

Landeshauptstadt Magdeburg

- Der Oberbürgermeister -

Dezernat
I

Amt
Amt 12

Datum
14.04.2016
Öffentlichkeitsstatus
öffentlich

INFORMATION

I0104/16

Beratung	Tag	Behandlung
Der Oberbürgermeister	24.05.2016	nicht öffentlich
Ausschuss für Wirtschaftsförderung, Tourismus und regionale Entwicklung	23.06.2016	öffentlich

Thema: Tourismusanalyse für Magdeburg

Vom 17.-19. April 2016 fand in der Landeshauptstadt Magdeburg in Zusammenarbeit mit der DZT und der Magdeburg Marketing Kongress und Tourismus GmbH (MMKT) die GTM Germany Travel Mart statt, eine der größten Incoming-Workshops für Deutschland als Reiseziel. Mit dem Begriff Incoming-Tourismus wird dabei das Marktsegment der aus dem Ausland nach Deutschland reisenden Gäste beschrieben. Ziel der Messe ist es, das Reiseland Deutschland weltweit zu vermarkten. Dazu kommen deutsche Reiseanbieter mit internationalen Einkäufern einmal jährlich in wechselnden Veranstaltungsorten zusammen. Durch das umfangreiche Rahmenprogramm und die Vielzahl ausländischer Gäste kann dies auch für die gastgebende Stadt eine Chance darstellen, den internationalen Bekanntheitsgrad als Tourismusziel zu erhöhen und die Gästezahlen zu steigern.



© Landeshauptstadt Magdeburg, Amt für Statistik
Kartengrundlage © GeoBasis-DE / BKG 2014 (verändert)
Quelle: Bundesamt für Statistik, Statistisches Landesamt Saarland

Auch ohne Unterstützung der GTM kann Magdeburg auf ein erfolgreiches Jahr 2015 zurückblicken. Mit insgesamt 360 062 Ankünften und 608 748 Übernachtungen wurden die Rekordwerte aus dem Jahr 2014 um 8,3 Prozent bzw. 6,8 Prozent überschritten.

Besonders erfreulich ist es, dass in diesem Jahr nicht nur die Zahl der deutschen sondern auch die der ausländischen Gäste ein Allzeithoch erreicht hat. Im Vergleich zum Vorjahr sind deren Ankünfte um 9,8 Prozent auf 42 806 und deren Übernachtungen gar um 12,7 Prozent auf 83 766 gestiegen.

Ausländische Gäste stellen somit jeweils gut ein Zehntel der Ankünfte (11,8 %) und Übernachtungen (13,8 %). Im Vergleich zum Bundesland Sachsen-Anhalt liegt der Anteil der ausländischen Ankünfte somit deutlich über dem Durchschnitt (Anteil ausländische Ankünfte in Sachsen-Anhalt 2015: 8,3 %; Quelle: Statistisches Bundesamt). Im Deutschlandvergleich sind die ausländischen Gäste in der Landeshauptstadt dagegen unterrepräsentiert (Anteil ausländischer Ankünfte BRD 2015: 21 %, Quelle: Statistisches Bundesamt). Die deutschlandweite räumliche Auswertung zeigt, dass vor allem Süd- und Westdeutschland bei den internationalen Gästen beliebt sind. Betrachtet man die absoluten Zahlen der inländischen und ausländischen Gäste im Bundesvergleich, zeigt sich im Bereich des Incoming-Tourismus noch Ausbaupotential für die Stadt Magdeburg. In der Rangliste der 80 deutschen Gemeinden mit den meisten Ankünften inländischer Gäste steht die Stadt Magdeburg auf einen guten 45.

Platz. Bzgl. der Ankünfte der ausländischen Gäste schafft sie es dagegen nicht unter die 80 beliebtesten Reiseziele. Andere ostdeutsche Städte wie Dresden, Leipzig, Rostock und Potsdam sind hier vertreten (Quelle: Statistisches Bundesamt. Tourismus in Zahlen 2014).

Auch in der durch den Beauftragten der Bundesregierung für die Neuen Bundesländer veranlassten „Untersuchung zur Erschließung des internationalen Flugtourismus für die neuen Bundesländer“¹ wird der Landeshauptstadt Potential attestiert. In erster Linie werden hier allerdings die Städte, welche bereits einen hohen Anteil an ausländischen Gästen zu verzeichnen haben, wie Dresden und Leipzig sowie Thüringer Städte, wie Eisenach, Erfurt, Jena und Weimar als Top-Regionen für den Incoming-Tourismus in Ostdeutschland identifiziert. Aber auch die Region Magdeburg/Elbe-Börde-Heide schafft es nachrangig in diese Kategorie.

Ausschlaggebend für die Einordnung waren hierbei Indikatoren aus den Bereichen aktuelle touristische Nachfrage, Marktpotential, touristische Attraktivität, Themenstärke, Geschäftsreisetourismus, Beherbergungsinfrastruktur und die Erreichbarkeit. Abstriche im Vergleich zu den zuvor genannten Städten müssen für die Stadt Magdeburg vor allem in den Bereichen touristische Attraktivität (0,3 von 4 Punkten) und Themenstärke (2 von 4 Punkten) gemacht werden. Als wichtigste Quellmärkte werden dabei für ganz Sachsen-Anhalt die Niederlande, Österreich, Vereinigte Königreich, Schweiz, Dänemark, Polen und die USA identifiziert. Als sogenannte Dynamik-, bzw. Beobachtungsmärkte werden zudem China, Südkorea und Slowenien genannt.²

Ankünfte und Übernachtungen ausländischer Gäste 2015 bzgl. ausgewählter Herkunftsländer nach Rängen geordnet

Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, eigene Berechnungen

Ankünfte				Übernachtungen					
Herkunftsland	Anzahl	Rangplatz	Veränderung zum Jahr ... in %		Herkunftsland	Anzahl	Rangplatz	Veränderung zum Jahr ... in %	
			2014	2010				2014	2010
Niederlande	7 318	1	15,70	20,38	Niederlande	10 214	1	4,73	22,09
Polen	3 512	2	22,24	5,75	Polen	5 294	2	14,49	20,32
Dänemark	3 046	3	12,52	-3,70	Vereinigtes Königreich (UK)	4 781	3	18,64	-17,84
Schweiz	2 673	4	19,54	19,17	Schweiz	4 610	4	14,02	19,18
Österreich	2 668	5	6,85	20,89	Italien	4 503	5	59,68	104,13
Vereinigtes Königreich (UK)	2 596	6	31,78	-9,67	Österreich	4 429	6	13,68	21,21
Frankreich	1 526	7	12,12	15,00	Dänemark	4 345	7	14,95	-12,59
Schweden	1 517	8	29,11	10,09	Vereinigte Staaten	3 798	8	39,07	74,22
Italien	1 428	9	42,51	38,91	Türkei	3 160	9	495,10	504,21
Russische Föderation	1 327	10	-11,42	19,12	Russische Föderation	2 651	10	-12,36	59,60
Vereinigte Staaten	1 107	14	7,27	6,24	Frankreich	2 587	11	6,99	32,60
China (einschl. Hongkong)	967	15	-1,73	6,15	China (einschl. Hongkong)	2 377	12	-56,30	-52,23
Türkei	356	24	80,71	2,01	Schweden	2 149	15	33,15	9,92
Slowenien	135	35	18,42	53,41	Slowenien	349	35	46,64	139,04
Korea, Republik	160	33	83,91	263,64	Korea, Republik	203	47	78,07	222,22

¹dwif - Consulting GmbH(Hrsg.): Untersuchung zur Erschließung des internationalen Flugtourismus für die neuen Bundesländer, 2013, S. 94

² Ebenda, S. 33, S. 97

Mit Ausnahme Chinas, Südkorea und Slowenien fallen die Gäste aus den oben genannten Nationen unter den Top Ten der ausländischen Gästegruppen bzgl. der Anzahl der Ankünfte und/oder der Übernachtungen in der Stadt Magdeburg. Gäste aus Slowenien und Südkorea sind dabei im Bereich des Incoming-Tourismus der Stadt eher unbedeutend. Auch wenn hier deutliche Zuwachsraten im Vorjahres- bzw. 5-Jahres-Vergleich zu beobachten sind.

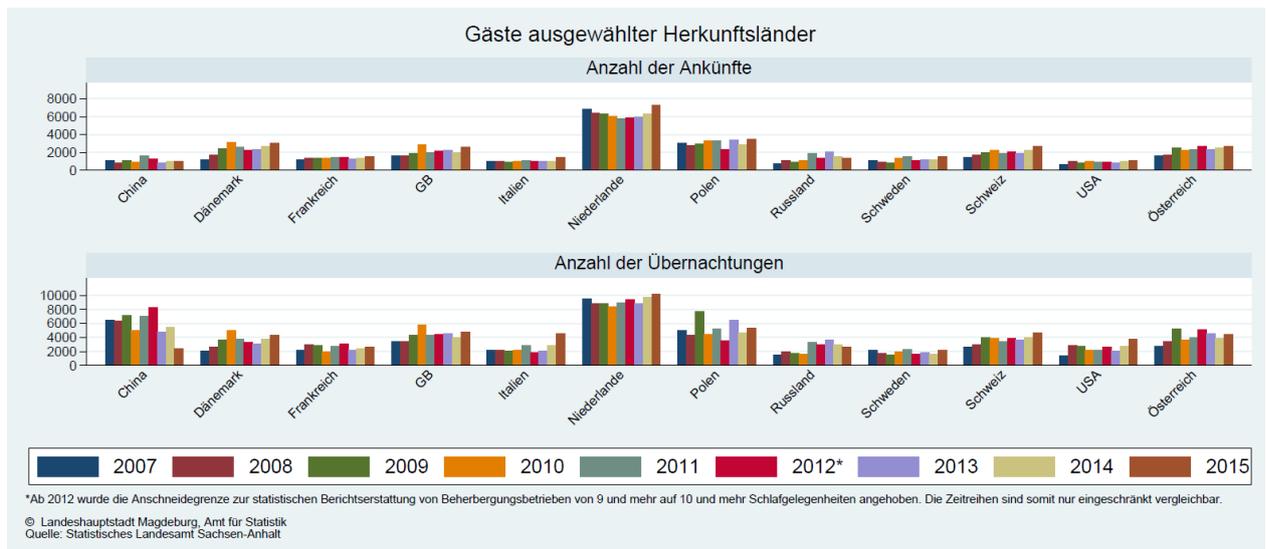
Daneben schaffen es aber auch Frankreich, Schweden, Italien und Russland unter die Top Ten der Herkunftsländer bzgl. der Zahl der Ankünfte. Hinsichtlich der Übernachtungszahlen ist neben Italien und Russland auch die Türkei bedeutend. Dies ist besonders überraschend, da diese im Vorjahr noch auf Rang 29 (Ankünfte) bzw. 28 (Übernachtungen) rangierte. Ursächlich hierfür ist die besonders lange durchschnittliche Aufenthaltsdauer von 8,9 Übernachtungen. Zum Vergleich dazu blieben die ausländischen Gäste im Mittel dagegen nur 2,0 Übernachtungen.

Bis auf Russland und China sind für alle hier näher betrachteten Herkunftsländer Zuwächse im Vergleich zu 2014 zu verzeichnen. Betrachtet man die langfristigen Entwicklungen der Ankünfte und Übernachtungen hinsichtlich Herkunftsländer, so lässt sich hier nur schwer ein eindeutiger Trend verorten. Stattdessen sind die meisten Zeitreihen Schwankungen unterlegen. Insofern bleibt es abzuwarten, ob sich die positive Entwicklung bei den ausländischen Besucherzahlen im Jahr 2016 stabilisieren wird.

Auffällig bei den Zeitreihen der russischen Gäste ist, dass diese im Jahr 2013 mit 2077 Ankünften und 3635 Übernachtungen ihr Maximum erreicht hat. Seitdem gehen die Zahlen kontinuierlich zurück. Beispielsweise lag die Zahl der russischen Ankünfte 2015 um 11,4 Prozent unter dem Niveau von 2014. Diese Entwicklung ist in ganz Deutschland zu beobachten (2015: minus 28,9 % Ankünfte von russischen Gästen im Vergleich zu 2014, Quelle: Statistisches Bundesamt). Wesentliche Ursachen dafür dürften die Ukraine-Krise und die angespannte wirtschaftliche Situation in Russland sein.

Die Zahl der niederländischen Ankünfte nimmt dagegen seit 2011 kontinuierlich zu. Wie bereits in den Vorjahren sind sowohl bei der Zahl der Ankünfte (Stand 2015: 7318; 17,1 % der Ankünfte ausländischer Gäste) als auch der Zahl der Übernachtungen (Stand 2015: 10214; 12,2 % der Übernachtungen ausländischer Gäste) die Niederländer Spitzenreiter. Mit einer durchschnittlichen Übernachtungsdauer von 1,4 Tagen verweilen diese allerdings nur kurz in der Stadt.

Im Vergleich zu 2013 war 2014 ein Anstieg der chinesischen Gästezahlen zu beobachten. Im Jahr 2015 stagniert die Zahl der chinesischen Ankünfte dagegen bei 967 und ist somit weit entfernt von den Spitzenwerten aus dem Jahr 2011 mit 1614 Ankünften. Besonders auffällig bei der Zeitreihe ist der starke Rückgang an Übernachtungen chinesischer Gäste. Diese blieben 2014 im Durchschnitt 5,5 Nächte in der Landeshauptstadt, 2015 waren es dagegen nur noch 2,5 Nächte. Bzgl. der Gesamtzahl der Übernachtungen haben die chinesischen Gäste somit 10 Rangplätze verloren (Rangplatz chinesischer Übernachtungen 2014: 2; 2015: 12). Zwar variierte die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Chinesen auch von 2007-2014 mit einem Minimum von 4,4 Übernachtungen (2011) und einem Maximum von 6,3 Übernachtungen (2012) bereits deutlich, die starke Verringerung der Übernachtungen 2015 um 56,3 Prozent im Vergleich zum Vorjahr ist aber besonders auffällig.



Für ganz Deutschland kann dagegen sowohl bei den Ankünften wie auch den Übernachtungen der chinesischen Gäste seit 2009 ein anhaltender positiver Trend beobachtet werden. Die Zahl der Ankünfte ist bundesweit 2015 sogar nochmal um 34,7 Prozent im Vergleich zu 2014 gestiegen (Quelle: Statistisches Bundesamt 2016). Der chinesische Markt als Quellland gilt dabei nicht zuletzt wegen der positiven wirtschaftlichen Entwicklung und der schier Größe als besonders attraktiv für ganz Deutschland. Er wird als ein besonders dynamischer Markt eingestuft. Deutschland ist dabei mit einem Marktanteil von 16 % das bedeutendste Reiseziel bzgl. der Reisen nach Europa³. Das Potential Chinas als Quellmarkt scheint mit einer Bevölkerung von rund 1,36 Milliarden Einwohnern (Stand 2014; Quelle Statistisches Bundesamt) und angesichts eines kontinuierlichen Wirtschaftswachstums riesig. Laut der DZT kann sich dabei bisher nur ein kleiner aber wachsender Teil der Bevölkerung Auslandsreisen leisten (6-8 Prozent der Gesamtbevölkerung, 70-90 Millionen Menschen); für 2030 wird aber bereits ein Übernachtungsvolumen von rund 5 Millionen Übernachtungen prognostiziert (2014 rund 2 Millionen Übernachtungen). Anzumerken ist hier allerdings, dass aufgrund der starken Reglementierung des chinesischen Tourismus Prognosen von einem hohen Unsicherheitsfaktor geprägt sind. Daneben steht im allgemeinen Europa und im speziellen Deutschland als Reiseland in großer Konkurrenz zu Amerika. Am bedeutendsten für den chinesischen Fernreise-Tourismus bleibt aber der asiatische Raum. Gut drei Viertel aller Auslandsreisen der Chinesen werden diesen weiterhin als Reiseziel haben.⁴

Eine Analyse der FreeTax Umsätze der Firma GlobalBlue zeigt, dass die Chinesen dabei vor allem auch eine sehr kaufkräftige Gruppe sind. Ein Drittel der FreeTax-Umsätze⁵ 2014 wurde durch chinesische Kunden bestritten. Diese gaben dabei im bundesdeutschen Durchschnitt 546 Euro aus. Nicht zuletzt deswegen rückt China zunehmend in den Fokus des Marketings des Incoming-Tourismus.

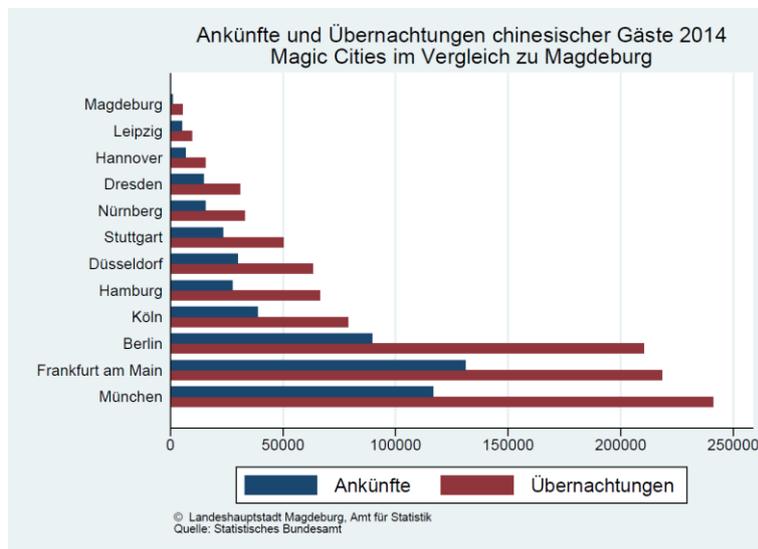
³ Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.(DZT) (Hrsg.): China/Hongkong. Marktinformation. Incoming-Tourismus Deutschland 2016. S.11

⁴ Ebenda, S. 37

⁵ Unter bestimmten Bedingungen ist es für Nicht-EU-Bürger möglich, sich im Nachhinein die Mehrwertsteuer für bestimmte in Deutschland erworbene Produkte zurückerstatten zu lassen. Die Abwicklung der Rückerstattung geschieht im Regelfall über bestimmte Dienstleister, wie GlobalBlue. Die folgende Analyse der FreeTax-Umsätze basiert auf deren Marktdaten.

Ähnlich wie in gesamt Deutschland gehört China mit gut 50,3 Prozent (2015) zu den umsatzstärksten Nationen bzgl. der FreeTax-Umsätze in der Stadt Magdeburg, wobei der durchschnittliche Bon-Wert 2015 nur bei 297 Euro lag. Mit etwas Abstand folgt dann Russland mit einem Marktanteil von 13,7 Prozent (Durchschnitts-Bon 2015: 228 Euro). Angesichts des Rückganges der Gästezahlen ist es nicht verwunderlich, dass Russland an Marktanteilen verloren hat. 2014 betrug ihr Anteil an den FreeTax-Umsätzen in Magdeburg noch gut über ein Fünftel (21,1 %). An dritter Stelle steht Taiwan mit 5,6 Prozent (Durchschnitts-Bon 2015: 234 Euro). Die USA hatten dagegen nur einen Anteil von 1,07 Prozent am Gesamtumsatz und stehen somit an 14. Stelle (Quelle: GlobalBlue, Marktdaten 2015). Dennoch gehören die Vereinigten Staaten von Amerika zu den bedeutendsten Herkunftsländern aus dem nicht europäischen Ausland. Mit durchschnittlich 3,4 Übernachtungen blieben die Amerikaner 2015 auch besonders lang in der Landeshauptstadt. Sie haben es hier gar auf Platz 3 bei den Übernachtungen geschafft.

Relativierend zur Analyse der FreeTax-Umsätze muss betont werden, dass lediglich Nicht-EU-Bürger die Rabatte über das FreeTax-System nutzen können und diese auch beantragen müssen. Über die Umsätze der EU-Bürger kann mittels der FreeTax-Umsätze keine Rückschlüsse gezogen werden. Diese stellen aber immerhin über drei Viertel der ausländischen Ankünfte (74,5 %, Stand 2015).

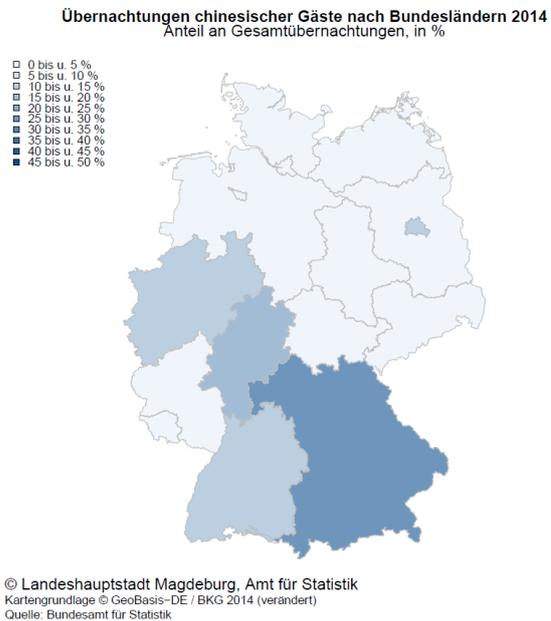


Im bundesdeutschen Ranking ist die Stadt Magdeburg hinsichtlich der FreeTax-Umsätze eher unbedeutend. Mit einem Anteil von 0,04 Prozent am Bundesdeutschen FreeTax-Umsatz stehen sie in der Rangliste der Umsatzstärksten Städte nur an 78. Stelle. Dem Löwenanteil an den FreeTax-Umsätzen teilen sich dagegen die Städte München (22,7 %), Frankfurt (22,0 %) und Berlin (14,7 %). Vom nicht europäischen Incoming-Tourismus scheinen zudem Städte mit großen Outlet-Centern zu profitieren, wie zum Beispiel Metzingen (4,5 %, Rang

6), Wertheim (0,9 %, Rang 13) und Wustermark (0,5 %, Rang 17) – alles Städte welche im Vergleich zur Landeshauptstadt einen eher geringen Anteil an ausländischen Übernachtungsgästen vorweisen können⁶. Angesichts der aktuellen wirtschaftlichen Entwicklungen in China und des zunehmenden bundesweiten und europäischen Wettbewerbs um die chinesischen Gäste bleibt es offen, ob Magdeburg tatsächlich von steigenden Zahlen chinesischer Bürger, welche sich Fernreisen leisten können, profitieren kann. Besonders beliebt bei denen nach Deutschland reisenden Chinesen sind Rund- (43 % aller Deutschlandreisende) sowie Städtereisen (26 %). Die Verkürzung der Aufenthaltsdauer deutet zudem auf eine Veränderung der Reiserouten hin, wobei Magdeburg nur noch eine Zwischenstation darstellt. Der eigentliche Fokus der Chinareisen konzentriert sich dagegen auf international bekanntere Städte bzw. auf Orte die den chinesischen Touristen ein großes Angebot an Konsummöglichkeiten ermöglicht.

⁶ Die Zahl der Ankünfte von ausländischen Gästen lag 2014 beispielsweise in Metzingen bei 12539 und in Wertheim bei 14434.

Die Hälfte der Übernachtungen der chinesischen Touristen vereinigt sich auf die 10 größten Städte der Bundesrepublik⁷, welche sich zum Zwecke des Incoming-Tourismus-Marketings unter den Label Magic-Cities zusammengeschlossen haben. Die ostdeutschen Städte unter den Magic Cities schneiden gerade im Bereich Touristische Attraktivität sowie Themenstärke deutlich besser als das Touristikgebiet Magdeburg/Elbe-Börde-Heide ab.⁸ Auf die Bundesländer bezogen liegt vor allem Süddeutschland vorn.



Betrachtet man die aktuellen Entwicklungen der Gästezahlen der Landeshauptstadt aus dem außereuropäischen Ausland, so scheint diese vor allem für Gäste aus den USA, Taiwan und Südkorea besonders attraktiv zu sein. Die Zeitreihen der US-amerikanischen Ankünften und Übernachtungen weisen zudem eine geringere Standardabweichung (Ankünfte: $s_{AN}=128$; Übernachtungen: $s_{ÜN}=666$) über den betrachteten Zeitraum (2007-2015) als die der Chinesen ($s_{AN}=250$; $s_{ÜN}=1724$) auf, scheinen also der stabilere Markt zu sein. Den bedeutendsten Anteil im Bereich des Incoming-Tourismus für die Stadt Magdeburg wird aber aller Voraussicht nach der europäische Markt behalten. Vor allem Nachbarländer wie die

Niederlande, Österreich, Dänemark und die Schweiz weisen bzgl. der Ankunfts zahlen steigende Tendenzen auf. Alles Länder, welche ohnehin schon zu den bedeutendsten Quellländern des städtischen Incoming-Tourismus zählen.

Zusammengefasst zeigen die Daten, dass für zukünftige Tourismusorientierungen der Fokus auf chinesische Touristen einhergeht mit einem sehr starken Wettbewerb. Die Auswertungen der FreeTax-Umsätze zeigen, dass chinesische Touristen überproportional in den Großzentren zu finden sind. Lediglich kleinere Städte, die große Outlet-Center besitzen, können ebenfalls die Kaufkraft chinesischer Touristen binden. Eine bessere Positionierung gegenüber den Konkurrenzorten ist sicherlich nur mit finanzstarken Marketingkampagnen für den Standort Magdeburg möglich. Insofern sollte die zukünftige Tourismusstrategie der Landeshauptstadt sich auch vermehrt auf den „komparativen Vorteil“ konzentrieren. Dies würde bedeuten vermehrt Touristen aus Ländern zu gewinnen, die hohe Übernachtungszahlen generieren bzw. eine hohe Anzahl an Ankünften haben bzw. sich auf Touristen zu konzentrieren, die auf ihren Reisen für hohe Umsätze sorgen. So zeigen die statistischen Daten zu ausländischen Gästen, dass die europäischen Nachbarn, wie zum Beispiel die Niederlande, Polen, Österreich oder Dänemark einen recht konstanten hohen Anteil an ausländischen Touristen in Magdeburg ausmachen. Betrachtet man das außereuropäische Ausland, so sollte der Fokus auch auf US-Amerikanische Touristen gelegt werden, die hinsichtlich der Übernachtungen in der Landeshauptstadt deutlich konstantere Übernachtungszahlen aufweisen.

Holger Platz

⁷ Weitere beliebte Städte bei den chinesischen Gästen waren Füssen (38 869 Übernachtungen), Heidelberg (22 567 Übernachtungen), Bonn (16 616 Übernachtungen), Mörfelden-Walldorf (16 041 Übernachtungen), Sindelfingen (15 152 Übernachtungen), Mainz (14 849 Übernachtungen), Offenbach a. M. (14 448 Übernachtungen) und Rothenburg o. d. T. (14 116 Übernachtungen)

⁸ dwif - Consulting GmbH(Hrsg.): Untersuchung zur Erschließung des internationalen Flugtourismus für die neuen Bundesländer, 2013, S. 97f