächsisches Burgen- und Heideland	31,6 4,7 2,0	1,5 1,0 0,1	43,4 8,5 2,7	11,0 6,1 0,7	12,5 16,4 0,7	6,3
Vogtland	62,5 7,1 3,0	6,7 3,4 0,3	6,7 1,0 0,3	8,7 3,7 0,4	15,4 15,4 0,7	4,8
Stadt Dresden	37,5 24,0 10,2	7,1 20,3 1,9	41,9 35,4 11,4	11,2 27,0 3,0	2,4 13,5 0,6	27,2
Stadt Leipzig	17,5 6,3 2,7	3,6 5,8 0,6	3,0 18,9 0,5	9,3 12,7 1,4	3,6 11,5 0,6	15,3
Column Total	42,3	9,5	32,1	11,2	4,8	100,0

Anmerkung: **Alle Angaben in Prozent.**
Die Regionen Westsachsen und Stadt Chemnitz sind aufgrund der zu geringen Fallzahlen, die eine abgesicherte Aussage nicht ermöglicht, nicht berücksichtigt worden. Dadurch kann es zu geringfügigen Abweichungen der aufgeführten Spalten- bzw. Zeilenwerte gegenüber der jeweiligen tatsächlichen Summe kommen

Tabelle 2: Kreuztabelle Region und Reiseanlaß

Bei der Frage „Was hat Sie bewogen, hierher zu reisen" – also, warum die Reiseentscheidung zugunsten Sachsens gefallen ist –, wurde von 1/3 der Gäste *Landschaft und Natur* genannt, gefolgt von dem Wunsch, *Kultur und Kunst zu erleben* sowie *Neugier auf die Region*. Allerdings wurden auch von etwas mehr als 1/2 der befragten Gäste *berufliche Gründe* angegeben.

Aufgrund der Ergebnisse zu diesen wichtigen Fragen wird deutlich, daß Sachsen insgesamt nicht als homogene Reisedestination angesehen werden kann. Demzufolge muß aber auch bei der Entwicklung von Marketingstrategien besonders auf die regionalen Unterschiede geachtet werden.

Mit ihrer Hilfe einer Stärken/Schwächen-Analyse – einer im touristischen Marketing häufig angewandte Methode – kann sehr plastisch auf Vor- und Nachteile unterschiedlicher Angebotsaspekte und Bereiche der touristischen Leistungserstellung hingewiesen werden. Stellt man dieser Analyse eine Konkurrentenanalyse voraus, kann man die eigene Lesitungsfähigkeit mit der der Konkurrenz vergleichen.

Im Rahmen der Gästebefragung Sachsen ist aufgrund der Bewertung der einzelnen Aspekte des touristischen Angebots bzw. der touristischen Infrastruktur durch die Gäste ein Leistungsprofil für das Reiseland Sachsen erstellt worden. Bei einer differenzierten Betrachtung einzelner Regionen zeigen sich hier zum Teil deutliche Unterschiede. Zum Beispiel erhält das **„Nachtleben"** in der Sächsischen Schweiz die Durchschnittsberwertung 4,0 und ist somit das Schlußlicht der betrachteten Regionen in diesem Punkt, wogegen die Stadt Leibzig mit der Durchschnittsnote 2,5 die beste Beurteilung in Sachsen erhält. Bei der Beurteilung der **Natur** kehrt sich die Situation um: den besten Wert (1,6) erhält die Sächsische Schweiz, die schlechteste Beurteilung wird für die Stadt Leibzig (2,9) abgegeben. Auch hier wird die Heterogenität der einzelnen sächsischen Fremdenverkehrsregionen deutlich.

Ergänzend zu den Aussagen des Leistungsprofils werden die Aussagen der Gäste „Was ist Ihnen besonders positiv aufgefallen" und „Wo sehen Sie Möglichkeiten der Verbesserung?" ausgewertet. Es werden die Stärken und Schwächen des Reiselandes Sachsen weitgehend bestätigt: Als **positiv** wird von den Befragten die *Mentalität der Einheimischen* und die *Gastfreundlichkeit* beurteilt. Zu den weiteren Nennungen zählen *Vielfältigkeit der Landschaft* und *Sehenswürdigkeiten*. Bei den Möglichkeiten zur Verbesserung steht die Verbesserung bei der *Verkehrssituation* an erster Stelle der Gäste-Wünsche.

Bei einer vergleichenden Betrachtung mit den Stärken und Schwächen des Reiselandes Deutschland, wie sie von der DZTerarbeitet wurden (vgl. Tabelle 3), stellen sich für Sachsen einige grundlegende Abweichungen dar: So ist eine von der DZT herausgearbeitete Schwäche „Freundlichkeit des Personals" für das Reiseland Sachsen eine Stärke, die bei Marketingaktiväten ein wichtiges Differenzierungskriterium im innerdeutschen Wettbewerb ist (vgl. Tabelle 3).

Auf der anderen Seite muß eine Stärke des Reiselandes Deutschland – gute Infrastruktur – als eine wesentliche Schwäche Sachsens angesehen werden. Aufgrund der oben angesprochenen Unterschiede zwischen den sächsischen Regionen kann es zu Verschiebungen der Stärken und Schwächen im innerdeutschen Vergleich kommen.

Für die Fremdenverkehrsregionen gilt es, eine Kombination der Stärken des Deutschland-tourismus und der Stärken der eigenen Region für ein Vermarktungskonzept zu bilden, um sich von Mitbewerbern abheben zu können. Eingebunden in ein strategisches Marketingkonzept kann so langfristig für jede Region ein eigen-

ständiges Imageprofil aufgebaut werden, welches für den langfristigen Erfolg von Fremdenverkehrsdestinationen von entscheidender Bedeutung ist. Um ein gefestigtes Image zu ändern, bedarf es in der Regel eines wesentlich längeren Zeitraumes als zum Aufbau eines neuen Images notwendig ist.

Deutschland als Reiseland Stärken	Deutschland als Reiseland Schwächen
• gute Infrastruktur • Sauberkeit • Schlösser, Burgen, Kathedralen • historische Plätze und Bauten • Natur und Landschaft • Städte	• Preis-/Leistunsverhältnis • Service, Dienstleistungen • Freundlichkeit des Bedienungspersonals • deutsche Behörden (Polizei, Zoll, usw.) • sprachliche Verständigung (mit Ausländern)
Sachsen als Reiseland Stärken	**Sachsen als Reiseland Schwächen**
• Gastfreundschaft, Freundlichkeit • Sauberkeit • Schlösser, Burgen • Natur und Landschaft	• touristische Infrastruktur • Verkehrssituation • kulturelle Veranstaltungen • Service, Dienstleistungen

Tabelle 3: Stärken/Schwächen-Analyse für das Reiseland Deutschland/Sachsen
(Quelle: vgl. DZT: Marketingplan 1995-97/Empirische Erhebung GÄB 1996)

Vergleicht man die Beurteilung des Reiselandes Sachsen, wie sie in der Gästebefragung 1996 dargestellt wird, mit den Ergebnissen des Studienkreises für Tourismus zum Image von Reisezielen (Starnberg 1992; Datenerhebung Reiseanalyse 1990) – es wurden die touristischen Qualitäten, Vor- und Nachteile sowie Eigenschaften einzelner touristischer Destinationen zusammengetragen – so sind die damaligen Stärken des Reiselandes Sachsen – Sehenswürdigkeiten, schöne Landschaft, Gastfreundlichkeit – auch heute noch auf der positiven Seite vermerkt.

In der Untersuchung des Studienkreises für Tourismus wurden als Mängel schlechte Einkaufsmöglichkeiten, geringes Sport- und Freizeitangebot sowie geringe gastronomische Vielfalt genannt. Darüber hinaus wurden vor allem Umweltbelastungen als Nachteile Sachsens aufgeführt. Die Ergebnisse der Gästebefragung Sachsen 1996 bestätigen diese Mängel nur noch zum Teil: Wesentlich verbessert hat sich das gastronomische Angebot, welches von allen Befragten mit der Durchschnittsnote 2,0 (Frage B1) beurteilt wurde. Auch der Zustand der Umwelt wird einer durchschnittlichen Bewertung von 2,6 nicht mehr als so problematisch eingeschätzt wie noch 1990, allerdings gibt es regionale Unterschiede, die von 2,3 für die Sächsische Schweiz bis zu 3,2 für die Stadt Leibzig variieren. Einkaufsmöglichkeiten sowie das Angebot an Sportmöglichkeiten wird allerdings von den Besuchern Sachsens immer noch unterdurchschnittlich (im Vergleich zur Gesamtbewertung Sachsens) bewertet.

Aufgrund der zum Teil großen Unterschiede zwischen den einzelnen Fremdenverkehrsregionen in Sachsen fällt es schwer, einen typischen Sachsen-Gast zu be-

schreiben. Nachfolgend sind die wichtigsten Merkmale aufgezählt, deren Ausprägung je nach Region allerdings etwas stärker oder aber etwas schwächer ausfallen kann.

- Der typische Sachsen-Gast ist zum wiederholten Mal im Freistaat. Der Reiseanlaß ist freizeitinduziert, mit etwa 1/3 ist der Anteil an Geschäftsreisenden jedoch relativ hoch.
- Seine Unterkunft – vorwiegend Hotel – hat er direkt beim Vermieter gebucht
- Er reist mit Familie bzw. seinem Lebenspartner, jedoch ohne Kinder. Die durchschnittliche Personenzahl liegt bei 2,2 Personen je Buchungseinheit.
- Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer liegt bei 4,5 Tagen für ganz Sachsen.
- Durchschnittlich gibt ein Gast für seinen Aufenthalt in Sachsen 388,37 DM pro Reise aus, was einem Tagsatz von 86,30 DM entspricht.
- Der Gast ist mit seinem Aufenthaltsort in Sachsen zufrieden.

Insgesamt ist feststellbar, daß Sachsen über ein positives Image bei seinen Gästen verfügt, wenn auch einige Aspekte des touristischen Angebotes deutlich unterdurchschnittlich bewertet werden (z. B. Verkehrssituation). Dies drücktsich auch in dem hohen Anteil der Gäste aus, die Sachsen wieder besuchen möchten. Etwa 60% der Gäste wollen bestimmt wiederkommen, nur 5% wollen „vorerst nicht wieder" nach Sachsen reisen.

Projektleitung 1996: TU Dresden, Lehrstuhl für Tourismuswirtschaft, Mommsenstraße 13, D-01062 Dresden

TU Dresden – Lehrstuhl für Tourismuswirtschaft u. a.: Gästebefragung Sachsen 1996. In: SPEKTRUM FREIZEIT, 19. Jg., Heft 3/1997, S. 257