

PRESSEMITTEILUNG

Magdeburg, 04.03.2019

Warum Magdeburg? Touristen geben Antworten

Magdeburg Marketing reagiert auf Ergebnisse der Permanenten Gästebefragung

Über zwei Jahre lang wurden Touristen in Magdeburg befragt. Magdeburg Marketing wollte wissen, warum die Besucher in der Landeshauptstadt sind, was sie unternehmen und wie es ihnen hier gefällt. Gemeinsam mit dem Amt für Statistik wurde die Befragung konzipiert und ausgewertet.

Sightseeing, Freunde treffen und Familienausflüge sind die drei häufigsten Reisegründe für Besucher der Stadt Magdeburg. Das geht aus der aktuellen Gästebefragung der Magdeburg Marketing Kongress und Tourismus GmbH hervor. Zwei Jahre lang wurden Touristen auf der Straße und während Veranstaltungen interviewt. Zudem wurden Fragebögen, die in verschiedenen Beherbergungsbetrieben zwischen dem 01. September 2016 und dem 02. September 2018 auslagen, von Übernachtungsgästen ausgefüllt.

Die Antworten von insgesamt 269 Befragten hat das Magdeburger Amt für Statistik ausgewertet. Amtsleiter **Dr. Tim Hoppe** erklärt: „Eine der größten Herausforderungen war es, die Touristen unter den Einheimischen auf der Straße auszumachen.“ Am Ende hat sich die Mühe ausgezahlt. Die Befragung liefert aufschlussreiche Ergebnisse. Magdeburg Marketing-Geschäftsführerin **Sandra Yvonne Stieger** kündigt an: „Aus den Antworten werden wir selbstverständlich Maßnahmen ableiten. Schließlich wollen wir unseren Gästen den Aufenthalt so angenehm wie möglich gestalten.“ Fakt ist: Schon jetzt wurden bei nahezu jedem zweiten Befragten die Erwartungen durch den Aufenthalt übertroffen.

Was unternehmen Touristen in der Ottostadt? Mehr als die Hälfte der Befragten, rund 60 Prozent, geben „Essen gehen“ als geplante Aktivität an, 42 Prozent planen eine „Stadtbesichtigung“ und 28 Prozent wollen „shoppen gehen“. Regelmäßige Besucher der Stadt sind vor allem am Kulturprogramm interessiert. Oftmals werden Einkaufsausflüge in die Ottostadt mit Veranstaltungsbesuchen verbunden. Wobei Gäste in Begleitung von Kindern häufiger Veranstaltungen als Anlass für ihren Magdeburg-Ausflug angeben als Gäste ohne Kinder.

Magdeburg Marketing zieht erste Konsequenzen aus den Ergebnissen der Gästebefragung: Die Tourismusarbeit und Magdeburgs Veranstaltungen sollen noch enger miteinander verflochten werden. Für das Kaiser-Otto-Fest zum Beispiel werde in diesem Jahr neben der regulären Werbung verstärkt auf gezielte Kombinationen gesetzt, beispielsweise mit Shopping. Zudem soll die Zielgruppe der Familien stärker online angesprochen werden. Junge Eltern informieren sich laut der Befragung vor allem im Internet vor ihrem Besuch in der Stadt, macht Sandra Yvonne Stieger deutlich. Besonders die Altersgruppe der 26- bis 35-Jährigen erhielt ihre Informationen zur Stadt von Bekannten. „Deswegen brauchen wir jeden Magdeburger“, sagt die MMKT-Chefin. Die Begeisterung der Magdeburger für ihre eigene Stadt sei die beste Werbung.

Wie es weitergeht: Auf Basis der aktuellen Ergebnisse wurden die Fragen jetzt angepasst und auch noch in diesem Jahr sollen Magdeburgs Touristen interviewt werden. Die Bewertungen und Eindrücke der Gäste sind für die Arbeit von Magdeburg Marketing eine wichtige Grundlage.

PRESSEMITTEILUNG