INSTITUT FÜR ANGEWANDTE MARKETING- UND KOMMUNIKATIONSFORSCHUNG GMBH

BESUCHERBEFRAGUNG
ZUR BUNDESGARTENSCHAU GERA UND RONNEBURG 2007

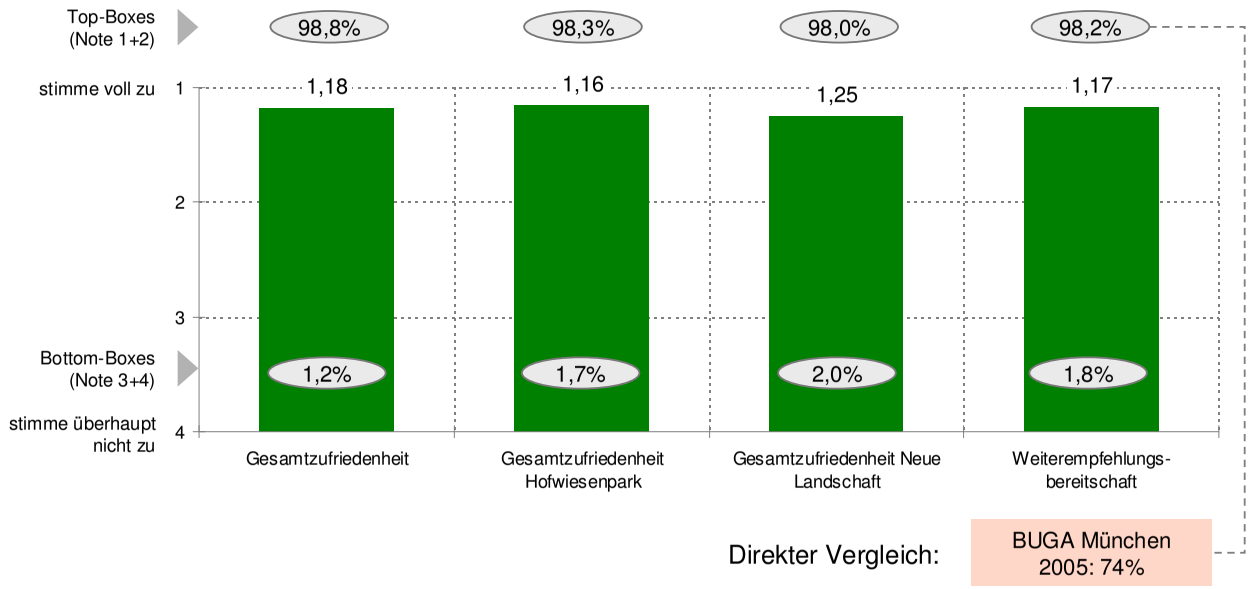
Zwischenergebnisse (bis KW 28)

Gera, 16. August 2007

Institut für angewandte Marketing- und Kommunikationsforschung GmbH • Mainzerhofplatz 14 • 99084 Erfurt • Telefon 0361/ 663 90 0 • www.imk-erfurt.de

Gesamteinschätzung der BUGA 2007

Gesamtzufriedenheit und Weiterempfehlungsbereitschaft der BUGA 2007

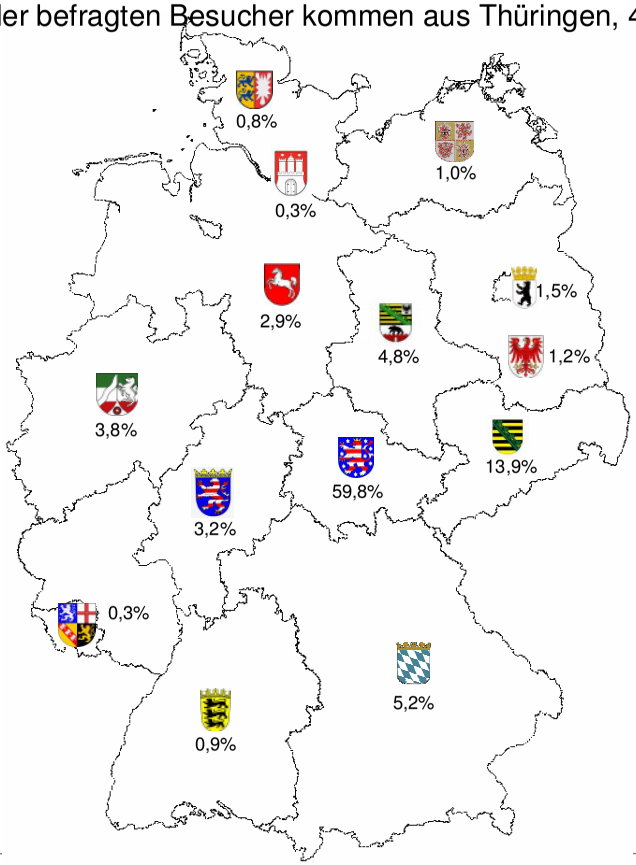


Sowohl Gesamtzufriedenheit als auch Weiterempfehlungsbereitschaft der BUGA in Gera und Ronneburg erzielen herausragende Bewertungen.

n=662 Befragte

Herkunft der Besucher

60% der befragten Besucher kommen aus Thüringen, 40% aus anderen Bundesländern.



	n	in %
Befragte gesamt	**662**	**100%**
Besucher aus Thüringen	396	**60%**
darunter Gera*	162	**25%**
darunter Greiz/ Ronneburg*	49	**7%**
darunter Rest-Thüringen	185	**28%**
Besucher überregional	266	**40%**

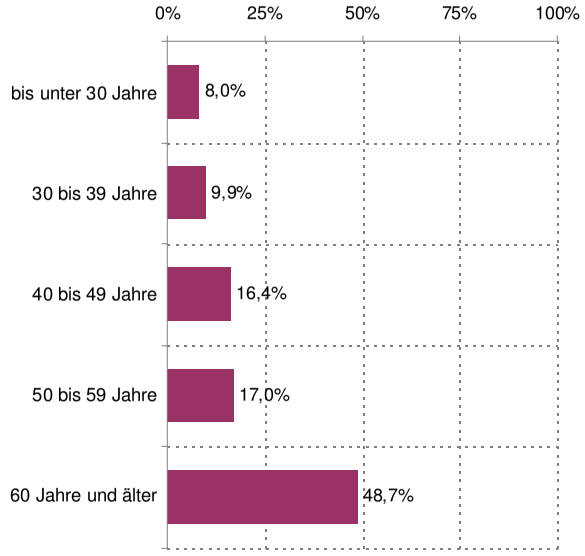
Direkter Vergleich:

BUGA München 2005
Bayern: 78%
Überregional: 22%

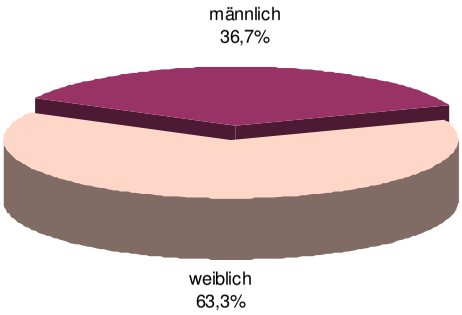
IGA Rostock 2003
Meckl-Vorp.: 43%
Überregional: 57%

Alter und Geschlecht

Alter der Befragten



Geschlecht der Befragten

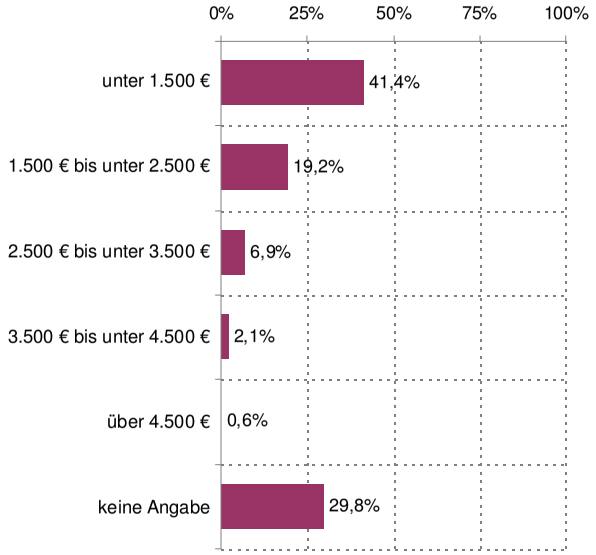


Knapp 20% der befragten Besucher sind unter 40 Jahre alt, insgesamt 35% unter 50 Jahre. Die BUGA 2007 ist somit nicht nur für ältere Besucher attraktiv, sondern entspricht in ihrer Besucherstruktur in etwa der gesamtdeutschen Altersverteilung.

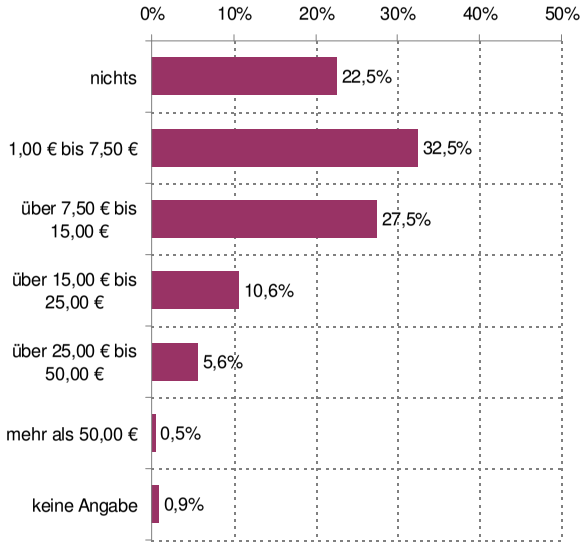
n=662 Befragte

Einkommen und Ausgabebereitschaft

Haushaltsnettoeinkommen der Befragten



Ausgabebereitschaft zusätzlich zur Eintrittskarte

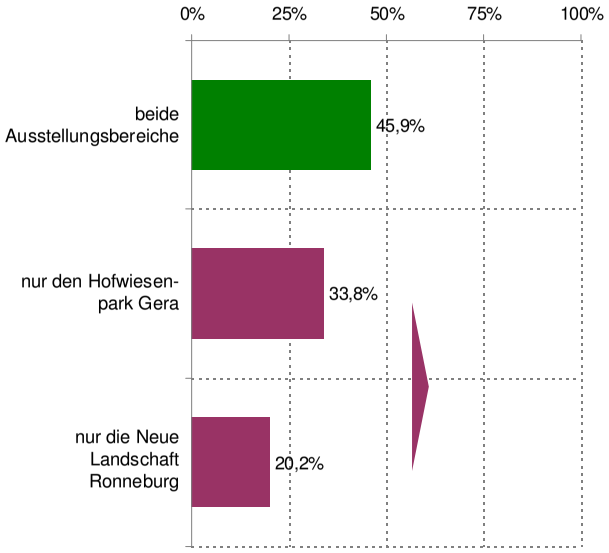


Ein Großteil der Besucher (41%) verfügt über ein HNEK von unter 1.500 EUR, welches sich direkt in der Ausgabebereitschaft auf dem Gelände der BUGA niederschlägt.

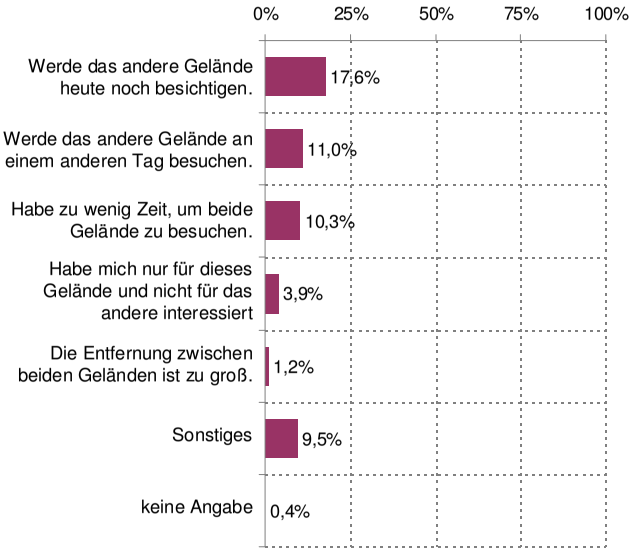
n=662 Befragte

Besuchsschwerpunkte

Frage: Welche Gelände der BUGA haben Sie heute besucht?



Frage: Aus welchem Grund haben Sie bisher nur ein Gelände besucht? *(Filter: Nur Befragte mit Besuch eines Ausstellungsbereichs)*

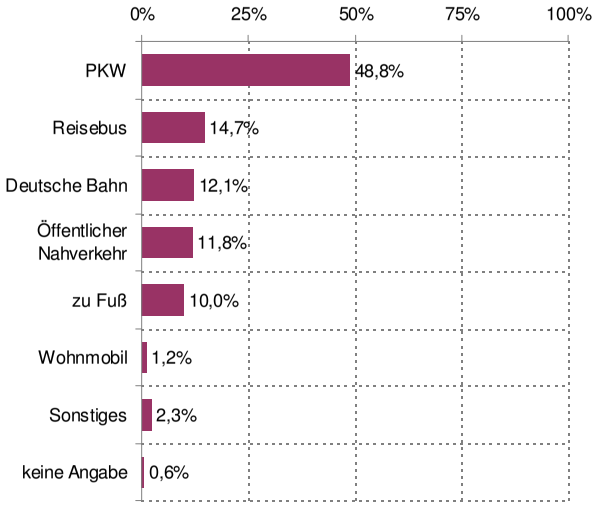


Die Teilung der BUGA 2007 auf zwei Gelände erfordert von den Besuchern zwar einen erhöhten logistischen Aufwand, welcher aber durch einen Großteil der Befragten gern angenommen wird.

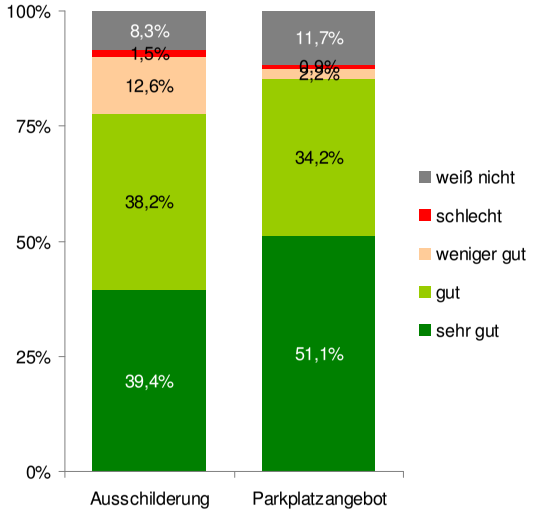
n=662 Befragte

Anreise und Parken

Frage: Wie sind Sie heute zur Bundesgartenschau Gera und Ronneburg 2007 angereist?
(ungestützte Abfrage, Mehrfachnennungen möglich)



Frage: Wie haben Sie die Ausschilderung zum BUGA-Gelände und das Parkplatzangebot empfunden? *(nur Befragte mit Anreise per PKW)*

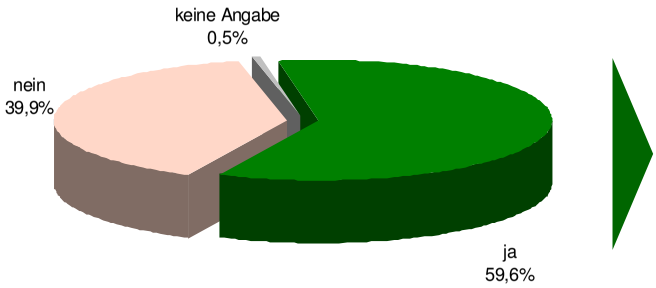


Ein Großteil der Befragten reist mit dem PKW zur BUGA an. Beschilderung (78%) und Parkplatzangebot (85%) werden insgesamt sehr positiv beurteilt.

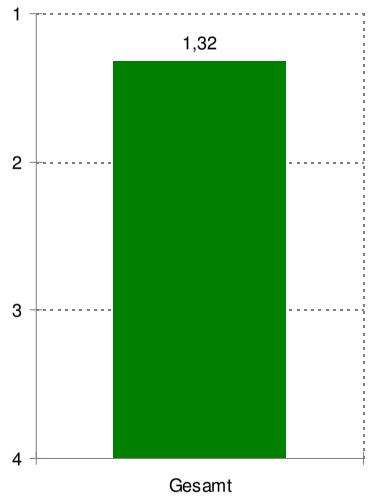
Anreise und Parken

Basis: Anreise mit PKW, Wohnmobil, Motorrad, ÖNV, DB

Frage: Haben Sie den kostenlosen Busshuttle der BUGA genutzt?



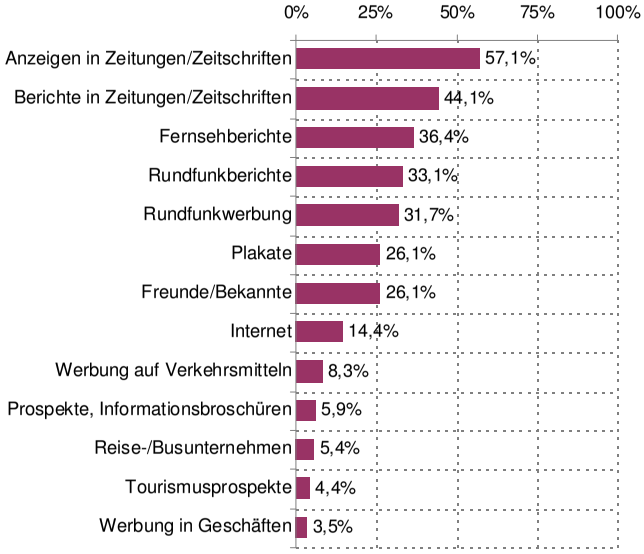
Frage: Wie zufrieden waren Sie insgesamt mit dem angebotenen Busshuttle-Service? *(Filter: Nur Befragte mit Nutzung Busshuttle)*

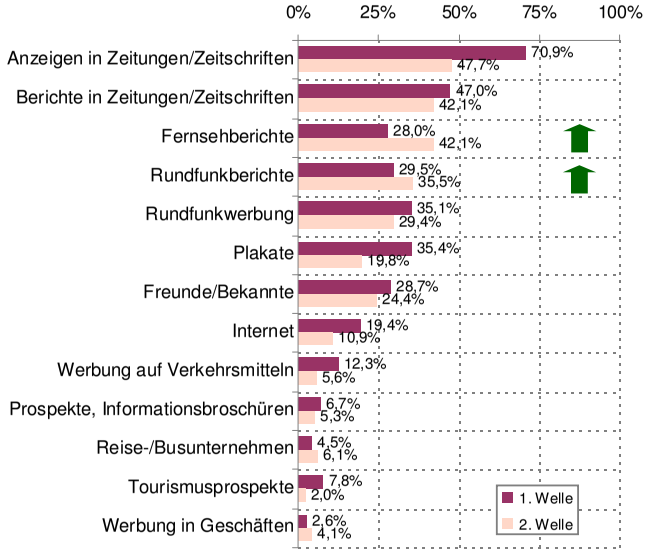


Sechs von zehn befragten Besuchern, die mit PKW, ÖNV oder per Zug anreisen, nutzen den angebotenen Busshuttle. Der Service erzielt sehr hohe Zufriedenheitswerte. Kritik am Busshuttle spielt bei der Gesamtbewertung der BUGA keine Rolle.

Informationen im Vorfeld

Frage: Wie sind Sie auf die BUGA Gera und Ronneburg 2007 aufmerksam geworden? Wie haben Sie sich informiert? *(ungestützte Abfrage, Mehrfachnennungen möglich)*





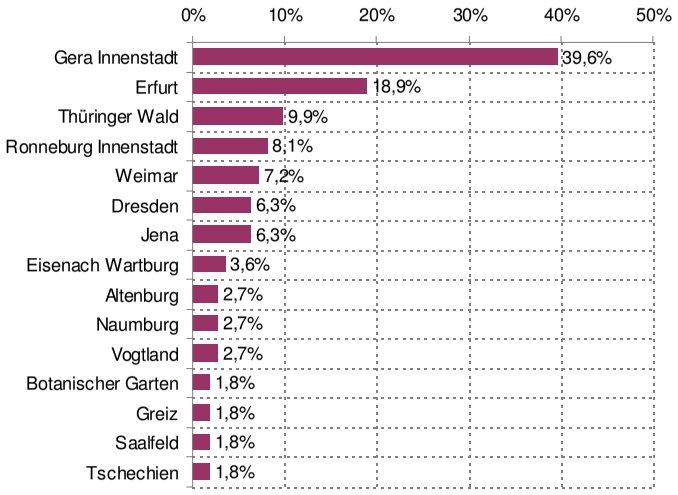
Im Verlauf der BUGA 2007 beziehen die Befragten ihre Informationen immer stärker aus redaktionellen Rundfunk- und Fernsehberichten. Dies unterstreicht die generelle Bedeutung der redaktionellen Berichterstattung für die Erzielung von Bekanntheit und Besuchsinteresse.

n=662 Befragte

Besuchsdauer

Frage: Wie viele Stunden werden Sie heute insgesamt auf der BUGA verbringen?

Frage: Welche touristischen Ziele haben Sie in Verbindung mit Ihrem BUGA-Aufenthalt bereits besucht oder wollen Sie noch besuchen? *(nur auswärtige Besucher mit mehrtägigem Aufenthalt in der Region)*

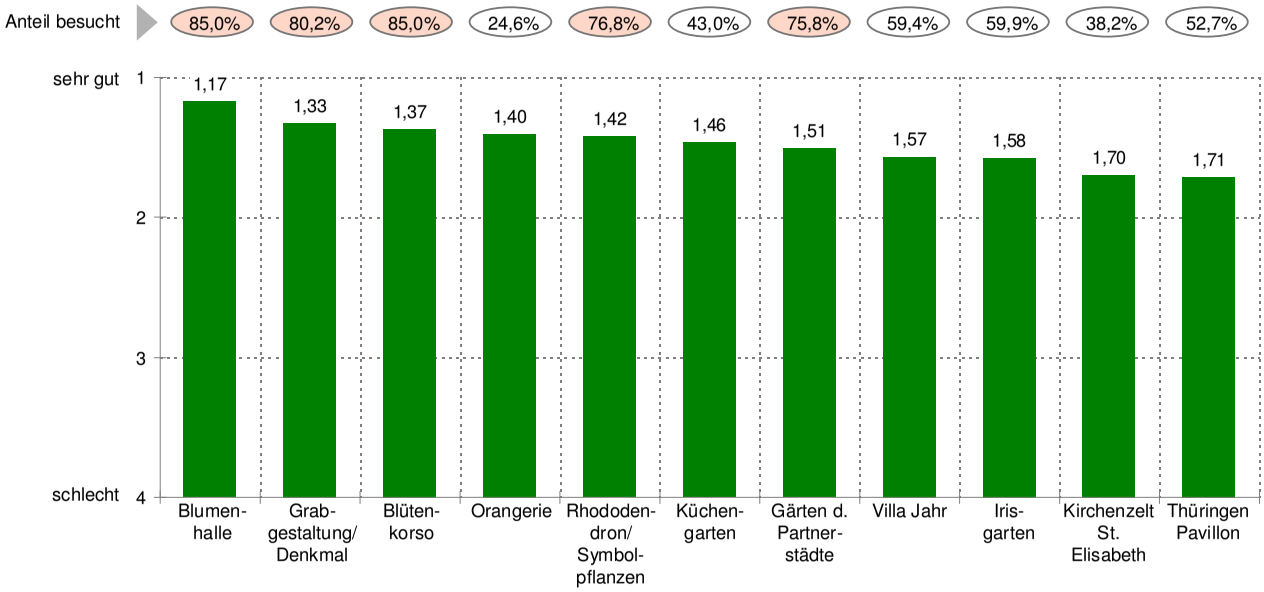


Die mittlere Verweildauer auf der BUGA beträgt auf beiden Geländen ca. 4 Stunden. Darüber hinaus liefert die BUGA als Hauptbesuchsanlass für Reisende mit mehrtägigem Aufenthalt Impulse für einen Besuch weiterer Attraktionen in Thüringen. Ziel Nr. 1 dabei: Die Otto-Dix-Stadt Gera.

n=662 Befragte

Nutzung und Beurteilung der Angebote

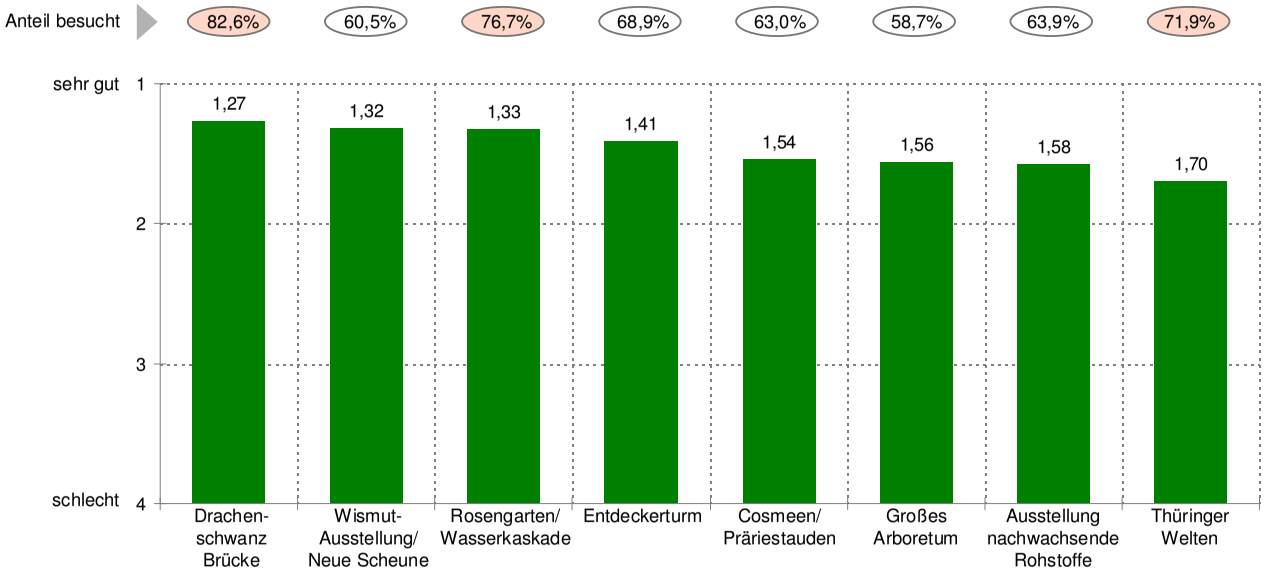
Frage: Welche gärtnerischen Bereiche und Attraktionen des Hofwiesenparks haben Sie heute besucht? Wie haben Ihnen diese gefallen?



Die Blumenhalle, der Bereich Grabgestaltung/Denkmal und der Blütenkorso werden von nahezu jedem Befragten besucht. Insgesamt wird deutlich, dass alle Bereiche und Attraktionen der BUGA überwiegend sehr gut beurteilt werden.

Nutzung und Beurteilung der Angebote

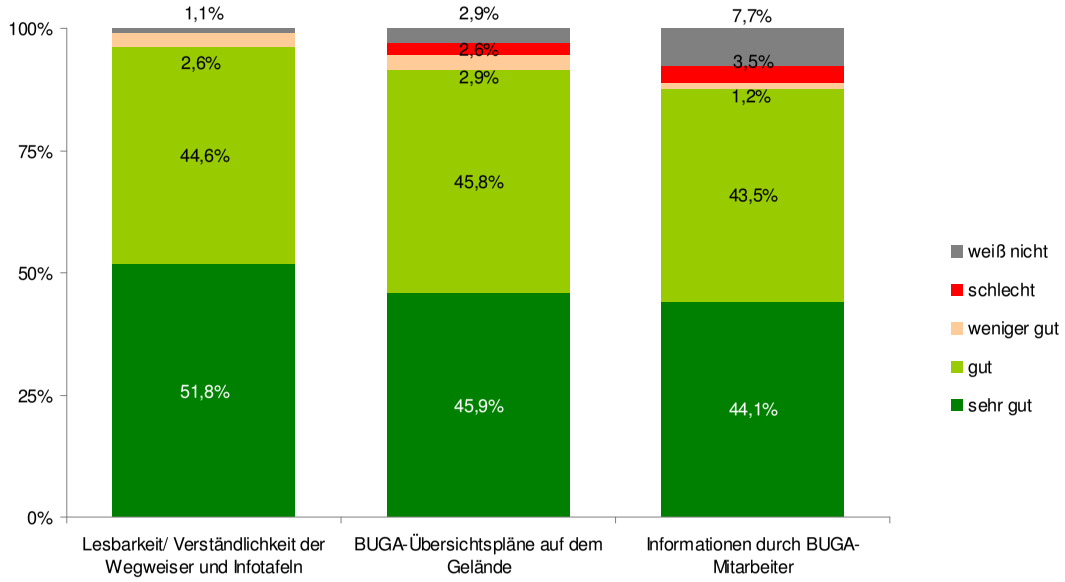
Frage: Welche gärtnerischen Bereiche und Attraktionen der Neuen Landschaft Ronneburg haben Sie heute besucht? Wie haben Ihnen diese gefallen?



Gleiches trifft auch auf die Attraktionen der neuen Landschaft zu. Besonders positiv wird die Drachenschwanzbrücke beurteilt, die acht von zehn Befragte auch besucht haben.

Nutzung und Beurteilung der Angebote

Frage: Wie beurteilen Sie die Informationen auf dem BUGA-Gelände?

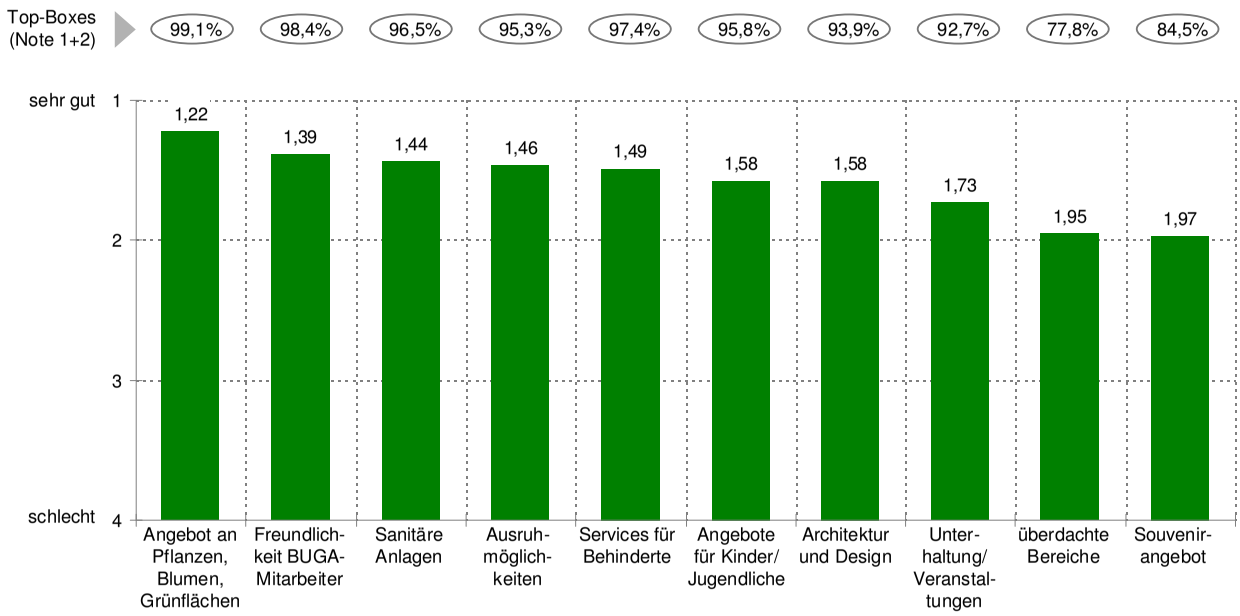


Die Informationen auf dem BUGA-Gelände lassen nur wenig Raum für Optimierungen erkennen.

n=662 Befragte

Nutzung und Beurteilung der Angebote

Frage: Bitte beurteilen Sie nun einmal die BUGA in Gera und Ronneburg in Bezug auf folgende Kriterien!

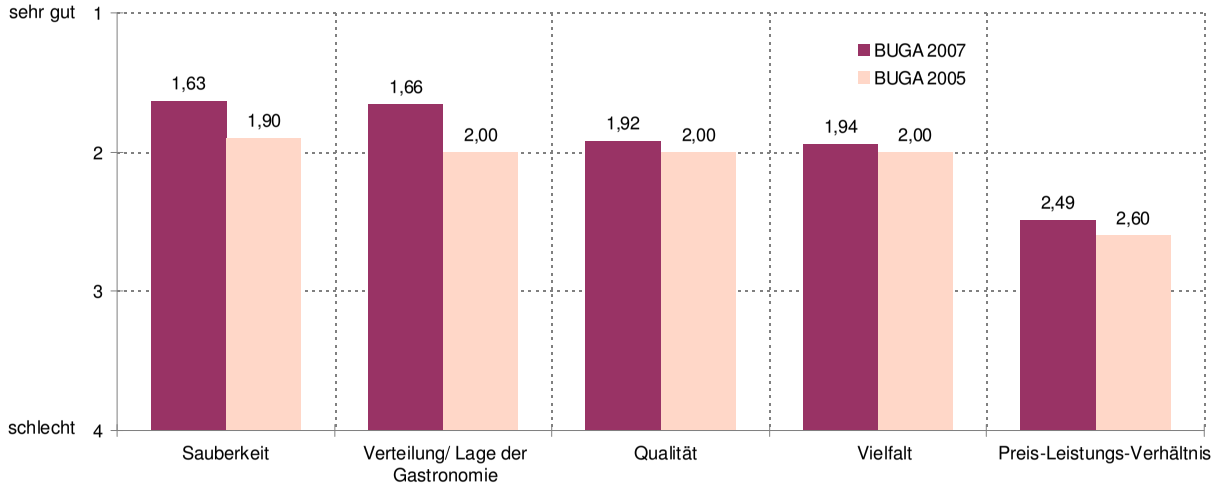


Der Hauptbesuchsgrund – Pflanzen, Blumen und Grünflächen – wird durch die Befragten als vollständig erfüllt betrachtet. Nur leichte Potenziale bestehen, wenn überhaupt, in Hinblick auf das Souvenirangebot und überdachte Bereiche, da auch hier sehr hohe Zufriedenheitswerte erzielt werden.

n=662 Befragte

Nutzung und Beurteilung der Angebote

Frage: Bitte beurteilen Sie nun einmal die gastronomischen Einrichtungen auf der BUGA hinsichtlich folgender Kriterien!

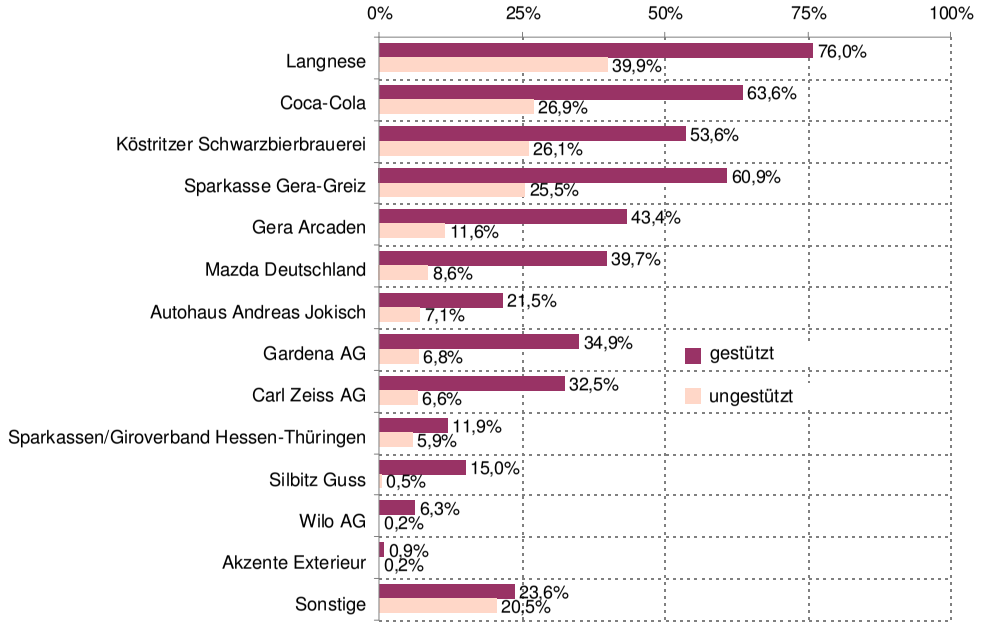


Das gastronomische Angebot wird insgesamt ebenfalls sehr positiv beurteilt. Davon etwas ausgenommen ist das Preis-Leistungs-Verhältnis, welches jedoch auch bei vergleichbaren Veranstaltungen stets Anlass für Kritik ist.

n=662 Befragte

Wahrnehmung von Sponsoren

Frage: Welche Firmen und Partner sind Ihnen als Sponsoren der BUGA Gera und Ronneburg 2007 aufgefallen?
(Mehrfachnennungen möglich, ungestützte und gestützte Abfrage)



Direkter Vergleich:

BUGA München 2005
höchste Erinnerung:
Ungestützt:
HypoVereinsbank: 21%
Gestützt:
Weleda: 43%

IGA Rostock 2003
Höchste Erinnerung:
Ungestützt:
OstseeSparkasse: 27%
Gestützt:
OstseeSparkasse: 40%

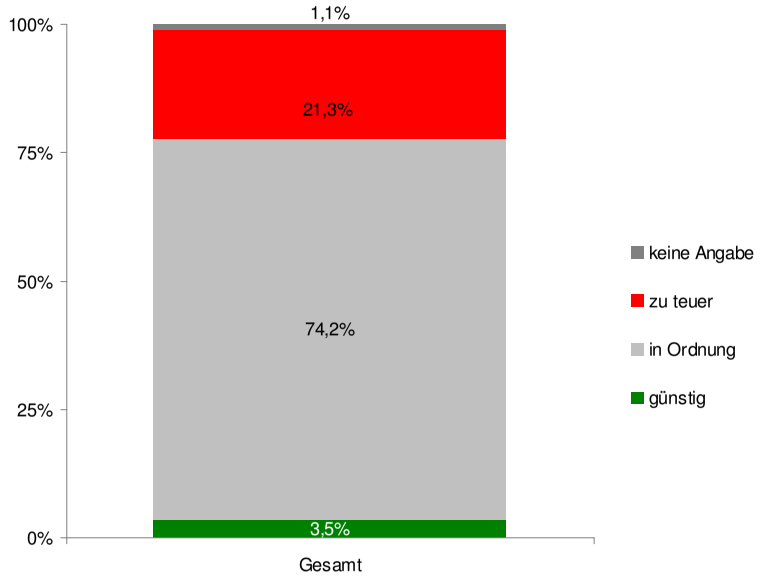
BUGA Potsdam 2001
Höchste Erinnerung:
Ungestützt:
MB Sparkasse: 13%
Gestützt:
Langnese: 45%

Mit Langnese, Coca-Cola und Köstritzer werden insbesondere die Sponsoren aus der Nahrungsmittelbranche am stärksten ungestützt und gestützt erinnert. Im Vergleich zu vergangenen Veranstaltungen sind die erzielten Werte sehr stark einzuschätzen.

n=662 Befragte

Beurteilung des Preisniveaus der BUGA

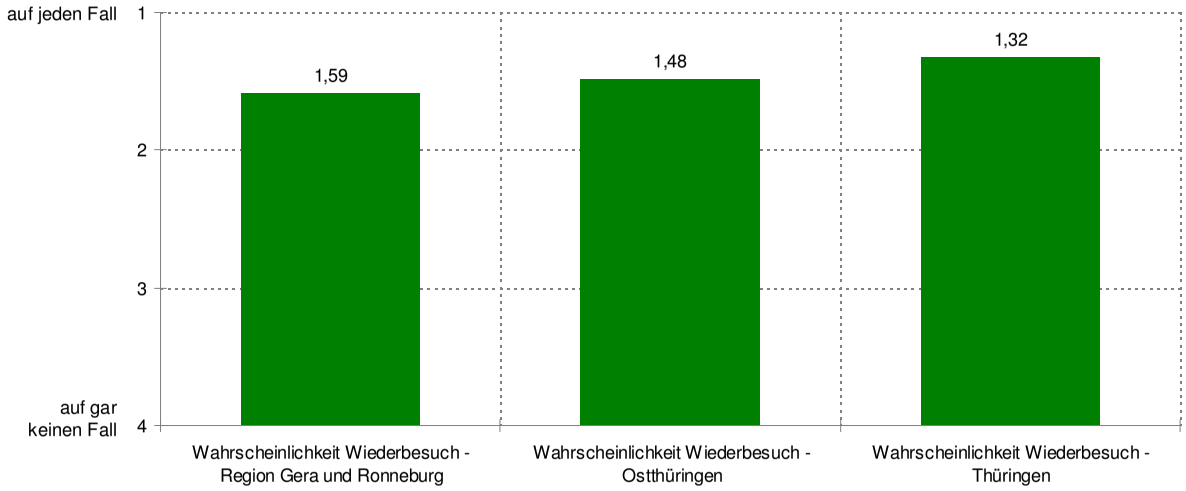
Frage: Wie beurteilen Sie das Preis-Leistungs-Verhältnis der BUGA 2007 in Gera und Ronneburg insgesamt?



Das Preis-Leistungs-Verhältnis beurteilen knapp drei Viertel der Befragten als „in Ordnung“.

Wiederbesuchsabsicht der Region

Frage: Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie die Region Gera/Ronneburg, Ostthüringen oder Thüringen in Zukunft wieder besuchen werden? *(Filter: Nur Befragte nicht mit Wohnsitz in Gera oder Ronneburg)*



Positiv für die Regionen Gera/Ronneburg, Ostthüringen und Thüringen ist die hohe Wiederbesuchsabsicht auswärtiger Besucher. Je größer der regionale Raum definiert wird, desto höher fällt die Wiederbesuchsabsicht aus. Damit wird ein wichtiges Hauptziel der BUGA ohne „Wenn und Aber“ erreicht.

Zusammenfassung der Erkenntnisse zum Zeitpunkt Ende Juli 2007

Schwer-punkte

- Sehr hohe Gesamtzufriedenheit und Weiterempfehlungsbereitschaft (>98%)
- Großteil der Befragten aus Kerngebiet Gera/Ronneburg, Thüringen und Sachsen
- Besuch beider Gelände an einem Tag durch ca. zwei Drittel der Befragten
- Anreise durch ca. 49% der Befragten mit dem PKW, Reisebus: 17%, DB 12%, ÖNV 10%
- Nutzung des Shuttle-Busses durch ca. 60% der Befragten; sehr positive Beurteilung
- Information und Beschilderung vor Ort mit positiver Beurteilung
- Hauptinformationsquellen: Anzeigen und redaktionelle Beiträge in Zeitungen/ Zeitschriften, Rundfunk- und Fernsehberichte
- Hauptattraktionen in Gera: Blumenhalle und Blütenkorso, in Ronneburg: Drachenschwanzbrücke
- Durchschnittliche Aufenthaltsdauer in beiden Geländen ca. 4h
- umfassende Wahrnehmung der Sponsoren (besonders: Langnese, Coca-Cola)
- Preisniveau wird insgesamt zu 73% für „in Ordnung“ befunden
- geringes Ausgabeverhalten vor Ort mit Begründung in niedrigem Einkommen