



IHK-Freizeitbarometer Sachsen-Anhalt 2024

Bilanz des Jahres 2023 und Erwartungen an das Jahr 2024



Landesarbeitsgemeinschaft der
Industrie- und Handelskammern
in Sachsen-Anhalt

Hintergrund

Mit dem „IHK-Freizeitbarometer Sachsen-Anhalt 2024“ 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 2023 sowie die Erwartungen für das Jahr 2024.

Grundlage der vorliegenden Untersuchung sind die Rückmeldungen von 265 Freizeitunternehmen und tourismusrelevanten Einrichtungen in Sachsen-Anhalt (174 aus dem IHK-Bezirk Halle-Dessau und 91 aus dem IHK-Bezirk Magdeburg) – nach Reiseregionen: Altmark 16, Anhalt-Dessau-Wittenberg 57, Halle, Saale-Unstrut 78, Harz 73, Magdeburg, Elbe-Börde-Heide 41) – 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 April bis Juli dieses Jahres wurden deren Aussagen zur Lage in 2023, zu den Erwartungen an das Jahr 2024 und zu ausgewählten aktuellen Branchenthemen 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.ihk.de/halle und www.ihk.de/magdeburg oder über die Seiten des Tourismusnetzwerkes Sachsen-Anhalt über www.tourismusnetzwerk-sachsen-anhalt.de abrufbar.

BESUCHERZAHLEN	4
ERGEBNISSE IM ÜBERBLICK	7
SONDERFRAGEN MASTERPLAN TOURISMUS SACHSEN-ANHALT	10
AUSWERTUNG AUSGEWÄHLTER KATEGORIEN	
BURGEN, SCHLÖSSER UND SAKRALBAUTEN	14
MUSEEN UND AUSSTELLUNGEN	16
FREIZEITATTRAKTIONEN	18
ZOOLOGISCHE GÄRTEN UND TIERPARKS	20
THEATER UND BÜHNEN	22
BÄDER UND THERMEN	24
BESUCHERFÜHRUNGEN	26
LANDSCHAFTSATTRAKTIONEN	28
TOURISTISCHE VERKEHRSTRÄGER	30
ERGEBNISSE NACH REGIONEN	32
ANHANG	
IMPRESSUM	34

BESUCHERZAHLEN

9,66 MILLIONEN
BESUCHER

besuchten die Freizeiteinrichtungen
der Befragten im Jahr 2023

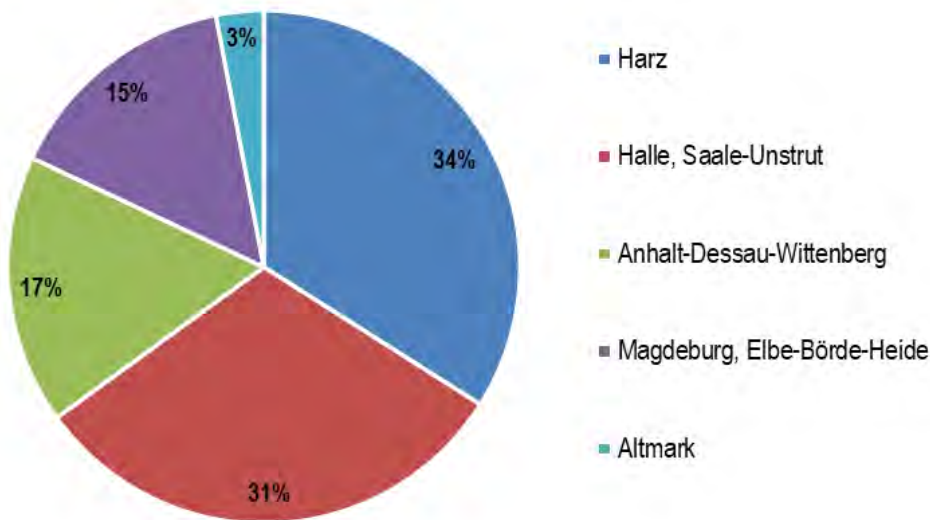
GESTIEGEN

um **10 Prozent** sind in 2023*
im Vergleich zum Jahr 2022
die Besucherzahlen in den be-
fragten Einrichtungen

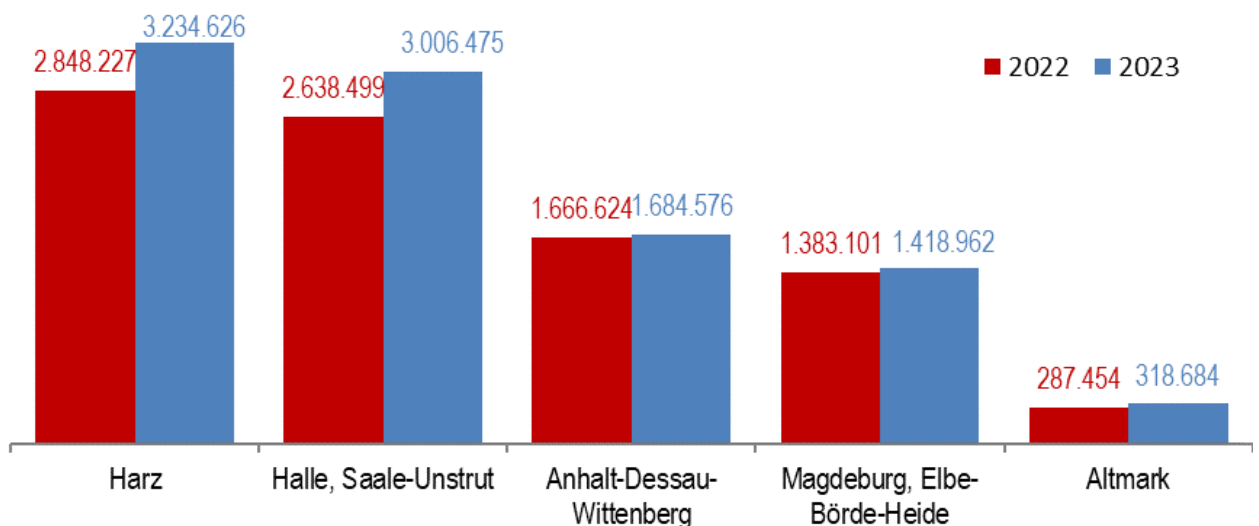
BESUCHERZAHLEN

Die Freizeitunternehmen bzw. -einrichtungen in Sachsen-Anhalt konnten im Jahr 2023 insgesamt 9,66 Millionen* Besucher begrüßen. Gegenüber 2022 entspricht dies einem Zuwachs von zehn Prozent. Knapp über die Hälfte der befragten Freizeiteinrichtungen waren ganzjährig geöffnet, 42 Prozent der Einrichtungen öffnen saisonal (überwiegend von April bis Oktober). 21 Prozent der Befragten begründen ihre gute Besucherentwicklung im Jahr 2023 mit der Beendigung der Einschränkungen durch die Coronapandemie und der damit einhergehenden Veränderung des Ausgabe- und/oder Reiseverhaltens der Kunden (33 Prozent).

REGIONALE VERTEILUNG DER BESUCHER



BESUCHERENTWICKLUNG NACH REGIONEN



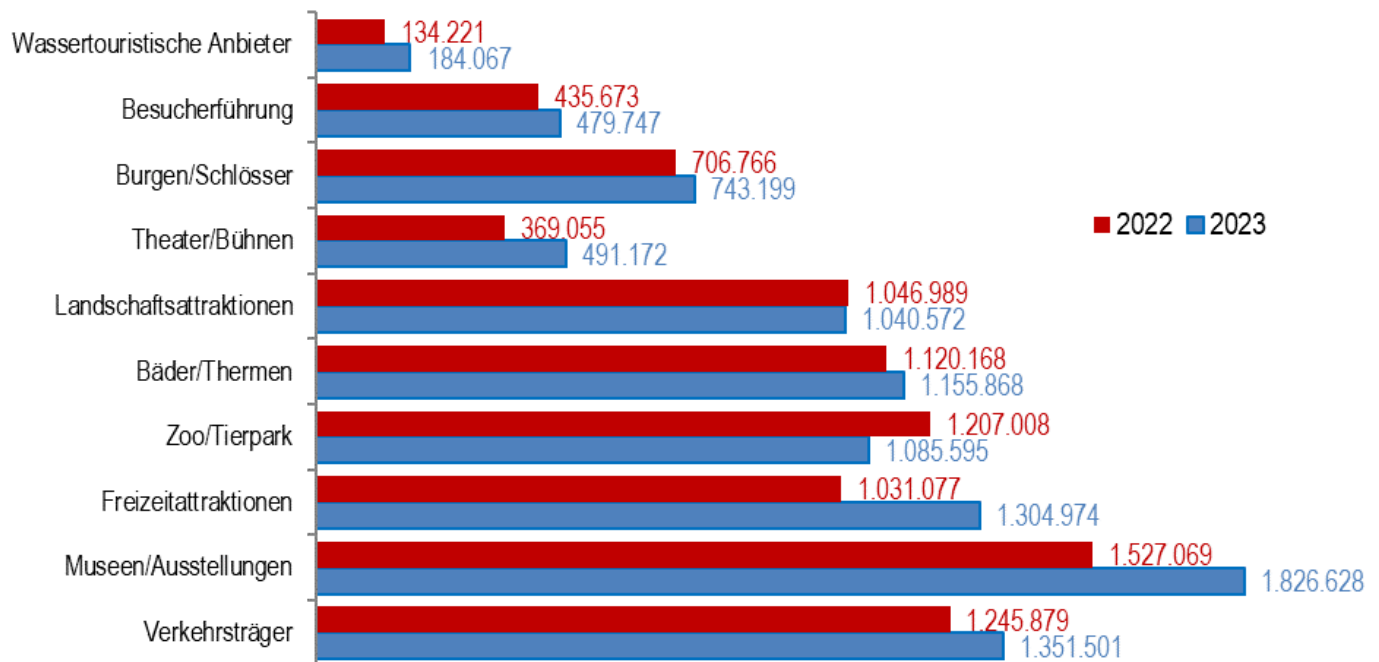
Gegenüber dem Vorjahr (%)	+ 14	+ 14	+ 1	+ 3	+ 11
Tendenz zum Vorjahr	↑	↑	↑	↑	↑

*Zur Beachtung: Alle unter „2023“ genannten Zahlen sind ausschließlich aus der aktuellen Erhebung resultierend und entsprechen damit nicht denen im „IHK-Freizeitbarometer 2023“ erhobenen.

BESUCHERZAHLEN

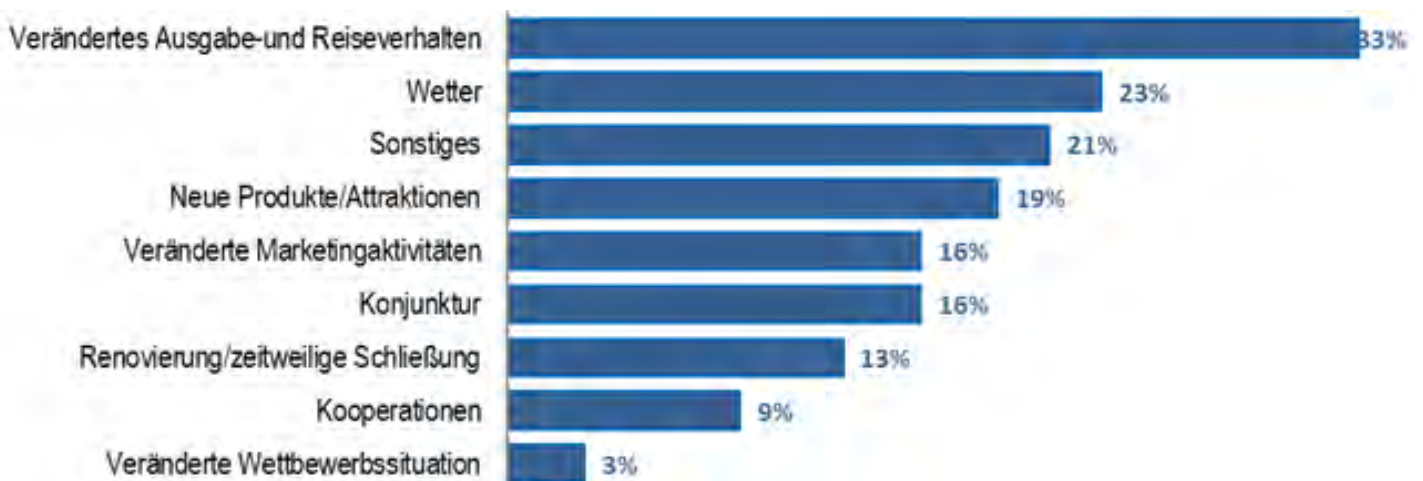
BESUCHERENTWICKLUNG NACH KATEGORIEN

Im ersten vollständig „normalen“ Besucherjahr nach den Beschränkungen durch die Corona-Pandemie verzeichnen die meisten befragten Freizeiteinrichtungen **Besucherzuwächse** im Jahr 2023. Teils wetterbedingt wurden nur Landschaftsattraktionen und Zoos/Tierparks weniger besucht.



GRÜNDE FÜR DIE BESUCHERENTWICKLUNG

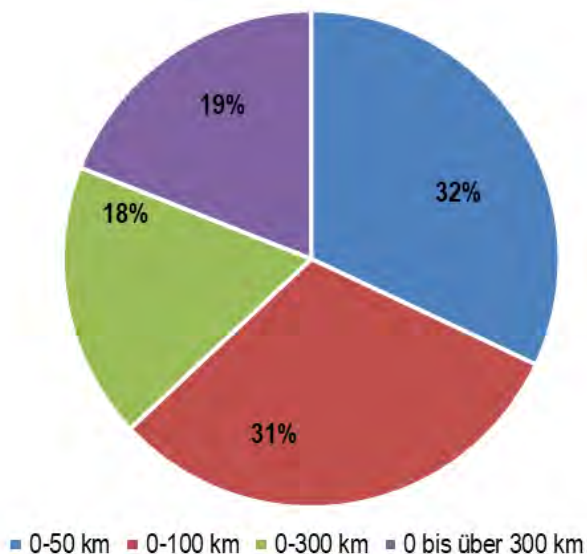
Als Gründe für die Gästezuwächse wurden von knapp einem Viertel der Befragten immer noch die Beendigung der Einschränkungen durch Corona-Auflagen benannt, ein Drittel macht das damit einhergehende veränderte Ausgabe- bzw. Reiseverhalten der Besucher hierfür verantwortlich. 19 Prozent haben neue Attraktionen/Produkte angeboten. Mit verstärkten Marketingaktivitäten haben 16 Prozent der Freizeitunternehmen versucht, Gäste auf ihre Einrichtungen aufmerksam zu machen.



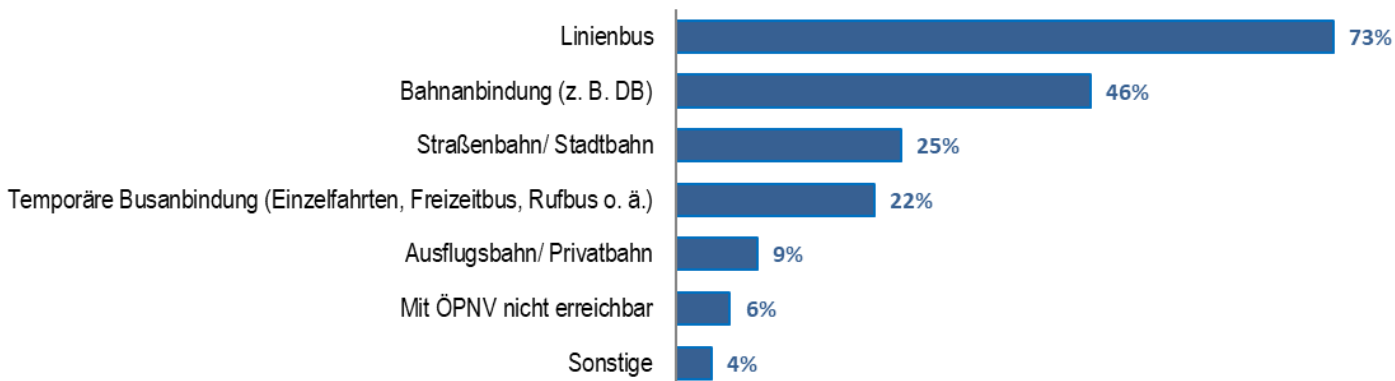
ERGEBNISSE IM ÜBERBLICK

BESUCHERUMKREIS/AKTIONSRADIUS

Die Gäste, welche Freizeiteinrichtungen besuchten, kamen zu knapp einem Drittel aus einem Umkreis von bis zu 50 Kilometern, 31 Prozent nahmen eine Anreise von 0 bis 100 Kilometer, 18 Prozent 0 bis 300 und 19 Prozent über 300 Kilometer auf sich. Nach Kategorien betrachtet, ziehen vor allem touristische Verkehrsträger (43 Prozent), Museen und Ausstellungen (27 Prozent) sowie Burgen, Schlösser und Sakralbauten (25 Prozent) Gäste aus Entfernungen über 300 Kilometern an. Der ausländische Besucheranteil liegt bei der überwiegenden Mehrheit der Befragten (77 Prozent) zwischen 1 und 20 Prozent.



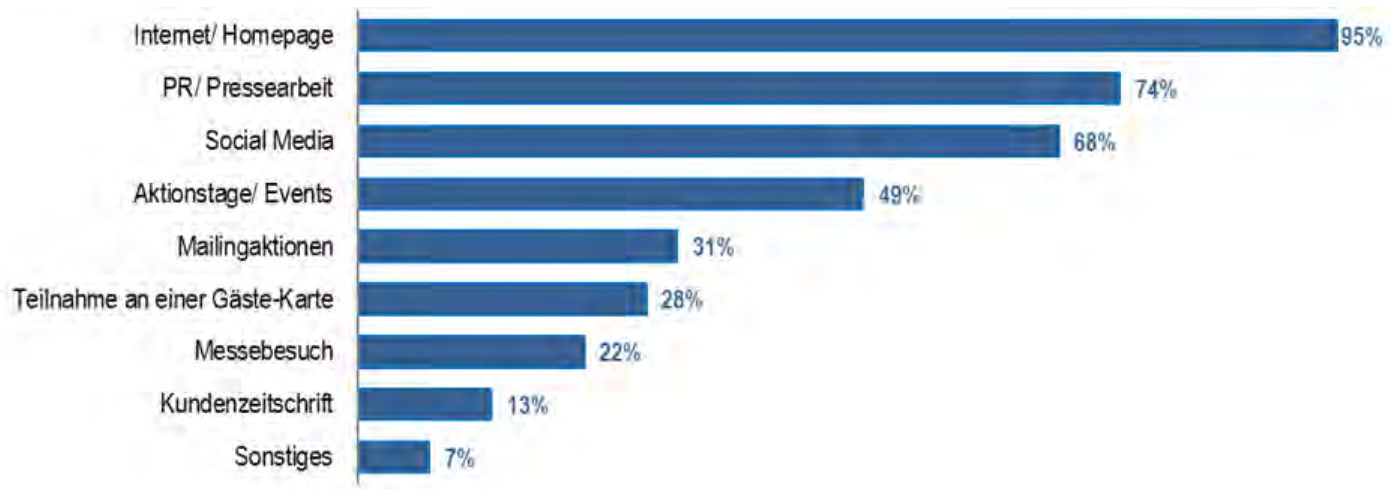
ERREICHBARKEIT MIT ÖFFENTLICHEN VERKEHRSMITTELN



ERGEBNISSE IM ÜBERBLICK

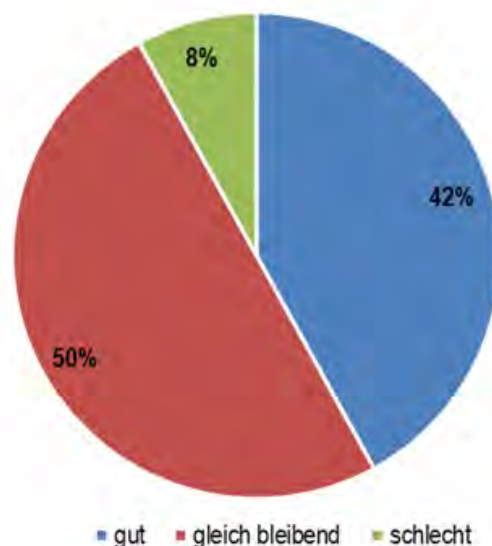
INSTRUMENTE DER KUNDENGEWINNUNG UND KUNDENBINDUNG

Nahezu alle befragten Unternehmen und Einrichtungen verfügen über eine eigene Homepage (95 Prozent). Zusätzlich sehen knapp Dreiviertel der Befragten die Pressearbeit als gutes Marketinginstrument (74 Prozent) an. 68 Prozent nutzen Social-Media-Kanäle und knapp die Hälfte veranstaltet Aktionstage bzw. besondere Events. An regionalen Gäste-Karten-Systemen beteiligen sich 28 Prozent der Freizeiteinrichtungen.



ERWARTETE BESUCHERENTWICKLUNG IN 2024

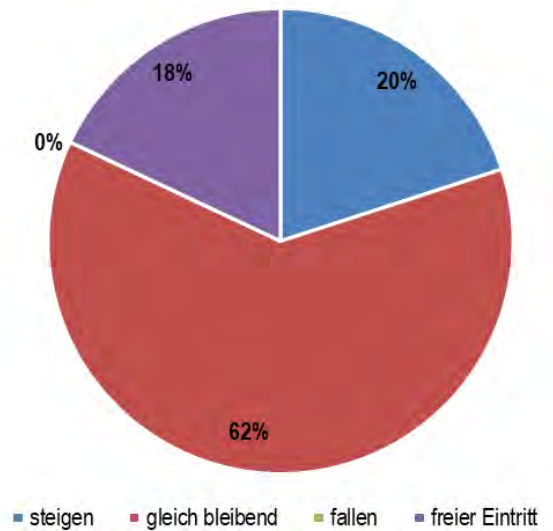
Nach der erwarteten Besucherentwicklung für das Jahr 2024 befragt, gehen 42 Prozent der befragten Freizeiteinrichtungen von wachsenden Besucherzahlen aus. Der Saldo der Erwartungen liegt bei plus 34 Punkten. Und sinkt damit gegenüber dem Vorjahr um 15 Punkte. Die Hälfte geht von gleich bleibenden Besucherzahlen im Jahr 2024 aus. Eine schlechtere Entwicklung ihres Geschäftsbetriebes erwarten acht Prozent der Befragten.



ERGEBNISSE IM ÜBERBLICK

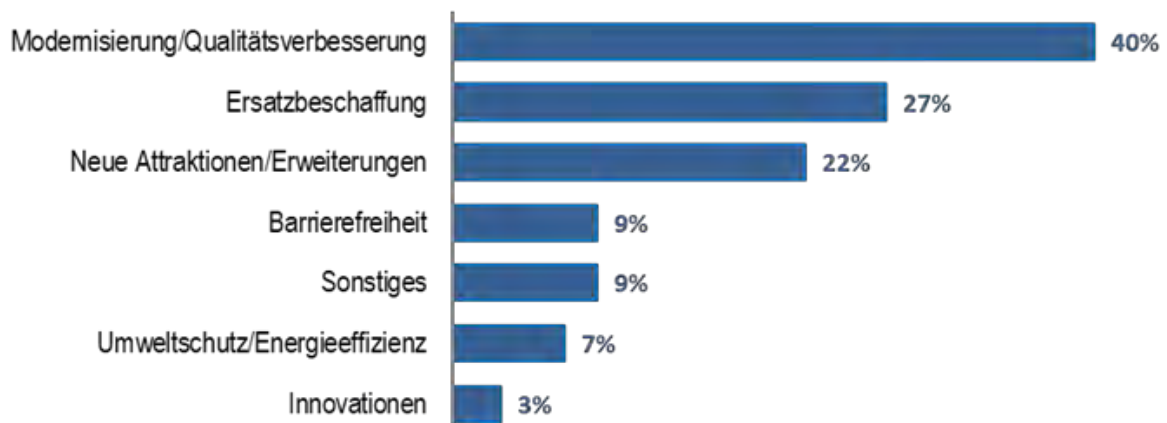
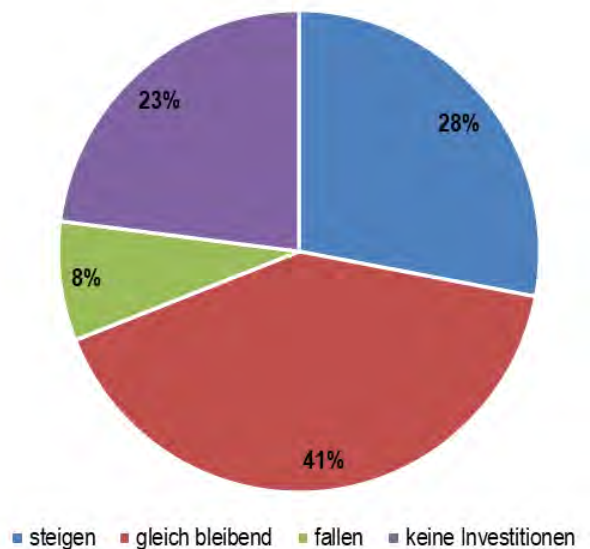
EINTRITTSPREISE

Über die Hälfte der Freizeiteinrichtungen werden im Jahr 2024 die Eintrittspreise beibehalten. 20 Prozent der Befragten geben Preiserhöhungen an. Höhere Eintrittspreise planen vorrangig Bühnen und Theater (62 Prozent), jeweils knapp die Hälfte der Zoos/Tierparks bzw. Bäder/Thermen sowie knapp ein Drittel der Landschaftsattraktionen. Preissenkungen schließen alle befragten Einrichtungen aus. Die Anzahl der Freizeiteinrichtungen, die generell kostenfrei besucht werden können, liegt bei 18 Prozent.



INVESTITIONEN

Im Jahr 2024 investieren über ein Viertel der Befragten mehr in ihre Einrichtungen. 41 Prozent planen gleich bleibende Investitionsvorhaben. 23 Prozent der Befragten sehen keinen Spielraum für Investitionen im laufenden Jahr (Vorjahr: 28 Prozent). Eine hohe Investitionsbereitschaft trotz angespannter Wirtschaftslage weisen Zoologische Gärten und Tierparks (Steigerung 46 Prozent), Freizeiteinrichtungen (37 Prozent) und Bühnen und Theater (36 Prozent) auf. Hauptmotive für Investitionen sind Modernisierungen und Qualitätsverbesserungen, Ersatzbeschaffungen sowie neue Attraktionen bzw. Erweiterungen des eigenen Angebots.



57 Prozent

meinen, dass der Tourismus im Land eine hohe Bedeutung hat
(Vorjahr 58 Prozent)

61 Prozent

meinen, dass der Tourismus eine hohe Bedeutung in der eigenen Region hat
(Vorjahr 64 Prozent)

68 Prozent

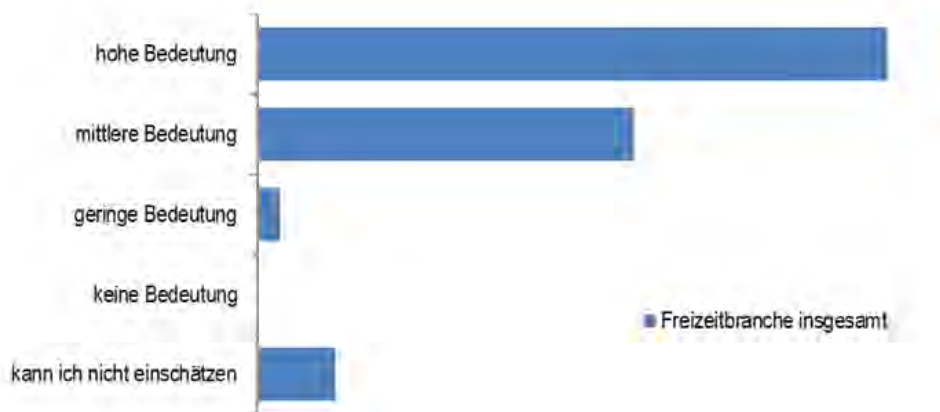
meinen, dass Sachsen-
Anhalt ein modernes
Kulturreiseland ist
(Vorjahr 70 Prozent)

80 Prozent

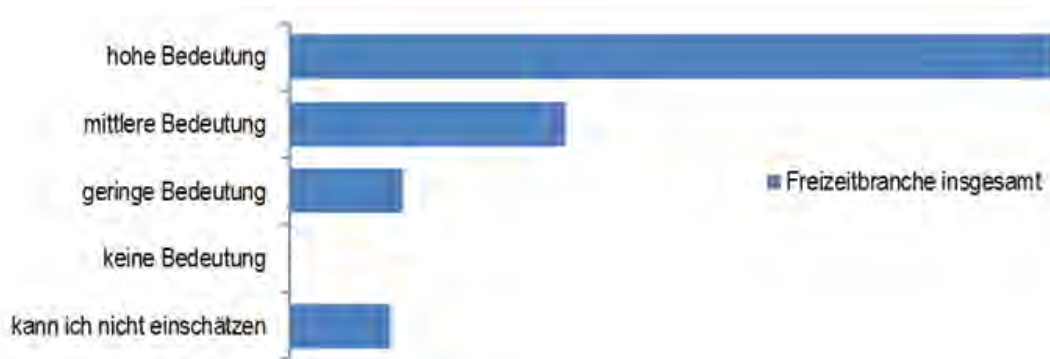
arbeiten hauptsächlich
mit den
Touristinformationen
vor Ort
zusammen, 56 Prozent
mit Regionalverbänden

SONDERFRAGEN MASTERPLAN TOURISMUS

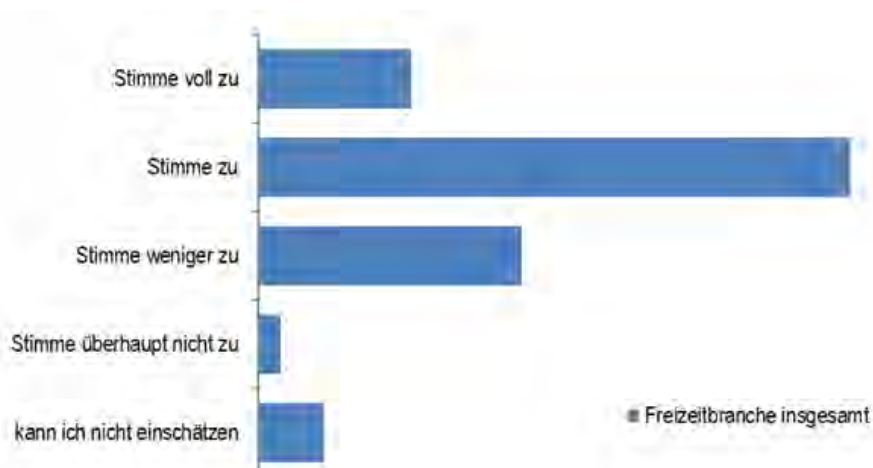
WELCHE BEDEUTUNG HAT IHRER MEINUNG NACH DER TOURISMUS FÜR DAS LAND SACHSEN-ANHALT?



WELCHE BEDEUTUNG HAT IHRER MEINUNG NACH DER TOURISMUS FÜR IHRE REGION/DESTINATION?

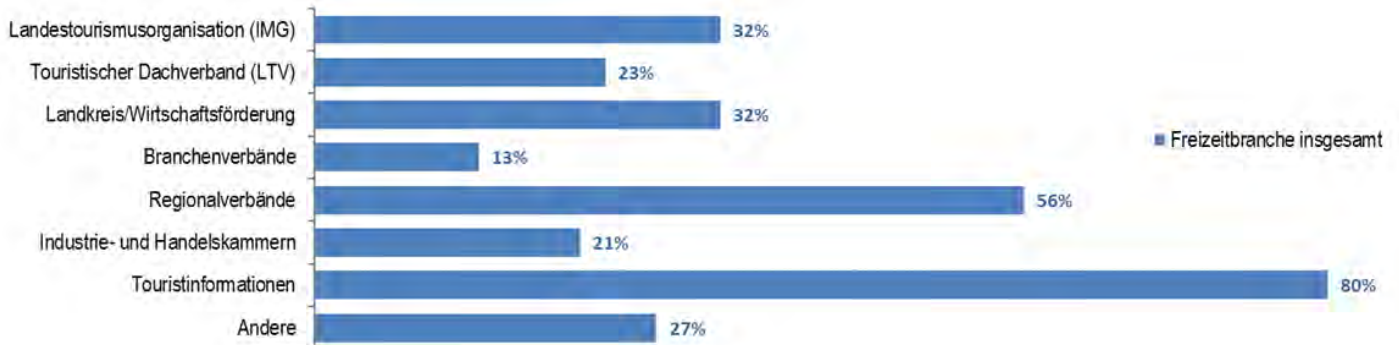


INWIEFERN STIMMEN SIE DER FOLGENDEN AUSSAGE ZU: „SACHSEN-ANHALT IST EIN MODERNES KULTURREISELAND“?

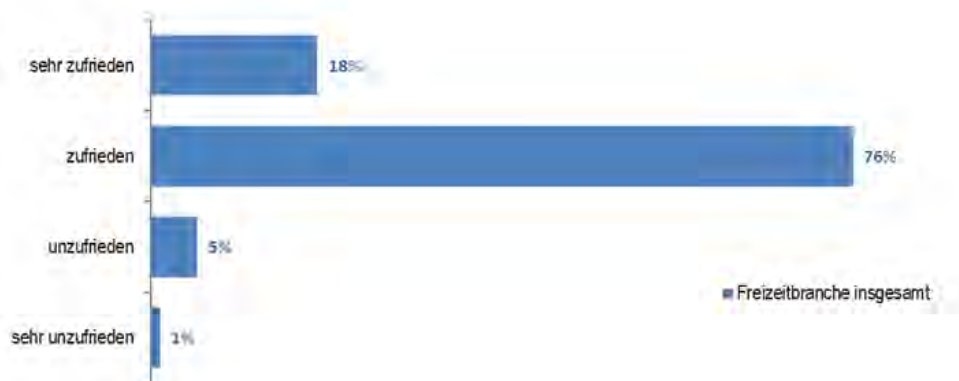


SONDERFRAGEN MASTERPLAN TOURISMUS

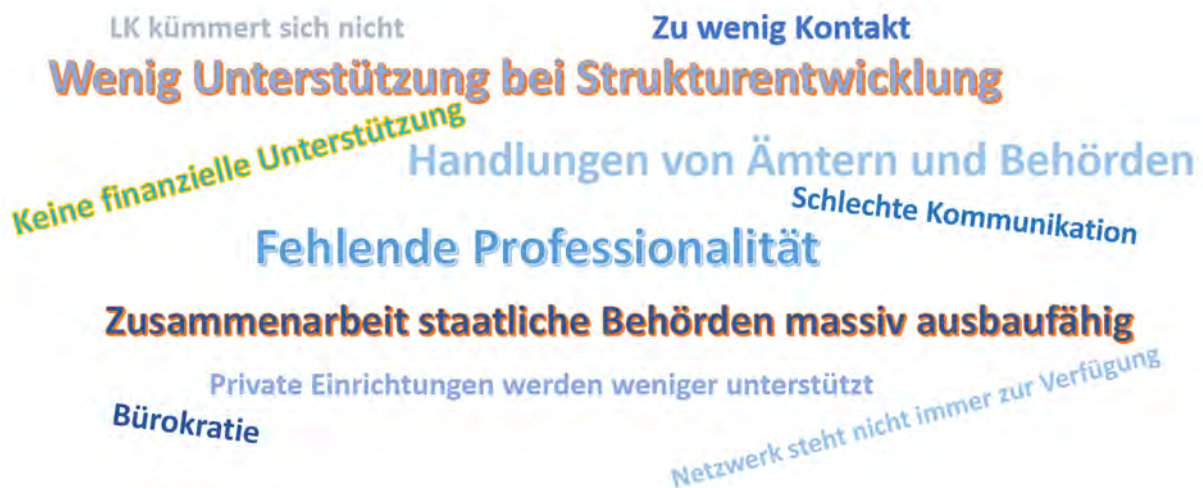
MIT WELCHEN NETZWERKPARTNERN IM TOURISMUS ARBEITEN SIE ZUSAMMEN?



WIE ZUFRIEDEN SIND SIE MIT DER ZUSAMMENARBEIT MIT DEN GENANNTEN TOURISMUSPARTNERN?



GRÜNDE, WARUM UNZUFRIEDEN ANGEGEBEN WURDE:



AUSWERTUNG AUSGEWÄHLTER KATEGORIEN

5 Prozent

mehr Besucher in 2023
gegenüber 2022

53 Prozent

erwarten 2024 eine gute
Besucherentwicklung

9 Prozent

planen eine Erhöhung der
Eintrittspreise

53 Prozent

planen Investitionen
in 2024

34 Prozent

der Besucher kommen aus
einem Umkreis von
0 bis 100 Kilometer

36 Prozent

beteiligen sich an einer
Gäste-Karte

76 Prozent

können über Linienbusver-
bindungen erreicht werden

AUSWERTUNG AUSGEWÄHLTER KATEGORIEN

20 Prozent

mehr Besucher in 2023
gegenüber 2022

40 Prozent

erwarten 2024 eine gute
Besucherentwicklung

12 Prozent

planen eine Erhöhung der
Eintrittspreise

27 Prozent

planen steigende
Investitionen in 2024

96 Prozent

verfügen über eine eigene
Homepage

AUSWERTUNG AUSGEWÄHLTER KATEGORIEN

27 Prozent

mehr Besucher in 2023
gegenüber 2022

31 Prozent

erwarten 2024 eine gute
Besucherentwicklung

10 Prozent

planen eine Erhöhung der
Eintrittspreise

37 Prozent

planen steigende
Investitionen in 2024

10 Prozent

investieren in
die Barrierefreiheit ihrer
Einrichtungen

93 Prozent

verfügen über eine eigene
Homepage

AUSWERTUNG AUSGEWÄHLTER KATEGORIEN

1.207.008

Besucher im Jahr 2023

36 Prozent

erwarten 2024 eine gute
Besucherentwicklung

Zoo viel

Das Gute
liegt Zoo nah.

Wir wünschen Ihnen einen
erlebnisreichen Zoobesuch.

 Saalesparkasse

46 Prozent

planen eine Erhöhung der
Eintrittspreise

45 Prozent

der Besucher kommen aus
einem Umkreis von
0 bis 100 Kilometer

zu sehen!

91 Prozent

verfügen über eine eigene
Homepage und
Social-Media-Kanäle

46 Prozent

planen steigende
Investitionen in 2024

33 Prozent

mehr Besucher in 2023
gegenüber 2022

62 Prozent

planen eine Erhöhung der
Eintrittspreise

50 Prozent

der Besucher kommen aus
einem Umkreis von
0 bis 50 Kilometer

36 Prozent

planen steigende
Investitionen in 2024

100 Prozent

verfügen über eine eigene
Homepage

1.120.168
Besucher im Jahr 2023

40 Prozent
planen Preiserhöhungen
im Jahr 2024

77 Prozent

erwarten 2024 gleich
bleibende Besucherströme

100 Prozent

der Einrichtungen werden
mit öffentlicher Beteiligung
betrieben

13 Prozent

planen neue Investitionen
in 2023

AUSWERTUNG AUSGEWÄHLTER KATEGORIEN

10 Prozent

mehr Besucher in 2023
gegenüber 2022

58 Prozent

erwarten 2024 eine gute
Besucherentwicklung

21 Prozent

planen eine Erhöhung der
Eintrittspreise

24 Prozent

der Besucher kommen aus
einem Umkreis von
über 300 Kilometer

27 Prozent

planen neue Investitionen
in 2024

38 Prozent

beteiligen sich an einer
Gäste-Karte

AUSWERTUNG AUSGEWÄHLTER KATEGORIEN

1.040.572

Besucher im Jahr 2023



57 Prozent

erwarten 2024 eine gute
Besucherentwicklung

21 Prozent

der Landschafts-
attraktionen sind kosten-
frei besuchbar

36 Prozent

der Besucher kommen aus
einem Umkreis von
0 bis 300 Kilometer

100 Prozent

verfügen über eine eigene
Homepage

AUSWERTUNG AUSGEWÄHLTER KATEGORIEN

1.351.501

Besucher im Jahr 2023



14 Prozent

planen eine Erhöhung der
Eintrittspreise

43 Prozent

erwarten 2024 eine gute
Besucherentwicklung



86 Prozent

planen Investitionen
in 2024

43 Prozent

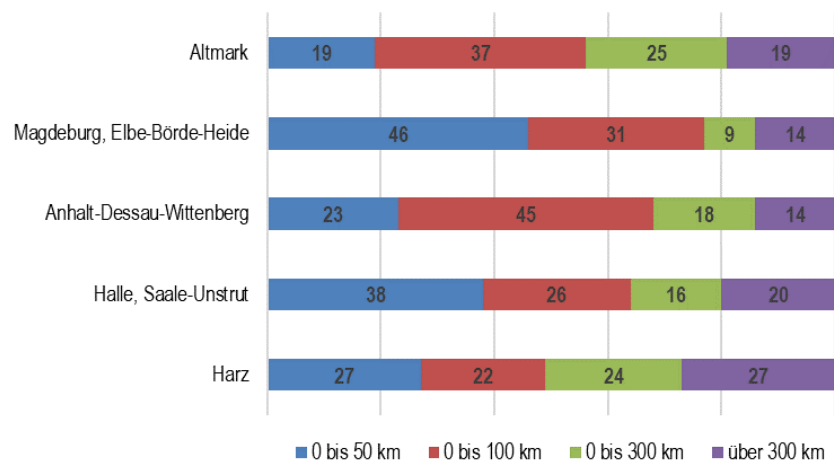
beteiligen sich an einer
Gäste-Karte

ERGEBNISSE NACH REGIONEN

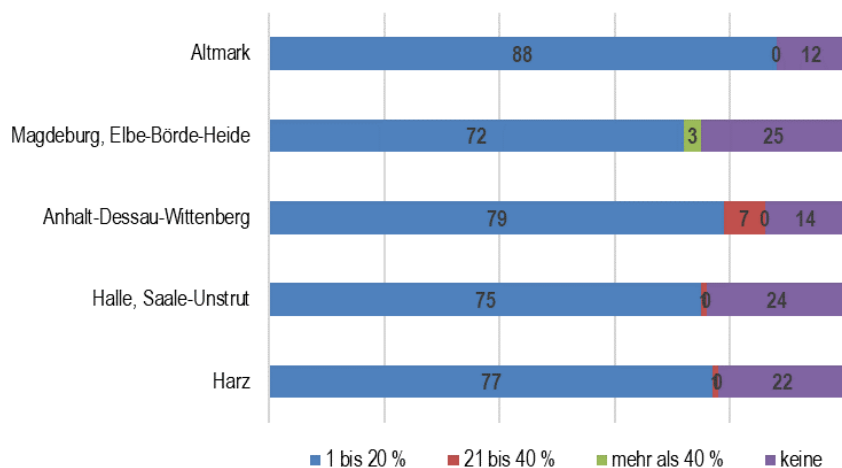
Echt schön.
SACHSEN-ANHALT

Echt besonders.

BESUCHERUMKREIS /
AKTIONSRADIUS
(ANGABEN IN PROZENT)

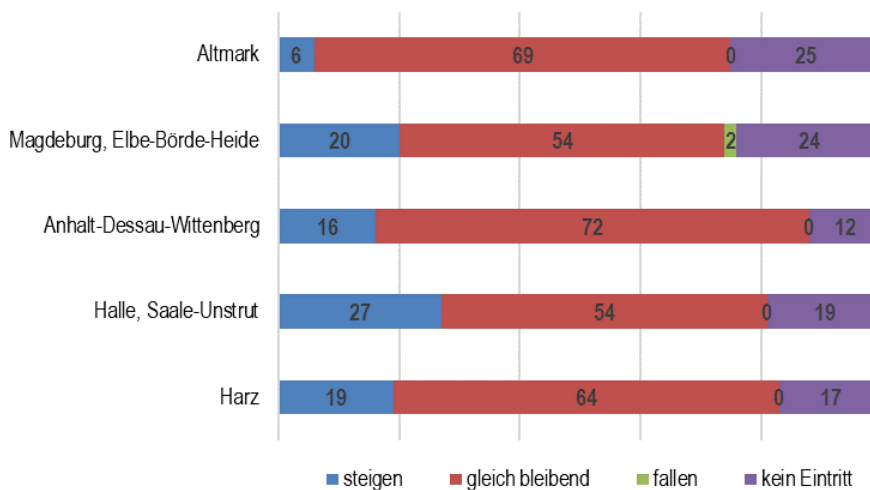
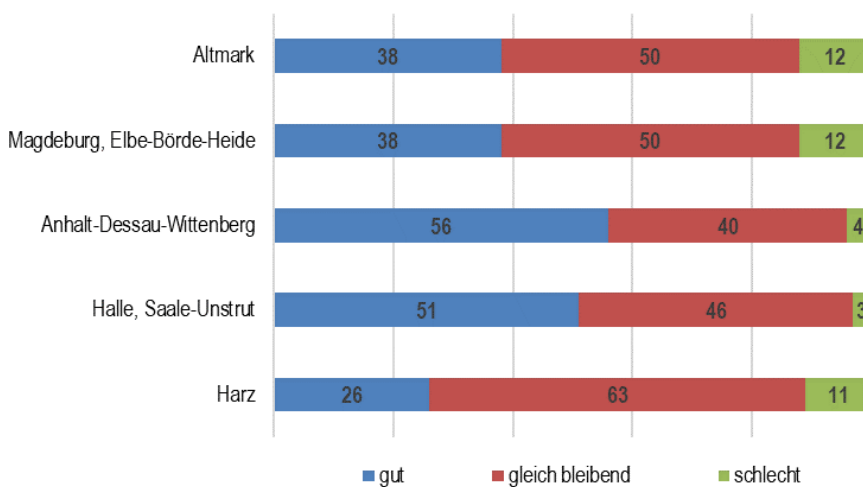


ANTEIL DER BESUCHER AUS
DEM AUSLAND
(ANGABEN IN PROZENT)



ERGEBNISSE NACH REGIONEN

Echt schön.
SACHSEN-ANHALT



Impressum

Herausgeber

Landesarbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern in Sachsen-Anhalt

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

IHK Magdeburg
Geschäftsbereich Handel, Tourismus,
Dienstleistungen und Unternehmensförderung
Alter Markt 8
39104 Magdeburg
www.ihk.de/magdeburg

Redaktion

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

Stand: August 2024

Bildnachweise: Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH-Nilz Böhme
Innenseiten - Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH, Michael Bader;
Franckesche Stiftungen_Historische Bibliothek_ Foto Reinhardt Görner; Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH / Maximilian Wiesenbach; Kunstmuseum Moritzburg Halle,
Marcus-Andreas Mohr; Ferropolis Stephan Flad; Zoologischer Garten Halle GmbH; Anhaltisches
Theater Dessau; Maya Mare GmbH & Co. KG; Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH-Thomas
Ziegler; Gartenträume Sachsen-Anhalt e. V., Stephanie Elgert; Tourismusbetrieb Stadt Oberharz
am Brocken_Andreas Wernicke; Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH-
Kampagne „Echt-Schön“ Sachsen-Anhalt