

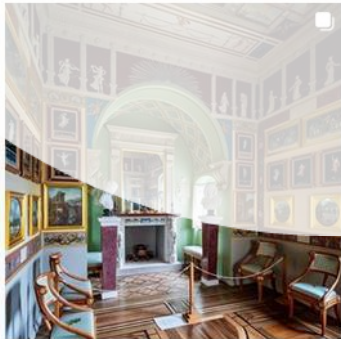


Evaluierung & Weiterentwicklung

Masterplan Tourismus 2027 Sachsen-Anhalt

Fachbeirat Sitzung #1

Magdeburg | 21. Januar 2020



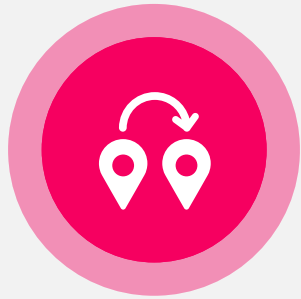
1

Begrüßung & Einführung



PROJECT M ist eines der führenden Beratungsunternehmen im strategischen und operativen Destinationsmanagement und -Marketing.

DESTINATIONSENTWICKLUNG & -MARKETING



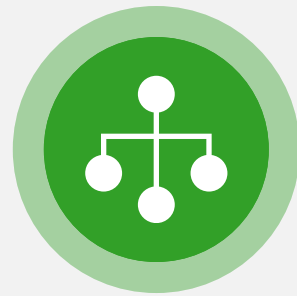
MARKTFORSCHUNG & ANALYSE



GESUNDHEITS- & MEDIZINTOURISMUS



INFRASTRUKTURENTWICKLUNG & MASTERPLÄNE



Unternehmen:

- Gründung 1998
(Spin-Off der Universität Lüneburg)
- über 2.300 Beratungsprojekte in
Deutschland und BeNeLux
- Interdisziplinäre Kompetenz

Unternehmensstandorte:

- Hamburg, München und Trier

PROJECT^M



Wir erarbeiten derzeit die Nationale Tourismusstrategie.

Ziele der Tourismuspolitik

Mit der Verabschiedung der Eckpunkte hat die Bundesregierung diese Initiative auf den Weg gebracht und den programmatischen Rahmen für die Tourismuspolitik des Bundes vorgegeben. Der Rahmen folgt drei übergeordneten politischen Zielen:

- die inländische Wertschöpfung zu erhöhen,
- die Lebensqualität der in Deutschland lebenden Menschen nachhaltig zu heben und
- zu internationaler Stabilität beizutragen.

Tourismus im Einklang mit Natur und Kultur

Aktionsplan zum Tourismus in Deutschland

Wirtschaftsfaktor & Entwicklungsmotor Tourismus

Die touristische Nachfrage sorgt für fast drei Millionen Arbeitsplätze - was einem Anteil von 6,8 Prozent an der inländischen Gesamtbeschäftigung entspricht. Die Bruttowertschöpfung (*) liegt bei über 105 Milliarden Euro und damit 3,9 Prozent der gesamten Bruttowertschöpfung in Deutschland.

() Gesamtwert aller erzeugten Waren und Dienstleistungen abzüglich des Wertes aller Vorleistungen, zum Beispiel Wäscherei in der Hotellerie oder Lebensmittel in der Gastronomie.*

Wir leiten das Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes.



Digitalisierung

Neue Technologien und sich verändernde Geschäftsmodelle. Die fortschreitende Digitalisierung ist für den Tourismus von großer Bedeutung.



Internationalisierung

Tourismus ist grenzenlos. Internationale Gäste fördern und fordern den Tourismus in Deutschland.



Tourismus für lebenswerte Regionen

Tourismus als regionaler Entwicklungsmotor. Nicht nur in ländlichen Räumen kann der Tourismus einen wichtigen Beitrag zur Daseinsvorsorge leisten.

Leitplanken der Tourismusedwicklung in Deutschland werden durch uns moderiert, fachlich mit gestaltet und im intensiven Dialog weiterentwickelt.

- ➔ **Schleswig-Holstein** // Tourismusstrategie
Evaluierung und Weiterentwicklung 2019
- ➔ **Mecklenburg-Vorpommern**
*Organisationsentwicklung TMV,
Optimierung System Tourismus & Regionen*
- ➔ **Brandenburg**
*Gutachten Organisationsentwicklung
Leitfaden Gesundheitstourismus*
- ➔ **Freie Hansestadt Bremen**
Tourismusstrategie 2018
- ➔ **Hessen**
*Tourismuspolitischer Handlungsrahmen 2020
strategischer Marketingplan 2020-2024*
- ➔ **Rheinland-Pfalz**
*Handlungshilfe Tourismusfinanzierung
Tourismusstrategie 2016
Organisationsgutachten System Tourismus 2019*
- ➔ **Bayern**
Gesundes Bayern – Marke & Qualifizierung seit 2016





Dipl.-Ing.
Peter C. Kowalsky
Senior Consultant
Projektleitung

Schwerpunkte:

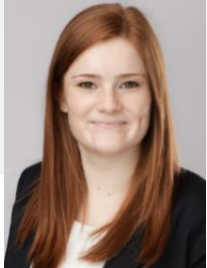
- Destinationsentwicklung
- Städte- und Kulturtourismus
- MICE-Tourismus
- Stadt- & Tourismusmarketing
- Prozess- und Change Management



Dipl.-Kfm.
Cornelius Obier
Geschäftsführender Gesellschafter
Impulse / Organisationsentwicklung

Schwerpunkte:

- Organisation & Management
- Strategien & Konzepte
- Infrastruktur & Anlagen
- Gesundheitstourismus
- Weintourismus



M.A.
Svenja Berkhoff
Junior Consultant

Schwerpunkte:

- Marktanalysen
- Umsetzungsmonitoring & Wirkungsbilanzen
- Destinationsmanagement / -entwicklung für Städte und Regionen



M.Sc.
Nadja Schweiggart
Junior Consultant

Schwerpunkte:

- Marketinganalysen
- Wirkungsmessung
- Marketingstrategien
- Destinationsmanagement und -entwicklung für Städte und Regionen



M.Sc.
Maik Zießnitz
Consultant

Schwerpunkte:

- Destinationsentwicklung
- Benchmarking
- Städte- und Kulturtourismus
- MICE-Tourismus
- Stadt- & Tourismusmarketing



1 Begrüßung & Einführung

2 Zielsetzung & Prozessstruktur

3 Blitzlicht: „Erwartungen für den Tourismus in Sachsen-Anhalt 2027“

4 FaktenCheck: Tourismusentwicklung im Wettbewerbsvergleich

5 PerformanceCheck: Marktbearbeitung im Wettbewerbsvergleich

6 Ausblick & kommende Schritte



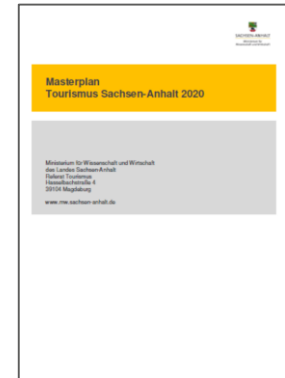
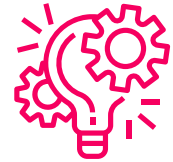
2

Zielsetzung & Prozessstruktur

Evaluierung & Fortschreibung des Masterplans als Teil eines zielorientierten, auf Langfristigkeit und Nachhaltigkeit angelegten Kollaborationsprozesses.

- Umfassende Bestandsaufnahme des Umsetzungsstandes und Bewertung der erreichten Ergebnisse der Strategie
- Klare **Handlungsempfehlungen** unter Berücksichtigung neuer **Trends** und **zentraler Erfolgsfaktoren** der Marktbearbeitung
- Erarbeitung eines abgestimmten Leitfadens für die **gemeinsame Schwerpunktsetzung** in der Tourismusentwicklung 2027
- **Empfehlungen** im Hinblick auf passende **Nachjustierung** und **Weiterentwicklung** der Strategie **mit klaren Kernbotschaften**

→ systematische Einbeziehung der Expertise der **Tourismuswirtschaft** durch zielgerichtetes **Beteiligungsverfahren** und fokussierte **Aktivierung**



Die Entwicklung des Masterplans Tourismus 2027 für Sachsen-Anhalt erfolgt in drei aufeinander aufbauenden Leistungsphasen.

Analyse

(Q1 2020 – Q2 2020)



Auftaktgespräch (19.11.2019)
Treff Staatssekretär (13.01.2020)

- FaktenCheck
- PerformanceCheck



Fachbeirat #1 (21.01.2020)
Lenkungskreis #1 (19.02.2020)

- Experten/TrendCheck
Leistungsanbieter-Befragung
- Organisationen/KompetenzCheck
- ExpertenTiefeninterviews



Workshop #1 Daten & Fakten
Workshop #2 Positionierung



Workshop #3 Querschnittsthemen
Workshop #4 Organisation

Konzeption

(Q2 – Q3 2020)



Fachbeirat #2 (Zwischenbericht)
Lenkungskreis #2

- Erarbeitung Leitziele &
Positionierung



Workshop #5 Handlungsfeld
Workshop #6 Handlungsfeld



Workshop #7 Handlungsfeld
Workshop #8 Handlungsfeld

- Erstellung Handlungsleitfaden

Umsetzungsplanung

(Q3 – Q4 2020)



Fachbeirat #3 (Finalisierung)
Lenkungskreis #3

- Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027 - Evaluierungs- und Prozessdokumentation
- Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027



Umsetzungsauftakt –
Abschlusspräsentation
(November 2020)



Gleich zu Beginn erfolgt eine umfassende Online-Befragung zur Einbindung der Tourismuswirtschaft!

Zielsetzung Experten/TrendCheck:

„Überprüfung der Effektivität und des Wirkungsgrads der Aufgaben und Maßnahmen sowie neuen Herausforderungen aus Sicht der Leistungsträger und Tourismuspartner“

- **Methode: schriftliche Online-Befragung auf Basis eines strukturierten Fragebogens**
- **Teilnehmende sind ca. 500 ausgewählte Akteure aus...**
 - ... **touristischen Strukturen / Anbietern aller Ebenen:** Landesebene, Destinationsebene, Stadt-/ Ortsebene
 - ...den **tourismunahen Bereichen** wie Citymanagement / Einzelhandel, Regionalentwicklung, IHK, DeHoGa, Wirtschaftsförderung, Schutzgebiete, Politik, Verwaltung und weitere Verbände



Inhalte der Online-Experten-Befragung fokussieren sowohl die Evaluierung als auch insb. den Weiterentwicklungsbedarf!



Schwerpunkte Experten/TrendCheck

- Bewertung des Masterplanes 2020 insgesamt
- Bewertung der Zielerreichung und der Umsetzung
- Einschätzung der ausgelösten Effekte und Wirkungen sowie
- Erhebung des Weiterentwicklungsbedarfs

Ziele?

Mobilität

Fachkräfte

Nachhaltigkeit

Digitale Infrastruktur

Digitaler Kompetenzausbau

Datenmanagement und -aufbereitung

Entwicklung ländlicher Raum

→ Das Einladungsmanagement erfolgt durch das
Ministerium für Wirtschaft, Wissenschaft & Digitalisierung

- Direkter Mailversand an die Tourismuswirtschaft
- Bitte um Weiterleitung / Aufruf durch den Fachbeirat
- Einbindung des Links auf
www.tourismusnetzwerk-sachsen-anhalt.de

Der anschließende Kompetenz-Check soll einen Aufschluss zur Wettbewerbsfähigkeit der Landesmarketingorganisation sowie der regionalen DMO geben.

Erfassung der Organisationsstrukturen in Sachsen-Anhalt

- Methode: schriftliche **Online-Befragung**
- Befragte: Landesebene (IMG) und regionale DMO
- Befragungszeitraum: Februar 2020
- **Inhaltliche Schwerpunkte** der Befragung:
 - Organisationsstrukturen und Kooperationen
 - Personalausstattung und Aufgabenschwerpunkte
 - Finanzierungsstrukturen
 - Digitalisierungskompetenz / digitale Reife
 - Managementstrukturen und Zusammenarbeitsprozesse



Über ExpertenTiefeninterviews zum Abschluss der Analysephase werden die Analyseergebnisse mit ausgewählten Stakeholdern noch mal vertieft.

Experten-Interviews zur Vertiefung & Validierung der Erkenntnisse der Analysephase

(FaktenCheck, PerformanceCheck, ExpertenTrendCheck, KompetenzCheck)

Gesprächsleitfaden zu:

- Treiber und Bremser der Tourismusedwicklung
- Zielstellung & Positionierung des Masterplans 2020 / Weiterentwicklungsbedarf 2027
- Wichtige Handlungsfelder & Maßnahmenswerpunkte 2027
- Bewertung Organisations- & Zusammenarbeitsstrukturen
- Aufgaben und Aufgabenverteilung im Land (Qualität/Kompetenz, Mitwirkungsmöglichkeit Finanzierung)

→ Die Gespräche werden an 2 Tagen vor Ort im März stattfinden und sind auf ca. 60 Min. konzipiert!

ExpertInnen

(Vorauswahl / Diskussionsgrundlage)

Hotel zur Post, Salzwedel

Ferienpark Plötzky, Plötzky

Kiebitzberg GmbH & Co. KG, Havelberg

Wernigerode Tourismus GmbH

AugustusTours e.K., Dresden

Saale-Unstrut-Tourismus e.V.

Vereinigte Domstifter zu Merseburg und Naumburg und des Kollegiatstifts Zeitz

ADFC Sachsen-Anhalt e. V.,

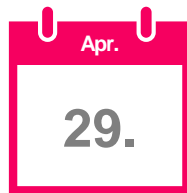
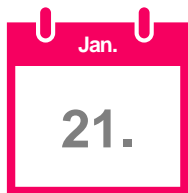
Naturpark Dübener Heide e. V.



Über den gesamten Prozess erfolgt die kritische Reflektion & Vertiefung der (Zwischen)Ergebnisse mit einem begleitenden Fachbeirat.

Fachbeirat:

- kritische Reflektion und Vertiefung der Ergebnisse aus Analyse und Befragung
- beratende Mitstreiter bei der Weiterentwicklung und Schlüsselakteure bei der Umsetzung von Strategie- und Handlungsfeldern
- Multiplikatoren, Botschafter und Impulsgeber für den Tourismus



Mitglieder des Fachbeirates Tourismus Sachsen-Anhalt

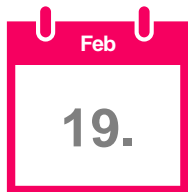
Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027

- Ministerium für Wirtschaft, Wissenschaft und Digitalisierung des Landes Sachsen-Anhalt (MW) Tourismusreferat (RL 34)
- Staatskanzlei und Ministerium für Kultur des Landes Sachsen-Anhalt (STK)
- Ministerium für Landesentwicklung und Verkehr des Landes Sachsen-Anhalt (MLV)
- Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft und Energie des Landes Sachsen-Anhalt (MULE)
- Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH (IMG)
- Industrie- und Handelskammer Magdeburg
- Industrie- und Handelskammer Halle-Dessau
- Landestourismusverband Sachsen-Anhalt e. V. (LTV)
- Altmärkischer Regionalmarketing- und Tourismusverband (ART)
- Magdeburger Tourismusverband Elbe-Börde-Heide e. V.
- WelterbeRegion Anhalt-Dessau-Wittenberg e. V.
- Harzer Tourismusverband e. V.
- Saale-Unstrut-Tourismus e. V.
- Verband der Camping- und Freizeitwirtschaft Sachsen-Anhalt e.V.
- Heilbäder- und Kurorteverband Sachsen-Anhalt e. V. c/o SOLEPARK Schönebeck / Bad Salzelmen
- DEHOGA Sachsen-Anhalt e. V.
- Blaues Band e. V. c/o FörderService GmbH der Investitionsbank Sachsen-Anhalt
- Gartenträume – Historische Parks in Sachsen-Anhalt e. V.
- Kulturstiftung Sachsen-Anhalt
- Museumsverband Sachsen-Anhalt e. V.
- Magdeburg Marketing Kongress und Tourismus GmbH
- Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH
- Stadtmarketinggesellschaft Dessau-Roßlau mbH
- Beauftragter der Landesregierung für die Belange der Menschen mit Behinderungen
- Nahverkehrsservice Sachsen-Anhalt GmbH (NASA GmbH)

Zudem werden die Tourismuspolitische Sprecher unter der Leitung des Staatssekretärs in die Evaluation und Fortschreibung eingebunden.

Lenkungskreis:

- kritische Reflektion und Bewertung der Ergebnisse der Analyse
- Schlüsselakteure bei der Umsetzung von Strategie-, Handlungsfeldern und Leitprojekten
- Multiplikatoren, Botschafter und Impulsgeber der Tourismusstrategie



Mitglieder / Institutionen

Ministerium für Wirtschaft, Wissenschaft & Digitalisierung
[Staatssekretär & Referatsleitung]

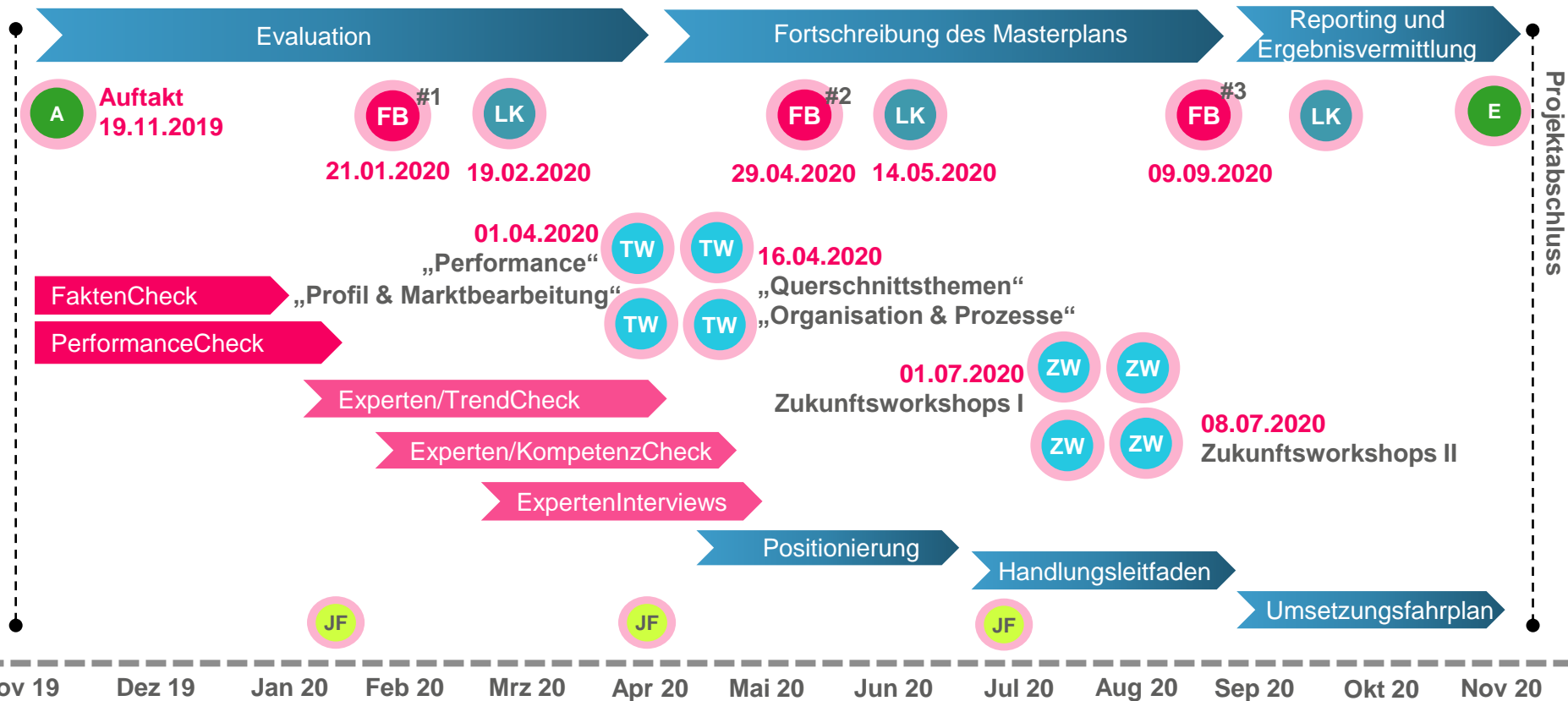
Investitions- & Marketinggesellschaft (IMG)
[Geschäftsführung]

IHK Magdeburg & IHK Halle-Dessau
[Hauptgeschäftsführer]

DEHOGA Sachsen-Anhalt
[Präsident]

Tourismuspolitische Sprecher der Koalitionsfraktionen

Zeitplan Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027



- Legende
- Auftakt / Abschluss
 - Fachbeirat
 - Lenkungskreis
 - Tourismus-/Zukunfts-Werkstatt
 - Jour fixe

- [Weihnachtsferien 2019](#) Mo 23.12. - Sa 04.01.
- [Winterferien 2020](#) Mo 10.02. - Fr 14.02.
- [Osterferien 2020](#) Mo 06.04. - Sa 11.04.
- [Pfingstferien 2020](#) Mo 18.05. - Sa 30.05.
- [Sommerferien 2020](#) Do 16.07. - Mi 26.08.
- [Herbstferien 2020](#) Mo 19.10. - Sa 24.10.

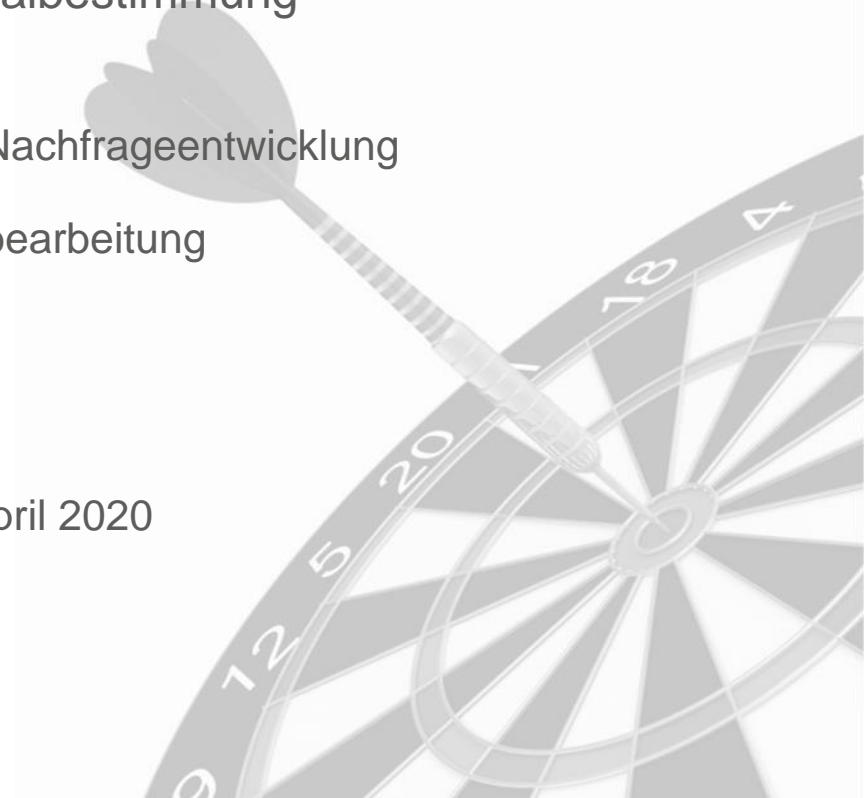


Haben Sie Fragen oder Anmerkungen zum Prozess?



Zielsetzung der heutigen Sitzung

- ➔ Vorstellung des Prozesses, der Beteiligungsebenen sowie Meilensteine
- ➔ kritische Reflektion der Positions- & Potenzialbestimmung des Tourismus in Sachsen-Anhalt
 - Gemeinsame Bewertung der Angebots- und Nachfrageentwicklung
 - Gemeinsame Reflektion von Profil und Marktbearbeitung
- ➔ Ausblick und Vorbereitung nächste Schritte
 - Vorbereitung der Leistungsanbieterbefragung
 - Vorbereitung der TourismusWerkstätten im April 2020





SACHSEN-ANHALT

3

Blitzlicht: „Meine Erwartungen für den Tourismus in Sachsen-Anhalt 2027“



Blitzlicht: 30 Sekunden – bitte schreiben Sie Ihre Erwartungshaltung als Stichwort auf eine Moderationskarte.



„Was ist Ihre Erwartungshaltung / Zielstellung für den Tourismus in Sachsen-Anhalt im Jahr 2027“



Maik Zießnitz
Consultant

Peter C. Kowalsky
Senior Consultant

PROJECT 

PROJECT 

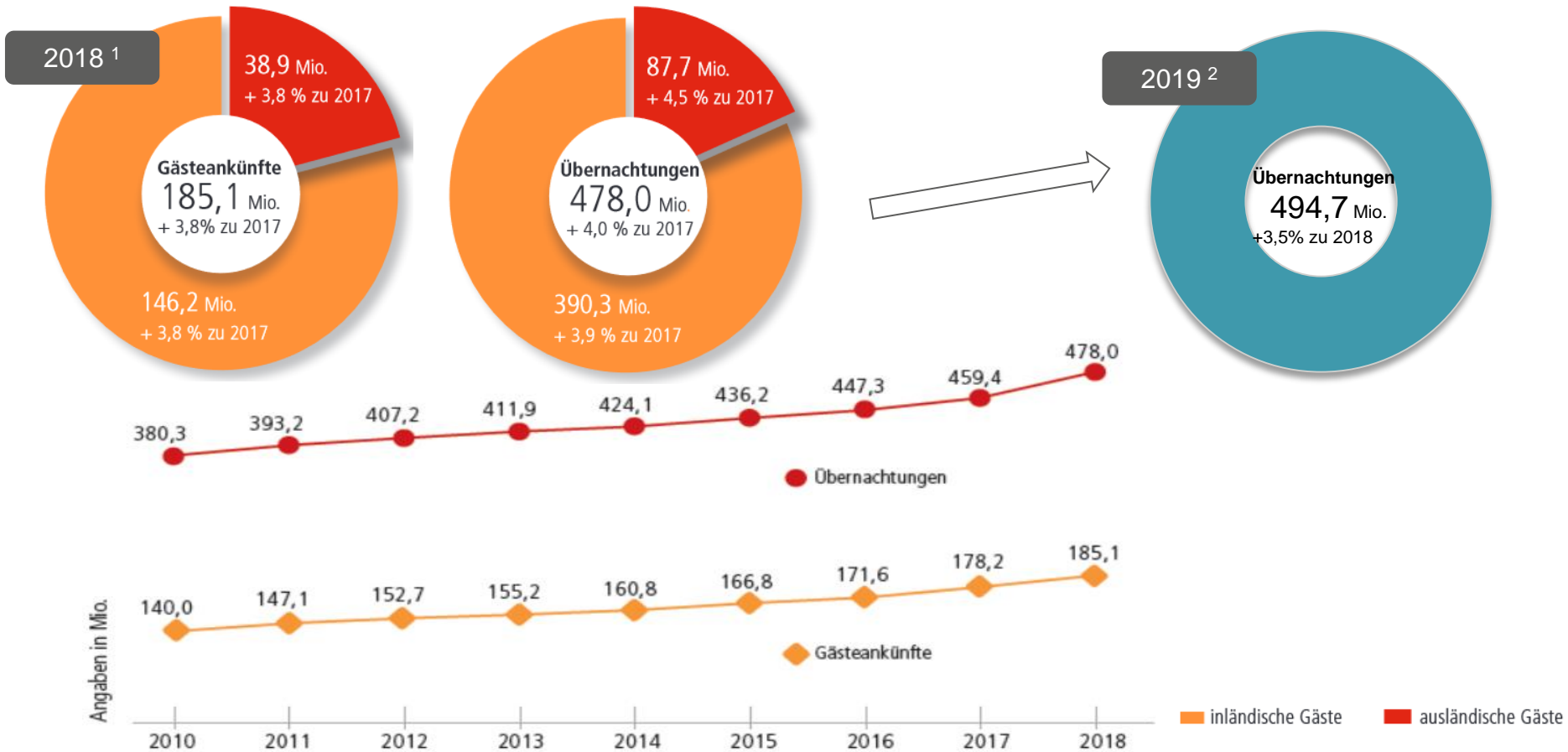


4

FaktenCheck: Tourismusentwicklung im Wettbewerbsvergleich



Tourismusentwicklung in Deutschland ist im Kontext des 10. Rekordjahres in Folge mit mehr Gästen aus dem Inland und Ausland zu bewerten.



Quelle: ¹ Jahresbericht der DTV (2019); ² Pressemitteilung DTV vom 13.01.2020 „Deutschlandtourismus verzeichnet zehntes Rekordjahr in Folge“
Die Zahlen bis 2010 beziehen sich auf Beherbergungsbetriebe ab 9 Betten bzw. ab 3 Stellplätzen, ab 2011 auf Betriebe ab 10 Betten bzw. Stellplätzen

Deutschland belegt im Incoming-Tourismus im europäischen Vergleich Spitzenpositionen als TOP-Kulturreiseziel, Messeziel sowie beliebtestes Städtereiseziel.

Reiseland Deutschland auf...



Deutsche Metropolen besonders gefragt

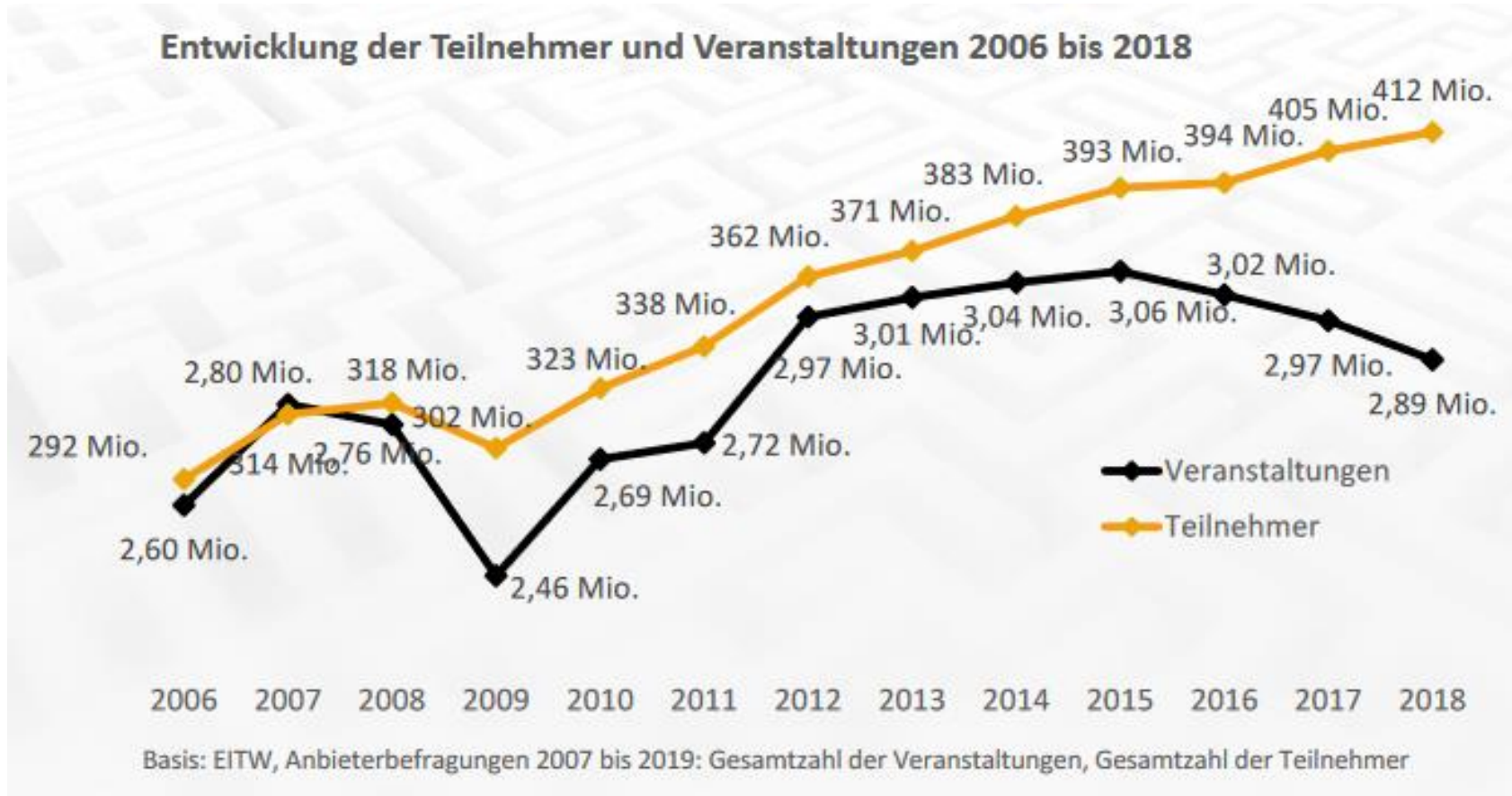


Verteilung der Ausländerübernachtungen auf Städte nach Größenklassen 2018 in Deutschland.



Quelle: Incoming 2018 Zahlen, Daten, Fakten (DZT 2019)

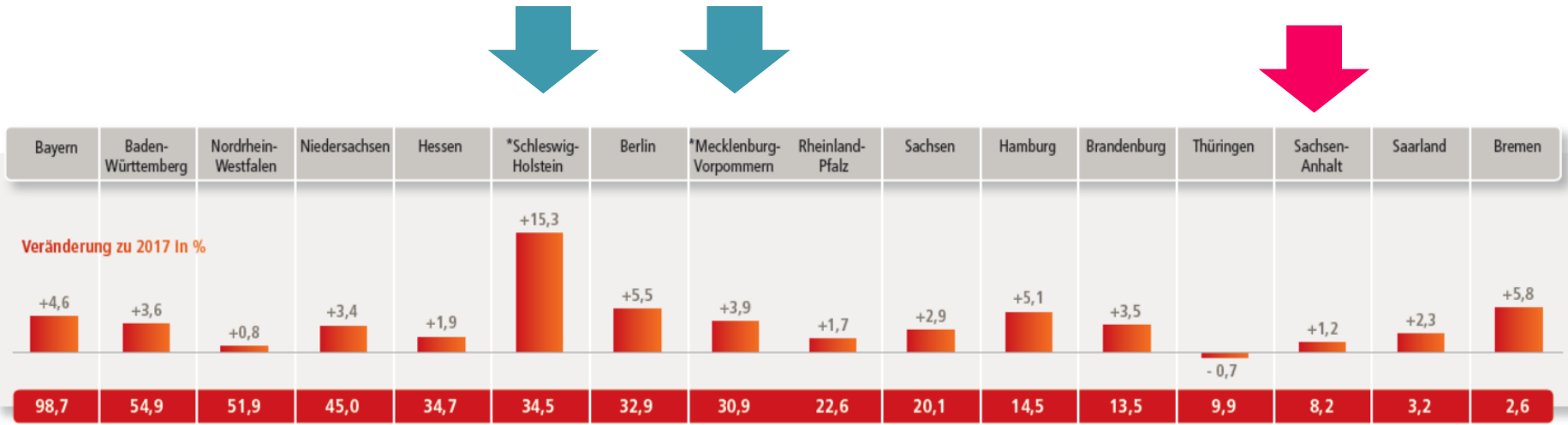
Deutschland-Trend: steigende Teilnehmerzahlen seit 2009, rückläufige Zahl der Veranstaltungen seit 2015, Veranstaltungen werden tendenziell größer.



Die mit Abstand wichtigste Veranstaltungsart in deutschen Veranstaltungsstätten stellen Kongresse, Tagungen und Seminare dar.



Bei den Zuwachsraten heißt es aber genau hinzusehen! Was sind statistische Effekte? Was sind kapazitätsbedingte Steigerungen? Was bringt Profil?



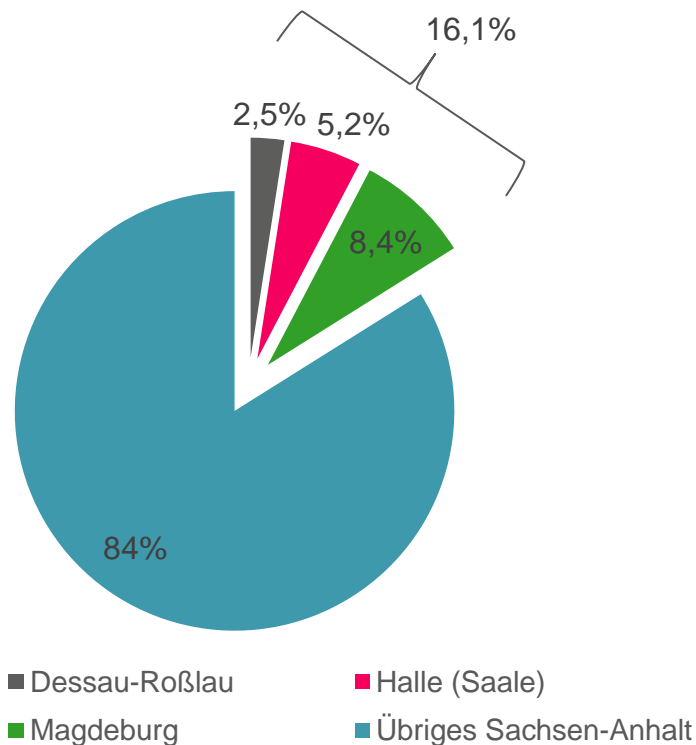
Übernachtungen in Mio.

* In Folge von Berichtsreisenweiterungen in Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern sind Vorjahresvergleiche nur eingeschränkt möglich.

*
 Quelle: Jahresbericht der DTV (2019)
 Grundlage Statistisches Bundesamt, Wiesbaden 2019 ; Die Zahlen bis 2010 beziehen sich auf Beherbergungsbetriebe ab 9 Betten bzw. ab 3 Stellplätzen, ab 2011 auf Betriebe ab 10 Betten bzw. Stellplätzen

Mit 8,1 Mio. Übernachtungen in 2017 wird das Übernachtungsziel vorzeitig erreicht. Der Wachstumstreiber Städtetourismus ist vergleichsweise schwach ausgeprägt.

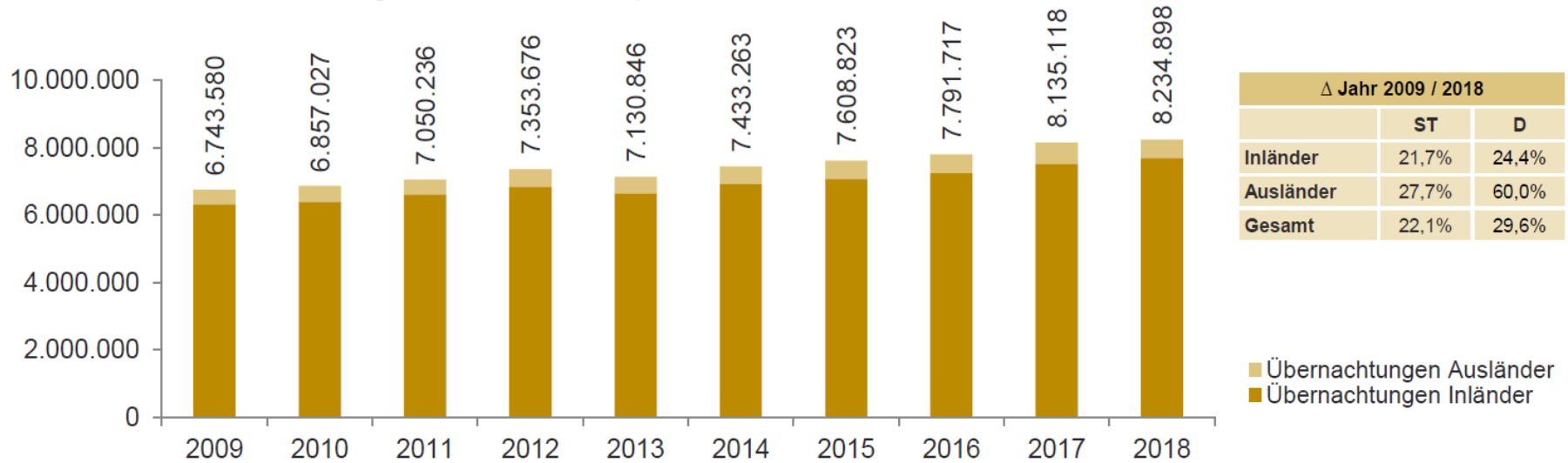
Übernachtungsanteil der Städte (2018)



	%	% kumuliert
Halle (Saale)	5,2	5,2
Magdeburg	8,4	13,6
Dessau-Roßlau	2,5	16,1
Übriges Sachsen-Anhalt, darunter:	83,9	100
• Lutherstadt Wittenberg	2,3	
• Weißenfels	0,5	
• Halberstadt	1,1	
• Stendal	0,5	

Das Incoming-Übernachtungsziel von 800 Tsd. bis zum Jahr 2020 konnte nicht erreicht werden – „Außenwahrnehmung“ & „Erreichbarkeit“ als Herausforderung.

Übernachtungen in gewerblichen Beherbergungsbetrieben in Sachsen-Anhalt nach Wohnsitz der Gäste 2009 bis 2018
(absolutes Volumen, Veränderungsrate 2009-2018 in %)



Δ Jahr 2009 / 2018		
	ST	D
Inländer	21,7%	24,4%
Ausländer	27,7%	60,0%
Gesamt	22,1%	29,6%

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
ÜN Inländer	6.307.978	6.383.263	6.594.073	6.821.977	6.626.387	6.910.757	7.057.307	7.234.814	7.499.645	7.678.823
ÜN Ausländer	435.602	473.764	456.163	531.699	504.459	522.506	551.516	556.903	635.473	556.075

Bis 2010: Beherbergungsbetriebe mit mindestens 9 Schlafgelegenheiten sowie Campingplätze mit mindestens 3 Stellplätzen.

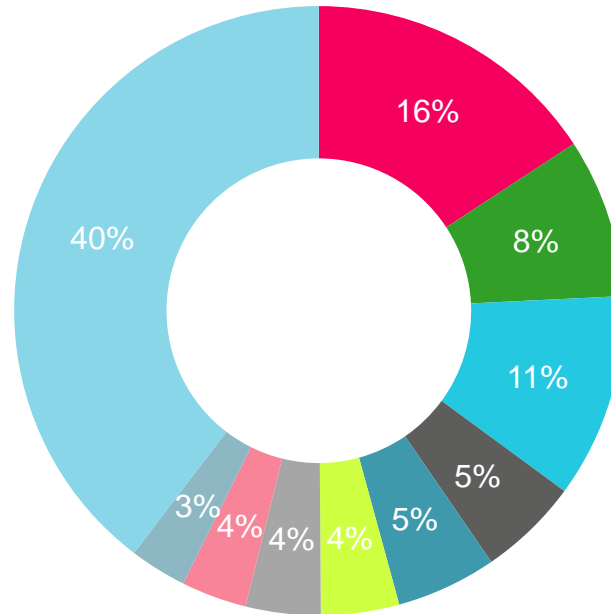
Ab 2011: Beherbergungsbetriebe mit mindestens 10 Schlafgelegenheiten sowie Campingplätze mit mindestens 10 Stellplätzen. Quelle: Stat. Bundesamt 2010-2019

/// IMG Sachsen-Anhalt mbH /// 15.11.2019

35% der ausländischen Gästeübernachtungen resultieren aus den Ländern Niederlanden, Dänemark & Polen. Europäische Märkte bilden den Schwerpunkt.

Ausländische Übernachtungen in Sachsen-Anhalt 2018 nach Herkunftsländern¹

■ Niederlande	87.717
■ Dänemark	47.034
■ Polen	60.328
■ Schweiz	29.690
■ Österreich	29.622
■ Vereinigtes Königreich	23.063
■ USA	22.113
■ Schweden	19.330
■ Tschechische Republik	16.835
■ Sonstige	220.343



A-Märkte

(Schwerpunktmärkte; Indikatoren: Themenrelevanz & QM mit den meisten Übernachtungen)

- Niederlande
- Dänemark
- Schweden
- Nordamerika
- Österreich
- Schweiz

Marktbearbeitung in Kooperation mit der DZT, PR-Agenturen, Reiseveranstaltern, Botschaften, anderen Bundesländern etc.

B-Märkte & C-Märkte

(Märkte mit anlassbezogener Marktbearbeitung und Beobachtungsmärkte)

- Finnland
- Norwegen
- Israel
- China
- UK
- Italien
- Polen
- Tschechien
- Südkorea

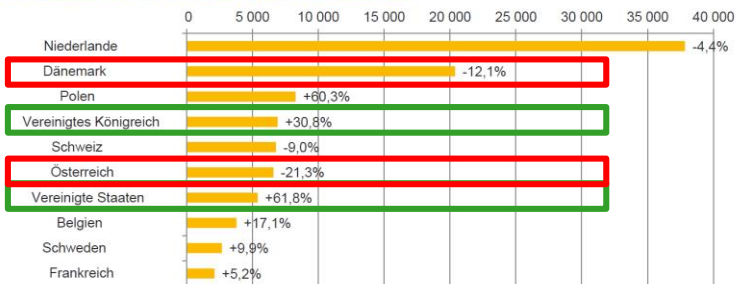
Hinweis: Beherbergungsbetriebe mit mind. 9 Betten bzw. mind. 3 Stellplätzen bis 2011, ab 2012 mit mind. 10 Betten bzw. Stellplätzen
Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt 2018

Die Incoming Quellmärkte divergieren z.T. erheblich – es braucht Anlässe!

TOP 10 DER AUSL. QM 2018 – HARZ UND HARZVORLAND



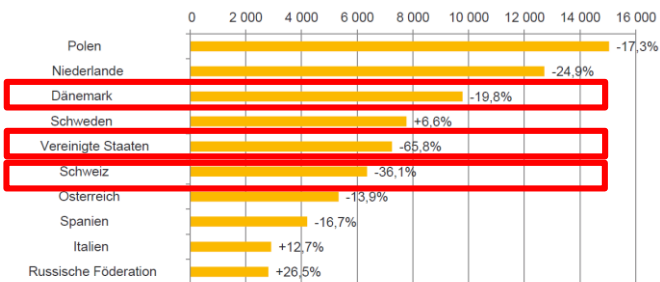
TOP 10 ausländische Quellmärkte nach Übernachtungen in gewerblichen Beherbergungsbetrieben im Harz und Harzvorland 2018 (absolutes Volumen und Veränderung zum Vorjahreszeitraum)



TOP 10 DER AUSL. QM 2018 – ANHALT-WITTENBERG



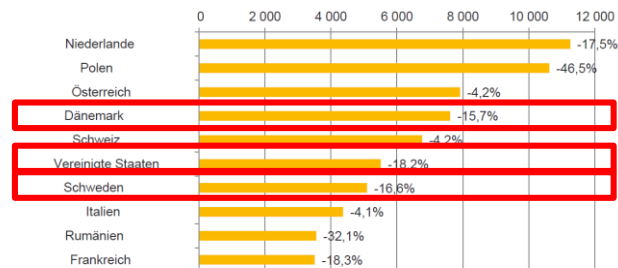
TOP 10 ausländische Quellmärkte nach Übernachtungen in gewerblichen Beherbergungsbetrieben in Anhalt-Wittenberg 2018 (absolutes Volumen und Veränderung zum Vorjahreszeitraum)



TOP 10 DER AUSL. QM 2018 – HALLE, SAALE, UNSTRUT



TOP 10 ausländische Quellmärkte nach Übernachtungen in gewerblichen Beherbergungsbetrieben in Halle, Saale, Unstrut 2018 (absolutes Volumen und Veränderung zum Vorjahreszeitraum)



TOP 10 DER AUSL. QM 2018 – MAGDEBURG, ELBE-BÖRDE-HEIDE



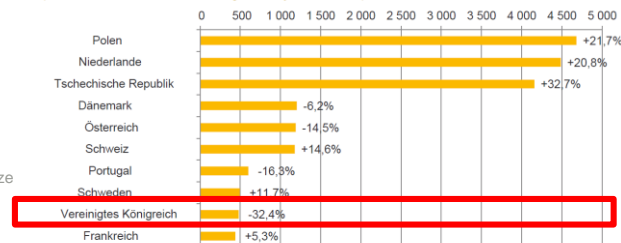
TOP 10 ausländische Quellmärkte nach Übernachtungen in gewerblichen Beherbergungsbetrieben in Magdeburg, Elbe-Börde-Heide 2018 (absolutes Volumen und Veränderung zum Vorjahreszeitraum)



TOP 10 DER AUSL. QM 2018 – ALTMARK



TOP 10 ausländische Quellmärkte nach Übernachtungen in gewerblichen Beherbergungsbetrieben in der Altmark 2018 (absolutes Volumen und Veränderung zum Vorjahreszeitraum)



Hinweis: Beherbergungsbetriebe mit mind. 9 Betten bzw. mind. 3 Stellplätzen bis 2011, ab 2012 mit mind. 10 Betten bzw. Stellplätze

Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt 2018. IMG Sachsen-Anhalt mbH /// 2019



Für den Wettbewerbsvergleich wurden ähnliche, aber differenzierungsstarke Bundesländer & Regionen mit vergleichbaren Rahmenbedingungen ausgewählt.



Kultur

- „UNESCO-Welterbe“
- „Bauhaus & Luther“

Aktiv & Natur

- „Harz & Elberadweg“



Naturerlebnis

- „Wein & Apfelwein“
- „Wald & Märchen“

Stadterlebnis

- „Frankfurt, Kassel, Wiesbaden“

Wellness

- „Kurorte“



Kultur & Geschichte

- „Bauhaus & Luther“
- „Goethe“

Natur & Aktiv

- „Thüringer Wald“

Gesundheit & Wellness

- „Kurorte“



Quelle: Wirtschaftsfaktor Tourismus in Sachsen-Anhalt 2016; www.hessen-tourismus.de / www.instagram.com/hessentourismus; www.thueringen-entdecken.de / www.instagram.com/thueringen_entdecken.de

In Bezug auf die absoluten Zahlen, Betriebe, Betriebsgröße und verfügbaren Betten liegt das Bundesland Sachsen-Anhalt deutlich hinter den Vergleichsländern.



Sachsen-Anhalt



Thüringen



Hessen

BEZEICHNUNG

ANKÜNFTE & ÜBERNACHTUNGEN



Ankünfte ⁱ

Ankünfte zum Vorjahr ⁱ



Übernachtungen ⁱ

Übernachtungen zum Vorjahr ⁱ

Aufenthaltsdauer ⁱ

Tourismusintensität ⁱ

BETRIEBE & BETTEN



Anzahl Betriebe ⁱ

Anzahl Betten ⁱ



Betriebsgröße ⁱ

Bettenauslastung ⁱ

BEZEICHNUNG	WERT 2018	WERT 2017	RANG VON 13 BUNDESLÄNDERN	WERT 2018	WERT 2018
ANKÜNFTE & ÜBERNACHTUNGEN					
Ankünfte ⁱ	3.432.686	3.383.962	12	3.841.966	15.607.072
Ankünfte zum Vorjahr ⁱ	↑+1,4%	↑+5,3%	11	↓-0,8%	↑+2,3%
Übernachtungen ⁱ	8.234.898	8.135.118	12	9.858.439	34.740.683
Übernachtungen zum Vorjahr ⁱ	↑+1,2%	↑+4,4%	11	↓-0,7%	↑+1,9%
Aufenthaltsdauer ⁱ	2,4 Tage	2,4 Tage	11	2,6 Tage	2,2 Tage
Tourismusintensität ⁱ	3.704	3.638	11	4.583	5.565
BETRIEBE & BETTEN					
Anzahl Betriebe ⁱ	1.135	1.154	12	1.287	3.446
Anzahl Betten ⁱ	75.814	75.375	12	107.493	262.735
Betriebsgröße ⁱ	67	65	11	84	76
Bettenauslastung ⁱ	33%	32%	12	35%	39%



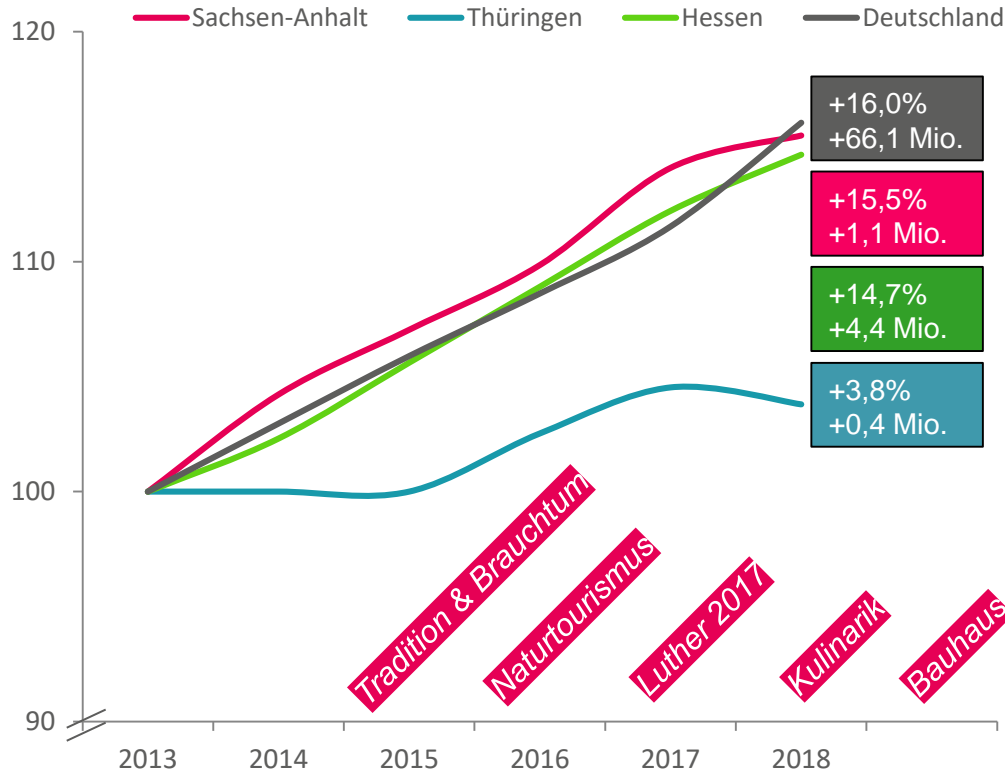
Mittelwert aller Flächenbundesländer beim Übernachtungswachstum 2017/2018

Quelle: Destination Quality (2019), PROJECT M



Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027 | © PROJECT M 2020

Das Übernachtungswachstum zeigt im Vergleich eine positive Entwicklung von Sachsen-Anhalt ggü. Thüringen. Hessens Wachstumsmotor sind Frankfurt und Kassel.



2013 – 2018 (Index 2013=100)

	2013	2018	Δ absolut	CAGR*
Sachsen-Anhalt	7,1 Mio.	8,2 Mio.	+1,1 Mio.	+2,9%
Thüringen	9,5 Mio.	9,9 Mio.	+0,4 Mio.	+0,7%
Hessen	30,3 Mio.	34,7 Mio.	+4,4 Mio.	+2,8%
Deutschland	411,9 Mio.	478 Mio.	+66,1 Mio.	+3,0%

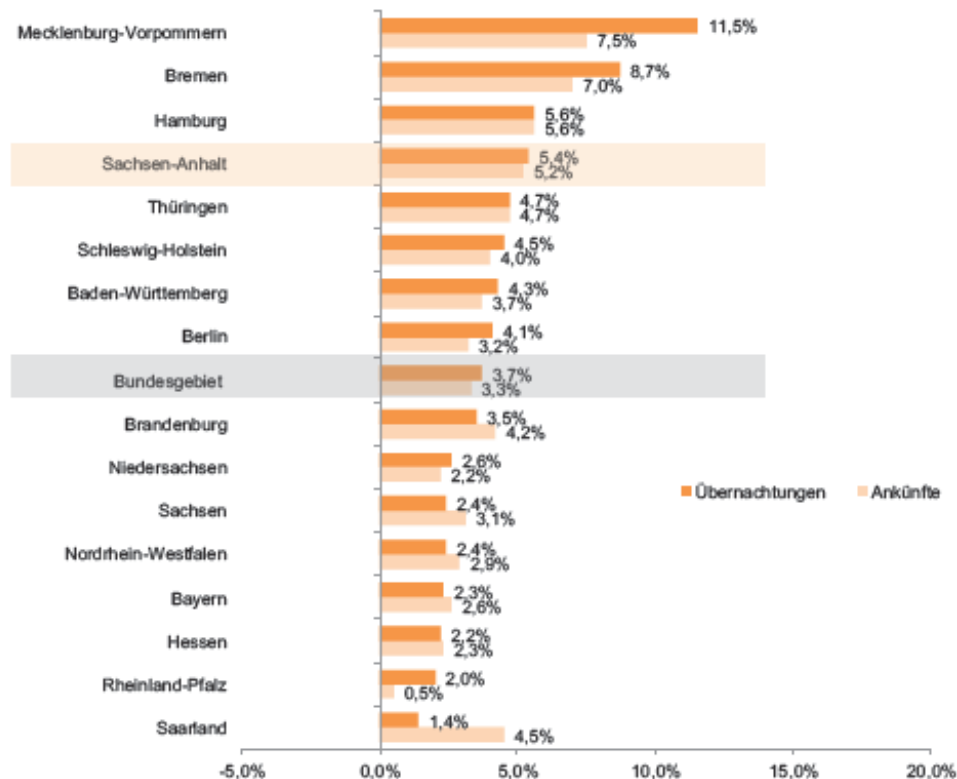
Themenjahre der DZT
Deutsche Zentrale für Tourismus

Hinweis: Beherbergungsbetriebe mit mind. 9 Betten bzw. mind. 3 3telplätzen bis 2011, ab 12 mit mind. 10 Betten bzw. Stellplätzen, RLP ohne Privatquartiere & gewerbliche Kleinbetriebe in ausgewählten Gemeinden; *CAGR = durchschnittliche jährliche Wachstumsrate / Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt 2019; Thüringer Landesamt für Statistik; Hessisches Statistisches Landesamt .



Auch 2019 zeigen Bauhaus-Jubiläum und das Themenjahr Wirkung und führen zu deutlichen Zuwächsen bei Ankünften / Übernachtungen von Januar – August 2019.

Übernachtungen und Ankünfte in Betrieben ≥ 10 Betten inkl. Camping Januar bis August 2019 (Veränderung zum Vorjahr in %)



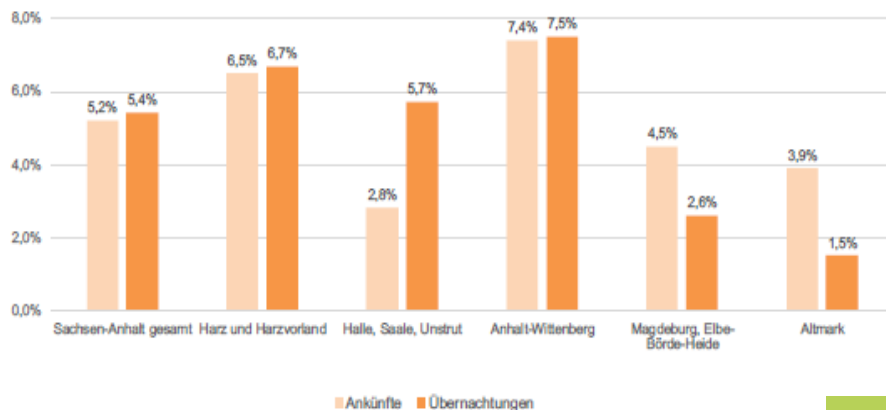
Quelle: Statistisches Bundesamt (Destatis), 2019



Die Region Harz / Harzvorland ist hinsichtlich Übernachtungen und Ankünften weiterhin auf dem Vormarsch und die stärkste Tourismusregion!

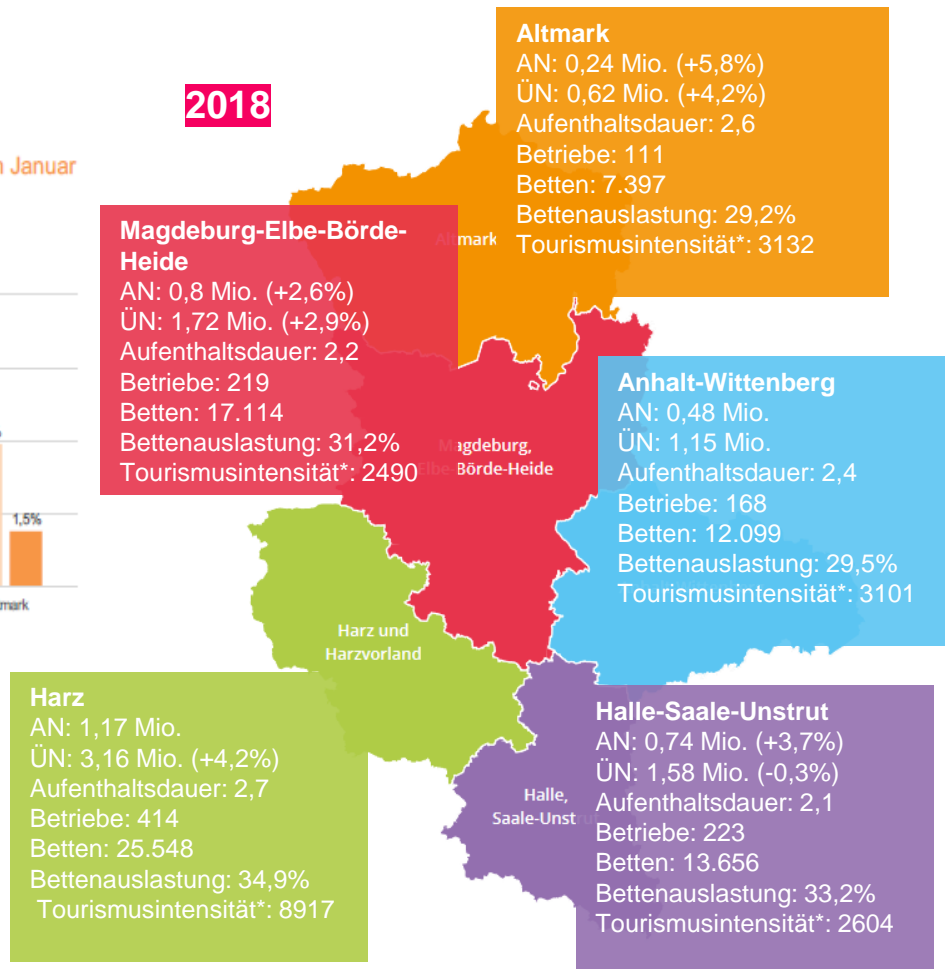
Januar – August 2019

Übernachtungen und Ankünfte in Betrieben ≥ 10 Betten inkl. Camping nach Regionen im Januar bis August 2019 (Veränderung zum Vorjahr in %)



Quelle: Statistisches Bundesamt (Destatis), 2019

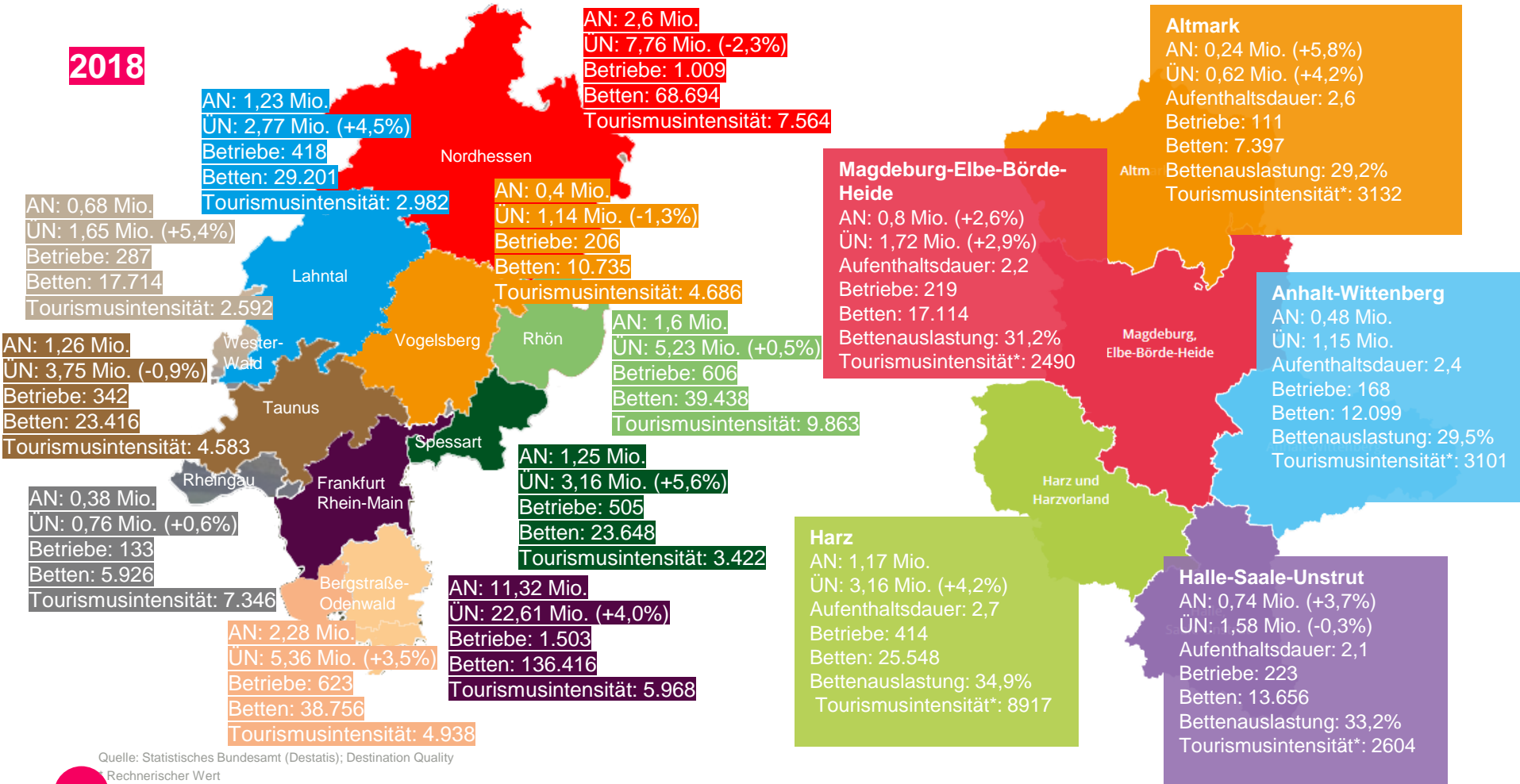
2018



Quelle: Statistisches Bundesamt (Destatis); Destination Quality; Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt
* Rechnerischer Wert

Sachsen-Anhalts Regionen im Vergleich mit den Regionen Hessens

2018



Quelle: Statistisches Bundesamt (Destatis); Destination Quality
Rechnerischer Wert



Sachsen-Anhalts Regionen im Vergleich mit den Regionen Thüringens

2018

AN: 0,19 Mio.
ÜN: 0,56 Mio.
Betriebe: 76
Betten: 4.390
Tourismusintensität: 6.579

AN: 0,27 Mio.
ÜN: 0,79 Mio. (-0,1%)
Betriebe: 86
Betten: 4.747
Tourismusintensität: 3.469

Magdeburg-Elbe-Börde-Heide
AN: 0,8 Mio. (+2,6%)
ÜN: 1,72 Mio. (+2,9%)
Aufenthaltsdauer: 2,2
Betriebe: 219
Betten: 17.114
Bettenauslastung: 31,2%
Tourismusintensität*: 2490

Altmark
AN: 0,24 Mio. (+5,8%)
ÜN: 0,62 Mio. (+4,2%)
Aufenthaltsdauer: 2,6
Betriebe: 111
Betten: 7.397
Bettenauslastung: 29,2%
Tourismusintensität*: 3132

Anhalt-Wittenberg
AN: 0,48 Mio.
ÜN: 1,15 Mio.
Aufenthaltsdauer: 2,4
Betriebe: 168
Betten: 12.099
Bettenauslastung: 29,5%
Tourismusintensität*: 3101

AN: 0,18 Mio.
ÜN: 0,34 Mio. (-0,6%)
Betriebe: 58
Betten: 2.916
Tourismusintensität: 1.633

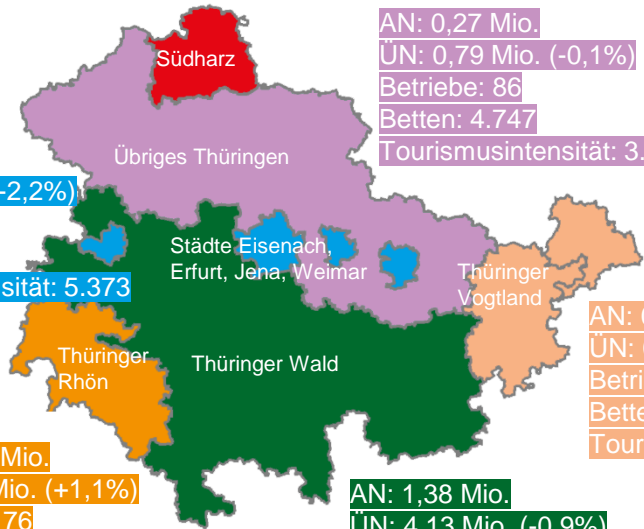
Harz
AN: 1,17 Mio.
ÜN: 3,16 Mio. (+4,2%)
Aufenthaltsdauer: 2,7
Betriebe: 414
Betten: 25.548
Bettenauslastung: 34,9%
Tourismusintensität*: 8917

Halle-Saale-Unstrut
AN: 0,74 Mio. (+3,7%)
ÜN: 1,58 Mio. (-0,3%)
Aufenthaltsdauer: 2,1
Betriebe: 223
Betten: 13.656
Bettenauslastung: 33,2%
Tourismusintensität*: 2604

AN: 0,12 Mio.
ÜN: 0,5 Mio. (+1,1%)
Betriebe: 76
Betten: 2.975
Tourismusintensität: 4.021

AN: 1,38 Mio.
ÜN: 4,13 Mio. (-0,9%)
Betriebe: 615
Betten: 39.497
Tourismusintensität: 5.659

AN: 1,31 Mio.
ÜN: 2,32 Mio. (-2,2%)
Betriebe: 170
Betten: 14.009
Tourismusintensität: 5.373



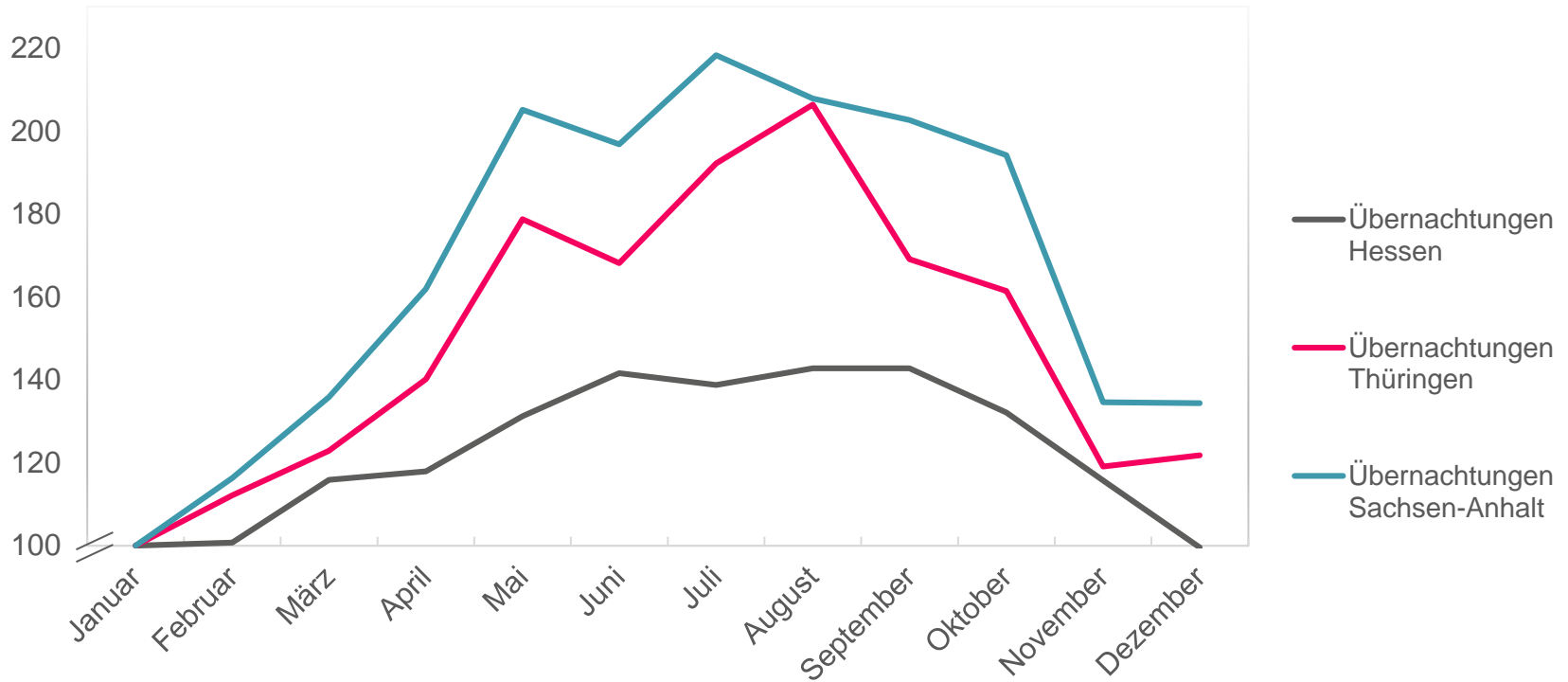
Quelle: Statistisches Bundesamt (Destatis); Destination Quality

* Rechnerischer Wert



Die ausgeprägte Saisonalität zeigt eine deutliche Wetter- und Witterungsabhängigkeit und ein hohen Fokus auf die Sommersaison.

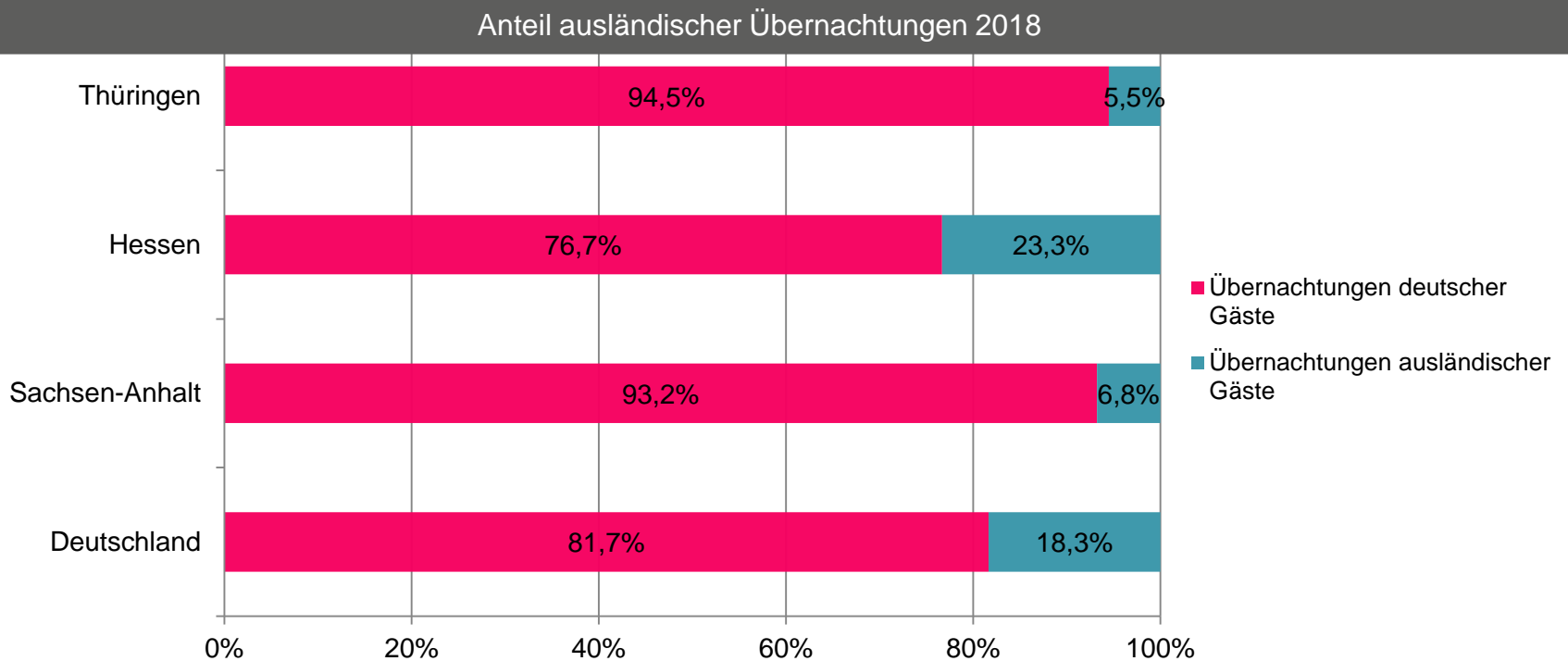
Entwicklungen der Übernachtungen nach Monaten 2018 (in Tsd.), Index = Januar 2018



Hinweis: Beherbergungsbetriebe mit mind. 10 Betten bzw. Stellplätzen (mit Camping)

Quellen: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt 2019; Thüringer Landesamt für Statistik; Hessisches Statistisches Landesamt;

Die touristische Nachfrage aus dem Inland dominiert überdurchschnittlich stark.
Das Ziel des Masterplans 2020 (10% Incoming-Übernachtungen) wurde verfehlt.



Hinweis: Beherbergungsbetriebe mit mind. 9 Betten bzw. mind. 3 Stellplätzen bis 2011, ab 2012 mit mind. 10 Betten bzw. Stellplätzen

Quellen: Statistisches Bundesamt 2019, Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt 2019

In puncto Qualitätsbewertung befindet sich Sachsen-Anhalt in den hinteren Rängen im Vergleich der Flächenbundesländer, wenngleich eine positive Entwicklung stattfindet.



**Sachsen
-Anhalt**

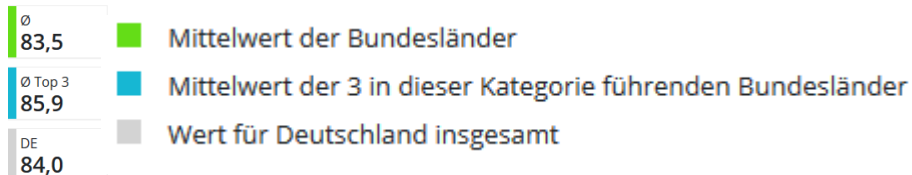


Thüringen



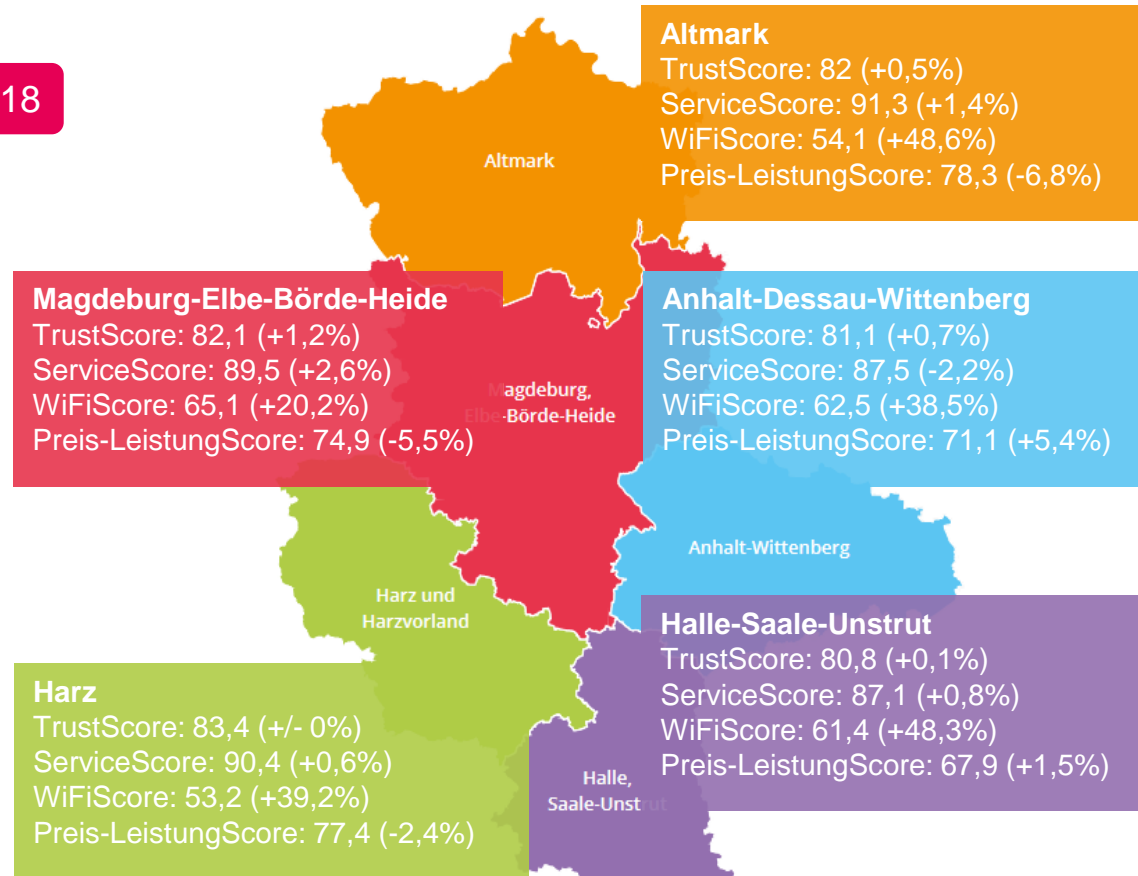
Hessen

BEZEICHNUNG	WERT 2017	WERT 2018	RANG VON 13 BUNDESLÄNDERN	WERT 2018	WERT 2018
TRUSTYOU					
TrustScore	82,4	82,5	10	83,2	80,5
ServiceScore	88,3	89	10	89,2	87
KLASSIFIZIERUNG HOTELS/HOTELS GARNI (DEUTSCHE HOTELKLASSIFIZIERUNG)					
Anteil klassifizierter Betriebe	41%	38%	9	57%	34%
Anteil klassifizierte Betriebe mit 1/2*	2%	2%	12	5%	8%
Anteil klassifizierte Betriebe mit 3*	67%	67%	3	64%	56%
Anteil klassifizierte Betriebe mit 4/5*	31%	30%	10	31%	36%



Es gibt regional nur geringe Unterschiede in der Zufriedenheit. Am geringsten wird die Beherbergungsqualität in Halle-Saale-Unstrut, am höchsten im Harz bewertet.

TrustScore 2018

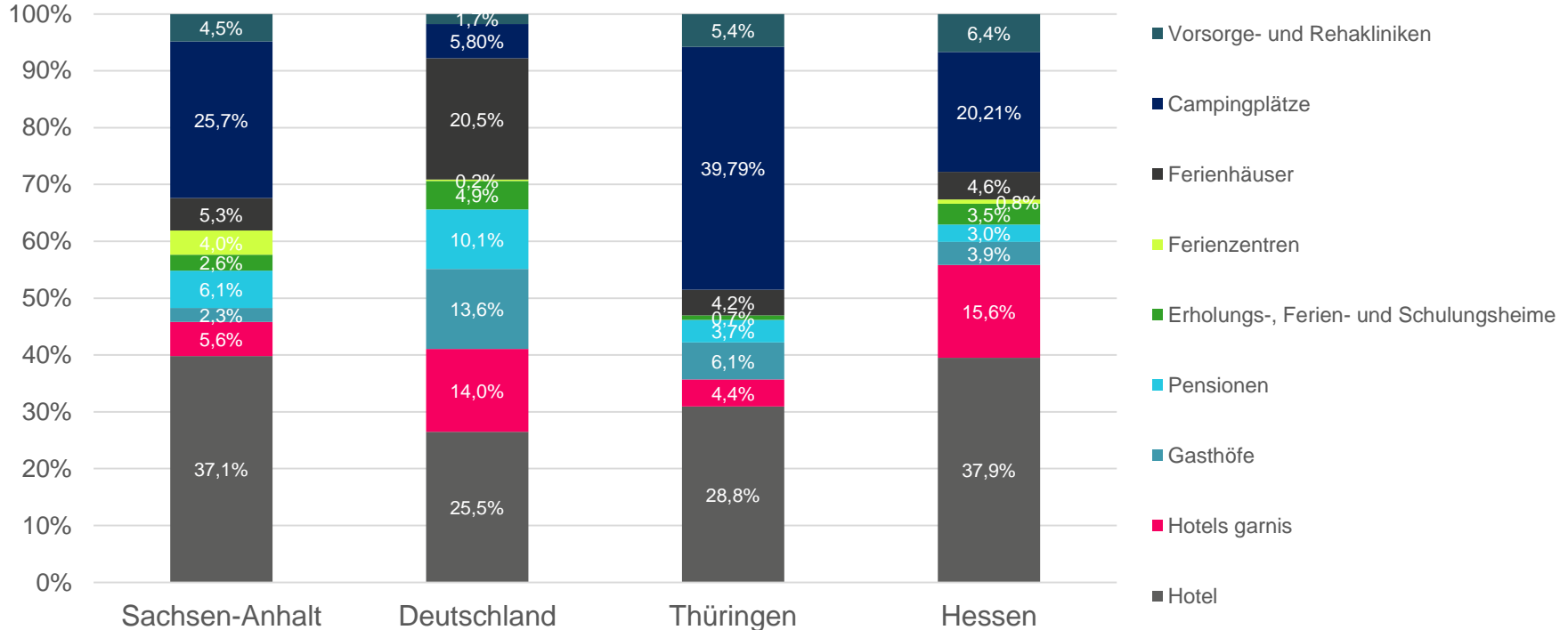


Trust You erfasst von 28.000 Betrieben in Deutschland die verifizierten Bewertungen von Gästen über Buchungsportale wie [HRS](#), [Booking](#), [Tripadvisor](#), [Expedia](#) etc. Erfasst werden Betriebe mit mind. 3 verschiedenen Quellen, im Durchschnitt sind es zwischen 4 und 5. / Quelle: PROJECT M GmbH 2019



Die Hotellerie macht den größten Anteil an der Bettenzahl aus! Durch eine Diversifizierung im gehobenen Segment ist dieser Wert zu halten.

Angebot an Betten in Sachsen-Anhalt und Deutschland nach Betriebsarten*



Hinweis: *Einschließlich Camping- und Reisemobilplätze, ohne Privatquartiere und Kleinbetriebe. Bei Camping- und Reisemobilplätzen wird eine Kapazität von vier Schlafgelegenheiten je Stellplatz angenommen – Diese Annahme kann bei entsprechender Hochrechnung der Kapazitäten zu einer fälschlichen Höherbewertung der Bedeutung des Campingbereichs führen. / Quelle: DESTATIS; Statistisches Bundesamt 2018



Zwischenfazit zum FaktenCheck

- Mit einem Plus von **1,37 Mio. (1,1 Mio. in 2017)** konnte das **Wachstumsziel durch passende Jahresthemen und einen zusätzlichen Kapazitätsausbau erreicht werden.**
- Die Region **Harz / Harzvorland** ist Spitzenreiter bei **Übernachtungen, Ankünften** sowie **Aufenthaltsdauer**. Auch 2019 werden hier mit Anhalt-Dessau-Wittenberg (Bauhaus-Effekt) die größten Wachstumszahlen erreicht.
- **Die großen Städte** Halle, Magdeburg und Dessau-Roßlau haben im Vergleich zu Wettbewerbern **nur einen kleinen Wachstumsfaktor.**
- Das **Ziel von 10% Incoming Anteil / 800 Tsd. wurde nicht erreicht.** Die Lage in der Bundesrepublik, fehlende Fluganbindungen sowie das schwächer ausgeprägte MICE Segment sind hier anzuführen.
- Die meisten **internationalen Gäste** (ÜN) kommen aus den **Niederlanden, Dänemark, Polen** und bilden rund die Hälfte der ÜN.
- Die Zufriedenheit der Gäste (TrustScore) ist nicht optimal. Bewertungen am geringsten in Halle-Saale-Unstrut, am höchsten im Harz und Harzvorland.
- Die **starke Saisonalität** erschwert das Wachstum. Marktpotenziale u.a. im MICE Tourismus sind hier noch vorhanden



„Treiber und Bremser“

Diskussion in 4er Teams

Schritt 1: Diskussion und Priorisierung der zentralen Treiber und Bremser der Tourismusentwicklung
Max. 5 Karten

Zeitraumen: 15 Min. in 4er-Gruppe

Schritt 2: Gemeinsame Reflektion im Plenum





Pause (15 Min.)



Maik Zießnitz
Consultant

Peter C. Kowalsky
Senior Consultant

PROJECT 

PROJECT 

5

PerformanceCheck: Marktbearbeitung im Wettbewerbsvergleich

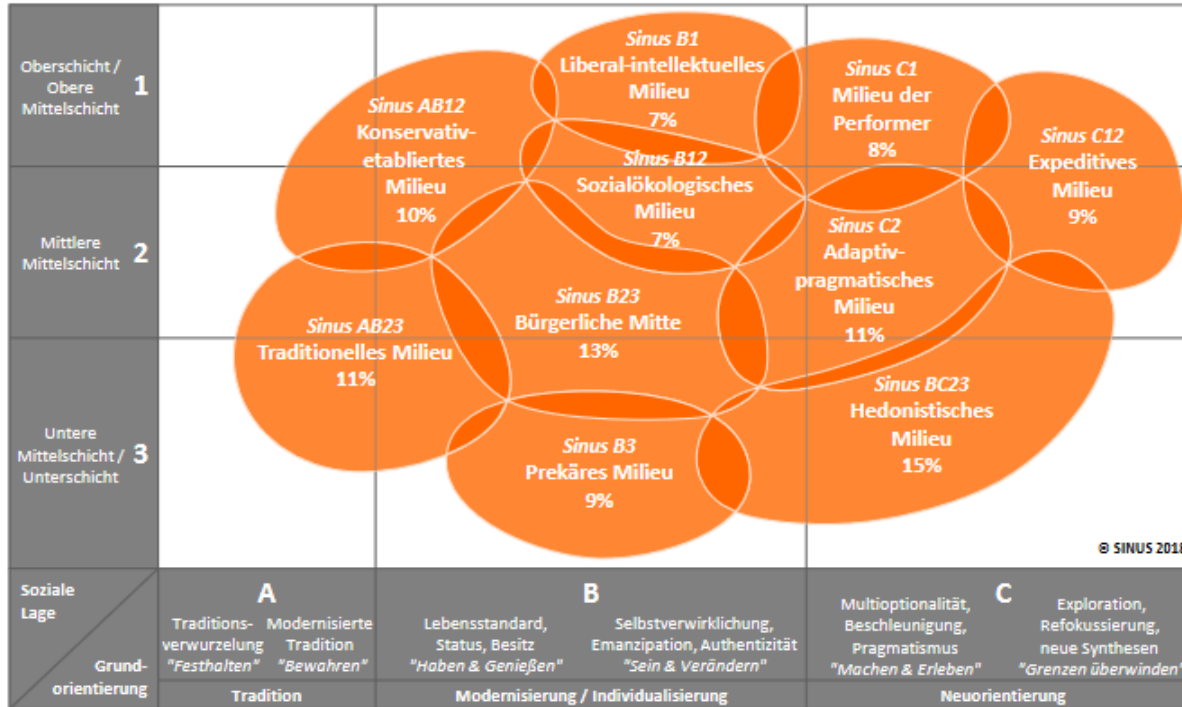




SACHSEN-ANHALT

Treiber & Einflussfaktoren

Konsum- & Reiseverhalten werden zunehmend von Lebensstilen geprägt, das erfordert ergänzende Informationen und erweiterte Zielgruppenmodelle.



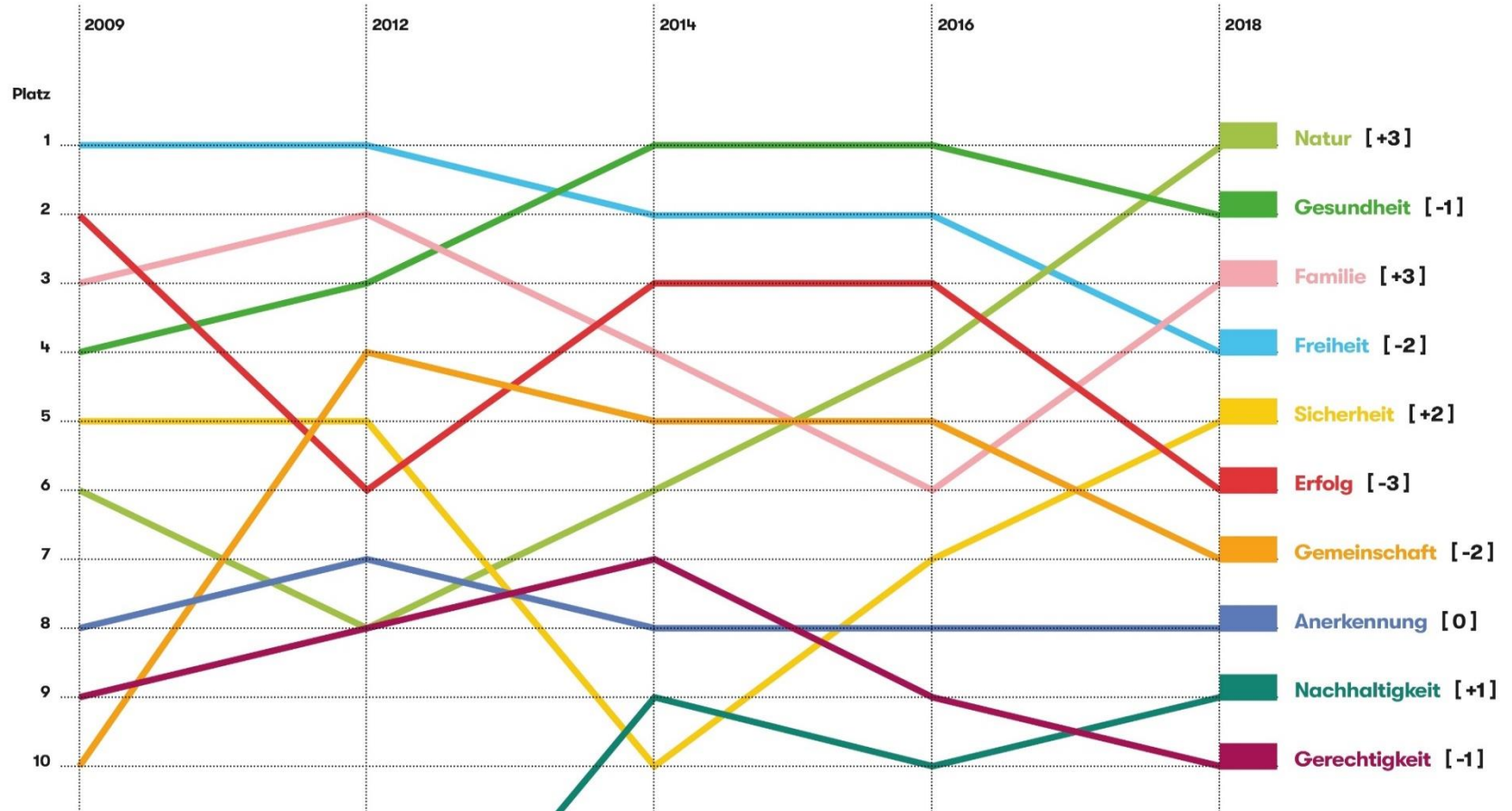
Den Gast im Blick behalten!

- ➔ Werte wie z. B. Individualität, gesunder Lebensstil, Sinnstiftung
- ➔ Die Einstellungen / Werthaltungen der Menschen bestimmen das Reiseverhalten.



Im übertragenen Sinne ist ein Milieu eine „Gruppe Gleichgesinnter“, die sich in Lebensauffassung und Lebensweise ähneln ...

Werte-Index 2018: „Natur“, „Gesundheit“, „Familie“ und „Nachhaltigkeit“ gewinnen in der Werte-Skala der Bevölkerung zunehmend an Bedeutung.



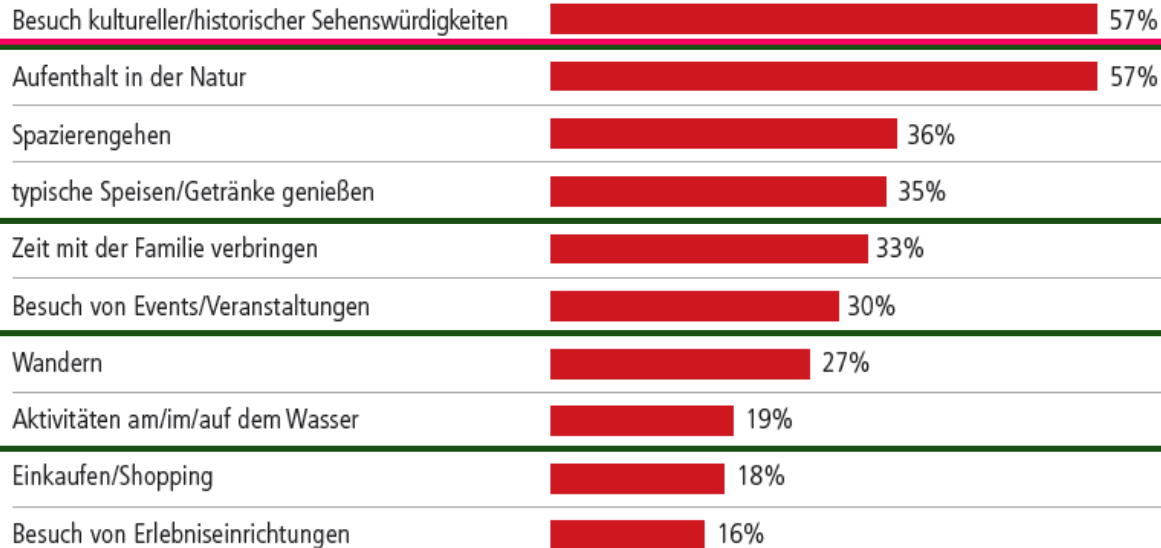
Quelle: www.werteindex.de (Zugriff den 2019)



Nachhaltiges Naturerlebnis für Mensch und Natur erlebt eine Renaissance bei den Reismotiven und Aktivitäten in Deutschland.

TOP 10: Das macht man im Deutschlandurlaub

Aktivitäten* der Deutschen bei Urlaubsreisen im Inland ab einer Übernachtung 2018



* „Welche Aktivitäten haben bei der Reise die wichtigste Rolle gespielt?“, Mehrfachantworten möglich

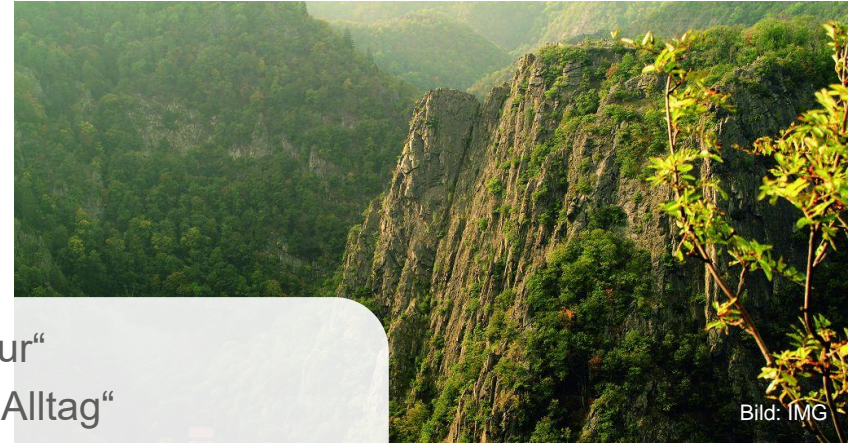
Quelle: GfK DestinationMonitor Deutschland 2019



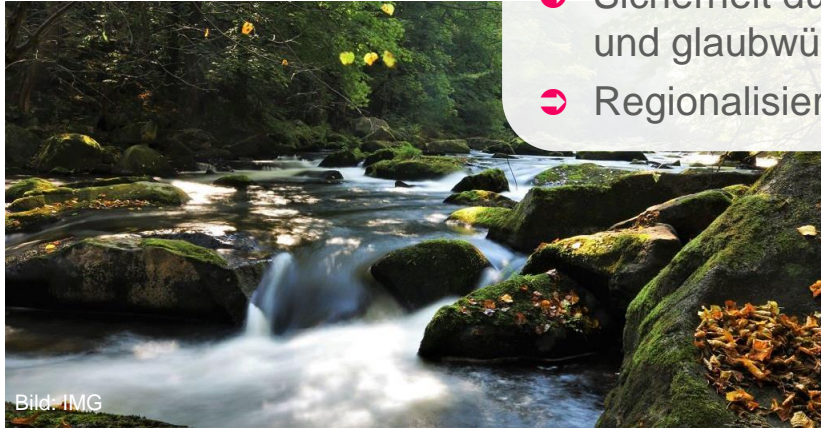
Bilder: Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt

Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027 | © PROJECT M 2020

Aktives Naturerlebnis als Projektionsfläche für die Sehnsüchte der Menschen in einer globalisierten Welt – „Freiraum“ vom Alltag!



- ➔ „Zurück zur Natur“
- ➔ „Raus aus dem Alltag“
- ➔ Sicherheit durch Gewohntes und glaubwürdige Angebote
- ➔ Regionalisierung vs. Globalisierung



Starke Erlebnisorientierung, ausgelagert in inszenierte Freizeit- und Konsumwelten, mit „echtem“ Bezug und unterhaltender Erlebnisqualität.



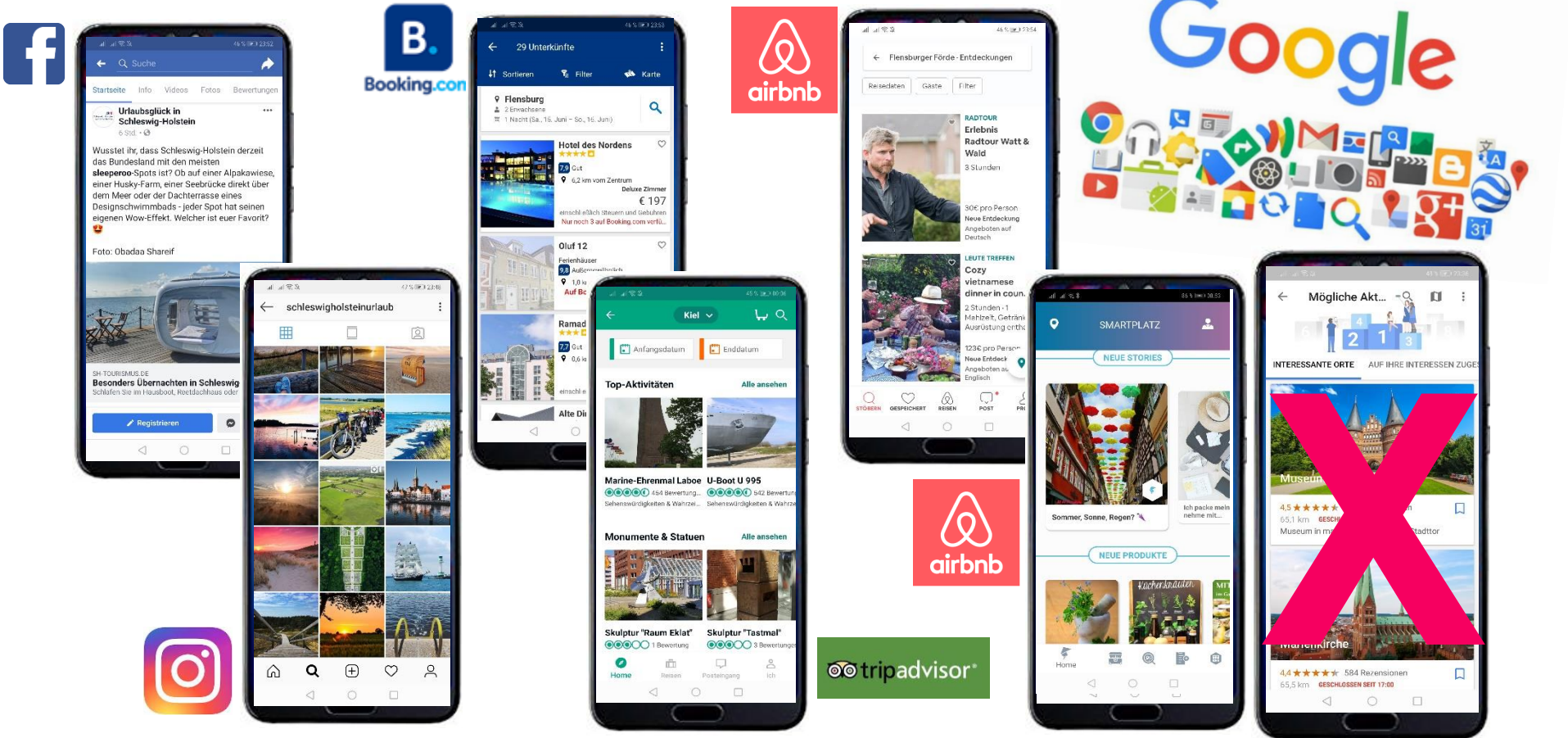
Aufmerksamkeits- und Erlebniswettbewerb nimmt weiter zu und damit der Anspruch inszenierte Freizeit- und Konsumwelten vorzuhalten.



AR / VR zieht ein in die touristische Dienstleistungskette: Leipzig tourt mit der Lichtkunst-Installation 25 Hertz durch Metropolen & wirbt als Kultur- & Musikstadt.

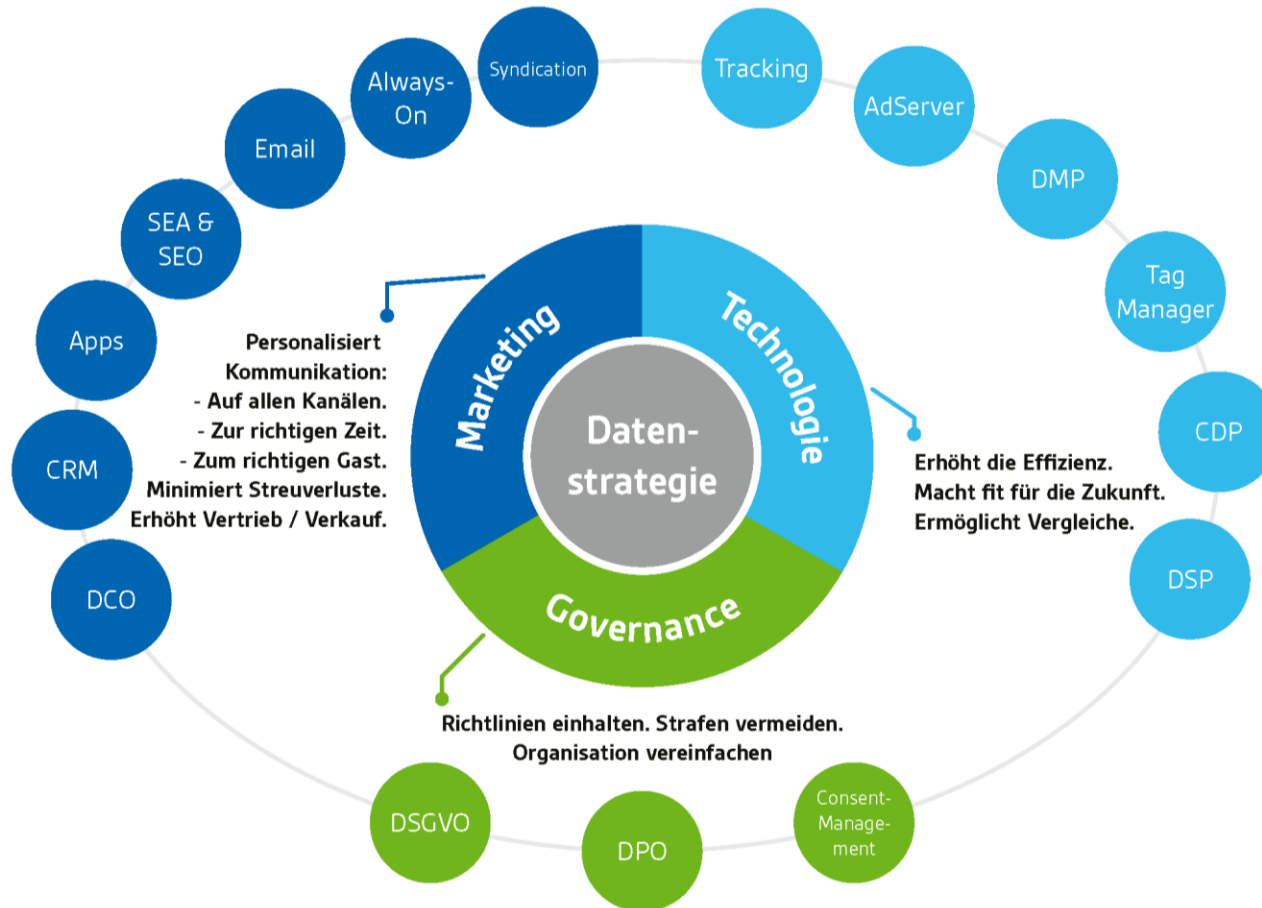


Individualisierte Bewertung und Buchung radikalisieren den Markt – persönliche Empfehlung (VFR & Influencer) damit wichtiger Faktor für Reiseentscheidungen.

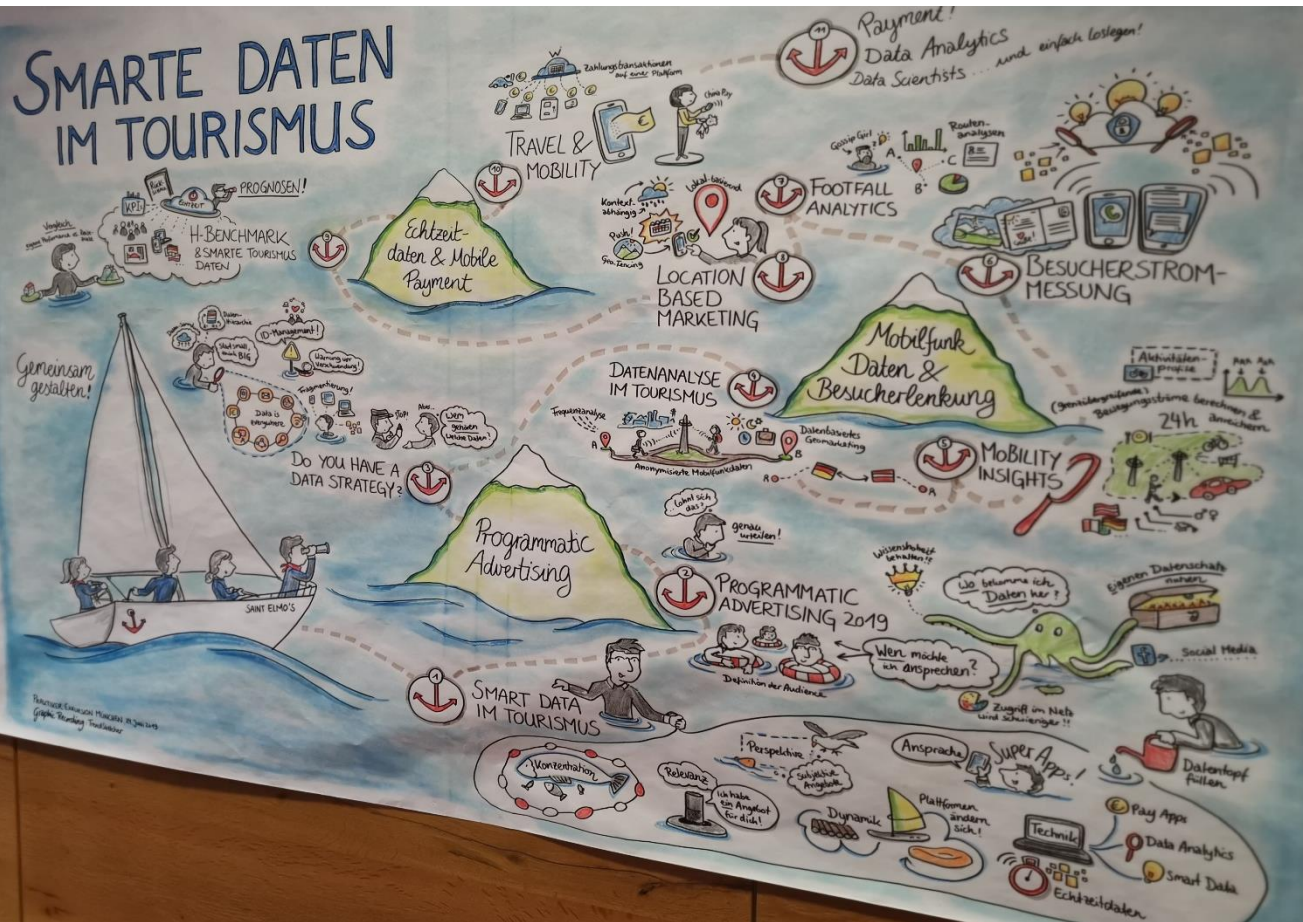


Quelle: <https://www.googlewatchblog.de/2018/05/offizielle-statistiken-google-nutzerzahlen-2/> (Zugriff 25.04.2019)

Professionelles Datenmanagement als Grundlage für erfolgreiche Tourismusentwicklung & -steuerung → für mehr Qualität und Wertschöpfung!



Von „Open Data“ zu eigenen „Smart Data“!





- Aufbau von Digital-Kompetenz
- Gäste und „Bewegungs-/ Kaufmuster“ kennen
- Gästeerwartungen zu 100% erfüllen
- Infrastruktur- & Produktplanung optimieren
- Marketingeffizienz!
- Abhängigkeit von großen Plattformen und Firmen eindämmen

Auf der Managementebene wird Nachhaltigkeit meist als ökologisches Thema und noch ohne richtigen roten Faden diskutiert und angegangen.

Anpassungsmaßnahmen im Sektor Tourismus in Sachsen-Anhalt

Bezeichnung der Maßnahme	Inhalt	Zeithorizont	Webadresse
Ausbau der Radwegeinfrastruktur in flussnahen Lagen	Empfehlung des Ministeriums für Wirtschaft, Wissenschaft und Digitalisierung zum Ausbau der Radwege mit Bitumen oder Beton	fortlaufend	
Schaffung von Alternativenangeboten für den Harz im Winter	Unterstützung des Harzer Tourismusverbandes bei der Themen- und botsentwicklung rismus im Rahmen Tourismusförder, Harzer Kulturwint	fortlaufend	www.harzinfo.de

Harz im Winter	der Themen- und botsentwicklung rismus im Rahmen Tourismusförder, Harzer Kulturwint	<p>Fach- und ressortübergreifende Arbeitsgruppe „Anpassung an den Klimawandel“</p>   <p>SACHSEN-ANHALT</p> <p>Strategie des Landes zur Anpassung an den Klimawandel Fortschreibung 2018</p> <p>Stand: 15.3.2018</p>
Schaffung von touristischen Infrastrukturen	Unterstützung der Kommunen beim Aus- und Aufbau von Schletterangeboten im der Gemeinschaft be „Verbesserung regionalen Wirtschaftsstruktur“(GRW)	



Nachhaltigkeit ist mehr als „flygskam“ – Umwelt, Bürger, Betriebe und Gäste(-erwartungen) erfordern eine umfassende Integration von Maßnahmen.



95% 08:35

Suche

Startseite Beiträge Bewertungen Videos Fc

Greta Thunberg
Gestern um 19:26 · 🌐

Malizia 2 is fitted with solar panels and hydro generators making it one of the very few ships in the world allowing trips like this to be emission fr... Mehr anzeigen

21.207 699 Kommentare · 968 Mal geteilt

Nachricht

mdr SACHSEN-
ANHALT

Menü

MDR.DE > Sachsen-Anhalt

Kommune als Einzelkämpferin Vorlesen

Kalbe (Milde): Klimanotstand als Hilferuf an Land und Bund

Kalbe an der Milde hat den Klimanotstand ausgerufen – als erste Stadt in Sachsen-Anhalt. Der Bürgermeister appelliert damit an Bund und Länder, der Kommune beim Klimaschutz zu helfen. Andere sehen in dem Schritt eine Revolution – von ganz unten.

von Fabian Stark, MDR SACHSEN-ANHALT

Als erste Kommune hat Kalbe (Milde) in diesem Jahr den Klimanotstand ausgerufen.

←

CO₂-Bilanz Ihres Hotels

CO₂-OL ermittelt für Sie den CO₂-Fußabdruck des Hotels:

Familien-Landhotel STERN

Durch den Geschäftsbetrieb Ihres Hotels im Jahr 2010 entstehen klimaschädliche CO₂-Emissionen in Höhe von

294,03 t CO₂e

Demnach entstehen durch einen Gast

12,53 Kilogramm CO₂e pro Übernachtung

klimaschädliche CO₂-Emissionen.

Die CO₂-Bilanz Ihres Hotels setzt sich wie folgt zusammen:

Bereich	CO ₂ e-Emissionen
Mobilität Mitarbeiter	3.597 t
Mobilität Geschäftsfahrten	2.736 t
Gebäude	67.998 t
Food & Beverage	160.220 t
Print	1.990 t
Cleaning	3.620 t
Sonstiges	4.863 t
Sicherheitsaufschlag	49.006 t
Gesamt	294,03 t CO₂e

Das Cool Prinzip: Aufforderung für aktives Klimaschutz

CO₂ Emission → CO₂ Neutralisierung

ForsalFinance Service GmbH
Eifelstraße 20
D-53119 Bonn
Tel +49 (0)22594 37 78-0
Fax +49 (0)22594 37 78-20
Internet: http://www.cool.de



Sich schnell verändernde Herausforderungen erfordern AGILE TEAMS & NEU VERNETZTE SYSTEME für mehr Effektivität und schnellere Reaktionszeiten.

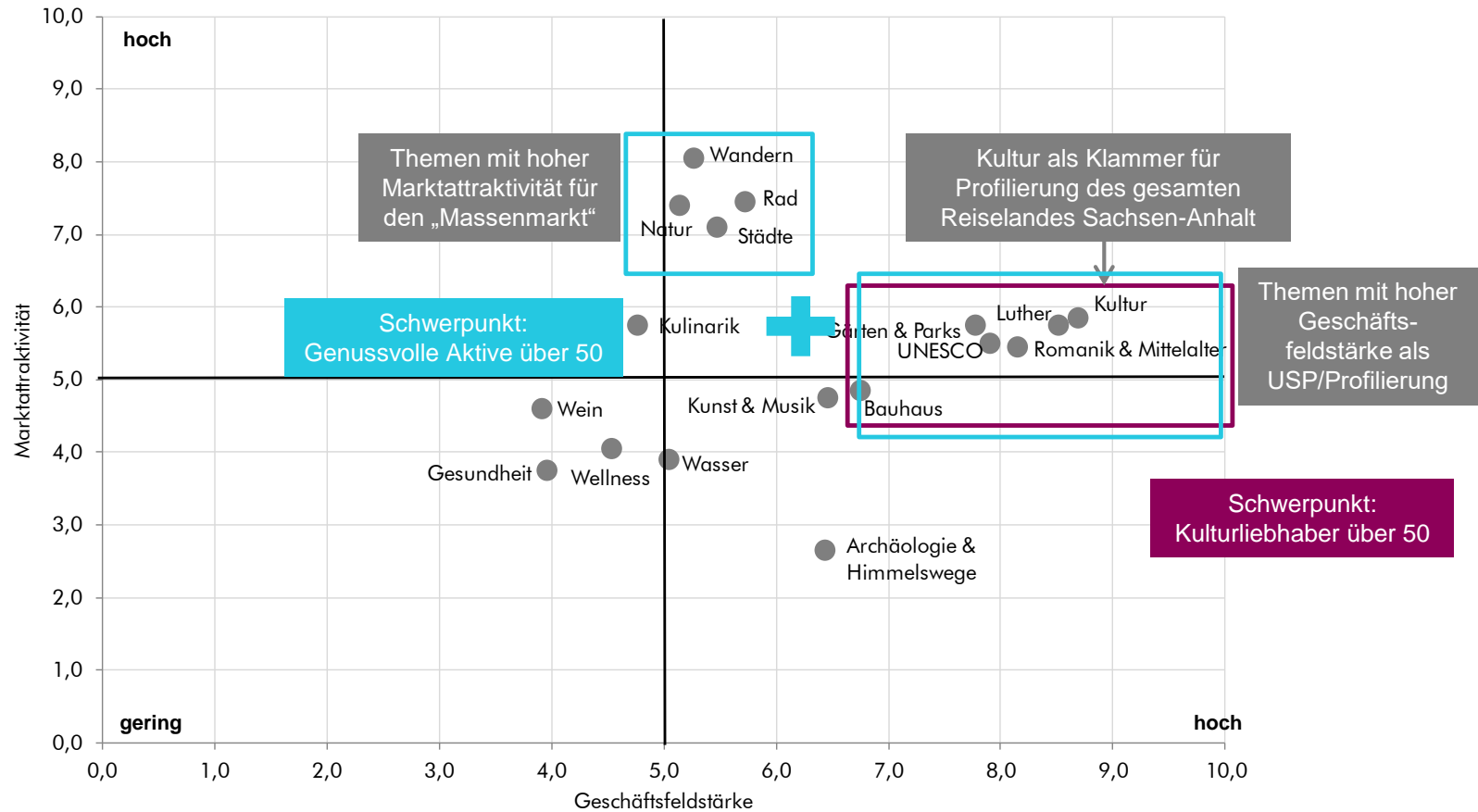




SACHSEN-ANHALT

Bewertung des Angebotsportfolios

Zur Bestimmung und Priorisierung von potenzialträchtigen Themen und Geschäftsfeldern wurde 2014 die Marketingstrategie des Landes aufgelegt.



Identität der Marke „Kernland deutscher und europäischer Geschichte“?



Sichtbarkeit und Bekanntheit der Themen bleibt Herausforderung.

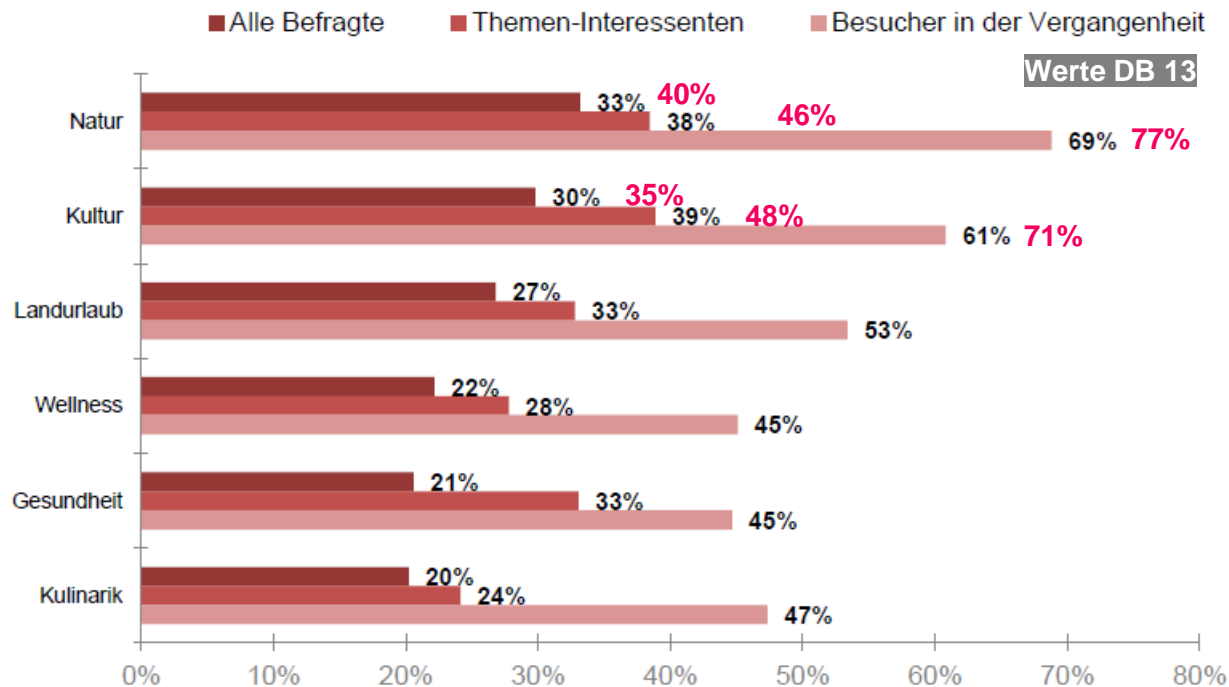
Gestützte Themeneignung für die Allgemeinen Themen

> Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?

> Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)

■ Sachsen-Anhalt

Basis: Alle Befragte nach Teilgruppen
Anzahl der Befragten: 1.000



Hochrechnung*

Alle Befragte	Themen-Interessenten	Besucher i.d. Vergangenheit
18,8 Mio.	15,2 Mio.	8,4 Mio.
16,9 Mio.	9,7 Mio.	7,4 Mio.
15,2 Mio.	5,5 Mio.	6,5 Mio.
12,6 Mio.	7,8 Mio.	5,5 Mio.
11,7 Mio.	4,7 Mio.	5,5 Mio.
11,5 Mio.	8,3 Mio.	5,8 Mio.

* Hochrechnung des absoluten Volumens der zugesprochenen Themeneignung (Anzahl der Personen).



Sichtbarkeit und Bekanntheit der Themen bleibt Herausforderung.

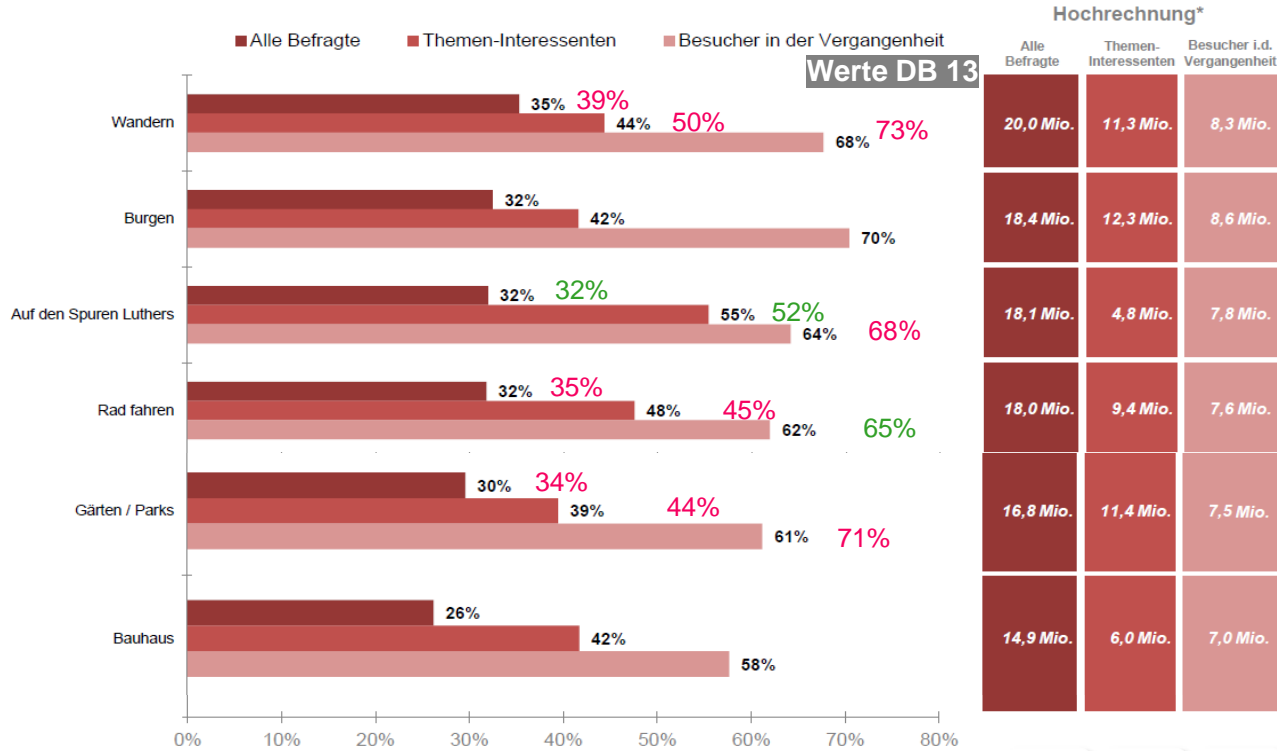
Gestützte Themeneignung für die Spezialthemen (Teil 1 von 2)

> Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?

> Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)

■ Sachsen-Anhalt

Basis: Alle Befragte nach Teilgruppen
Anzahl der Befragten: 1.000



* Hochrechnung des absoluten Volumens der zugesprochenen Themeneignung (Anzahl der Personen).

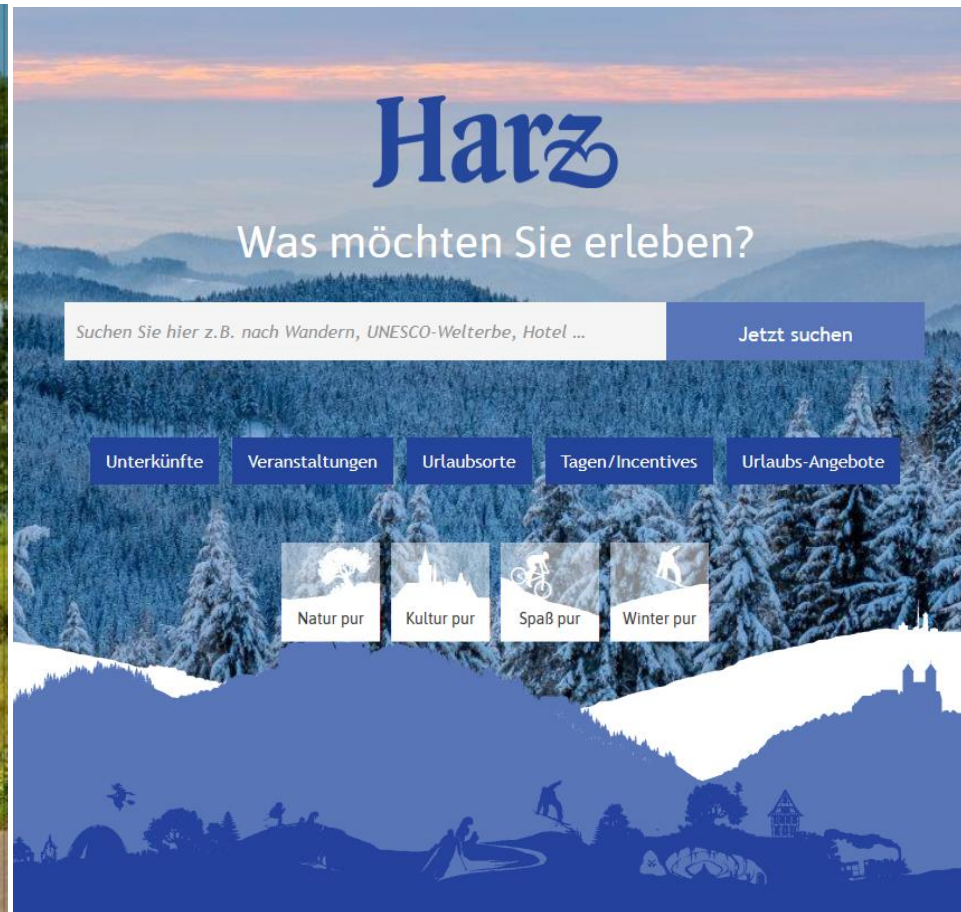
inspektour GmbH, 2016



Aktivtourismus - wie z.B. Radfahren od. Wandern - gehört weiterhin zu den wachstumsstärksten und potenzialträchtigsten Bereichen im Tourismus.



25 Jahre am Fluss entlang
dem Abenteuer entgegen



Neben den starken Marken gibt es attraktive Angebote – insbesondere in den Bereichen Radfahren und Wasser – in unbekannteren Regionen.



Auch das Nachbarland Thüringen besitzt mit dem Thüringer Wald eine starke Marke im Bereich Naturerlebnis, Wandern & Aktiv.

Thüringen
-entdecken.de



Language ▾

Presse

Tourismusnetzwerk

Reiseindustrie

Ich möchte ...



360



Thüringen
Digital
Entdecken

Thüringen entdecken

Regionen & Orte

Veranstaltungen

Thüringen buchen

Service



Hessen ist Naturreiseland: 12 Naturparke und 1 Nationalpark bieten abwechslungsreiche Landschaften zum Erholen, Wandern, Radfahren.



TAGEN

BROSCHÜREN

KALENDER

LEICHTE SPRACHE

DE



100 LIEBLINGSORTE

DAS IST HESSEN

STARKE STÄDTE

REGIONEN

NATURERLEBNIS

STADTERLEBNIS

WELLNESS



NATURLANDSCHAFTEN IN HESSEN



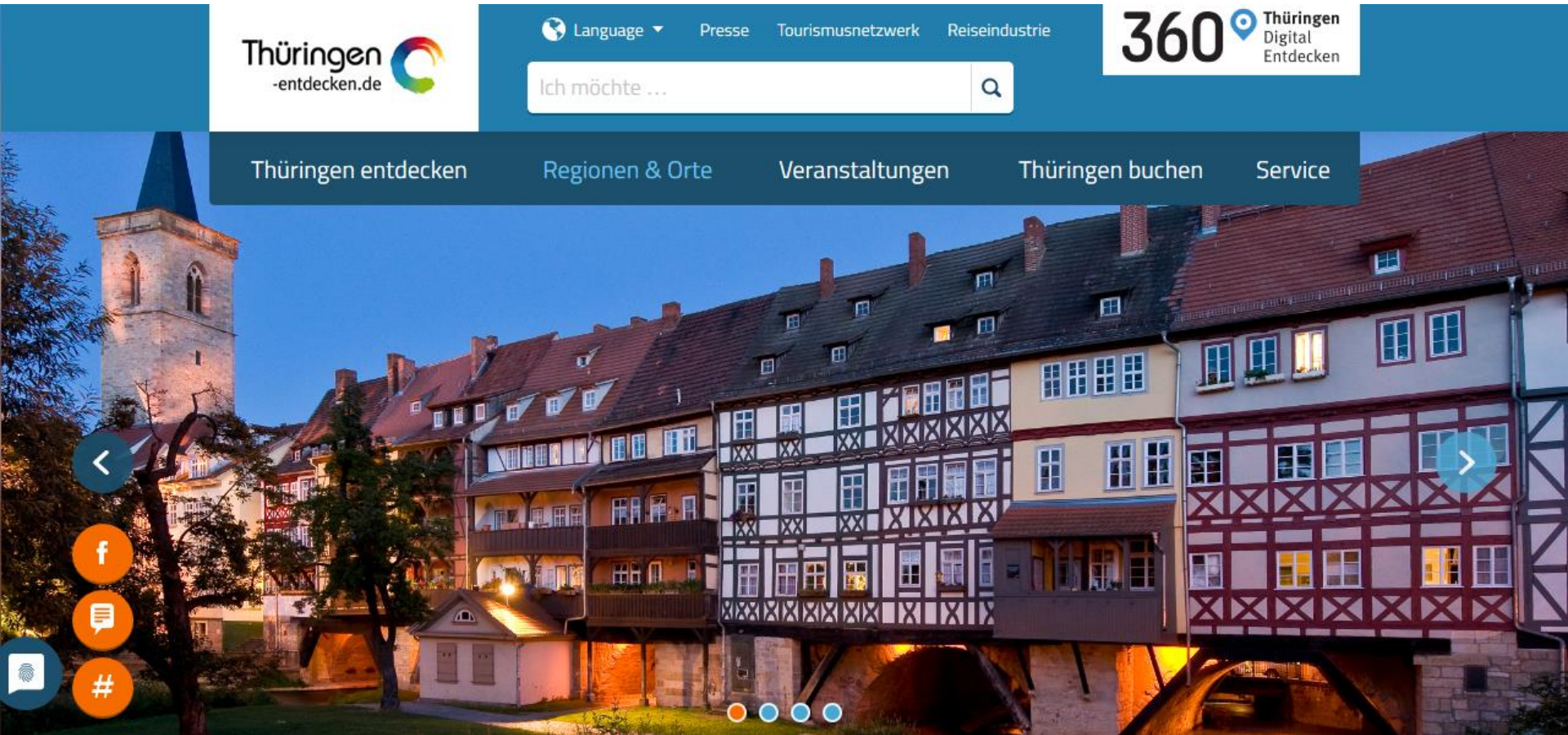
Städtetourismus ist der Wachstumstreiber der vergangenen Jahre. Die Städte in Sachsen-Anhalt können hier noch weiter profitieren (auch im MICE-Bereich).



Bildquellen: IMG

Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027 | © PROJECT M 2020

Erfurt hat es geschafft sich vom Geheimtipp als attraktives Städtereiseziel zu positionieren. Auch Jena, Eisenach & Weimar erzielen Wachstum.



Neben Zugpferd Frankfurt hat es u.a. auch Kassel geschafft sich in den letzten Jahren als Freizeit- und Geschäftsreisedestination am Markt zu etablieren.



Sachsen-Anhalt ist Kulturreiseland mit Highlights z.B. in den Bereichen Romanik & Mittelalter, Kunst & Musik, Archäologie.



... Angebote aus dem Bereich zeitgenössische Kunst und Subkultur gewinnen an touristischer Bedeutung und sind Kontrast zum geschichtsträchtigen Geist.



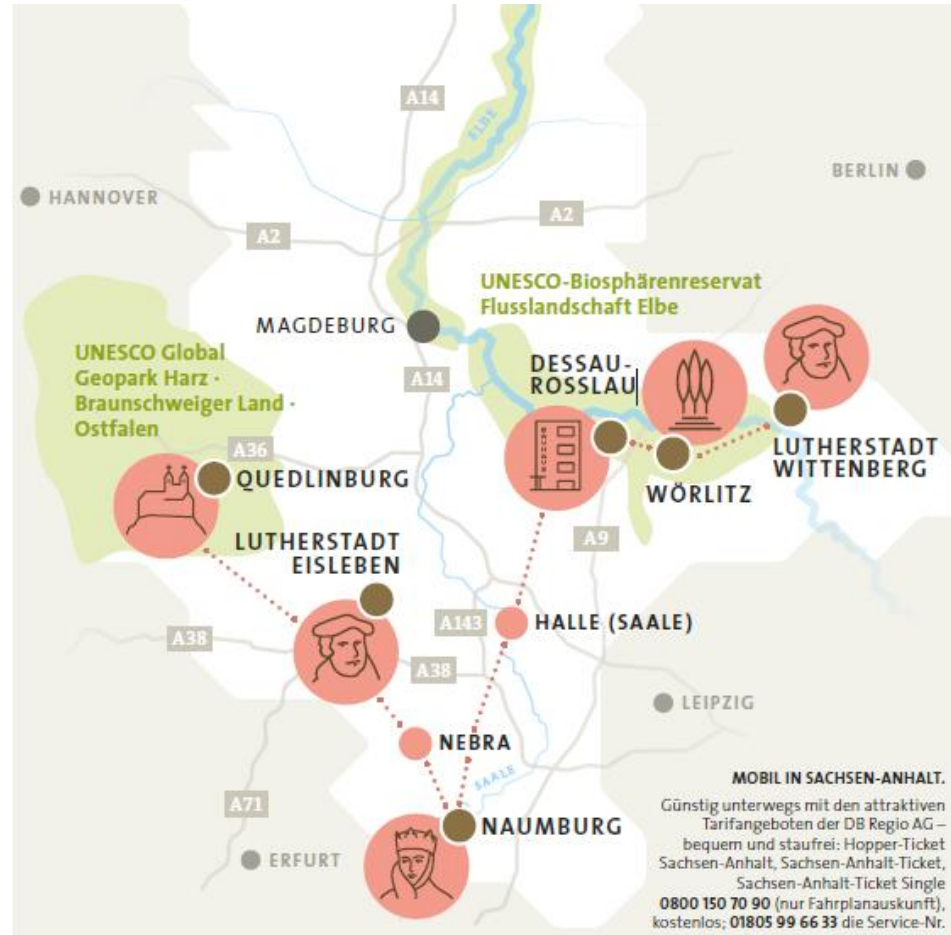
Bildquellen: IMG, Kulturstiftung Sachsen-Anhalt

Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027 | © PROJECT M 2020

Sachsen-Anhalt mit großer Welterbe-Dichte (nur Bayern & Ba-Wü. besitzen mehr Stätten) mit den jüngst inszenierten „Leitprodukten“ Luther & Bauhaus.

UNESCO-WELTERBE SACHSEN-ANHALT

www.sachsen-anhalt-tourismus.de



Bildquellen: IMG

Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027 | © PROJECT M 2020

Thüringen besetzt mit Luther und Bauhaus gleiche Themen wie Sachsen-Anhalt und besitzt mit Weimar einen besonderen kulturellen Leuchtturm.



Language ▼

Presse

Tourismusnetzwerk

Reiseindustrie

360  Thüringen
Digital
Entdecken

Ich möchte ...



Thüringen entdecken

Regionen & Orte

Veranstaltungen

Thüringen buchen

Service



<https://www.thueringen-entdecken.de/urlaub-hotel-reisen/kultur-geschichte-119369.html>

Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027 | © PROJECT M 2020

Verifizierung - Ländervergleich Destination Brand 2016

„Themeneignung Kultururlaub / Kulturreise“

Bundesland	Rang 16 (von 172)	Rang DB 13 (von 99)
Bayern	4	1
Sachsen	14	3
Nordrhein-Westfalen	18	12
Baden-Württemberg	19	4
Thüringen	26	6
Hessen	33	12
Rheinland-Pfalz	35	9
Mecklenburg-Vorpommern	44	30
Brandenburg	60	12
Schleswig-Holstein	61	34
Sachsen-Anhalt	65	21
Saarland	77	38

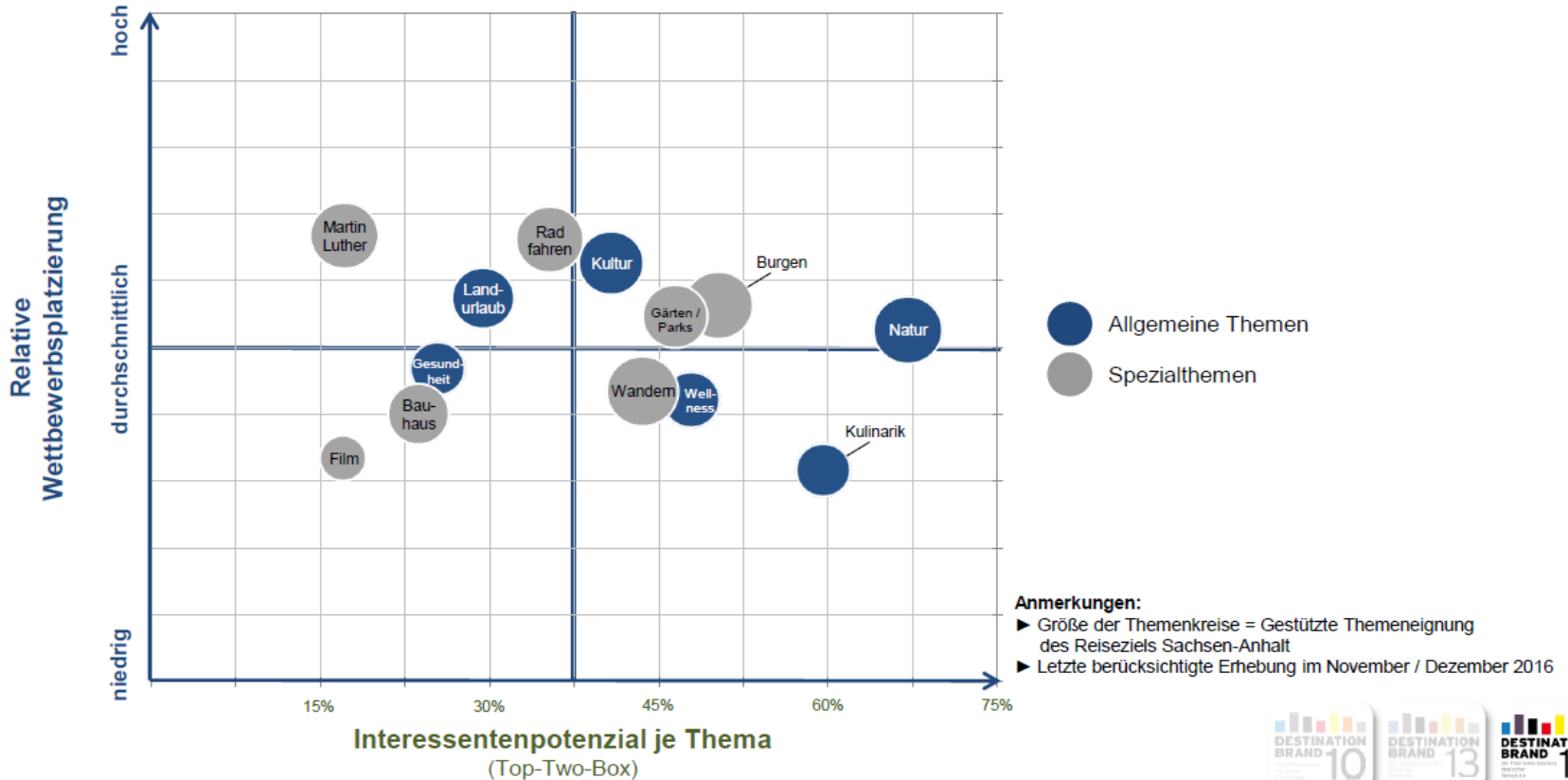
Bei fast allen Profilierungsthemen (Ausnahme Luther) muss Stand 2016 an der Bekanntheit und Sichtbarkeit der Angebote systematisch weitergearbeitet werden.

Analyse-Quadrant Sachsen-Anhalt

> Kategorie für relative Wettbewerbsplatzierung:
Alle untersuchten Destinationen (bis zu 172 Reiseziele je Thema)

■ Sachsen-Anhalt

Basis: Alle Befragte
Anzahl der Befragten: 1.000



Quelle: inspektour GmbH, 2016

inspektour | Destination Sachsen-Anhalt 2017 | © inspektour | 2016



Insbesondere durch übergreifende Themenkampagnen für das Reiseland Deutschland wurden „Kernthemen“ von Sachsen-Anhalt stark beworben.“

2017: „Luther 2017 – 500 Jahre Reformation“

2018: „Kulinarisches Deutschland“

2019: „100 Jahre Bauhaus“

2020: „250. Geburtstag von Ludwig van Beethoven“

Deutschland
Das Reiseland



Aufmerksamkeits- und Erlebniswettbewerb erfordern auch ohne Kampagnen ein klares Leistungsversprechen über starke Produkte!

REISELAND VOM HARZ BIS ZUR ELBE

SACHSEN-ANHALT

Startseite | Kontakt | Tourismusnetzwerk | A+ 

Suchbegriff



Infotelefon für Individualreisende
0391-568 99 80

Mo-Do: 09:00-17:00 Uhr / Fr: 09:00-16:00 Uhr



KULTUR

AKTIV & NATUR

STÄDTE & REGIONEN

TIPPS & SERVICE

TAGEN

Urlaub in Sachsen-Anhalt

Neuigkeiten



28. Kurt Weill Fest: Was sind Grenzen?

Der Festspielfrühling naht! Vom 28. Februar bis 15. März 2020 präsentiert das Kurt Weill Fest in Dessau-Roßlau, Magdeburg, Halle (Saale) und Wörlitz Künstler und Ensembles in 53 Veranstaltungen. Dabei setzt Intendant Jan Henric Bogen bei seinem Motto auf eine Frage, die zu Weills Zeiten ebenso aktuell war wie heute: Was sind Grenzen? Sie soll Künstler*innen und



**BAUHAUS
ENTDECKEN**



#moderndenken

Der eigene Fokus schafft Orientierung für den Gast und eine Verbindlichkeit nach innen – für eine abgestimmte Tourismusedwicklung auf allen Ebenen!

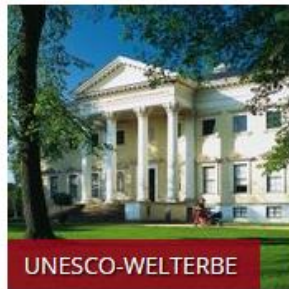
Erlebnisse in Sachsen-Anhalt

Angebot filtern:

Highlights

Kultur

Natur & Aktiv



... und gibt (Investitions-) Sicherheit für abgestimmte Produkte, Produkterlebnisse und deren Vermarktung.

REISELAND VOM HARZ BIS ZUR ELBE SACHSEN-ANHALT

Erlebnisse in Sachsen-Anhalt

Angebot filtern: Highlights

Kultur

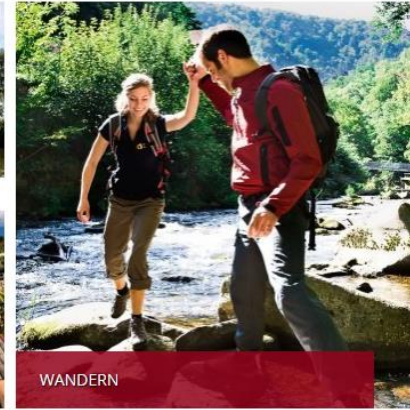
Natur & Aktiv



ZU GAST IN DER NATUR



WASSER ERLEBEN



WANDERN



KANU AUF DER UNSTRUT



BOOTSTOUREN



GROSSSCHUTZGEBIETE



MITTELELBE



REISEANLÄSSE UND TOUREN



MARTIN LUTHER



BAUHAUS
DESSAU
UND DIE MODERNE
IN SACHSEN-ANHALT

DAS BAUHAUS



STRASSE DER ROMANIK



HIMMELSWEGE



UNESCO-WELTERBE

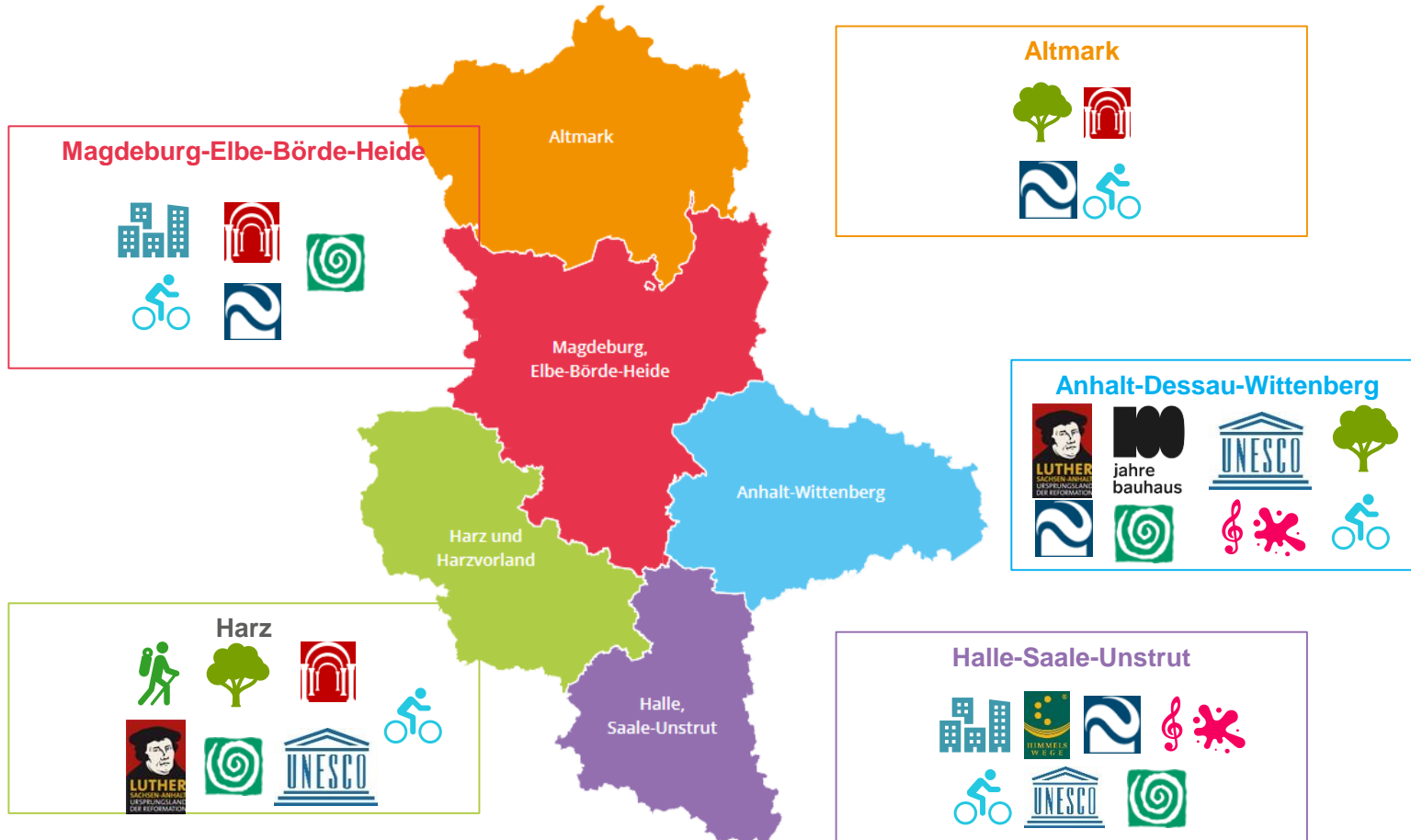


WASSER ERLEBEN



Quelle: <https://www.sachsen-anhalt-tourismus.de>

Die regionale Profilierung im Sinne einer abgestimmten Markenarchitektur mit starken (Charakter-)Merkmale bildet das Grundgerüst für die Klammer!



Quelle: PEG Sachsen-Anhalt 2016 Ergebnisbericht, inspektour.



Fazit – PerformanceCheck



Kultur

- Sachsen-Anhalt muss für das Ziel Kulturreiseland No. 1 seine Themenkompetenz im Bereich Kultur weiter ausbauen.
- Gerade die Themenjahre Luther und Bauhaus sowie darum stattgefundenene Inszenierungen haben geholfen die Rezeption als Kulturdestination zu stärken.
- Sachsen-Anhalt konkurriert mit starken lokalen Wettbewerbern (z.B. Thüringen) im Bereich Kultur. Kultur-Highlights sollten daher weiterhin vorangestellt werden.
- Im Städtetourismus besitzt Sachsen-Anhalt weiterhin ungenutzte Potenziale. Erfurt oder Kassel gelten als Beispiele für den Städtetourismus (auch MICE)

Natur & Aktiv

- Mit dem Harz und dem Elberadweg verfügt das Land über starke Leuchttürme.
- Die Profilierung als Radreise- und Wanderregion außerhalb der starken Destinationen ist ausbaufähig.



„Leitthemen und Wettbewerb“

Aufgabe: Was sind die Leitthemen des Landes? Bitte formulieren Sie Ihre Top 3 Themen und ordnen Sie diese in die Systematik des Masterplans 2020 (siehe Folgechart) ein.

Zeitraumen: 10 Min.



Qualität

Kulturreiseland Sachsen-Anhalt

Magdeburg – Elbe-Börde-Heide

Harz

Romanik und Mittelalter	Städte und Kultur	Kunst und Musik	Harz und Wandern
Gärten und Parks Gartenreich Dessau Wörlitz	Elberadweg und Radwandern	UNESCO Welterbe	Naturtourismus und Großschutzgebiete
Archäologie und Himmelswege	Luther und Reformation	Bauhaus und Moderne	Wassertourismus und Blaues Band

Halle-Saale-Unstrut

Anhalt-Dessau-Wittenberg

Altmark

Barrierefreiheit

Nachhaltigkeit

Maik Zießnitz
Consultant

Peter C. Kowalsky
Senior Consultant

PROJECT 

PROJECT 



6

Ausblick & kommende Schritte





Erste Positions- und Potenzialbestimmung auf Grundlage der ersten Befragungsergebnisse sowie der Erkenntnisse des Fachbeirats #1

- **Erläuterung zur Zielsetzung und Prozessstruktur**
- **Erste Ergebnisse**
 - Experten/TrendChecks
 - Experten/KompetenzChecks
 - Kompakt-Ergebnisse FaktenCheck
 - PerformanceCheck (Basis Fachbeirat #1)
- **„Tourismuspolitische Reflektion“ der Ergebnisse
→ Positions- & Potenzialbestimmung im Dialog**

Eckpunkte #TourismusWerkstatt & #ImpulsWerkstätten

01. + 16. April 2020

- Fachöffentlichkeit (150 – 200 TN)
- 4 Halbtags-Veranstaltungen an 2 Daten
- Inspirierender „Kulturort“
Aufbruch | Qualität | Nachhaltigkeit

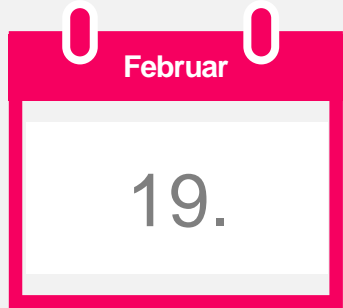
- # interaktive Formate
- # innovative, digitale Sequenzen
- # live-Votings
- # interne / externe Fachexpertise
- # dynamische Workshops



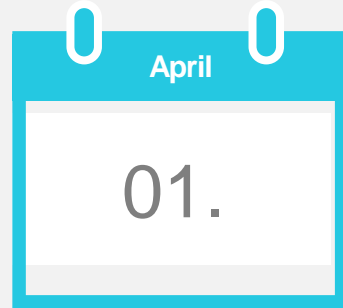
Kommende Prozessschritte



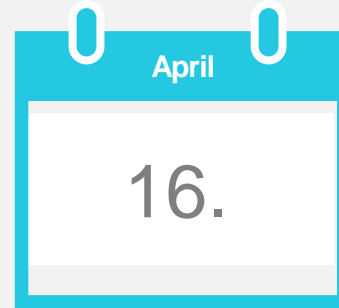
Infos / Next Steps	Wann
Protokoll Fachbeirat Sitzung #1	KW 6 2020
Start Experten / TrendCheck (28.01. – 14.02.2020)	28.01.2020
Start Experten / KompetenzCheck (17.02. – 02.03.2020)	17.02.2020
Expertengespräche	März 2020



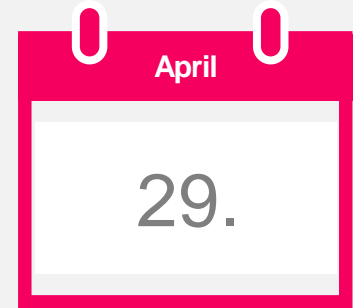
Lenkungskreis #1



Tourismuswerkstatt #1&2



Tourismuswerkstatt #3&4



Fachbeirat #2

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

PROJECT^M



www.projectm.de



www.destinationquality.de



www.gesundheit-tourismus-blog.com



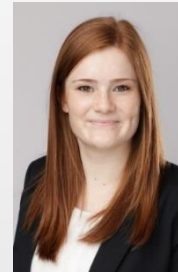
PROJECTM.Tourismusinnovation



www.xing.com/companies/projectmgmbh



Peter C. Kowalsky
Tel. 040.419 23 96 16
peter.kowalsky@projectm.de



Svenja Berkhoff
Tel. 040.419 23 96 23
svenja.berkhoff@projectm.de



Nadja Schweiggart
Tel. 040.419 23 96 21
nadja.schweiggart@projectm.de



Maik Zießnitz
Tel. 040.419 23 96 20
maik.ziessnitz@projectm.de

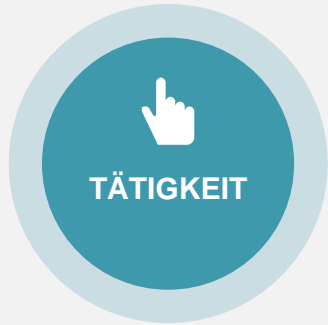
PROJECT M GmbH
Gurlittstraße 29
20099 Hamburg



PROJECT^M

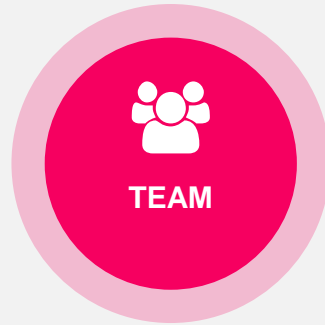
GRÜNDUNGSJAHR: 1998 · **GESCHÄFTSFÜHRUNG:** Dipl.-Kaufm. Cornelius Obier

Mitglieder der Geschäftsführung: Johan Schiller Roloff Clausen, Detlef Jarosch, Peter C. Kowalsky



CONSULTING

für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft: Strategie- und Markenmanagement, Organisationsentwicklung, Infrastrukturentwicklung, Marktforschung und Analyse, Gesundheitstourismus



INTERDISZIPLINÄR

mit über 20 festen und 12 freien Mitarbeitern in einem praxisorientiertem Team (Betriebswirte, Touristiker, Marktforscher, Stadt- und Regionalplaner, Architekten...)



STARKE BASIS

Wissenschaftliche Verankerung über die Wissenschaftliche Leitung:
Prof. Dr. Heinz-Dieter Quack & Dr. Wolfgang Isenberg



STANDORTE

Hamburg
München
Trier



Disclaimer

Aus Lesbarkeitsgründen wird im vorliegenden Angebot die männliche Sprachform verwendet. Hiermit ist keine Benachteiligung des weiblichen Geschlechts verbunden. Die sprachliche Vereinfachung ist als geschlechtsneutral zu verstehen.

Sämtliche von PROJECT M erarbeiteten Konzepte und sonstige Werke und damit auch sämtliche Nutzungsrechte erbrachter Leistungen bleiben bis zur Abnahme und Honorierung durch den Auftraggeber Eigentum von PROJECT M. Weitergabe und Vervielfältigung (auch auszugsweise) sind bis dahin lediglich mit schriftlicher Einwilligung von PROJECT M zulässig.

Soweit Fotos, Grafiken u.a. Abbildungen zu Layoutzwecken oder als Platzhalter verwendet wurden, für die keine Nutzungsrechte für einen öffentlichen Gebrauch vorliegen, kann jede Wiedergabe, Vervielfältigung oder gar Veröffentlichung Ansprüche der Rechteinhaber auslösen.

Wer diese Unterlage – ganz oder teilweise – in welcher Form auch immer weitergibt, vervielfältigt oder veröffentlicht, übernimmt das volle Haftungsrisiko gegenüber den Inhabern der Rechte, stellt die PROJECT M GmbH von allen Ansprüchen Dritter frei und trägt die Kosten der ggf. notwendigen Abwehr von solchen Ansprüchen durch die PROJECT M GmbH.

