



Marktforschung auf Destinationsebene

Marktforschung-Kooperation „Magic Cities Germany“



Dresden Marketing GmbH



- ❖ Offizielle Dachmarketingorganisation der Landeshauptstadt Dresden
- ❖ Fokus: Destinationsmanagement und Destinationsmarketing
- ❖ Steuerung der touristischen Entwicklung in den Bereichen Freizeittourismus und promotable Geschäftsreisen
- ❖ Integration der Region Elbland (und seiner Partner) in die Tourismusdestination Dresden Elbland
- ❖ Generierung von Benefit für Gäste, Tourismusbranche UND Bürger
- ❖ Optimierung der Wertschöpfung aus dem Tourismus
- ❖ Knowledge Center für Branche, Stakeholder, Partner, Kunden und Interessierte



Magic Cities Germany e.V.



- Die Marketing Gemeinschaft Magic Cities Germany hat sich vor vielen Jahren zusammen geschlossen, um die **zehn größten deutschen Städte** (außer Berlin) in ausgewählten Überseemärkten **bekannt zu machen**.
- Ziel: **Internationale Vermarktung der Städte** als Urlaubs- und Businessdestination zur Erhöhung des Übernachtungsaufkommens
- Die Deutsche Zentrale für Tourismus ist Kooperationspartner der Magic Cities Germany.
- Innerhalb der Magic Cities gibt es verschiedene **Arbeitsgruppen**, die operative und strategische Grundlagen für das Marketing schaffen
 - ❖ Tourist Information
 - ❖ Marketing
 - ❖ Marktforschung
 - ❖ Digitalisierung
 - ❖ Nachhaltigkeit

Magic Cities Fachgruppe Marktforschung

Fachgruppe Marktforschung



- Viktoria Radtke (Bremen)
- Franziska Neder (Düsseldorf)
- Leona Flach (Frankfurt)
- Stephanie Kleine Klausing (Köln)
- Sabine Fischer (Leipzig)
- Gerhard Arnold (Nürnberg)
- Aleksandra Lorkowski (Hamburg)
- Ralf Zednik (München)
- Hilge Langer (Stuttgart)
- Ina Duckstein (Dresden)

Operative Taskforce

Milestones

Fachgruppe Marktforschung

- Erstes Zusammentreffen anlässlich LMO-Marktforschungstreffen im Sep 2019 in Dresden
- Konstituierung als eigene Magic Cities Marktforschungsgruppe im April 2020
- Ziele: Fokus auf Städtetourismus, Synergieeffekte beim Studieneinkauf, Faktengrundlage für Marketing-Ausrichtung, Austausch und Best Practise Sharing
- Zusammenarbeit mit Deutschem Institut für Tourismusforschung, NIT, FH-Westküste, Mastercard, etc.
- Gruppen-interne Taskforce zur operativen Umsetzung der Marktforschungsprojekte
- Regelmäßige Online- und Präsenz-Meetings (mit / ohne externe Dienstleister) gemeinsam mit der DZT

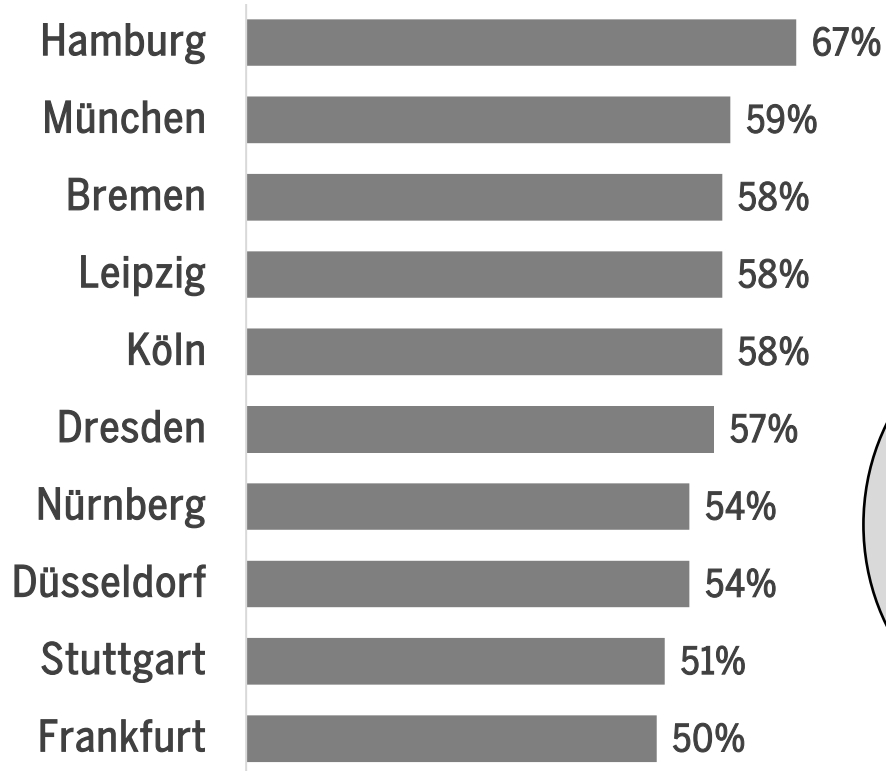
Ziele

Fachgruppe Marktforschung

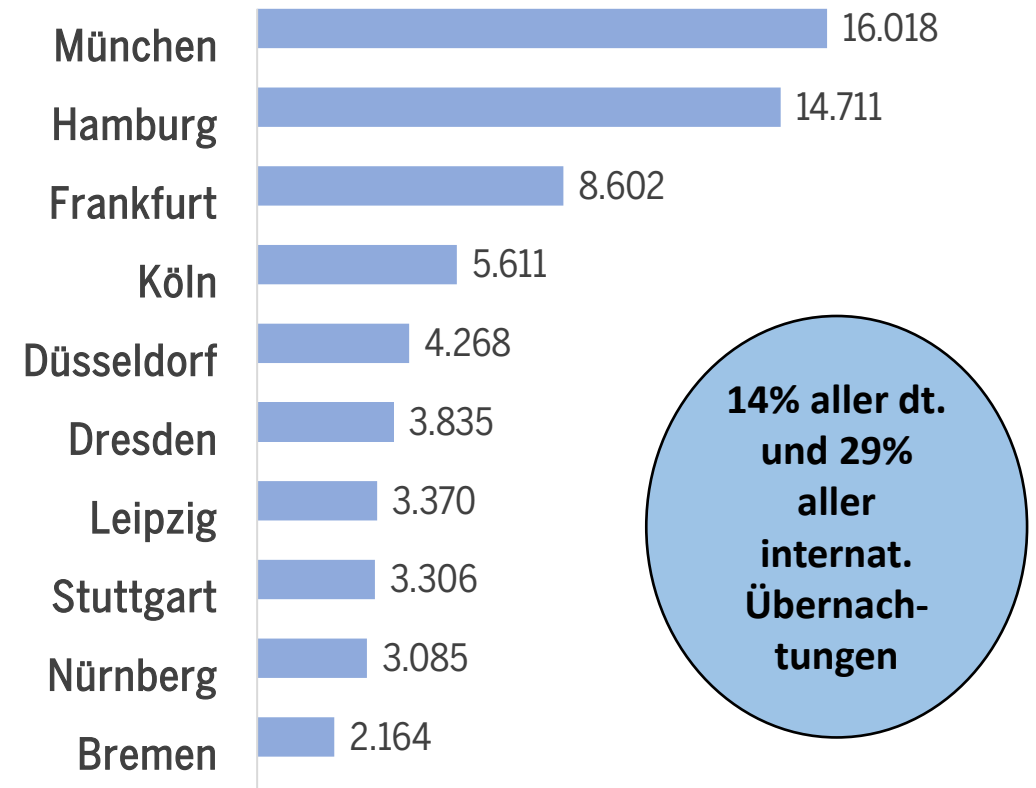
- Umsetzung / Auswertung gemeinsamer Marktforschungs-Projekte zum Städtetourismus
- Intensivierung des Austauschs mit der DZT und Entwicklung gemeinsamer Projekte
- Interner Austausch zu aktuellen Themen & Herausforderungen
- Externer Austausch mit Wissenschaft & Branche & Verbänden
- Gemeinsames Budget & Finanzierung gruppen-interner Projekte

Relevanz der Magic Cities für den Deutschland-Tourismus

Ø Zimmerauslastung 2022



Übernachtungen 2022 in Tsd.



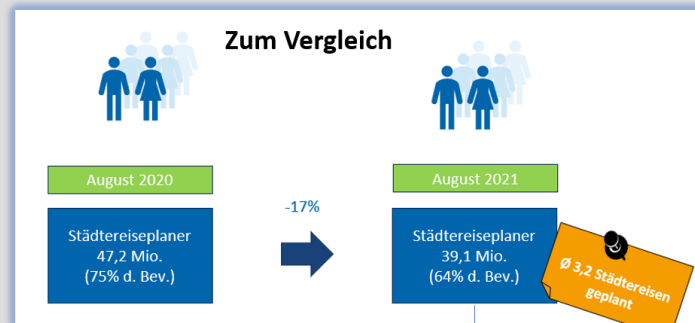
Gemeinsame Projekte

Magic Cities Städtereisemonitor - jährlich

Weiterhin rückläufige Interesse der Deutschen an Städtereisen

Städtereiseplanung der Deutschen / alle Städte (April 2022 - März 2023)

**Potential
Städtereiseplaner
2022/23**
34,6 Mio. Deutsche
(26,2 Mio. Wiederholer + 8,4 Mio. Neupotenzial)
=57% der Bevölkerung

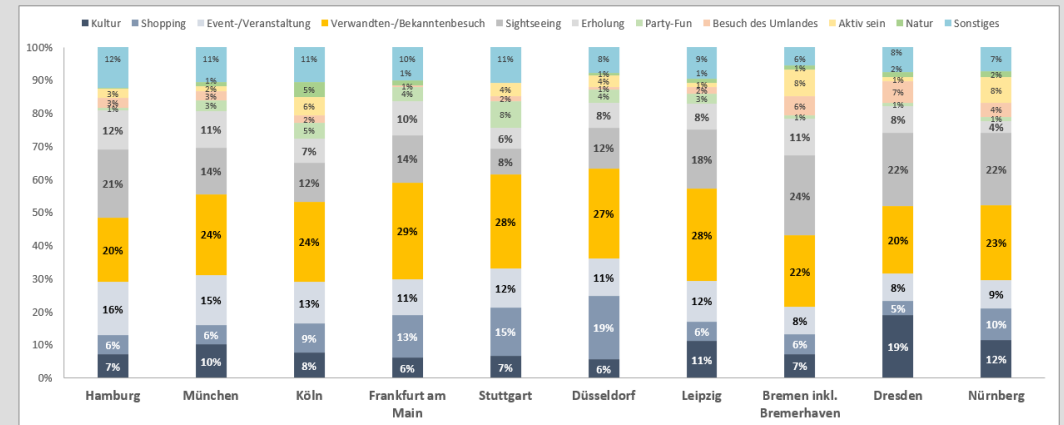


-12%

Quelle: Magic Cities Städtereisemonitor Mai 2022

Verwandte, Events und Sightseeing Top Städte-Reiseanlässe

Reiseanlass letzte Städtereise in die Magic Cities 2021/22 (April 2021 - März 2022)



Quelle: Magic Cities Städtereisemonitor Mai 2022

Getätigte Städtereisen der Deutschen im Vorjahr & Städtereiseplanungen im aktuellen Jahr
n=5.000 Online-Interviews

Für 1/4 sprechen finanzielle Gründe gegen eine Städtereise

Gründe, die gegen eine Städtereise in den nächsten 12 Monaten sprechen

Bsp.-Report 2023



Ausgewählte Erkenntnis-Schwerpunkte

Magic Cities Städtereisemonitor

Potential für Städtereisen
+ Rückblick Reisen
Vorjahr

Reiseanlass & geplante
Aktivitäten vor Ort &
Standortfaktoren

Informations- und
Buchungswege /
Mobilität / Unterkunft



Ausgaben &
Planungshorizont, Dauer
& Teilnehmer

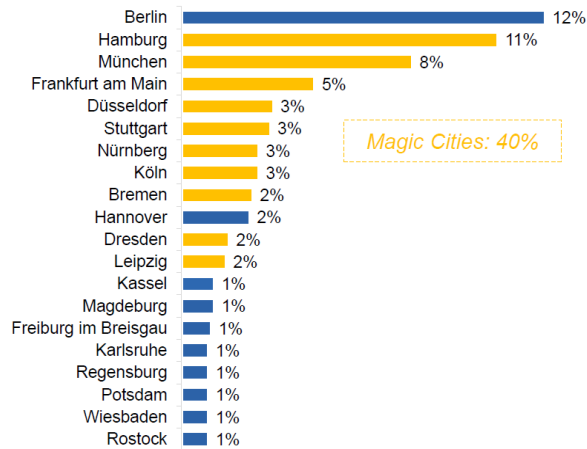
Relevanz
Nachhaltigkeitsaspekte
bei Städtereisen

Gründe & Barrieren für
Städtereisen, Einfluss von
Krisen und Reglements

Gemeinsame Projekte

RA Reiseanalyse Business Magic Cities - jährlich

Reiseziele von Geschäftsreisen: Städte im Inland



Quelle: RA Business 2022; Norstat. Basis Reisen n=3.569 Geschäftsreisen mit Übernachtung innerhalb von Deutschland

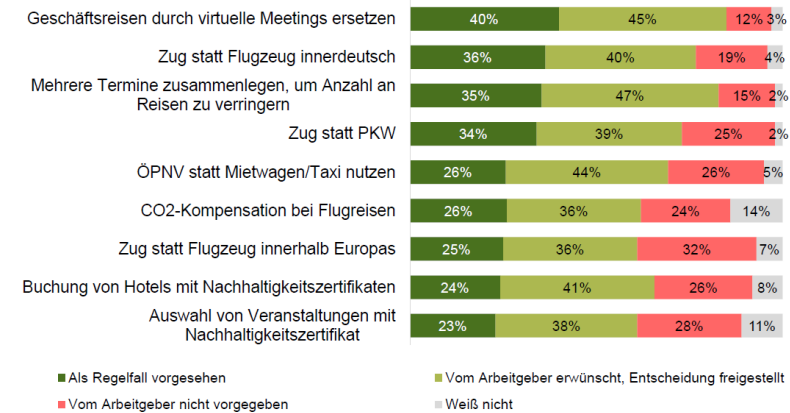
© 2022 FUR

14



Gegenüber RAB 2021 ähnliche Struktur der Ziele – Anteil der Magic Cities insgesamt gestiegen, Zuwächse v.A. in Hamburg und Frankfurt am Main

Welche Maßnahmen geben die Unternehmen vor?



Quelle: RA Business 2022, Erhebung Norstat Ad-hoc, Übernachtungsgeschäftsreisende, n=621

© 2022 FUR

39



- Alle Übernachtungsgeschäftsreisenden mit Nachhaltigkeitsrichtlinien im Unternehmen wurden nach den genauen Maßnahmen gefragt.
- Dabei wurde unterschieden zwischen „als Regelfall vorgesehen“, „erwünscht aber Entscheidung freigestellt“ und „nicht vorgegeben“.
- Die meistgenannten Maßnahmen zielen auf eine Reduktion des Reisevolumens (virtuelle Meetings bzw. Kombination von Terminen) oder eine Bevorzugung von nachhaltigeren Verkehrsmitteln, wenn möglich.

Übernachtungsgeschäftsreisen in Deutschland n=4.000 Online-Interviews

4% aller innerdeutschen Geschäftsreisen entfallen auf Sachsen

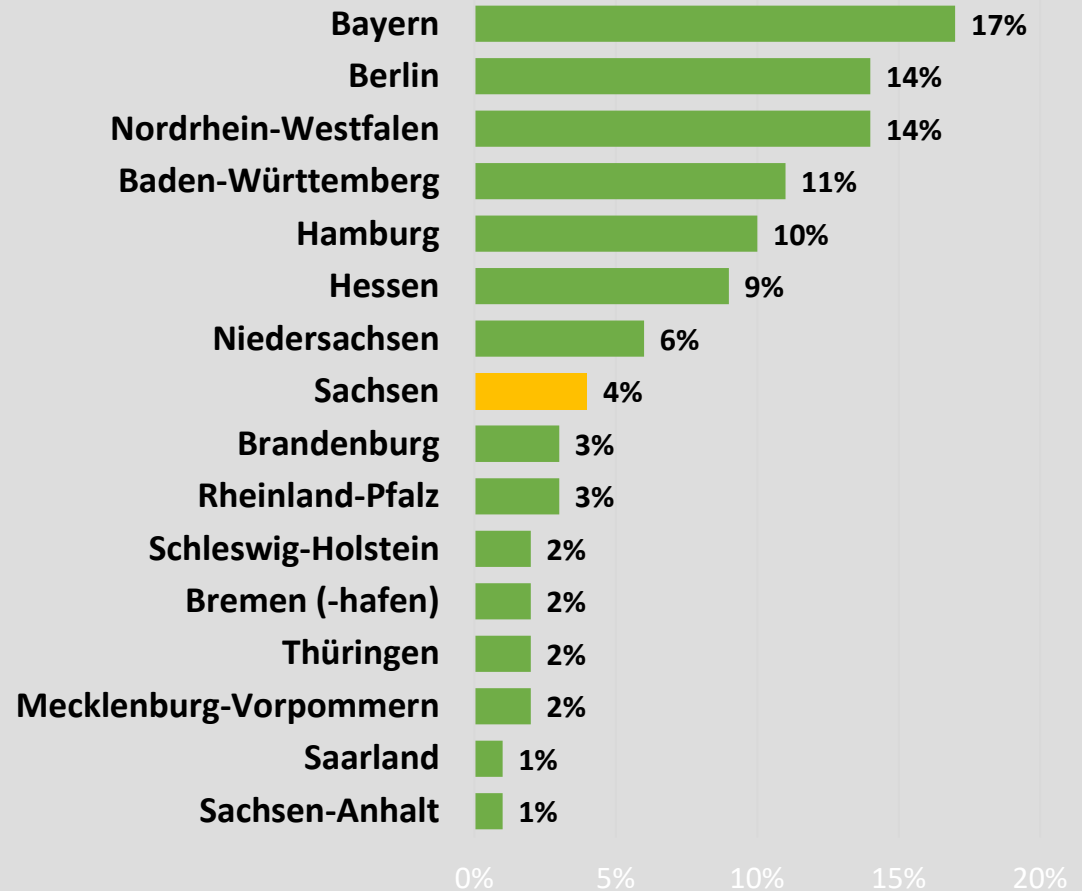
Reiseziele deutscher Geschäftsreisender nach Bundesländern 2022

Bsp.-Report 2023



79% der
Geschäftsreisen mit
Übernachtung der
Deutschen gehen ins
Inland

(18% Europa;
3% interkontinental)



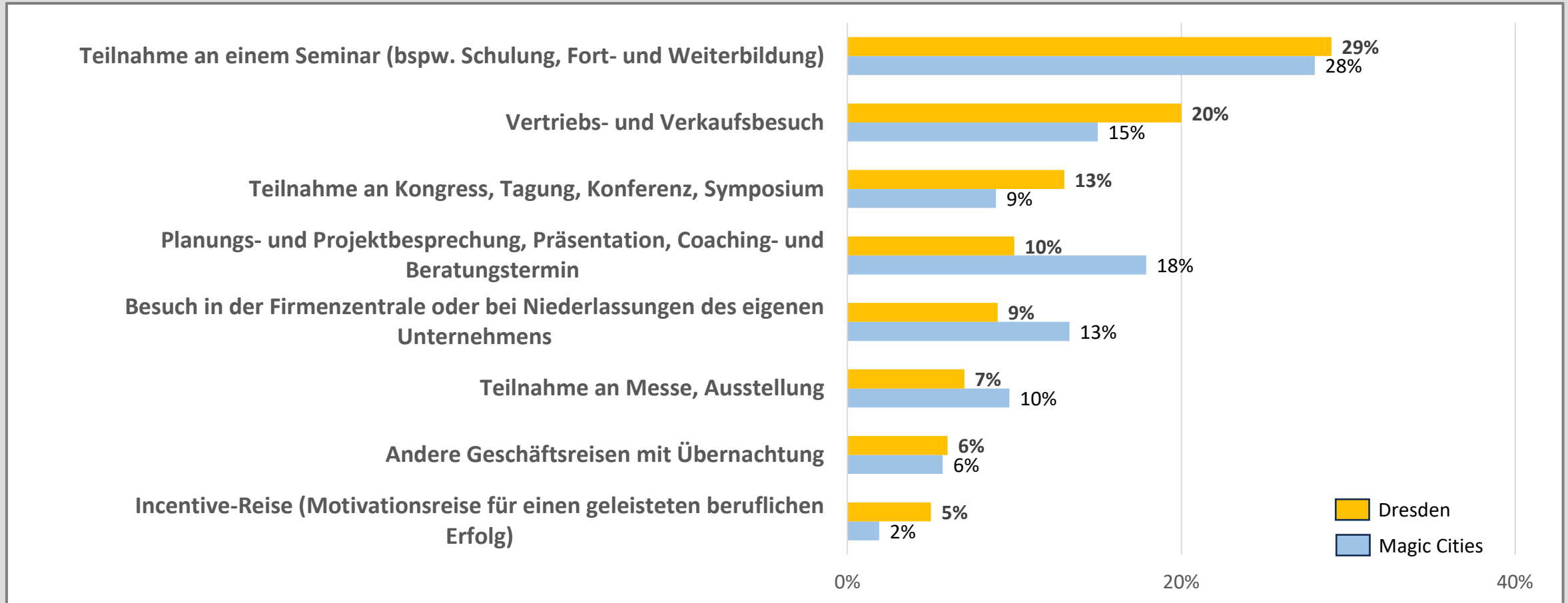
Basis: n=3.253 Geschäftsreisen mit Übernachtung in Deutschland

Quelle: RA Business 2021-2023, FUR – Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen

Seminare & Vertriebsbesuche sind Top Geschäftsreiseanlässe

Geschäftsreiseanlässe 2022 – Dresden vs. Magic Cities

Bsp.-Report 2023



Basis: n=1.240 Geschäftsreisen mit Übernachtung in Magic City | n=130 für Dresden

Quelle: RA Business 2021-2023, FUR – Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen

Ausgewählte Erkenntnis-Schwerpunkte

RA Reiseanalyse Business Magic Cities - jährlich

Entwicklung
Geschäftsreiseverkehr in
Deutschland

Geschäftsreiseziele &
Geschäftsreiseanlässe

Mobilität & Unterkunft &
Ausgaben & Dauer



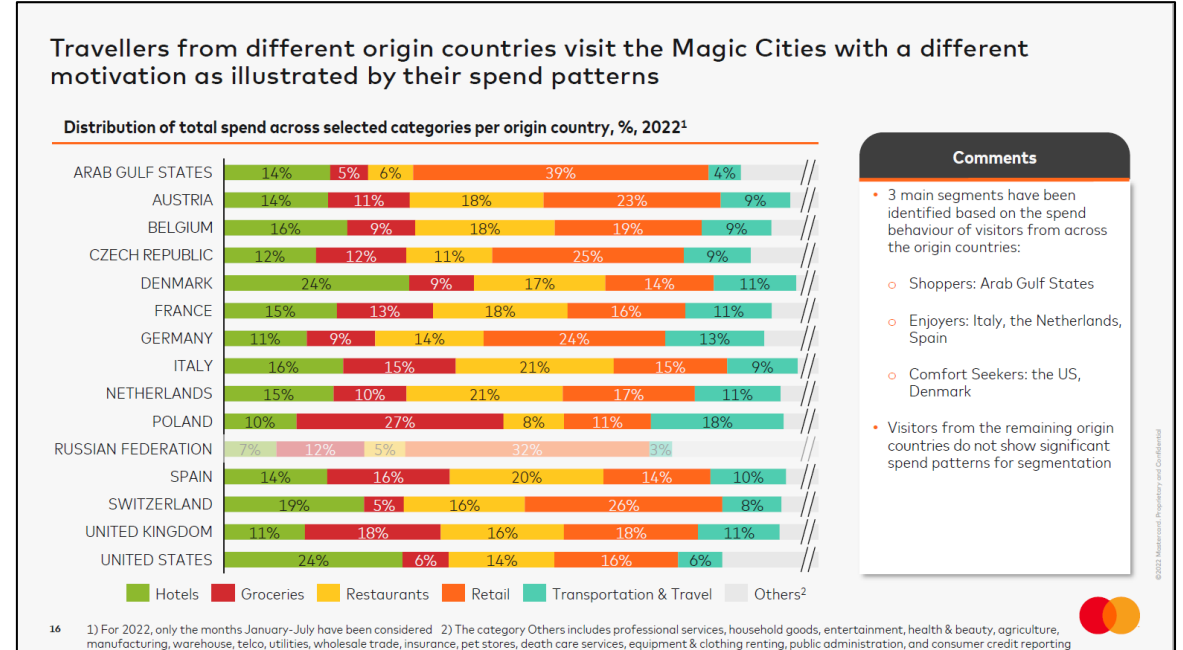
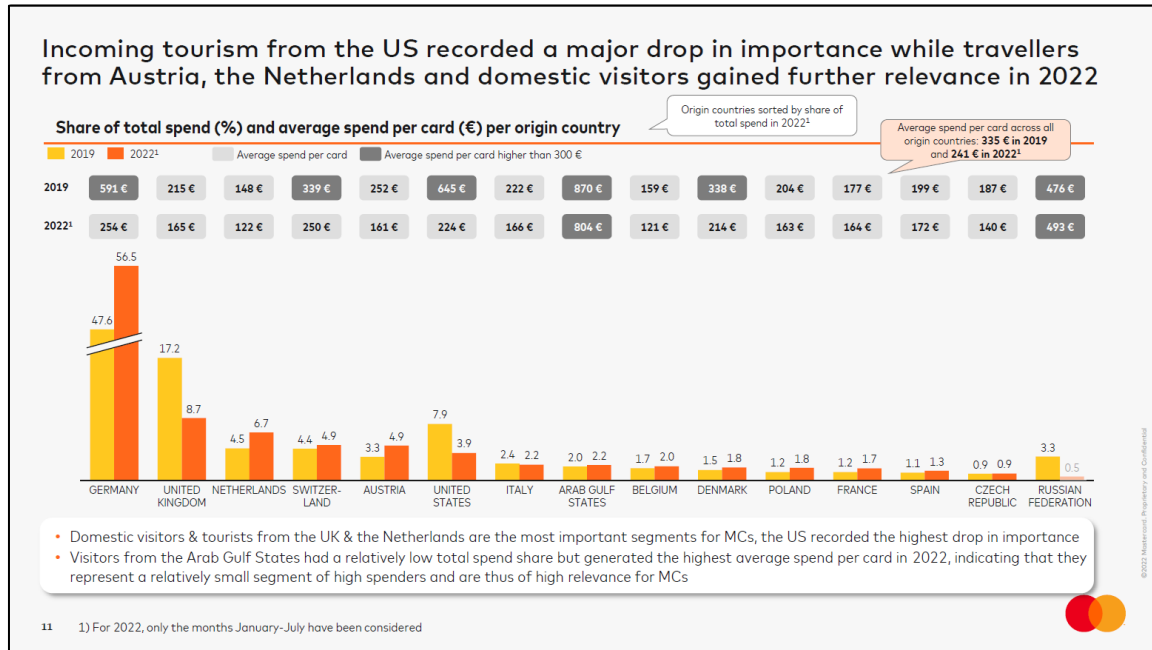
Unternehmensrichtlinien
bei Geschäftsreisen
(Anreise & Unterkunft)

Relevanz
Nachhaltigkeitsaspekte
bei Geschäftsreisen

Workation &
Bleisure

Gemeinsame Projekte

Mastercard Recovery Monitor – Pilotprojekt und Individualstudien



Alle Mastercard Spending Daten für 10 Städte pro Person / Trip / Herkunftsland / Jahr / Kategorie
 Inkl. Privat- und Geschäftsausgaben, Geldabhebungen
 Exkl. E-Commerce

Ausgewählte Erkenntnis-Schwerpunkte

Mastercard Recovery Monitor

Informationen zu den Ausgaben nationaler und internationale Besucher

Entwicklung des Ausgabeverhaltens im Zeitverlauf

Entwicklung der Ausgaben der Gäste (und Bewohner) im Benchmark



Informationen zu den Ausgaben privater und geschäftlicher Gäste

Ausgaben pro Zielgruppe und Markt

Vom Privat- und Geschäftsreise-Tourismus profitierende Branchen

Ausblick

Fachgruppe Marktforschung

- Weiterführung jährlicher Projekte & Sonderprojekte
- 2024 neues Pilotprojekt mit FH-Westküste: Tourismus & Lebensqualität auf Ebene der Magic Cities
- Integration aller Magic Cities in TourMis – Touristisches Management Informationssystem Modul University Wien & City Destination Alliance (CityDNA)
- Ausbau der Kooperationen mit nationalen und internationalen Instituten & Universitäten & Weiterentwicklung von Forschungsprojekten
- Etablierung als führende Marktforschungsinstanz für den Städtetourismus in Deutschland



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

Ina Duckstein, Dresden Marketing GmbH

ina.duckstein@marketing.dresden.de

www.linkedin.com/in/ina-duckstein-53867825

Visit Dresden    

Dresden.
Elbland.