

Evaluierung & Weiterentwicklung  
**Masterplan Tourismus 2027**  
**Sachsen-Anhalt**  
**TourismusWebinar #3**  
**Trends & Challenges**

Webinar | 23. April 2020



**SACHSEN-ANHALT**

Ministerium für Wirtschaft,  
Wissenschaft und Digitalisierung

**#moderndenken**



# Unser Projektteam für Sachsen-Anhalt & Ihre heutigen Moderatoren.



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

### Schwerpunkte:

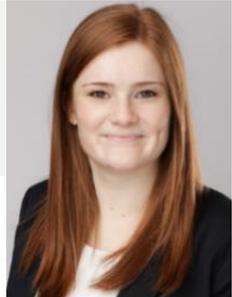
- Destinationsentwicklung
- Städte- und Kulturtourismus
- MICE-Tourismus
- Stadt- & Tourismusmarketing
- Prozess- und Change Management



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



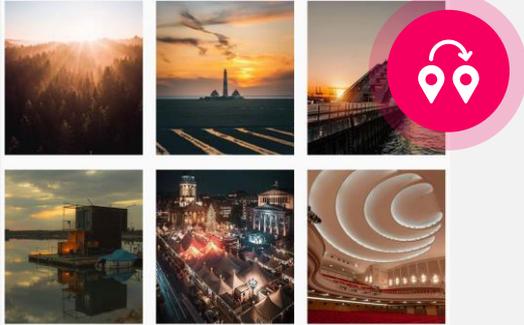
M.Sc.  
**Maik Zießnitz**  
Consultant

### Schwerpunkte:

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

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

## DESTINATIONSENTWICKLUNG & -MARKETING



## MARKTFORSCHUNG & ANALYSE



# PROJECT<sup>M</sup>



[www.projectm.de](http://www.projectm.de)



[www.destinationquality.de](http://www.destinationquality.de)



[www.gesundheit-tourismus-blog.com](http://www.gesundheit-tourismus-blog.com)



<https://tourismusnachcorona.de>



[PROJECTM.Tourismusinnovation](https://www.facebook.com/PROJECTM.Tourismusinnovation)



[www.xing.com/companies/projectmgmbh](http://www.xing.com/companies/projectmgmbh)

## GESUNDHEITS- & MEDIZINTOURISMUS



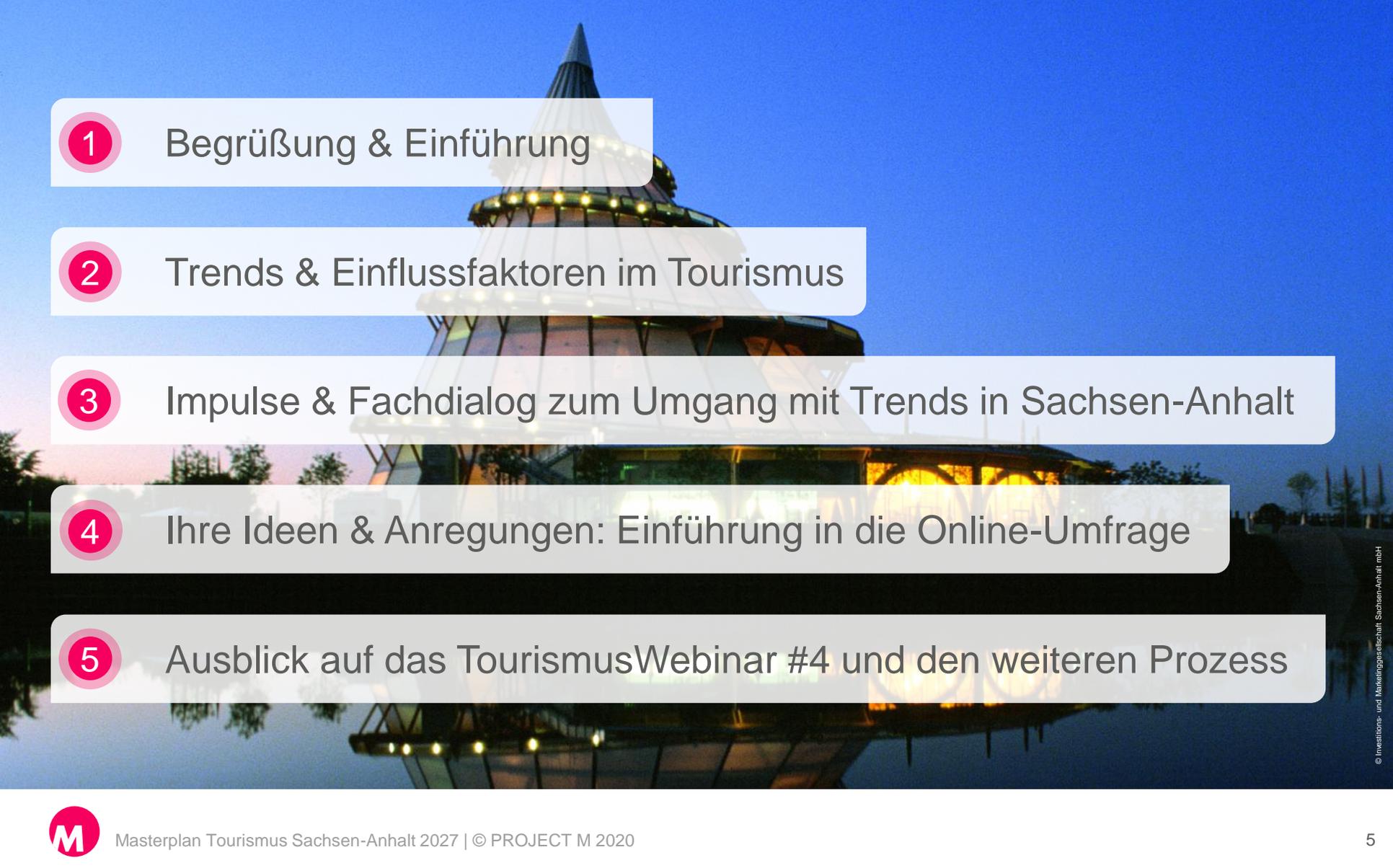
## INFRASTRUKTURENTWICKLUNG & MASTERPLÄNE



## Unternehmensstandorte:

Hamburg / München / Trier





1 Begrüßung & Einführung

2 Trends & Einflussfaktoren im Tourismus

3 Impulse & Fachdialog zum Umgang mit Trends in Sachsen-Anhalt

4 Ihre Ideen & Anregungen: Einführung in die Online-Umfrage

5 Ausblick auf das TourismusWebinar #4 und den weiteren Prozess

## Noch mal kurz die Spielregeln für einen optimalen Verlauf!

1. Bitte Stumm-Funktion aktivieren (außer es wird gesprochen)

2. Bitte Kamera einschalten und eingeschaltet lassen

3. Name und Organisation/ Unternehmen angeben (Teilnehmerübersicht)

4. Chat-Funktion beachten und nach eigenem Bedarf nutzen (Privat vs. Alle!)

5. „Hand heben“-Funktion nutzen bei Sprechbedarf, bei Aufforderung Mikro aktivieren

6. (Bitte Stellen Sie sich bei einem Redebeitrag kurz vor).

Nun noch kurz zu Ihnen...

- ➔ Welcher touristischen Region gehören sie an?
- ➔ Welcher Akteursgruppe sind Sie zuzuordnen?





1

## Begrüßung zum #TourismusWebinar Masterplan Sachsen-Anhalt

# Die Entwicklung des Masterplans Tourismus 2027 für Sachsen-Anhalt erfolgt unter intensiver Beteiligung der Touristiker in drei Leistungsphasen.

## 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 & Querschnittsthemen

Webinar #4 Organisation & Zusammenarbeit

## Konzeption

(Q2 – Q3 2020)



Fachbeirat #2 (29.04.2020)  
Evaluierungsabschluss /  
Positions- & Potenzialbestimmung  
Lenkungskreis #2 (14.05.2020)



Erarbeitung Leitziele &  
Positionierung



„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)

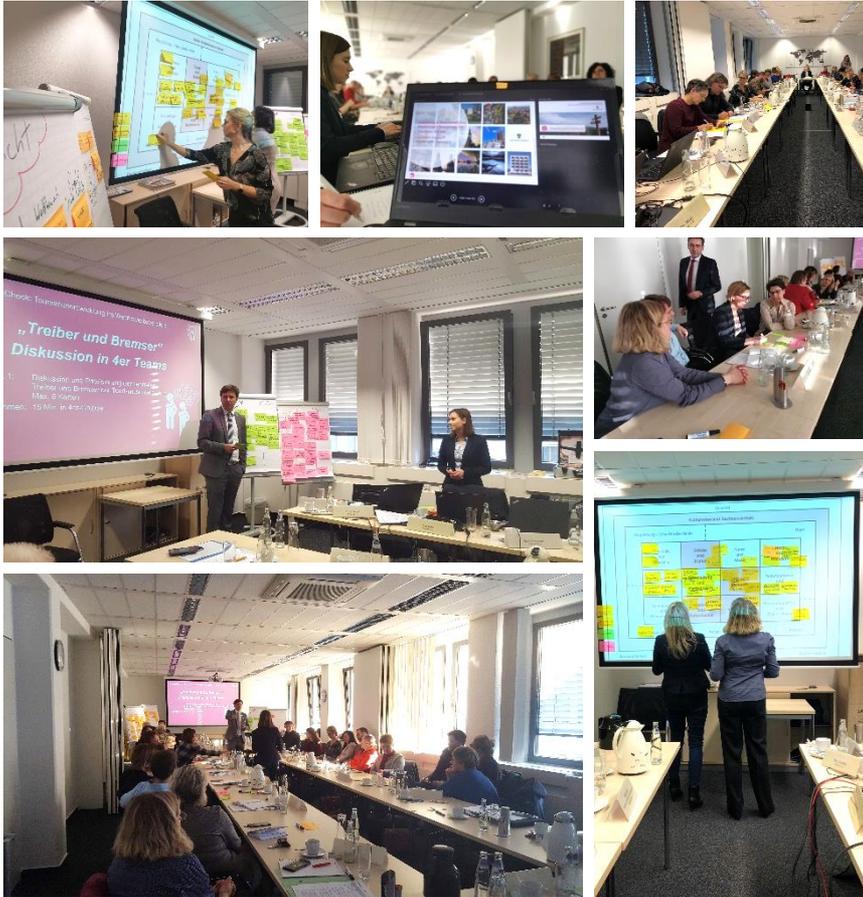


Fachbeirat #3 (09.09.2020)  
(Finalisierung)  
Lenkungskreis #3

- Definition & Abstimmung Leitprojekte
- Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027 - Evaluierungs- und Prozessdokumentation
- Ausarbeitung Endbericht Masterplan Tourismus 2027
- Umsetzungsauftakt –  
Abschlusspräsentation  
(November 2020)



# Über den gesamten Prozess erfolgt die kritische Reflektion & Vertiefung der Ergebnisse mit einem begleitenden Fachbeirat und einem Lenkungskreis.



## 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 Kurorterverband 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)

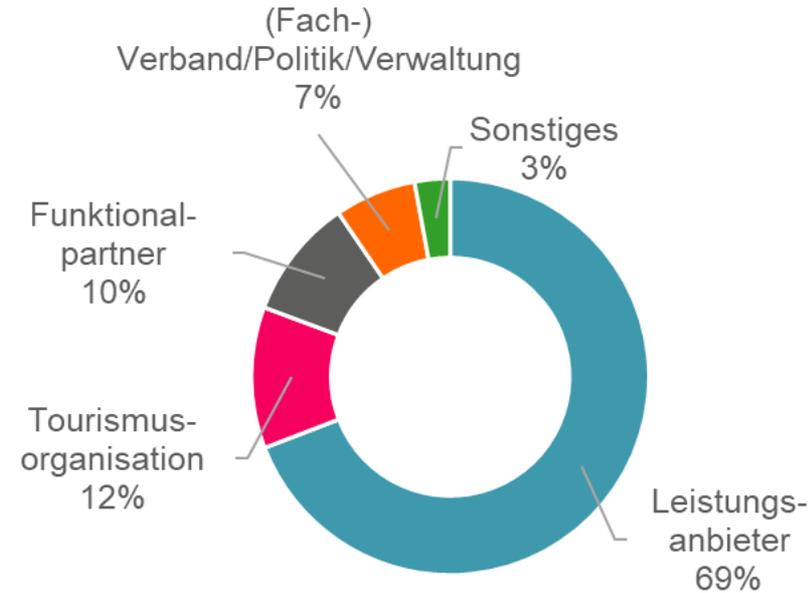


# Die Befragung der Tourismuswirtschaft ist ein wesentlicher Bestandteil der Evaluierung – insg. haben 347 Befragte teilgenommen.

## Evaluierung und Fortschreibung Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027

- Methode: schriftliche **Online-Befragung**
- Verbreitung: Mailversand und Reminder über das MWWD, Ankündigung über Fachbeirat Link auf Tourismusnetzwerk Sachsen-Anhalt
- Befragungszeitraum: 28.01.-16.02.2020
- Anzahl der Befragten: **n=347**

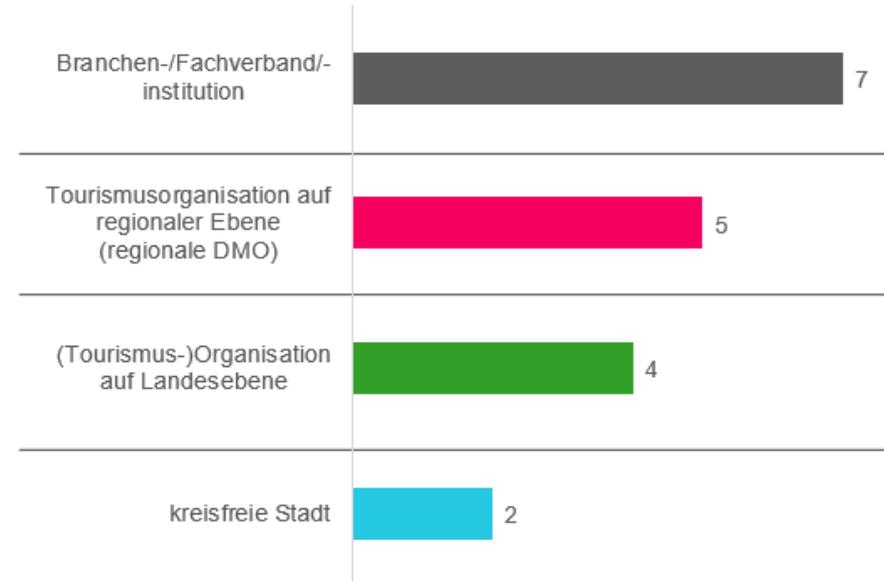
→ Mit knapp 70% eine sehr gute Beteiligung der Leistungsanbieter sowie eine gleichmäßige Verteilung der Tourismusorganisationen, Funktionalpartner sowie Verbände, Politik und Verwaltung.



# Der Kompetenz-Check gibt Aufschluss zur Wettbewerbsfähigkeit der Tourismusorganisationen auf Landes- sowie regionaler Ebene.

## Erfassung der Organisationsstrukturen in Sachsen-Anhalt

- Methode: schriftliche **Online-Befragung**
- Befragungszeitraum: 20. Februar – 10. März 2020
- Anzahl der Befragten: **n=18 von 20**
- inhaltliche **Schwerpunkte der Befragung:**
  - Organisationsstrukturen und Kooperationen
  - Personalausstattung und Aufgabenschwerpunkte
  - Finanzierungsstrukturen
  - Digitalisierungskompetenz/ digitale Reife
  - Managementstrukturen und Zusammenarbeitsprozesse



Abschluss der Evaluierung.  
Die Online-Befragungen sind noch offen!



## Facts & Figures

Online-Befragung:

[https://de.research.net/r/ST\\_TourismusWebi1](https://de.research.net/r/ST_TourismusWebi1)



## Marketingstrategie

Online-Befragung:

[https://de.research.net/r/ST\\_TourismusWebi2](https://de.research.net/r/ST_TourismusWebi2)

# 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



# Zielsetzung der TourismusWebinare für den Masterplan Tourismus 2027

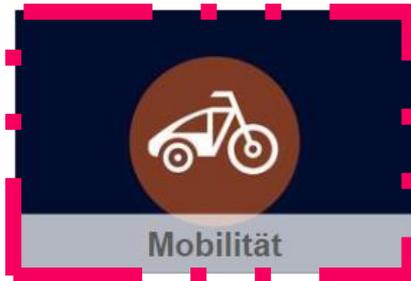
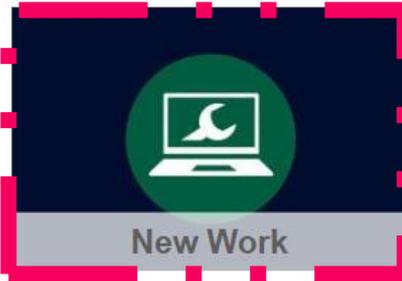
- ➔ Vorstellung des Prozesses, der Beteiligungsstrukturen sowie Meilensteine
- ➔ Bewertung und Vertiefung zentraler Erkenntnisse aus der bisherigen Analyse zur Evaluierung und Weiterentwicklung des Tourismus in Sachsen-Anhalt
  - Bewertung der Angebots- und Nachfrageentwicklung
  - Bewertung von Positionierung und Marktbearbeitung
  - Bewertung von Trends und Querschnittsthemen
  - Bewertung der Organisations- und Zusammenarbeitsstruktur
- ➔ Einbindung der Ideen & Anregungen aus der Tourismuswirtschaft zur Weiterentwicklung



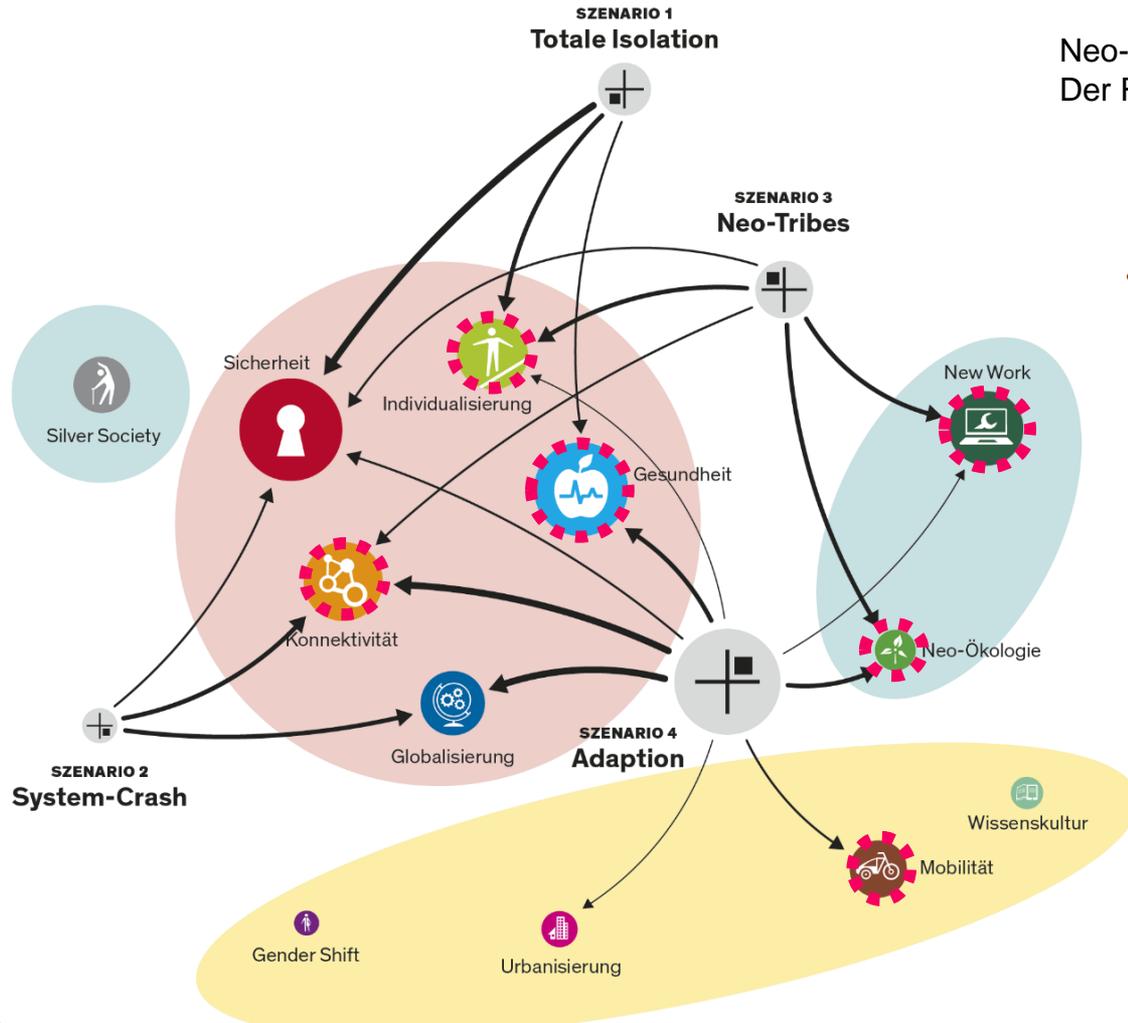


 Trends und Einflussfaktoren  
im Deutschland Tourismus

(Mega)Trends bedingen Wandel! Sie beeinflussen maßgeblich unser Lebens-, Gesellschafts-, Reise- oder Konsumverhalten & entwickeln sich stetig weiter.



# Impact Map: Megatrends unter Berücksichtigung aktueller Effekte!



Neo-Tribes:  
Der Rückzug ins Private



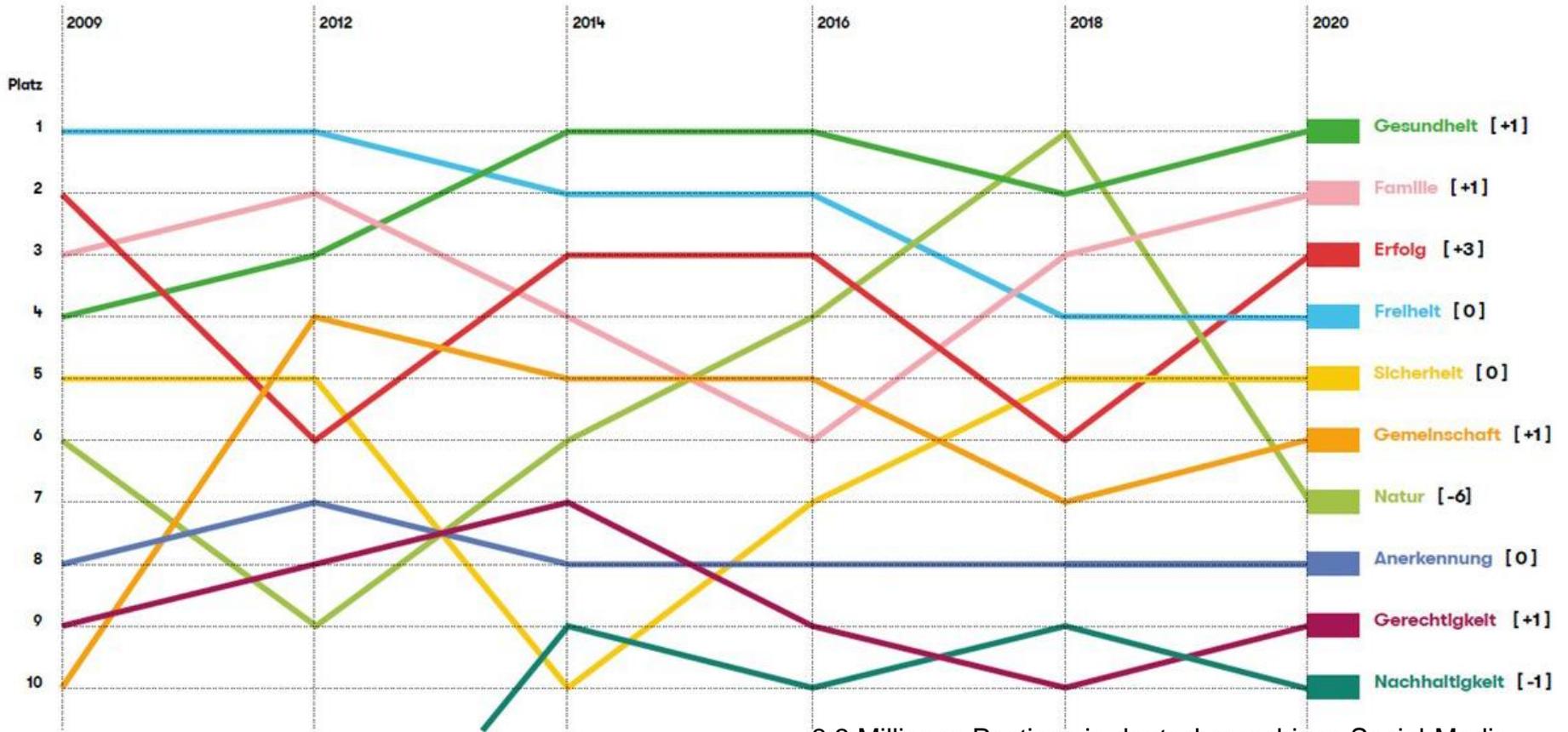
- Robuste Megatrends
- Treibende Megatrends
- Ambivalente Megatrends

# Nachhaltigkeit – Kriterium für einen langfristig erfolgreichen Tourismus?

Ganzheitlich nachhaltige Destinationen werden mittel- bis langfristig deutliche Wettbewerbsvorteile erlangen. Immer mehr Destinationen setzen auf nachhaltige Ziele aber Nachhaltigkeit braucht einen ganzheitlichen Ansatz.



# Werte-Index 2020: „Gesundheit“, „Familie“ und „Erfolg“ im Fokus: Natur und Nachhaltigkeit verlieren in der persönlichen Kommunikation an Relevanz.



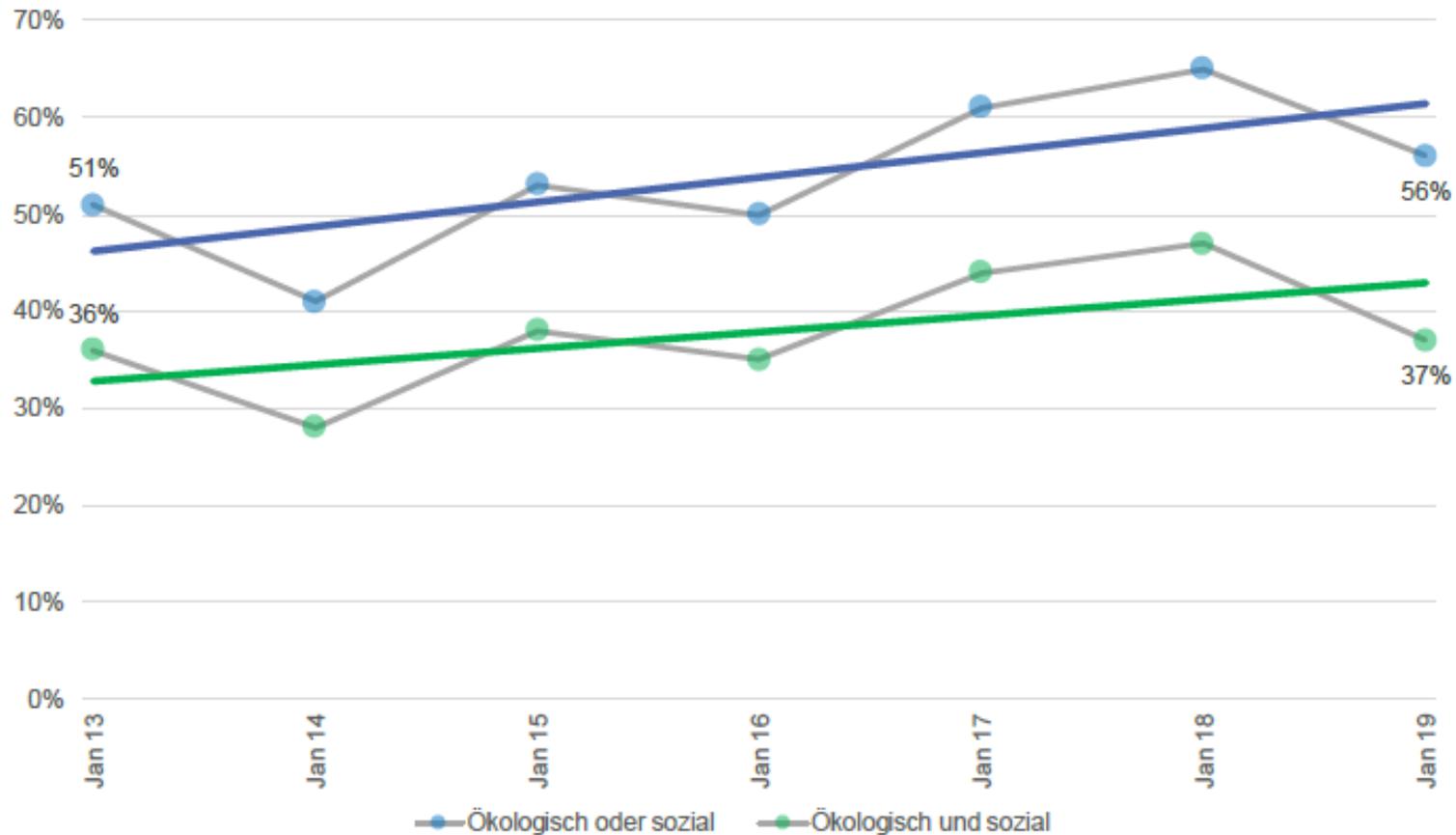
3,3 Millionen Postings in deutschsprachigen Social-Media-Kanälen im Zeitraum vom 1. Mai 2019 bis 30. September 2019 quantitativ und qualitativ daraufhin untersucht,



Nachhaltigkeit und Klimaschutz werden wieder zu gesellschaftspolitischen Hauptthemen und wirken sich zukünftig noch mehr auf das Reiseverhalten aus!



## Einstellung zu Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen nimmt seit 2013 kontinuierlich zu.



„Wenn Sie einmal ganzallgemein an Urlaubsreisen denken – unabhängig von einem konkreten Reiseziel: Auf welche Weise gestalten Sie am liebsten Ihre Urlaubsreisen?“, TOP 2 sozial/ökologisch verträglich (Nettowert); Basis: Urlaubs- und Kurzurlaubsreisende in der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahre in Deutschland, n=8.437, 58,8 Mio., Angaben in Prozent, RA 2019 face-to-face

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



95% 08:35

Sachsen-Anhalt Lokal Sport Deutschland & Welt Kultur Ratgeber

STADTRAT

## Magdeburg ruft Klimakrise aus

Startseite Beiträge Bewertungen Videos Fo

21.09.2019

**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

Sachsen-Anhalt Lokal Sport Deutschland & Welt Kultur Ratgeber

STADTRAT

## Magdeburg ruft Klimakrise aus

21.09.2019

Das Niedrigwasser in der Elbe Magdeburg mit Pegelstände zwei Jahre in Folge fast die ganze Sommersaison an 201 Meter höher – Extremwetterereignisse sind Sympto

**Der Stadtrat hat für Magdeburg die Klimakrise festgestellt. Eine Dratsmehrheit weitreichende Folgen haben.**

Von [Katja Tessnow](#)

Magdeburg | Für uns ist es wichtig klarzustellen, dass wir bisher zu wenig Linksfraktionschefin Jenny Schulz die Motivation ihrer Reihen für eine Rats „Ausrufung des Klimanotstands“ war der Antrag überschrieben und in der kontrovers in den Ratsausschüssen diskutiert worden. Am Donnerstag ste die Abstimmung.

Ziel der Initiative nach dem Beispiel zahlreicher Bekenntnisse in anderen Kommunen ist die Beschleunigung

←

### CO<sub>2</sub>-Bilanz Ihres Hotels

CO<sub>2</sub>-OL ermittelte für Sie den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck des Hotels:

**Familien-Landhotel STERN**

Durch den Geschäftsbetrieb Ihres Hotels im Jahr 2010 entstehen klimaschädliche CO<sub>2</sub>-Emissionen in Höhe von

**294,03 t CO<sub>2</sub>e**

Demnach entstehen durch einen Gast

**12,53 Kilogramm CO<sub>2</sub>e pro Übernachtung**

klimaschädliche CO<sub>2</sub>-Emissionen.

Die CO<sub>2</sub>-Bilanz Ihres Hotels setzt sich wie folgt zusammen:

Bereich	CO <sub>2</sub> 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
<b>Gesamt</b>	<b>294,03 t CO<sub>2</sub>e</b>

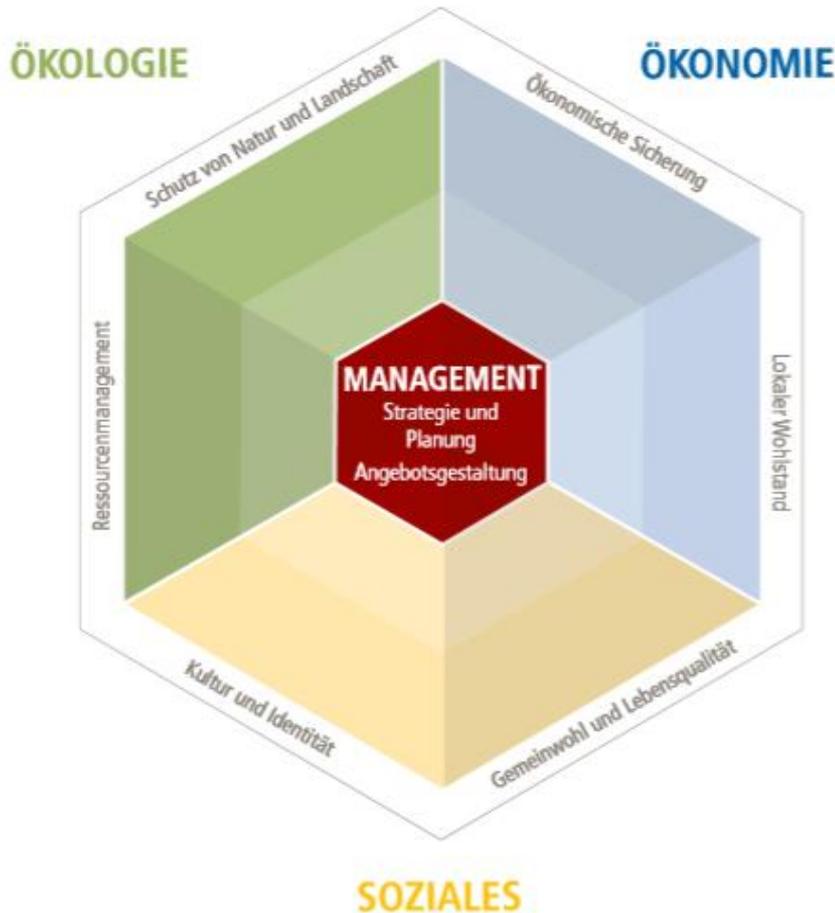
Das Cool Prinzip: Aufforstung für aktiven Klimaschutz

ForstFinance Service GmbH  
Eisenstraße 20  
D-53119 Bonn  
Tel +49 (0)22894 37 78-0  
Fax +49 (0)22894 37 78-20  
Internet: <http://www.cool.de>

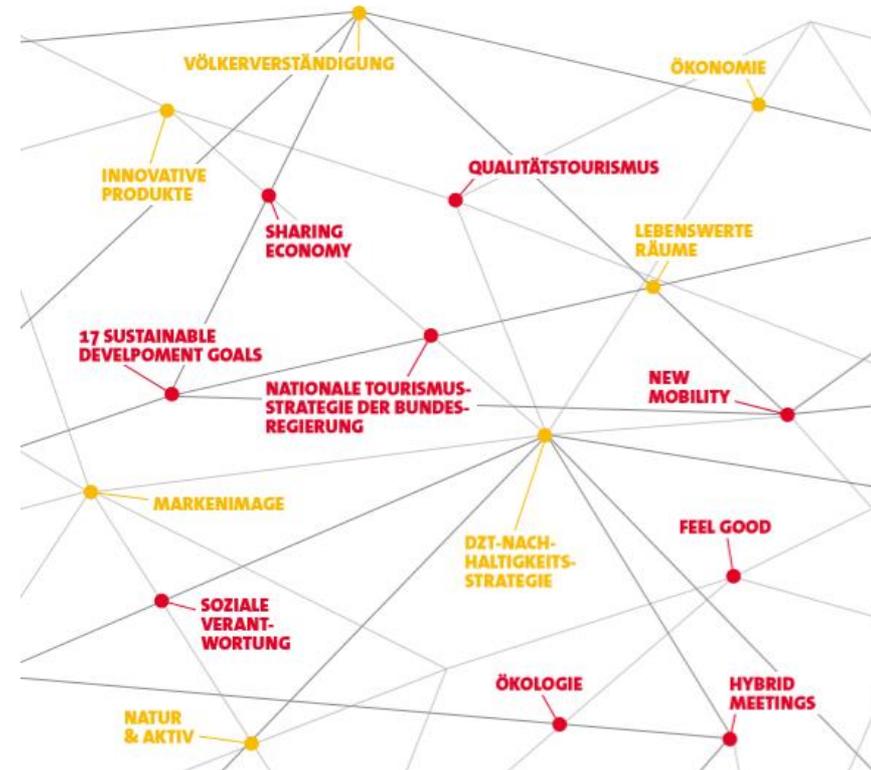
Arzt



Nachhaltigkeit wird häufig synonym für ökologische Nachhaltigkeit verwendet, schließt aber auch eine soziale & ökonomische Dimension ein.



## NACHHALTIGER TOURISMUS



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

Ziele der Tourismuskonzeption 2025



Presseinformation

Stuttgart, 22. Oktober 2018

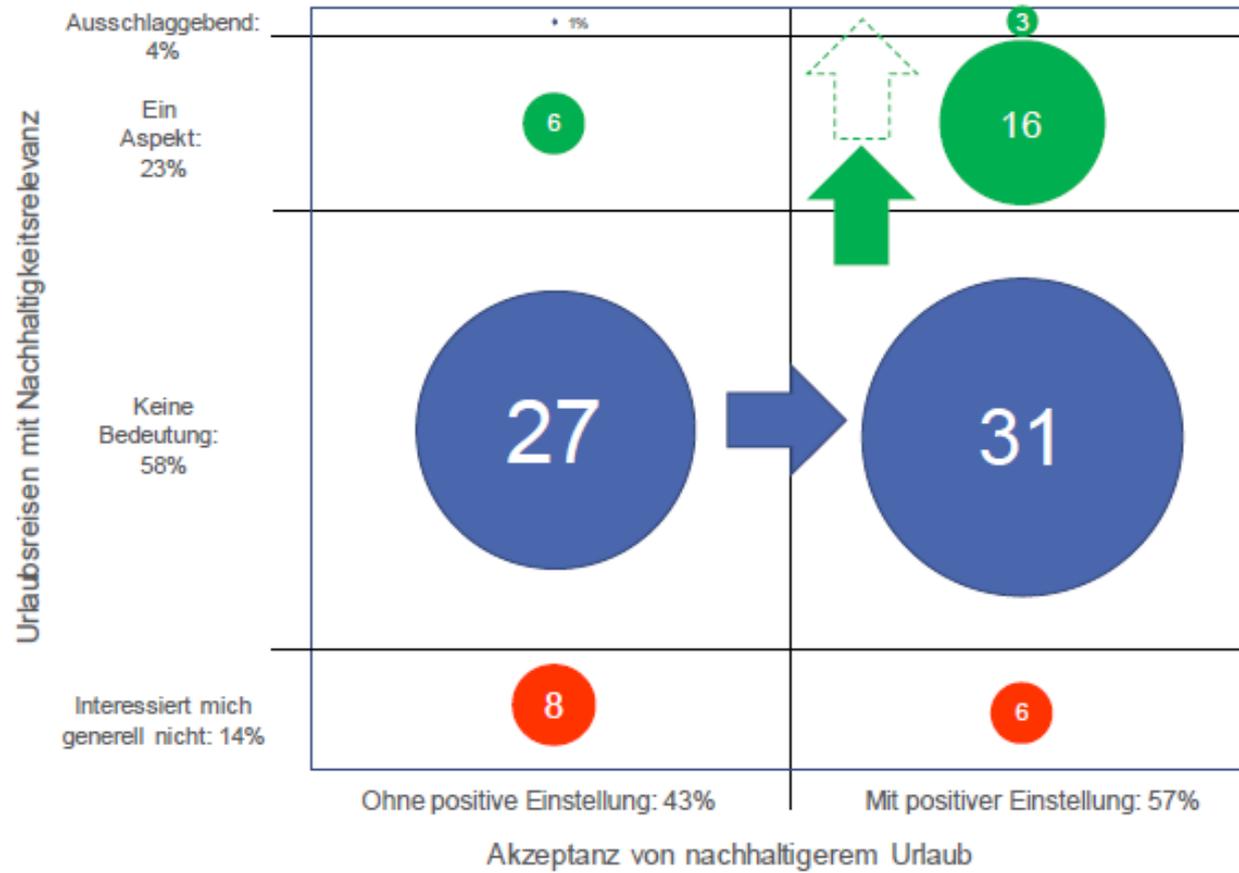
**Ein ganzes Bundesland wird nachhaltig zertifiziert – das Saarland geht mit voller Qualität voraus!**

*Die Tourismus Zentrale Saarland erhielt am 22. Oktober 2018 als erstes deutsches Bundesland die TourCert-Zertifizierung als „Nachhaltiges Reiseziel“ und positioniert sich damit als Vorreiter für Nachhaltigen Tourismus in Deutschland. Aus der Tourismuskonzeption Saarland 2025 mit dem Titel „Wir schaffen Werte mit Wachstum und Qualität“ leiten sich bereits klare Nachhaltigkeitsziele ab, zu deren Erfüllung die Zertifizierung einen wichtigen Beitrag leistet. Insbesondere soll das Bewusstsein der Bevölkerung für die positiven ökonomischen, sozialen und ökologischen Wirkungen des Tourismus gestärkt werden.*

„Das Bedürfnis, bewusster zu leben, nimmt in der Gesellschaft zu. Darauf muss auch der Tourismus Antworten finden“, sagt Birgit Grauvogel, Geschäftsführerin der [Tourismus Zentrale Saarland](#) (TZS). „Unseren Gästen ist die Natur und deren Erhalt wichtig. Daher muss der Tourismus selbst Verantwortung in der Nachhaltigkeit übernehmen und sich verpflichten, die Ressourcen zu schonen. Das Siegel „Nachhaltiges Reiseziel“ ermöglicht uns, Urlaub und Reisen im Saarland so zu gestalten, dass ein positiver Einfluss in der gesamten Region ausgelöst wird. Die Auszeichnung ist der Anfang!“



# Nachhaltige Urlaubsreisen brauchen Bewusstseinsförderung und Investitionen oder Anreize in die Einstellungsänderung des Gastes.



# Klimaneutrale An- und Abreise bei Buchung über die DMO!

Menü

Live vor Ort



Suche

Buchungshotline  
04834/909110

Buchen



## Klimaneutrale An- und Abreise



# Nachhaltigkeit ist ganzheitlich zu denken und zu bearbeiten. Von der Unterkunft ... (Bsp.: Creativhotel Luise – das nachwachsende Hotel)



*Willkommen in Deutschlands erstem klimapositiven Hotel!*

Möchten Sie unsere Geschichte hören?

[Unsere Storys](#)

... über ressourcenschonende Produkterlebnisse vor Ort ...  
Bsp. Trans Bayerwald.

Tourismusverband Ostbayern e.V.



Trans Bayerwald



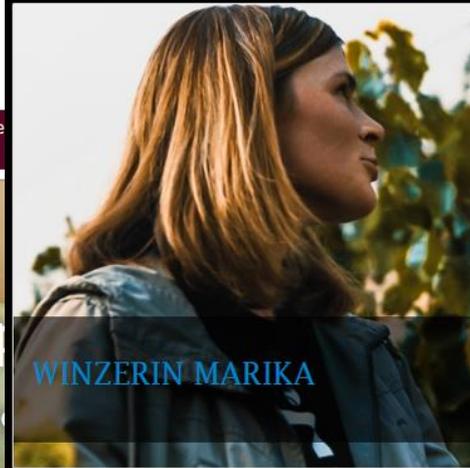
**Open-Source Produktentwicklung der  
Mountainbike-Reiseroute „Trans Bayerwald“ -  
zuhören – verstehen – vertrauen – lernen!**



# ... zur Stärkung der lokalen Wirtschaft, für authentische Genusserlebnisse und Produkte mit geringer Ressourcenbilanz.

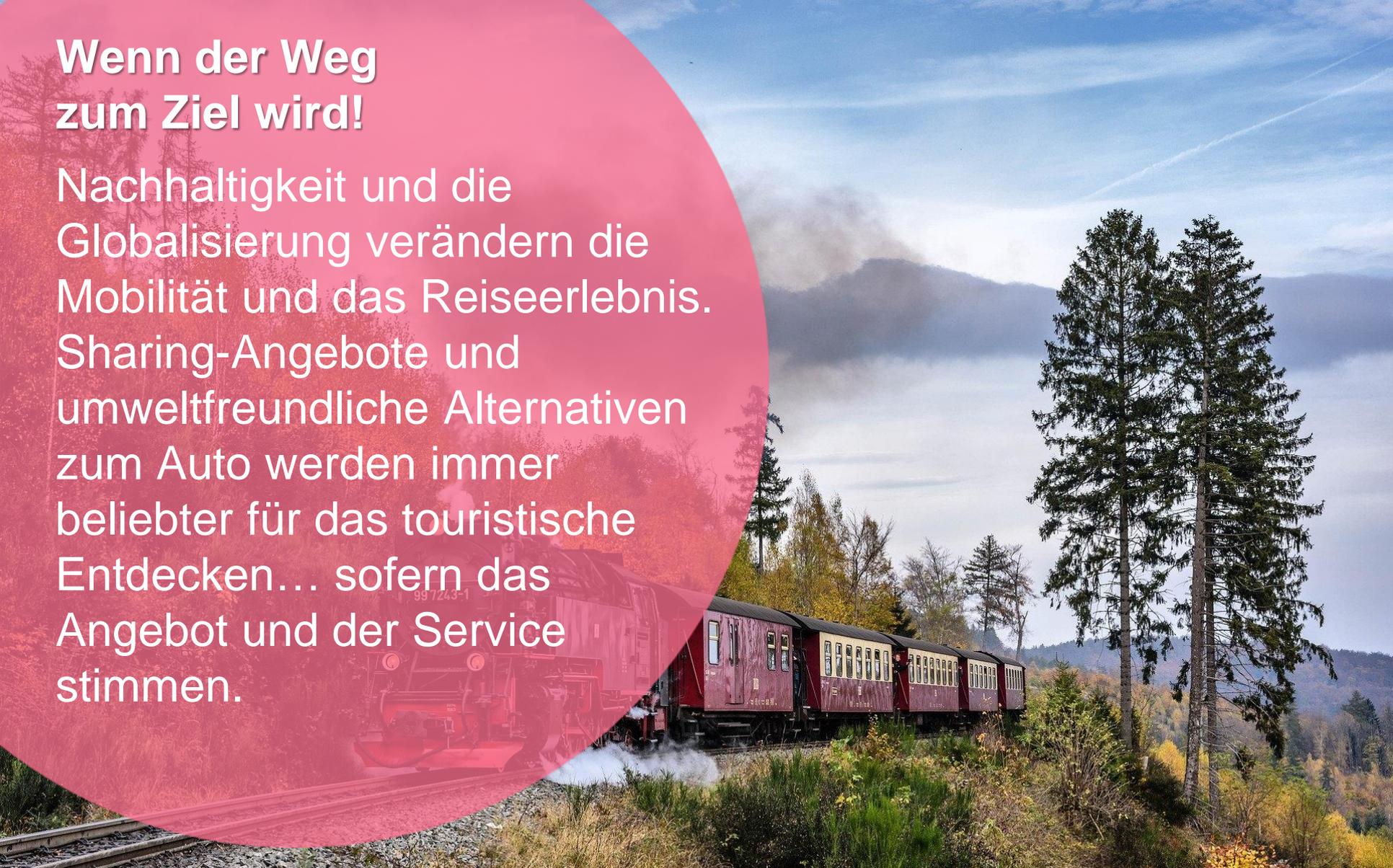


Lerne die Handmacher in Saale-Unstrut kennen!



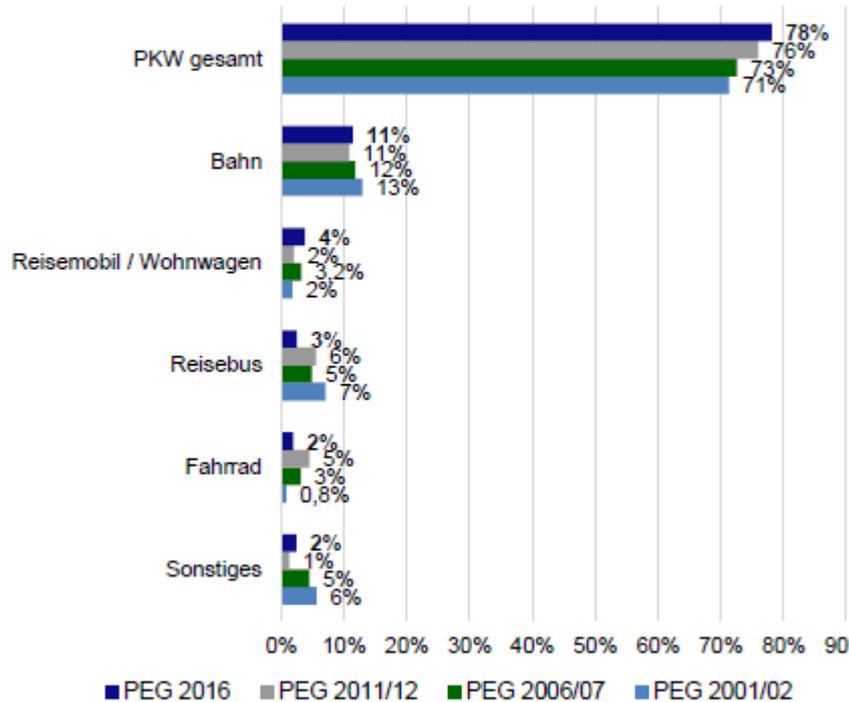
# Wenn der Weg zum Ziel wird!

Nachhaltigkeit und die Globalisierung verändern die Mobilität und das Reiseerlebnis. Sharing-Angebote und umweltfreundliche Alternativen zum Auto werden immer beliebter für das touristische Entdecken... sofern das Angebot und der Service stimmen.



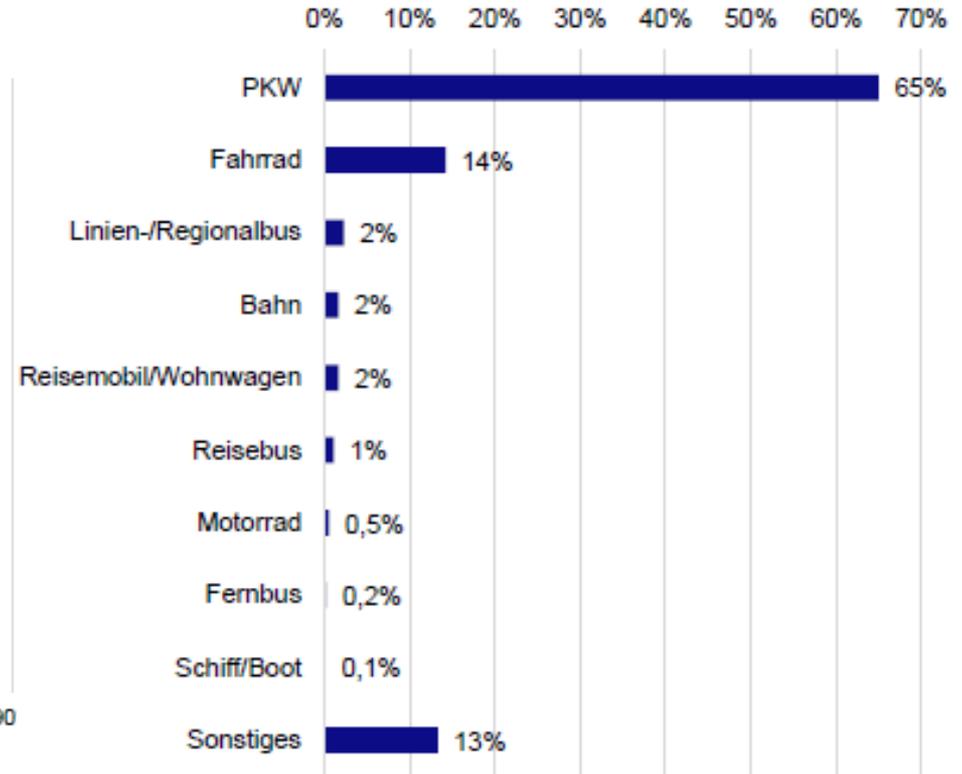
# Sachsen-Anhalt ist Autoreiseland: Die Mehrheit der Reisenden nutzen den PKW zur Anreise und zur Bewegung vor Ort.

Hauptverkehrsmittel der Anreise der Befragten im Vergleich (in %)



Geschlossene Frage, Einfachnennung  
inspektour 2017, n = 2.021

Hauptverkehrsmittel vor Ort der Befragten 2016 (in %)



Geschlossene Frage, Einfachnennung  
inspektour 2017, n = 2.026

Anspruch des Reisenden ist eine gute Anbindung, einfache Orientierung und komfortable Bewegung vor Ort, idealerweise mit viel „Ausblick“.

## Ankommen

- Wie sind die Reiseziele angebunden?

## Willkommen

- Was sind die zentralen Ankommensorte und wie werden Reisende dort „willkommen“ heißen?

## Herumkommen

- Wie sind die Attraktionen innerorts / verschiedene Orte miteinander verbunden?



Mobilität vor Ort: im Sinne des Gastes denken, Attraktionen thematisch miteinander verknüpfen und als Service- / Erlebnis-Routen aufbereiten.



# Nutzen statt besitzen – Individuelles Entdecken mit Sharing-Economy nimmt zunehmend Einzug in touristische Konzepte.



# Was das nextbike für die Stadt ist...

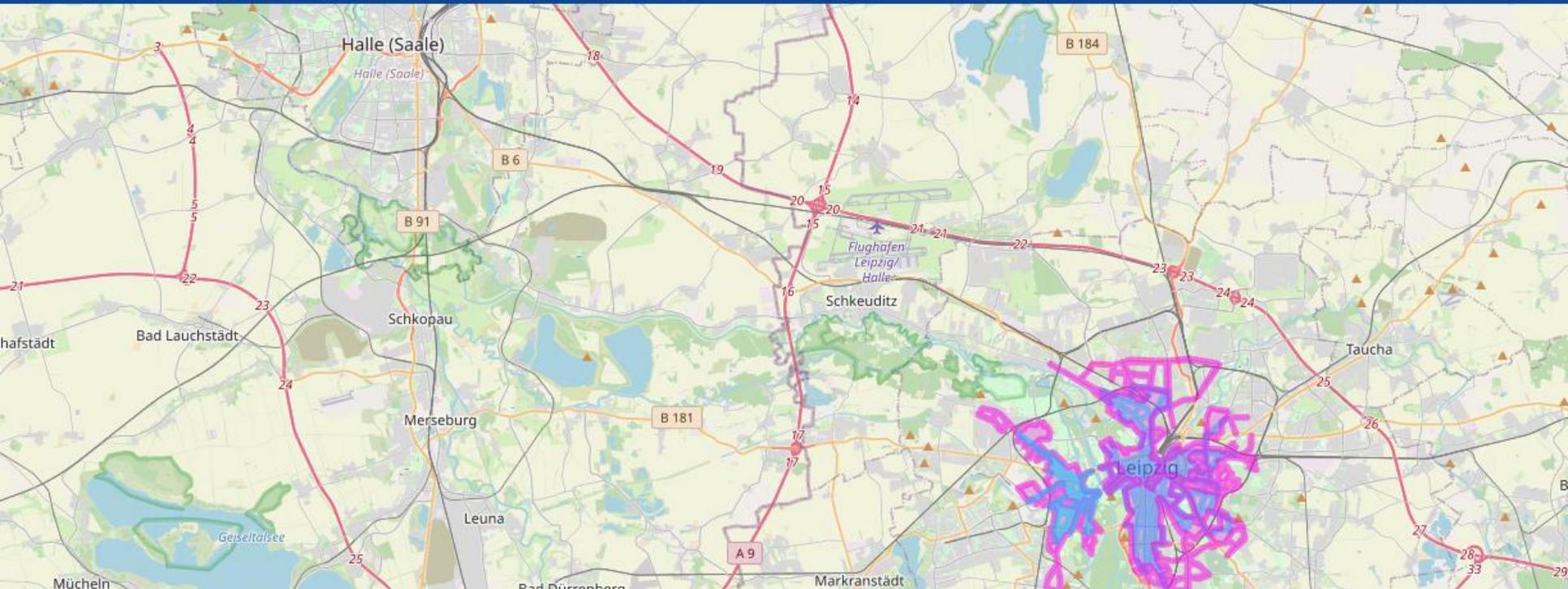
nextbike 

REGISTRIERUNG

GESCHÄFTSKUNDEN

DE EN

LOGIN SO GEHT'S STANDORTE PREISE BIKES & DEALS CAMPUSBIKE FAQ



# ... ist das Niederrhein Rad für die ganze Destination!

## NIEDERRHEIN

SO GUT. SO WEIT.

TIPPS  
↓

GENUSS  
↓

FREIZEIT  
↓

GASTGEBER  
↓

REISEMOBIL  
↓

KALENDER

REGION

SERVICE  
↓

SUCHE

Sortieren nach

LANDKREIS

Alle Landkreise

STADT

Alle Städte

COVID-19

Geöffnet für berufsbedingte Übernachtungen (1)

BARRIEREFREIHEIT

Barrierefrei für Rollstuhlfahrer (1)

Barrierefreiheit geprüft (3)

Teilweise barrierefrei für Menschen mit Gehbehinderung (3)

AUSSTATTUNG HAUS

Fahrradverleih (21)

AUSSTATTUNG REISEMOBIL

Fahrradverleih (1)

SONSTIGE

Fahrradverleihstation NiederrheinRad (25)

Partner Genussregion Niederrhein (1)

Zertifizierter Service-Qualitäts-Betrieb (2)



### Gleis 31 – NiederrheinRad-Station am Weseler Bahnhof

**Wesel**

Wesel ist eine fahrradfreundliche Stadt und unsere Radstation „Gleis 31“ am Bahnhof verbindet öffentliche und private Mobilität. Wir bieten Ihnen [...]

Als Favorit hinzufügen ☆



### GreenLine Hotel Landhaus Beckmann – NiederrheinRad-Station

**Kalkar**

Nutzen Sie unser Hotel als zentralen und dennoch ländlich gelegenen Ausgangspunkt für Ihre Radtouren! Oder als Zwischenstopp auf Ihrer Route, [...]

Als Favorit hinzufügen ☆



### Hotel Schloss Friedestrom – NiederrheinRad-Station

**Dormagen** ★★★★★

Kleines & feines familiengeführtes 4-Sterne-Hotel an den Stadtmauern des malerisch gelegenen Städtchen Zons, Restaurant „Zum Volksgarten“ sowie Sommerterrasse, regionale aber [...]

Als Favorit hinzufügen ☆

# Bahn.Land.Lust – Mit Fahrrad und Bahn durch den Naturpark! Kultur- und Naturerlebnisse als besonderes Entdeckungspaket!



DER NATURPARK | SERVICE | PROJEKT WALDBAND | KONTAKT | 🔍



## Mein Rucksack

Sie haben zur Zeit noch nichts in Ihrem Rucksack.  
Fügen Sie Ziele, Sehenswürdigkeiten und Veranstaltungen hinzu,  
indem sie auf einzelnen Seiten auf dieses Symbol klicken:



# Paddel- und Pedalstation – Fahrräder und Kanus für Ein- oder Mehrtagestouren im Landkreis Leer.



UNTERKÜNFTE

RADURLAUB

URLAUBSERLEBNISSE

PADDLE UND PEDAL

VERANSTALTUNGEN

FERIENORTE

## 20 PADDLE- UND PEDALSTATIONEN IN OSTFRIESLAND



AURICH



AUGUSTFEHN



BARBEL



DITZUM



DITZUMVERLAAT



EMDEN



FRIEDEBURG



GROBES MEER

## PADDLE- UND PEDALSTATIONEN

Unter dem Motto "Hier starten - dort abgeben" könnt ihr an unseren 20 Paddel- und Pedalstationen Fahrräder und Kanus für Ein- oder Mehrtagestouren mieten.

zu den Stationen



HAGE



LEER-LOGA



NIBMERSIEL



NORDEN UND LEYBUCHT-SIEL



REMELS



RHAUDERFEHN



RORICHUM

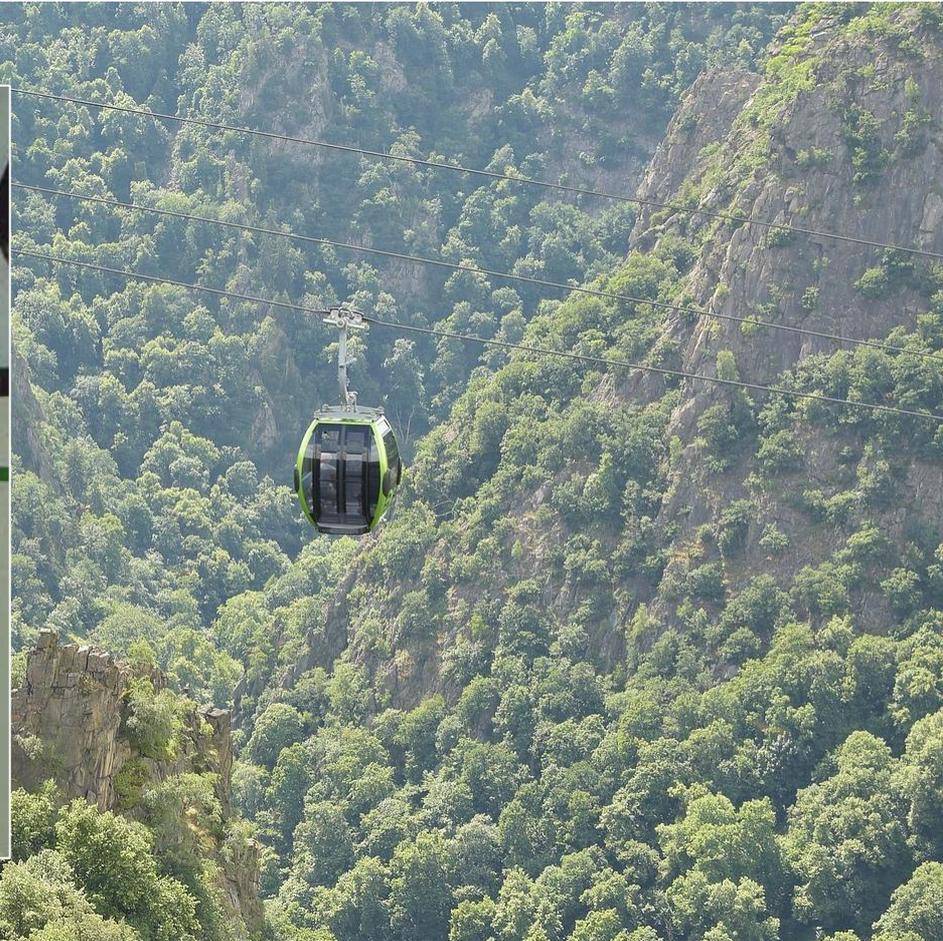


SANDE

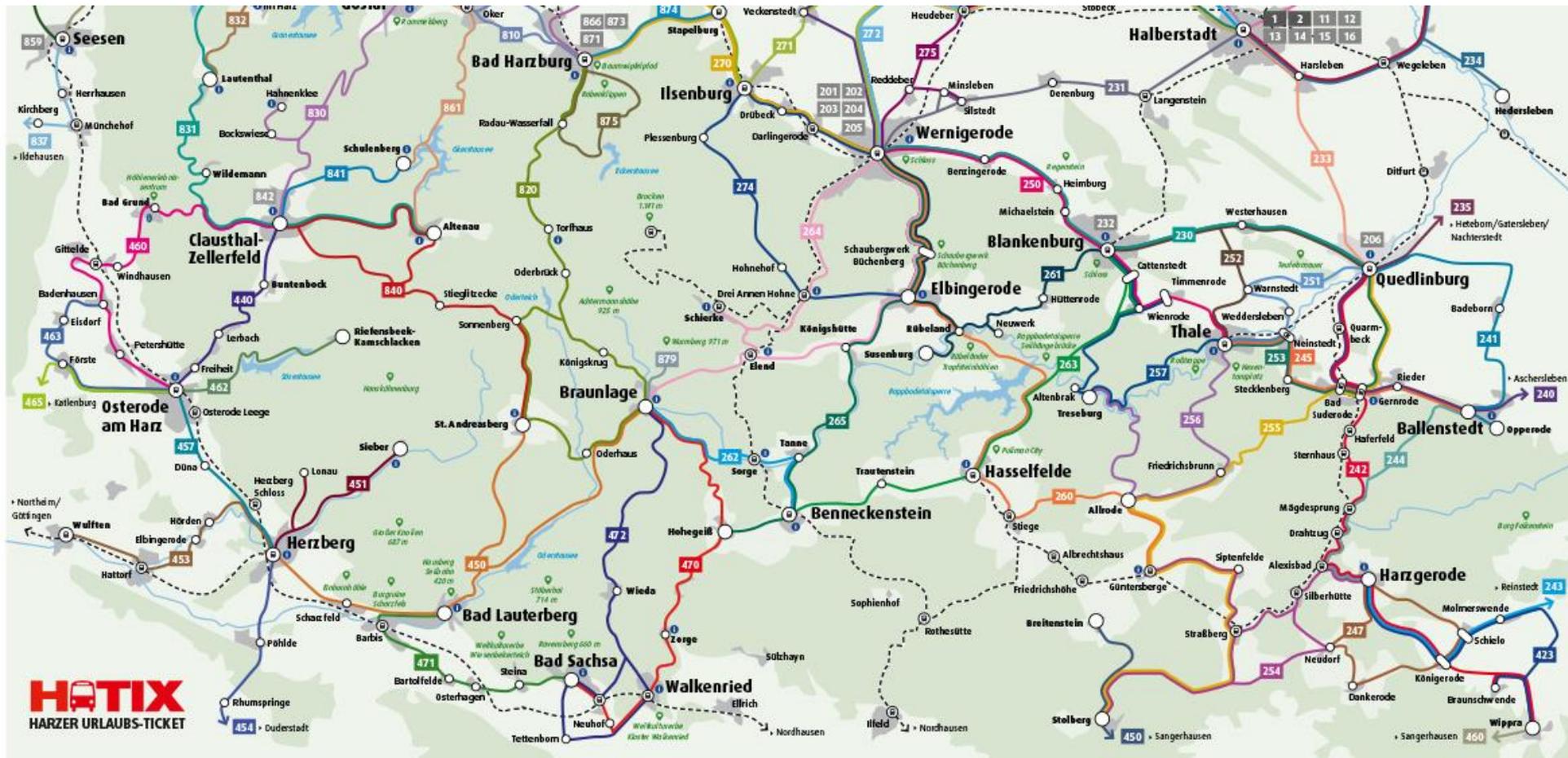


Quelle: <https://www.suedliches-ostfriesland.de/paddel-und-pedal> (Zugriff 21.04.2020)  
Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027 | © PROJECT M 2020

Der Weg ist das Ziel: nicht alltägliche Bewegungsmittel für den Erlebnisfaktor und thematische Wegeinszenierung zur Profilierung.



Anspruch: den Kundennutzen in den Fokus stellen! Über Grenzen hinweg agieren, bequeme Buchbarkeit auf gewohnten Kanälen garantieren.



Werfenweng (Österreich) bietet über die „samo-Card“ kostenlosen Zugang zu 106 E-Autos & weiteren Mobilitätslösungen für Alle, die Ihr Auto stehen lassen.

## Auf die sanfte Tour

GRATIS  
Mobilitäts-  
garantie

**samo**  
werfenweng  
AUS 2018-04-18/2022

**Ihr Schlüssel  
zu 106 Fahrzeugen**

... UND ZAHLREICHEN VORTEILEN - AUF EINER KARTE!



# Digitalisierung – Jeder für sich und dennoch alle gemeinsam!

Die Digitalisierung beeinflusst die gesamte Leistungskette im Tourismus. Neben individuellen „Gehversuchen“ und Erfolgsgeschichten, gilt es nun Systeme, Standards sowie Rahmenbedingungen für alle zu schaffen, um möglichst hohe Skalierungseffekte zu erzielen.



**DIGITALISIERUNG** verändert die Gesellschaft, Arbeits- und Freizeitwelt und die Tourismusbranche. Die Verantwortung liegt aber nicht allein im Tourismus!



Infrastruktur

smarte Technologie  
Systeme Datenstrategie

Marktforschung

Datenschnittstellen

Austausch / Lizenzen

Führungskultur

Arbeitsprozesse

Arbeits- / Anwenderkultur

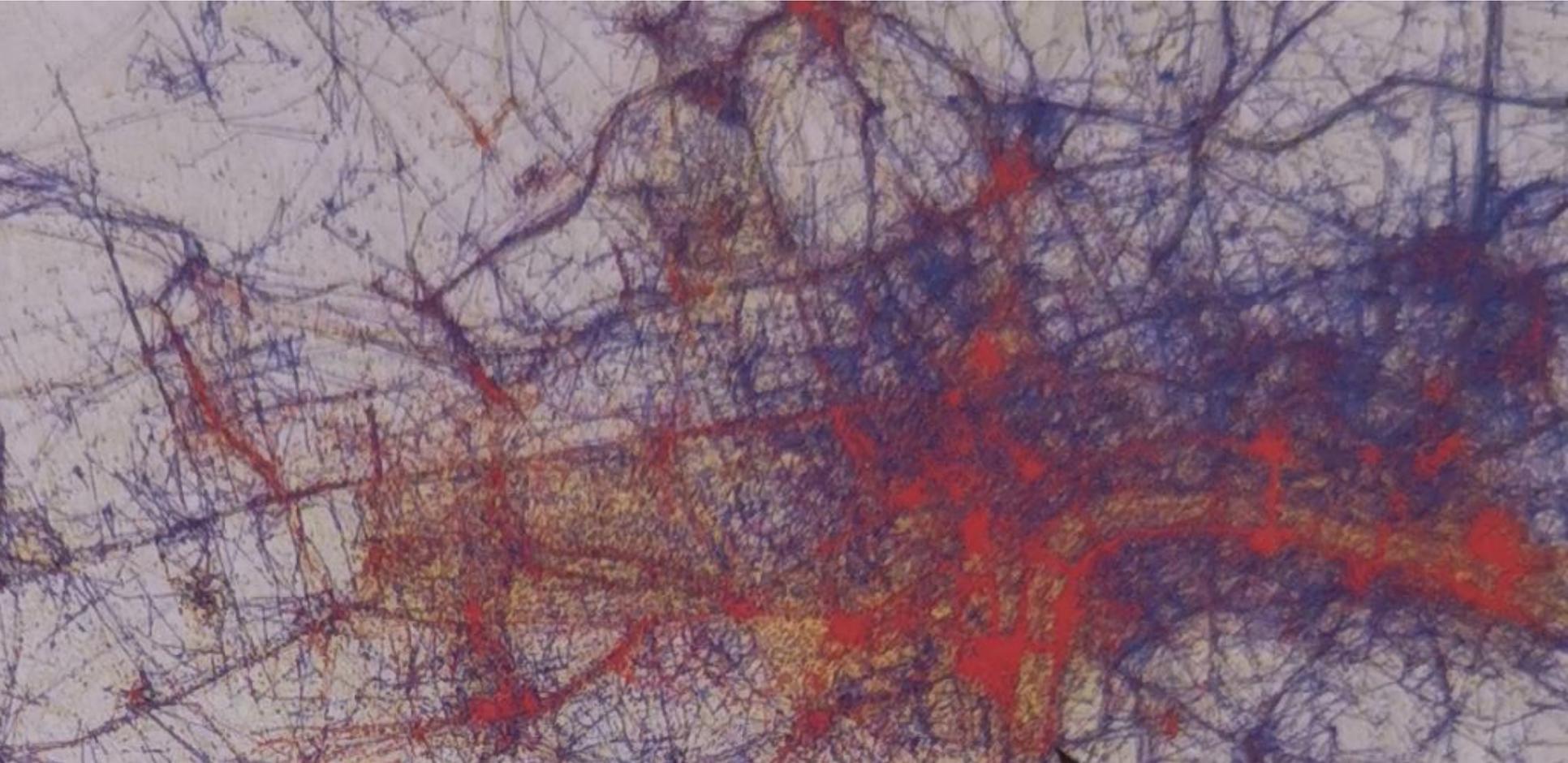
Marketing

Produkte / Erlebnisdesign

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



Fußabdruck der Gäste führt zu Kundenwissen.

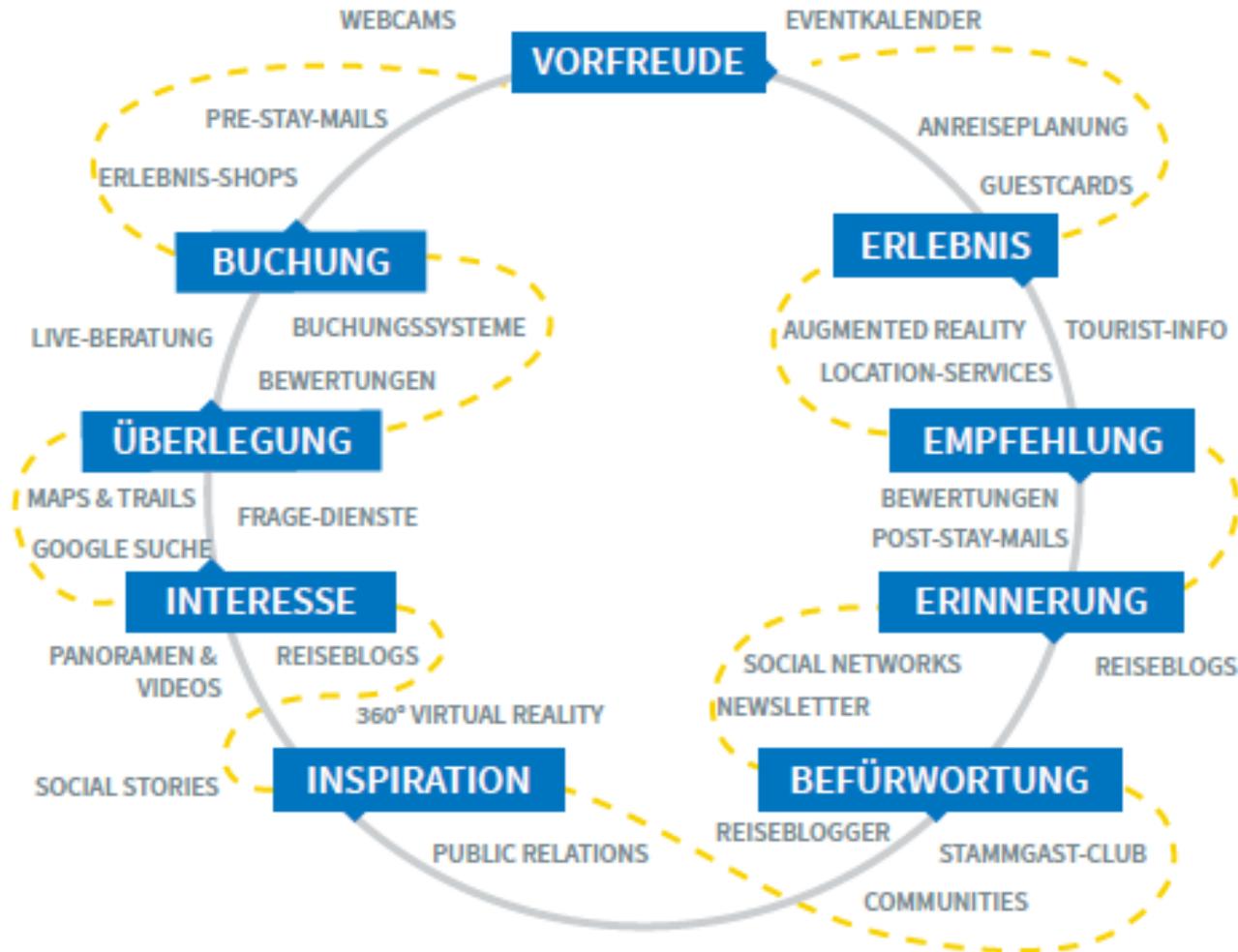




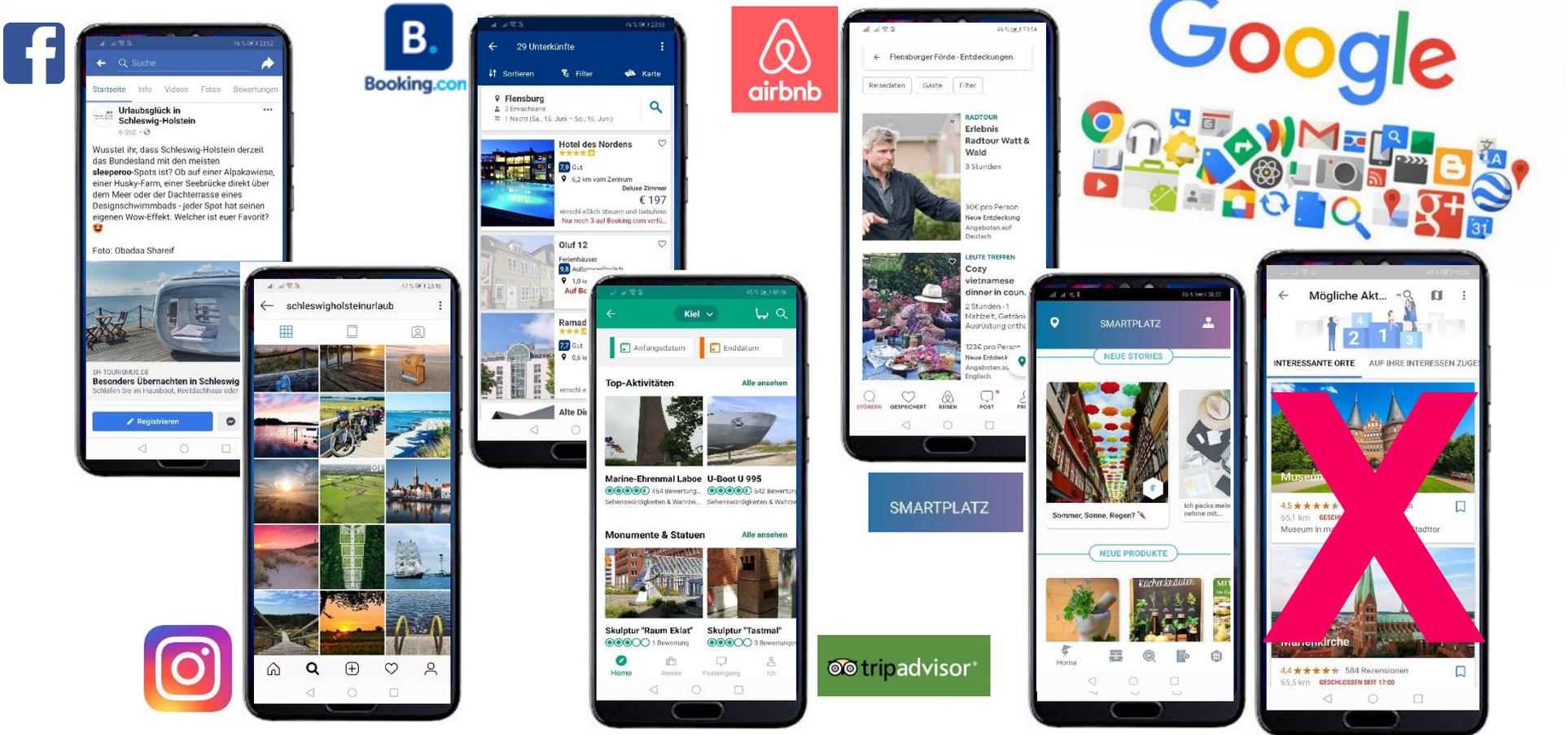
... ist DAS entscheidende Wissen & Werkzeug zur effektiven Marktbearbeitung, zur Kundenbindung und für die Wettbewerbsfähigkeit ihres Tourismus.



# Digitale Customer Journey: Die digitale Service- und Erlebnisunterstützung zieht an allen Kontaktpunkten des Gastes ein...



# 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)  
Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027 | © PROJECT M 2020

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



Dabei löst das digitale Erlebnis nicht den physischen Ort ab! Bietet aber eine ganz neue Tiefe um in authentisch-echte Erlebniswelten einzusteigen!



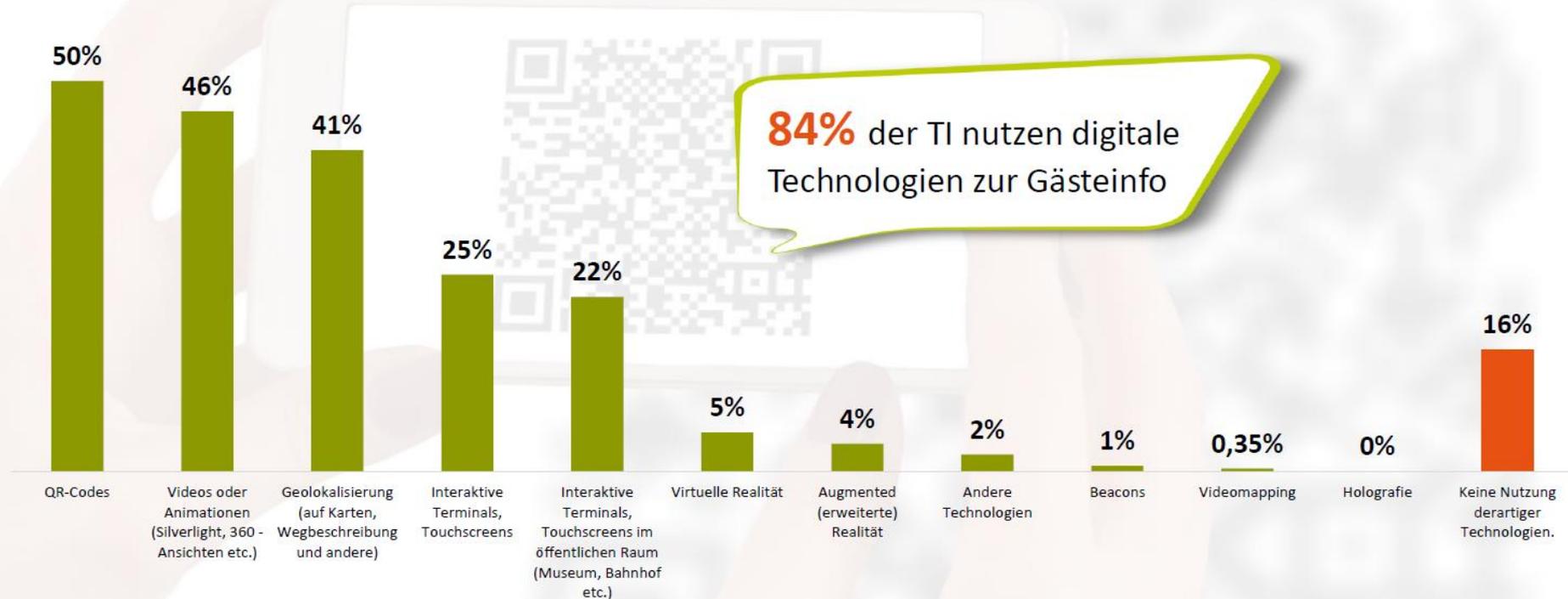
# Bad Salzuflen: interaktive und digitale Wandelhalle, für den digitalsten Kurort von Deutschland. Vom Check-In bis zur digitalen Nachsorge.



# Virtual und Augmented Reality spielen in den TI noch keine große Rolle

## Digitale Technologien in den Tourist Informationen

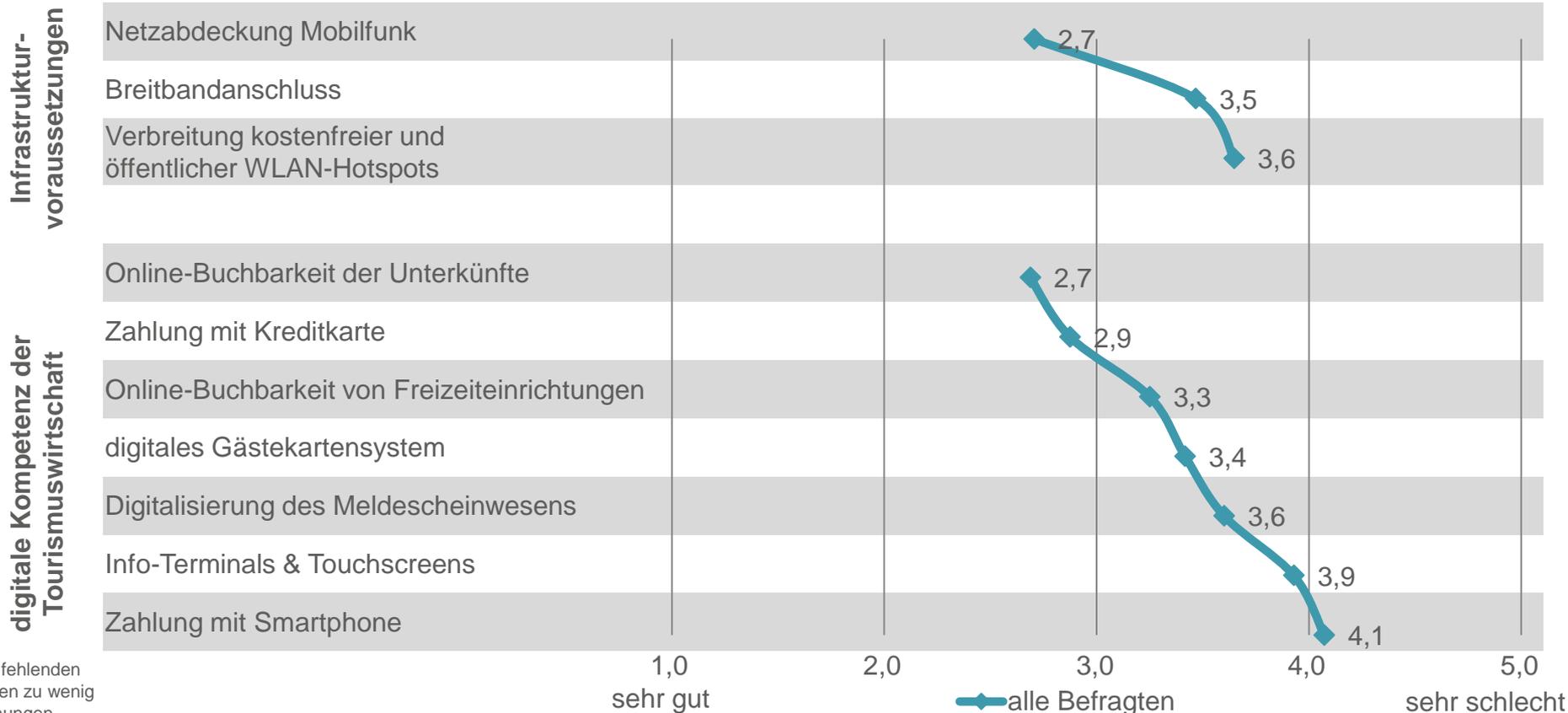
Welche der folgenden Technologien werden in der/den Tourist Information(en) genutzt?



© BTE & DTV 2019; n = 282 (DMO mit TI)

# Sowohl die digitalen Infrastrukturvoraussetzungen als auch die digitale Kompetenz der Tourismuswirtschaft sind ausbaufähig.

Wie bewerten Sie die digitalen Infrastrukturvoraussetzungen in Ihrer Region bzw. die digitale Kompetenz der Tourismuswirtschaft im Hinblick auf die folgenden Aspekte? **Skala 1 = sehr gut bis 5 = sehr schlecht**



\* bei fehlenden Werten zu wenig Nennungen

Frage: Wie bewerten Sie die digitalen Infrastrukturvoraussetzungen in Ihrer Region/Destination im Hinblick auf die folgenden Aspekte?, Basis: alle Befragten, Angaben gemacht (n=17); Frage: Wie bewerten Sie die digitale Kompetenz der Tourismuswirtschaft im Hinblick auf die folgenden Aspekte?, Basis: alle Befragten, Angaben gemacht (n=17)

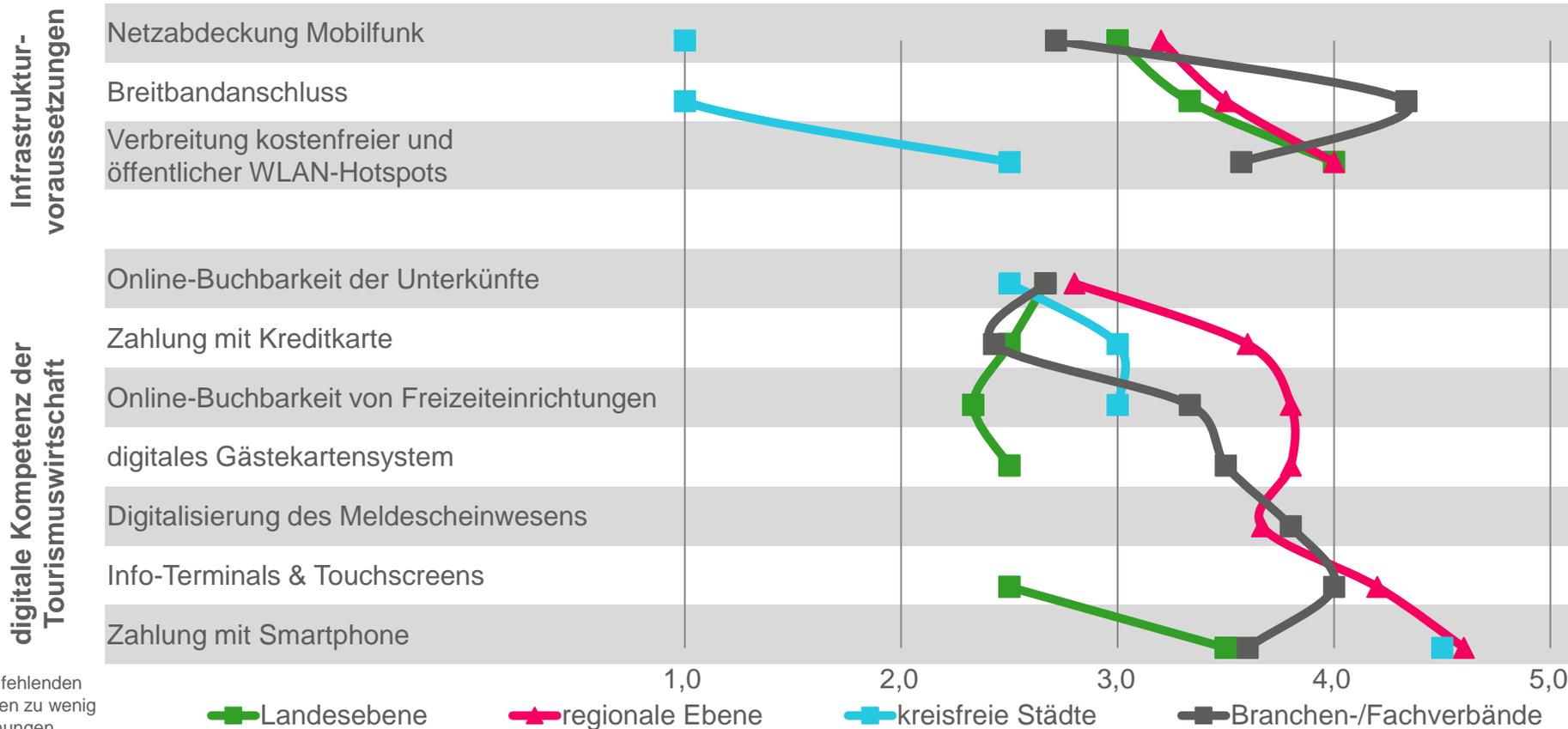
Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027 | © PROJECT M 2020



# Aber: Die Bewertungen unterscheiden sich sehr stark aus Sicht der unterschiedlichen Ebenen!

Online-Befragung Feb 2020

Wie bewerten Sie die digitalen Infrastrukturvoraussetzungen in Ihrer Region bzw. die digitale Kompetenz der Tourismuswirtschaft im Hinblick auf die folgenden Aspekte? **Skala 1 = sehr gut bis 5 = sehr schlecht**



\* bei fehlenden Werten zu wenig Nennungen



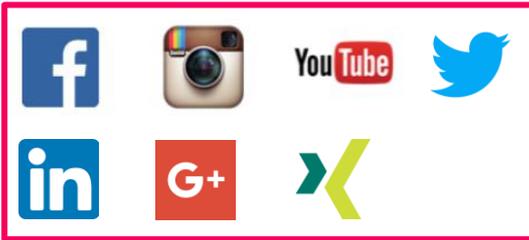
Frage: Wie bewerten Sie die digitalen Infrastrukturvoraussetzungen in Ihrer Region/Destination im Hinblick auf die folgenden Aspekte?, Basis: alle Befragten, Angaben gemacht (n=17); Frage: Wie bewerten Sie die digitale Kompetenz der Tourismuswirtschaft im Hinblick auf die folgenden Aspekte?, Basis: alle Befragten, Angaben gemacht (n=17)  
 Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027 | © PROJECT M 2020

# Brandenburg verfügt über eine eigene Digitalisierungsstrategie, deren Ziel die Implementierung digitaler Angebote entlang der Customer Journey ist.

## Digitales Marketing

- Die **Digitalisierungsstrategie** der Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH 2019-2020 baut auf dem Handlungsfeld 3 der Landestourismuskonzeption Brandenburg auf
- Maßnahmen
  - landesweite Digitalisierungsstrategie (Digitalisierung der Customer Journey)
  - Gemeinsame Contentstrategie entwickeln und nutzen
  - Content verteilen – Weiterentwicklung der zentralen Datenbanken im Contentpartnernetzwerk
  - Software „MeinBrandenburg“ flächendeckend bereitstellen
  - Aufbau einer gemeinsamen Marketing-Beteiligungsplattform
  - Diskussion zur Zukunft des touristischen Vertriebs

## Social Media Kanäle



Quelle: Digitalisierungsstrategie der TMB



# Qualitätssteigerung braucht Führung & Zentralisierung. Durch fehlende (automatisierte) Abstimmungen entstehen hohe Kosten & Zeitverluste!

## Zentrale Steuerung von Digitalisierungsinitiativen:

- ➔ bestehende Ressourcen effizienter einsetzen!
- ➔ höherer Professionalisierung des Angebots durch zentrales Know-How
- ➔ Fachkräfteproblematik gemeinsam angehen (Data Specialist)
- ➔ Frei werdende Mittel für die eigentlichen Kernaufgaben nutzen

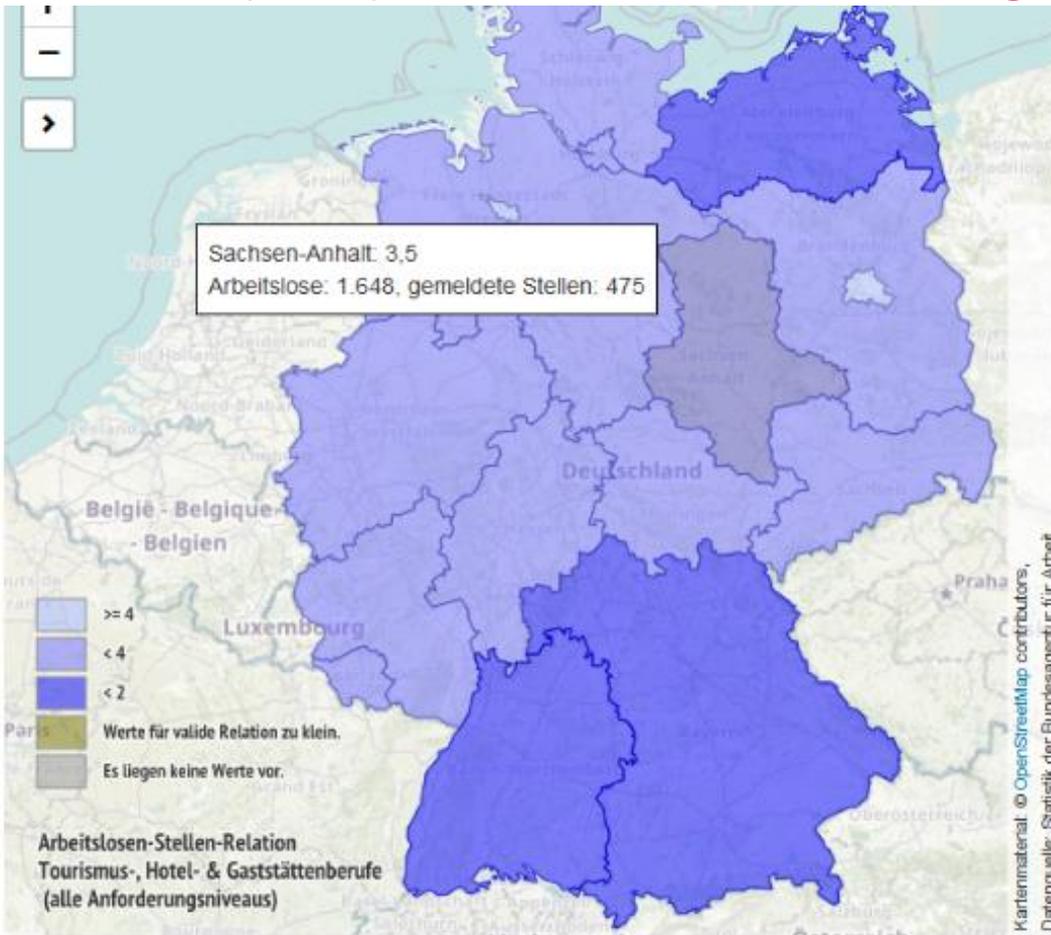


# Arbeitskräfteverfügbarkeit: Vom Angebots- zum Nachfragemarkt.

Der demografische Wandel und der durch die Digitalisierung gestartete Wandel in der Arbeitswelt verändern die Anforderungen an Unternehmen sowie an das Standort- und das Destinationsmarketing.



3,5 Arbeitslose kommen auf 1 freie Tourismusstelle, damit liegt Sachsen-Anhalt (noch) im Mittelfeld. Die Reiseregionen verzeichnen höheren Druck.



Aber: der demografische Wandel macht sich zunehmend bemerkbar und wird die Branche künftig weiter unter Druck setzen.

## Mangelware Arbeitskräfte

Arbeitsmarkt  
Gastgewerbe  
Sachsen-Anhalt

Beschäftigtenzahl: Jeder  
**zehnte Betrieb**  
will weiter wachsen.

Jeder **zweite Betrieb**  
kann offene Stellen  
länger nicht besetzen.

Ausbildung: Jeder  
**fünfte Platz** kann  
nicht besetzt werden.

Auch 2018 Jobmotor:  
Anteil Gastgewerbe (SvB)  
**3,0%** (2013: 2,7%)

# Lösungsansätze: dem Fachkräftemangel in Sachsen-Anhalt wird mit Anwerbung von Arbeitskraft aus dem Ausland entgegengewirkt.



SACHSEN-ANHALT



SACHSEN-ANHALT

## Your guide to Saxony-Anhalt

Living and working in the centre of  
Germany and Europe

## Votre guide pour la Saxe-Anhalt

Vivre et travailler au centre de  
l'Allemagne et de l'Europe



So wird z.B. in Vietnam für eine Ausbildung im Tourismus in Sachsen-Anhalt geworben.



... und eine deutsche Sprachschule in der Ukraine gegründet, um die Voraussetzungen für eine Ausbildung im Salzlandkreis zu schaffen.



# Auch auf Bundesebene hat das Werben für tourist. Nachwuchs begonnen: Bsp. Kampagne +richtiggemacht des Kompetenzzentrum Tourismus.

KOMPETENZZENTRUM  
**TOURISMUS**  
DES BUNDES

HOME    ▼ BERUFE    AUSBILDUNGSPLATZBÖRSE    REGIONALE INFOS

Ausbildungsberufe im Tourismus

## #richtiggemacht

### Sie haben es schon #richtiggemacht

Im Tourismus gibt es vielfältige Ausbildungsberufe. Unsere Botschafter haben Ihre jeweilige Ausbildung mit Freude absolviert und sind nun fit für kommenden Herausforderungen. Hier erklären sie, was Euch erwartet.

<p>Kaufrau für Tourismus und Freizeit <b>Celina Krause</b></p>	<p>Tourismuskaufrin <b>Lena Cuccovillo</b></p>	<p>Hotelfachfrau <b>Melina Blaschnik</b></p>
<p>Restaurationsfachmann <b>Peter Schrader</b></p>	<p>Koch <b>Maximilian Kindel</b></p>	<p>Hotelfachfrau <b>Lara Sommer</b></p>

New Work-Konzepte haben längst auch Fuß im Tourismus gefasst. Neue Zusammenarbeitsformen & ein frisches Image zieht bei Gen. Y & Z.

## ARBEITEN IM HOTEL SO:



## UND BEI UNS SO:

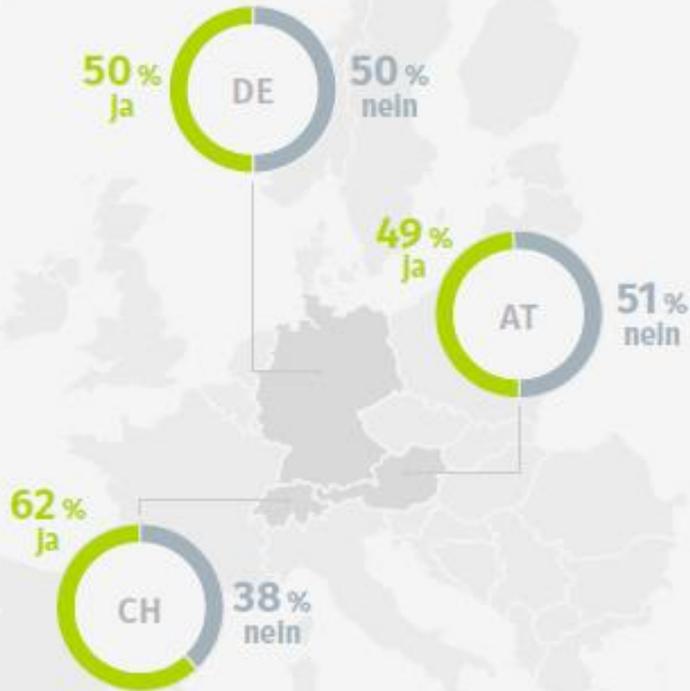


Flache Hierarchien, selbstbestimmtes Arbeiten, individuelles auftreten & eine freundschaftliche Atmosphäre lassen sich auch mit dem Hotelbetrieb vereinen.



# Sinn im Job wird immer wichtiger. Faire Löhne sind dennoch Basisfaktor – hier schneidet Sachsen-Anhalt und insbes. der Tourismus i.d.R. schlecht ab.

Wären Sie bereit, In einen neuen Job mit mehr Sinnhaftigkeit oder gesellschaftlicher Verantwortung zu wechseln, auch wenn Sie dann weniger Geld verdienen?



71.827 €  
West

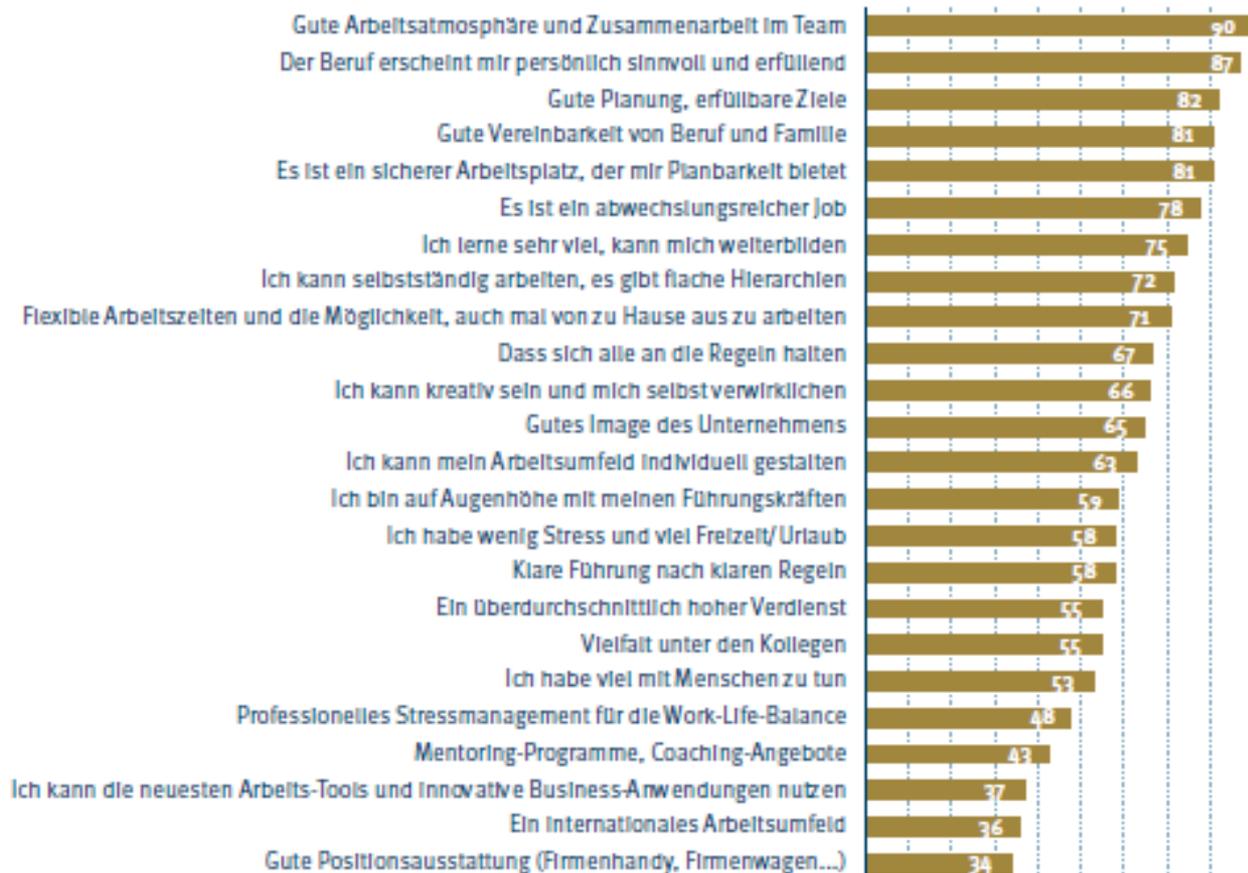
55.342 €  
Ost



70.754 €

Bruttodurchschnittsgehalt  
von Fach- und Führungskräften  
in Deutschland

# Arbeitseinstellungen der Generation Y: gute Atmosphäre, Flexibilität und Raum für Freizeit schlagen hohes Gehalt und Firmenwagen.



Quelle: Zukunftsinstitut



Standortmarketing ist Werbung für Fachkräfte: Talentpflege wird zur Aufgabe von Standorten & Destinationen. Gewinner sind Kreative & Innovative!



**Wer  
modern  
sein will,  
muss  
#modern  
denken**





3

Fachdialog zum Umgang mit Trends in Sachsen-Anhalt

# Impulse aus Sachsen-Anhalt

**Mark Lange** STADTMARKETING



„Mobilität – Vom richtigen Ankommen, Willkommen zum bewegenden Vor-Ort-Erlebnis“

**Sandra Yvonne Stieger**



ottostadt  
magdeburg **marketing**

„Digitalisierung Wie geht Magdeburg mit den Anforderungen der Digitalisierung (Infrastruktur – Service- & Erlebniskompetenz – Reife der Betriebe) um?“

STADTMARKETING

hallesaale<sup>\*</sup>  
HÄNDELSTADT

# Mobilität (touristisch) neu Gedacht



# Was wir schon wissen...

- Ressource Natur = wesentlicher Attraktivitätsfaktor für Tourismusdestinationen
- Tourismus und Freizeitwirtschaft tragen 10,4 % zur Weltwirtschaftsleistung bei
- **Aber!** Sektor mit großen Belastungen:
  - Tourismus verursacht 5 % der globalen CO<sub>2</sub>-Emissionen
  - Davon 75 % durch touristischen Verkehr
- Woher kommen die Sachsen-Anhalt Gäste:
  - **93% der Gäste kommen aus Deutschland:** Niedersachsen, Sachsen, Thüringen und Nordrhein-Westfalen
  - nur 7% aus dem Ausland
- Sachsen-Anhalt ist ein **Kurzreiseland**

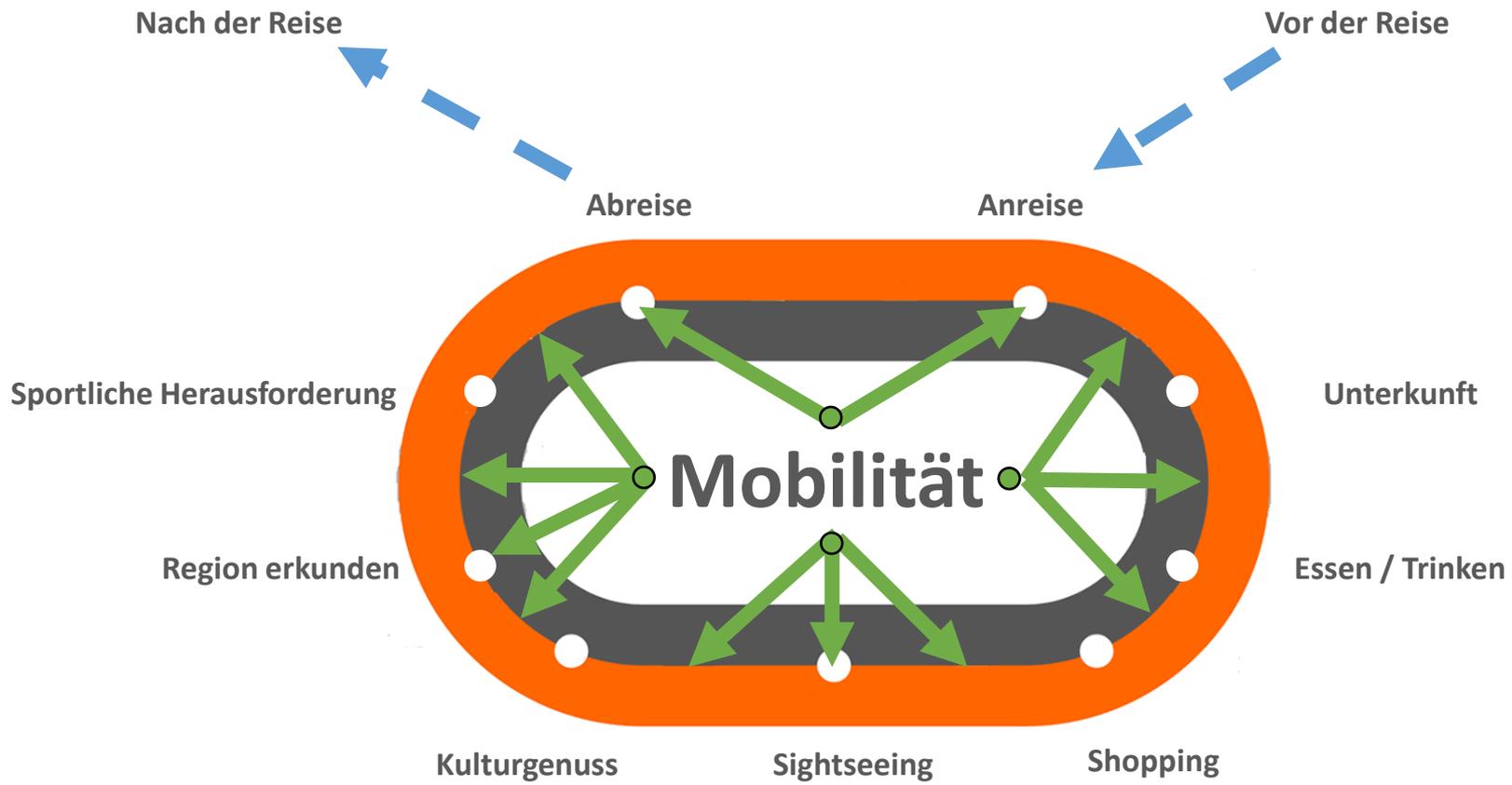




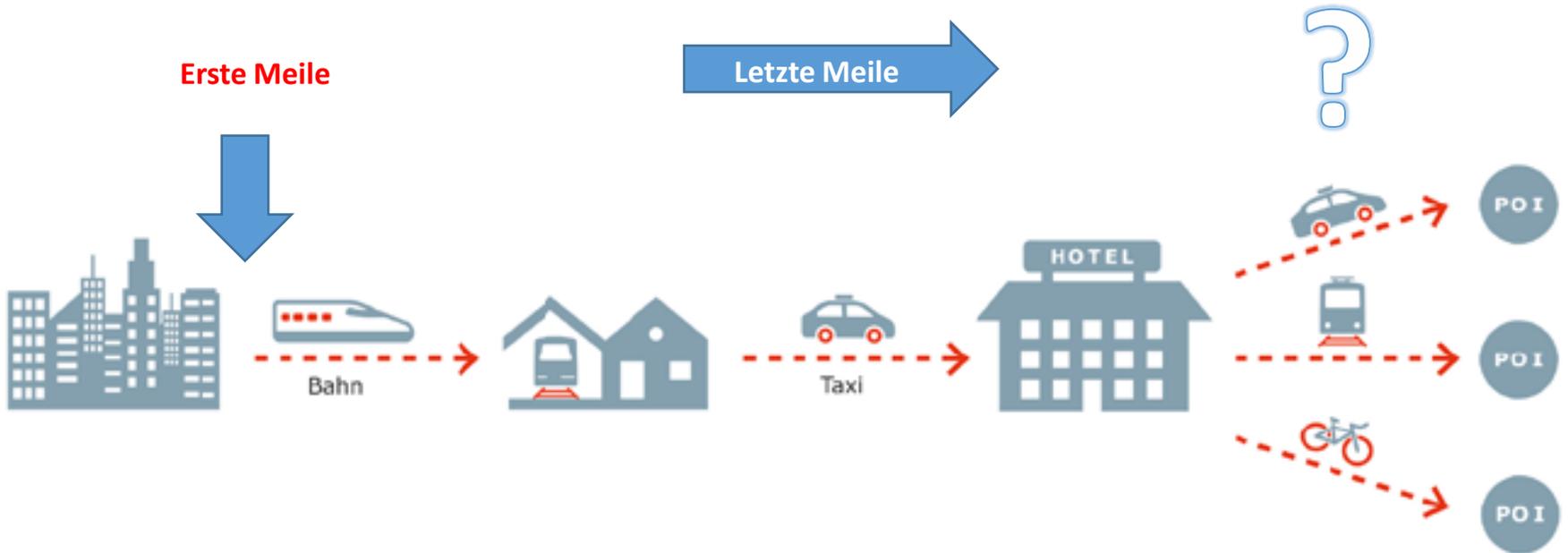
Gast

Alternatives  
Verkehrsmittel

Eigener  
PKW



# Die letzten 1,609344 km



# Warum beschäftigen wir uns heute mit Mobilität?

Wir wollen:

- Steigerung der Aufenthaltsdauer
- Steigerung der Hotelauslastung
- Entlastung der Verkehrsschwerpunkte
- Bessere Verknüpfung von den Städten mit dem ländlichen Raum
- Erhöhung der Wertschöpfung
- Steigerung der Gästezufriedenheit
- Nachhaltigkeit wird Gästen immer wichtiger und beeinflusst das Reiseverhalten

# Die „Hallesche“ Lösung

- Mobilitätskomponente als Bestandteil von Arrangements
- Ergänzt um eine zusätzliche Übernachtung mit POI in der Region
- Kostenfreie Nutzung von gestellter Mobilität für Arrangement-Gäste
- Station zur Entleihe an der Tourist-Information
- Plus ÖPNV-Nutzung (Hotel zur Entleihe TI)

Willkommen in der Kultur – Individual + Merken



Halle – die Händelstadt – gilt nicht umsonst als Kulturhauptstadt des Landes Sachsen-Anhalt: Mehr als ein Dutzend Museen laden Sie zum Besuch ein, darunter das Händel-Haus, die Stiftung Moritzburg und das Landesmuseum für Vorgeschichte mit der bekannten Himmelscheibe von Nebra.

Erleben Sie einen Abend in der Oper, im Theater oder im Konzert. Die historische Altstadt mit ihren restaurierten Bürgerhäusern, Kirchen und Plätzen ist eine Sehenswürdigkeit für sich – gehen Sie auf Entdeckungsreise!

**Unsere Leistungen für Sie:**

- 2 Übernachtungen inkl. Frühstück im Vier-Sterne-Hotel
- 1 Abendessen in der Gasthausbrauerei „Hallesches Brauhaus“
- geführter Stadtrundgang durch die historische Altstadt mit Besuch der Predigtkirche Martin Luthers samt der Original-Totenmaske des Reformators (nach Verfügbarkeit)
- Besichtigung des Händel-Hauses
- Eintritt in das Halloren Schokoladenmuseum
- Welcome Card Halle mit Stadtplan und Infopakete
- 1 Willkommensgruß (pro Zimmer)
- Sicherungsschein
- optional buchbar: Theater-, Konzert-, Opernkarten

**Sprachen:** Deutsch, Englisch auf Anfrage



**Termine:** ganzjährig buchbar



Ausflugsziel in der Region



Geschenkte Mobilität für Umland



Geschenkte Mobilität vor Ort

# Wie funktioniert das System?

**DB Online-Ticket**

ICE Fahrkarte  
Gültigkeit: Hinfahrt ab 03.07.2019, Rückfahrt ab 03.07.2019  
Gilt für 10 eingetragene Zugschleife und Regionalzüge  
An-Hauptverkehrszeiten zwischen Frankfurt-Löwen  
und Rückfahrt am 03.07.19

**Spezialpreis (Hin- und Rückfahrt):**  
Klasse: 2  
EW: 1  
Hauptfkt.: Halle(Saale)\*City → Berlin-City mit ICE (SPX0005)  
Rückfkt.: Berlin-City → Halle(Saale)\*City mit ICE (SPX0008)  
Übert.: H: HAL-MDB 8-40 ICE1400/B-Sunder NV: NV 8-Sunder  
18:44 ICE\*DB  
Hinweis zur 1. oder 2. Zugschleife

Zahlungspositionen und Preis	Preis	MwSt (S) 19%	MwSt (U) 7%
Positionen	1	18,00€	3,33€
ICE Fahrkarte	2	9,00€	1,66€
Reservierungen		68,00€	13,00€
<b>Summe</b>			

Kundenanzahl 68,00€ VU-Nr. 455645619 Transaktions-Nr. 38731  
Beleg 19.06.2019 Gehebt 810585

Herr Mark Lange  
Auftragsnummer

Bitte Reservierungen und Reservierung Hin- und Rückfahrt am 03.07.2019

Halt	Datum	Zeit	Gültig	Preisklasse	Reservierung
Halle(Saale)Hf	03.07	ab 08:00	ICE 1000	1 Sitzplatz, Wg. 23, Pl. 9	
Berlin Südwest (S)	03.07	ab 09:44	7	Nichtraucher, Handy, D	
Berlin Potsdamer Platz (S)	03.07	ab 09:56	2	S 2	
Potsdamer Platz (U)	03.07	ab 10:08	U 2		
Berlin Hauptvogelplatz (U), Berlin	03.07	ab 10:12			

Bitte Reservierungen und Reservierung Rückfahrt am 03.07.2019

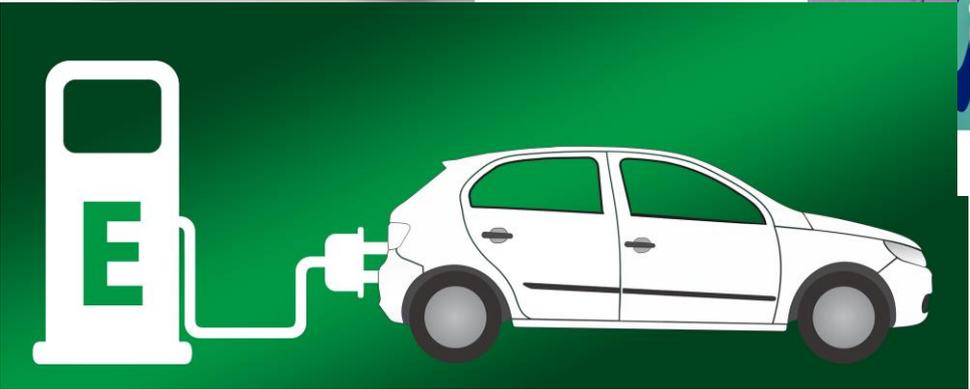
Halt	Datum	Zeit	Gültig	Preisklasse	Reservierung
Hauptvogelplatz (U), Berlin	03.07	ab 10:12	U 2		
Potsdamer Platz (U) (S-U)	03.07	ab 10:20			
Berlin	03.07	ab 10:32	11	S 25	
Berlin Potsdamer Platz (S)	03.07	ab 10:32	11	Sitzplatz, Wg. 9, Pl. 61, 1 Fenster, Tisch	
Berlin Südwest (S)	03.07	ab 10:32	11	Nichtraucher, Handy, Tisch, Nr. 0041 5013 6285 30	
Berlin Südwest	03.07	ab 10:32	11		
Halle(Saale)Hf	03.07	ab 10:32	11		



Vorlage oder Abgabe TI  
oder Hotelpartner



GET THE APP. GO TIER.



# Die „Hallesche“ Lösung – Mobilität

Die Schritte zur Umsetzung der Lösung

- Welche Partner eignen sich für die Zusammenarbeit?

Schaffen der  
Ladeinfrastruktur



StromfindetStadt

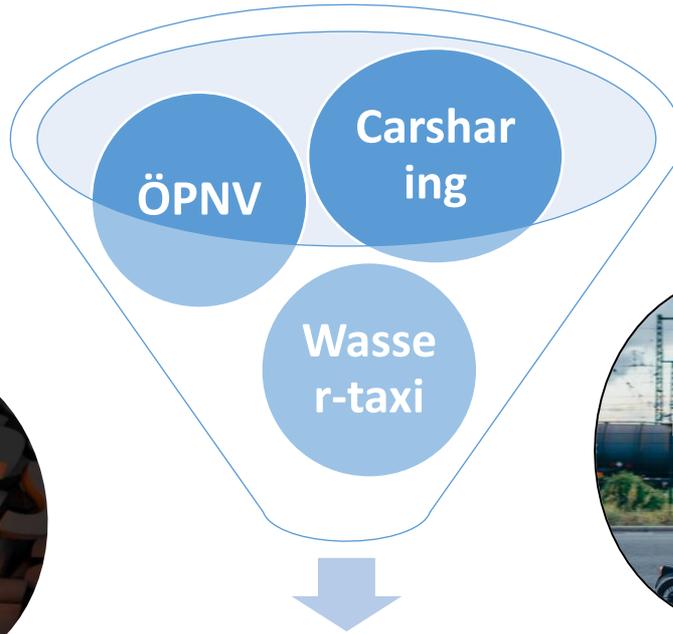
 SWH. Stadtwerke Halle

Carsharing Partner



GET THE APP. GO TIER.





# Mobilität – Vom richtigen Ankommen, Willkommen zum bewegenden Vor-Ort-Erlebnis

## Mark Lange

Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH

STADTMARKETING

**hallesaale**<sup>\*</sup>  
HÄNDELSTADT

- Welche **Aspekte** umfasst das Thema **Mobilität** im Tourismus?
- Wie nimmt sich **Halle** dieser Thematik an?
- Welche **Relevanz** besitzt das Thema aus Ihrer Sicht für den **Masterplan Tourismus 2027**?

# Digitalisierung – Wie geht Magdeburg mit den Anforderungen der Digitalisierung (Infrastruktur – Service- & Erlebniskompetenz – Reife der Betriebe) um?

**Sandra Yvonne Stieger**

Magdeburg Marketing Kongress und Tourismus GmbH





# Digitalisierung

Wie geht Magdeburg mit den Anforderungen der Digitalisierung um?

23. April 2020



# Digitaler Wandel ist der Weg in die Zukunft

- Verstärkte Nutzung digitaler Daten in Kombination mit Onlinekommunikation
- Neue Trends wie Big Data, Cloud Computing
- Wachsende Nutzung mobiler Endgeräte
  - ... aus „Mobile First“ wird „Mobile Only“ ...
- Von Reiseinspirationen über Buchungen bis zur Reisebegleitung selbst wird alles digitaler

**Digitalisierung im Tourismus ist eine Herausforderung**

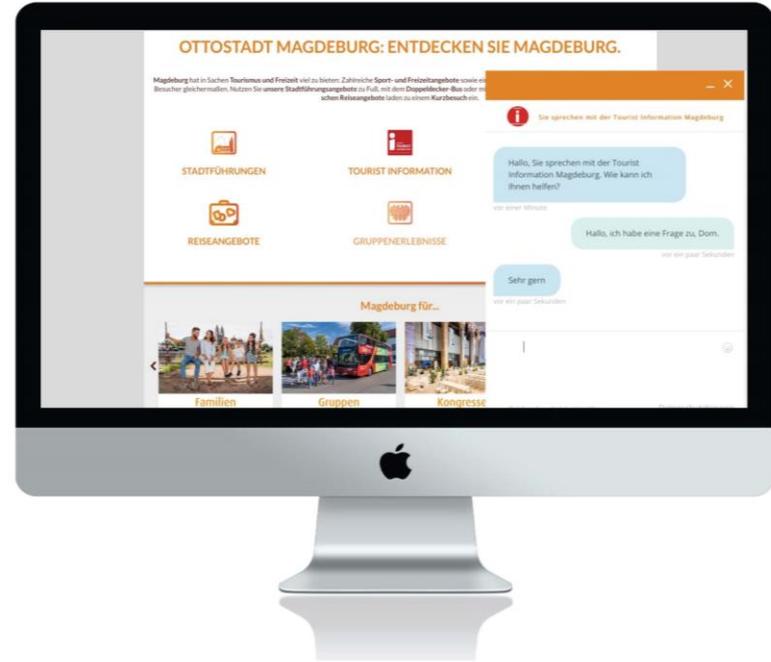
.. aber sie spart auch Ressourcen!

## Umwandlung der analogen in eine digitale Customer Journey

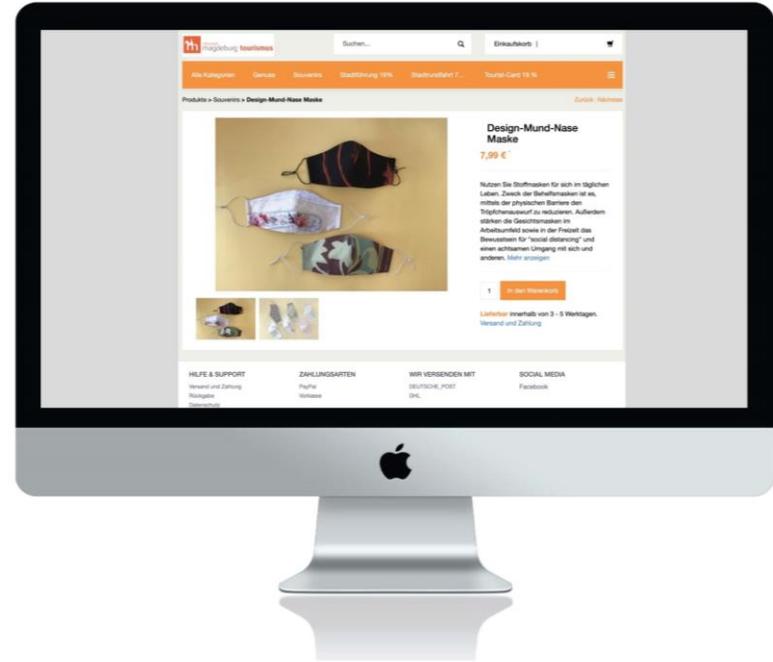
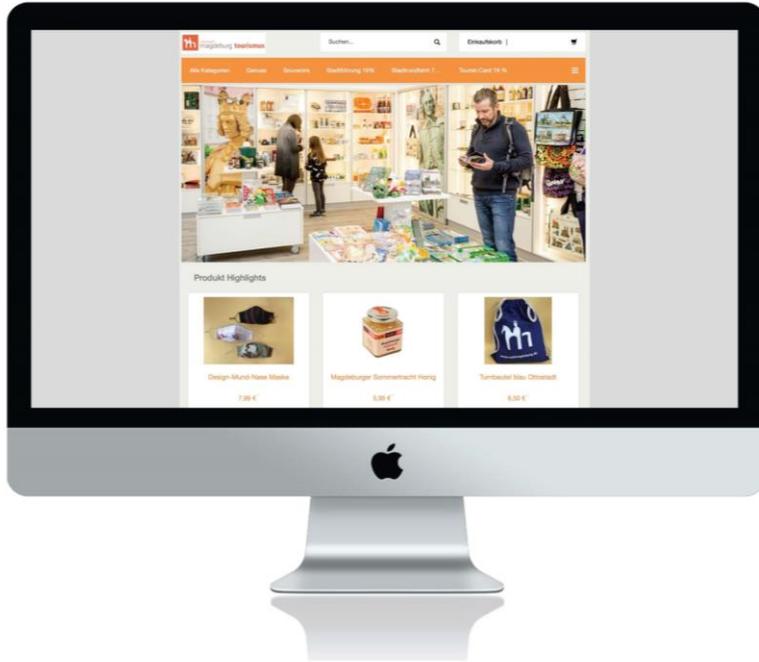
- Homepage
- Social Media
- Online Werbung
- Nutzung von Apps
- Buchbarkeit von Angeboten
- Digitale Produktentwicklung
- Etablierung von Hashtags
- Vertriebsbearbeitung (CRM)
- Open Data/Datenaustausch



# Homepage mit Chatfunktion



# Onlineshop



# Online-Kassensystem mit Warenwirtschaft und BackOffice



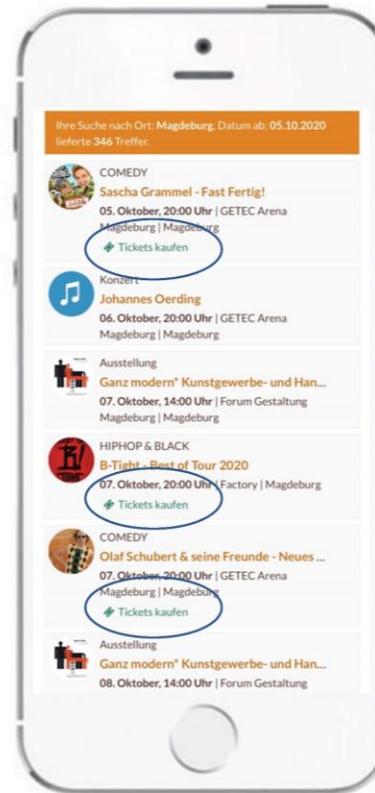
Produkt hinzufügen

19 Produkte Seite 1 von 1

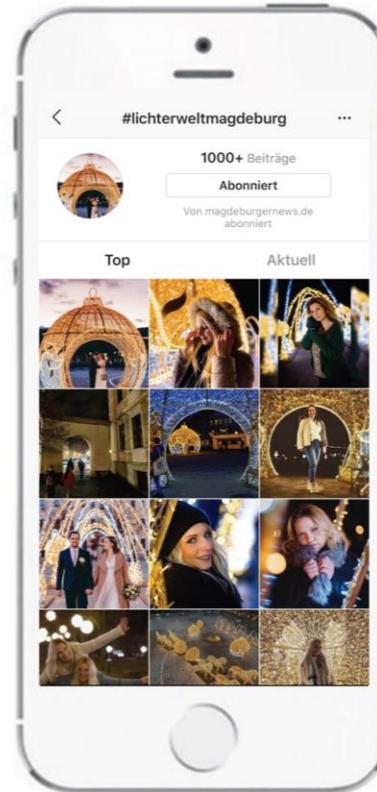
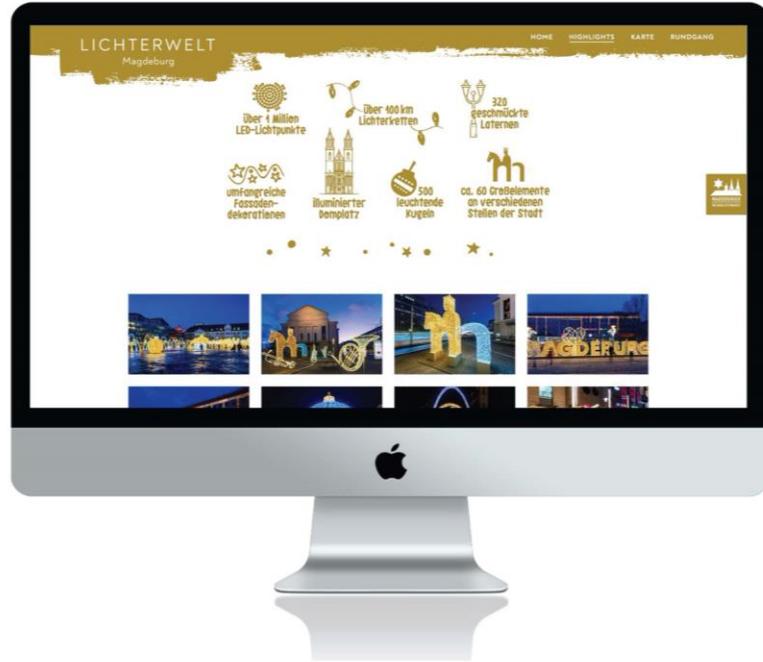
Produktname	Bestand	Preis	Kategorie	Verkaufskanal
Bird Cage	1	0,00 € - 16,80		
Coaster With Sayings	44	3,32		
Cookie Jar	96	6,68		
Espresso Cooker	8	8,39		



# Buchbarkeit der Angebote



# Etablierung von Hashtags

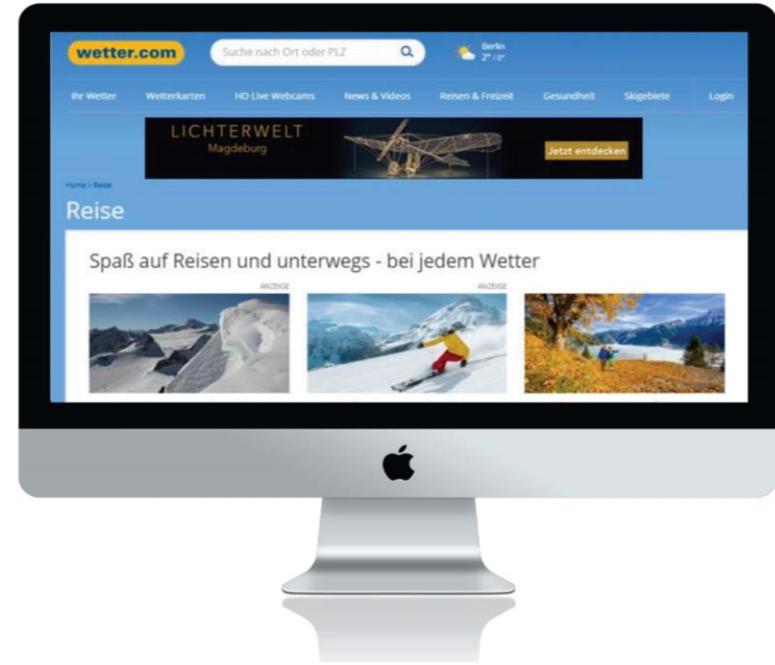


## Onlinewerbung

# volksstimme.de



# wetter.com



## Top Bundesländer



Bundesland	Klicks in %
Sachsen Anhalt	44%
Niedersachsen	19%
Hamburg	12%
Berlin	14%
Sachsen	6%
Thüringen	3%
Mecklenburg-Vorpommern	1%
Brandenburg	2%

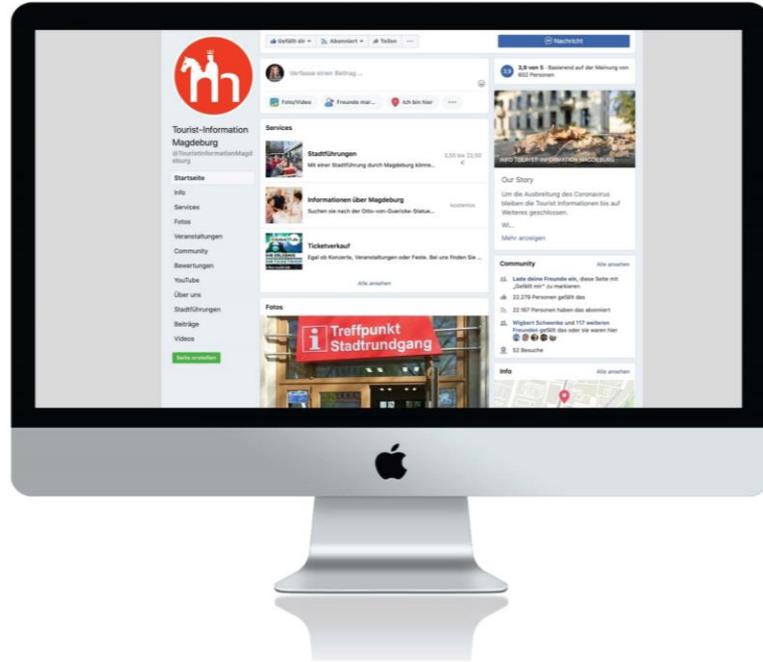


In Sachsen-Anhalt werden mit 44% eindeutig die meisten Klicks erzielt.

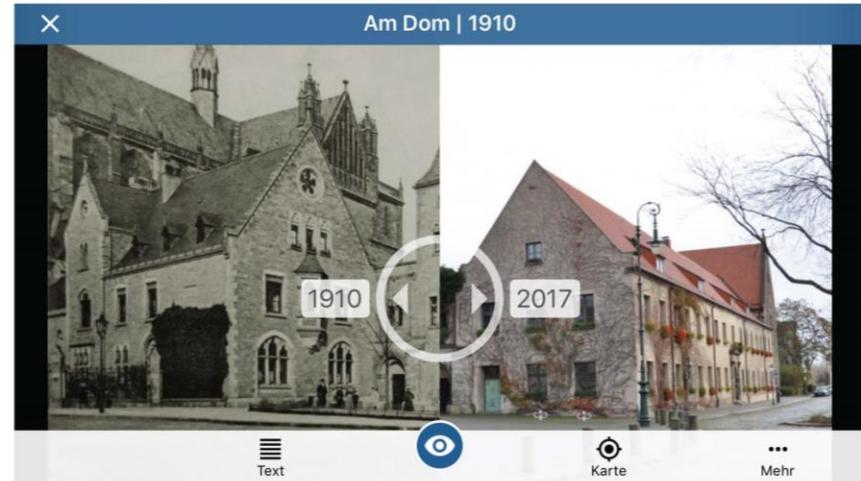
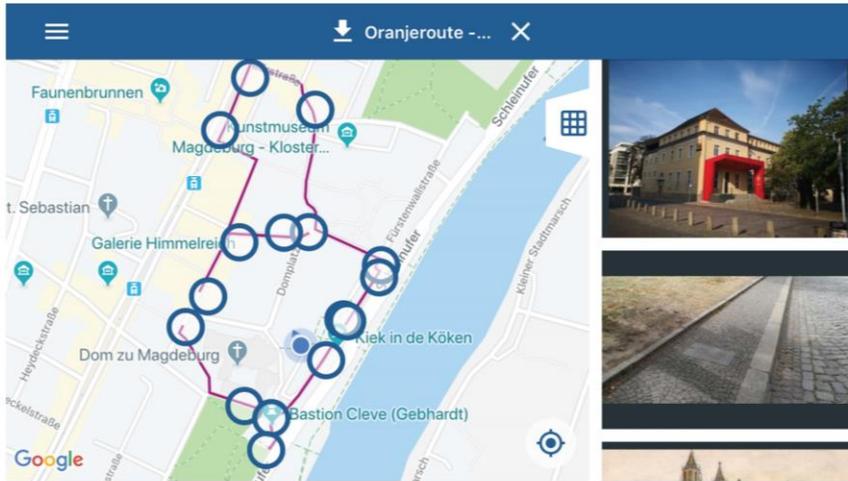
Darauf folgen Niedersachsen (19%), Hamburg (12%), Berlin (14%) und Sachsen (6%).

Die restlichen Bundesländer generieren nur einen kleinen Anteil an den gesamten Klicks.

# Social Media



# Future History App





### Weitere digitale Anwendungen

- Locationfinder (Kongressbüro)
- Gästeführersystem (Upgrade 2020)
  - Anhängendes CRM zur B2B-Kundenbetreuung
- Gespiegelter Server mit Cloud-Sicherung
- Bild- und Filmbearbeitung, cloudbasiert
- GPS-gesteuerte Gästeführung im Doppeldeckerbus
- Videokonferenzen, mit Kunden und Kollegen

**Der weitere digitale Weg ist noch lang!**



Welche Bedeutung hat das Thema Digitalisierung?

## EINE ENTSCHEIDENDE

- Ohne Digitalisierung verlieren wir den Anschluss
- Digitale Planung unabdingbar, denn Digitalisierung kostet viel Geld
- Aus- und Weiterbildung spielt entscheidende Rolle - Fachkräfte sind rar
- Marketingplanung zur Nutzung der Digitalisierung muss gut durchdacht sein
- Versuch, es selbst zu machen, ist sehr wichtig für das Verständnis
- Digitalisierung hört nie auf ... Der Weg ist das Ziel ;-)



Vielen Dank für Ihre  
Aufmerksamkeit!

# Digitalisierung – Wie geht Magdeburg mit den Anforderungen der Digitalisierung (Infrastruktur – Service- & Erlebniskompetenz – Reife der Betriebe) um?

**Sandra Yvonne Stieger**

Magdeburg Marketing Kongress und Tourismus GmbH



- Welche **Bedeutung** hat **Digitalisierung** Ihrer Meinung nach für den Tourismus?
- **Wie** nimmt sich **Magdeburg / die Magdeburg Marketing Kongress und Tourismus GmbH** diesem Thema auch zukünftig an?
- Welche **Bedeutung** hat das Thema **Digitalisierung** aus Ihrer Sicht für den **Masterplan Tourismus 2027**?



4

# Ihre Ideen und Anregungen zu Trend-Themen: Einführung in die Online-Umfrage



Bild: <https://www.nano-park-harz.de/de/interimmanagement-harz/>

# Vertiefung des TourismusWebinars #3 via Online-Befragung

Ziel dieser Befragung ist, Ihre Einschätzungen, Ideen und Anregungen zum Umgang mit relevanten Trend-Themen im Sachsen-Anhalt-Tourismus als Basis für die Weiterentwicklung des Masterplan Tourismus zu erheben.

Die Beantwortung des Fragebogens wird ca. 5 Minuten in Anspruch nehmen und die folgenden Inhalte thematisieren:

**A: Angaben zu Ihrer Organisation**

**B: Aktuelle Herausforderungen**

**C: Entwicklungstrend Nachhaltigkeit (ökologische, soziale, wirtschaftliche Aspekte)**

**D: Entwicklungstrend touristische Mobilität**

**E: Entwicklungstrend touristischer Arbeits- und Fachkräftesicherung / -bedarf**

**F: Entwicklungstrend Digitalisierung und digitale Kompetenz**

Vielen Dank vorab für Ihre Einschätzungen und Ideen!



## B: Aktuelle Herausforderungen

Die Effekte der Corona-Krise werden das Reiseverhalten in den kommenden Monaten und z.T. auch langfristig beeinflussen. Um auf etwaige Veränderungen bei der Nachfrage reagieren zu können, müssen Angebot und Angebotsinszenierung den Veränderungsbedarfen der Zukunft angepasst werden. Was sind Ihre Erwartungen?

Welche Trends & Veränderungen im Reiseverhalten erwarten Sie in Bezug auf Ihr spezielles Angebot oder das Ihrer Region zum Neustart des Tourismus mittelfristig (Fokus Neustart des Tourismus) sowie langfristig (2023 ff.)?

mittelfristig

langfristig



## Wie gut sehen Sie das Reiseland Sachsen-Anhalt in Bezug auf die nachfolgenden Aspekte im Bereich nachhaltiger Tourismus für die Zukunft aufgestellt?

Bitte antworten Sie auf einer Skala von 1= sehr schlecht bis 5= sehr gut. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Bewertung abstimmen. Bitte begründen Sie Ihre Einschätzung jeweils in kurzen Stichworten.

### Haben Sie Anregungen oder kennen Sie gute Beispiele aus Sachsen-Anhalt oder aus anderen Regionen bezüglich ökologischer, ökonomischer und sozialer Nachhaltigkeit im Tourismus?

Best Practices bzgl.

ökologischer Nachhaltigkeit im  
Tourismus:

Best Practices bzgl.

ökonomischer Nachhaltigkeit im  
Tourismus:

Best Practices bzgl. sozialer  
Nachhaltigkeit im Tourismus:



## **Wie gut sehen Sie das Reiseland Sachsen-Anhalt in Bezug auf die nachfolgenden Aspekte der touristischen Mobilität auf die Zukunft vorbereitet?**

Bitte antworten Sie auf einer Skala von 1= sehr schlecht bis 5= sehr gut. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Bewertung abstufen. Bitte begründen Sie Ihre Einschätzung jeweils in kurzen Stichworten.

## **Haben Sie Ideen oder kennen Sie gute Beispiele für Mobilitätsangebote, die sich auf Sachsen-Anhalt übertragen lassen? Was wäre Ihr Benchmark?**



## **Wie gut sehen Sie das Reiseland Sachsen-Anhalt in Bezug auf die Arbeits- und Fachkräftesicherung in den nachfolgenden Segmenten auf die Zukunft vorbereitet?**

Bitte antworten Sie auf einer Skala von 1= sehr schlecht bis 5= sehr gut. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Bewertung abstufen. Bitte begründen Sie Ihre Einschätzung jeweils in kurzen Stichworten.

**Haben Sie Ideen oder kennen Sie gute Beispiele / Initiativen / Maßnahmen zur Sicherung touristischer Arbeits- und Fachkräfte, die sich auf Sachsen-Anhalt übertragen lassen? Was wäre Ihr Benchmark?**



## Wie gut sehen Sie das Reiseland Sachsen-Anhalt in Bezug auf die digitale Kompetenz in den nachfolgenden Bereichen auf die Zukunft vorbereitet?

Bitte antworten Sie auf einer Skala von 1= sehr schlecht bis 5= sehr gut. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Bewertung abstimmen. Bitte begründen Sie Ihre Einschätzung jeweils in kurzen Stichworten.

### Haben Sie Ideen oder kennen Sie gute Beispiele für den Einsatz digitaler Werkzeuge oder die Qualifizierung der Leistungen, die sich auf Sachsen-Anhalt übertragen lassen?

in Bezug auf die digitale  
Kompetenzerweiterung der  
Freizeitbetriebe:

in Bezug auf die digitale  
Kompetenzerweiterung der  
Tourist-Information /  
Servicepunkte:

in Bezug auf die digitale  
Kompetenzerweiterung der  
HOGA-Betriebe:



Bitte nehmen Sie im Anschluss an der Online-Befragung teil!



[https://de.research.net/r/ST\\_TourismusWebi3](https://de.research.net/r/ST_TourismusWebi3)



[https://de.research.net/r/ST\\_TourismusWebi3](https://de.research.net/r/ST_TourismusWebi3)



6

Ausblick auf Webinar #4 und den weiteren Prozess  
zum Masterplan Tourismus 2027

# #TourismusWebinare im April und #ZukunftsWerkstätten im Juli zur intensiven Einbindung der Tourismuswirtschaft.

## ■ **Tourismus-Werkstätten:**

- #1: Zahlen, Daten, Fakten } 16. April
- #2: Positionierung } 16. April
- #3: Querschnittsthemen } 23. April
- #4: Organisation } 23. April

## 4 Webinare an 2 Terminen

## ■ **Zukunfts-Werkstätten:**

4 Veranstaltungen zu den Handlungsfeldern  
Termine im Juli 2020

# interaktive Formate & live-Votings

# innovative, digitale Sequenzen

# interne / externe Fachexpertise

# dynamische Workshops

## 4 Halbtags-Veranstaltungen an 2 Terminen

(01. Juli 2020 & 8. Juli 2020)



Bilder: InnovationsWerkstatt Schleswig-Holstein am 29.04.2019

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

PROJECT<sup>M</sup>



[www.projectm.de](http://www.projectm.de)



[www.destinationquality.de](http://www.destinationquality.de)



[www.gesundheit-tourismus-blog.com](http://www.gesundheit-tourismus-blog.com)



PROJECTM.Tourisminnovation



[www.xing.com/companies/projectmgmbh](http://www.xing.com/companies/projectmgmbh)



**Peter C. Kowalsky**  
Tel. 040.419 23 96 16  
[peter.kowalsky@projectm.de](mailto:peter.kowalsky@projectm.de)



**Nadja Schweiggart**  
Tel. 040.419 23 96 21  
[nadja.schweiggart@projectm.de](mailto:nadja.schweiggart@projectm.de)



**Maik Zießnitz**  
Tel. 040.419 23 96 20  
[maik.ziessnitz@projectm.de](mailto:maik.ziessnitz@projectm.de)

**PROJECT M GmbH**  
Gurlittstraße 29  
20099 Hamburg





# Evaluierung & Weiterentwicklung Masterplan Tourismus 2027 Sachsen-Anhalt

## TourismusWebinar #3 Trends & Challenges

Webinar | 23. April 2020



SACHSEN-ANHALT

Ministerium für Wirtschaft,  
Wissenschaft und Digitalisierung

**#moderndenken**



Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt

[https://de.research.net/r/ST\\_TourismusWebi3](https://de.research.net/r/ST_TourismusWebi3)

[https://www.instagram.com/reiseland\\_sachsen\\_anhalt/](https://www.instagram.com/reiseland_sachsen_anhalt/)

# PROJECT<sup>M</sup>

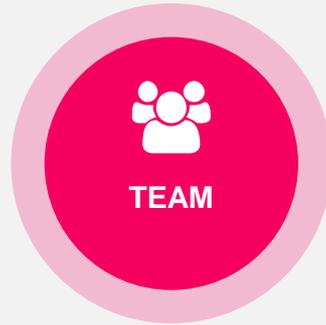
**GRÜNDUNGSJAHR:** 1998 · **GESCHÄFTSFÜHRUNG:** Dipl.-Kaufm. Cornelius Obier

**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 praxisorientierten 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.

