



Evaluierung & Weiterentwicklung

Masterplan Tourismus 2027 Sachsen-Anhalt

CHART-PROTOKOLL

ZukunftsWerkstatt #1

Wertschöpfung im Tourismus



Halle (Saale) | 1. Juli 2020



Vorbemerkung / Lesehinweis



Das vorliegende Chart-Protokoll bezieht sich auf die **ZukunftsWerkstatt #1 zum Thema *Wertschöpfung* im Rahmen der Weiterentwicklung des Masterplan Tourismus 2027 für Sachsen-Anhalt**, welche am **01.07.2020 als Präsenzveranstaltung in der Messe in Halle (Saale)** stattgefunden hat.

Das Chart-Protokoll fasst die Begrüßung, die Präsentation des Beratungsunternehmens PROJECT M sowie die im Rahmen der Sitzung diskutierten Themen und erarbeiteten Ergebnisse zusammen. Die eingebrachten Anregungen, Ergänzungen und Hinweise sind als Ergänzung  markiert und bei Bedarf mit zusätzlichen Kommentierungen  versehen.

Das Chart-Protokoll ist ggf. ohne die entsprechenden mündlichen Erläuterungen unvollständig. Für Rückfragen werden Sie sich bitte an PROJECT M.

Als Ansprechpartner stehen Ihnen gerne zur Verfügung:

Peter C. Kowalsky	PROJECT M	E-Mail: peter.kowalsky@projectm.de	Tel.: 040 419 23 96-26
Nadja Schweiggart	PROJECT M	E-Mail: nadja.schweiggart@projectm.de	Tel.: 040 419 23 96-21
Maik Zießnitz	PROJECT M	E-Mail: maik.ziessnitz@projectm.de	Tel.: 040 419 23 96-20

Stand: Juli 2020





SACHSEN-ANHALT

PROJECT ^M



Ergebnisprotokoll





Zentrale Ergebnisse ZukunftsWerkstatt #1 (1/7)

Begrüßung & Einführung (Staatssekretär & PROJECT M) ([Chart 14-30](#))

- ➔ Herr Staatssekretär Wunsch (Ministerium für Wirtschaft, Wissenschaft und Digitalisierung des Landes Sachsen-Anhalt) und Herr Kowalsky (PROJECT M) heißen die Teilnehmenden herzlich willkommen zu den heute startenden ZukunftsWerkstätten für den Tourismus in Sachsen-Anhalt.
- ➔ Zielsetzung der ZukunftsWerkstatt #1 ist ein Fachdialog zu Leitzielen und möglichen Leitprojekten zum Thema Wertschöpfung und deren Vertiefung in drei Themen-Sessions. Die heute einzubringenden und zu diskutierenden Maßnahmen und Leitprojekte bilden gemeinsam mit den Ergebnissen der Evaluierung die Grundlage, um im dritten Quartal 2020 in die konkrete Weiterentwicklung und Umsetzungsplanung des Masterplan Tourismus 2027 zu gehen.
- ➔ Staatssekretär Wunsch freut sich über die Möglichkeit der Präsenzveranstaltung und den damit verbundenen positiven Blick in die Zukunft. Er fasst die Kernergebnisse aus der Evaluation kurz zusammen (bzgl. Tourismusentwicklung, Positionierung als Kulturreiseland, Barrierefreiheit, Organisationsstrukturen). In den folgenden TourismusWerkstätten soll es nun darum gehen aus dem Blickwinkel der künftigen Zieldirektiven Leitprojekte für die Landesebene zu definieren. Die ZukunftsWerkstatt #1 stellt Maßnahmen zur Steigerung der Wertschöpfung im Tourismus in den Fokus.
- ➔ Abschließend gibt Herr Kowalsky einen kompakten Überblick über die zukünftigen Wertschöpfungsziele im Masterplan Tourismus 2027.

Impuls: Steigerung der Wertschöpfung des Tourismus in Sachsen-Anhalt (PROJECT M) ([Chart 31-68](#))

- ➔ Herr Kowalsky (PROJECT M) gibt einen Impuls zur Wertschöpfungssteigerung im Tourismus. Dabei ist mit touristischer Wertschöpfung immer auch die Steigerung der Standort- und Lebensqualität der Bevölkerung, Arbeitnehmer und Unternehmen verbunden. Es werden Best Practices aus den Bereichen Erlebniskompositionen & Erlebnisinfrastruktur (Betriebskonzepte, GästeCards), Kundenbindung & Kundenbindungsprozesse (Digitale Möglichkeiten, Customer Journey, CRM) und Sichtbarkeit & Buchbarkeit (digitale und analoge Kontaktpunkte, moderne Tourist Informationen, Plattformen für Tours & Activities, Mehrkanalvertrieb) vorgestellt. In den anschließenden Themen-Sessions werden diese Ansätze vertieft und hinsichtlich einer sinnvollen und möglichen Anwendung im Reiseland Sachsen-Anhalt reflektiert.



Zentrale Ergebnisse ZukunftsWerkstatt #1 (3/7)

Themen-Sessions zur Tourismus-Entwicklung (Chart 69-75)

Thema 1: Erlebniskompositionen & Erlebnisinfrastruktur

⇒ HF „Digitalisierung“:

- Breitbandausbau / Netzausbau
- Ausbau des kostenfreien WLAN

⇒ HF „Qualität & Innovationsmgmt.“:

- Neukonzeption einer Qualifizierungsoffensive für mehr Qualität insbes. i.d. Gestaltung
- mehr regionale Bezüge, Vorbild „Kuckucksnester“
- Coaches / Mittler / Beratung für Übernahme veralteter Betriebe (Vertiefung der Idee in ZukunftsWerkstatt #3)

⇒ HF „Aufgabenteilung & Organisationsstrukturen“:

- Reflektion der Strukturen und klare Aufgabendefinition
- Bündelung von Prozessen und Aufgaben
- Kriterien für Mindestausstattung DMO
- Vereinfachung von Förderstrukturen/Mittelakquisition
- finanzielle Unterstützungen / neue Finanzierungskonzepte (Vertiefung der Idee in ZukunftsWerkstatt #4)

⇒ HF „Tourismusbewusstsein“:

- Kommunikationsoffensive zur Vermittlung der positiven Effekte des Tourismus
- Positionierung des Landes zum Wirtschaftsfaktor Tourismus
- Befähigung der Kommunen - Tourismus als Pflichtaufgabe



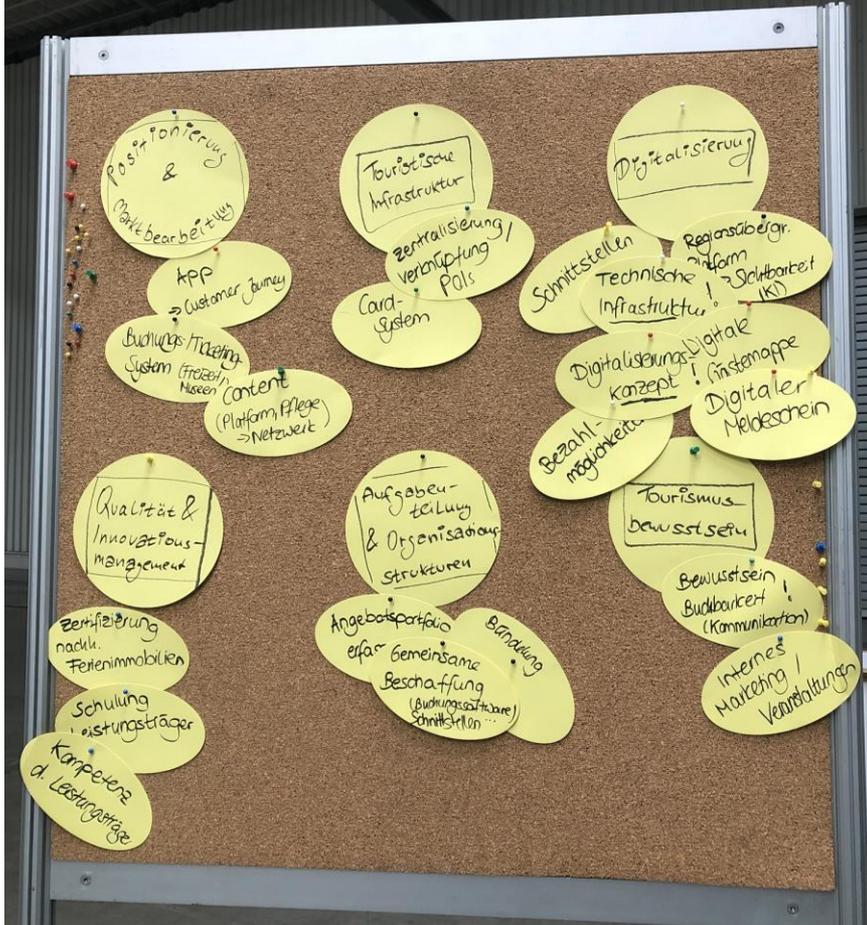
Zentrale Ergebnisse ZukunftsWerkstatt #1 (6/7)

Themen-Sessions zur Tourismus-Entwicklung (Chart 79-81)

Thema 3: Sichtbarkeit & Buchbarkeit entlang der gesamten Customer Journey

Die Teilnehmenden diskutieren regionsübergreifende Projekte und zentrale Rahmenbedingungen, welche mögliche Leitprojekte in den verschiedenen Handlungsfeldern (HF) für den Masterplan Tourismus darstellen könnten.

- ➔ **HF „Digitalisierung“:** Eine gemeinsame, touristische Digitalisierungsstrategie zur Datensammlung und -nutzung, gemeinsamen Contentpflege und Zuständigkeiten (Bsp. Brandenburg) greift Entwicklungsbedarfe und eine gemeinsame Strategie im Land auf. Für eine höhere (ggf. zentrale) Buchbarkeit ist die Schaffung gemeinsamer Schnittstellen der verschiedenen Softwares / individuellen Plattformen essentiell. Unbedingte Voraussetzung dafür ist die Verfügbarkeit der technischen Infrastruktur. Weitere Vorschläge umfassen digitale Bezahlmethoden, eine digitale Gästemappe und ein digitaler Meldeschein.
- ➔ **HF „Positionierung / Image / Zielgruppe“:** Für eine bessere Buchbarkeit von Touren & Aktivitäten wird ein gemeinsames Buchungs-/Ticketing-System vorgeschlagen. Für eine höhere Sichtbarkeit und ansprechendes Marketing könnten die gemeinsame Content-Sammlung (Fotos/Videos) und -Pflege auf einer gemeinsamen Plattform zielführend sein. Eine weitere Anmerkung ist die Entwicklung einer Sachsen-Anhalt-App (Abbildung gesamte Customer Journey).



Zentrale Maßnahmen aus der ZukunftsWerkstatt #1 - Wertschöpfung

	Positionierung & Marktbearbeitung 	Touristische Infrastruktur 	Digitalisierung 	Qualität & Innovationsmanagement 	Aufgabenteilung & Organisationsstrukturen 	Tourismusbewusstsein 
Workshop	Moderne Kundenbindung & Kundenbindungsprozesse	Erlebniskompositionen & Erlebnisinfrastruktur	Sichtbarkeit & Buchbarkeit Customer Journey Moderne Kundenbindung & Kundenbindungsprozesse	Sichtbarkeit & Buchbarkeit entlang der gesamten Customer Journey	Erlebniskompositionen & Erlebnisinfrastruktur	Moderne Kundenbindung & Kundenbindungsprozesse
Zentrale Maßnahme	Gemeinsame Systeme und Förderung einer gemeinsamen Entwicklung regionaler, digitaler GästeCards	Investitionsmasterplan auf Basis von regionalen Erlebnisraum-Konzepten	Digitalisierungs-/ Daten-Strategie Schaffung einer einheitlichen Systematik zur Sammlung, Qualifizierung und Nutzung tourist. Daten	Digitalisierungs-offensive Kompetenz & Bewusstsein für digitale Buchbarkeit schaffen (Leistungsanbieter Coaching)	Organisations- & Strukturentwicklungsprozess zur verbindlichen Verteilung künftiger Aufgaben und den erforderlichen Kompetenz- / Ressourcenausbau im tourist. Netzwerk	Sachsen-Anhalt-Ticket Anreiz und Vermarktungssysteme für die eigene Bevölkerung (Synergien von Akzeptanz, Image, Auslastung etc.)

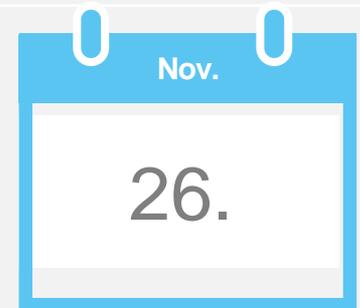
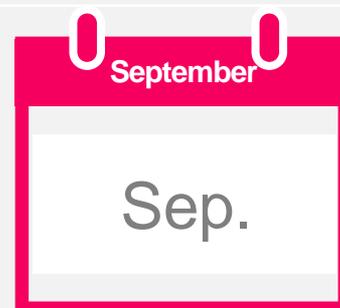
Impressionen der ZukunftsWerkstätten #1 & #2 am 1. Juli 2020 in Halle (Saale)



Ausblick & kommende Schritte



Infos / Next Steps	Wann
ZukunftsWerkstätten #3&4	08. Juli 2020
Fachbeirat #4	09. September 2020
Lenkungskreis #3	September 2020
TourismusTag Sachsen-Anhalt	26. November 2020



ZukunftsWerkstätten #3+4
Magdeburg

Fachbeirat #4

Lenkungskreis #3

TourismusTag
Sachsen-Anhalt



1

Begrüßung



2

Einführung & Zielsetzung

Unser Moderationsteam für die Zukunftswerkstatt #1 „Steigerung der touristischen Wertschöpfung in Sachsen-Anhalt“



Dipl.-Ing.
Peter C. Kowalsky
Senior Consultant PROJECT M



M.Sc.
Nadja Schweiggart
Junior Consultant PROJECT M



M.Sc.
Maik Zießnitz
Consultant PROJECT M

Weiterentwicklung des Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027.

Analyse

(Q1 2020 – Q2 2020)



Auftaktgespräch (19.11.2019)
Auftakt Staatssekretär (13.01.2020)

- ✓ FaktenCheck
- ✓ PerformanceCheck



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

- ✓ Experten/TrendCheck
Leistungsanbieter-Befragung
- ✓ Organisationen/KompetenzCheck
- ✓ Experten Vertiefungsinterviews



✓ Webinar #1 Daten, Fakten & Profil
✓ Webinar #2 Marketing / Positionierung



✓ Webinar #3 Trends
✓ Webinar #4 Organisation & Zusammenarbeit

Konzeption

(Q2 – Q3 2020)



✓ Fachbeirat #2 (29.04.2020)
Evaluierungsabschluss /
Positions- &
Potenzialbestimmung

✓ Lenkungskreis #2 (14.05.2020)



▪ Erarbeitung Leitziele &
Positionierung

✓ Fachbeirat #3 (11.06.2020)



„Zukunftsworkshops zu den
Handlungsfeldern des Masterplan
Tourismus Sachsen-Anhalt 2027“

✓ Zukunftsworkshops I & II (01.07.)

✓ Zukunftsworkshops III & IV
(08.07.)

▪ Erstellung Handlungsleitfaden /
Umsetzungsprozess

Umsetzungsplanung

(Q3 – Q4 2020)



Fachbeirat #4 (09.09.2020)
(Finalisierung)

Lenkungskreis #3

- Definition & Abstimmung Leitprojekte
- Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027 - Evaluierungs- und Prozessdokumentation
- Ausarbeitung Endbericht Masterplan Tourismus 2027



Umsetzungsauftakt –
Abschlusspräsentation
(November 2020)





1 Begrüßung

2 Einführung & Zielsetzung

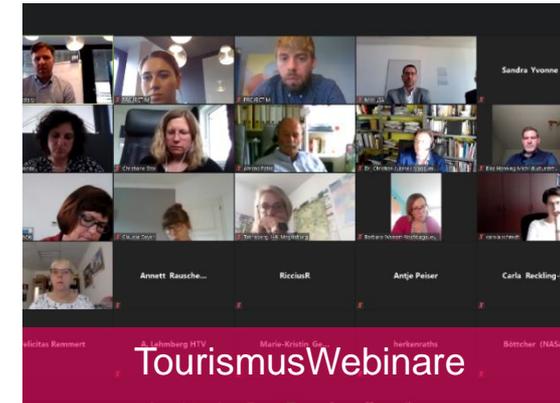
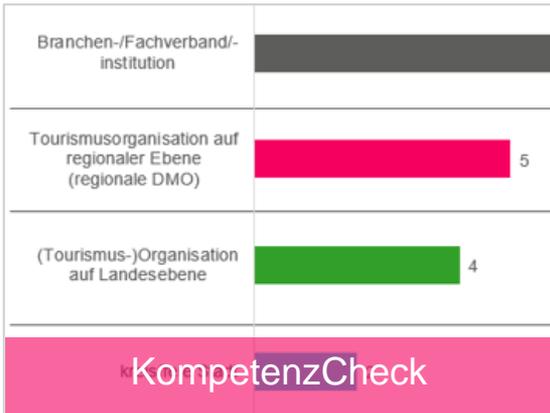
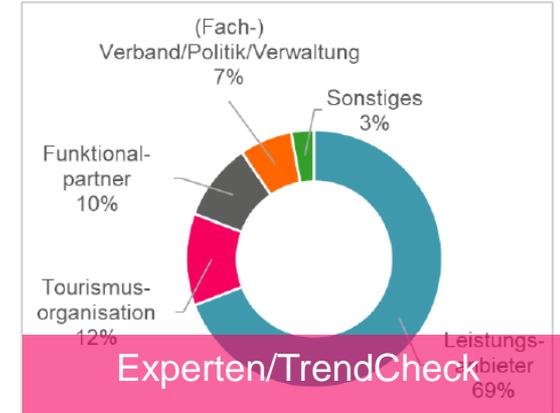
3 Steigerung der touristischen Wertschöpfung

4 Themen-Sessions zur Tourismusedwicklung 2027

5 Vorstellung der Session-Ergebnisse

6 Ausblick auf den kommenden Prozess

Der Prozess ist geprägt durch eine intensive Einbindung und einen offenen Dialog zur Weiterentwicklung des Tourismus in Sachsen-Anhalt.



Reflektion der #TourismusWebinare



TourismusWerkstätten #1+2 am 16.04.2020



Facts & Figures

16.04.2020, 63 Teilnehmende



Marketingstrategie

16.04.2020, 63 Teilnehmende



Trends

23.04.2020, 75 Teilnehmende



Organisation

23.04.2020, 75 Teilnehmende

MASTERPLAN TOURISMUS SACHSEN-ANHALT 2027

EINLADUNG | TourismusWebinare

16. April 2020

#1 „Facts & Figures“

09:00 - 11:00 Uhr

#2 „Marketingstrategie“

11:15 - 13:00 Uhr

23. April 2020

#3 „Megatrends“

09:00 - 11:00 Uhr

#4 „Organisation & Zusammenarbeit“

11:15 - 13:00 Uhr



Entwicklungserfordernisse für den Sachsen-Anhalt Tourismus



Tourismusentwicklung

Für dauerhafte Strahlkraft des Landes fehlt ein eindeutiges **Profil**. Zudem braucht es Investitionen in **Highlights** und **Kapazitäten**.



Marktbearbeitung / Touristische Zielgruppen & Zielmärkte

Aufbereitung verbindender **Angebotskompositionen** und Fokussierung auf wertebasierte **Kern-Zielgruppen**.



Touristische Infrastruktur

Impulsinvestitionen zur (Weiter-) Entwicklung der Basis-, Freizeit- und Erlebnisstruktur. Ausbau **nachhaltiges Mobilitätsmanagement**.



Organisationsstruktur

Ganzheitliches tour. System und **starke, eigenständige Organisationen mit definierten Rollen, Aufgaben & Prozessen** als Voraussetzung für Wettbewerbsfähigkeit.



Positionierung als Kulturreiseland

Erfordert starke **Botschaften, Qualität & überzeugende Kulturmarken**.



Digitalisierung / Digitale

Transformation & Reife in der Marktbearbeitung als Grundvoraussetzung in allen Handlungsfeldern. **Entwicklung nach einem Standard**.



Nachhaltigkeit

Ganzheitlicher Ansatz in allen Handlungsfeldern & als **Leitlinie** im **Masterplan 2027**.



Tourismusbewusstsein

Muss gezielt gestärkt werden. Förderung **Willkommenskultur, Stolz & Identifikation**.



Marktbearbeitung / Touristische Geschäftsfelder

Reduktion der Themenvielfalt für ein klares **Profil** und **fokussierte Investitionen**



Datenbasierte Dienstleistungsketten

Gästeorientierte Informations- & Erlebnis-aufbereitung in allen Reisephasen, ganzheitlich **datenbasiertes Besuchermanagement (analog & digital)**.



Qualitätsentwicklung & Innovationsförderung für HoGa, Camping & Freizeitbetriebe

Stärkung Service- & Erlebnisstandards durch **Innovationskultur, Wettbewerbe & Fördermechanismen**.



Tourismusfinanzierung

Fokus auf **Leitziele, -linien & Handlungsfelder** sowie **innovative & wettbewerbsfähige Produkte & Strukturen**.

Handlungsfelder für den Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027

Verankerung von Nachhaltigkeit und zukunftsgerichtetem Handeln im Tourismus

Positionierung & Marktbearbeitung



Touristische Infrastruktur



Digitalisierung



Qualität & Innovationsmanagement



Aufgabenteilung & Organisationsstrukturen



Tourismusbewusstsein



Nutzung der gesetzlichen Möglichkeiten zur Tourismusfinanzierung über das KAG sowie zielgerichtete touristische Förderung auf die Leitlinien und Leitziele des Tourismus

Leitlinie für den zukünftigen Sachsen-Anhalt Tourismus

Langfristig erfolgreiche Tourismusedwicklung braucht für die Image-, Wirtschafts- und Erlebnis-/Lebensraumentwicklung einen ganzheitlichen Ansatz.

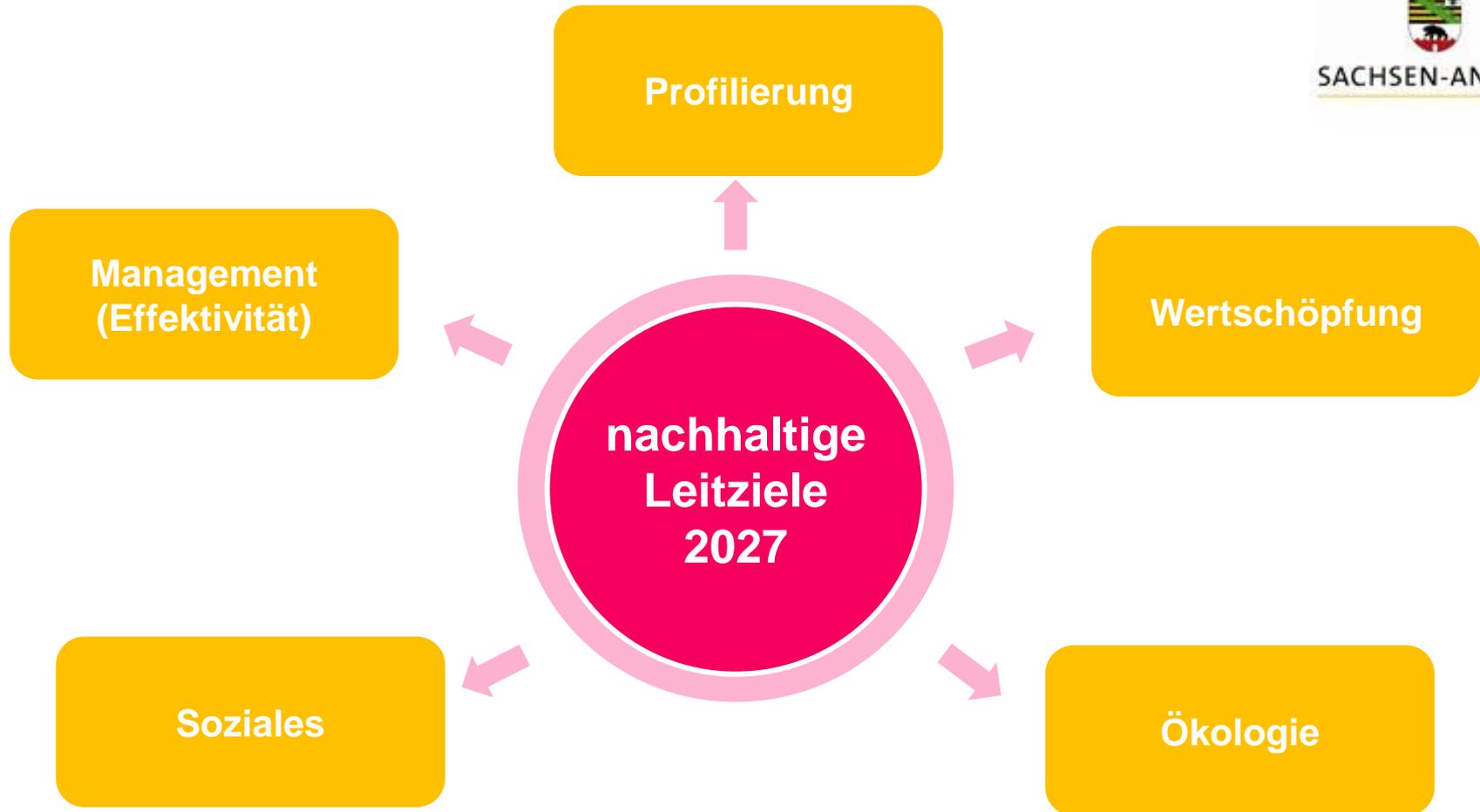
„Nachhaltige Tourismusedwicklung wird zur Leitlinie im Masterplan Tourismus und im Handeln der Tourismuswirtschaft!“

In allen Handlungsfeldern des Masterplans Tourismus Sachsen-Anhalt 2027 müssen ökonomische, ökologische und soziale Belange und deren Wirkungszusammenhänge aus Sicht von Wirtschaft, Umwelt, Einwohnern, Gästen und Arbeitnehmern konsequent berücksichtigt werden.

Übersetzung der Leitlinie in strategische Leitziele, Handlungsfelder und ins operative Handeln.



Fünf strategische Leitziele für den Masterplan Tourismus 2027.

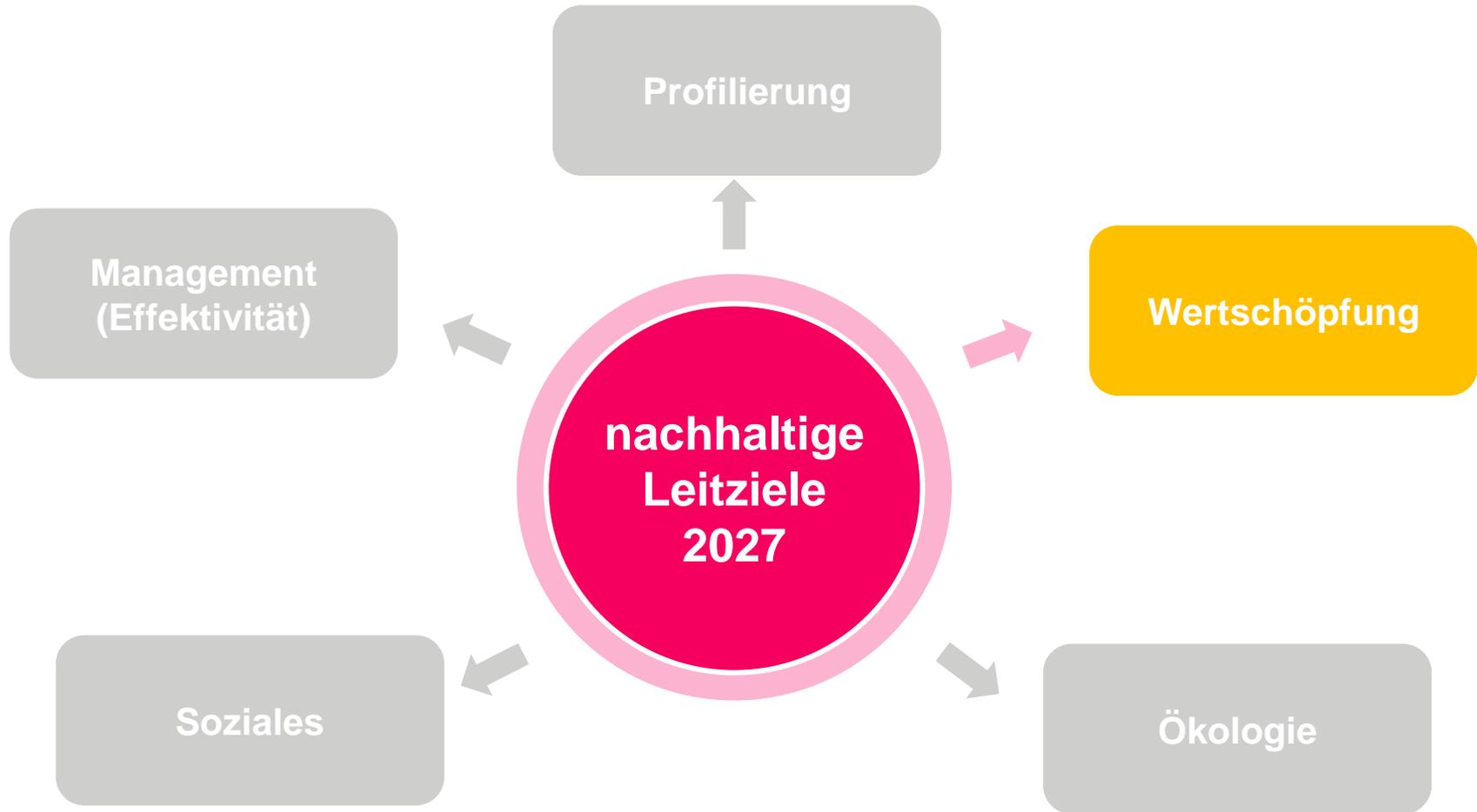


Fünf strategische Leitziele für den Sachsen-Anhalt Tourismus 2027.

- **Profilierung:** Wir entwickeln Sachsen-Anhalt zum **innovativen Kulturreiseland** und verleihen dem Land nach außen ein **modernes Gesicht** und den Gestaltern und Machern des Tourismus nach innen eine **klare Perspektive**.
- **Wertschöpfung:** Wir fördern einen wertschöpfungsstarken Tourismus, der **quantitatives Wachstum auf der Grundlage neuer Angebote und Angebotskompositionen** sowie einer hohen **Service- und Erlebnisqualität (Wertigkeit)** forciert. Synergien zum „genussvollen Erlebnis von Kultur und Natur“ und zur **Wertschöpfung in der Region** werden stets gesucht.
- **Ökologie:** Wir fördern einen ökologisch nachhaltigen Tourismus, der **umwelt- und ressourcenschonende Angebote** gezielt fördert und **beim Kunden** einen schonenden Umgang mit Ressourcen sowie der natürlichen Umgebung **verankert**.
- **Soziales:** Wir schaffen **Zufriedenheit** und **Akzeptanz** bei **Bewohnern, Gästen** und **Gastgebern!** Wir sichern attraktive Arbeitsplätze und fördern gute Arbeitsbedingungen.
- **Effektivität:** Über **zukunftsgerichtete Organisations- und Zusammenarbeitsstrukturen** und unsere **digitale Kompetenz** arbeiten wir mit höchster Effektivität und Effizienz.



Wertschöpfung als eines der fünf strategischen Leitziele für den Masterplan.



Wertschöpfungsziele für das Reiseland Sachsen-Anhalt

Wertschöpfung: Wir fördern einen wertschöpfungsstarken Tourismus, der quantitatives Wachstum auf der Grundlage einer hohen Service- und Erlebnisqualität forciert und stets Synergien zum „genussvollen Erlebnis von Kultur und Natur“ sowie zur Wertschöpfung in der Region aufnimmt.

Steigerung des Bruttoumsatzes auf 4,6 Mrd. €

Monitoring: Berechnung Wirtschaftsfaktor

- Wirtschaftsfaktor Tourismus (LTV und Benchmark Tourismusbarometer Ostdeutschland)
KPI: Basiswert 2015: 2,66 Mrd. €, Wert 2019 ist gerade über den LTV beauftragt

Steigerung der Übernachtungszahlen auf 12 Mio. (inkl. mind. 900T Incoming-Übernachtungen)

Monitoring: Übernachtungszahlen amtl. Statistik

- Statistisches Landesamt
KPI: 12 Mio. amtl. erfasste Übernachtungen bis 2027, mind. 900T Incoming (Basis 19: 8,6 Mio. / 580T)

Steigerung der Bettenauslastung auf mind. 40%

Monitoring: Durchschnittliche Bettenauslastung

- Statistisches Landesamt
KPI: 40-42 % Bettenauslastung lt. amtl. Statistik bis 2027 (Basis 2019: 33%)

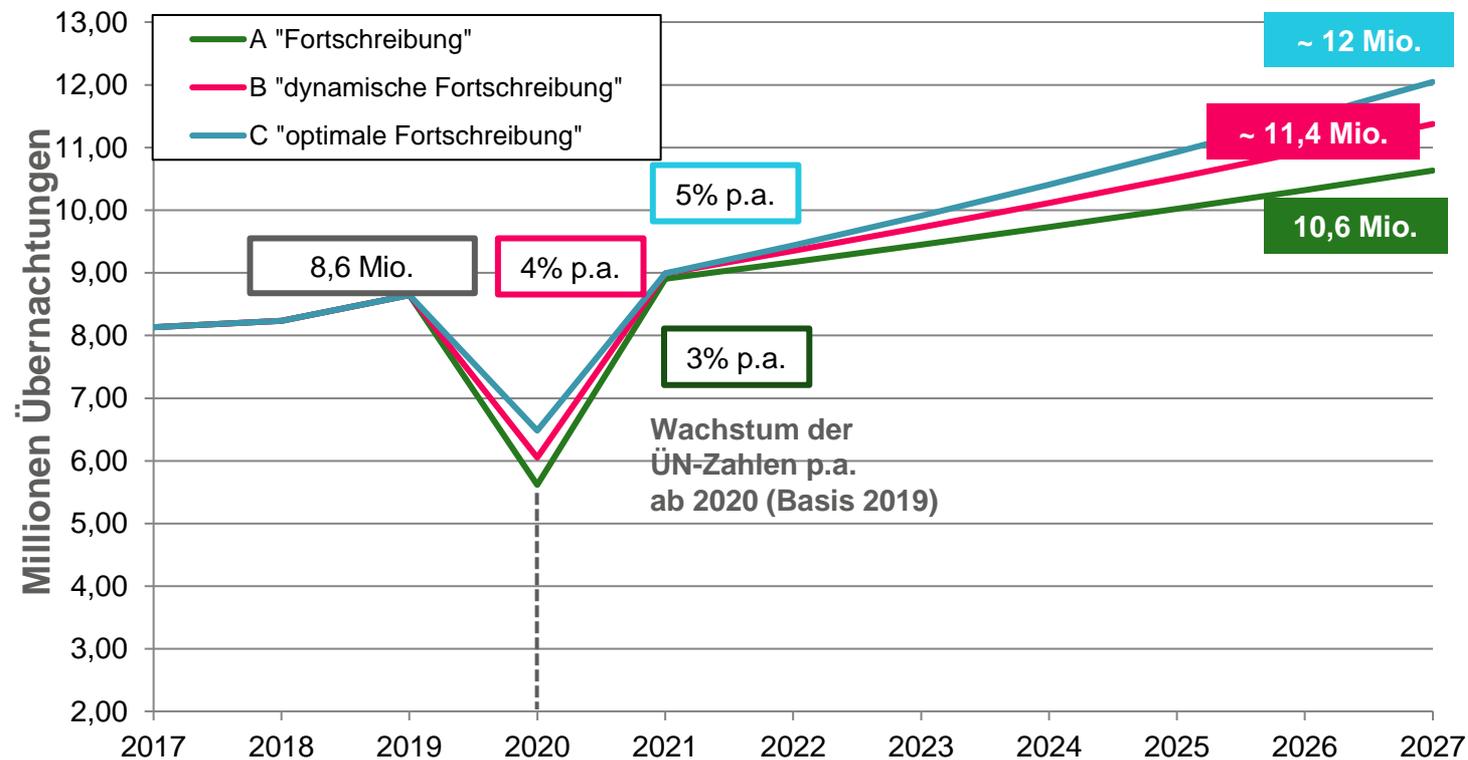
Steigerung der Besucherzahlen in den Freizeiteinrichtungen

Monitoring: Besucherzahlen

- IHK Freizeitbarometer

Mit einer stringenten Umsetzung, fokussierten Investitionen in Produkt, Qualität und Marketing sowie mehr Übernachtungskapazitäten zur optimalen Entwicklung.

Szenario für die Entwicklung der Übernachtungen im Reiseland Sachsen-Anhalt



Ziel 2027: 12 Mio. Übernachtungen

- Vollständige Umsetzung der Strategie & Leitprojekte
- Aufbau und Etablierung der innovativen Kulturmarke Sachsen-Anhalt
- Ansiedlungsmanagement: Investition in die tourist. Infrastruktur / Mobilität
- Spürbare Qualitätssteigerung / moderne Betriebe
- Neue innovative & profilschärfende Angebote
- Digitales Marketing & Besucherlenkung
- Ausweitung Marketingbudgets (nat./int.)
- Ausbau von Kapazitäten (+7T Schlafgelegenheiten)

Ideen, Maßnahmen und Leitprojekte zur zielgerichteten Tourismusedwicklung stehen in den 4 Zukunftswerkstätten im Fokus.

1. Juli 2020

#Wertschöpfung #Ökologie

AGENDA ZUKUNFTSWERKSTATT #1: WERTSCHÖPFUNG | 1. Juli 2020 HALLE MESSE, MESSESTRASSE 10, 06118 HALLE (SAALE)

- 09:00 Uhr Begrüßung zur „Zukunftswerkstatt Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt“
Thomas Wirsich | Ministerium für Wirtschaft, Wissenschaft und Digitalisierung
des Landes Sachsen-Anhalt
- 09:10 Uhr Einführung und Zielsetzung der #Zukunftswerkstatt Masterplan Tourismus 2027
Peter C. Kowalsky | PROJECT M
- 09:25 Uhr Steigerung der Wertschöpfung des Tourismus in Sachsen-Anhalt
Peter C. Kowalsky | PROJECT M
- 10:00 Uhr Themen-Sessions zur Tourismusedwicklung 2027
- Dialog zu Leitzielen & Entwicklungspotenzialen
„Was braucht es, um zukünftig eine noch bessere Wertschöpfung über
1. Erlebnispositionen und Erlebnisinfrastruktur,
2. Kundenbindung / CRM und
3. Sichtbarkeit & Buchbarkeit zu erreichen?“
- Einführung in die Themen-Sessions Tourismus Sachsen-Anhalt 2027
- 1. Erlebnispositionen & Erlebnisinfrastruktur
(Kapazitäten, moderne Konzepte, Kompositionen)
Mark Zielnitz | PROJECT M (Moderation)
- 2. Moderne Kundenbindung & Kundenbindungsprozesse
(Customer Relationship Management / Customer Data Platforms)
Peter C. Kowalsky | PROJECT M (Moderation)
- 3. Sichtbarkeit & Buchbarkeit entlang der gesamten Customer Journey
(Up-/Cross-Selling / Verlängerung der Aufenthaltsdauer)
Nadja Schweggert | PROJECT M (Moderation)
- 11:45 Uhr Vorstellung der Session-Ergebnisse & Ausblick auf den weiteren Prozess
Moderator:innen | PROJECT M
- 12:00 Uhr Gemeinsamer Ausklang

Wir bitten Sie aus organisatorischen Gründen um Ihre Zu- oder Absage bis zum 26.06.2020.
Nutzen Sie hierzu bitte den folgenden [Anmelde-Link](#).



AGENDA ZUKUNFTSWERKSTATT #2: ÖKOLOGIE | 1. Juli 2020 HALLE MESSE, MESSESTRASSE 10, 06118 HALLE (SAALE)

- 13:00 Uhr Begrüßung zur „Zukunftswerkstatt Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt“
Thomas Wirsich | Ministerium für Wirtschaft, Wissenschaft und Digitalisierung
des Landes Sachsen-Anhalt
- 13:10 Uhr Einführung und Zielsetzung der #Zukunftswerkstatt Masterplan Tourismus 2027
Peter C. Kowalsky | PROJECT M
- 13:25 Uhr Ökologie - Ressourcembewusster Tourismus als Wettbewerbsvorteil
Peter C. Kowalsky | PROJECT M
- 14:00 Uhr Themen-Sessions zur Tourismusedwicklung 2027
- Dialog zu Entwicklungsanfordernissen und Entwicklungspotenzialen
„Was braucht es, um zukünftig ein innovatives & ökologisch nachhaltiges
Reiserlebnis auch in Höhe und Mobilität anbieten zu können?“
- Einführung in die Themen-Sessions Tourismus Sachsen-Anhalt 2027
- 1. Ökologische Nachhaltigkeit im Reiseerlebnis / Erlebnisdesign
Nadja Schweggert | PROJECT M (Moderation)
- 2. Ökologische Nachhaltigkeit in Hotellerie und Gastronomie
Mark Zielnitz | PROJECT M (Moderation)
- 3. Ökologische Nachhaltigkeit im Ankommen und in der Binnenmobilität
Peter C. Kowalsky | PROJECT M (Moderation)
- 15:45 Uhr Vorstellung der Session-Ergebnisse & Ausblick auf den weiteren Prozess
Moderator:innen | PROJECT M
- 16:00 Uhr Gemeinsamer Ausklang

Wir bitten Sie aus organisatorischen Gründen um Ihre Zu- oder Absage bis zum 26.06.2020.
Nutzen Sie hierzu bitte den folgenden [Anmelde-Link](#).

8. Juli 2020

#Tourismusbewusstsein & Servicequalität #Zusammenarbeit & Effektivität

AGENDA ZUKUNFTSWERKSTATT #3: TOURISMUSBEWUSSTSEIN & SERVICEQUALITÄT | 8. Juli 2020

- 09:00 Uhr Begrüßung zur „Zukunftswerkstatt Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt“
Thomas Wirsich | Ministerium für Wirtschaft, Wissenschaft und Digitalisierung
des Landes Sachsen-Anhalt
- 09:10 Uhr Einführung und Zielsetzung der #Zukunftswerkstatt Masterplan Tourismus 2027
Peter C. Kowalsky | PROJECT M
- 09:25 Uhr Tourismusbewusstsein sowie Service- & Erlebnisqualität in Sachsen-Anhalt
Peter C. Kowalsky | PROJECT M
- 10:00 Uhr Themen-Sessions zur Servicequalität & zum Tourismusbewusstsein
- Dialog zur Optimierung in der Aufgabenteilung & Zusammenarbeit
„Was braucht es, um zukünftig eine noch bessere Qualität anbieten und das
Tourismusbewusstsein im Land langfristig erhöhen zu können?“
- Einführung in die Themen-Sessions Tourismus Sachsen-Anhalt 2027
- 1. Qualitätsinitiativen & Qualitätsmanagement
(modernen, Innovationen, Überzeugung)
Nadja Schweggert | PROJECT M (Moderation)
- 2. Binnevernetzung und Binne-Kampagnen „Wir sind Reiseländ“
(Bevölkerung, Politik, Wirtschaft, Arbeitnehmer)
Mark Zielnitz | PROJECT M (Moderation)
- 3. Moderne Betriebe / Betriebskonzepte
(New Work, Identität, Begleitung)
Peter C. Kowalsky | PROJECT M (Moderation)
- 11:45 Uhr Vorstellung der Session-Ergebnisse & Ausblick auf den weiteren Prozess
Moderator:innen | PROJECT M
- 12:00 Uhr Gemeinsamer Ausklang

Wir bitten Sie aus organisatorischen Gründen um Ihre Zu- oder Absage bis zum 03.07.2020.
Nutzen Sie hierzu bitte den folgenden [Anmelde-Link](#).



AGENDA ZUKUNFTSWERKSTATT #4: ZUSAMMENARBEIT & EFFEKTIVITÄT | 8. Juli 2020

- 13:00 Uhr Begrüßung zur „Zukunftswerkstatt Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt“
Thomas Wirsich | Ministerium für Wirtschaft, Wissenschaft und Digitalisierung
des Landes Sachsen-Anhalt
- 13:10 Uhr Einführung & Zielsetzung der #Zukunftswerkstatt Masterplan Tourismus 2027
Peter C. Kowalsky | PROJECT M
- 13:25 Uhr „1+1=1“ Effektive Organisations- & Zusammenarbeitsstrukturen
Peter C. Kowalsky / Cornelia Oberer | PROJECT M
- 14:00 Uhr Themen-Sessions zur Zusammenarbeit, Prozess & Effektivität
- Dialog zur Optimierung in der Aufgabenteilung & Zusammenarbeit
„Was braucht es, um zukünftig besser zusammen zu arbeiten, Synergien zu nutzen
und gemeinsam mit gebündelten Kräften zu agieren?“
- Einführung in die Themen-Sessions Tourismus Sachsen-Anhalt 2027
- 1. Erfolgsparameter Organisationsstruktur & Organisationsprozesse
(Innovationsdenken, agile Systeme & Prozesse)
Cornelia Oberer | PROJECT M (Moderation)
- 2. Aufgabenmanagement & Prozessgestaltung
(Aufgabenheften, Kompetenzen, zentrale / dezentrale Management)
Mark Zielnitz | PROJECT M (Moderation)
- 3. Umsetzungsmanagement & Mitwirkung am Masterplan
(Tourismusedwicklung, Monitoring & Controlling, Anreizsysteme)
Peter C. Kowalsky | PROJECT M (Moderation)
- 15:50 Uhr Vorstellung der Session-Ergebnisse & Ausblick auf den weiteren Prozess
Moderator:innen | PROJECT M
- 16:00 Uhr Gemeinsamer Ausklang

Wir bitten Sie aus organisatorischen Gründen um Ihre Zu- oder Absage bis zum 03.07.2020.
Nutzen Sie hierzu bitte den folgenden [Anmelde-Link](#).



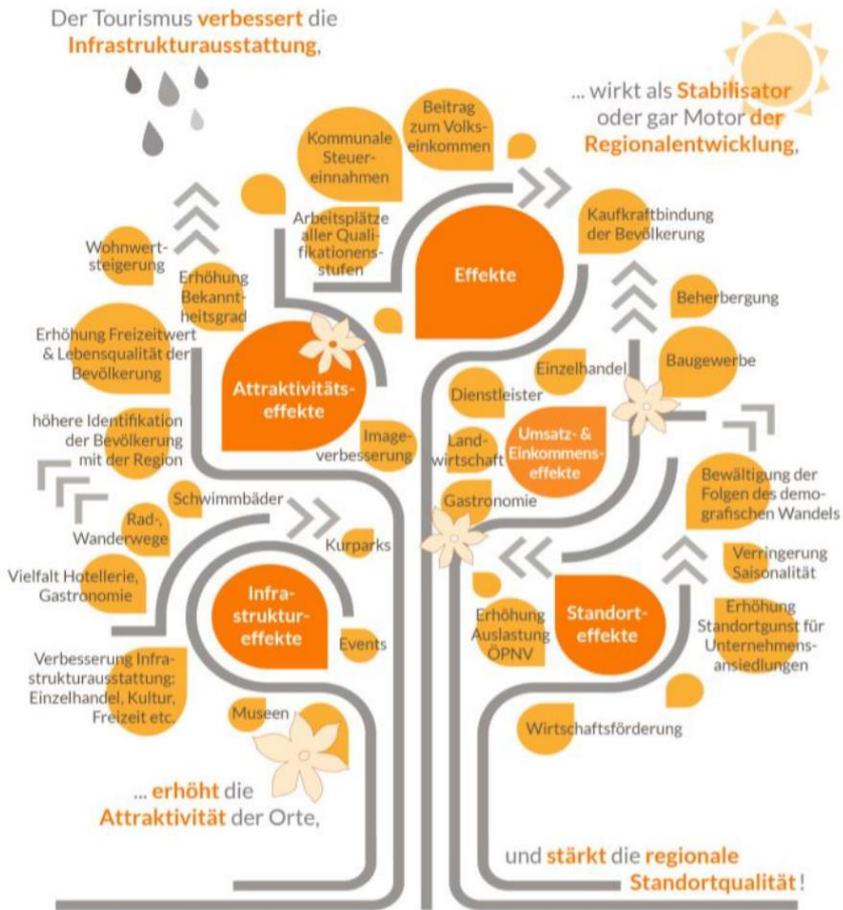
Zielsetzung heute: Vertiefung der Handlungsfelder und Leitprojekte für den Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027.

- ⇒ Impulse und Fachdialog zu den Leitzielen und möglichen Leitprojekten
 - Wertschöpfung im Tourismus in Sachsen-Anhalt
 - Ökologie – nachhaltiger und umweltbewusster Tourismus als Auszeichnung
- ⇒ Vertiefung der Themen und Ansätze in drei Workshops
 - Was sind die Leitprojekte für den Tourismus in Sachsen-Anhalt?
 - Was braucht es an Rahmenbedingungen?
- ⇒ Ausblick auf die ZukunftsWerkstätten #3 & 4 am 8. Juli 2020 in Magdeburg
 - Tourismusbewusstsein & Service-/Erlebnisqualität in Sachsen-Anhalt
 - Prozessmanagement: Zusammenarbeit & Effektivität

3

Steigerung der Wertschöpfung

Tourismus bietet weit mehr als Umsatz-, Steuer- und Einkommenseffekte...



Bruttoumsatz

Mehrwertsteuer

Nettoumsatz

Vorleistungen

1. Umsatzstufe
direktes
Einkommen

2. Umsatzstufe
indirektes
Einkommen

Touristischer
Einkommensbeitrag
insgesamt

Beschäftigungseffekte

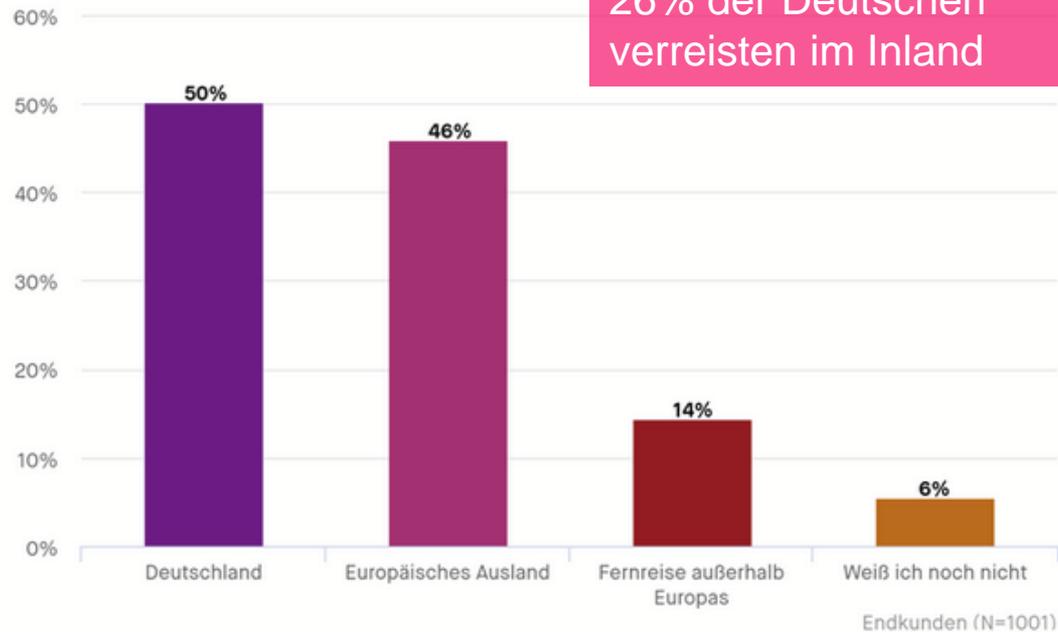
Tourismus schafft Standort-, Lebens- und Erlebnisqualität für Einwohner, Gäste, Arbeitnehmer und Unternehmen sowie Stolz und Identität!



Aktuell großes Potenzial im Binnentourismus! Die Hälfte der Deutschen plant im Jahr 2020 die nächste Übernachtungsreise innerhalb Deutschlands.

Mögliche Ziele der nächsten Reise

Mehrfachauswahl war möglich.



Frage: Wohin wird Ihre nächste Reise (mit Übernachtungen) voraussichtlich gehen?

Quelle: ReisePuls Deutschland Mai 2020. Nutzung nur mit Nennung der Quelle.



Mit der Öffnung der europäischen Ziel- und Quellmärkte ergeben sich weitere Perspektiven, die aber sehr differenziert und genau zu betrachten sind.

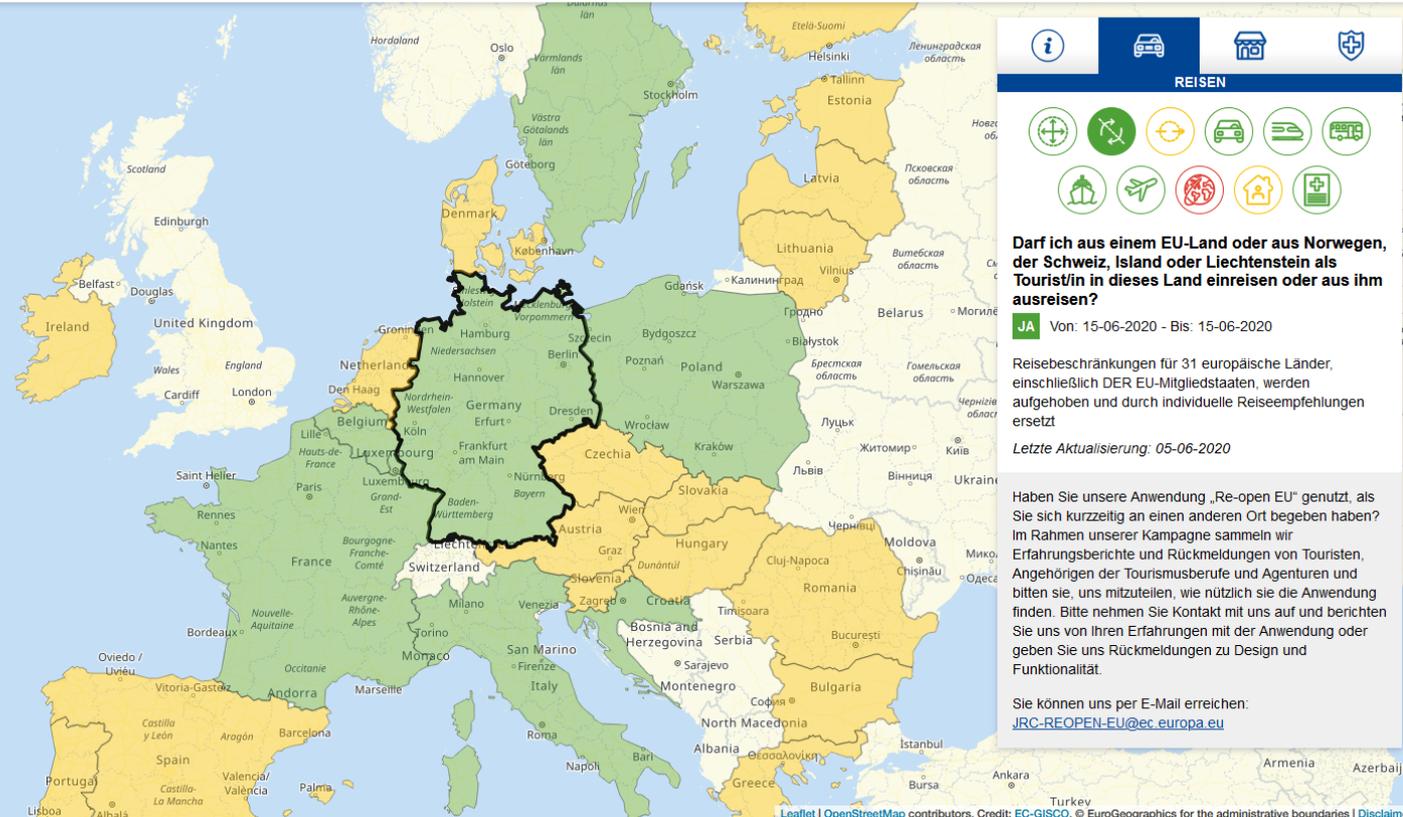


Europäische Union

Deutsch



Deutschland



Effekte der Corona-Krise: Höhere Nachfrage nach inländischen Zielen und Besucherandrang führt zu neuen Perspektiven & Herausforderungen...

Effekte der Corona-Krise

- Hohe Anforderungen an (digitale) Besucherlenkung & Crowdmanagement
- Hohe Sicherheits- und Hygieneanforderungen (Gastronomie, Hotellerie, Freizeiteinrichtungen, Transport etc.)
- Wiederherstellung von Lieferketten / Angeboten unter Berücksichtigung der Betriebswirtschaftlichkeit und Preispolitik
- Kapazitätsengpässe aufgrund erhöhter Binnennachfrage bei gleichzeitiger Angebotseinschränkung
- Aufmerksamkeit auf „neue“ Zielgebiete, sofern Angebot und Qualität stimmen.
- Investitionserfordernis in neue, Wettbewerbsfähige Angebote und Marketing.

LÜBECKER BUCHT

Ostsee in Corona-Zeiten: Hier kommt das Strandticket, hier nicht



Der volle Strand am Ostseestrand in Lübeck am 1. August 2020. Foto: Tagesgä

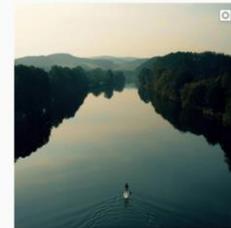
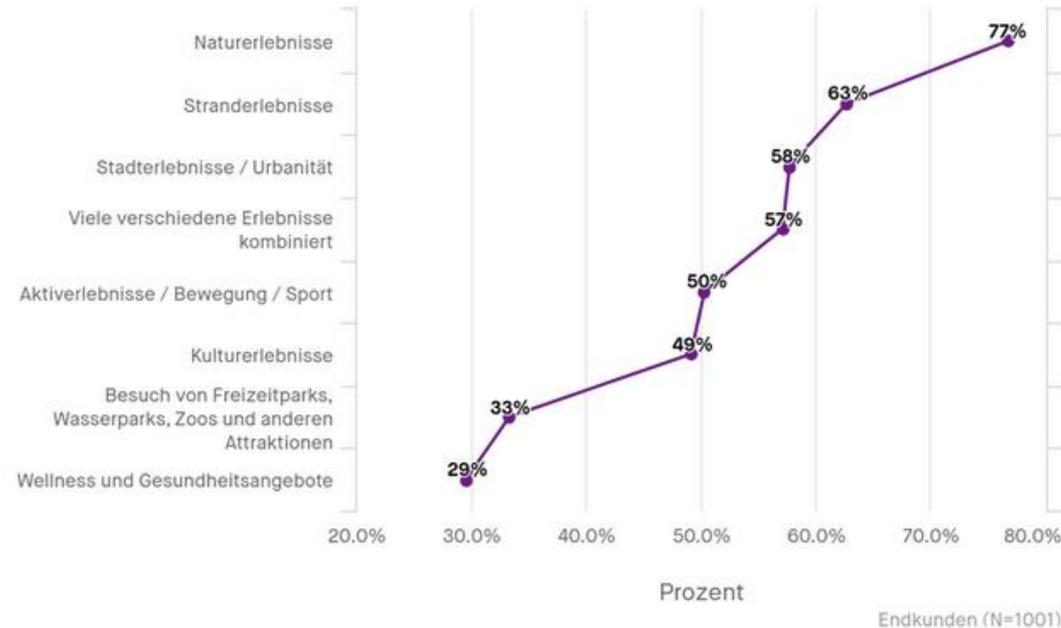
**Wohlfühlen,
Gelassenheit,
Unbeschwertheit,
Freiheit**

**Sicherheit,
Einschränkung
(Akzeptanz)**

Aktuelles Reiseinteresse passt hervorragend zu den Kompetenzen von Sachsen-Anhalt.

Erlebnisse, die bei der nächsten Reise “sehr wichtig” und “wichtig” sind.

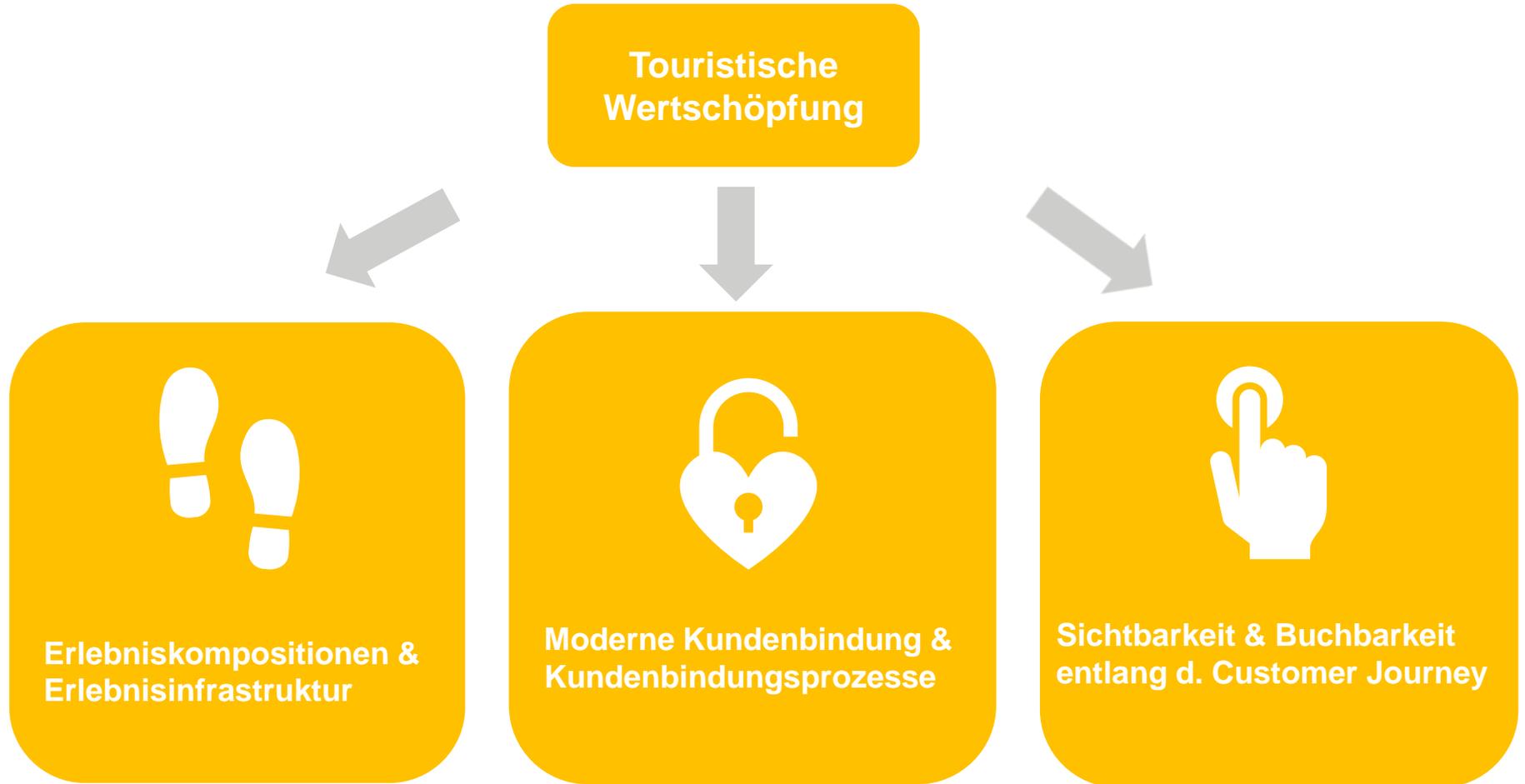
(Skalenwerte 4 & 5 addiert, je größer der Wert, umso wichtiger)



Frage: Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Erlebnisse auf Ihrer nächsten Reise? Skala: 1 = “unwichtig” bis 5 = “sehr wichtig” | Quelle: ReisePuls Deutschland Mai 2020. Nutzung nur mit Nennung der Quelle.



Steigerung der touristischen Wertschöpfung durch Attraktivierung des Produkterlebnisses, Optimierung der Kundenbindung, Steigerung Buchbarkeit ...



Erlebniskompositionen & Erlebnisinfrastruktur

Mittels gezielter Investitionen in neue Angebote und eine qualitative Bestandsentwicklung sind wertschöpfungsstarke Zielgruppen zu halten / zu gewinnen. Die Wertigkeit des Produktes und zielgruppenspezifische Erlebniskompositionen begünstigen eine höhere Ausgabebereitschaft und längere Aufenthalte mit mehr regionaler Wertschöpfung.

Impulsinvestitionen in die Erlebnisinfrastruktur haben in den vergangenen Jahren in allen Tourismusregionen das touristische Erlebnis positiv erweitert.

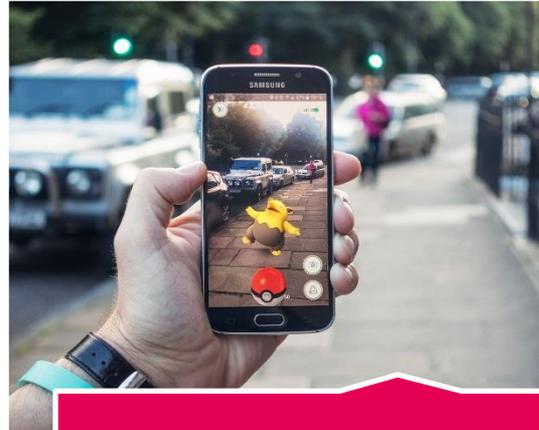


Bilder: <https://lutherstadt-wittenberg.de/kultur/sehenswuerdigkeiten/panorama-luther1517/> / <https://www.instagram.com/welterberegion/> / <https://www.harzdrenalin.de/> / <https://www.himmelswege.de/index.php?id=poemmelte> / <https://daeschlerarchitekten.de/haus-der-fluesse-infozentrum-natura-2000/> / <https://holzerkobler.com/de/project/ arche-nebra>

Immersive Erlebnisse mit Hilfe von Virtual, Augmented & Mixed Reality stimulieren den Gast und schaffen über Inszenierung neue Besuchsanreize.



Virtual Reality



Augmented Reality



Mixed Reality

Zielgruppenspezifische und regionstypische Beherbergungsangebote schaffen Diversifizierung im Angebot und Anreize für neue Zielgruppen.



Erholung Genuss Freizeit Mühlenfloß Events Gutscheine Online bu



Unsere Zimmer und Apartments sind ebenso besonders wie gemütlich. Schläft direkt auf dem Wasser in einem unserer schwimmenden IGLUs oder mietet unser Ferienhaus. Wir haben für jeden von euch das richtige Angebot.

SCHWIMMENDES IGLU

PANORAMA IGLU

STRANDHAUS HOTEL

FERIENHAUS AM SEE

SCHWIMMENDES SEEHOTEL

ALLE UNTERKÜNFT



Quelle: <https://www.lieblingsplatz-parey.de/>

Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027 | © PROJECT M 2020

Über gezieltes Ansiedlungsmanagement sind an ausgewählten Standorten neue Angebote und nachhaltige Marketing- / Vertriebspartner zu gewinnen.



Ferienparks · Angebote · Entdecken Sie Center Parcs · FAQ COVID-19 · Last-Minutes



Flexibel buchen



Sommerferien



Last Minute-Angebote



Frühbucher-Rabatt



Herbstferien



Schulferien



Familien/55plus-Ermaßigung



Alle Angebote



90 % unserer Gäste bewerten uns mit einer 8 oder höher

Alle Parks ▾ Anmelden ▾

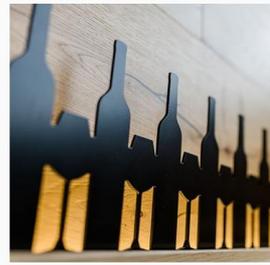
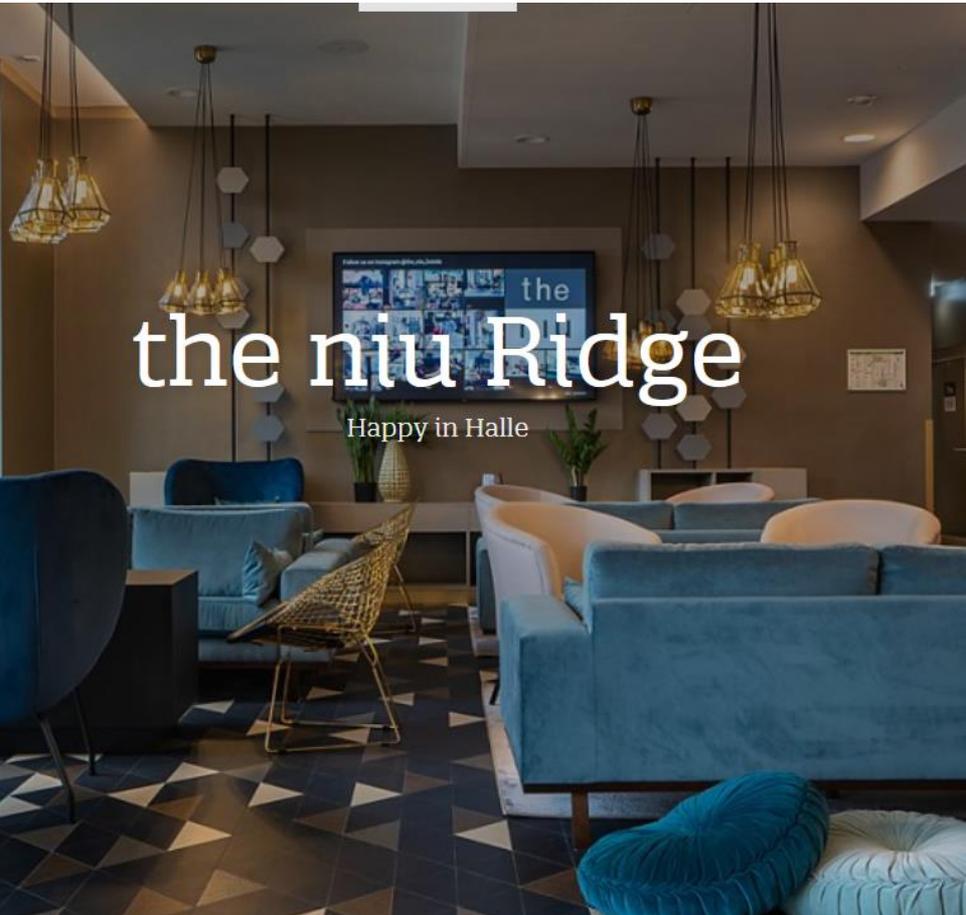
Ferienparks Destinationen Angebote Hilfe

Einmaliger Urlaub mit **positivem Einfluss**

Jetzt und in der Zukunft - gerne teilen wir mit Ihnen unsere Erfolge. Landal GreenParks ist die Nummer 1 im Sustainable Brand Index. Wir konzentrieren uns auf 3 Themen.



In allen Segmenten des Freizeit- und Geschäftsreise- / MICE-Tourismus gewinnen immer individuellere und besondere Konzepte an Bedeutung.



Frequenzbringer MICE Tourismus. Differenzierte Angebote, neues Denken und Handeln wichtig!



FUTURE MEETINGS, DIGITALISIERUNG

Smarte Events im Zeichen der digitalen Evolution



FUTURE MEETINGS, DIGITALISIERUNG

Konferenz 4.0 – auf dem Weg zur Community



DIGITALISIERUNG

Digitale Transformation – Co-Creation-Formate lösen Konferenzen ab



WIRTSCHAFT

Großveranstaltungen sollen bis Ende Oktober verboten bleiben

Mehr Kreativität & Individualisierung Mehr Flexibilität, Sicherheit & „Full-Service“



Viele gute Gründe für Halle (Saale)

- Zahlreiche Locations
- Exzellente Verkehrsanbindung
- Großes Kunst- und Kulturangebot
- Breites Leistungspektrum

Haben Sie Fragen?



WelterbeCard: Verknüpfung von Kultur- und Naturerlebnissen zur Angebotsaufbereitung und Verlängerung der Aufenthaltsdauer.



Leistungen Preise Verkaufsstellen FAQ AGB Downloads Impressum Datenschutzerklärung

Online Bestellen >

Eine ganze Region mit nur einer Karte entdecken.



Entdecken Sie die WelterbeRegion Anhalt-Dessau-Wittenberg mit der WelterbeCard!

Mit dieser Gästekarte zahlen Sie nur einmal und können einmalig kostenfrei 13x UNESCO-Welterbe erleben und 84 weitere Leistungen aus Kunst, Kultur, Natur und Freizeit nutzen.

Wie es Ihre Zeit erlaubt, entweder in 24 Stunden oder an drei frei wählbaren Tagen innerhalb der Gültigkeit.



HarzCard: Individuelle Anreize und Mehrwerte, die gezielt Erlebniseempfehlungen für jeweilige Zielgruppen bieten.



Harz
Zur Webseite



bestellen

Ihr freier Eintritt im Harz

Bestellen Sie Ihre HarzCard



So funktioniert die All Inclusive Karte

Über 120x freier Eintritt -
Alle Partner der Karte

Hier gibt es die HarzCard - Alle
Verkaufsstellen

48 STUNDEN
SPAREN MIT DER
HARZCARD

nur 32,- €
für Kinder nur 22,- €

bestellen

4 TAGE
SPAREN MIT DER
HARZCARD

nur 59,- €
für Kinder nur 39,- €

bestellen

Telefonische Bestellung:
05321 - 34040

Verkaufsstellen vor Ort



Hoher "Spaßfaktor", kurze Distanzen

"Wahnsinn, was der Harz alles zu bieten hat! Und da die Distanzen in kurzer Zeit zurückzulegen sind, haben wir in zwei Tagen so viel Erlebt wie sonst in einem einwöchigen Urlaub."

- Sylvia und Thomas, Berlin -



Planbare Ausgaben für unseren Familienurlaub

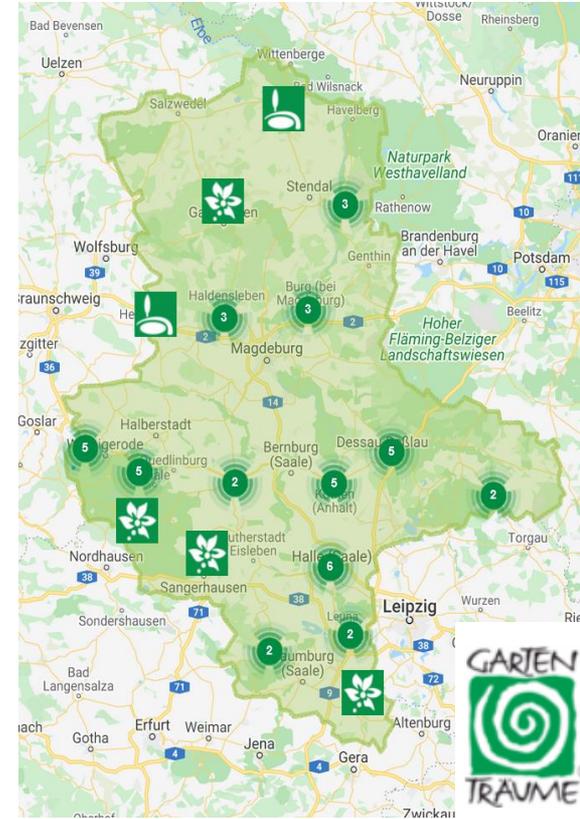
"Da nach Kauf der Karte keine weiteren Eintrittsgelder in den beteiligten Einrichtungen anfallen, konnten wir im Vorfeld unserer Reise die Ausgaben besser einschätzen. Zudem haben wir Museen besucht, die wir ursprünglich nicht aufsuchen wollten und hierbei tolle Dinge entdeckt."

- Familie Hoffmeister, Hamburg -



Bei der Verknüpfung von Angeboten und Orten muss stets die Zielgruppe, das individuelle Motiv und die Einbindung in die Region im Vordergrund stehen!

Die Straße der Romanik



Moderne Kundenbindung & Kundenbindungsprozesse

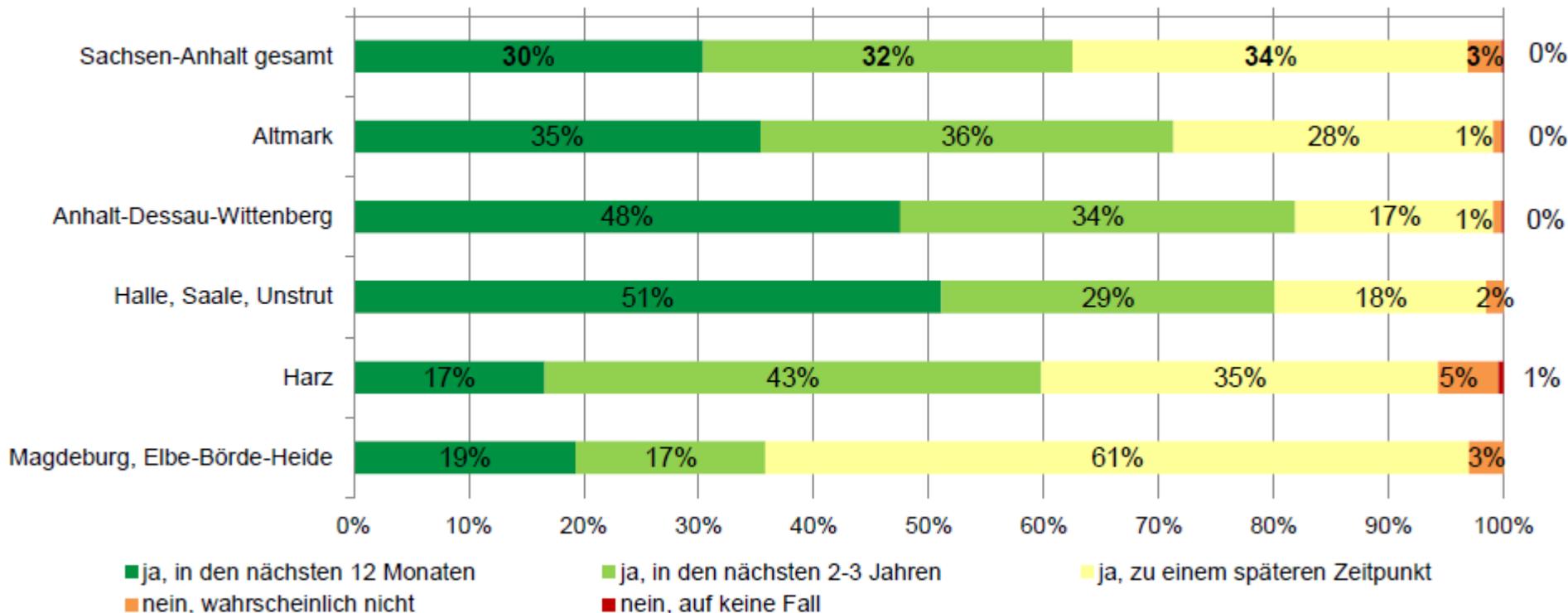
Persönlicher Kontakt und emotionale Bindung bleiben das Kernrezept einer nachhaltigen Kundenbindung. Das Wissen um den Gast und seine Interessen, Motivlagen, Informations-, Bewegungs- oder Konsummuster ermöglichen aber eine viel dezidiere Kundenbindung. Datenmanagement, Smart Data und KI sind hier der Schlüssel zum Handeln.



Besucher zeigen eine sehr hohe Reiserückkehrbereitschaft. Wie gelingt es, diese tatsächlich als Wiederbesucher und Botschafter zu gewinnen?

Permanente
Gästabefragung
Sachsen-Anhalt 2016

Reiserückkehrbereitschaft der Befragten nach Reisegebiet (in %)



Das Echtzeitwissen um Interessens- & Bewegungsmuster, Verhaltens- & Konsummuster ist der entscheidende Aspekt, um Gäste zu binden.



Digitale Serviceleistungen und dahinter liegende Datenmanagement-Systeme sind das entscheidende Werkzeug zur effektiven Marktbearbeitung.



Künstliche Intelligenz



Sprachassistentz

Digitale GästeCard und WebApps als wichtige Aspekte der Kundenbindung, Besucherlenkung und Steigerung der Verkäufe vor Ort!



Maßgeschneiderte Kartenmodelle
Marketinginstrument mit Blick in
Richtung Zukunft



NFC-basierte Kartensysteme
Die Karte als Generalschlüssel für die
gesamte Destination



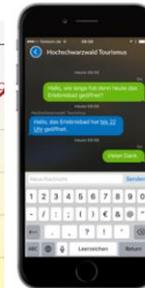
Intelligente Terminals
Moderne und cloudbasierte Hardware

Top 5 Sommer-Attraktionen

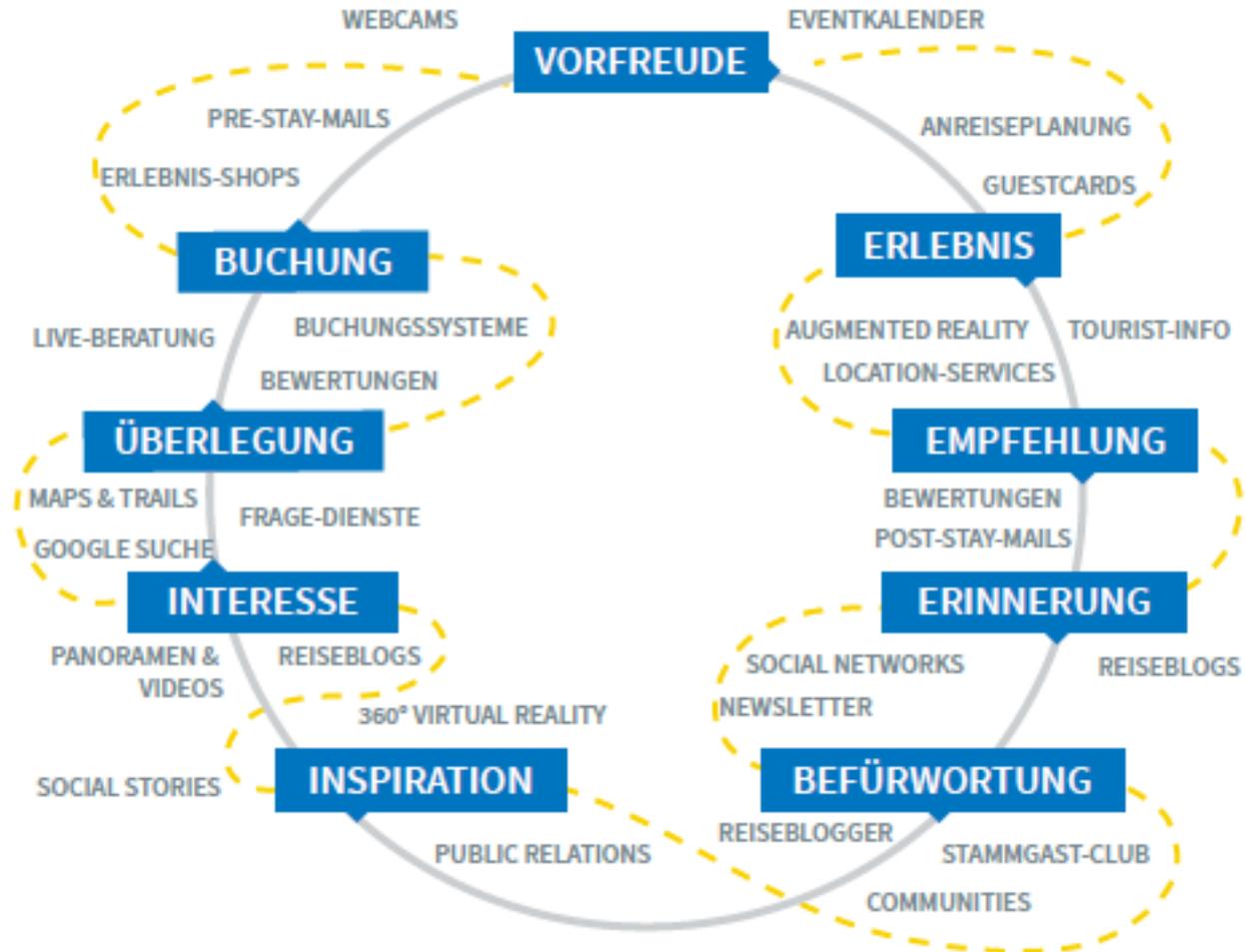
- ☀️ Badeparadies Schwarzwald
- ☀️ Feldbergbahn
- ☀️ Hasenhorn Gaster
- ☀️ Bootsbetrieb Titisee - Schwarzer
- ☀️ FUNDORENA Trampolin

Top 5 Winter-Attraktionen

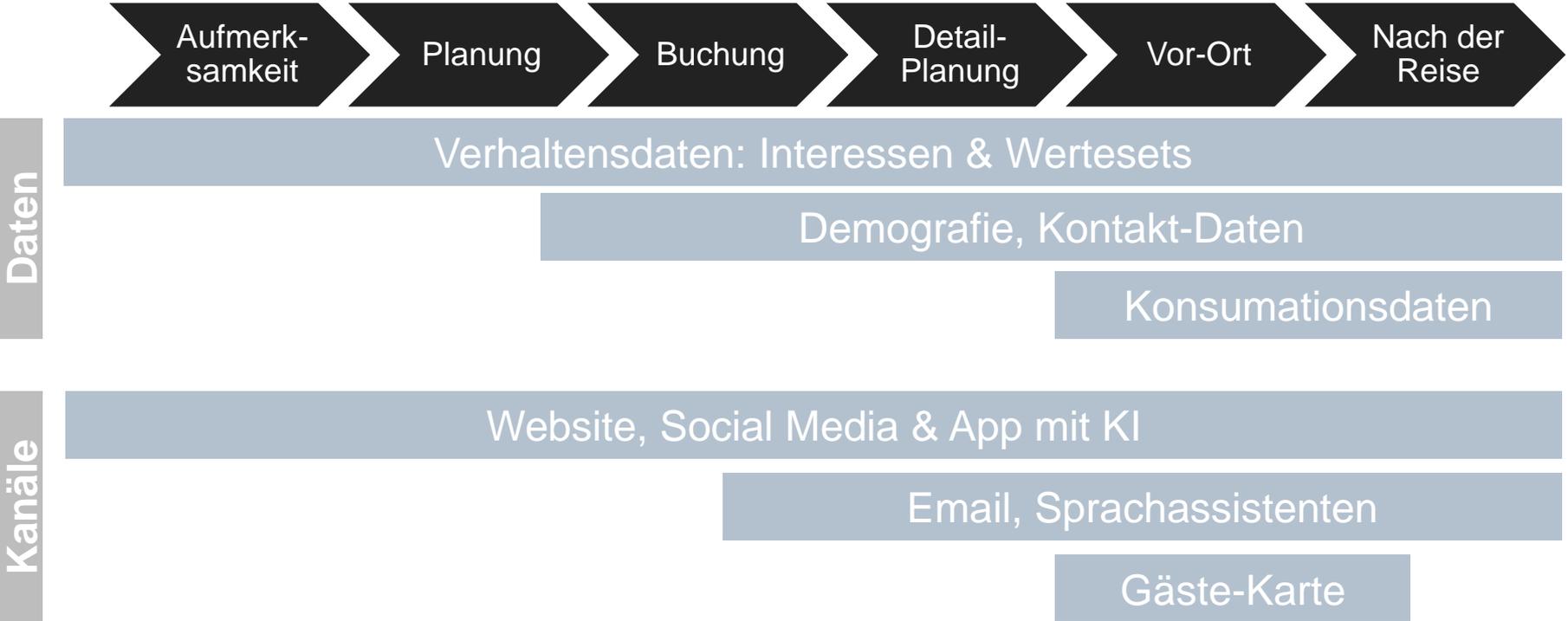
- ❄️ Liftverbund Feldberg
- ❄️ Badeparadies Schwarzwald
- ❄️ FUNDORENA
- ❄️ Haus der Natur
- ❄️ Radonbad Merzenschwand



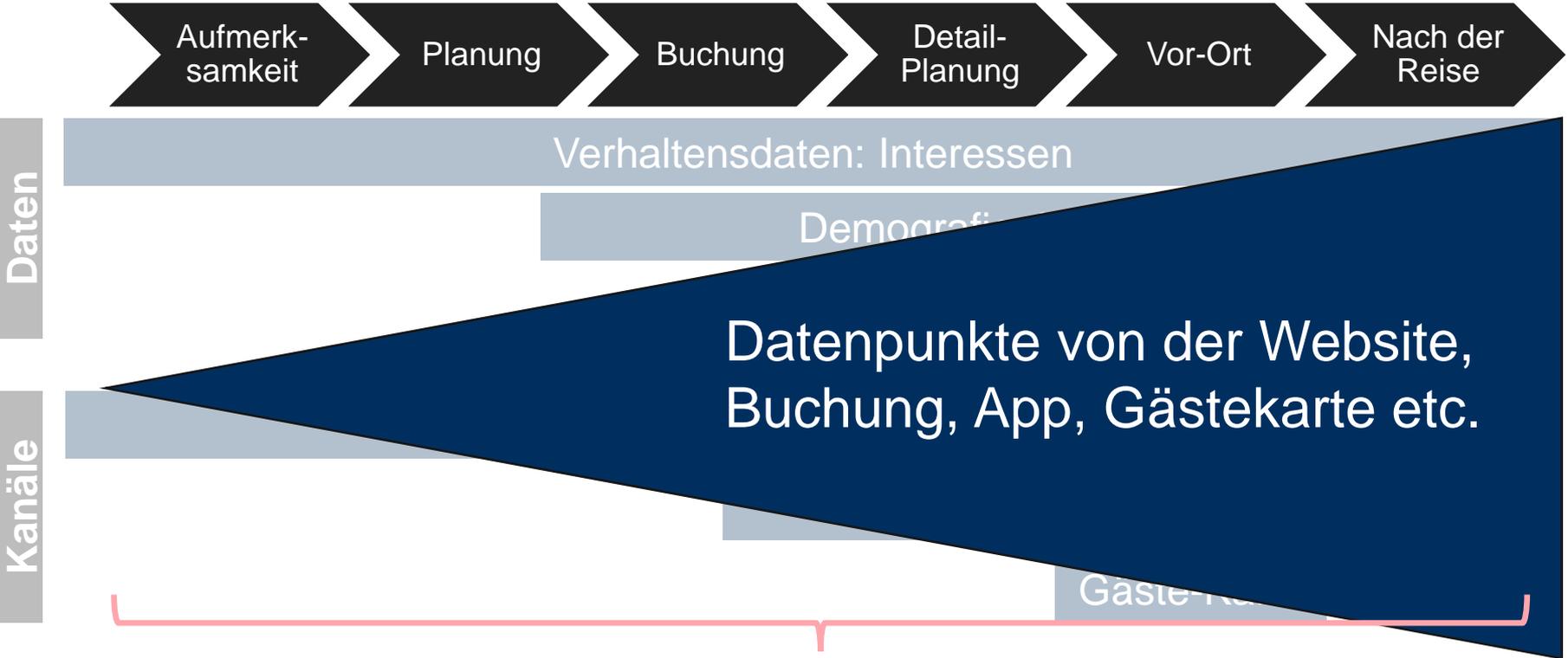
Digitale Customer Journey: Die digitale Service- und Erlebnisunterstützung ermöglicht an allen Kontaktpunkten des Gastes den Wissenszuwachs!



DATEN & DIGITALE KANÄLE IN DER CUSTOMER JOURNEY

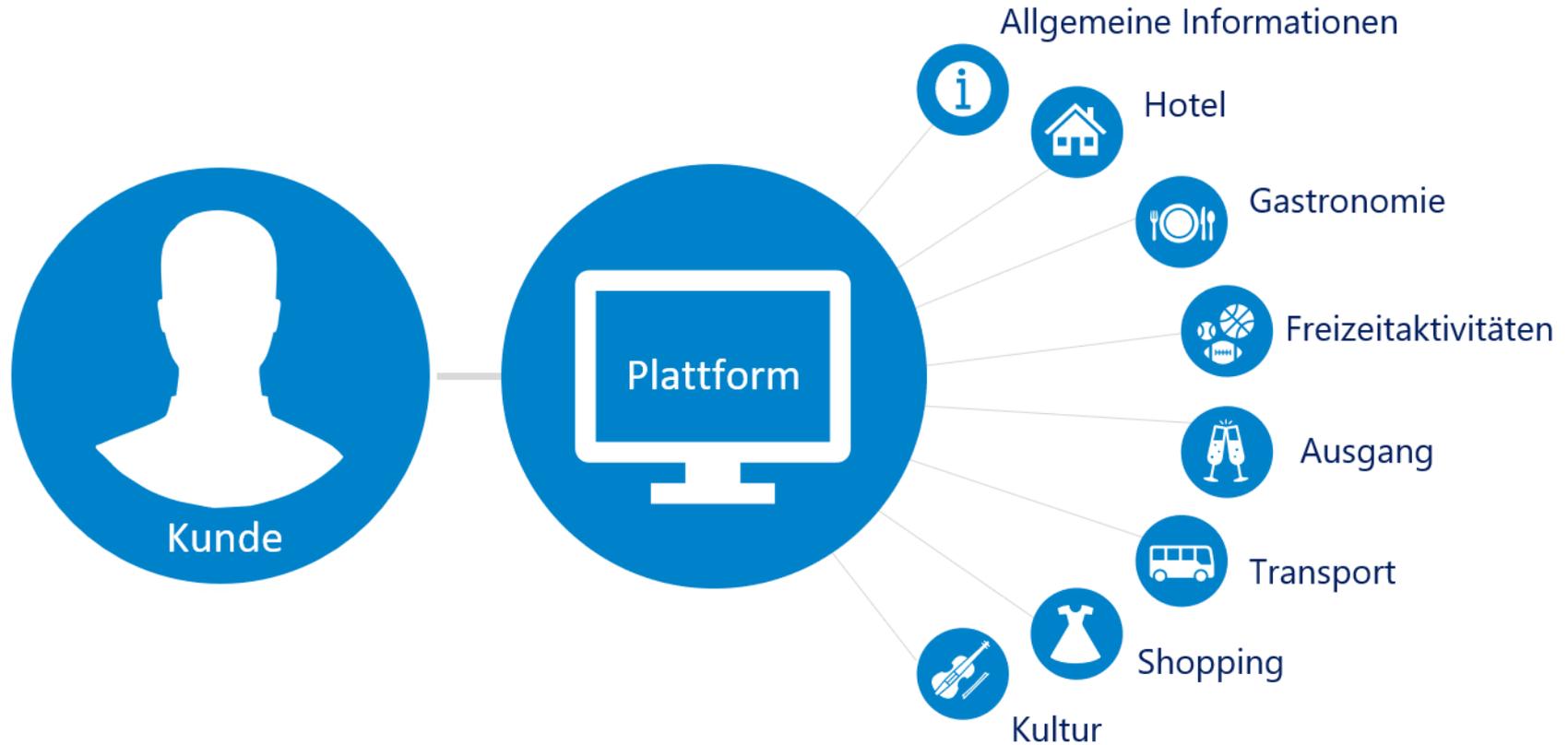


DATEN & KANÄLE IN DER CUSTOMER JOURNEY



Sammlung aller Interaktionen und Anreicherung der Profile

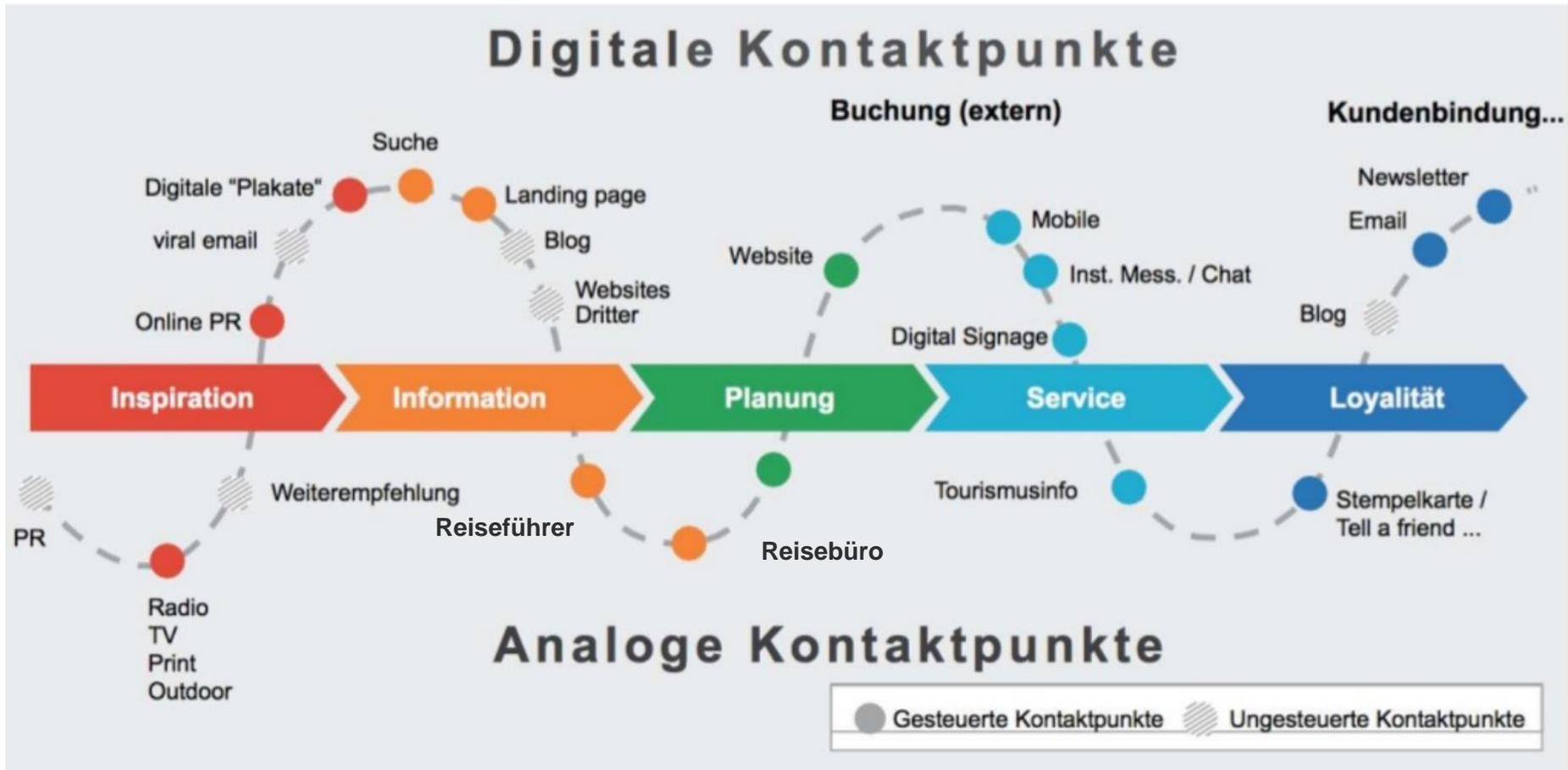
Customer-Relationship-Management findet den Weg in die Destinationen: Kundenbindung über passgenauen Content.



Sichtbarkeit & Buchbarkeit

Sichtbarkeit und Buchbarkeit entlang der gesamten Customer Journey und auf den Kanälen der Gäste ist die entscheidende Voraussetzung, um die touristische Wertschöpfung nachhaltig steigern zu können und Erlebnis & -kompositionen erfolgreich verkaufen zu können.

Alle Kontaktpunkte müssen gezielt gesteuert und die Buchung von Unterkünften sowie Angeboten und Produkten lückenlos ermöglicht werden.



Analog up-to-date - TIs avancieren zu Brand-Shops & Wohlfühlorten mit Aufenthaltsqualität, die zum Kauf von Angeboten & reg. Produkten verleiten.



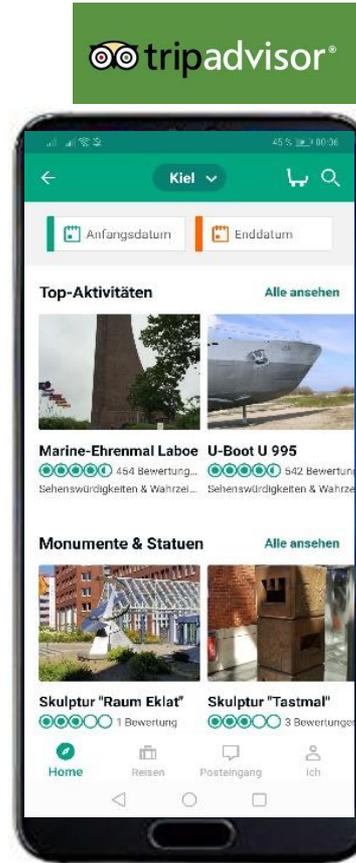
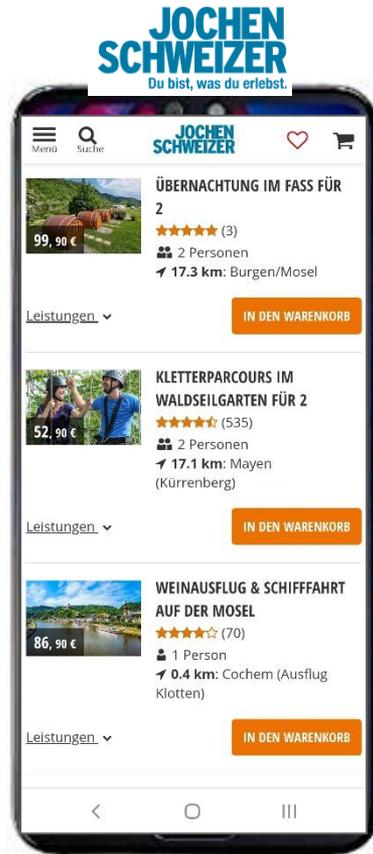
„360 Grad – Thüringen digital entdecken“ – Virtuelle Erlebniswelt bei Erfurter Hauptbahnhof als inspirativer Einstiegspunkt ins Reiseland.



Menschen im digitalen Zeitalter sind digital, flexibel und erwarten 24/7 schnelle, prägnante Informationen – im Idealfall in Echtzeit!



„Neue“ Intermediäre – Wichtige Fenster direkt zum Gast, um eine breite Sichtbarkeit und vergleichsweise einfache Buchbarkeit zu gewährleisten.



... aber auf großen Plattformen finden sich derzeit nur wenige Aktivitäten.
Digitalisierung von Touren / Aktivitäten als zentrale Zukunftsaufgabe.



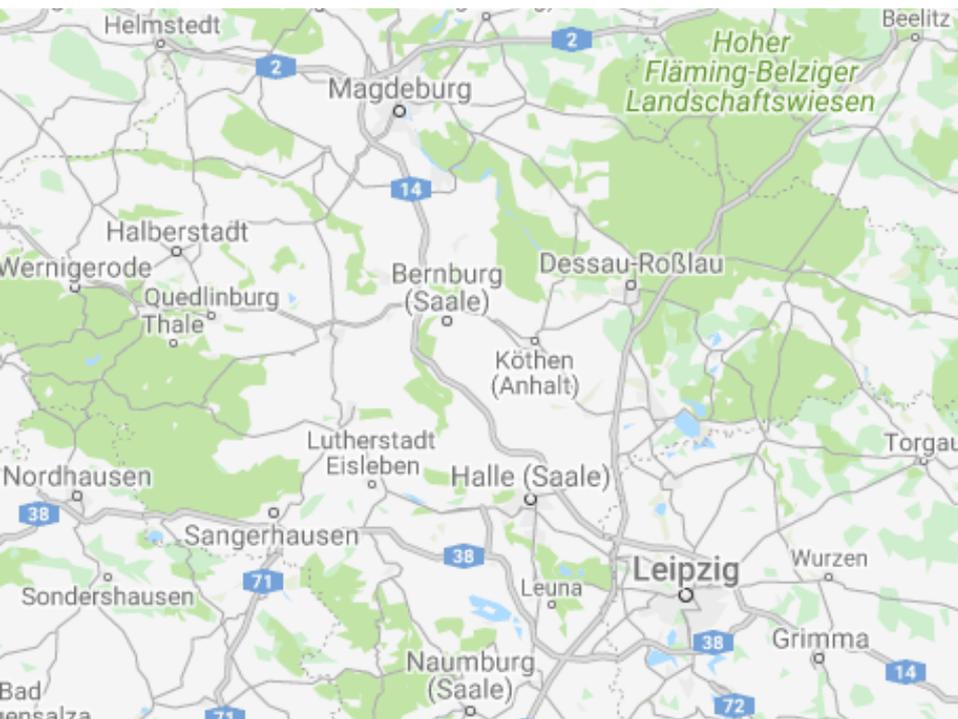
Sachsen-Anhalt, Deutschland



Sachsen-Anhalt Hotels Aktivitäten Restaurants Flüge Ferienwohnungen Shopping

Europa > Deutschland > Sachsen-Anhalt > Sehenswürdigkeiten und Aktivitäten in Sachsen-Anhalt

Keine Ergebnisse gefunden



Touren und Sightseeing



Wernigerode - the castle where Munchausen...
€500.00 pro Erwachsenem



Eisleben Private Wanderung
€162.00 pro Erwachsenem



Urlaubsfotograf in Magdeburg
€224.62 pro Erwachsenem



Wernigerode - das Schloss, in dem...
€440.00 pro Erwachsenem

Alle anzeigen

Wanderungen und Radtouren



Wittenberger Privatwanderung
€197.00 pro Erwachsenem



Eisleben Private Wanderung
€162.00 pro Erwachsenem



Wernigerode - das Schloss, in dem...
€440.00 pro Erwachsenem



Lutherstadt Wittenberg Private Führung
€244.36 pro Erwachsenem

Alle anzeigen

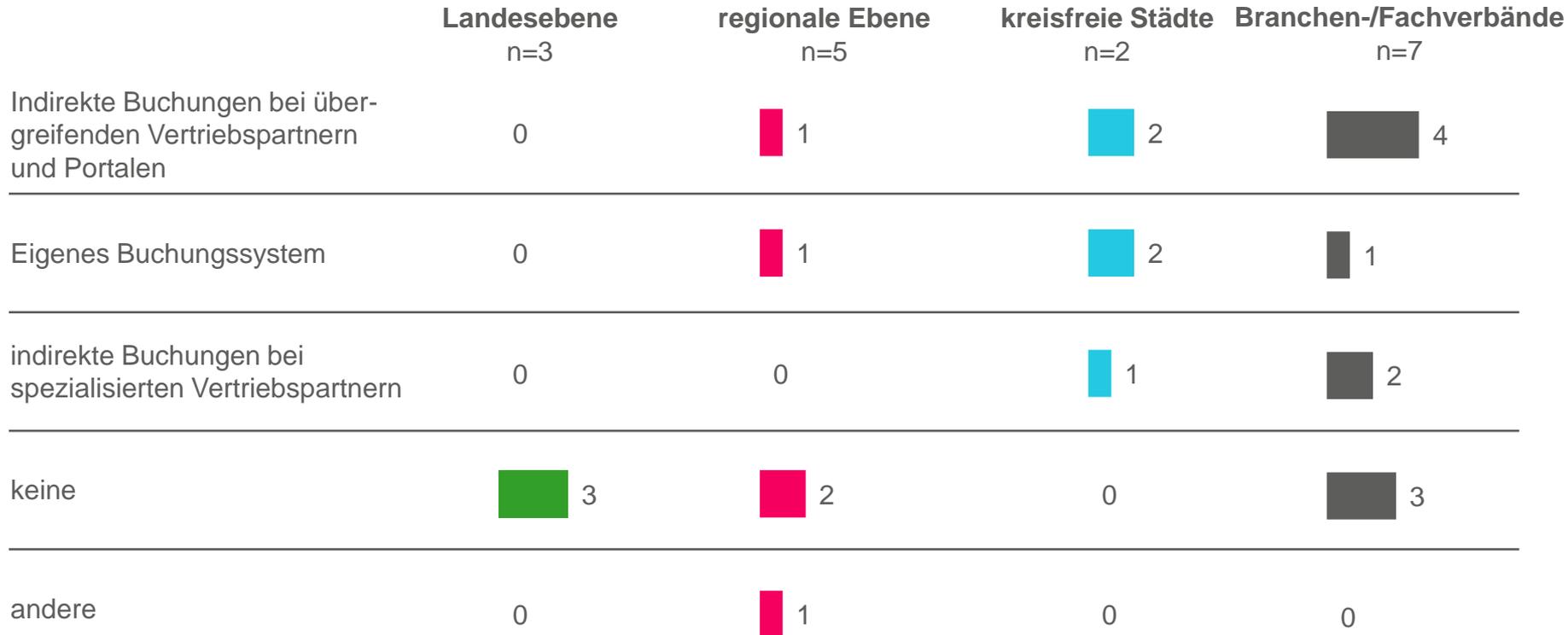


https://www.airbnb.de/s/Sachsen-Anhalt/experiences?tab_id=experience_tab&refinement_paths%5B%5D=%2Fexperiences&source=structured_search_input_header&search_type=unknown&ne_lat=52.67031982714465&ne_lng=13.061666992939791&sw_lat=50.81350160800858&sw_lng=10.676443559564433&zoom=8&search_by_map=true&query=Sachsen-Anhalt%2C%20Deutschland&checkin=2020-09-19

Die seitens der Organisationen gesteuerten Möglichkeiten zur Buchung von touristischen Leistungen sind sehr gering ausgeprägt.

Organisationsbefragung 2020 | n=17

Welche der folgenden Möglichkeiten zur Buchung von touristischen Leistungen setzen Sie in Ihrer Organisation aktuell ein?



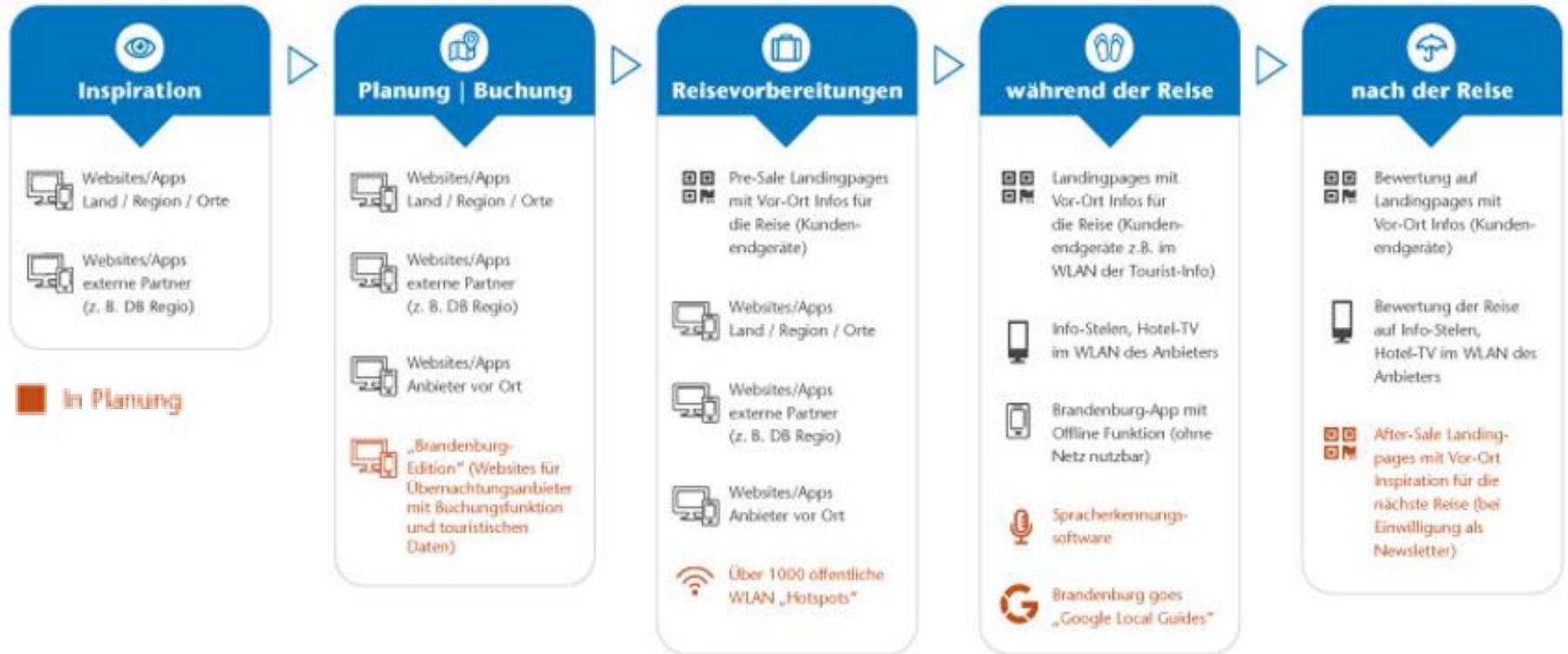
Quelle: Organisationsbefragung 2020, PROJECT M

Frage: Welche der folgenden Möglichkeiten zur Buchung von touristischen Leistungen setzen Sie in Ihrer Organisation aktuell ein? (Mehrfachnennungen möglich), Basis: alle Befragten, Angaben gemacht (n=17)

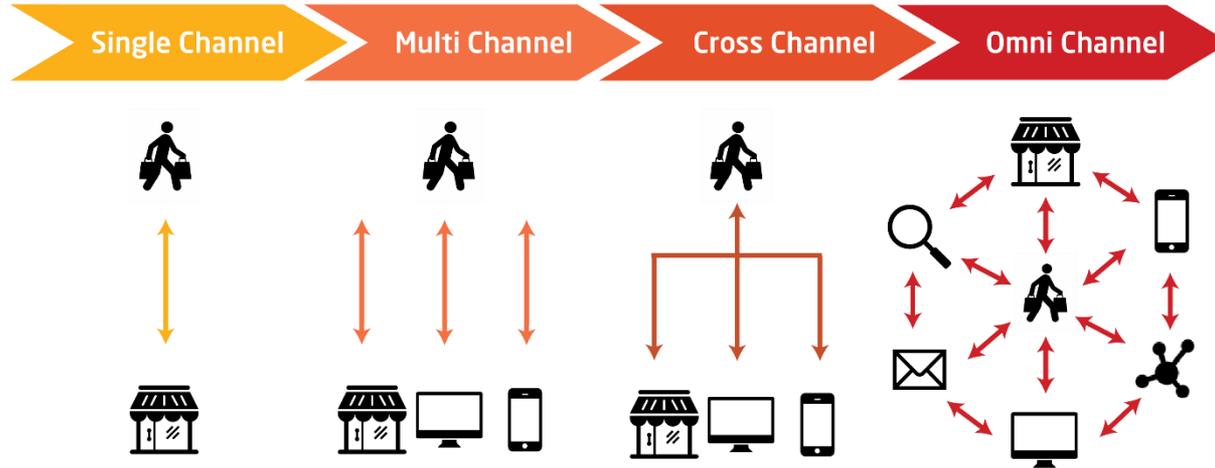
Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027 | © PROJECT M 2020



Beispiel Brandenburg - eigene Digitalisierungsstrategie, deren Ziel die Implementierung digitaler Angebote entlang der Customer Journey ist.



Der moderne Kunde ist heute multioptional und wechselt fließend zwischen verschiedenen Kanälen.



- Ein einziger Kanal angeboten, z.B. Tourist Information

- Verschiedene Kanäle angeboten, z.B. TI Onlineshop
- Kein Wechsel zwischen Kanälen möglich

- Verschiedene Kanäle angeboten
- Wechsel teilweise möglich, z.B. Buchung online, Abholung im Shop

- Alle Kanäle
- Wechsel zwischen Kanälen immer möglich, z.B. Synchronisation Lieblingsorte in App, Website & Shop
- Einheitlich, konsistent (Design, Angebot, Preis)

Vorteile Kundensicht

- „Aus einer Hand“
- Verändertes Konsumentenverhalten, Verschmelzen von Online & Offline
- Bequem, Erreichbar
- Sicherheit (ein einziger Händler)

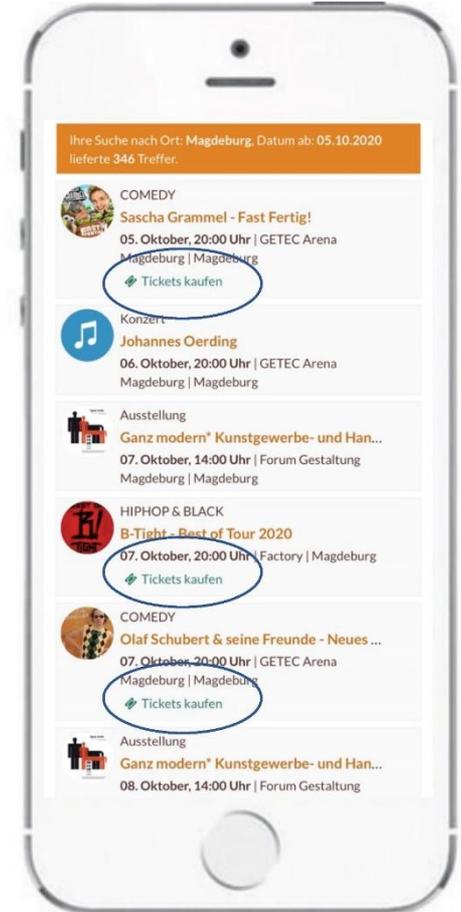
Vorteile Unternehmenssicht

- Cross-Selling-Potenziale an jedem Touchpoint
- Potenzial für Spontankäufe
- Umsatzsteigerung
- Kundenzufriedenheit
- Kundenbindung, Loyalität
- Potenzial für Datensammlung, CRM, Analyse

Beispiel Magdeburg – Digitalisierung der Customer Journey.

Umwandlung der analogen in eine digitale Customer Journey

- Homepage
- Social Media
- Online Werbung
- Nutzung von Apps
- Buchbarkeit von Angeboten
- Digitale Produktentwicklung
- Etablierung von Hashtags
- Vertriebsbearbeitung (CRM)
- Open Data/Datenaustausch



Nadja Schweiggart
Junior Consultant

Maik Zießnitz
Consultant

Peter C. Kowalsky
Senior Consultant

PROJECT^M

4

Themen-Sessions zur Tourismusentwicklung 2027



Gemeinsame Vertiefung in Themen-Workshops

Was braucht es, um zukünftig eine noch bessere Wertschöpfung zu erreichen?

Durch

- Erlebniskompositionen & Erlebnisinfrastruktur
- Moderne Kundenbindung & Kundenbindungsprozesse
- Sichtbarkeit & Buchbarkeit entlang der gesamten Customer Journey



Gruppeneinteilung:

Jede(r) Teilnehmende nimmt an allen drei Workshops teil.

#Erlebniskomposition & Erlebnisinfrastruktur

– Kapazitäten, moderne Konzepte, Kompositionen

#Moderne Kundenbindung & Kundenbindungsprozesse

– Customer Relationship Management / Customer Data Platforms

#Sichtbarkeit & Buchbarkeit entlang der gesamten Customer Journey

- Up-/Cross-Selling / Verlängerung der Aufenthaltsdauer

Gruppe	Runde #1 Start ca. 10:15 Uhr	Runde #2 Start ca. 10:45 Uhr	Runde #3 Start ca. 11:15 Uhr	Raum
	Erlebniskomposition & Erlebnisinfrastruktur	Moderne Kundenbindung & Kundenbindungsprozesse	Sichtbarkeit & Buchbarkeit entlang der gesamten Customer Journey	Eingang
	Moderne Kundenbindung & Kundenbindungsprozesse	Sichtbarkeit & Buchbarkeit entlang der gesamten Customer Journey	Erlebniskomposition & Erlebnisinfrastruktur	Saal
	Sichtbarkeit & Buchbarkeit entlang der gesamten Customer Journey	Erlebniskomposition & Erlebnisinfrastruktur	Moderne Kundenbindung & Kundenbindungsprozesse	Foyer

Gemeinsame Vertiefung in Themen-Workshops

Was braucht es, um zukünftig eine stärkere regionale Wertschöpfung zu erreichen?

Durch

- Erlebniskompositionen & Erlebnisinfrastruktur
- Moderne Kundenbindung & Kundenbindungsprozesse
- Sichtbarkeit & Buchbarkeit entlang der gesamten Customer Journey



Positionierung & Marktbearbeitung



Touristische Infrastruktur



Digitalisierung



Qualität & Innovationsmanagement



Aufgabenteilung & Organisationsstrukturen



Tourismusbewusstsein



Was braucht es, um zukünftig eine stärkere regionale Wertschöpfung über Erlebniskompositionen und Erlebnisinfrastruktur zu erreichen?

- Welche/s Projekt/e muss am dringlichsten angegangen werden, um regionsübergreifend die Erlebnisinfrastruktur zu verbessern?
- Was sind zentrale Rahmenbedingungen für den Erfolg?



Zentrale Ergebnisse ZukunftsWerkstatt #1

Themen-Sessions zur Tourismus-Entwicklung

Thema 1: Erlebniskompositionen & Erlebnisinfrastruktur

Die Teilnehmenden diskutieren regionsübergreifende Projekte und zentrale Rahmenbedingungen, welche mögliche Leitprojekte in den verschiedenen Handlungsfeldern (HF) für den Masterplan Tourismus darstellen könnten.

- ➔ **HF „Positionierung / Marktbearbeitung“:**
 - ➔ Positionierung / Image / Zielgruppe:
 - Grundvoraussetzung schaffen
 - ein scharfes Profil ausbilden
 - emotionale Vermarktung, Produkterlebnis muss auf Leit-Zielgruppen ausgerichtet werden
 - ➔ HF „Touristische Infrastruktur“:
 - ➔ Erlebnisraumdesign:
 - Definition von touristischen Wachstumskernen / Orten mit Kernattraktionen (mit überreg. Strahlkraft) und Konzepte zur besseren Einbindung der umliegenden POIs
 - Identifikation von Fehlbedarfen in der Erlebnisinfrastruktur (Investitionsmasterpläne)
 - Anspruch #moderndenken muss flächendeckend umgesetzt werden
 - ➔ Ausbau der touristischen Mobilität
 - Verknüpfung/letzte Meile (Best Practice Welterbelinie)
 - aufsetzend auf Erlebnisraum-Konzepten und Fokus auf nachhaltige Mobilitätsformen, Ausbau E-Mobilität (Ladesäulen)



Positionierung & Marktbearbeitung



Touristische Infrastruktur



Digitalisierung



Qualität & Innovationsmanagement



Aufgabenteilung & Organisationsstrukturen



Tourismusbewusstsein



Was braucht es, um zukünftig eine stärkere regionale Wertschöpfung über Kundenbindungsprozesse zu erreichen?

- Welche/s Projekt/e muss am dringlichsten angegangen werden, um regionsübergreifend *Kundenbindungsprozesse* zu verbessern?
- Was sind zentrale Rahmenbedingungen für den Erfolg?



Zentrale Ergebnisse ZukunftsWerkstatt #1

Themen-Sessions zur Tourismus-Entwicklung

Thema 2: Moderne Kundenbindung & Kundenbindungsprozesse

- **HF „Positionierung / Image / Zielgruppe“:**
 - Sachsen-Anhalt-Erlebnis-Ticket für eigene Bevölkerung
 - Kooperationsmarketing zwischen Land und Regionen für eine stärkere Binnen-/Außenwirkung ausbauen
- **HF „Touristische Infrastruktur“:**
 - Bessere Führung/Verteilung der Gäste und Auslastung der Infrastruktur durch digitale Card-Systeme (Bsp. Harz)
 - Nachfolgeregelungen für Betriebe und Unterstützungsleistungen erforderlich, sonst droht ein Kompetenzverlust im Angebot
- **HF „Digitalisierung“:**
 - Erfordernis der Klärung von Finanzierungs- & Organisationsmodellen für digitale Besucherlenkung und digitales Monitoring
 - Keine Kaufkarten, sondern umlagefinanzierte GästeCards
 - Ausbau der digitalen Kompetenzen (Vermarktung und Monitoring)
- **HF „Qualität & Innovationsmgmt.“:**
 - konsequenter Perspektivwechsel auf Gästebedürfnisse und stärker das (digitale) Kundenfeedback nutzen
 - Sensibilisierung der Leistungsanbieter durch „Schulung der Gastgeberqualität“ – Neue Qualitätscoachings und Schaffung von Anreizen (Bsp. Wettbewerb Gästeliebling)
 - Einbindung Road-Shows für Qualität vs. Beratung vor Ort
 - Menschlichkeit/persönlicher Kontakt steht im Vordergrund



Positionierung & Marktbearbeitung



Touristische Infrastruktur



Digitalisierung



Qualität & Innovationsmanagement



Aufgabenteilung & Organisationsstrukturen



Tourismusbewusstsein



Was braucht es, um zukünftig eine stärkere regionale Wertschöpfung über mehr Buchungen / Kontaktpunkte mit dem Gast zu erreichen?

- Welche/s Projekt/e muss am dringlichsten angegangen werden, um regionsübergreifend die Buchbarkeit touristischer Leistungen zu verbessern?
- Was sind zentrale Rahmenbedingungen für den Erfolg?



Zentrale Ergebnisse Zukunftswerkstatt #1

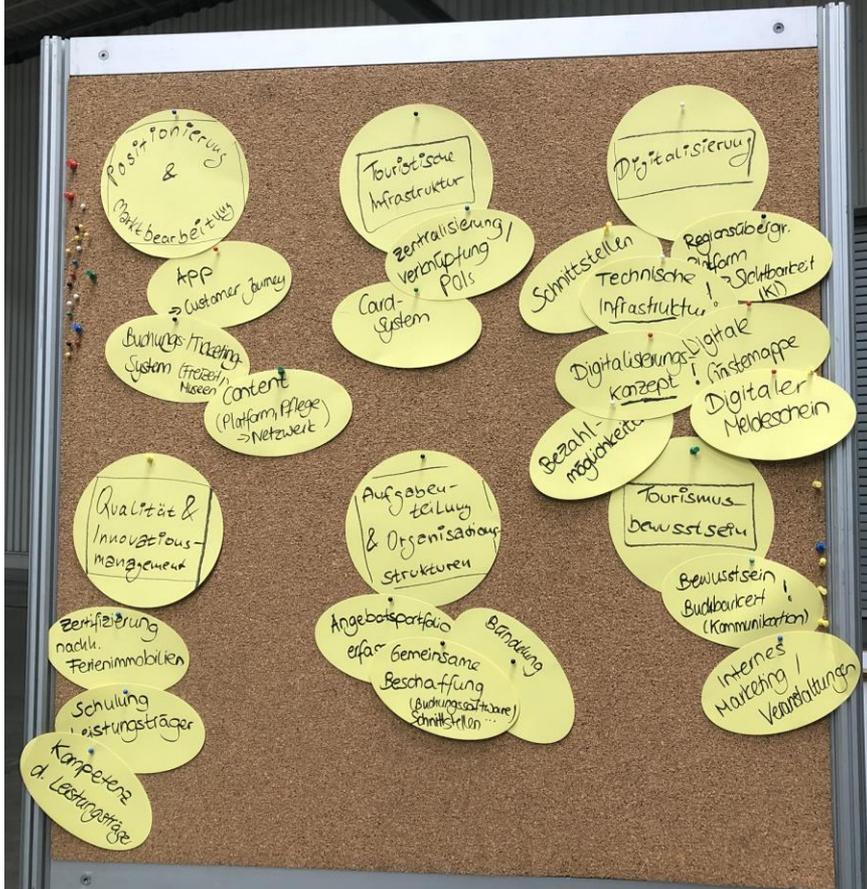
Themen-Sessions zur Tourismus-Entwicklung

Thema 3: Sichtbarkeit & Buchbarkeit entlang der gesamten Customer Journey - Fortsetzung

- **HF „Touristische Infrastruktur“:** Zur besseren Erreichbarkeit der POIs wird einer gemeinsamen GästeCard vorgeschlagen. Zudem sollten die POIs stärker miteinander verknüpft sein (Inspiration, Infrastruktur).
- **HF „Qualität & Innovationsmgmt.“:** Voraussetzung für die Umsetzung digitaler Buchbarkeit ist die digitale Kompetenz der Leistungsträger. Es wird im Allgemeinen ein fehlendes Bewusstsein zur digitalen Sichtbarkeit & Buchbarkeit auf Anbieterseite bemängelt. Hier sind Sensibilisierung (Internes Marketing, Veranstaltungen) und Schulungen zu Unterstützung notwendig, um Hemmnisse abzubauen.
- **HF „Aufgabenteilung & Organisationsstrukturen“:** In Verbindung mit einer gemeinsamen Buchungsplattform schlagen die Teilnehmenden vor, das Angebotsportfolio zentral zu erfassen und zu bündeln. Eine weitere Anmerkung ist die gemeinsame Beschaffung von Buchungssoftware, um mehr digitale Schnittstellen zu schaffen und Synergien (Kostenvorteile) zu nutzen.

Ausblick (Chart 86-89)

- Die kommenden Zukunftswerkstätten #3 (Servicequalität und Tourismusbewusstsein) und #4 (Zusammenarbeit & Effektivität) werden am 8. Juli in der Johanniskirche in Magdeburg stattfinden.



Nadja Schweiggart
Junior Consultant

Maik Zießnitz
Consultant

Peter C. Kowalsky
Senior Consultant

PROJECT^M



5 Vorstellung der Session-Ergebnisse



Ergebnispräsentation: „Steigerung der touristischen Wertschöpfung“



Dipl.-Ing.

Peter C. Kowalsky

Senior Consultant PROJECT M

Fokus: Moderne
Kundenbindung &
Kundenbindungsprozesse



M.Sc.

Nadja Schweiggart

Junior Consultant PROJECT M

Fokus: Sichtbarkeit & Buchbarkeit



M.Sc.

Maik Zießnitz

Consultant PROJECT M

Fokus: Erlebniskomposition &
Erlebnisinfrastruktur



SACHSEN-ANHALT

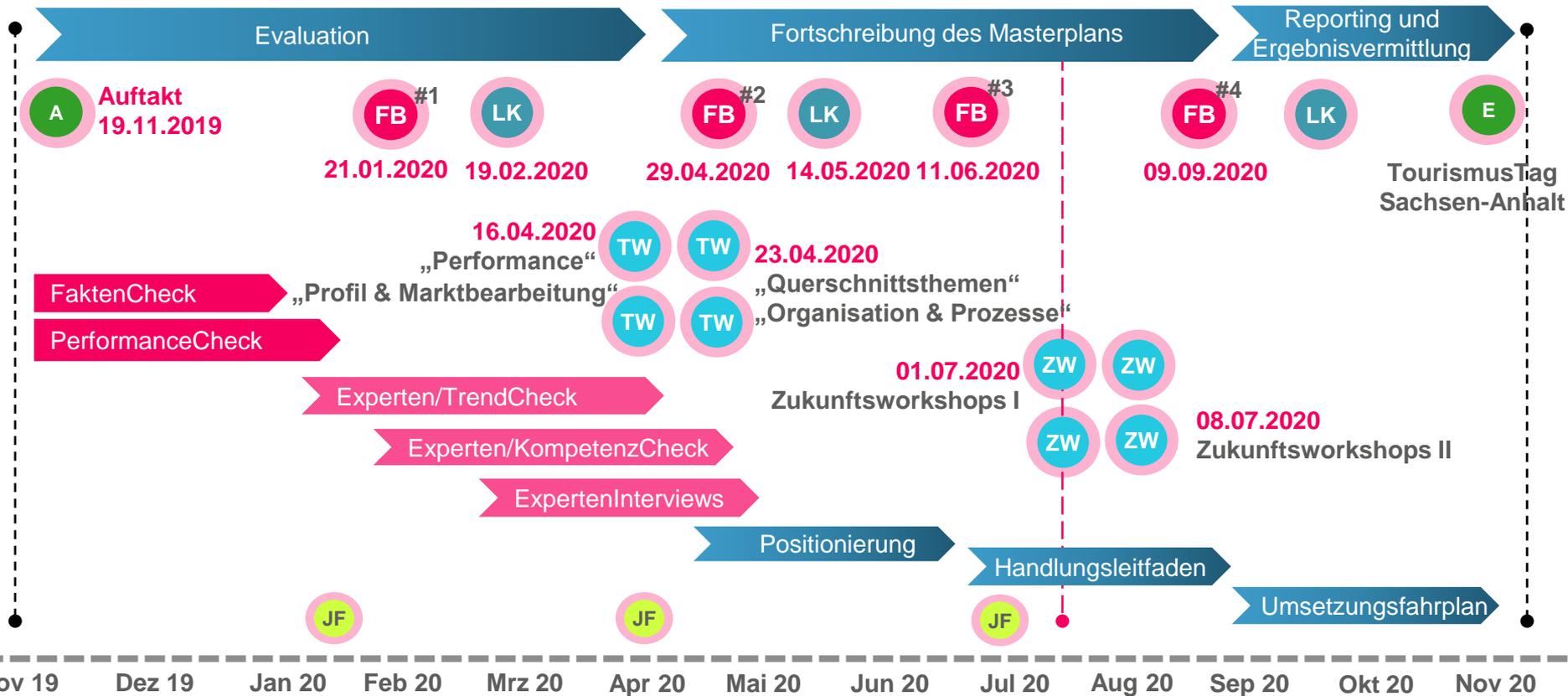
PROJECT ^M

6

Ausblick auf den weiteren Prozess



Zeitplan Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027



- Legende
- Auftakt / Abschluss
 - Fachbeirat
 - Lenkungs-kreis
 - Tourismus-/Zukunfts-Werkstatt
 - Jour fixe

- 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.



Zentrale Ergebnisse Zukunftswerkstätten #1&2

Ausblick & kommende Schritte



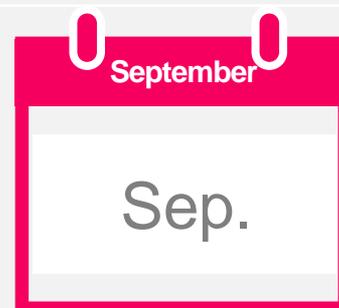
Infos / Next Steps	Wann
Zukunftswerkstätten #3&4	08. Juli 2020
Fachbeirat #4	09. September 2020
Lenkungskreis #3	September 2020
TourismusTag Sachsen-Anhalt	26. November 2020



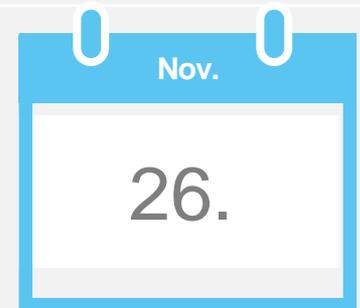
Zukunftswerkstätten #3&4
Magdeburg



Fachbeirat #4



Lenkungskreis #3



TourismusTag
Sachsen-Anhalt

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

PROJECT^M



www.projectm.de



www.tourismusnachcorona.de



www.corona-navigator.de



www.kompetenzzentrum-tourismus.de



www.destinationquality.de



www.gesundheit-tourismus-blog.com



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

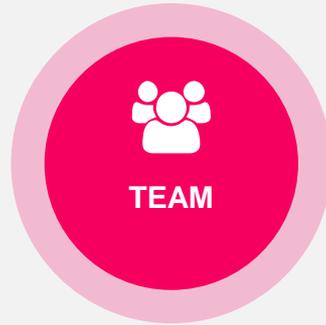
GRÜNDUNGSJAHR: 1998 · **GESCHÄFTSFÜHRUNG:** Dipl.-Kaufm. Cornelius Obier

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



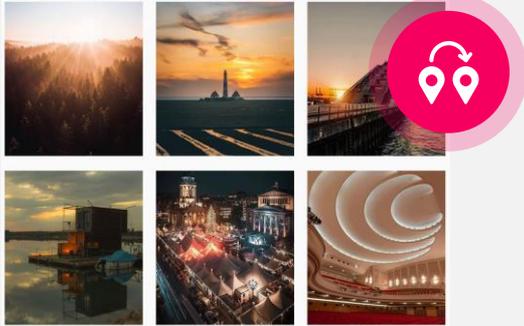
STANDORTE

Hamburg
München



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

DESTINATIONSENTWICKLUNG & -MARKETING



MARKTFORSCHUNG & ANALYSE



PROJECT^M



www.projectm.de



www.tourismusnachcorona.de



www.corona-navigator.de



www.kompetenzzentrum-tourismus.de



www.destinationquality.de



www.gesundheit-tourismus-blog.com

GESUNDHEITS- & MEDIZINTOURISMUS



INFRASTRUKTURENTWICKLUNG & MASTERPLÄNE



Unternehmensstandorte:

Hamburg / München



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.