



Linz eine Erfolgsgeschichte?

DDr. Paul Eiselsberg  
IMAS International – Institut für Markt- und Sozialanalysen



# TOURISMUSSTADT LINZ

DER EINDRUCK VOM TOURISMUS  
IN LINZ AUS SICHT DER BEWOHNER

Juni 2016



## Forschungsdesign

Forschungsziel	Ziel dieser empirischen Untersuchung war es, das Meinungs- und Stimmungsbild der Linzer in Bezug auf die <b>touristische Entwicklung der Landeshauptstadt Oberösterreichs</b> demoskopisch zu erheben.
Methode	<b>Computergestützte telefonische Interviews (CATI)</b>
Sample	<b>n=400; repräsentativ für die Linzer Bevölkerung ab 16 Jahre</b>
Schwankungsbreite	Die maximale Schwankungsbreite für diese Gruppe beträgt <b>+/- 5,00 Prozentpunkte</b> bei einem Signifikanzniveau von 95,45 Prozent.
Feldarbeit	Die Interviews wurden von <b>1. bis 8. Juni 2016</b> erhoben.



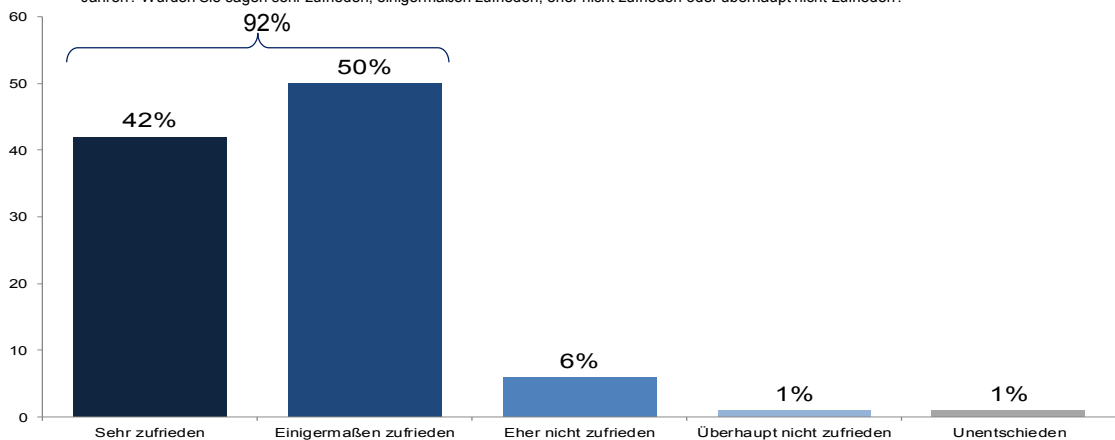
n=400, Linzer Bevölkerung ab 16 Jahre, Juni 2016, Archiv-Nr. 216037

3

## Grundstimmung – Entwicklung von Linz ist positiv

Basis: Linzer Bevölkerung

Frage 1: "Wenn Sie zu Beginn ganz allgemein an die Stadt Linz denken. Wie zufrieden sind Sie eigentlich mit der Entwicklung dieser Stadt in den letzten 10 Jahren? Würden Sie sagen sehr zufrieden, einigermaßen zufrieden, eher nicht zufrieden oder überhaupt nicht zufrieden?"



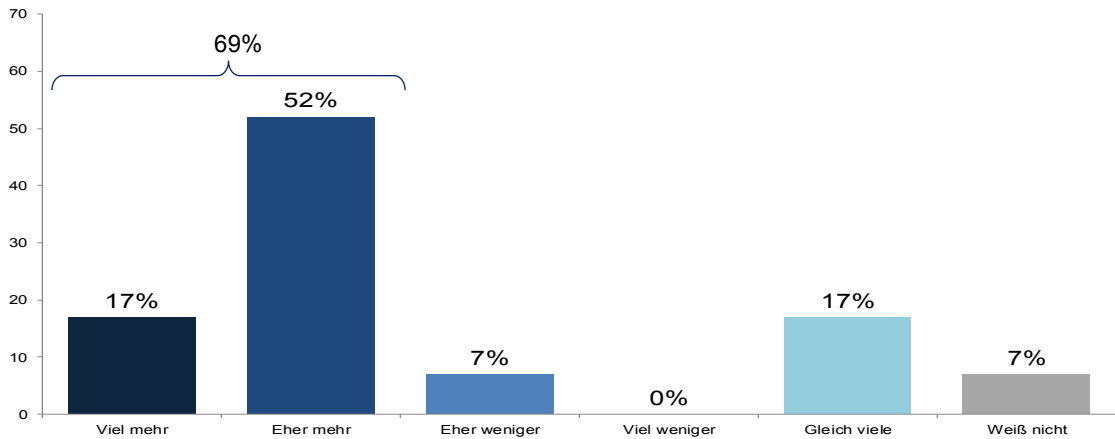
n=400, Linzer Bevölkerung ab 16 Jahre, Juni 2016, Archiv-Nr. 216037

4

## Entwicklung der Touristen-Anzahl in Linz: Eindruck: Die Touristenanzahl nimmt seit 2009 zu

Basis: Linzer Bevölkerung

Frage 2: "Glauben Sie, dass es in Linz seit 2009 eigentlich viel mehr, eher mehr, eher weniger oder viel weniger Touristen in der Stadt gibt? Was würden Sie sagen?"



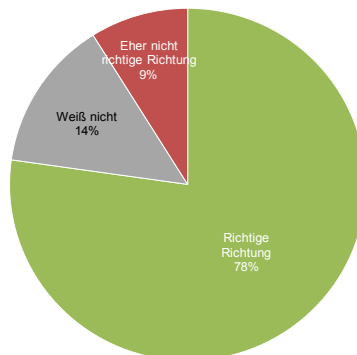
**IMAS**  
INTERNATIONAL

n=400, Linzer Bevölkerung ab 16 Jahre, Juni 2016, Archiv-Nr. 216037

## Entwicklung des Linzer Tourismus ist äußerst positiv

Basis: Linzer Bevölkerung

Frage 3: "Ganz allgemein gesprochen, glauben Sie, dass sich der Linzer Tourismus in den letzten Jahren eher in die richtige Richtung entwickelt hat, oder glauben Sie, dass dies nicht der Fall ist?"



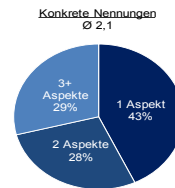
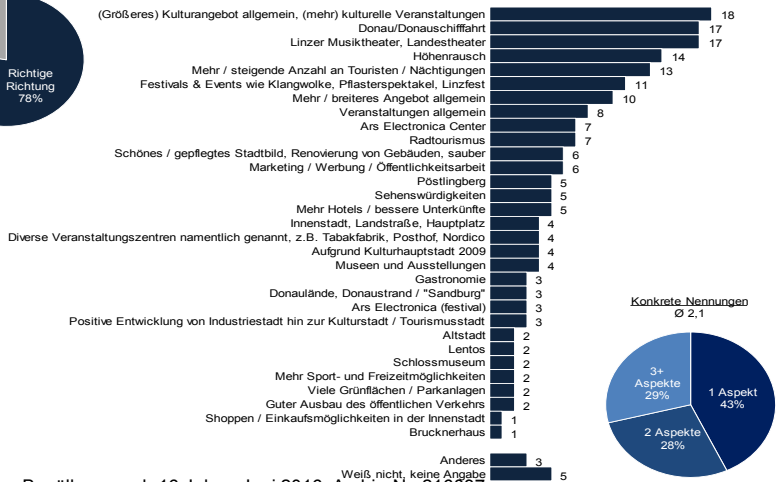
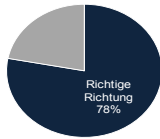
**IMAS**  
INTERNATIONAL

n=400, Linzer Bevölkerung ab 16 Jahre, Juni 2016, Archiv-Nr. 216037

## Gründe für positive Entwicklung

Basis: Falls richtige Richtung (78%=100%)

Frage 3a: "Sie haben gerade gesagt, dass sich der Linzer Tourismus in die richtige Richtung entwickelt hat. Können Sie mir bitte sagen, warum? Sagen Sie mir einfach ein paar Stichwörter."



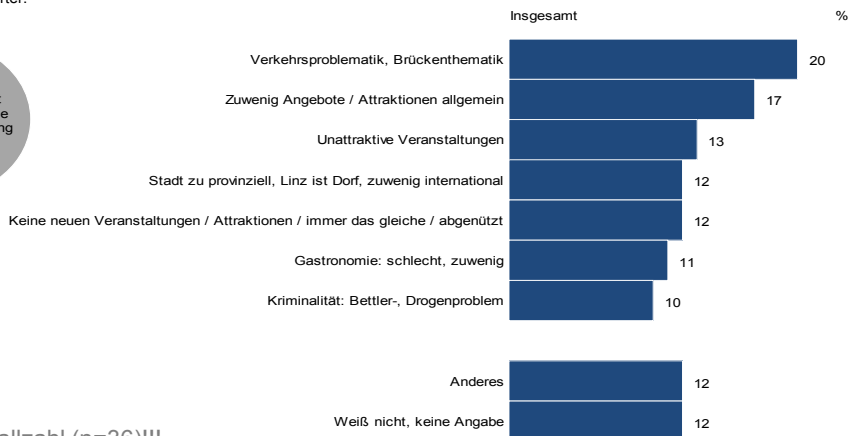
n=400, Linzer Bevölkerung ab 16 Jahre, Juni 2016, Archiv-Nr. 216037

7

## Gründe für negative Entwicklung

Basis: Falls nicht in die richtige Richtung (9%=100%)

Frage 3b: "Sie haben gerade gesagt, dass sich der Linzer Tourismus nicht in die richtige Richtung entwickelt hat. Können Sie mir bitte sagen, warum? Sagen Sie mir einfach ein paar Stichwörter."



Achtung, sehr geringe Fallzahl (n=36)!!!



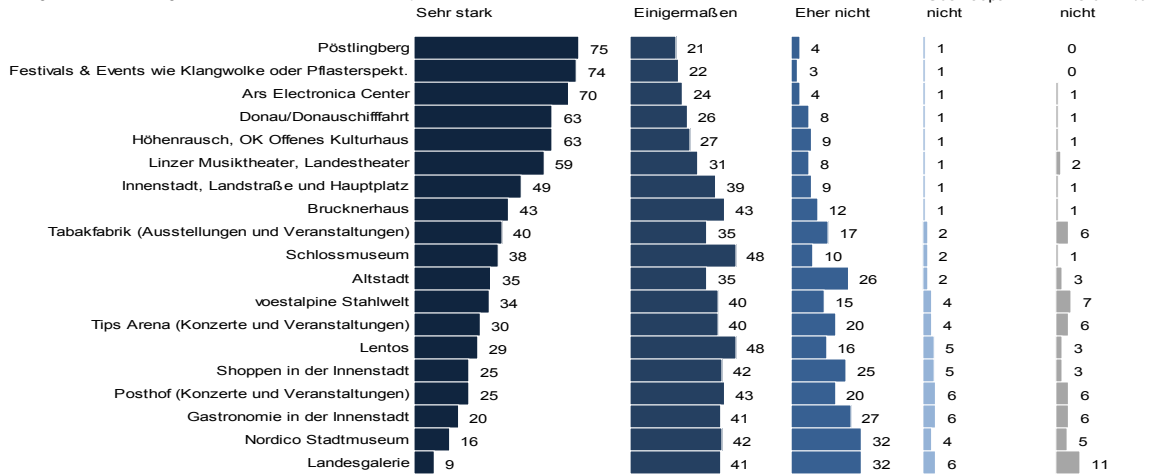
n=400, Linzer Bevölkerung ab 16 Jahre, Juni 2016, Archiv-Nr. 216037

8

## Attraktivität unterschiedlicher Attraktionen in Linz

Basis: Linzer Bevölkerung

Frage 4: "Wenn Sie nun an Touristen denken, die nach Linz kommen. Wie stark locken die folgenden Angebote und Attraktionen einen Touristen nach Linz? Würden Sie sagen sehr stark, einigermaßen, eher nicht oder überhaupt nicht?"



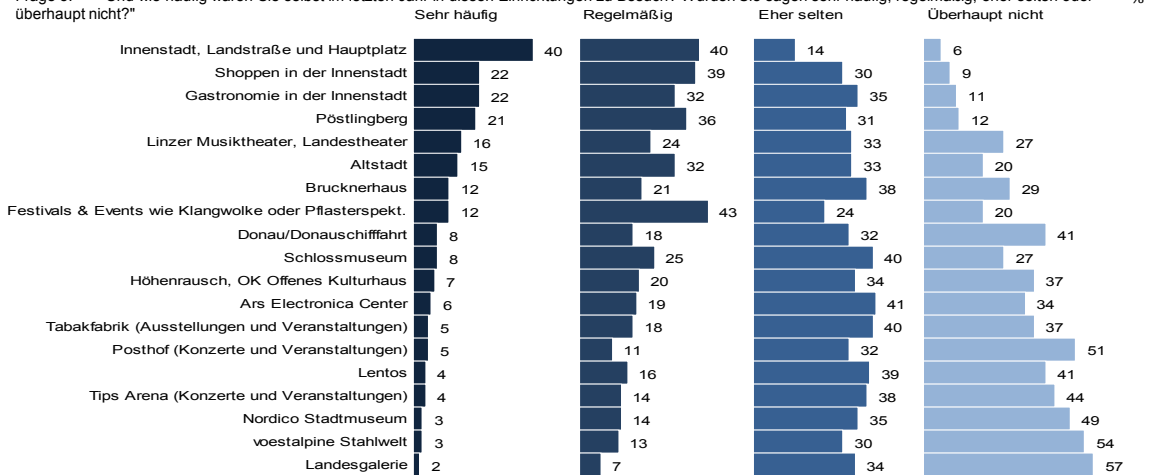
n=400, Linzer Bevölkerung ab 16 Jahre, Juni 2016, Archiv-Nr. 216037

9

## Nutzung unterschiedlicher Attraktionen in Linz

Basis: Linzer Bevölkerung

Frage 5: "Und wie häufig waren Sie selbst im letzten Jahr in diesen Einrichtungen zu Besuch? Würden Sie sagen sehr häufig, regelmäßig, eher selten oder überhaupt nicht?"



n=400, Linzer Bevölkerung ab 16 Jahre, Juni 2016, Archiv-Nr. 216037

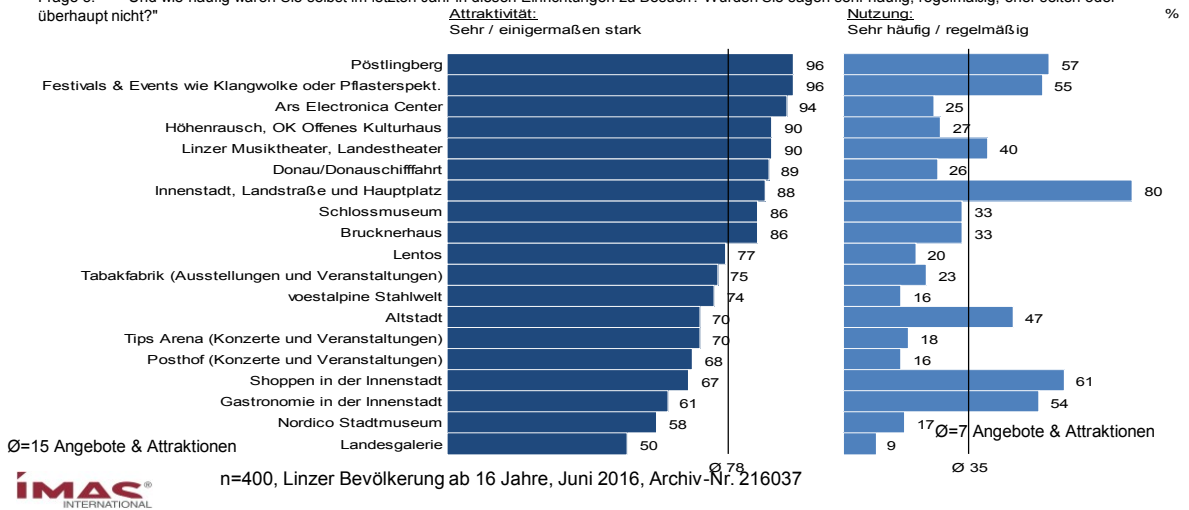
10

## Attraktivität vs. Nutzung einzelner Attraktionen der Linzer Bevölkerung

Basis: Linzer Bevölkerung

Frage 4: "Wenn Sie nun an Touristen denken, die nach Linz kommen. Wie stark locken die folgenden Angebote und Attraktionen einen Touristen nach Linz? Würden Sie sagen sehr stark, einigermaßen, eher nicht oder überhaupt nicht?"

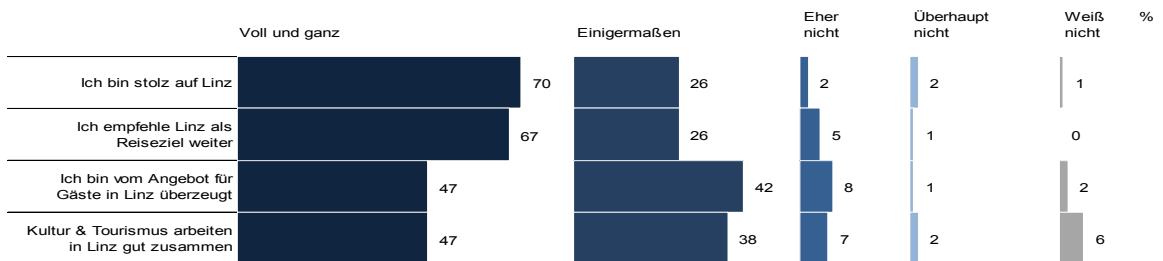
Frage 5: "Und wie häufig waren Sie selbst im letzten Jahr in diesen Einrichtungen zu Besuch? Würden Sie sagen sehr häufig, regelmäßig, eher selten oder überhaupt nicht?"



## Emotionale Bindung zu Linz ist enorm

Basis: Linzer Bevölkerung

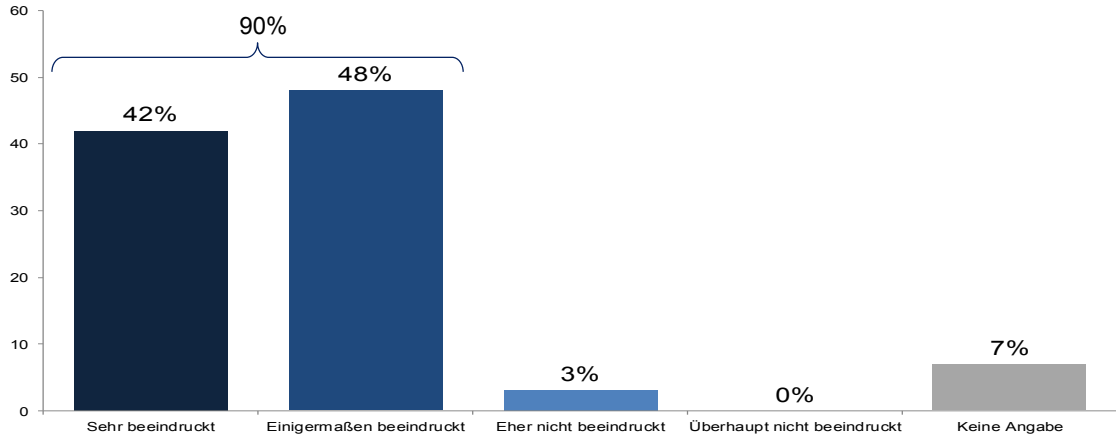
Frage 8: "Ich lese Ihnen nun unterschiedliche Aussagen vor. Sagen Sie mir bitte, ob Sie der jeweiligen Aussage voll und ganz, einigermaßen, eher nicht oder überhaupt nicht zustimmen würden?"



## Eindruck der Gäste von Linz: Überzeugende Wirkung von Linz

Basis: Linzer Bevölkerung

Frage 11: "Wenn Sie nun an Gäste oder Freunde denken, von denen Sie in Linz besucht wurden. Waren die Gäste von Linz sehr beeindruckt, einigermaßen, eher nicht, oder überhaupt nicht beeindruckt?"



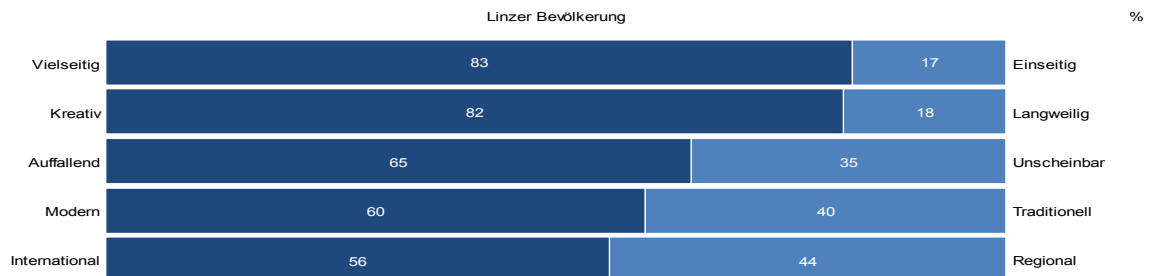
n=400, Linzer Bevölkerung ab 16 Jahre, Juni 2016, Archiv-Nr. 216037

13

## Eigenschaftsprofil der Linzer Tourismuswerbung: vielseitig und kreativ

Basis: Linzer Bevölkerung

Frage 6: "Ich lese Ihnen nun unterschiedliche Begriff-Paare vor. Bitte sagen Sie mir jeweils, welche der beiden Eigenschaften der Linzer Marketingaktivitäten und Tourismuswerbung am ehesten entspricht, also welche der beiden Eigenschaften eher auf die Werbung für Linz als Tourismusstadt zutrifft?"

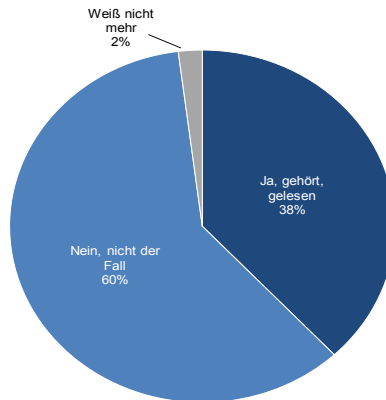


n=400, Linzer Bevölkerung ab 16 Jahre, Juni 2016, Archiv-Nr. 216037

## Bekanntheit touristischer Jahresschwerpunkte

Basis: Linzer Bevölkerung

Frage 9: "Haben Sie in den letzten Jahren schon einmal von den sogenannten touristischen Jahresschwerpunkten für Linz, wie beispielsweise Musik, Donau oder UNESCO City of Media Arts gehört oder gelesen, oder war dies bisher noch nicht der Fall?"



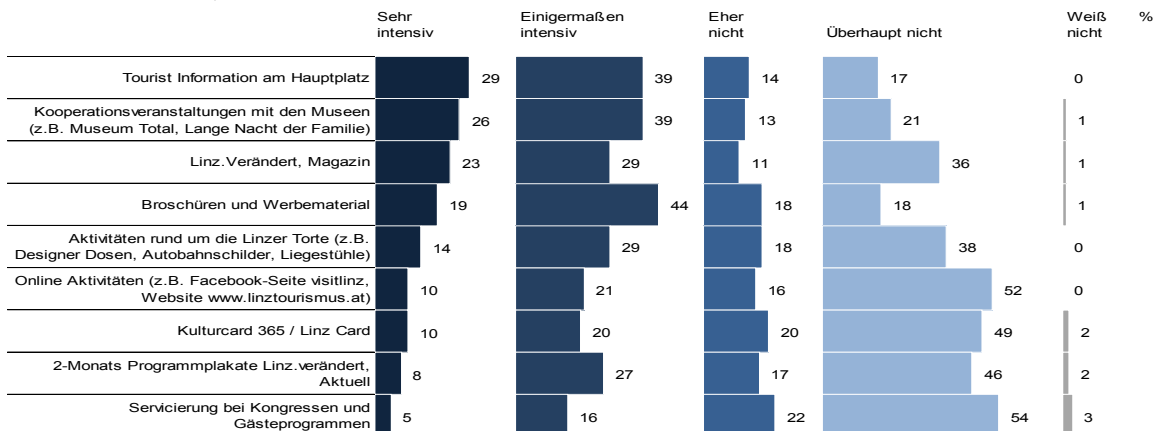
n=400, Linzer Bevölkerung ab 16 Jahre, Juni 2016, Archiv-Nr. 216037

15

## Wahrnehmung von Aktivitäten des Linzer Tourismus

Basis: Linzer Bevölkerung

Frage 10: "Welche der folgenden Aktivitäten haben Sie vom Linzer Tourismus bereits wahrgenommen? Welche davon sehr intensiv, einigermaßen intensiv, eher nicht oder überhaupt nicht?"



n=400, Linzer Bevölkerung ab 16 Jahre, Juni 2016, Archiv-Nr. 216037

16



**IMAS**<sup>®</sup>  
INTERNATIONAL  
*understanding why*

**IMAS**

## CONTACT

IMAS International GmbH  
Institut für Markt- und Sozialanalysen GmbH  
Gruberstraße 2-6  
A-4020 Linz  
Tel.: +43 / 732 / 77 22 55 - 0  
Fax: +43 / 732 / 77 22 55 - 5