

Zentrale

Dresden, 12.06.2023
Ansprechpartnerin Anita Radicke
Telefon +49 (0) 3 51 5 63 91-1315
E-Mail presse@schloesserland-sachsen.de

Medieninformation

17 | 2023

Civey-Deutschlandumfrage:

„Schloesserland Sachsen“ ist als kulturtouristische Marke etabliert

Sachsen ist Kulturreiseziel Nummer 1. Die bundesweite Umfrage bestätigt die Relevanz der Marke „Schloesserland Sachsen“ für den Sachsentourismus. Die Verbindung von Kulturgeschichte und Erholungsorten sind die wichtigsten Besuchsgründe und entsprechen dem Markenkern.

„Schloesserland Sachsen“ ist die Dachmarke der Staatlichen Schlösser, Burgen und Gärten Sachsen gGmbH (SBG), die im Rahmen einer Kooperation auch weitere rund 30 Schlösser, Burgen, Gärten, Klöster und Schlosshotels touristisch vermarktet. Die SBG beauftragte im Mai 2023 das Markt- und Meinungsforschungsunternehmen Civey mit der Abfrage der Markenbekanntheit. Die Ergebnisse der repräsentativen Umfrage stützen den Markenkern: Die Verbindung von Kulturerfahrung und Erholungsort als Reisemotivation wurde bei den wichtigsten Besuchsmotiven in allen Alters- und Sozialschichten genannt.

Starke Bekanntheit im Osten der Republik, Besuchserfahrung vor allem im Norden und in der Mitte des Landes. Eine Marke für alle Bevölkerungsschichten.

Erwartungsgemäß ist das Schloesserland Sachsen in den östlichen Bundesländern mit 41% fast der Hälfte der Befragten bekannt. Die demografischen Daten bei den Bekanntheitsnennungen verteilen sich gleichermaßen durch alle Alters-, Erwerbs-, Ausbildungsschichten und Lebensorte. Unter jenen - ohne den Osten -, die die Sehenswürdigkeiten des Schloesserlandes schon besucht haben, stehen die Länder von der Mitte bis zum Norden der Republik hervor. Fast zwei Drittel aller Sachsen kennen die Marke, davon hat fast jeder (92,4%) eine oder mehrere der teilnehmenden Objekte bereits besucht.

Die Sehenswürdigkeiten sind wichtigster Kontakt zur Verbundmarke. Bundesweit gewinnt in den mittleren Altersschichten die digitale Markenkommunikation an Relevanz und wird wichtiger als die Empfehlung von Freunden oder Familie.

Die Schlösser, Burgen und Gärten sind wichtigster Kontaktpunkt mit der Marke „Schloesserland Sachsen“. Vor allem vor Ort haben klassische Streumittel, wie Plakate, Flyer und Broschüren, noch Relevanz. Für das Marketing spielen die digitalen Kanäle zur Verlängerung des Besucherlebnisses und Erreichbarkeit bundesweit eine mittlerweile unerlässliche Rolle. Knapp 17% - in den wichtigsten touristischen Altersgruppen zwischen 30 und 64 Jahren - kommen über digitale Kanäle vorrangig mit dem Schloesserland Sachsen in Kontakt.

Die Nachfrage nach der schlösserlandKARTE (1 Jahr / 10 Tage) stieg 2022 um 44% an. Parallelumfrage beweist: Die Besitzer sind wahre Fans mit Zufriedenheitswerten von 98% (1 Jahr) und 95% (10 Tage).

Als Ergänzung zur Civey-Umfrage befragte SBG im Mai 2023 auch einen Teil der Inhaber der schlösserlandKARTE. (Befragung nicht repräsentativ, Steckbrief siehe unten)

Die Vorteilskarte berechtigt beliebig oft zum freien Eintritt in die Objekte des Schloesserland Sachsen. Zwei Kinder bis 16 Jahre begleiten kostenfrei. Die Karte gibt es mit der Laufzeit für 1 Jahr oder alternativ für 10 Tage.

Das wichtigste Ergebnis der Umfrage ist die hohe Zufriedenheitsbewertung. Die Teilnehmenden nutzen die Karte meist in Gemeinschaft und schätzen die Möglichkeit viele verschiedene Sehenswürdigkeiten zu besuchen. Die Besuchsmotive der Jahreskarten-Inhaber decken sich mit denen aus der Civey-Umfrage: Die Schönheit der restaurierten Sehenswürdigkeiten und die Gärten als Ort der Erholung und Entspannung (99%) ziehen die Sachsen ins Schloesserland. 92% der Karteninhaber schätzen die Möglichkeit, zu Kultur und Geschichte des Landes etwas lernen zu können.

Steckbriefe zu den Umfragen:

Civey-Umfrage zur Bekanntheit der Marke Schloesserland Sachsen

Laufzeit von 28.04.2023 bis 15.05.2023

Repräsentative Befragung über Deutschlands größtes Open-Access-Panel (ab 18 Jahre) mit 10.000 Teilnehmern. Vertiefung zu Motiven und Kontaktpunkten zur Marke unter den 17,5% Markenkennern mit jeweils 3.000 Teilnehmern.

Umfrage BesitzerInnen schlösserlandKARTE

Laufzeit von 04.05.2023 bis 22.5.2023

Befragung von ca. 25% aller aktuellen BesitzerInnen einer schlösserlandKARTE, getrennte Ansprache über Online-Mailing von 2250 Jahres- und 432 10-Tages-Karteninhaber, die diese in den letzten 18 Monaten digital erworben haben. Rücklaufquote 35% (Jahreskarte), 27% (10-Tages-Karte).

www.schloesserland-sachsen.de

www.schloesserlandkarte.de



SchloesserlandSachsen



SchloesserlandSachsen



Schloesserland

Diese Maßnahme wird mitfinanziert mit Steuermitteln auf Grundlage des von den Abgeordneten des Sächsischen Landtags beschlossenen Haushalts.

Die Staatliche Schlösser, Burgen und Gärten Sachsen gemeinnützige GmbH (SBG) besteht aus der Zentrale mit Sitz in Dresden und nachfolgenden Objekten: Albrechtsburg Meissen, Klosterpark Alzella, Schloss Colditz, Burg Gnanstein, Barockgarten Großsedlitz, Schloss Weesenstein, Burg Kriebstein, Burg Mildenstein, Schloss Moritzburg und Fasanenschlösschen, Schloss Nossen, Barockschloss Rammenau, Schloss Rochlitz, Burg Stolpen sowie Schlösser und Gärten Dresden mit Festung Dresden, Großer Garten Dresden, Dresdner Stallhof, Schloss & Park Pillnitz und Dresdner Zwinger. Die Dachmarke von SBG heißt »Schloesserland Sachsen«. Zur touristischen Vermarktung der sächsischen Sehenswürdigkeiten kooperiert SBG mit anderen touristisch genutzten Schlössern, Burgen und Gärten, die während dieser Kooperation als Partner von »Schloesserland Sachsen« auftreten.