

Landeshauptstadt Magdeburg - Der Oberbürgermeister -		Datum 20.02.2017
Dezernat III	Amt Team 2.2	Öffentlichkeitsstatus öffentlich

I N F O R M A T I O N

I0062/17

Beratung	Tag	Behandlung
Der Oberbürgermeister	28.02.2017	nicht öffentlich
Ausschuss für Wirtschaftsförderung, Tourismus und regionale Entwicklung	30.03.2017	öffentlich
Stadtrat	20.04.2017	öffentlich

Thema: Evaluation GTM 2016

Der folgende Bericht basiert auf einer Zusammenstellung der Magdeburg Marketing Kongress und Tourismus GmbH (Magdeburg Marketing).

Die Ottostadt Magdeburg war im vergangenen Jahr vom 16. bis 19. April Gastgeber des 42. Germany Travel Mart™ (GTM). Der GTM als größte Vertriebsveranstaltung für den deutschen Incoming-Tourismus fand mit rund 1.100 Reisefachleuten, Account Managern und Journalisten aus 45 Ländern erstmalig in Sachsen-Anhalt statt. Ausgerichtet wurde er im Auftrag der Landeshauptstadt von der Magdeburg Marketing in Kooperation mit der Deutschen Zentrale für Tourismus e.V. (DZT).

Magdeburg nutzte die Chance, mit seiner langen, wechselvollen Stadtgeschichte und seinem reichen kulturellen Erbe eine beeindruckende Eröffnungsfeier im Maritim Hotel zu inszenieren. Das anschließende Abendessen auf dem Domplatz mit dem Halbkugelversuch und dem Besuch des Doms waren die perfekte Ergänzung. Mit einer speziellen Kampagne unter dem Motto „Magdeburg lächelt Dich an“ hatte Magdeburg Marketing mit Unterstützung des Wirtschaftsdezernats und aus Mitteln der Ottostadtkampagne lange vor dem GTM die Bürger der Stadt für das bedeutende Vertriebsereignis sensibilisiert. Am zweiten Abend wurde ein historisches Fest arrangiert, das den Gästen des GTM die Geschichte seit dem Mittelalter und berühmte Persönlichkeiten der Stadt als Walking Acts vorstellte und welches mit einer Feuershow beendet wurde.

Bereits am Vorabend begeisterte die GTM-Teilnehmer das hervorragend gestaltete Pre-Opening im historischen Ambiente der Welterbestadt Quedlinburg.

Sehr positiv fiel die Bilanz zum 42. GTM aus Sicht der DZT aus. Sie sprach von einem „großen Erfolg für den GTM in Magdeburg“ und von einer „sehr guten Resonanz bei den in- und ausländischen Teilnehmern.“

Die Evaluation (siehe Anlage 1) des Events basiert auf einem standardisierten Online-Fragebogen der DZT, mit welchem Anbieter, Einkäufer und Journalisten zu unterschiedlichsten Themen befragt wurden.

Insgesamt konzentriert sich die Evaluation vorrangig auf die Leistungen seitens der DZT, seitens Magdeburg Marketing und der Landeshauptstadt. Darüber hinaus liegt ein besonderer Fokus auf der Qualität der Fachgespräche während des Workshops und der „grünen“ Maßnahmen des GTM insgesamt.

Auf rund 8.000 Quadratmetern Ausstellungsfläche präsentierten deutsche Anbieter in den Hallen der MESSE MAGDEBURG das Reiseland Deutschland. Nach Branchen lag dabei der Anteil der lokalen und regionalen Tourismusorganisationen bei 35 %, Hotels und Beherbergungsbetriebe waren mit 29 % vertreten. Es folgten weitere Anbieter (19 %), Incoming Agenturen und Reiseveranstalter (11 %), Transport (4 %) und Shopping (2 %) (siehe Anlage 2).

Die Anbieter lobten insbesondere das Workshopgelände (MESSE MAGDEBURG) sowie das Rahmenprogramm in Magdeburg, wobei die Bewertung der Hostessen ebenfalls mit 80 % ein sehr gutes Ergebnis erzielte. Bezug nehmend auf die „grünen“ Maßnahmen wurden alle Bereiche positiv bewertet.

Über 500 internationale Key Account Manager und Reisefachleute (Einkäufer) aus 45 verschiedenen Ländern waren auf dem GTM vertreten. Mit 130 Teilnehmern kam die stärkste Delegation aus Asien/Australien.

91 Fachbesucher reisten aus Südosteuropa und 85 Besucher aus Amerika/Israel nach Magdeburg an. Nordosteuropa war mit 80, Südwesteuropa mit 69 und Nordwesteuropa mit 66 Teilnehmern vertreten.

Für 53 % der Einkäufer ist Deutschland eines der wichtigsten Produkte, für 12 % sogar das wichtigste Produkt. Insgesamt wurden die Leistungen seitens Magdeburg mit sehr gut bewertet. Besonders hervorzuheben sind hier die Abendveranstaltungen, welche besonders gut gefallen haben, aber auch die Bewertung der Hostessen und der umweltschonenden Transfermöglichkeiten schnitten mit über 50 % im sehr guten Bereich ab.

Insgesamt waren 130 ausländische Journalisten während des GTM in Magdeburg anwesend, dabei haben 37 % zum ersten Mal an einem GTM teilgenommen. Die Tagestouren, welche ausschließlich für die Journalisten stattfanden, waren ein absolutes Highlight, besonders positiv wurden hierbei die Touren zu den UNESCO-Welterbestätten bewertet. In allen aufgeführten Bereichen wurden die Leistungen von Magdeburg Marketing mit über 60 % als sehr gut bewertet.

In den Märkten weltweit wurde mit 246 Print- und Online-Veröffentlichungen in über 160 Medien eine Reichweite von rund 90 Millionen Lesern und Hörern generiert. Eine außerordentlich umfangreiche Presseschau des Germany Travel Mart™ 2016 kann im Dezernat III eingesehen werden.

Unmittelbar nach dem Event dankte Petra Hedorfer, Vorsitzende des Vorstandes der DZT, den Organisatoren der Magdeburg Marketing für ihren starken Einsatz: „Magdeburg hat sich als Hauptstadt von Sachsen-Anhalt und als spannende Destination im Reiseland Deutschland ausgezeichnet präsentiert und mit seiner professionellen Organisation zum Erfolg des GTM beigetragen.“ Sie sprach dabei von Magdeburg als einer „hidden beauty“.

Alle während des GTM geknüpften Kontakte werden von Magdeburg Marketing bearbeitet. Mit ersten messbaren Besucherzahlen, durch den GTM initiiert, wird man ab 2018 rechnen können.

Rainer Nitsche

Anlagen