

BEVÖLKERUNGSBEFRAGUNG ZU DEN THEMEN TOURISMUSBEWUSSTSEIN, AKZEPTANZ UND LEBENSQUALITÄT im Rahmen des Sparkassen- Tourismusbarometers Ostdeutschland 2025

Ergebnisse für Saale-Unstrut

München, April 2025

Alle Bestandteile dieses Dokuments sind urheberrechtlich geschützt. © 2025 dwif
Dieses Dokument ist Teil der Präsentation und ohne die mündliche Erläuterung unvollständig.

Inhaltsverzeichnis

Details zur Erhebung	Seite 2
TAS-Key-Facts für Saale-Unstrut	Seite 4
Kernerkenntnisse	Seite 6
Erläuterungen zur Methodik der Erhebung	Seite 10
Detailergebnisse für Saale-Unstrut	Seite 14
Tourismusakzeptanz im Destinationsvergleich	Seite 49
Glossar	Seite 51
Impressum & Copyright	Seite 53
Anhang	Seite 55

Details zur Erhebung

METHODIK PANEL-BEFragung

- Befragung der Bevölkerung in Saale-Unstrut (ohne Halle an der Saale)
- Gesamtstichprobe: $n = 469$
- Befragungszeitraum: Februar bis März 2025
- Auswertung: dwif-Consulting GmbH
- Programmierung und Durchführung der Panel-Befragung: Info GmbH
- Hybrid-Befragung: 56% CATI (dual frame) + 44% CAWI (online)

SONSTIGE HINWEISE

- Die Zusammensetzung der Stichprobe entspricht der realen Verteilung der deutschsprachigen Bevölkerung (ab 16 Jahren) in Saale-Unstrut. Quotierungsmerkmale sind regionale Herkunft, Alter, Geschlecht und Schulbildung.
- Die Werte in der nachfolgenden Auswertung sind gerundet. Rundungsdifferenzen sind daher möglich.
- Die Auswertung erfolgt für die Gesamtergebnisse (je nach Fragestellung inkl. Zeitvergleich) sowie zusätzlich nach Altersgruppen differenziert.
- Die Daten wurden auf ihre statistische Signifikanz überprüft. Ist keine Signifikanz gegeben, wurden die Daten entsprechend markiert. Weitere Informationen zu den Signifikanz-Tests befinden sich im Glossar.

Inhaltsverzeichnis

Details zur Erhebung	Seite 2
TAS-Key-Facts für Saale-Unstrut	Seite 4
Kernerkenntnisse	Seite 6
Erläuterungen zur Methodik der Erhebung	Seite 10
Detailergebnisse für Saale-Unstrut	Seite 14
Tourismusakzeptanz im Destinationsvergleich	Seite 49
Glossar	Seite 51
Impressum & Copyright	Seite 53
Anhang	Seite 55

TAS-Key-Facts für Saale-Unstrut



TAS-Wohnort (TAS-W)

+41 WERT



TAS-Persönlich (TAS-P)

+25 WERT

Top 3 Maßnahmen zur Minimierung negativer Effekte:



Verbesserung des ÖPNV **55 %**



Wertschätzung der Mitarbeitenden im
Tourismus **48 %**



Mehr Informationen für Einheimische **47 %**

Einstellung zur Menge des Tourismus:



42 % finden, dass der wahrgenommene
Tourismus insgesamt genau die richtige
Menge hat.

Inhaltsverzeichnis

Details zur Erhebung	Seite 2
TAS-Key-Facts für Saale-Unstrut	Seite 4
Kernerkenntnisse	Seite 6
Erläuterungen zur Methodik der Erhebung	Seite 10
Detailergebnisse für Saale-Unstrut	Seite 14
Tourismusakzeptanz im Destinationsvergleich	Seite 49
Glossar	Seite 51
Impressum & Copyright	Seite 53
Anhang	Seite 55

TOURISMUSAKZEPTANZSALDO

- Die Bevölkerung in Saale-Unstrut steht dem Tourismus **positiv** gegenüber, so werden die Auswirkungen des Tourismus **auf den eigenen Wohnort** durch 53% der Einwohner*innen als eher oder überwiegend positiv eingestuft, während lediglich 12% angaben, dass der Tourismus sich negativ auf den eigenen Wohnort auswirkt. Somit ergibt sich ein **positiver Tourismusakzeptanzsaldo** Wohnort (TAS-W) von +41. Auf die Frage, wie die Auswirkungen des Tourismus im eigenen Wohnort **auf sich persönlich** gesehen werden, antworteten deutlich weniger Einwohner*innen positiv, während der Anteil negativer Nennungen konstant bleibt. Dennoch ergibt sich ein positiver Tourismusakzeptanzsaldo persönlich (TAS-P) von +25. Bei nahezu allen bislang untersuchten Destinationen fällt der TAS-W-Wert deutlich höher aus als der TAS-P-Wert, da Einheimische häufig die Vorteile des Tourismus für den eigenen Wohnort aber weniger für sich selbst erkennen. Die positive **Entwicklung** der TAS-Werte gegenüber der Vormessung von 2021 sollte im Zusammenhang mit den besonderen Rahmenbedingungen während der Corona-Pandemie gesehen werden, die Methodik zur Messung wurde gegenüber 2021 beibehalten.

EINSTELLUNGEN ZUR ANZAHL DER TOURIST*INNEN NACH SEGMENTEN

- Die deutliche Mehrheit der Einwohner*innen Saale-Unstruts bewertet die **Anzahl der Tourist*innen insgesamt** als „die richtige Menge“ (42%) oder „zu wenige“ (51%). Hier zeigt sich die Offenheit der Bevölkerung gegenüber Gästen und einem potenziellen Wachstum des Tourismus in ihrer Heimat, unabhängig davon, ob es sich um **Übernachtungsgäste** oder **Tagesgäste** handelt. **Junge Einheimische** unter 30 Jahren, die in der Regel stärker auf die Verfügbarkeit von bezahlbarem Wohnraum angewiesen sind, zeigen sich kritischer gegenüber den Besitzer*innen von **Zweitwohnungen**.

TOURISMUSBEWUSSTSEIN UND EFFEKTE DES TOURISMUS

- 58% der Einwohner*innen sind der Meinung, dass der Tourismus eine **große wirtschaftliche Bedeutung** für den eigenen Wohnort in Saale-Unstrut hat, damit liegt der Anteil niedriger als für Sachsen-Anhalt gesamt (63%). Überdurchschnittliche Zustimmung gibt es jedoch in Bezug auf die **Gastfreundschaft** oder das Gemeinschaftsgefühl in der Region. Während die **positiven Effekte** des Tourismus (z.B. positives Image) von mindestens der Hälfte der Bevölkerung ganzjährig oder saisonal wahrgenommen werden, treten aus Sicht der Einheimischen nur selten negative Effekte (z.B. Belastung der Umwelt) in Saale-Unstrut auf. Junge Menschen nehmen die negativen Auswirkungen etwas stärker wahr und fühlen sich auch mit der Gemeinschaft vor Ort weniger stark verbunden.

MAßNAHMEN ZUR MINIMIERUNG NEGATIVER EFFEKTE DES TOURISMUS AUF DEN EIGENEN WOHNORT

- Die vorgeschlagenen Maßnahmen aus Sicht der Bevölkerung zielen entsprechend weniger auf eine Reduktion negativer Effekte durch den Tourismus, sondern mehr auf eine **Stärkung des Tourismusbewusstseins** und der **Mobilität** vor Ort ab. Über die Hälfte der Befragten wünscht sich eine Stärkung des ÖPNVs in Saale-Unstrut und weitere 48% die **Wertschätzung** von Mitarbeitenden im Tourismus. Damit liegt der Anteil deutlich über dem Durchschnitt Sachsens-Anhalts und zeigt die positive Haltung der Einheimischen gegenüber der Branche. Einheimische unter 30 Jahren legen weniger Wert auf mehr Beteiligung, dafür mehr Wert auf die **Lösung von Verkehrs- oder Wohnungsmarkt-Problemen** als andere Altersgruppen.

IDENTITÄT UND LEBENSQUALITÄT

- Die Einheimischen zeigen eine hohe Identifikation mit dem eigenen Wohnort, jedoch eine etwas geringere Identifikation mit dem Bundesland Sachsen-Anhalt. Insbesondere junge Menschen in Saale-Unstrut können sich weniger gut mit Wohnort und Bundesland identifizieren. Entscheidend für raumbezogene Identitätsprozesse sind stabile soziale Netzwerke und Angebote für soziale Interaktionen (z.B. Vereine, Treffpunkte) in einer Region. Die subjektive Lebensqualität wird von 44% der Befragten als hoch empfunden, altersspezifische Unterschiede fallen hier gering aus. Positiv bewerten die Einheimischen die Naherholungsmöglichkeiten, Wander- und Radangebote sowie die Servicequalität in der Gastronomie. Verkehrsinfrastruktur und Parkleitsystem werden im Schnitt etwas besser bewertet als in Sachsen-Anhalt gesamt. Negativer schneiden die Aspekte Wellness/Gesundheit, Schlechtwetterangebote und Flaniermeilen ab.

FAZIT UND HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

- Alles in allem zeichnet sich in Saale-Unstrut eine positive Einstellung der Einheimischen gegenüber dem Tourismus ab. Um die positive Entwicklung fortzusetzen, ist es wichtig, die Entwicklung der Destination Saale-Unstrut im Sinne von Freizeit und Tourismus zu verstehen. Daher gilt es, die Einheimischen auch in der Zukunft weiter einzubeziehen, z.B. über folgende Ansätze:
 - auf die Bedürfnisse junger Menschen eingehen und deren Gemeinschaftsgefühl stärken (Treffpunkte und sozialen Austausch fördern)
 - Freizeitangebote schaffen, die Anziehungspunkte für Einheimische und Gäste sind und den Austausch fördern
 - Mobilität stärken (insbesondere im ländlichen Raum) z.B. durch alternative On-Demand-Angebote

Inhaltsverzeichnis

Details zur Erhebung	Seite 2
TAS-Key-Facts für Saale-Unstrut	Seite 4
Kernerkenntnisse	Seite 6
Erläuterungen zur Methodik der Erhebung	Seite 10
Detailergebnisse für Saale-Unstrut	Seite 14
Tourismusakzeptanz im Destinationsvergleich	Seite 49
Glossar	Seite 51
Impressum & Copyright	Seite 53
Anhang	Seite 55

Erläuterungen zur Methodik der Erhebung

HINTERGRUND DER STUDIE

Mit der Tourismusakzeptanzstudie des DI Tourismusforschung (FH Westküste) wurde erstmalig flächendeckend in Deutschland die **Wahrnehmungen der lokalen Bevölkerung bezogen auf den Tourismus im eigenen Wohnort** untersucht. Wissenschaftliches Ziel der Studie ist es hierbei, einen empirischen Beitrag zur „Overtourismus-Diskussion“ zu leisten. Durch die Entwicklung einer theoriegeleiteten, einheitlichen, vergleichbaren Skala und die darauf aufbauende Berechnung eines destinationsspezifischen **Tourismusakzeptanzsaldos (TAS)** liefert die Studie wichtige Erkenntnisse für die nachhaltige Tourismusentwicklung einer Destination. Seit dem Jahr 2022 besteht eine Kooperationsvereinbarung zwischen Touristicon/FH Westküste, dem NIT und der dwif Consulting GmbH, die das dwif mit der Durchführung der Tourismusakzeptanzstudien betraut. Die Kernmethodik des TAS wird hierbei beibehalten.

KURZÜBERSICHT DER METHODIK

Für die Messung der Tourismusakzeptanz der ortsansässigen, deutschsprachigen Bevölkerung wird ein **hybrides Befragungsinstrument** eingesetzt. Hierbei werden jeweils ca. 50% der Interviews telefonisch durchgeführt und weitere 50% über eine Online-Befragung realisiert. Diese Methodik ermöglicht, sonst schwer erreichbare Bevölkerungsgruppen zu integrieren (beispielsweise die Bevölkerung ab 74 Jahren, welche in Online-Befragungen aufgrund mangelnder Internetnutzung selten Berücksichtigung findet) und damit zu gewährleisten, dass auch für kleinere Regionszuschnitte **repräsentative Aussagen** möglich sind. Die Ergebnisse der Tourismusakzeptanzstudie sind repräsentativ für die jeweils ortsansässige, deutschsprachige Wohnbevölkerung **ab 16 Jahre** (Quotierungsmerkmale: Herkunft, Alter, Geschlecht, Schulbildung). Im Falle von Saale-Unstrut konnten im Zeitraum zwischen Februar und März 2025 insgesamt n = 469 Einheimische zu ihren Wahrnehmungen des Tourismus befragt werden.

BERECHNUNG DES TOURISMUSAKZEPTANZSALDOS (TAS)

Das Deutsche Institut für Tourismusforschung entwickelte in Zusammenarbeit mit dem NIT im Rahmen eines Forschungsprojektes (2017-2020) eine Methode zur Messung der Tourismusakzeptanz auf Basis des Saldenkonzepts: den sogenannten Tourismusakzeptanz-Saldo, kurz TAS genannt (Schmücker & Eisenstein 2021; Eisenstein & Schmücker 2021a, 2021b).

In der Befragung werden Probanden gebeten, auf einer 5er-Skala von „überwiegend negativ“ bis „überwiegend positiv“ anzugeben, wie sie die Auswirkungen des Tourismus im **eigenen Wohnort** allgemein (TAS-W) und **persönlich** (TAS-P) wahrnehmen. Die Berechnung des TAS-Wertes basiert auf dem Saldenkonzept, das heißt, dass eine **Differenz** aus den Top-2 und Low-2 Nennungen berechnet wird. Dabei kann ein Wert zwischen -100 und +100 angenommen werden. Für die Berechnung der TAS-Werte ist wichtig zu erwähnen, dass es sich (1) um die **wahrgenommenen** positiven und negativen Auswirkungen handelt und (2) dass Einheimische zu ihrem spezifischen Wohnort befragt werden. Auf der Bundesebene wurde die Studie bereits mehrfach durchgeführt, so dass Zeitvergleiche möglich sind. Zudem bestehen Möglichkeiten des **räumlichen Vergleichs**, da die Studie seit Einführung des Messinstruments in über 100 deutschen Destinationen auf unterschiedlichen Destinationsebenen durchgeführt werden konnte.

Skala für die Messung der Tourismusakzeptanz

Nun würden wir gerne von Ihnen wissen, wie Sie die Auswirkungen des Tourismus auf...sehen?

a) ...Ihren Wohnort

b) ...sich persönlich

☐ Überwiegend positiv

☐ Eher positiv

☐ Neutral

☐ Eher negativ

☐ Überwiegend negativ

☐ Weiß nicht

TOP 2 (%)

LOW 2 (%)

TAS = SALDO
TOP2 - LOW2 (PP)



Quelle: Schmücker, Dirk & Grimm, Bente: Tourismusakzeptanz in der Wohnbevölkerung – Messmethoden und Ergebnisse. Deutscher Kongress für Geographie 2019 L2-FS-063.1 Overtourism! Ende des Tourismus, Ende der Tourismusgeographie? 29. September 2019, S. 5

Inhaltsverzeichnis

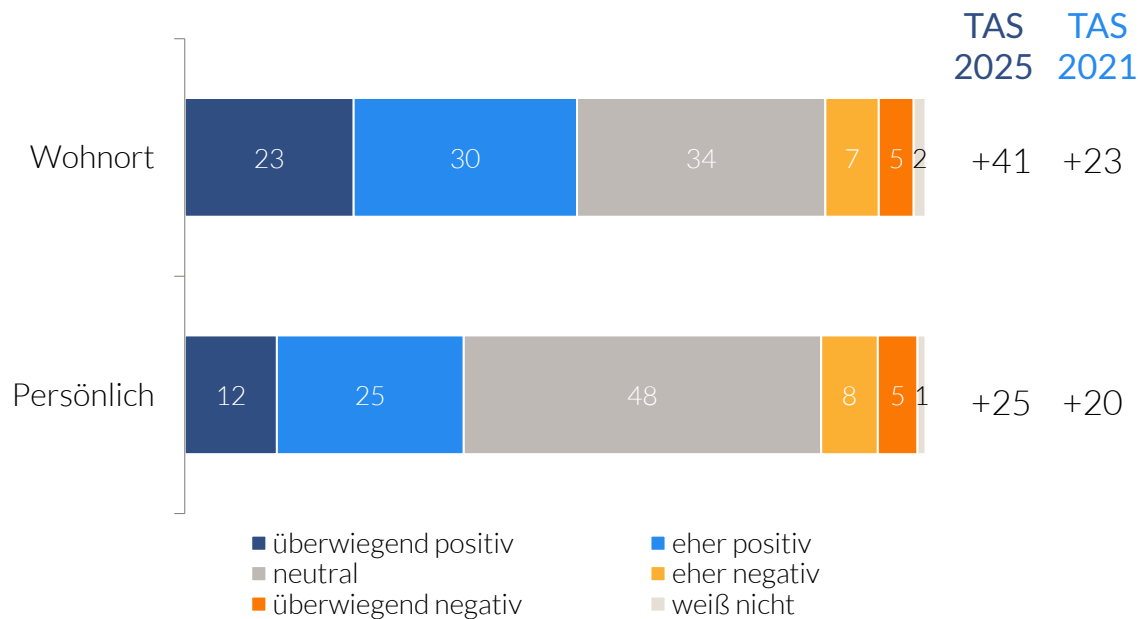
Details zur Erhebung	Seite 2
TAS-Key-Facts für Saale-Unstrut	Seite 4
Kernerkenntnisse	Seite 6
Erläuterungen zur Methodik der Erhebung	Seite 10
Detailergebnisse für Saale-Unstrut	Seite 14
Tourismusakzeptanz im Destinationsvergleich	Seite 49
Glossar	Seite 51
Impressum & Copyright	Seite 53
Anhang	Seite 55

TAS in Saale-Unstrut

Bevölkerung sieht die Auswirkungen des Tourismus überwiegend positiv

Wie sehen Sie die Auswirkungen des Tourismus in Saale-Unstrut auf Ihren Wohnort und für sich persönlich?

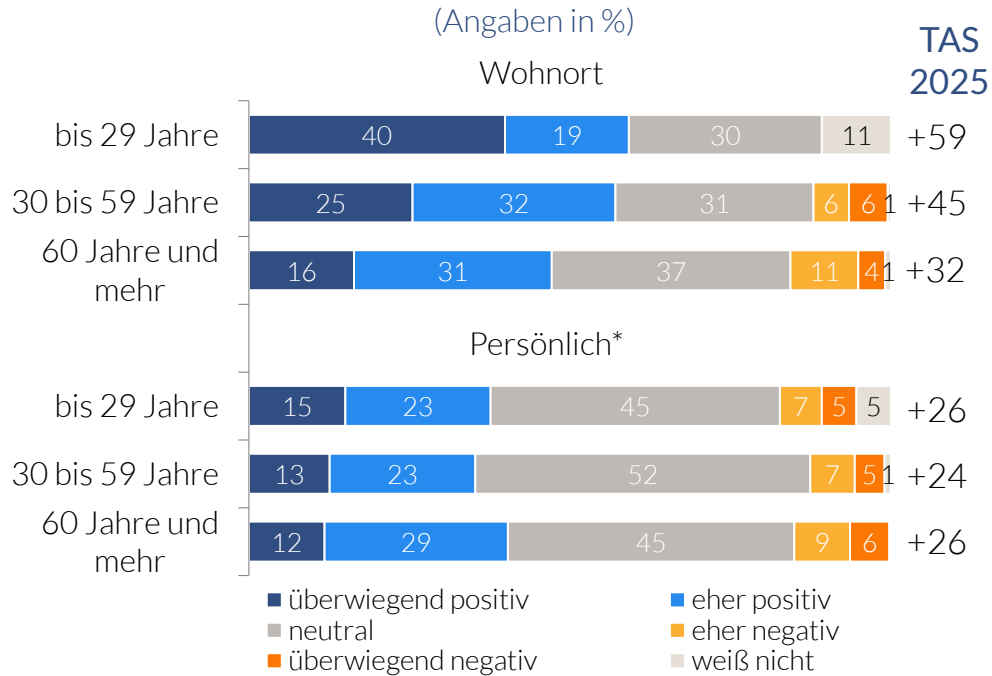
(Angaben in %)



- Mit 53% empfindet eine Mehrheit der Bevölkerung in Saale-Unstrut die Auswirkungen des Tourismus als positiv für den eigenen Wohnort. 12% nehmen stärker die negativen Auswirkungen wahr, damit ergibt sich ein TAS-W von +41.
- Gegenüber 2021 gibt es eine Steigerung in der Tourismusakzeptanz. Hier gilt zu betonen, dass 2021 mit der Corona-Pandemie ein Ausnahmejahr war, das regional sehr unterschiedlichen Einfluss auf die Tourismusakzeptanz hatte. Zudem gab es Änderungen im Gebietszuschnitt.
- Auch der TAS-P konnte sich gegenüber 2021 steigern. Für sich persönlich stufen 48% der Einheimischen den Tourismus als neutral ein.
- Vergleich Sachsen-Anhalt 2025: TAS-W +40, TAS-P +24. Damit befindet sich Saale-Unstrut im Durchschnitt des Bundeslandes. Vergleich Thüringen 2025: TAS-W +49, TAS-P +33.

TAS nach Altersklassen

Wie sehen Sie die Auswirkungen des Tourismus in Saale-Unstrut auf Ihren Wohnort und für sich persönlich?



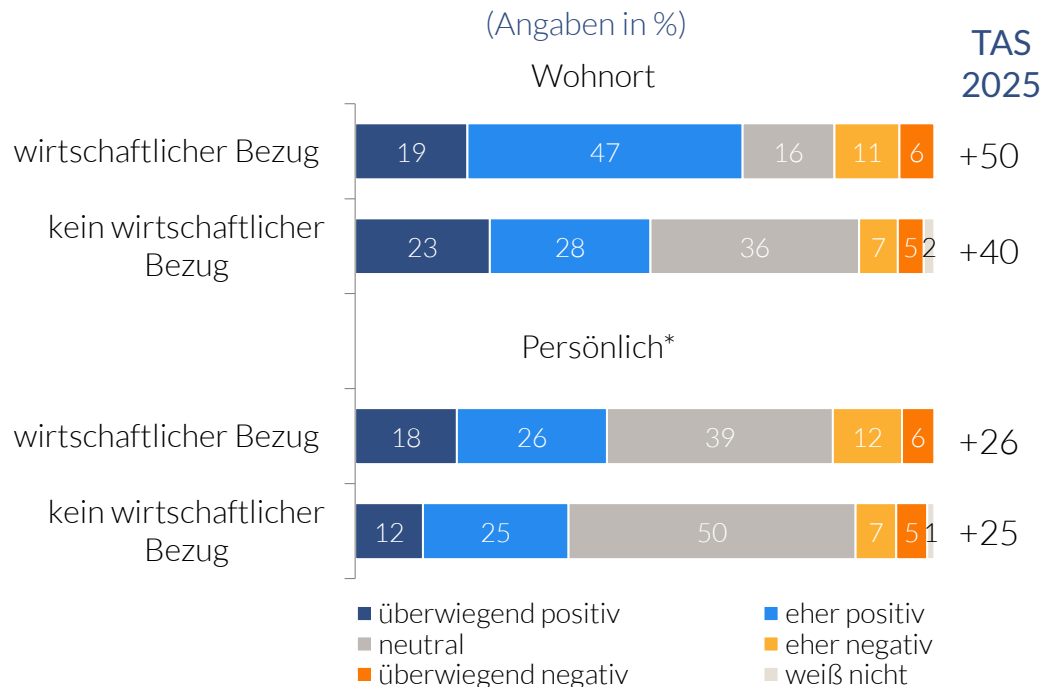
- In einem Großteil der deutschen Destinationen, die die Tourismusakzeptanz gemessen haben, stehen jüngere Einheimische dem Tourismus kritischer gegenüber. Anders in Saale-Unstrut: hier weisen die Einheimischen unter 30 Jahren die höchste Tourismusakzeptanz auf.
- Hier muss jedoch berücksichtigt werden, dass die Altersgruppe mit n = 41 Fällen vergleichsweise klein ausfällt und die Daten damit eher als Tendaussagen zu verstehen sind.
- Bei der Tourismusakzeptanz für sich persönlich zeigen alle Altersklassen in Saale-Unstrut eine positive Einstellung.

* Unterschiede statistisch nicht signifikant, sie sind daher als Tendenzen einzuordnen

Quelle: dwif 2025, Bevölkerungsbefragung in Saale-Unstrut, n = 469

TAS nach wirtschaftlichem Bezug zum Tourismus

Wie sehen Sie die Auswirkungen des Tourismus in Saale-Unstrut auf Ihren Wohnort und für sich persönlich?



- Einheimische, die einen wirtschaftlichen Bezug zum Tourismus haben (z.B. in der Branche arbeiten oder dieser zuliefern), weisen auch eine höhere Tourismusakzeptanz auf.
- Gleichzeitig polarisiert der Tourismus hier stärker, weswegen sich für den TAS-P kaum Unterschiede zwischen Personen mit oder ohne wirtschaftlichen Bezug zeigen, wobei letztere mit 50% einen deutlich höheren Neutral-Anteil aufweisen.

* Unterschiede statistisch nicht signifikant, sie sind daher als Tendenzen einzuordnen

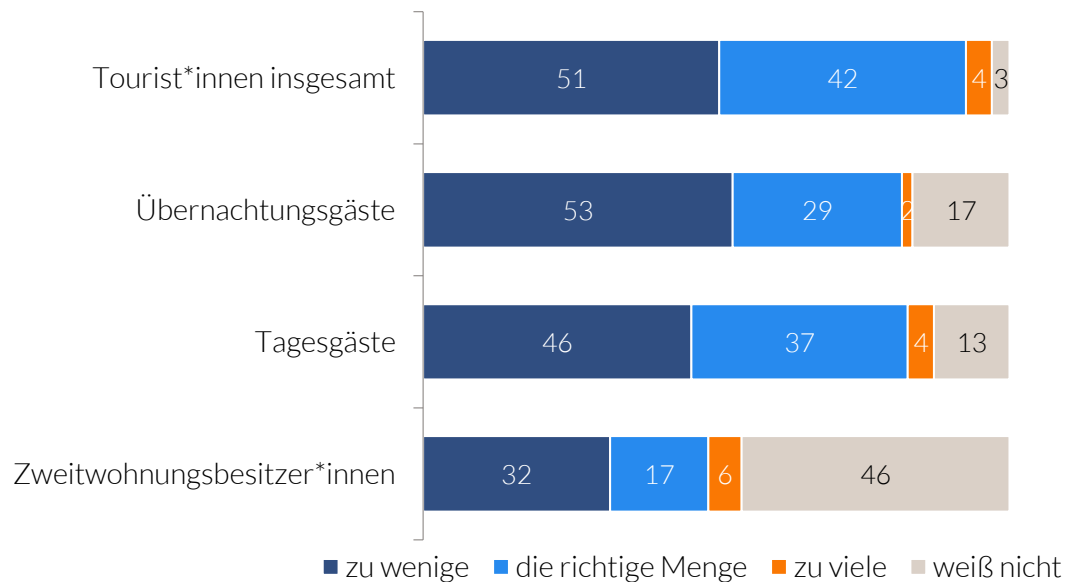
Quelle: dwif 2025, Bevölkerungsbefragung in Saale-Unstrut, n = 469

Einstellung zur Anzahl der
Tourist*innen nach Segmenten

Tourismus darf stärker wachsen

Als Einwohner*in kann man unterschiedliche Einstellungen zur Anzahl und Art der Touristen im eigenen Ort haben. Wie beurteilen Sie die heutige Situation in Ihrem Wohnort?

(Angaben in %)



Vergleich Sachsen-Anhalt 2025		Vergleich Thüringen 2025	
die richtige Menge	zu viele	die richtige Menge	zu viele
41%	5%	45%	4%
38%	1%	36%	3%
45%	5%	44%	5%
18%	7%	20%	6%

Quelle: dwif 2025, Bevölkerungsbefragung in Saale-Unstrut, n = 469

Bewertung der Aussagen nach Altersklassen

Tourist*innen insgesamt (Angaben in %)	Gesamt	16 - 29 Jahre	30 - 59 Jahre	60 Jahre +
zu wenige	51	24	50	57
die richtige Menge	42	62	42	38
zu viele	4	14	5	2
weiß nicht	3	0	3	3

Übernachtungsgäste (Angaben in %)	Gesamt	16 - 29 Jahre	30 - 59 Jahre	60 Jahre +
zu wenige	53	50	49	58
die richtige Menge	29	40	30	25
zu viele	2	0	4	0
weiß nicht	17	11	17	17

Bewertung der Aussagen nach Altersklassen

Tagesgäste (Angaben in %)	Gesamt	16 - 29 Jahre	30 - 59 Jahre	60 Jahre +
zu wenige	46	9	47	52
die richtige Menge	37	76	34	32
zu viele	4	9	5	3
weiß nicht	13	7	14	13

Zweitwohnungsbesitzer*innen (Angaben in %)	Gesamt	16 - 29 Jahre	30 - 59 Jahre	60 Jahre +
zu wenige	32	15	29	38
die richtige Menge	17	32	16	15
zu viele	6	22	6	2
weiß nicht	46	30	48	46

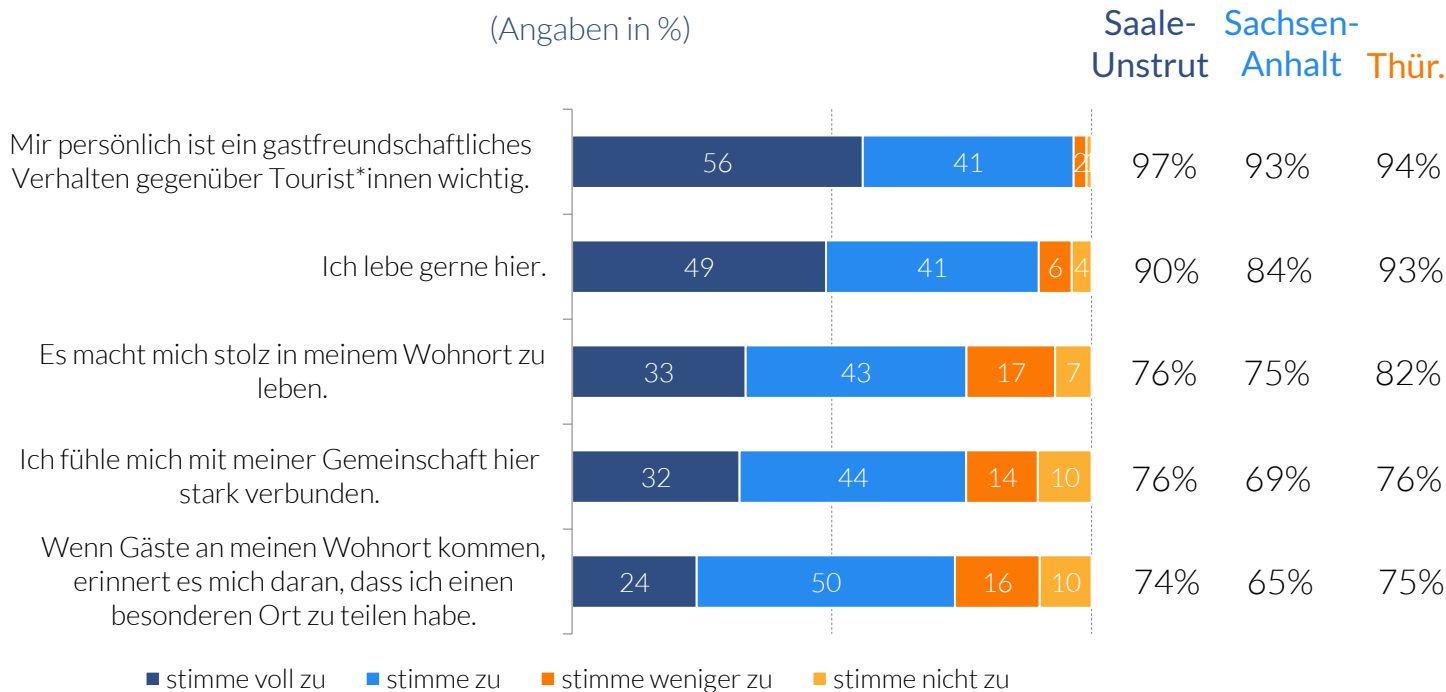
Tourismusbewusstsein

Gastfreundschaftliches Verhalten ist den Einheimischen wichtig

Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen aus Ihrer persönlichen Sicht zustimmen! – I von II

TOP 2

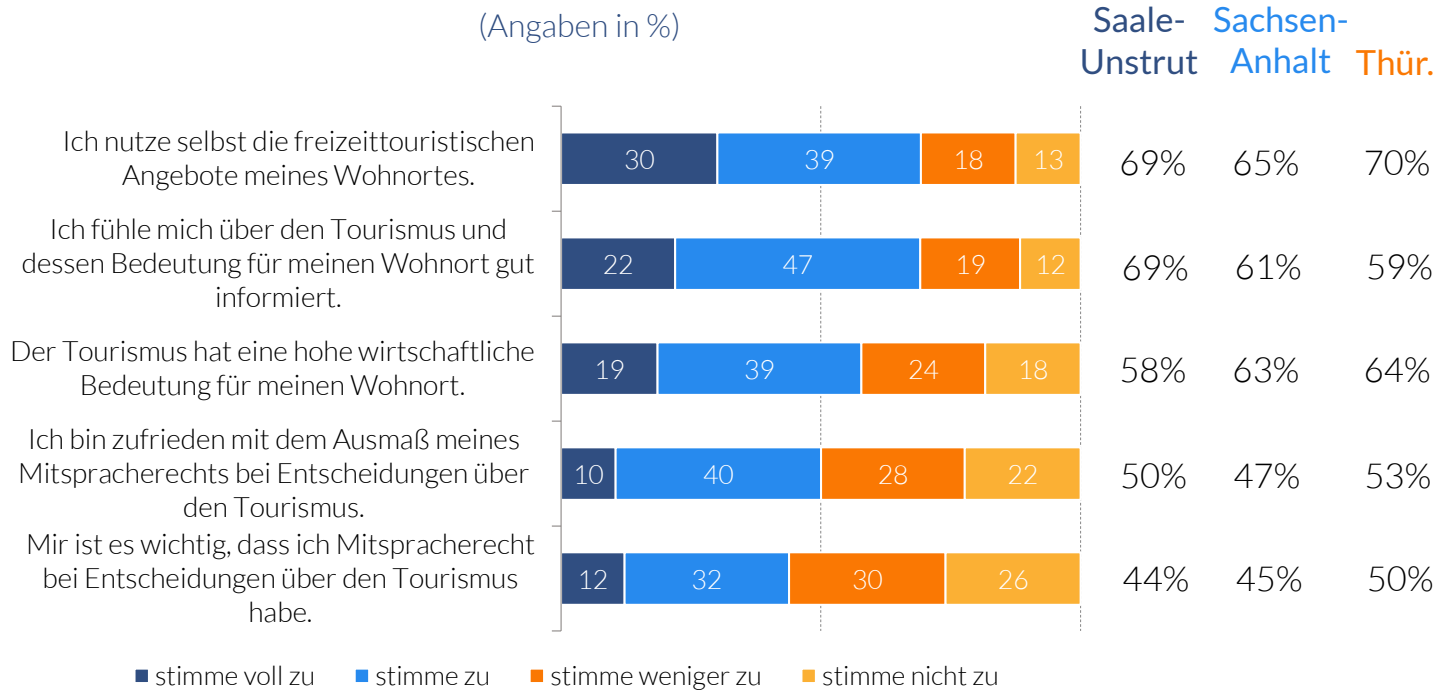
(Angaben in %)



- 97% der Befragten geben an, dass ihnen ein gastfreundschaftliches Verhalten gegenüber Tourist*innen wichtig ist. Damit liegt Saale-Unstrut über dem Durchschnitt Sachsens-Anhalts.
- Zudem zeigt sich ein hohes Gemeinschaftsgefühl und Stolz, am jeweiligen Wohnort innerhalb Saale-Unstruts zu wohnen.

Zwei Drittel fühlen sich über den Tourismus gut informiert

Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen aus Ihrer persönlichen Sicht zustimmen! – II von II



- Die Einheimischen fühlen sich über den Tourismus und dessen Bedeutung für den Wohnort gut informiert.
- Gleichzeitig gaben 58% der Befragten an, der Tourismus habe eine hohe wirtschaftliche Bedeutung für den eigenen Wohnort, womit Saale-Unstrut unter dem Durchschnitt liegt.

Quelle: dwif 2025, Bevölkerungsbefragung in Saale-Unstrut, n = 469

Bewertung der Aussagen nach Altersklassen

TOP 2 nach Altersklassen – I von II

(Antwortoption „stimme voll zu“ + „stimme zu“, Angaben in %)

	Gesamt	16 - 29 Jahre	30 - 59 Jahre	60 Jahre +
Mir persönlich ist ein gastfreundschaftliches Verhalten gegenüber Tourist*innen wichtig.	97	95	95	98
Ich lebe gerne hier.*	90	83	90	92
Es macht mich stolz in meinem Wohnort zu leben.	76	52	76	81
Ich fühle mich mit meiner Gemeinschaft hier stark verbunden.	76	57	74	82
Wenn Gäste in meinen Wohnort kommen, erinnert es mich daran, dass ich einen besonderen Ort zu teilen habe.*	74	61	76	73

* Unterschiede statistisch nicht signifikant, sie sind daher als Tendenzen einzuordnen

Quelle: dwif 2025, Bevölkerungsbefragung in Saale-Unstrut, n = 469

Bewertung der Aussagen nach Altersklassen

TOP 2 nach Altersklassen – II von II

(Antwortoption „stimme voll zu“ + „stimme zu“, Angaben in %)

	Gesamt	16 - 29 Jahre	30 - 59 Jahre	60 Jahre +
Ich nutze selbst die freizeittouristischen Angebote meines Wohnortes.	69	72	73	64
Ich fühle mich über den Tourismus und dessen Bedeutung für meinen Wohnort gut informiert.*	69	71	67	71
Der Tourismus hat eine hohe wirtschaftliche Bedeutung für meinen Wohnort.*	58	71	54	59
Ich bin zufrieden mit dem Ausmaß meines Mitspracherechts bei Entscheidungen über den Tourismus.*	50	68	46	51
Mir ist es wichtig, dass ich Mitspracherecht bei Entscheidungen über den Tourismus habe.*	44	35	42	47

* Unterschiede statistisch nicht signifikant, sie sind daher als Tendenzen einzuordnen

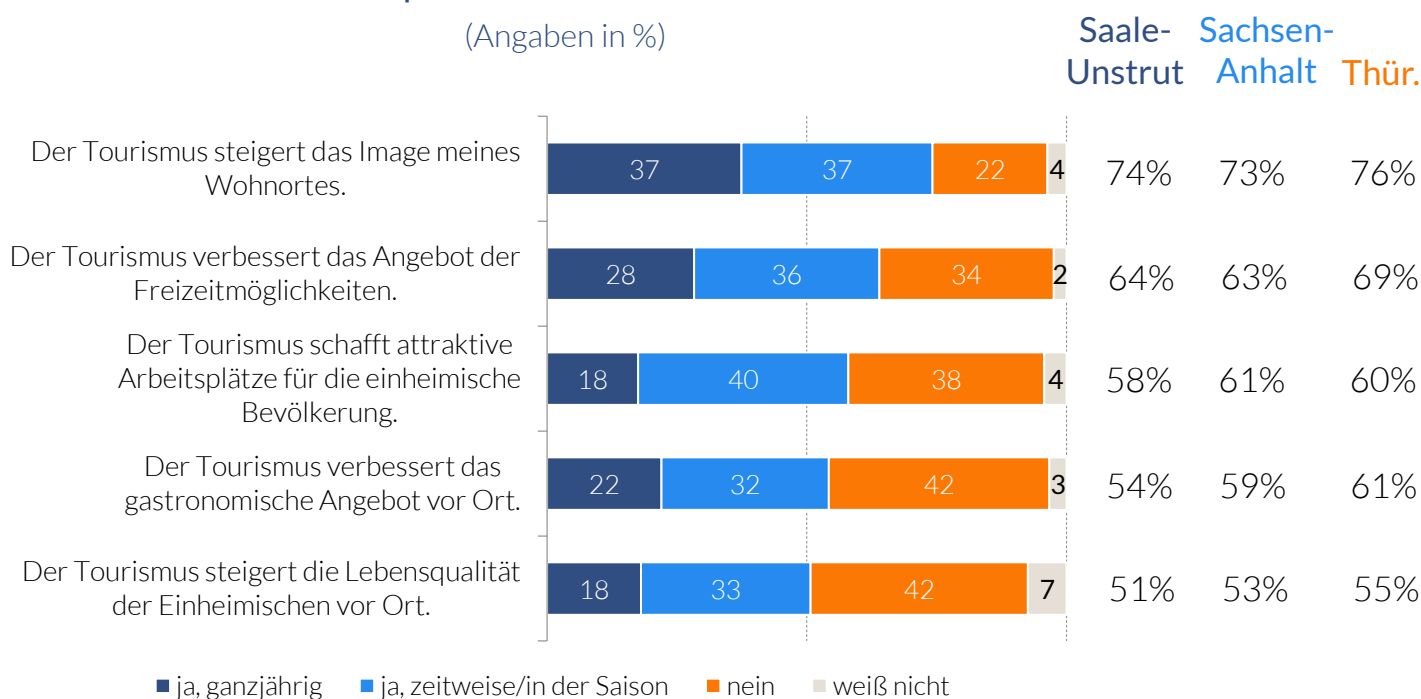
Quelle: dwif 2025, Bevölkerungsbefragung in Saale-Unstrut, n = 469

Positive und negative Effekte des Tourismus

Der Tourismus steigert das Image der Region

Nachfolgend finden Sie einige Aussagen rund um den Tourismus an Ihrem Wohnort. Bitte bewerten Sie folgende Aussagen aus Ihrer persönlichen Sicht!

(Angaben in %)



- Als einen besonders positiven Aspekt des Tourismus sehen die Befragten in Saale-Unstrut die Steigerung des Images.
- Zudem schafft der Tourismus ein verbessertes Freizeitangebot sowie Arbeitsplätze für die Bevölkerung.
- Dass der Tourismus (zumindest zeitweise) die eigene Lebensqualität steigert, nehmen die Hälfte der Befragten wahr.

Quelle: dwif 2025, Bevölkerungsbefragung in Saale-Unstrut, n = 469

Bewertung der Aussagen nach Altersklassen

Positive Effekte

(Antwortoption „ja, ganzjährig“ + „ja - zeitweise/in der Saison“, Angaben in %)

	Gesamt	16 - 29 Jahre	30 - 59 Jahre	60 Jahre +
Der Tourismus steigert das Image meines Wohnortes.	74	85	72	74
Der Tourismus verbessert das Angebot der Freizeitmöglichkeiten (z.B. Rad- und Wanderwege, Freizeiteinrichtungen, Erlebnisbäder).	64	80	59	67
Der Tourismus schafft attraktive Arbeitsplätze für die einheimische Bevölkerung.*	58	65	59	55
Der Tourismus verbessert das gastronomische Angebot vor Ort.*	54	74	54	50
Der Tourismus steigert die Lebensqualität der Einheimischen vor Ort.	51	33	54	50

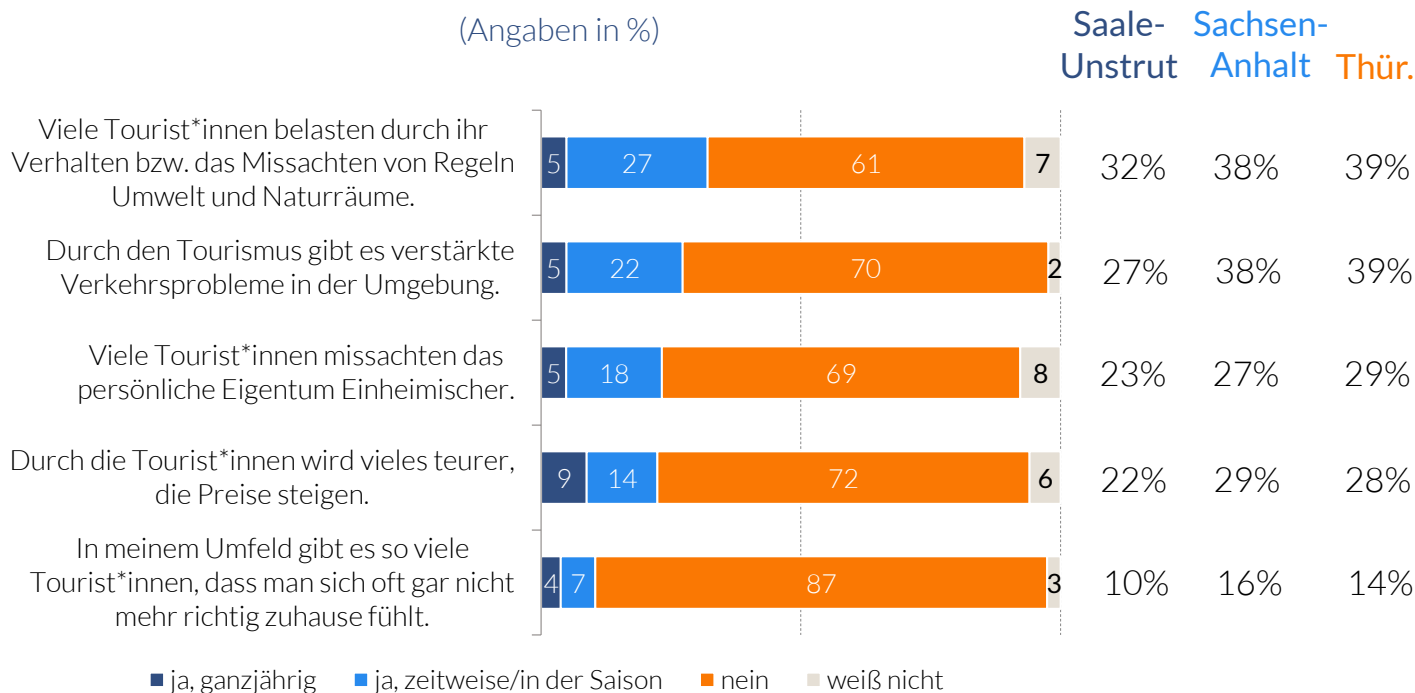
* Unterschiede statistisch nicht signifikant, sie sind daher als Tendenzen einzuordnen

Quelle: dwif 2025, Bevölkerungsbefragung in Saale-Unstrut, n = 469

Negative Effekte werden kaum wahrgenommen

Nachfolgend finden Sie einige Aussagen rund um den Tourismus an Ihrem Wohnort. Bitte bewerten Sie folgende Aussagen aus Ihrer persönlichen Sicht!

(Angaben in %)



- Negative Effekte des Tourismus werden in Saale-Unstrut kaum wahrgenommen und auch weniger stark als im Durchschnitt Sachsen-Anhalts.
- Ein Drittel nimmt mindestens zeitweise eine zusätzliche Belastung von Umwelt und Naturräumen wahr, insbesondere Einheimische unter 30 Jahren.

Quelle: dwif 2025, Bevölkerungsbefragung in Saale-Unstrut, n = 469

Bewertung der Aussagen nach Altersklassen

Negative Effekte

(Antwortoption „ja, ganzjährig“ + „ja - zeitweise/in der Saison“, Angaben in %)

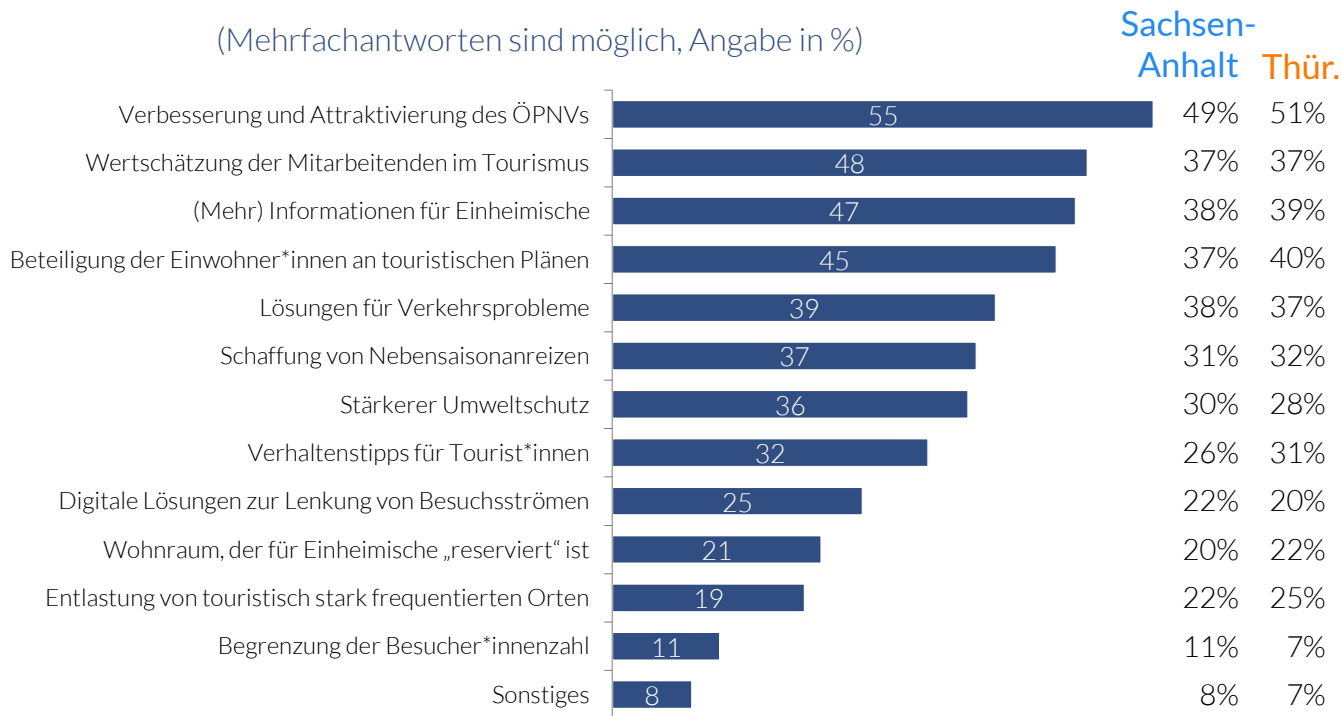
	Gesamt	16 - 29 Jahre	30 - 59 Jahre	60 Jahre +
Viele Tourist*innen belasten durch ihr Verhalten bzw. das Missachten von Regeln Umwelt und Naturräume (Müllentsorgung, Verlassen der gekennzeichneten Wege).	32	66	33	24
Durch den Tourismus gibt es verstärkte Verkehrsprobleme in der Umgebung (Parkplatzsituation/Staubildung).	27	63	26	22
Viele Tourist*innen missachten das persönliche Eigentum Einheimischer (Begehen von Grundstücken, Privatparkplätzen, Wildcampen).	23	39	27	16
Durch die Tourist*innen wird vieles teurer, die Preise steigen.	22	37	23	18
In meinem Umfeld gibt es so viele Tourist*innen, dass man sich oft gar nicht mehr richtig zuhause fühlt.	10	40	10	5

Maßnahmen zur Verringerung
negativer Effekte

Wunsch nach Verbesserung des ÖPNVs

Was würde aus Ihrer Sicht helfen, negative Auswirkungen des Tourismus auf Ihren Wohnort zu reduzieren?

(Mehrfachantworten sind möglich, Angabe in %)



- Da in Saale-Unstrut grundsätzlich kaum negative Effekte durch den Tourismus wahrgenommen werden, zielen auch die gewünschten Maßnahmen aus Sicht der Bevölkerung stärker auf Themen, von welchen die Einheimischen direkt profitieren können, z.B. die Verbesserung des ÖPNVs.
- Die Wertschätzung von Mitarbeitenden im Tourismus, mehr Information und Beteiligung kommen ebenfalls für mindestens 45% in Frage.

Bewertung der Aussagen nach Altersklassen*

Maßnahmen aus Sicht der Bevölkerung

(Angaben in %)

	Gesamt	16 - 29 Jahre	30 - 59 Jahre	60 Jahre +
Verbesserung und Attraktivierung des ÖPNVs	55	55	50	59
Wertschätzung der Mitarbeitenden im Tourismus	48	43	46	51
(Mehr) Informationen für Einheimische über touristische Entwicklungspläne	47	35	44	52
Beteiligung der Einwohner*innen an touristischen Plänen	45	24	48	45
Lösungen für Verkehrsprobleme	39	48	41	34
Schaffung von Nebensaisonanreizen	37	8	39	40
Stärkerer Umweltschutz	36	28	37	36
Verhaltenstipps für Tourist*innen	32	25	30	36
Digitale, innovative Lösungen zur Lenkung, Regulierung und Steuerung von Besuchsströmen	25	28	24	26
Wohnraum, der für Einheimische „reserviert“ ist	21	28	21	19
Entlastung von touristisch stark frequentierten Orten	19	1	21	22
Begrenzung der Besucher*innenzahl	11	19	9	11
Sonstiges	8	0	7	11

* Unterschiede statistisch nicht signifikant, sie sind daher als Tendenzen einzuordnen

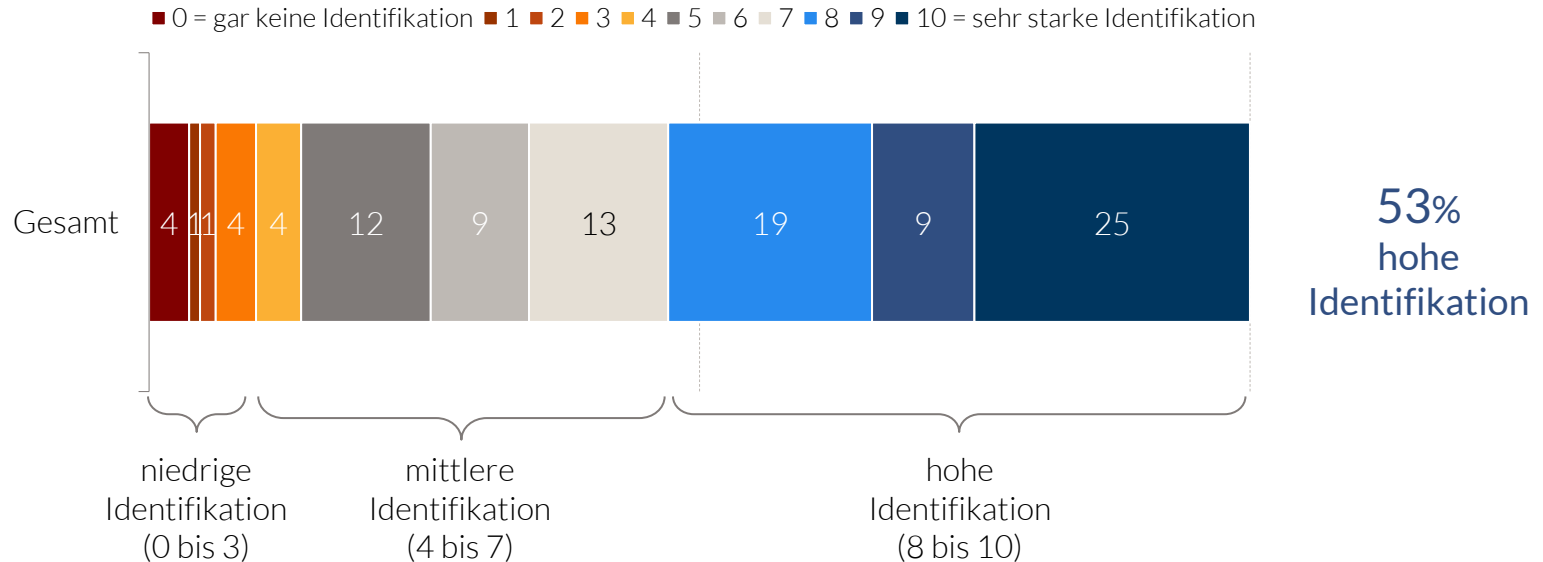
Quelle: dwif 2025, Bevölkerungsbefragung in Saale-Unstrut, n = 469

Identität und Lebensqualität

Hohe Identifikation mit dem eigenen Wohnort

Wie sehr identifizieren Sie sich persönlich mit Ihrem Wohnort?

(Angaben in %)

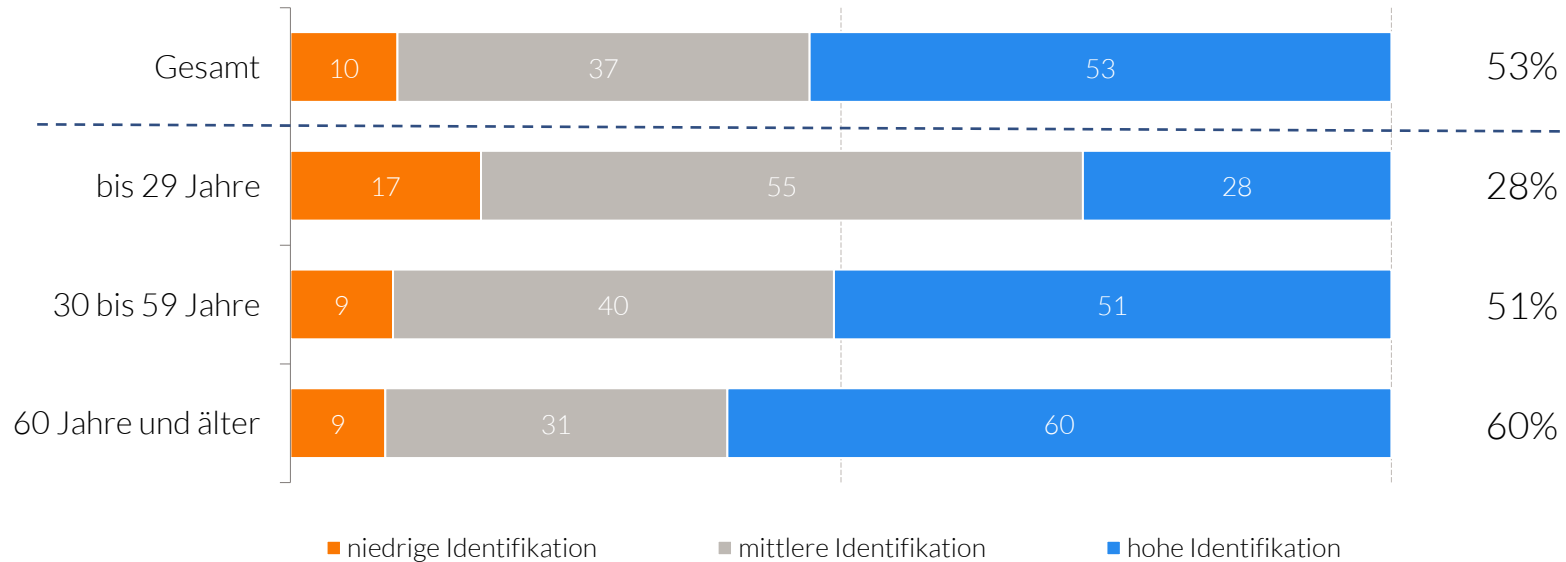


Höhere Identifikation bei älteren Einheimischen

Wie sehr identifizieren Sie sich persönlich mit Ihrem Wohnort?

(Angaben in %, 0 = gar keine Identifikation bis 10 = sehr starke Identifikation)

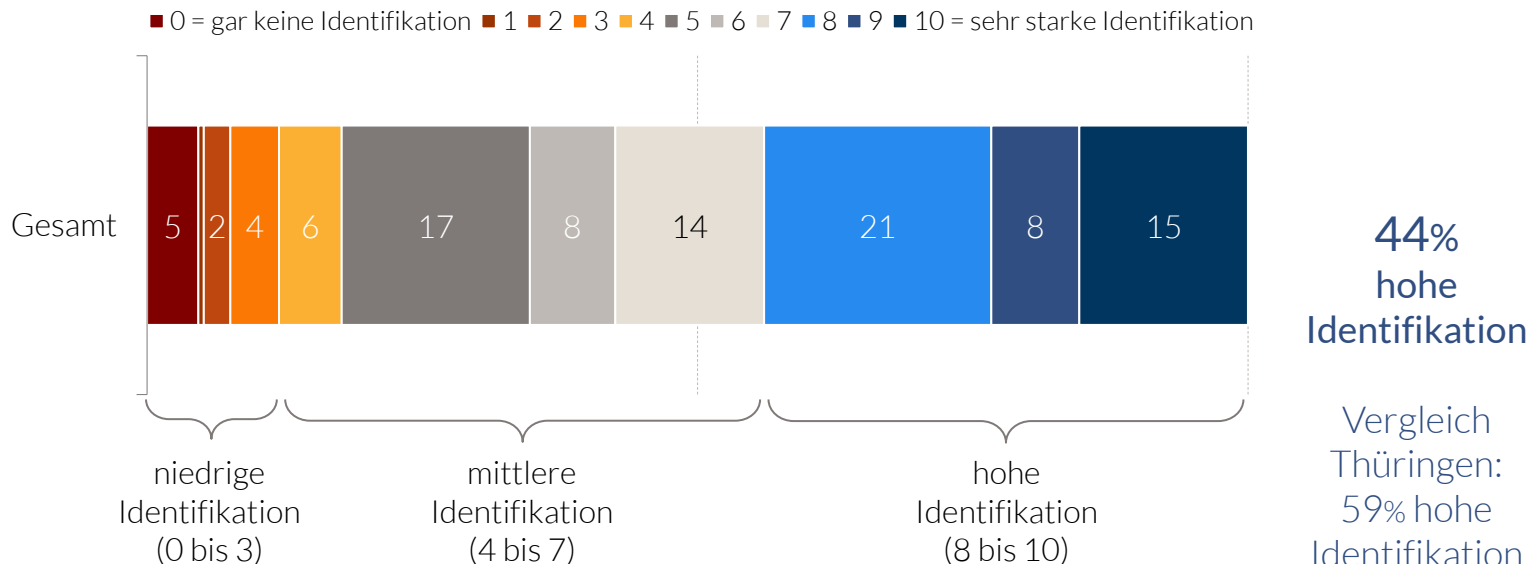
hohe
Identifikation



Etwas geringe Identifikation mit dem Bundesland

Wie sehr identifizieren Sie sich persönlich mit Sachsen-Anhalt?

(Angaben in %)

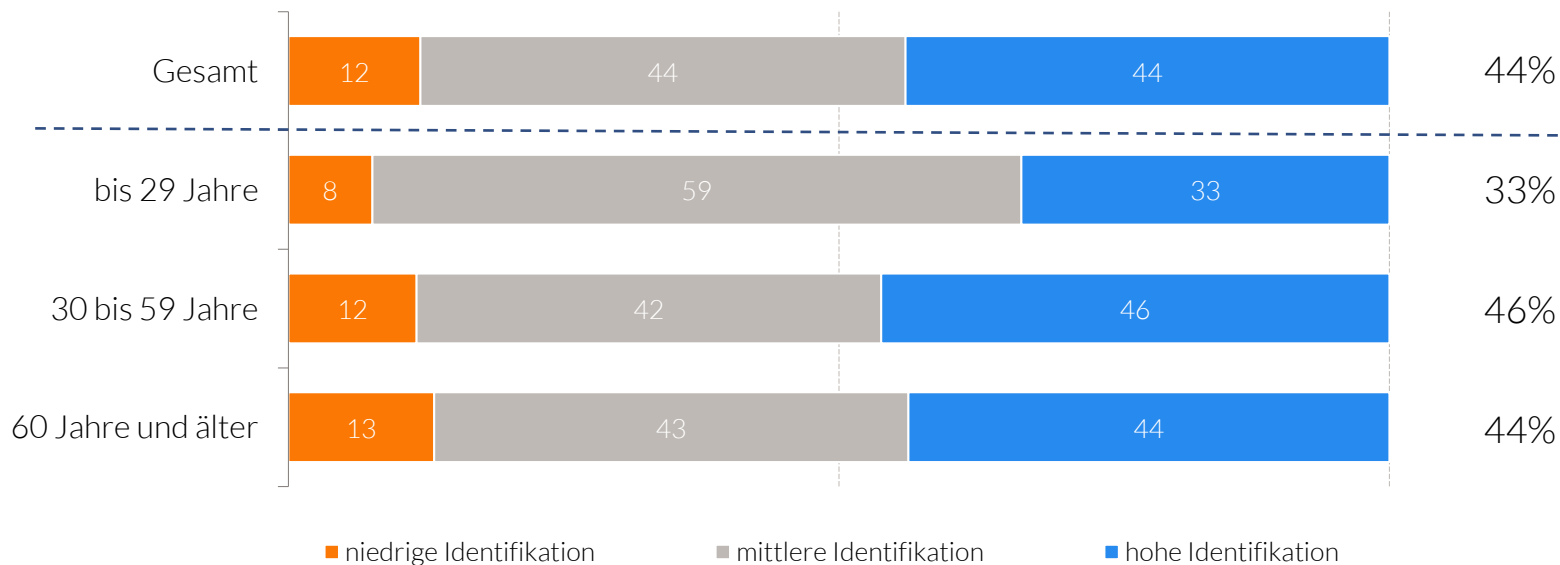


Altersunterschiede fallen beim Bundesland geringer aus

Wie sehr identifizieren Sie sich persönlich mit Sachsen-Anhalt?

(Angaben in %, 0 = gar keine Identifikation bis 10 = sehr starke Identifikation)

hohe
Identifikation

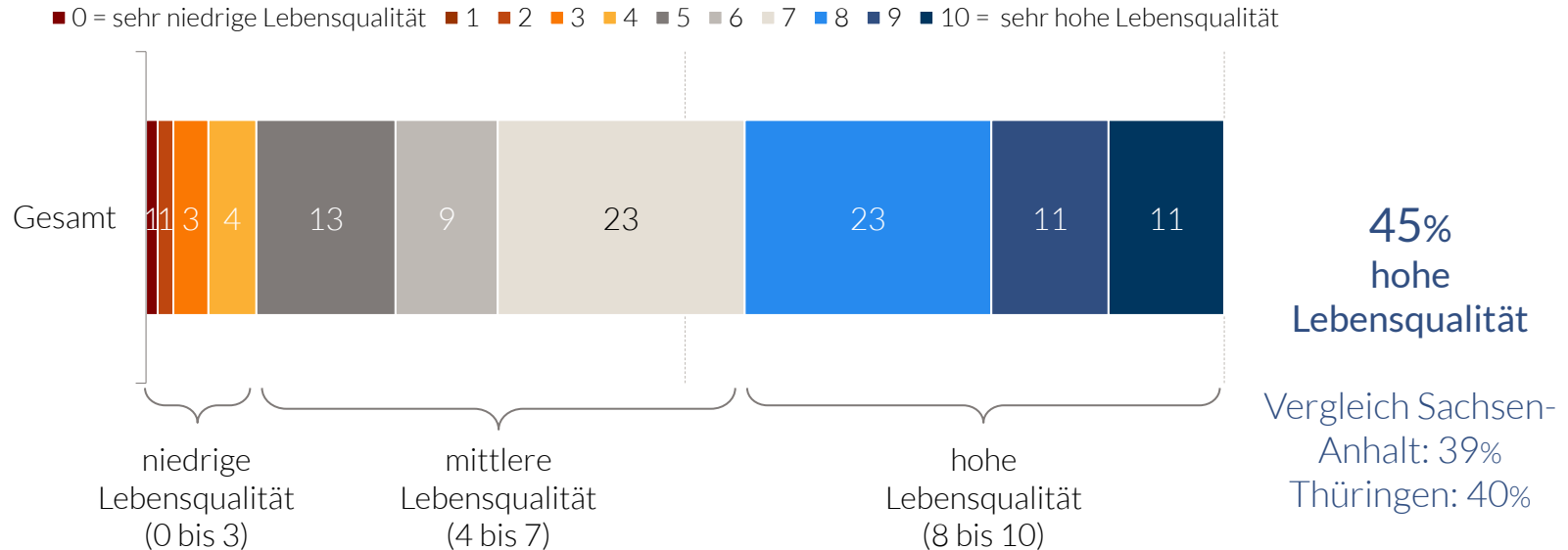


Quelle: dwif 2025, Bevölkerungsbefragung in Saale-Unstrut, n = 469

Hohe Lebensqualität in Saale-Unstrut im Durchschnitt

Wie schätzen Sie Ihre derzeitige Lebensqualität insgesamt ein?

(Angaben in %)

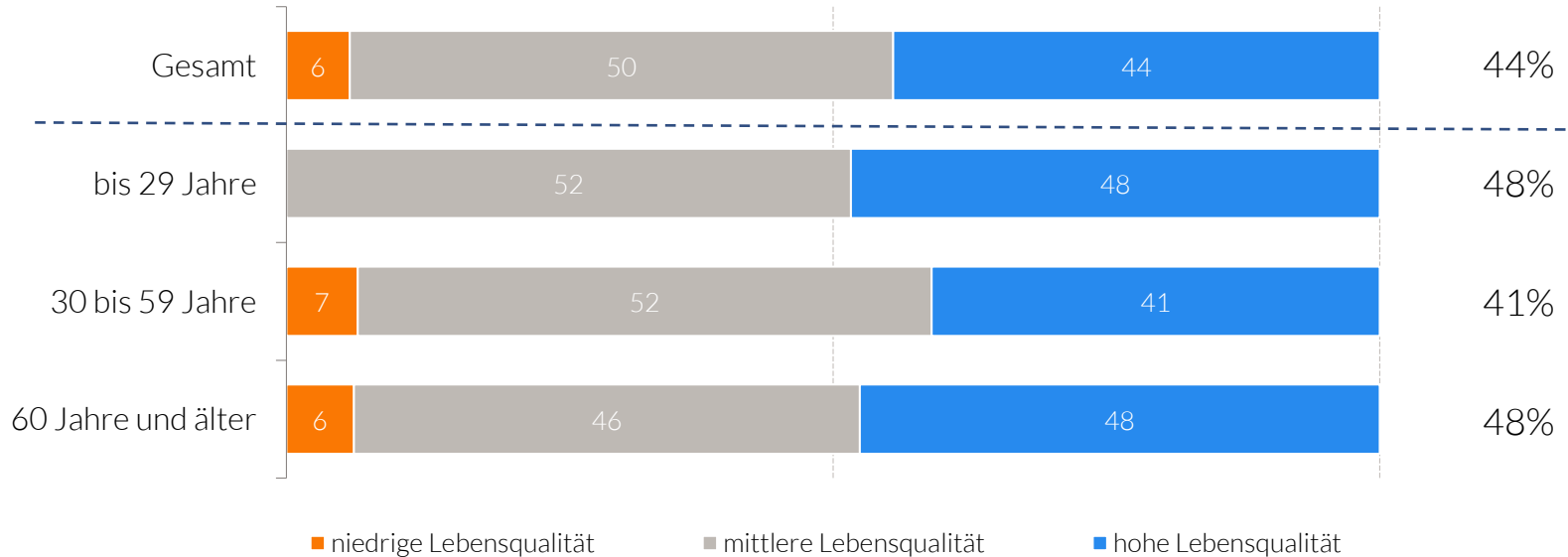


Hohe Lebensqualität in allen Altersgruppen

Wie schätzen Sie Ihre derzeitige Lebensqualität insgesamt ein?

(Angaben in %, 0 = sehr niedrige Lebensqualität bis 10 = sehr hohe Lebensqualität)

hohe
Lebensqualität



Bewertung von freizeittouristischen Angeboten nach Altersklassen

Wie beurteilen Sie die folgenden freizeittouristischen Angebote/touristische Infrastruktur in Ihrem Wohnort bzw. Aspekte Ihrer Lebenssituation? – I von II

(Mittelwerte, 1 = sehr gut bis 6 = schlecht)

	Gesamt	16 - 29 Jahre	30 - 59 Jahre	60 Jahre und mehr	Sachsen- Anhalt	Thür.
Naherholungs- / Aufenthaltsmöglichkeiten in der Natur*	2,7	2,8	2,6	2,7	2,6	2,3
Servicequalität (in der Gastronomie, Einzelhandel, etc.)	2,9	2,7	2,6	3,2	2,9	3,0
Wanderangebote	2,9	2,7	2,8	3,0	2,7	2,4
Radangebote	2,9	2,8	2,8	3,1	2,8	2,8
Parkraum & Parkleitsysteme*	3,1	2,8	3,1	3,2	3,2	3,2
Preis-Leistungsverhältnis in der Gastronomie	3,2	2,9	3,0	3,5	3,2	3,2
Verkehrsinfrastruktur & Mobilität vor Ort*	3,3	3,2	3,4	3,2	3,4	3,1
Vielfalt und Qualität des Einzelhandels	3,3	2,4	3,2	3,5	3,1	3,3
Kunst- und Kulturangebot	3,3	3,4	3,2	3,4	3,2	3,2

* Unterschiede statistisch nicht signifikant, sie sind daher als Tendenzen einzuordnen

Quelle: dwif 2025, Bevölkerungsbefragung in Saale-Unstrut, n = 469

Bewertung von freizeittouristischen Angeboten nach Altersklassen

Wie beurteilen Sie die folgenden freizeittouristischen Angebote/touristische Infrastruktur in Ihrem Wohnort bzw. Aspekte Ihrer Lebenssituation? – II von II

(Mittelwerte, 1 = sehr gut bis 6 = schlecht)

	Gesamt	16 - 29 Jahre	30 - 59 Jahre	60 Jahre und mehr	Sachsen- Anhalt	Thür.
Attraktionen und „Besuchermagneten“	3,3	3,1	3,4	3,2	3,2	3,3
ÖPNV vor Ort	3,3	2,8	3,5	3,3	3,2	3,2
Vielfalt und Qualität des gastronomischen Angebotes	3,4	2,8	3,3	3,6	3,1	3,3
Familienfreundliche Freizeitangebote*	3,4	3,1	3,4	3,4	3,2	3,2
Unterhaltungs- und Veranstaltungsangebot*	3,4	3,0	3,4	3,5	3,3	3,4
Barrierefreie Angebote*	3,6	3,4	3,6	3,6	3,4	3,3
Wellness-/Gesundheits-Angebote	4,0	3,4	4,0	4,1	3,5	3,5
Schlechtwetterangebot (Freizeitgestaltung)*	4,1	3,5	4,2	4,2	3,7	3,8
Flaniermeilen (Bummeln und Shopping)	4,3	3,8	4,3	4,4	4,0	3,9

* Unterschiede statistisch nicht signifikant, sie sind daher als Tendenzen einzuordnen

Quelle: dwif 2025, Bevölkerungsbefragung in Saale-Unstrut, n = 469

Kultur- und Freizeitangebote fehlen den Einheimischen

Gibt es Angebote, die Sie für sich persönlich im Tourismus-,
Freizeit- und Kulturbereich an Ihrem Wohnort vermissen?

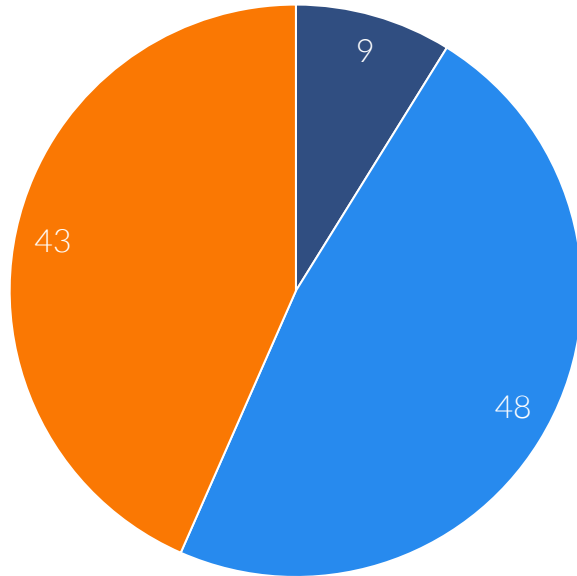
(Angaben in %)



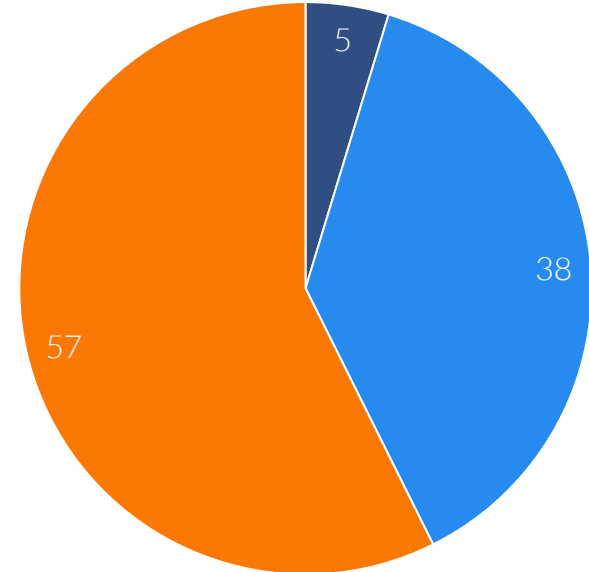
Hintergrundinformationen

Altersverteilung der Befragung

Angaben in %, gewichtet



Angaben in %, ungewichtet



- 16 bis 29 Jahre
- 30 bis 59 Jahre
- 60 Jahre und älter

Wirtschaftlicher Bezug zum Tourismus

Arbeiten Sie oder jemand aus Ihrem engeren Familienkreis bzw. haben Sie oder jemand aus Ihrem engeren Familienkreis im touristischen Bereich gearbeitet?

(Angabe in %)

88% kein wirtschaftlicher Bezug

12% wirtschaftlicher Bezug

Vergleich Sachsen-Anhalt:

84% kein wirtschaftlicher Bezug

16% wirtschaftlicher Bezug

Vergleich Thüringen:

86% kein wirtschaftlicher Bezug

14% wirtschaftlicher Bezug

Inhaltsverzeichnis

Details zur Erhebung	Seite 2
TAS-Key-Facts für Saale-Unstrut	Seite 4
Kernerkenntnisse	Seite 6
Erläuterungen zur Methodik der Erhebung	Seite 10
Detailergebnisse für Saale-Unstrut	Seite 14
Tourismusakzeptanz im Destinationsvergleich	Seite 49
Glossar	Seite 51
Impressum & Copyright	Seite 53
Anhang	Seite 55

Das Destinationsranking wird halbjährlich aktualisiert.
Das Ranking wird nach der neuesten Aktualisierung im
Juni 2025 nachgeliefert.

Inhaltsverzeichnis

Details zur Erhebung	Seite 2
TAS-Key-Facts für Saale-Unstrut	Seite 4
Kernerkenntnisse	Seite 6
Erläuterungen zur Methodik der Erhebung	Seite 10
Detailergebnisse für Saale-Unstrut	Seite 14
Tourismusakzeptanz im Destinationsvergleich	Seite 49
Glossar	Seite 51
Impressum & Copyright	Seite 53
Anhang	Seite 55

WAS BEDEUTET „REPRÄSENTATIVE“ BEVÖLKERUNGSBEFRAGUNG?

Bei einer repräsentativen Bevölkerungsbefragung wird das Ziel verfolgt, dass die Verteilung der Stichprobe nach vordefinierten Kriterien der Verteilung der Gesamtbevölkerung entspricht. Hierfür werden in der Regel demographische Kriterien herangezogen dessen Verteilung aus der amtlichen Statistik (z.B. Zensus) bekannt sind. Im Falle der Tourismusakzeptanzstudie ist die Stichprobe repräsentativ für die jeweils ortsansässige, deutschsprachige Bevölkerung ab 16 Jahren nach den folgenden Kriterien: Alter, Geschlecht, Herkunft und Schulbildung.

WARUM WERDEN BEI DEN DIFFERENZIIERTEN AUSWERTUNGEN GRUPPIERTE DATEN VERWENDET?

Die wahrgenommenen Auswirkungen werden auf einer 5-er Skala abgefragt. Je größer die Stichprobe, desto höher ist auch die Anzahl je Antwortkategorie (Zelle). Werden beispielsweise 400 Probanden befragt und es würde eine Gleichverteilung der fünf Antwortkategorien geben, also jeweils 20%, so würden jeweils 80 Probanden eine Antwort gewählt haben. Bei einer Stichprobengröße von 1.000 wären es 200 je Antwortkategorie. Entfallen auf die Antwort „überwiegend negativ“ beispielsweise nur 5% der Angaben, wären es im Falle der 400er-Stichprobe entsprechend lediglich 20 Probanden, die diese Antwort gewählt haben. Differenziert man diese dann weiter nach beispielsweise den drei Altersgruppen, so besteht die Wahrscheinlichkeit, dass auf die einzelnen Antwortkombinationen (z.B. „überwiegend negativ“ + „16-29 Jahre“) lediglich wenige Einzelnennungen entfallen. Um die Aussagekraft der Daten zu erhöhen, ist es empfehlenswert, Einzelnennungen zu gruppieren.

WAS BEDEUTET „STATISTISCH NICHT SIGNIFIKANT“?

Für die Prüfung der statistischen Signifikanz werden im Rahmen der bivariaten Auswertungen sogenannte Pearson Chi-Square Tests durchgeführt und ein Konfidenzintervall von 95% verfolgt. Das heißt, dass die festgestellten Unterschiede zwischen den Gruppen zu 95% der Verteilung der Gesamtbevölkerung entsprechen, für die die Stichprobe repräsentativ ist. Liegt das Konfidenzintervall unter 95%, so können keine statistisch signifikanten Unterschiede festgestellt werden –dies heißt zwar nicht, dass keine Unterschiede zwischen den Teilgruppen vorliegen, diese können aber nicht statistisch nachgewiesen werden.

Inhaltsverzeichnis

Details zur Erhebung	Seite 2
TAS-Key-Facts für Saale-Unstrut	Seite 4
Kernerkenntnisse	Seite 6
Erläuterungen zur Methodik der Erhebung	Seite 10
Detailergebnisse für Saale-Unstrut	Seite 14
Tourismusakzeptanz im Destinationsvergleich	Seite 49
Glossar	Seite 51
Impressum & Copyright	Seite 53
Anhang	Seite 55

Ihre Ansprechpartnerin



LEONIE
SCHERER

Consultant

l.scherer@dwif.de
+49(0)89 / 237 028 9-26



Büro Berlin	Büro München
Marienstraße 19-20 10117 Berlin	Sonnenstraße 27 80331 München

www.dwif.de

URHEBERSCHUTZ

Alle Rechte vorbehalten. © 2023 dwif
Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes und des Vertrags zwischen auftraggebender und auftragnehmender Institution/Organisation ist ohne Zustimmung des dwif unzulässig und strafbar.

Inhaltsverzeichnis

Details zur Erhebung	Seite 2
TAS-Key-Facts für Saale-Unstrut	Seite 4
Kernerkenntnisse	Seite 6
Erläuterungen zur Methodik der Erhebung	Seite 10
Detailergebnisse für Saale-Unstrut	Seite 14
Tourismusakzeptanz im Destinationsvergleich	Seite 49
Glossar	Seite 51
Impressum & Copyright	Seite 53
Anhang	Seite 55

Weitere Möglichkeiten zur Verbesserung der Tourismusakzeptanz

dwif-Bürger*innen-Werkstatt



Gemeinsam mit Einheimischen ins Gespräch kommen, wie der Tourismus sich künftig weiterentwickeln sollte.

dwif-Strateg*innen-Workshop



Mit Strateg*innen an Maßnahmen zur Verbesserung der Tourismusakzeptanz und des Tourismusbewusstseins arbeiten.