

## BESUCHERBEFRAGUNG

### ZUR BUNDESGARTENSCHAU GERA UND RONNEBURG 2007

#### Endergebnisse (Gesamtzeitraum)

#### Summary



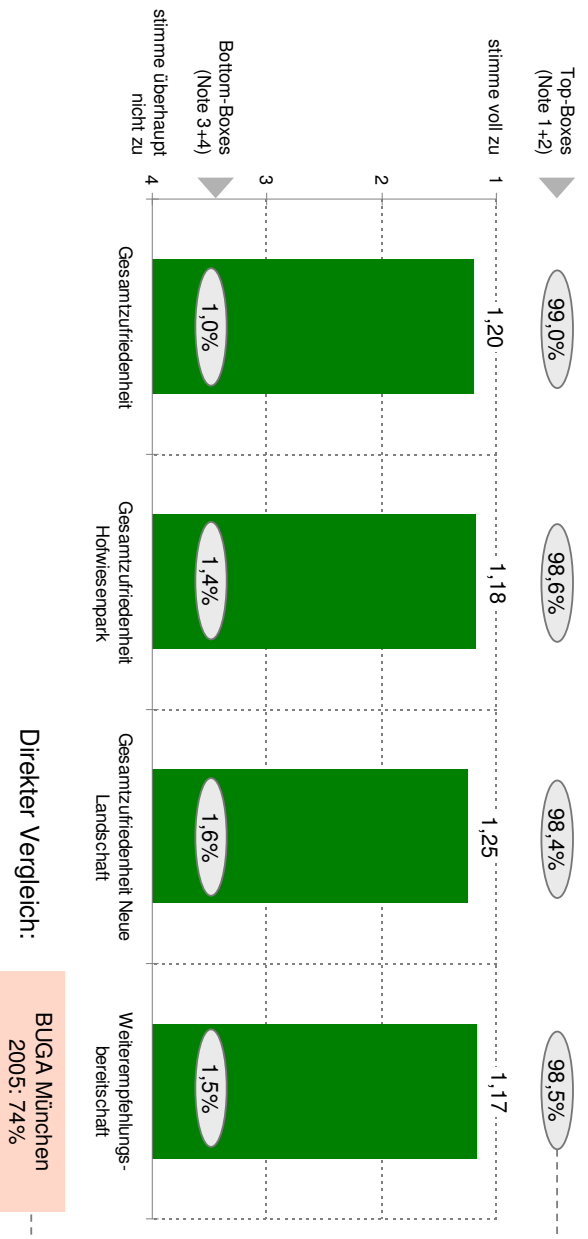
Gera, 10. Oktober 2007

Institut für angewandte Marketing- und Kommunikationsforschung GmbH • Mainzenhofplatz 14 • 99084 Erfurt • Telefon 0361/ 563 90 0 • www.imk-erfurt.de

#### Gesamteinschätzung der BUGA 2007

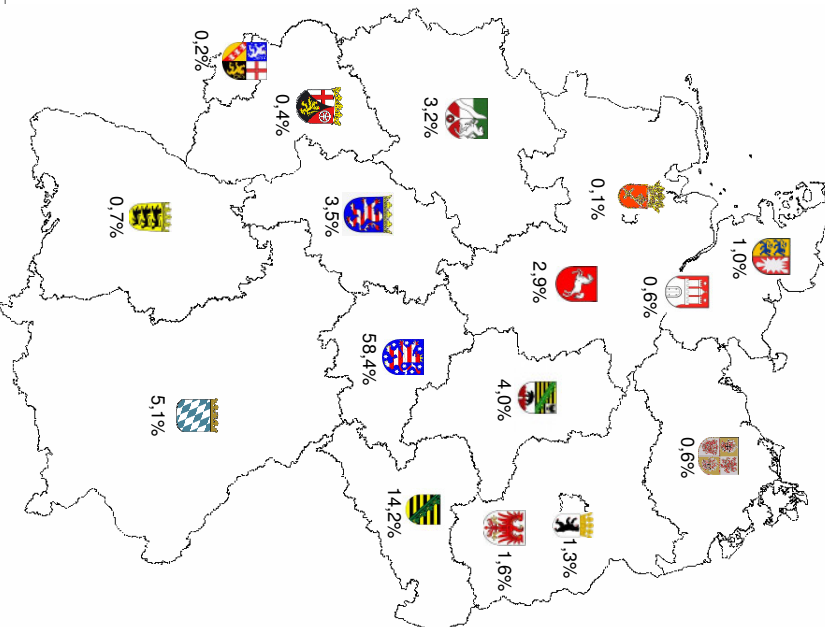


#### Gesamtzufriedenheit und Weiterempfehlungsbereitschaft der BUGA 2007



Sowohl Gesamtzufriedenheit als auch Weiterempfehlungsbereitschaft der BUGA in Gera und Ronneburg erzielten herausragende Bewertungen, die sich gegen Ende der BUGA nochmals verbesserten.

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



|                              | n          | in %        |
|------------------------------|------------|-------------|
| <b>Besucher gesamt</b>       | <b>889</b> | <b>100%</b> |
| <b>Besucher Thüringen</b>    | <b>525</b> | <b>58%</b>  |
| darunter Gera/Romeburg       | 245        | 27%         |
| darunter Rest-Thüringen      | 280        | 31%         |
| <b>Besucher überregional</b> | <b>364</b> | <b>41%</b>  |

**Direkter Vergleich:**

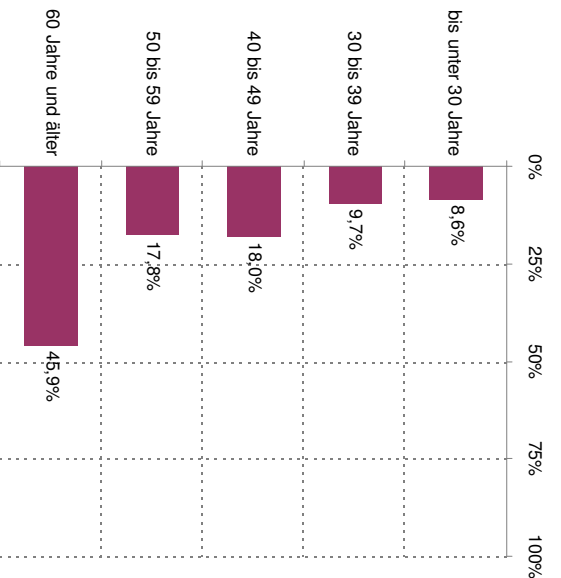
BUGA München 2005  
Bayern: 78%  
Überregional: 22%

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

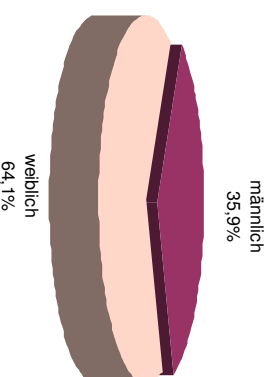
BUGA 2007 – Besucherbefragung/Gesamtzeitraum

**Alter und Geschlecht**

**Alter der Befragten**



**Geschlecht der Befragten**

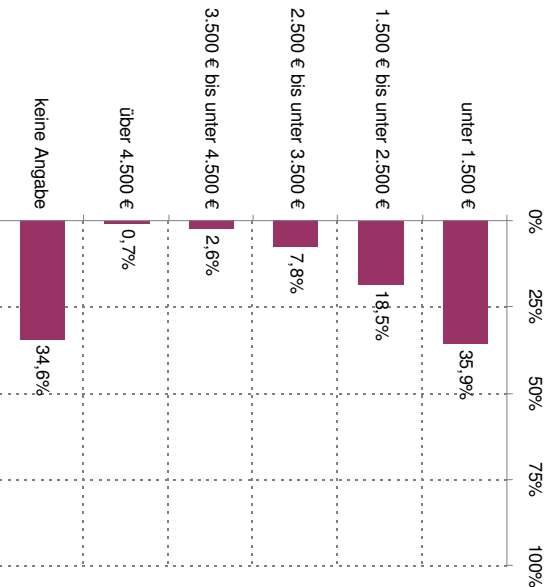


Knapp 20% der befragten Besucher waren unter 40 Jahre alt, insgesamt 36% unter 50 Jahre. Die BUGA 2007 war somit nicht nur für ältere Besucher attraktiv, sondern entsprach in ihrer Besucherstruktur in etwa der gesamtdeutschen Altersverteilung.

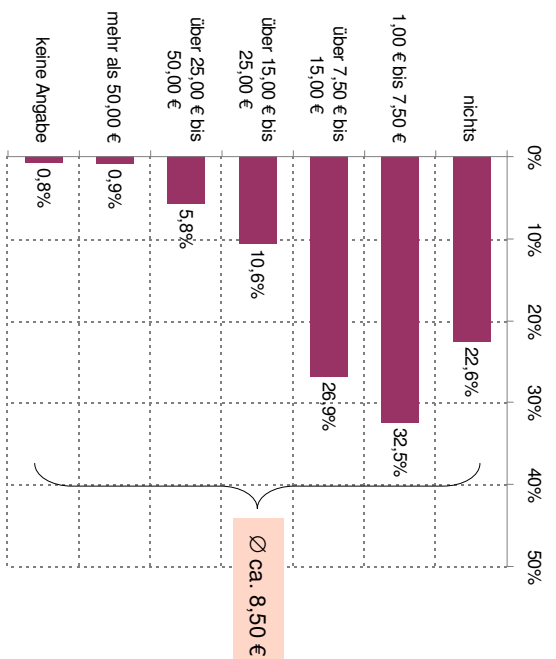
BUGA 2007 – Besucherbefragung/Gesamtzeitraum

## Einkommen und Ausgabebereitschaft

### Haushaltsnettoeinkommen der Befragten



### Ausgabebereitschaft zusätzlich zur Eintrittskarte



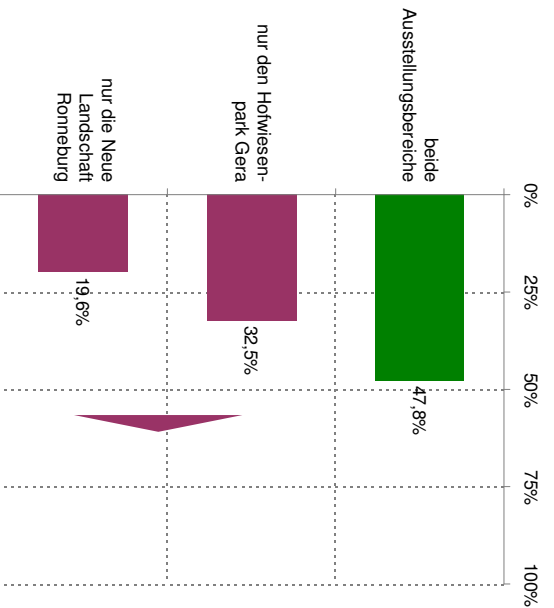
Ein Großteil der Besucher (36%) verfügte über ein HNEK von unter 1.500 EUR, welches sich direkt in der eher geringen Ausgabebereitschaft auf dem Gelände der BUGA niederschlug.

BUGA 2007 – Besucherbefragung/Gesamtzeitraum

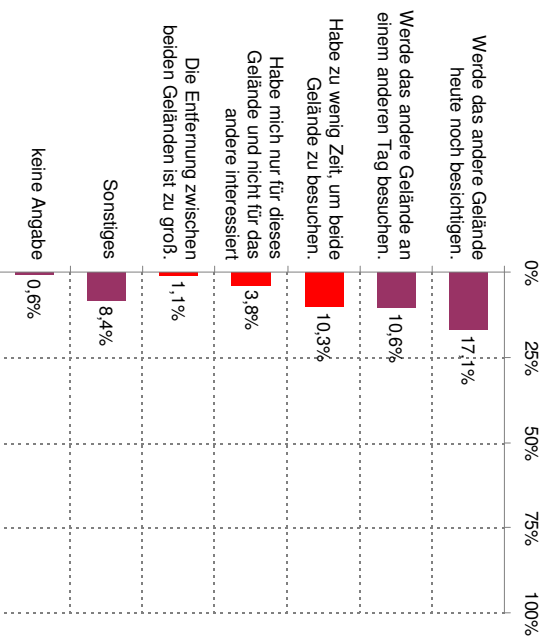
n=899 Befragte

## 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)



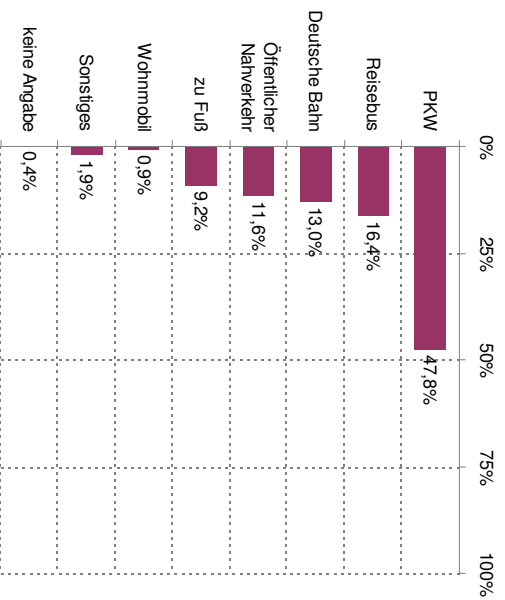
Die Teilung der BUGA 2007 auf zwei Gelände erforderte von den Besuchern zwar einen erhöhten logistischen Aufwand, welcher aber durch einen Großteil der Befragten gern angenommen wurde.

BUGA 2007 – Besucherbefragung/Gesamtzeitraum

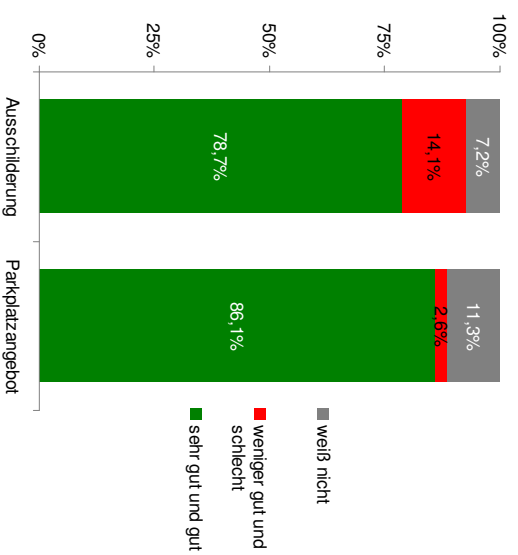
n=899 Befragte

## Anreise und Parken

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



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



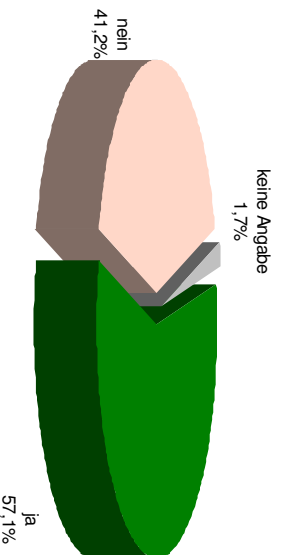
Ein Großteil der Befragten reiste mit dem PKW zur BUGA an. Beschilderung (79%) und Parkplatzangebot (86%) wurden insgesamt sehr positiv beurteilt.

BUGA 2007 – Besucherbefragung/Gesamtzeitraum

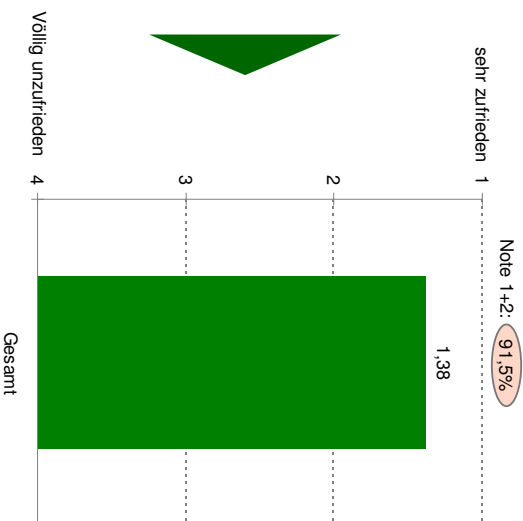
n=899 Befragte 

## Anreise und Parken

**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)

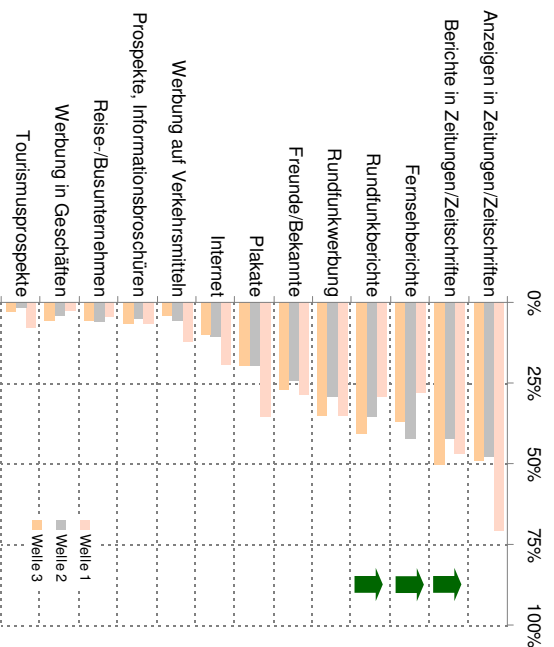
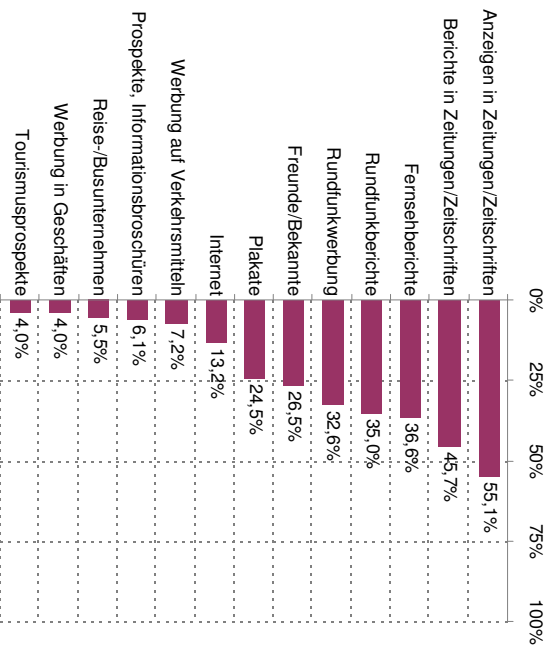


Knapp sechs von zehn befragten Besuchern, die mit PKW, ÖNV oder per Zug anreisten, nutzten den angebotenen Busshuttle. Der Service erzielte sehr hohe Zufriedenheitswerte. Kritik am Busshuttle spielte bei der Gesamtbewertung der BUGA keine Rolle.

BUGA 2007 – Besucherbefragung/Gesamtzeitraum

n=899 Befragte 

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

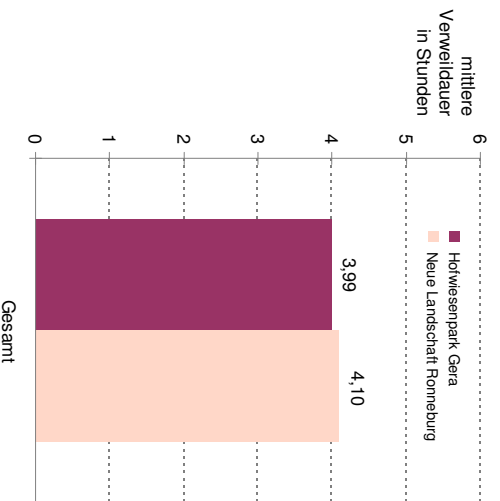


Im Verlauf der BUGA 2007 bezogen die Befragten ihre Informationen immer stärker aus redaktionellen Rundfunk- und Fernsehberichten. Dies unterstreicht die hohe Bedeutung der redaktionellen Berichterstattung für die Erzielung von Bekanntheit und Besucherinteresse.

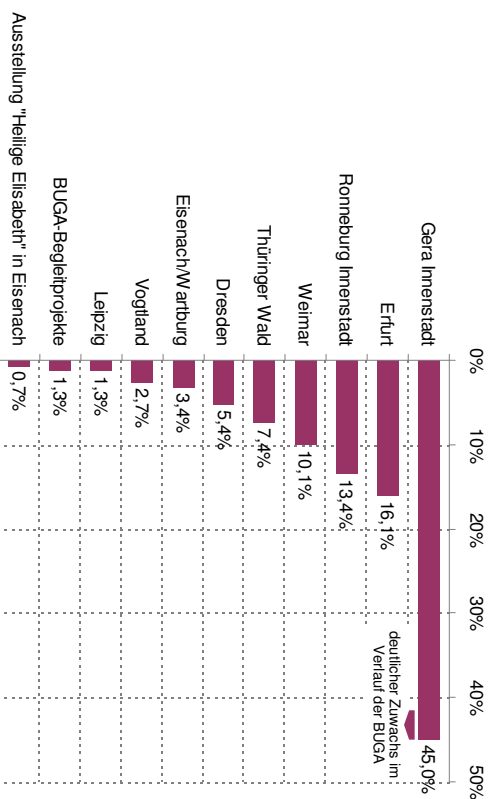
BUGA 2007 – Besucherbefragung/Gesamtzeitraum

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)

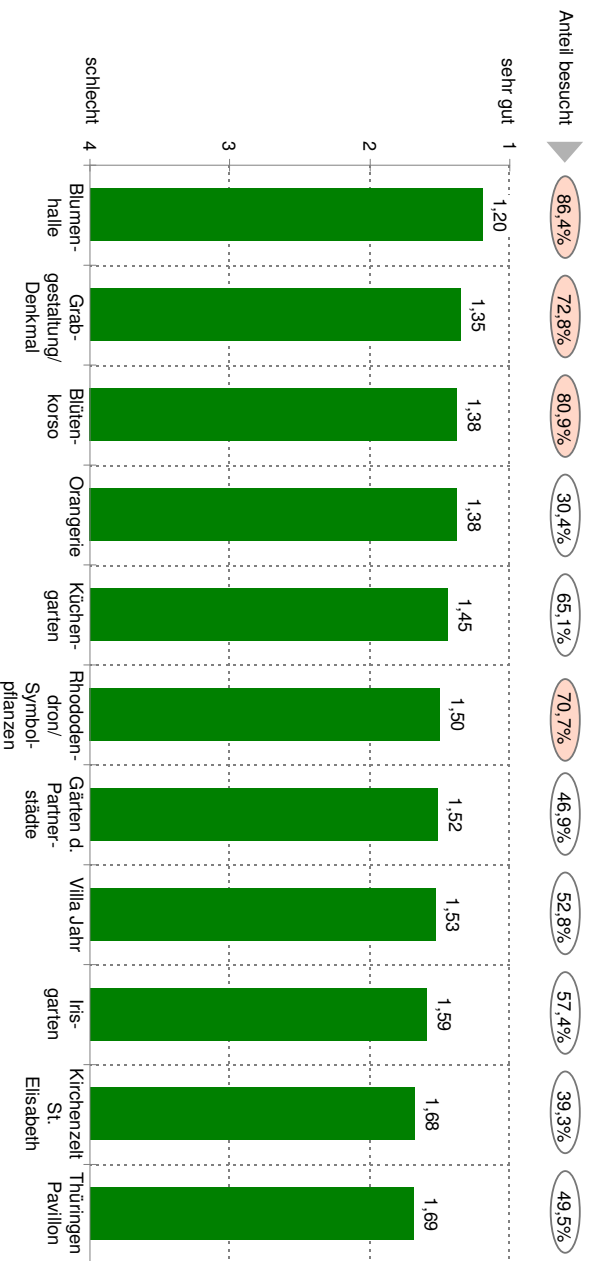


Die mittlere Verweildauer auf der BUGA beträgt auf beiden Geländen ca. 4 Stunden. Darüber hinaus liefert die BUGA als Hauptbesuchsanlass für Reisende mit mehrtägigem Aufenthalt Impulse für einen Besuch weiterer Attraktionen in Thüringen. Ziel Nr. 1 dabei: Die Otto-Dix-Stadt Gera.

BUGA 2007 – Besucherbefragung/Gesamtzeitraum

## Nutzung und Beurteilung der Angebote

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



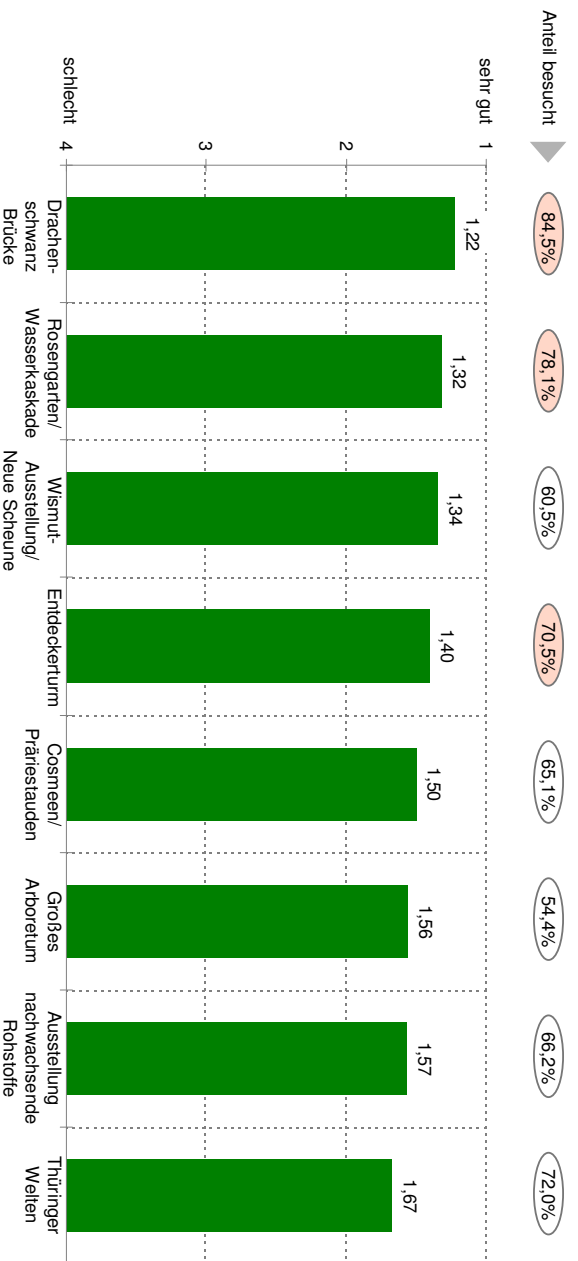
Die Blumenhalle, der Bereich Grabgestaltung/Denkmal und der Blütenkorso wurden von nahezu jedem Befragten besucht. Insgesamt wird deutlich, dass alle Bereiche und Attraktionen des Hofwiesensparks überwiegend sehr gut beurteilt wurden.

BUGA 2007 – Besucherbefragung/Gesamtzeitraum

n=899 Befragte

## Nutzung und Beurteilung der Angebote

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



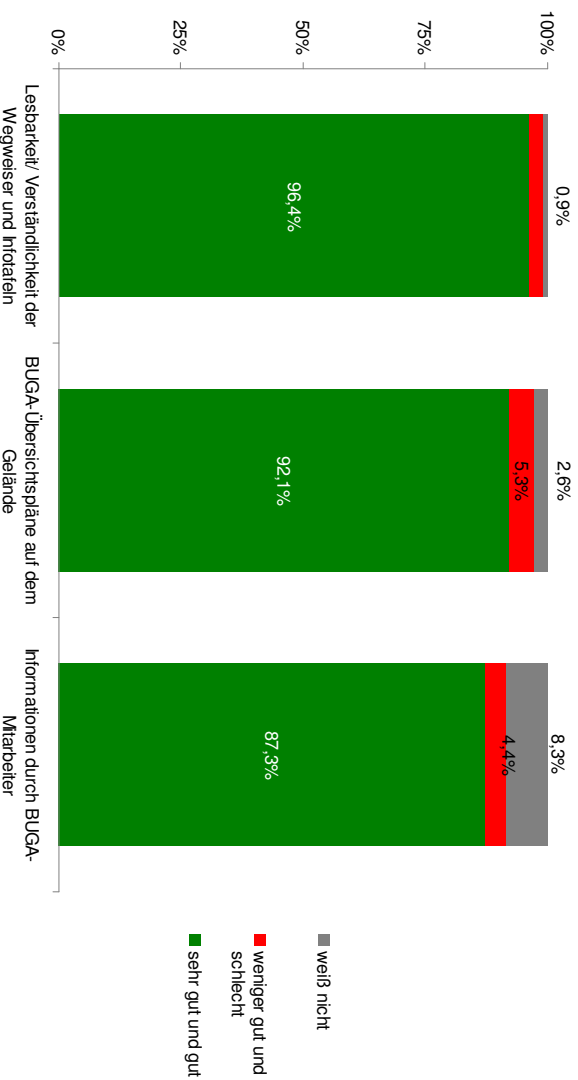
Gleiches trat auch auf die Attraktionen der neuen Landschaft zu. Besonders positiv wurde die Drachenschwanzbrücke beurteilt, die acht von zehn Befragten auch besuchten.

BUGA 2007 – Besucherbefragung/Gesamtzeitraum

n=899 Befragte

## Nutzung und Beurteilung der Angebote

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



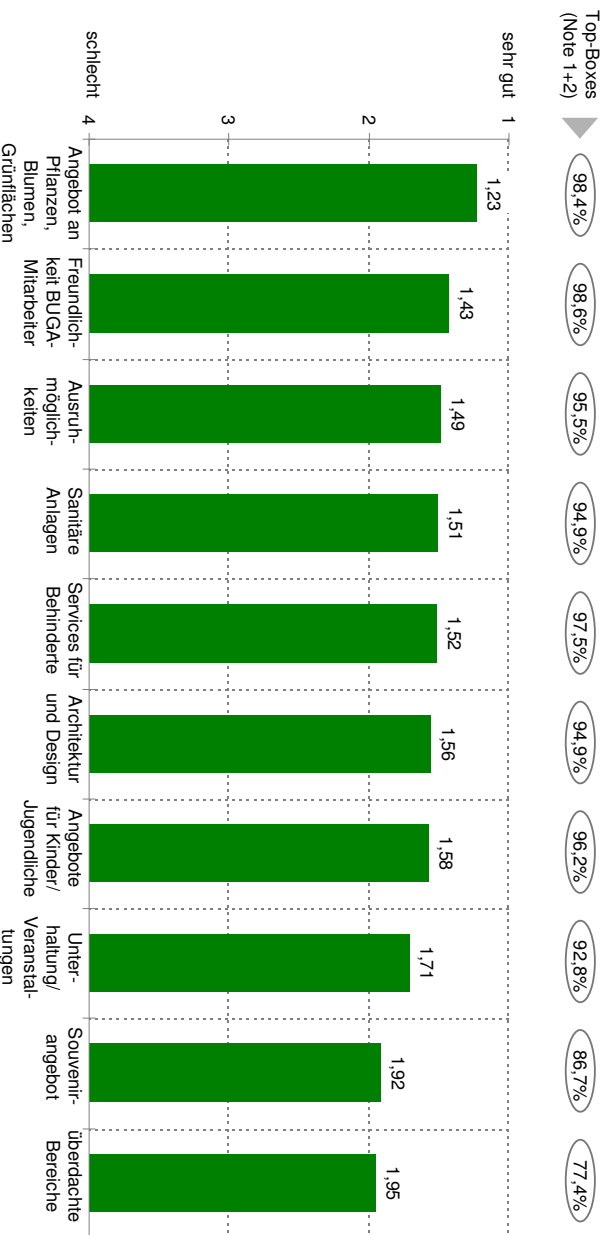
Die Informationen auf dem BUGA-Gelände lassen nur wenig Raum für Optimierungen erkennen.

BUGA 2007 – Besucherbefragung/Gesamtzeitraum

n=899 Befragte

## Nutzung und Beurteilung der Angebote

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



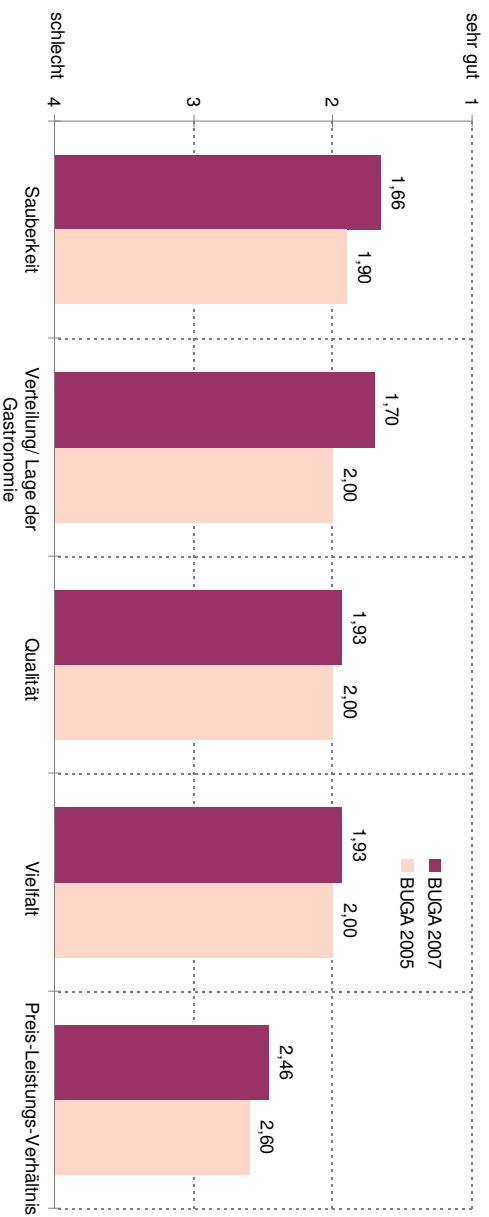
Der Hauptbesuchsgrund – Pflanzen, Blumen, Grünflächen – wurde durch die Befragten als vollständig erfüllt betrachtet. Nur leichte Potenziale bestanden, wenn überhaupt, in Hinblick auf das Souvenirangebot und überdachte Bereiche, da auch hier sehr hohe Zufriedenheitswerte erzielt werden.

BUGA 2007 – Besucherbefragung/Gesamtzeitraum

n=899 Befragte

## Nutzung und Beurteilung der Angebote

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



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

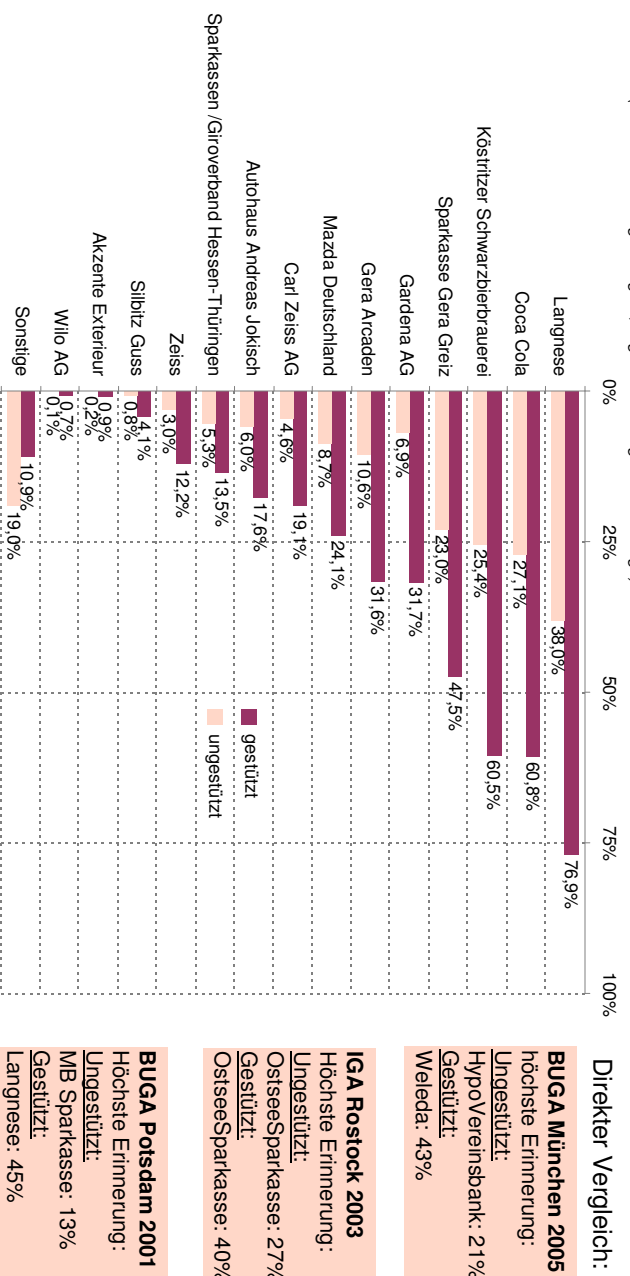
BUGA 2007 – Besucherbefragung/Gesamtzeitraum

n=899 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:  
Hypo Vereinsbank: 21%  
Gestützt:  
Walded: 43%

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

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

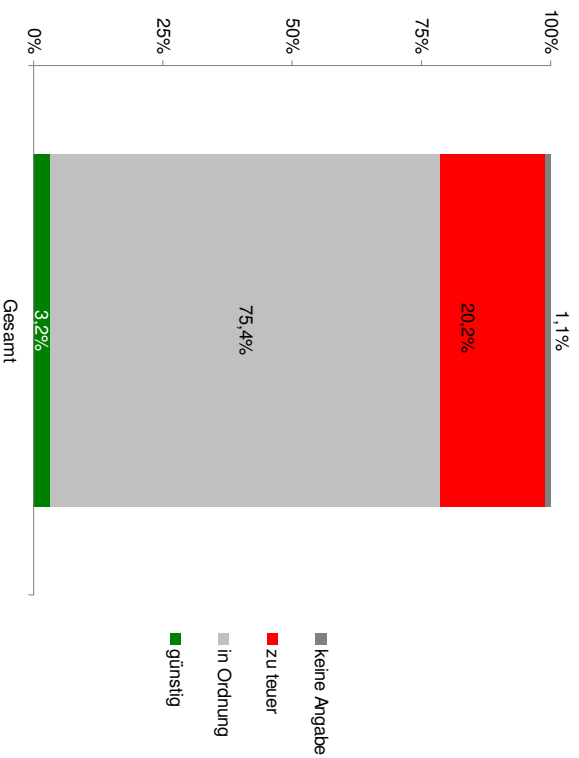
Mit Langnese, Coca-Cola und Köstritzer werden insbesondere die Sponsoren aus der Nahrungsmittelbranche am stärksten ungestützt und gestützt erinnert. Im Vergleich zu vergangenen Veranstaltungen sind die erzielten Werte sehr stark einzuschätzen.

BUGA 2007 – Besucherbefragung/Gesamtzeitraum

n=899 Befragte



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



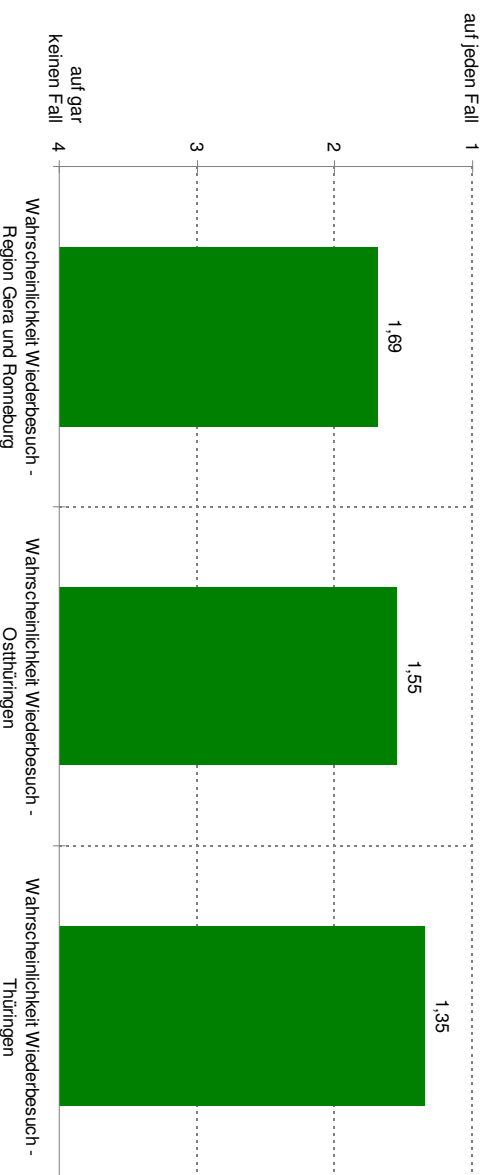
Das Preis-Leistungs-Verhältnis der BUGA in Gera und Ronneburg insgesamt beurteilten knapp drei Viertel der Befragten mit „in Ordnung“.

BUGA 2007 – Besucherbefragung/Gesamtzeitraum

n=899 Befragte

## 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.

BUGA 2007 – Besucherbefragung/Gesamtzeitraum

n=899 Befragte

## Zusammenfassung der Erkenntnisse

### Zusammenfassung der Erkenntnisse der Besucherbefragung

- 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. 48% der Befragten mit dem PKW, Reisebus: 16%, DB 13%, ÖNV 12%
- Nutzung des Shuttle-Busses durch ca. 57% 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 75% für „in Ordnung“ befunden
- geringes Ausgabeverhalten vor Ort mit Begründung in niedrigerem Einkommen

### Schwerpunkte

BUGA 2007 – Besucherbefragung/Gesamtzeitraum

## Zusammenfassung der Erkenntnisse

### Gesamtfazit

- Die Gesamtzufriedenheit und die Weiterempfehlungsbereitschaft bewegen sich auf einem sehr hohen Niveau. Die Haupt-Indikatoren für Kundenzufriedenheit und -loyalität positionieren die BUGA 2007 im vorderen Spitzenfeld der BUGAs der letzten 10 Jahre.
- Die Wiederbesuchsabsicht der Regionen Gera und Ronneburg; Ostthüringen und Thüringen durch die jeweils externen Besucher fällt ausgesprochen hoch aus. Über vier von fünf Befragten streben einen Wiederholungsbesuch an. Hiermit wird ein wesentliches Ziel der BUGA – die Steigerung der Attraktivität des direkten Umfeldes – erreicht.
- Zudem setzte die BUGA Impulse für den Besuch weiterer Attraktionen in Thüringen. So besuchten eine Vielzahl der externen Übernachtungsgäste auch die Geraer Innenstadt, Erfurt, Ronneburg und Weimar und sorgten hier neben Erlösen aus Hotelübernachtungen auch für eine Belebung des Einzelhandels.
- Die umfangreich abgefragten inhaltlichen und organisatorischen Schwerpunkte der BUGA erhielten allesamt und im Verlauf der drei Messwellen sehr positive Beurteilungen. So wurden ausnahmslos alle Attraktionen beider Gelände durch die Besucher angenommen, zudem wurden der Busshuttle als große logistische Herausforderung und die Information auf dem BUGA-Gelände durchweg positiv bewertet.
- Verbunden mit einer insgesamt positiven Beurteilung durch die Besucher ist die Hoffnung auf eine effiziente und für eine breite Masse frei zugängliche Nachnutzung beider Gelände.

### Gesamtfazit

BUGA 2007 – Besucherbefragung/Gesamtzeitraum