

Handbuch des Tourismus in Sachsen-Anhalt



Ministerium für Wirtschaft und Technologie
des Landes Sachsen-Anhalt

Tourismus-Studien

Sachsen-Anhalt

1

Handbuch des Tourismus in Sachsen-Anhalt

Magdeburg-Wernigerode 2000

Inhalt

Seite

| | |
|--|-----|
| Vorwort | 5 |
| 1. Einführung | 6 |
| 2. Tourismus als Wirtschaftsfaktor | 7 |
| 2.1 Wirtschaftliche Bedeutung in Europa | 7 |
| 2.2 Deutschland in der Tourismusstatistik | 8 |
| 2.3 Sachsen-Anhalt im Spiegel der Tourismusanalysen | 13 |
| 3. Tourismusstrukturen | 23 |
| 3.1 Internationale Organisationen | 23 |
| 3.2 Bundesweite Gliederungen | 25 |
| 3.3 Strukturen in Sachsen-Anhalt | 28 |
| 4. Rahmenbedingungen in Sachsen-Anhalt | 32 |
| 4.1 Landesplanung | 32 |
| 4.2 Regionalisierung der Strukturpolitik | 37 |
| 4.3 Förderprogramme des Tourismus in Sachsen-Anhalt | 42 |
| 5. Geschäftsfelder des Tourismus in Sachsen-Anhalt | 45 |
| 5.1 Kultur | 46 |
| 5.1.1 Kulturtourismus | 48 |
| 5.1.2 Städtetourismus | 51 |
| 5.1.3 Industrietourismus | 55 |
| 5.2 Natur | 57 |
| 5.2.1 Naturtourismus | 57 |
| 5.2.2 Landtourismus | 62 |
| 5.2.3 Wander- und Radwandertourismus | 66 |
| 5.2.4 Wassertourismus | 71 |
| 5.3 Gesundheit (Kur- und Bädertourismus) | 71 |
| 6. Touristische Schwerpunktregionen in Sachsen-Anhalt | 78 |
| 6.1 Altmark | 78 |
| 6.2 Dessau-Wörlitzer Gartenreich | 81 |
| 6.3 Harz | 83 |
| 6.4 Weinregion Saale-Unstrut | 86 |
| 7. Landesweite Schwerpunktthemen in Sachsen-Anhalt | 88 |
| 7.1 Jahresthemenplanung | 88 |
| 7.2 Straße der Romanik in Sachsen-Anhalt | 89 |
| 7.3 Auf den Spuren Ottos des Großen in Sachsen-Anhalt | 93 |
| 7.4 Sachsen-Anhalt – Luther’s Land | 94 |
| 7.5 Musikland Sachsen-Anhalt | 96 |
| 7.6 Blaues Band in Sachsen-Anhalt | 98 |
| 8. Informationsteil | 104 |
| 8.1 Quellenverzeichnis | 104 |
| 8.2 Touristische Grundlagenuntersuchungen in Sachsen-Anhalt | 110 |
| 8.3 Adressenverzeichnis | 117 |
| 8.4 Ortsverzeichnis | 120 |
| 8.5 Stichwortverzeichnis | 123 |

Vorwort

Tourismus ist einer der Wachstumsmärkte. Für viele Regionen stellt der Tourismus eine wichtige wirtschaftliche Ergänzung zur Industriegesellschaft dar. Die Dienstleistungen rund um das Reisen, Übernachten, Essen, Erholen und Vergnügen oder Tagen sind in Sachsen-Anhalt ein bedeutender Wirtschafts- und Arbeitsmarktfaktor. Es muss daher das Ziel des Landes sein, gemeinsam mit den Regionen den Tourismus als bedeutsame Chance im Strukturwandel zu nutzen und die regionalen sowie die regionenübergreifenden Entwicklungspotenziale weiter zu stärken. Zehn Jahre nach der politischen Wende liegt der Öffentlichkeit ein Handbuch vor, das die Entwicklung und Situation des Tourismus in Sachsen-Anhalt anschaulich beschreibt. Es ist dazu geeignet, sich mit den Eigenheiten des Tourismus, seinen derzeitigen und künftigen Möglichkeiten auseinanderzusetzen.

In den vergangenen Jahren haben sich die Anforderungen an den Tourismus verändert. Die Nachfrage nach Angeboten, die dem Gast Raum für seine individuellen Wünsche lassen, wird immer größer. Gleichzeitig sind die Anforderungen an ein gutes Verhältnis von Preis und Leistung gestiegen. Qualität ist auf allen Ebenen der Dienstleistungskette des Reisens erforderlich, um sich im harten, weltweiten Wettbewerb zu behaupten. Ich bin mir sicher, dass Sachsen-Anhalt in jeder Hinsicht konkurrenzfähig ist. Unser Land hat so viele faszinierende und abwechslungsreiche Landschaften, Gewässer und Wälder ebenso wie aufregende Orte und attraktive Städte mit sehenswerter Architektur, viel Kultur und interessanter Geschichte zu bieten. Bei dem vorliegenden Handbuch, das den Charakter eines Nachschlagewerkes besitzt, handelt es sich in erster Linie um eine Zusammenstellung von wesentlichen und marktfähigen Schwerpunkten des Landestourismus, die durch regionale und kommunale Themen zu ergänzen sind.

Wohin geht also die Reise? - Nach Sachsen-Anhalt!



Matthias Gabriel
Minister für Wirtschaft und Technologie
des Landes Sachsen-Anhalt

1. Einführung

Die Zukunftsbranche Tourismus ist im Land Sachsen-Anhalt ein wichtiger Wirtschaftsfaktor. Investitionen zahlen sich mehrfach aus: Sie stärken den Dienstleistungssektor, sie schaffen Arbeitsplätze und sie verbessern das Image des Landes, denn der Tourismus kann als positiver Werbeträger gelten. Bei der Erarbeitung des vorliegenden Handbuchs des Tourismus im Land Sachsen-Anhalt haben es sich die Autoren zum Ziel gesetzt, einen Überblick über die Entwicklung in Sachsen-Anhalt in den neunziger Jahren zu geben und den Stand der Tourismusarbeit am Ende des Jahres 1999 in Grundzügen zusammenzufassen. Die Leserinnen und Leser erwartet ein tourismuspolitisches Nachschlagewerk mit

- Rahmenbedingungen für Tourismuspolitik und -marketing,
- Daten und Informationen über das Reiseland Sachsen-Anhalt,
- ausgewählten Darstellungen besonderer Vermarktungsvorteile und
- zahlreichen Quellen und Adressen.

Touristiker im Lande (und solche, die es werden wollen) sowie Politiker, die sich nicht hauptamtlich mit der Tourismuspolitik beschäftigen, sollen in diesem Handbuch schnell und unkompliziert wichtige Fakten erfahren können. Der Inhalt erschöpft sich nicht in einer typischen Ist-Aufnahme, sondern zeigt Entwicklungen auf, unterstützt dies durch Zahlenreihen (sofern seriöses Datenmaterial zur Verfügung stand) und gibt Informationen zu den wichtigsten tourismusbezogenen Themen des Landes. Betrachtet werden in erster Linie die Urlaubsreisen. Geschäftsreisen stellen zwar für die sachsen-anhaltischen Städte einen sehr wichtigen Markt dar und sind in die Zahlen der amtlichen Statistiken integriert, gehorchen aber bei Vermarktung und Vertrieb anderen Gesetzmäßigkeiten als der Urlaubsreiseverkehr, so dass sie hier nicht näher analysiert werden.

Nach dieser Einführung werden folgende Themen kapitelweise aufbereitet:

2. Tourismus als Wirtschaftsfaktor
3. Tourismusstrukturen
4. Rahmenbedingungen
5. Geschäftsfelder (aus den Bereichen Kultur, Natur und Gesundheit)
6. Touristische Schwerpunktregionen
7. Schwerpunktthemen
8. Informationsteil mit Verzeichnissen (Quellen, Adressen, Stichworte).

Obwohl in Kapitel 2 zur Verdeutlichung der Wirtschaftskraft des Tourismus auch europa- und deutschlandweite Zahlen herangezogen werden, liegt der Schwerpunkt der Darstellungen auf dem Land Sachsen-Anhalt. Nutzer des Handbuchs, die

sich gerne tiefergehend informieren wollen, sollten das ausführliche Quellenverzeichnis zu weiteren Recherchen nutzen.

Zwischen den Kapiteln 5 bis 7 existieren Schnittstellen. Geschäftsfelder werden in den einzelnen Tourismusregionen mehr oder weniger intensiv verfolgt; und bestimmte Themen betreffen die Regionen oder Geschäftsfelder unterschiedlich stark. Daher wird zur schnellen Orientierung für den Leser mit Verweisen gearbeitet, was dem Werk lexikalischen Charakter verleiht. Diese Schnittstellen zeigen aber auch überdeutlich, dass überall im Land Kooperationen, ja sogar Netzwerke gebildet werden müssen, um die natürlichen und finanziellen Ressourcen optimal einzusetzen. Für die Durchsetzung im internationalen Wettbewerb der Destinationen wird es darüber hinaus darauf ankommen, den Marktauftritt besser zu bündeln und mit einem einheitlichen Auftritt (Corporate Design) zu versehen. Das gilt einerseits für das Landesmarketing und andererseits für die touristischen Schwerpunkte (das Harzmarketing zeigt z.B. wie es funktionieren kann). Effizienz ist nur zu erreichen, wenn eine klare Aufgabentrennung der Verantwortlichkeiten erfolgt und die Kommunikation der Entscheidungsträger im Tourismus intakt ist. In diesem Sinne ist das Wirtschaftsministerium künftig zuständig für die Richtlinienkompetenz, der Tourismusverband für die Lobbyarbeit, die Landesmarketinggesellschaft und der Harzer Verkehrsverband für das Außenmarketing sowie die fünf Regionalverbände für das Innenmarketing.

Ausführliche Recherchen haben gezeigt, dass die Datenlage im Land trotz einer deutlich spürbaren Verbesserung an vielen Stellen noch Wünsche offen lässt. Die Gewichtung einzelner Themen dieses Handbuchs entspricht daher nicht immer vollständig deren touristischer Bedeutung, sondern ist auch ein Abbild der Informationsvielfalt bzw. des Informationsmangels. Daher soll dieses Handbuch eine Initialzündung dafür sein, dass die Informationsbasis weiter verbessert wird. Gute Ansätze hat es gerade in den letzten Jahren dafür schon gegeben, und es wurden zahlreiche Statistiken verarbeitet, die die touristische Entwicklung im Land illustrieren. Dennoch gibt es möglicherweise noch bisher nicht veröffentlichtes und bei den Untersuchungen nicht zu Tage gefördertes Material, das aber ebenfalls zu Erkenntnissen für die Leserinnen und Leser führen würde. Daher bittet das Ministerium für Wirtschaft und Technologie darum, bisher nicht verarbeitete Informationen und statistisches Datenmaterial zur Verfügung zu stellen und damit die Entwicklung und die Bedeutung des Tourismus in Sachsen-Anhalt zu unterstützen bzw. herauszustellen.

Magdeburg und Wernigerode, Dezember 1999

2. Tourismus als Wirtschaftsfaktor

2.1 Wirtschaftliche Bedeutung in Europa

Der Tourismus hat in den vergangenen Jahren maßgeblich zur gesteigerten Bedeutung der Dienstleistungswirtschaft beigetragen, die heute in der Europäischen Union (EU) zweimal so viele Arbeitsplätze schafft und einen doppelt so großen Anteil zum Bruttoinlandsprodukt (BIP) leistet, wie die Landwirtschaft und das verarbeitende Gewerbe zusammen. Aus der Tatsache, dass der Tourismus keine eindeutig definierte Branche ist, sondern sich aus einer Vielzahl von Leistungen unterschiedlicher Bereiche der Volkswirtschaft zusammensetzt, ergibt sich die Schwierigkeit einer eindeutigen Quantifizierung seiner gesamtwirtschaftlichen Bedeutung. Wie jedoch aus dem Bericht der High Level Group für Tourismus und Beschäftigung (HLG) hervorgeht¹, beträgt der

Tourismusanteil in der EU am BIP 5,5 %², an der Gesamtbeschäftigung 6 % und am Dienstleistungs-Außenhandel mehr als 30 %.

Gegenwärtig werden in der europäischen Tourismusbranche neun Millionen Menschen beschäftigt. Eine geeignete Entwicklungspolitik könnte dazu beitragen, weitere 2,2 bis 3,3 Millionen Arbeitsplätze in den nächsten zehn Jahren zu schaffen. Die Europäische Kommission bestätigte in einer Mitteilung³ zur Verbesserung des Beschäftigungspotenzials der Tourismuswirtschaft, dass eine intensivere Koordinierung der Initiativen und eine bessere Nutzung von Synergien auf allen Ebenen erforderlich sind, damit das enorme Potenzial des Tourismus bei der Schaffung von Arbeitsplätzen in Europa nutzbar gemacht werden kann.

Abb. 2-1: Tourismusanteil in der EU 1998

| | |
|----------------------------|--------|
| Bruttoinlandsprodukt (BIP) | 5,5 % |
| Gesamtbeschäftigung | 6 % |
| Dienstleistungsaußenhandel | > 30 % |
| Beschäftigte | 9 Mio. |

Quelle: Bulletin Quotidien Europe, 1999a

¹ Bulletin Quotidien Europe, 1999a

² Würde man die neue Berechnungsmethode des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung auf europäischer Ebene anwenden, käme man auf einen höheren Anteil des Tourismus (siehe auch Abb. 2-2).

³ Europäische Kommission, 06/1999

2.2 Deutschland in der Tourismusstatistik

In Deutschland betrug 1995 der Anteil des Tourismus am BIP 7,95 %.⁴ Das ermittelte das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung (DIW), das im Auftrag des Bundesministers für Wirtschaft und Technologie ein integriertes Tourismus-Tableau zur Messung der gesamtwirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus in Deutschland entwickelte.⁵ Es schließt u.a. die Geschäftsreisen und den Tagestourismus mit ein, während die Investitionen in touristische Anlagen unberücksichtigt bleiben. Deren Berücksichtigung würde zu einem weiteren Anstieg der gesamtwirtschaftlichen Bedeutung beitragen (8,6 % am BIP). Der World Travel & Tourism Council (WTTC) weist für Deutschland

einschließlich Anlageinvestitionen für 1995 sogar einen Anteil am BIP von 11,7 % aus.

Eine weitere wichtige Kennzahl in der Tourismuswirtschaft ist die Beschäftigung. Im Jahr 1998 lag die Gesamtzahl der Beschäftigten laut DIW in den unmittelbaren und in den dem Tourismus vorgelagerten Bereichen inkl. Teil- und Saisonarbeitskräfte bei rund 2,6 Mio. Beschäftigten, was rund 7,6 % der Gesamtbeschäftigung entspricht.

Die Wertschöpfung durch den Tourismus, also die Einkommenswirksamkeit von Tourismusumsätzen, wird durch die Wertschöpfungsquote angegeben. Diese sagt aus, wieviel Prozent des Nettoumsatzes (ohne Mehrwertsteuer) unmittelbar zu Löhnen, Gehältern und Gewinnen (also Einkommen) werden.⁶

Abb. 2-2: Touristische Ausgaben in Deutschland 1995

| | Induziertes Bruttoinlandsprodukt | |
|---|----------------------------------|-------------------|
| | in Mrd. DM | in % des ges. BIP |
| Geschäftsreisen (Unternehmensbereich, einschl. Tagesgeschäftsreisen) | 47,9 | 1,4 |
| Tagestourismus | 105,7 | 3,1 |
| Pauschalreisen | 11,3 | 0,3 |
| Individualreisen | 33,2 | 1,0 |
| Sonstige Reisen | 16,8 | 0,5 |
| Kuren | 14,7 | 0,4 |
| Dienstreisen (im öffentlichen Bereich) | 8,4 | 0,2 |
| Sonstige Ausgaben der Gebietskörperschaften (Informationsinfrastruktur) ¹⁾ | 8,8 | 0,25 |
| Export (Incoming Tourism) | 26,9 | 0,8 |
| Ausgaben insges. ohne Anlageinvestitionen | 273,7 | 7,95 |
| Anlageinvestitionen für den touristischen Bedarf ¹⁾ | 23,1 | 0,7 |
| Ausgaben einschließlich Anlageinvestitionen | 296,8 | 8,6 |

¹⁾ vorläufige Schätzung

Quelle: In Anlehnung an Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung, Wochenbericht 9/1999

⁴ Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung, 1999, 179

⁵ IOTEA (Input-Output-based Tourism Economic Account). Bei dieser Methode handelt es sich um ein der Input-Output-Rechnung analoges Buchungssystem der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung (VGR), das weitestgehend mit verfügbaren Daten (Daten der VGR, tourismusbezogene Statistiken des Statistischen Bundesamtes, Daten der Deutschen Bundesbank, Verbandsinformationen, Einkommens- und Verbrauchsstichprobe (EVS), Studien des Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr (DWIF) und im DIW erarbeitete Datenbestände) abgesichert wurde.

Abb. 2-3: Beschäftigungs- und Umsatzvergleich des Tourismus mit anderen Branchen in Deutschland 1998

| | Beschäftigte | Umsatz in Mrd. DM |
|-------------------------------------|--------------|-------------------|
| Tourismuswirtschaft | 2.600.000 | 270 |
| Bauhauptgewerbe | 1.155.900 | 201 |
| Land- und Forstwirtschaft | 972.000* | 88,9 |
| Maschinenbauindustrie | 935.000 | 264 |
| Elektroindustrie | 861.000 | 255 |
| Automobilindustrie | 710.000 | 312 |
| Nahrungs- und Genussmittelindustrie | 544.000 | 228 |
| Chemische Industrie | 484.600 | 187 |

Quelle: DTV, Der Tourismus in Deutschland, Zahlen - Daten - Fakten, 1999, 2

Abb. 2-4: Wertschöpfungsquoten in Deutschland 1993

| | |
|---|------|
| Private Beherbergungseinrichtungen | 50 % |
| Gewerbliche Beherbergungsbetriebe | 42 % |
| Camping/Jugendherbergen | 35 % |
| Tagestourismus | 30 % |
| Verpflegungseinrichtungen | 37 % |
| Sport, Freizeit, lokaler Transport u. sonstige Dienstleistungen | 45 % |
| Einzelhandel | 18 % |

Quelle: DWIF 1993, 24

Reisevolumen auf dem deutschen Markt

Die Deutschen unternahmen 1998 insgesamt 181 Mio. Reisen mit mindestens einer Übernachtung, was ein Gesamtvolumen von 1,3 Mrd. Nächten bedeutet.

Davon hatten

- 60% (108,6 Mio.) der Reisen inländische Orte zum Ziel und
- 40% (72,4 Mio.) führten ins Ausland.⁷ Betrachtet man nur die längeren Urlaubsreisen (Reisen mit mehr als vier Übernachtungen) innerhalb des Reisevolumens (ohne Geschäftsreisen), so wurden 1999 insgesamt 62,6 Mio. Urlaubsreisen unternommen. Diese Zahl setzte sich aus 48,0 Mio. Bundesbürgern⁸ zusammen, die durchschnittlich 1,3 mal verreisten. Davon hatten

- 29,0 % (18,2 Mio.) der Reisen inländische Orte zum Ziel und
- 71,0 % (44,5 Mio.) führten ins Ausland.⁷

Abb. 2-5: Urlaubsreisevolumen der Deutschen 1999

| | |
|---|------------|
| Längere Urlaubsreisen (5 und mehr Tage) | 62,6 Mio. |
| Kürzere Urlaubsreisen 2-4 Tage | 54,0 Mio. |
| Gesamt | 116,6 Mio. |

Quelle: Reiseanalyse, 2000

Deutschland ist mit 18,2 Mio. Urlaubsreisen vor Spanien (9,2 Mio.), Italien (6,0 Mio.) und Österreich (4,6 Mio.) auch 1999 immer noch das beliebteste Reiseziel der Deutschen. Allerdings hat der Marktanteil mit 29,0 % einen neuen Tiefstand erreicht.⁹ Als Grund für diese Entwicklung sind bei einer Vielzahl von Gründen u.a. die preiswerten Angebote ausländischer Sonnenziele anzusehen, mit denen Deutschland nur schwer konkurrieren kann.

Die touristische Bilanz in Deutschland war 1997 stark von den Folgen der Gesundheitsreform geprägt. Sie fiel mit einem Defizit von rund 4 % bei den Übernachtungszahlen noch relativ gut aus. Im Jahr 1998 ist zwar das Übernachtungsaufkommen in den Kurorten wieder angestiegen, hat allerdings noch nicht das Niveau von 1996

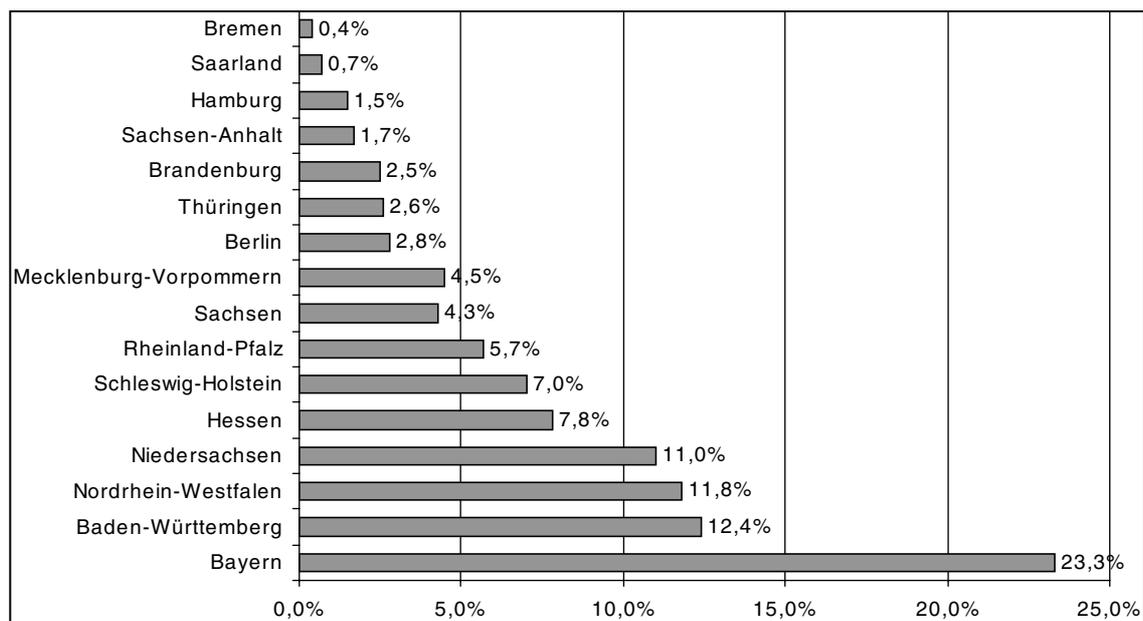
⁶ DWIF, 1993c, 123f. Nur bezogen auf die alten Bundesländer. Aktuellere Daten für Gesamtdeutschland sollen in 2000 vorliegen.

⁷ BTW, 2000, 88

⁸ Deutschsprachige Wohnbevölkerung in Privathaushalten ab 14 Jahren (63,8 Mio. Personen)

⁹ Reiseanalyse, 2000

Abb. 2-6: Verteilung der Übernachtungen auf die Bundesländer 1998



Quelle: DTV Jahresbericht, 1999, 59

Abb. 2-7: Gästebetten je 1000 Einwohner in den Bundesländern 1998

| Bundesland | Angebotene Betten je 1000 Einwohner |
|------------------------|-------------------------------------|
| Mecklenburg-Vorpommern | 70,5 |
| Schleswig-Holstein | 64,2 |
| Bayern | 45,7 |
| Rheinland-Pfalz | 37,9 |
| Niedersachsen | 33,5 |
| Hessen | 29,5 |
| Thüringen | 28,4 |
| Baden-Württemberg | 28,0 |
| Brandenburg | 27,7 |
| Sachsen | 24,9 |
| <i>Sachsen-Anhalt</i> | 19,2 |
| Hamburg | 15,9 |
| Berlin | 15,2 |
| Nordrhein-Westfalen | 14,3 |
| Saarland | 13,1 |
| Bremen | 12,5 |
| Bundesgebiet gesamt | 29,3 |
| Darunter: | 29,3 |
| Alte Bundesländer | |
| Neue Bundesländer | 29,2 |

Quelle: Statistisches Bundesamt, 1999

Abb. 2-8: Tourismusintensität in den Bundesländern 1998

| Bundesland | Bevölkerung am 30.6.1998 (in Tausend) | Übernachtungen Jan.-Dez.1998 (in Mio.) | Übernachtungen je 1000 Einwohner |
|------------------------|---------------------------------------|--|----------------------------------|
| Schleswig-Holstein | 2760,5 | 20,5 | 7420 |
| Mecklenburg-Vorpommern | 1803,4 | 13,3 | 7364 |
| Bayern | 12066,6 | 68,6 | 5682 |
| Rheinland-Pfalz | 4018,2 | 16,9 | 4214 |
| Niedersachsen | 7851,9 | 32,3 | 4114 |
| Hessen | 6032,2 | 22,9 | 3792 |
| Baden-Württemberg | 10408,4 | 36,4 | 3494 |
| Thüringen | 2470,5 | 7,7 | 3135 |
| Brandenburg | 2581,0 | 7,3 | 2845 |
| Sachsen | 4507,3 | 12,8 | 2840 |
| Hamburg | 1700,8 | 4,5 | 2652 |
| Berlin | 3417,2 | 8,3 | 2419 |
| Nordrhein-Westfalen | 17968,3 | 34,7 | 1934 |
| Saarland | 1077,0 | 2,1 | 1911 |
| <i>Sachsen-Anhalt</i> | 2690,2 | 5,1 | 1902 |
| Bremen | 670,7 | 1,1 | 1718 |
| Bundesgebiet gesamt | 82024,2 | 294,5 | 3591 |
| Darunter: | 66689,3 | 245,8 | 3685 |
| Alte Bundesländer | | | |
| Neue Bundesländer | 15334,9 | 48,7 | 3180 |

Quelle: Statistisches Bundesamt, 1999

erreicht.¹⁰ Auch der Trend zu immer kürzeren Aufenthalten führte dazu, dass sich der Anstieg von 2,3 Mio. Ankünften 1997 nicht positiv auf die Bilanz auswirken konnte, da die Übernachtungen im gleichen Zeitraum um 13 Mio. zurückgingen.

Positiv verlief das Jahr 1997 insbesondere für die Stadtstaaten Berlin, Hamburg und Bremen, die deutliche Zuwachsraten aufweisen konnten. Generell stieg die Nachfrage in denjenigen Großstädten stark an, die mit kulturellen Ereignissen oder sportlichen Großveranstaltungen in- und ausländische Touristen anziehen konnten. Außerdem machte sich bei den Städten ein Anstieg der Geschäftsreisenden bemerkbar. Betrachtet man für 1998 die Gesamtzahl der Ankünfte, bestehend aus den Urlaubs- und Geschäftsreisen der Deutschen sowie der nach Deutschland reisenden Ausländer, so ist ein Anstieg der Gästezahlen um 4,1 % (96,4 Mio.) und der Übernachtungszahlen um 2,6 % (294,5 Mio.) zu konstatieren.¹¹

Der Anstieg der Ausländerübernachtungen bestätigt Deutschlands gute Position als Reiseziel im internationalen Wettbewerb. Im weltweiten Vergleich steht Deutschland

- auf Platz 1 bei Messereisen,
- auf Platz 4 als internationales Reiseziel,
- auf Platz 4 bei Reisen zu internationalen Meetings und
- auf Platz 6 bei den Reisedeviseneinnahmen.¹²

Im Durchschnitt betrug die Aufenthaltsdauer 1998 bei Deutschlandreisen 6,9 Nächte. Davon waren 52 % der Übernachtungsreisen aus Europa nach Deutschland längere Aufenthalte mit einer Dauer von vier und mehr Übernachtungen.¹³

Entwicklungstendenzen

Das DIW schätzt die Zuwachsraten der Tourismuswirtschaft in den nächsten Jahren eher verhalten ein und geht davon aus, dass sich das touristische Wachstum allenfalls im Gleichschritt mit

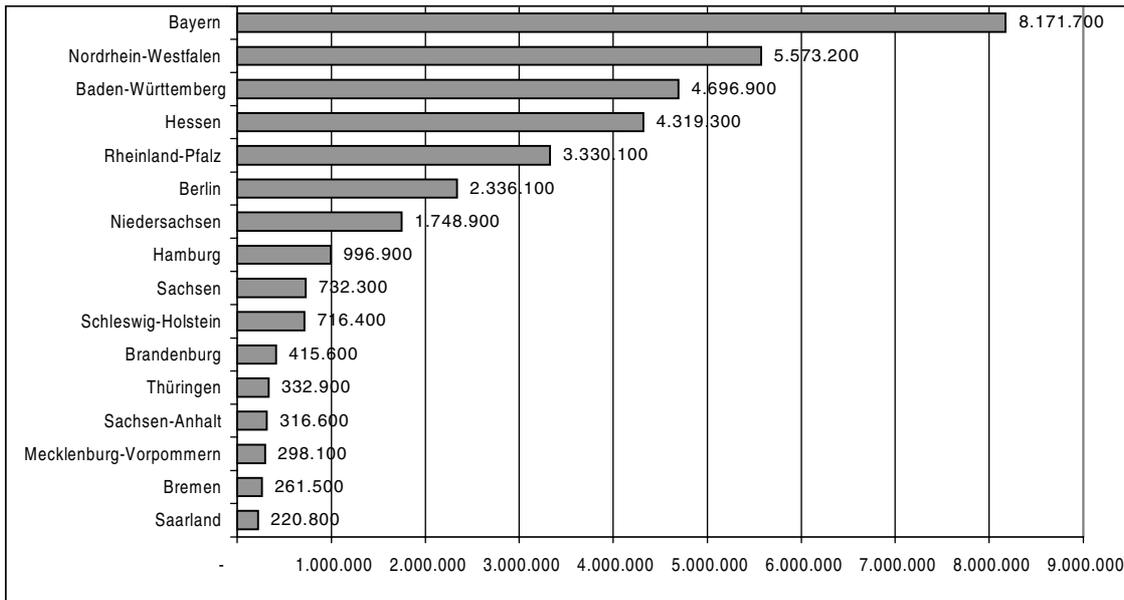
¹⁰ DTV, 1999b, 59f.

¹¹ Statistisches Bundesamt, 1998

¹² Deutsche Zentrale für Tourismus, 1998

¹³ Deutsche Zentrale für Tourismus, 1998

Abb. 2-9: Ausländerübernachtungen in Deutschland 1998



Quelle: Deutsche Zentrale für Tourismus, Tourismus in Sachsen-Anhalt, 10/1999

der übrigen Wirtschaft entwickeln wird.¹⁴ Für die Urlaubsreisen ermittelte die Reiseanalyse 1999 allerdings, dass die Deutschen in ihren Reiseabsichten noch positiver eingestellt sind, als in den beiden vergangenen Jahren.¹⁵ Die Analyse über die Reiseerfahrungen in den letzten drei Jahren und das Interesse für die kommenden drei Jahre zeigt weiteres Wachstumspotenzial für die Tourismusbranche auf. Allerdings ist für deutsche Destinationen nur davon auszugehen, dass ein Wachstum über kürzere Zweit- und Drittreisen erfolgen wird.

Auf der Nachfrageseite kennzeichnen derzeit zwei grundsätzliche Strömungen die deutschen Märkte besonders stark: Einerseits der sogenannte hybride Verbraucher, der in seinem Konsumverhalten immer unberechenbarer wird und oftmals mit den üblichen Instrumenten der Marktsegmentierung nicht mehr erfasst werden kann, und andererseits eine Polarisierung der Märkte. Diese hat zur Folge, dass es auf der einen Seite einen Trend zu qualitativ hochwertigen Angeboten mit einer deutlichen Tendenz zum Qualitätswettbewerb gibt und dass auf der anderen Seite die Nachfrage nach preiswerten Produkten mit einer Beschränkung auf den Leistungskern überproportional steigt. Dabei liegen die Chan-

cen für den Tourismus in Deutschland wohl eher in der Steigerung der Angebotsqualität. Sehr gute Möglichkeiten besitzen nach wie vor Städte mit ihren kulturellen Offerten und auch Beherbergungsbetriebe mit freundlichem Service, Wohlfühlatmosfera und guter Küche.¹⁶

Die Angebotsseite auf dem Tourismusmarkt besitzt folgende Struktur: Als originäre "Produzenten" fungieren die Beherbergungsbetriebe, die Verkehrsträger und die Unternehmen der touristischen Infrastruktur in den Zielgebieten, wie z.B. Theater oder Schwimmbäder. Diese Unternehmen bieten ihre Leistungen zum Teil im Direktvertrieb auf dem Markt an. Vielfach werden deren Leistungen jedoch von Reiseveranstaltern und kommunalen Tourismus-Informationstellen („Fremdenverkehrsämter“) gebündelt und als neue, eigenständige Pakete offeriert. Die Zahl der Pauschalreisen steigt kontinuierlich an und liegt bei etwas mehr als 45 % aller Urlaubsreisen. Die Steigerungen entstehen durch eine erhöhte Nachfrage nach Teilpauschalreisen, bei denen einzelne Bausteine eines Reiseveranstalters vom Kunden gebucht werden. Auf dem klassischen Vertriebsweg werden hier noch die Reisemittler eingeschaltet. Deren Marktstellung gerät angesichts zunehmender Konzentration auf dem

¹⁴ Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung, 1999, 184

¹⁵ F.U.R., 1999

¹⁶ Dreyer, 2000a, 12; Deutscher Fremdenverkehrsverband e.V., 1998, 32

Veranstaltermarkt und steigender Bedeutung des Direktvertriebs (auch im Zusammenhang mit den neuen Medien, speziell dem Internet) immer stärker unter Druck.

Eine Besonderheit ist das Aufkommen der landesweiten, privatwirtschaftlich operierenden Vermarktungsgesellschaften, die zunehmend das Marketing und den Vertrieb für die Tourismusprodukte der Bundesländer übernehmen (vertiefend in 3.2. - 3.3.).

2.3 Sachsen-Anhalt im Spiegel der Tourismusanalysen¹⁷

In Sachsen-Anhalt betrug der Anteil des Tourismus am BIP für 1997 ca. 4 %, im Osttharz ca. 6 %, wobei nur die direkt mit der Tourismuswirtschaft in Zusammenhang stehende Wertschöpfung berücksichtigt wurde. Nach der DIW-Analyse dürfte sich die Zahl für Sachsen-Anhalt auf 8 % erhöhen.¹⁸ Damit ist der Tourismus bereits heute ein bedeutender Wirtschaftsfaktor, der immer noch ein großes Wachstumspotenzial in sich birgt, wenn es gelingt, sich den bundesdeutschen Durchschnittswerten anzunähern.

Im Jahr 1997 lag die Gesamtzahl der Beschäftigten in Unternehmen, die mit dem Tourismus verbunden sind, bei ca. 60.000. Im Gaststätten-

und Beherbergungswesen sind davon rund 28.000 Menschen beschäftigt gewesen. Nicht berücksichtigt sind die Arbeitsplätze bei Privatvermietern, deren Betriebe eine Größe bis zu acht Betten haben, da diese von der Statistik nicht erfasst werden. Insgesamt entspricht die Zahl der Beschäftigten im Bereich Tourismus rund 5,7 % der Gesamtbeschäftigung in Sachsen-Anhalt. Bei einer durchschnittlichen Arbeitslosenquote von 21,7 % in 1997 leistet die Tourismusbranche also einen wichtigen Beitrag zur Beschäftigung. Dieser kann bei einer fortschreitenden Etablierung der Tourismuswirtschaft im Lande noch gesteigert werden, wenn man die gesamtdeutsche Vergleichszahl von 7,6 % Tourismusanteil an der Gesamtbeschäftigung zu Grunde legt. Dabei könnte der Beschäftigung von Frauen entgegenkommen, dass sich die Tourismusbranche durchaus auch für die Bildung von Teilzeitarbeitsplätzen eignet.¹⁹

Die Schaffung und Sicherung von Dauerarbeitsplätzen ist für touristische Unternehmen auch Voraussetzung für den Erhalt von Zuwendungen aus der Gemeinschaftsaufgabe zur Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur (siehe 4.3). Seit 1995 steigt die Zahl der neu geschaffenen Arbeitsplätze im Tourismus in Sachsen-Anhalt an. Allein von 1995 bis 1998 wurden knapp 800 Arbeitsplätze durch die Tourismusförderung geschaffen.

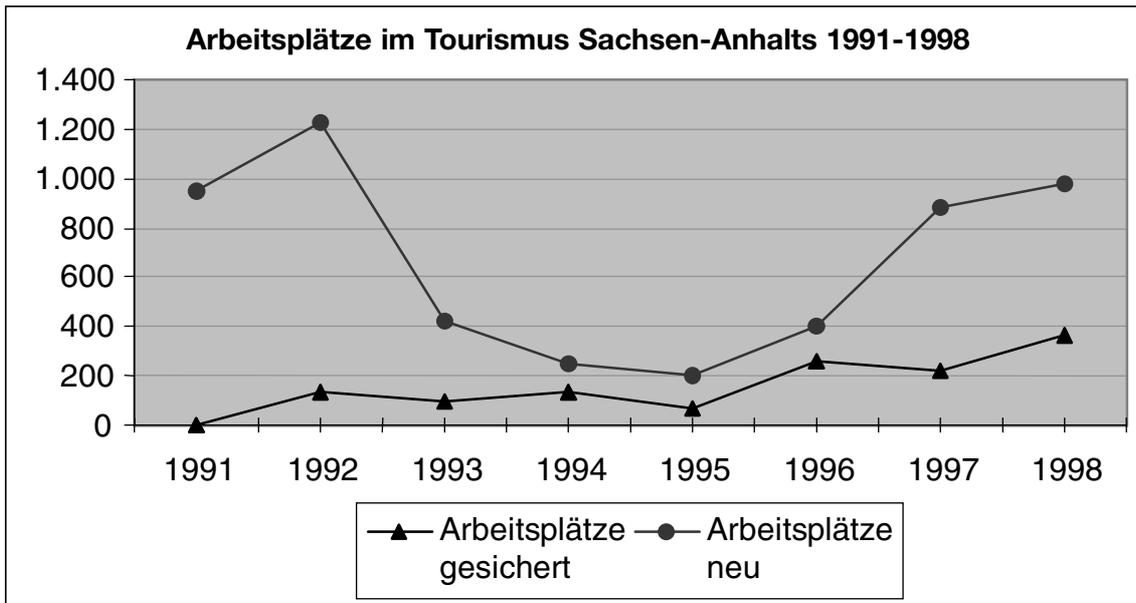
Abb. 2-10: Kapazitäts- und Beschäftigungseffekte der Tourismusförderung im Rahmen der Gemeinschaftsaufgabe in Sachsen-Anhalt 1991 - 1998

| insgesamt | gewerblich |
|-------------------------|------------|
| Arbeitsplätze gesichert | 1.270 |
| Arbeitsplätze neu | 5.323 |
| Hotelbetten vorhanden | 5.441 |
| Hotelbetten angestrebt | 21.670 |

¹⁷ Vertiefende Aussagen sind in den in 8.2.1 aufgeführten Untersuchungen zu finden.

¹⁸ Siehe Abb. 2-2. Die DIW-Methode lässt sich allerdings nicht auf kleinere Einheiten (Bundesländer) anwenden.

¹⁹ Die Zahl der arbeitslosen Frauen in Sachsen-Anhalt lag 1997 bei 25,2 %.



Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an das Ministerium für Wirtschaft und Technologie des Landes Sachsen-Anhalt

Aufgrund der fehlenden Datenbasis ist die exakte Ermittlung der durch den Tourismus induzierten

Wertschöpfung derzeit zwar nicht möglich, aber folgende Zahlen liefern Anhaltspunkte.

Abb. 2-11: Durchschnittliche Tagesausgaben von Touristen in Sachsen-Anhalt 1993

| Kundengruppe | Ausgaben pro Tag pro Person in DM |
|---|-----------------------------------|
| Übernachtungsgäste in Hotels (über DM 100,00) | 218,30 |
| Übernachtungsgäste in Hotels (DM 50,00 bis DM 100,00) | 145,40 |
| Übernachtungsgäste in Hotels (unter DM 50,00) | 77,70 |
| Übernachtungsgäste in Pensionen | 67,40 |
| Übernachtungsgäste in Privatquartieren | 54,40 |
| Übernachtungsgäste in Ferienwohnungen | 45,70 |
| Übernachtungsgäste in Jugendherbergen | 30,10 |
| Übernachtungsgäste in Hotels (unter DM 50,00) | 77,70 |
| Tagesausflugsverkehr (ohne Fahrtkosten) | 41,50 |

Quelle: DWIF, 1993 und 1995, Neue Daten werden in 2000 erhoben

Sachsen-Anhalt als Reiseziel

Der Wettbewerb der touristischen Zielgebiete verschärft sich immer mehr und muss auf mehreren Ebenen betrachtet werden. Sachsen-Anhalt kämpft um die Gunst der deutschen Reisekunden nicht nur mit den anderen deutschen Regionen, sondern in einer globalisierten Welt mit den ausländischen Destinationen, allen voran in Spanien. Zugespitzt lautet die Frage also aus Sicht des Reisenden: „Soll ich nach Mallorca oder in die Altmark reisen?“

Im Ergebnis registrierte Sachsen-Anhalt 1,98 Mio. Gästeankünfte und 5,1 Mio. Übernachtungen

1998. Darin sind die Übernachtungen des grauen Beherbergungsmarktes nicht enthalten. Das Gästeaufkommen erhöhte sich damit erneut, allerdings mit verringerter Zuwachsrates gegenüber den vergangenen Jahren. Dagegen war die Zahl der Übernachtungen erstmals seit Jahren rückläufig, was auf die von der Gesundheitsreform in 1996 hervorgerufene negative Entwicklung im Kurbereich zurückzuführen ist (vertiefend 5.3).

Analog zur Entwicklung in den übrigen Bundesländern haben sich die Übernachtungszahlen in 1998 jedoch erholt. Insgesamt betrug der Anstieg für 1998 rund 1 % gegenüber 1997.

Abb. 2-12: Ankünfte und Übernachtungen in Sachsen-Anhalt nach Reisegebieten 1998

| Reisegebiete in Sachsen-Anhalt | Ankünfte | | Übernachtungen | |
|--------------------------------|------------------|---------------|------------------|---------------|
| | Anzahl | Anteil in % | Anzahl | Anteil in % |
| Harz | 620.850 | 30,2% | 1.686.547 | 33,0% |
| Halle-Saale-Unstrut | 444.181 | 21,6% | 1.048.763 | 20,5% |
| Magdeburg-Elbe-Börde-Heide | 384.440 | 18,7% | 899.774 | 17,6% |
| Anhalt-Wittenberg | 488.505 | 23,7% | 1.123.984 | 22,0% |
| Altmark | 120.323 | 5,8% | 358.929 | 7,0% |
| insgesamt | 2.058.299 | 100,0% | 5.117.997 | 100,0% |

Quelle: in Anlehnung an das Statistische Bundesamt, Fachserie 6, Reihe 7.1, 12/1998

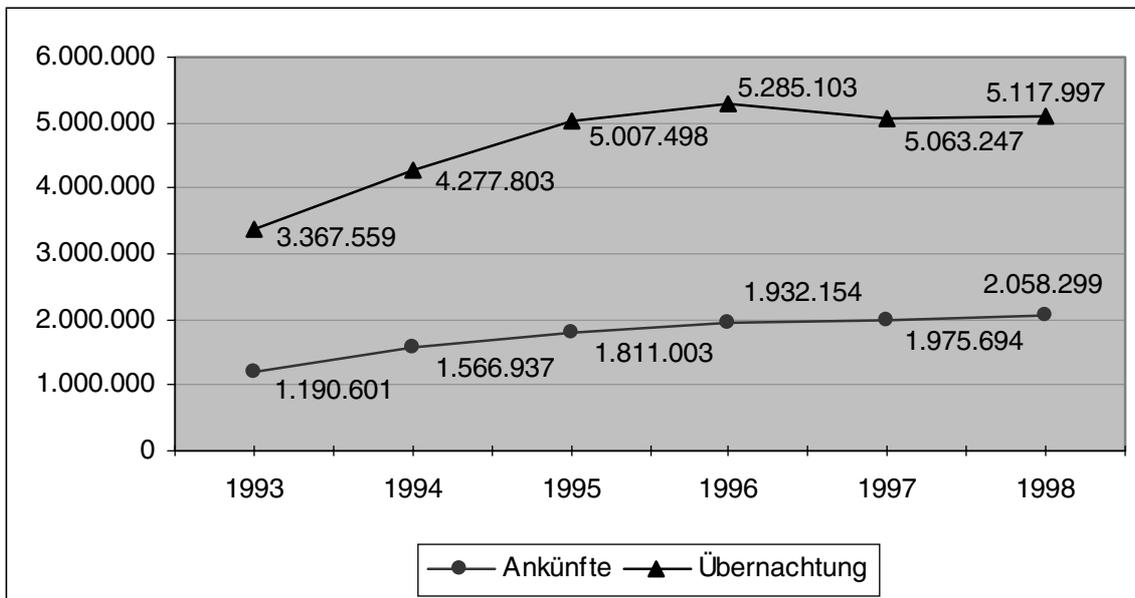
Zieht man die Vergleichswerte der Monate Januar bis August zu Rate, die ein Plus von 6,7 % für 1999 gegenüber dem Vorjahr ausweisen, so kann Sachsen-Anhalt relativ optimistisch in die Zukunft blicken.²⁰

Das Land Sachsen-Anhalt mit seinen 1.298 Gemeinden, 21 Landkreisen und 3 Regierungsbezirken ist in fünf Tourismusregionen (gleichzeitig die Regionalverbände) gegliedert, deren Abgrenzungen, mit Ausnahme von Aschersleben-Staßfurt, den seit Juli 1994 bestehenden Kreisstrukturen entsprechen:

- Harz
- Halle-Saale-Unstrut
- Magdeburg-Elbe-Börde-Heide
- Anhalt-Wittenberg
- Altmark.²¹

In der Zeit von 1993 bis 1998 entwickelte sich der Tourismus sehr unterschiedlich. Insbesondere in der Region Halle-Saale-Unstrut ging die Zahl der Übernachtungen deutlich zurück, erholte sich jedoch im ersten Halbjahr 1999 wieder leicht.

Abb. 2-13: Ankünfte und Übernachtungen in Sachsen-Anhalt 1993-1998



Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, 1999

²⁰ Statistisches Bundesamt, 1999

²¹ Für die statistische Erhebung bilden diese Regionen die Grundlage. In der Wahrnehmung der Reisegäste entsprechen die Regionen allerdings nicht unbedingt eindeutig umrissenen touristischen Zielen („Destinationsen“), weshalb diese Verwaltungsgliederung nicht als Grundlage des touristischen Außenmarketing dienen sollte (vertiefend 6.).

Abb. 2-14: Tourismusregionen in Sachsen-Anhalt

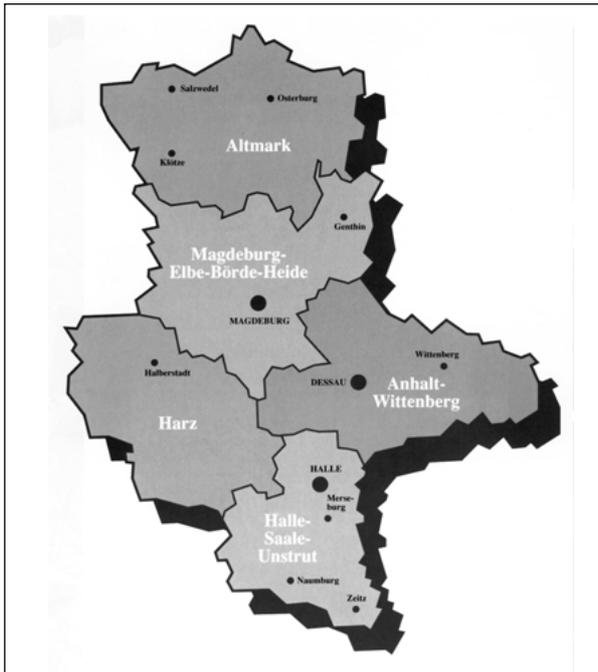


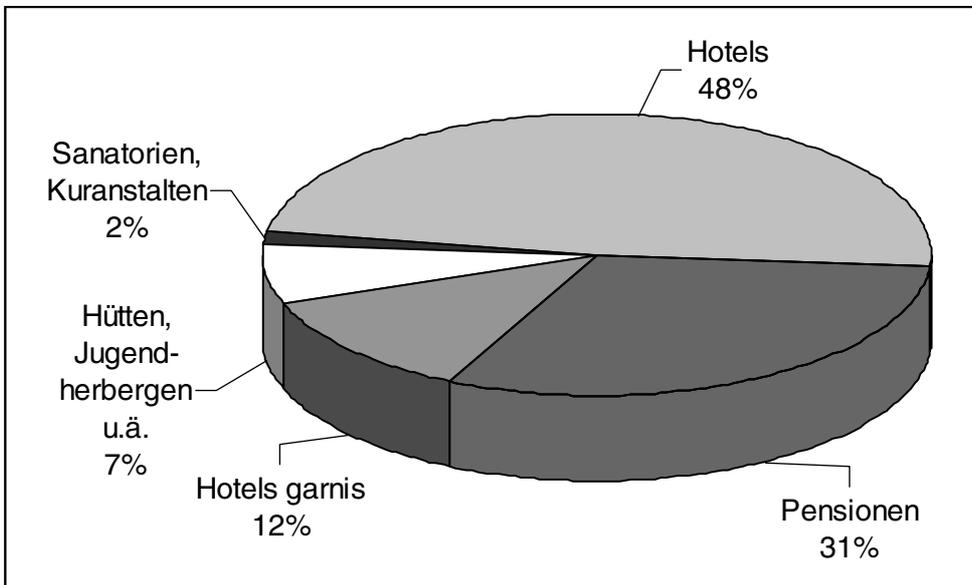
Abb. 2-15: Durchschnittliche Aufenthaltsdauer nach Reisegebieten in Sachsen-Anhalt 1998

| Reisegebiete in Sachsen-Anhalt | Durchschnittliche Aufenthaltsdauer 1998 |
|--------------------------------|---|
| Harz | 2,7 Tage |
| Halle-Saale-Unstrut | 2,4 Tage |
| Anhalt-Wittenberg | 2,3 Tage |
| Magdeburg-Elbe-Börde-Heide | 2,3 Tage |
| Altmark | 3,0 Tage |
| Sachsen-Anhalt insgesamt | 2,5 Tage |

Quelle: Statistisches Bundesamt, Fachserie 6, Reihe 7.1, 12/98

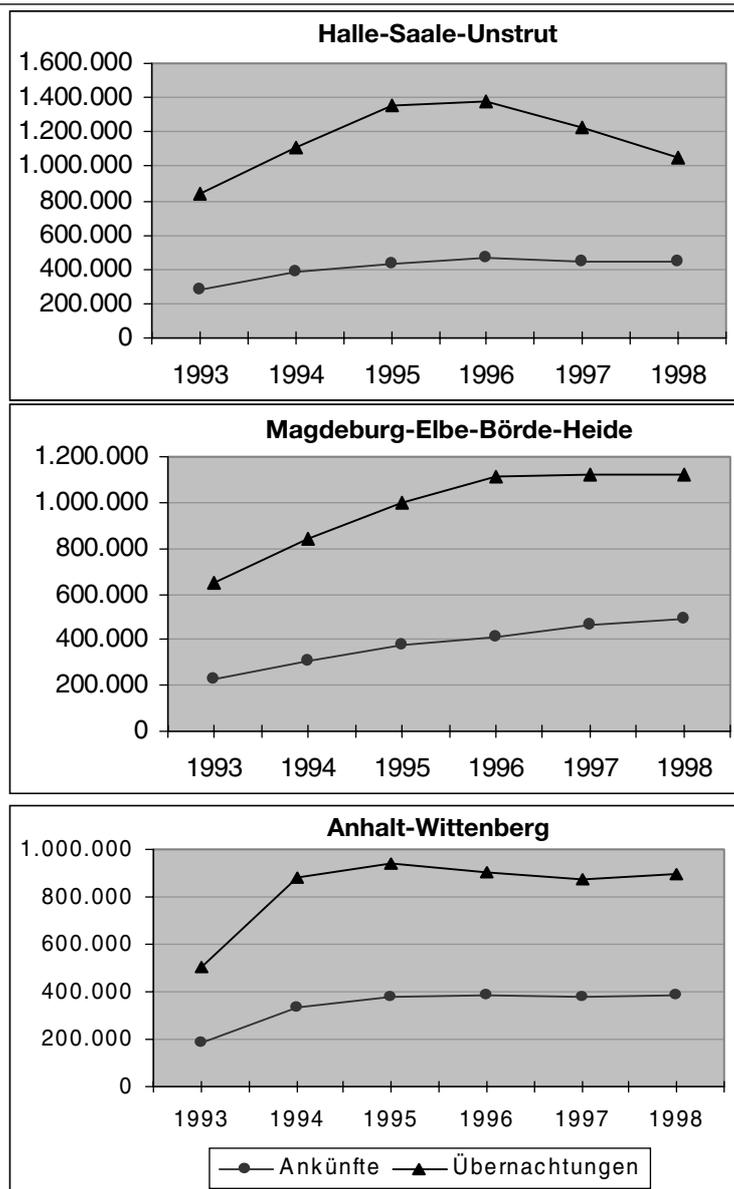
Sowohl in Bezug auf die Zahl der Übernachtungen als auch auf die Zahl der Ankünfte und der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer beansprucht das Reisegebiet „Harz“ eine Spitzenstellung (siehe 6.3). Die hohe durchschnittliche Aufenthaltsdauer in der Altmark ist auf die dortige Beherbergungsstruktur, nämlich insbesondere auf die verstärkte Existenz von Ferienwohnungen und

Abb. 2-16: Verteilung der geöffneten Betriebe in Sachsen-Anhalt nach Betriebsarten 1998



Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt

Abb. 2-17: Ankünfte und Übernachtungen in Sachsen-Anhalt nach den Reisegebieten 1993-1998



Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an das Statistisches Bundesamt

auf die ihr zu Grunde liegenden Alleinstellungsmerkmale, insbesondere Landurlaub, zurückzuführen (siehe 6.1).

Die „klassische“ Hotellerie²² wird in Sachsen-Anhalt überwiegend durch Hotels und Pensionen vertreten. Das Land besaß 1998 einen Anteil von rund zwei Prozent am Beherbergungsangebot in Deutschland.²³

Die Auslastung der gewerblichen Beherbergungs-

betriebe in Sachsen-Anhalt liegt mit 28,3 % deutlich unter dem Bundesdurchschnitt von 34,9 %.²⁴ Dabei ist allerdings zu berücksichtigen, dass im gleichen Zeitraum der Aufbau der touristischen Infrastruktur durch die Landesförderung (siehe 4.3) vorangetrieben wurde, was notwendig war, um im Wettbewerb der Destinationen mithalten zu können. Tatsächlich hat sich die Zahl der angebotenen Betten und der geöffneten Betriebe beinahe verdoppelt:

²² Hotels, Gasthöfe, Pensionen und Hotels garnis

²³ Deutsche Zentrale für Tourismus e.V., 1998

²⁴ DTV, 1998c, 34; Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt

| | |
|-------------------------|-------------------------------|
| 1993: 26.124 Betten und | 523 Betriebe |
| 1998: 49.311 Betten und | 1.001 Betriebe. ²⁵ |

Der starke Auslastungsrückgang von 1996 auf 1997 bei den Sanatorien und Kuranstalten ist durch das Inkrafttreten der Gesundheitsreform zu erklären. Erfreulich ist, dass die Entwicklung nach der teilweisen Umorientierung der Betriebe in Richtung präventiver Gesundheitstourismus- und Wellnessangebote positiv verläuft. Der Auslastungsgrad der Hotels, Hotels garnis und Pensionen weicht dagegen kaum voneinander ab, zeigt über die Jahre hinweg allerdings einen schwach negativen Trend.

Bei der Bewertung der Zahlen zur Bettenauslastung ist zu berücksichtigen, dass diese Kenngröße sich für Betriebe in Ostdeutschland im Vergleich zu den alten Bundesländern nachteilig auswirkt. In den neu entstandenen und renovierten Beherbergungsbetrieben Sachsens werden zum Zwecke der größeren Flexibilität kaum noch Einzelzimmer errichtet, sondern stets Doppelzimmer, die ebenfalls als Einzelzimmer vermietet werden.

Da die Nachfrage nach Einzelzimmern (vor allem bei Geschäftsreisenden) weiterhin besteht, erhöht sich automatisch die Zahl der leer stehenden Betten, wenn „Doppel als Einzel“ vermietet wer-

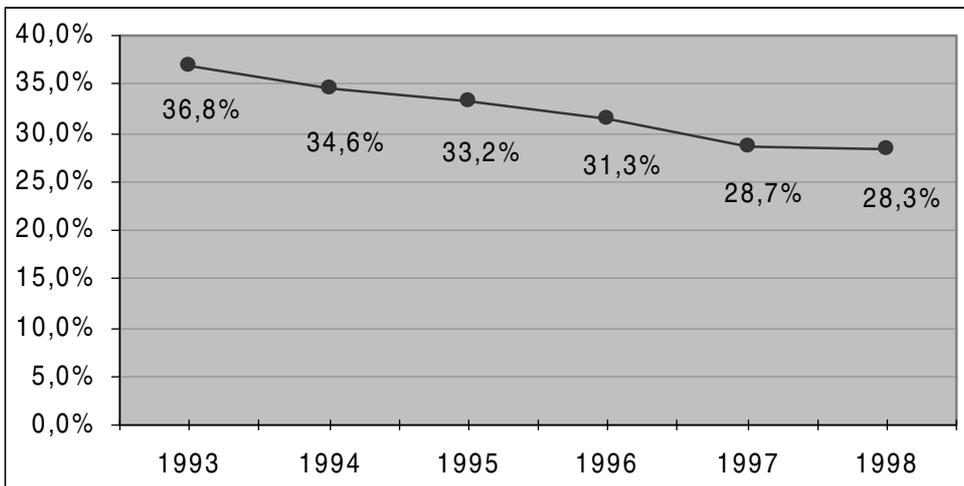
den. Die Bundesländer sind daher in Verbindung mit dem Statistischen Bundesamt bestrebt, in Zukunft die *Zimmerauslastung* und nicht mehr die *Bettenauslastung* als Kenngröße heranzuziehen.

Auch muss in den nächsten Jahren der Markt für Kinder-, Jugend- und Familientourismus in Sachsen-Anhalt weiter geöffnet werden.²⁷ Dass hier besonders in den ländlichen Bereichen ein enormes Wachstumspotenzial liegt, zeigt u.a. die Entwicklung im Campingtourismus (siehe 5.2.2) und im Bereich des Jugendherbergswesens. Die 18 Jugendherbergen hatten allein 1999 ein Volumen von 260.288 Übernachtungen.

Nicht zu unterschätzen ist der Anteil des sogenannten „grauen“ Beherbergungsmarktes, der sich zusammensetzt aus

- Übernachtungen in Ferienwohnungen, Privatzimmern und Betrieben mit weniger als neun Betten,
- Privaten Bekannten- und Verwandtenbesuchen,
- Dauercamping und
- Freizeitwohnen (Ferien-/Zweitwohnungen).

Abb. 2-18: Durchschnittliche Auslastung der angebotenen Gästebetten in Sachsen-Anhalt 1993-1998



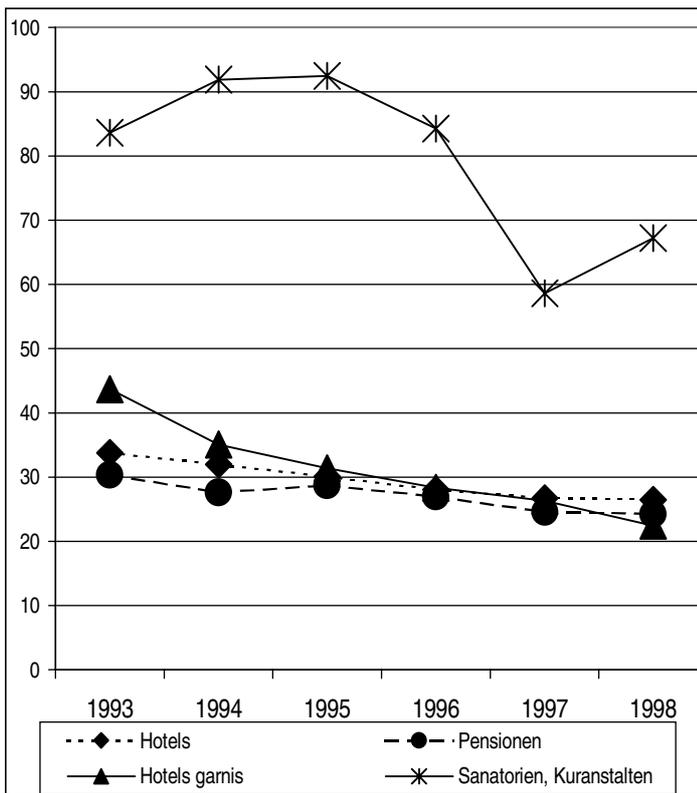
Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt

²⁵ Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, Ergebnisse der Beherbergungsstatistiken 1993-98

²⁶ Auslastungen der Hütten, Jugendherbergen, Ferienhäuser, -wohnungen, -zentren lassen sich aufgrund unterschiedlicher Erhebungsformen über die Jahre hinweg nicht miteinander vergleichen.

²⁷ Vertiefende Aussagen sind in den in 8.2.2 aufgeführten Untersuchungen zu finden.

Abb. 2-19: Auslastungen verschiedener Beherbergungsformen in Sachsen-Anhalt 1993-1998²⁶



Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt

Abb. 2-20: Übernachtungen in Jugendherbergen Sachsens-Anhalts 1994-1999

| 1994 | 1995 | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 |
|--|---------|---------|---------|---------|---------|
| 185.412 | 239.040 | 216.875 | 223.786 | 226.651 | 260.288 |
| 1999: 18 Jugendherbergen mit 2412 Betten | | | | | |

Quelle: Deutsches Jugendherbergswerk, Landesverband Sachsen-Anhalt

Abb. 2-21: Jugendherbergen in Sachsen-Anhalt 1999

| Regiehäuser | | Anschluss Häuser | |
|-------------|--------------------|------------------|------------------------|
| 1 | Dessau | 1 | Bad Kösen |
| 2 | Eckartsberga/Nebra | 2 | Bernburg |
| 3 | Gardelegen | 3 | Haldensleben |
| 4 | Gommern | 4 | Lutherstadt Wittenberg |
| 5 | Gorenzen | | |
| 6 | Halle | | |
| 7 | Kretzschau | | |
| 8 | Magdeburg | | |
| 9 | Meisdorf | | |
| 10 | Naumburg | | |
| 11 | Radis | | |
| 12 | Schierke | | |
| 13 | Thale | | |
| 14 | Wernigerode | | |

Rangfolge nach Übernachtungen.

Quelle: Deutsches Jugendherbergswerk, Landesverband Sachsen-Anhalt

Allein bezüglich der privaten Bekannten- und Verwandtenbesuche wird für 1998 prognostiziert, dass jeder Haushalt neun Übernachtungen pro Jahr empfängt, was sich für Sachsen-Anhalt auf ca. 10,7 Mio. Übernachtungen summiert. Der Bruttoprimärumsatz beläuft sich damit (auf der Basis von Tagesausgaben in Höhe von DM 41,50 pro Person) auf DM 444,0 Mio.²⁸ Diese Kennzahl wird bei der gesamtwirtschaftlichen Bewertung des Tourismus in Sachsen-Anhalt bisher nicht berücksichtigt.

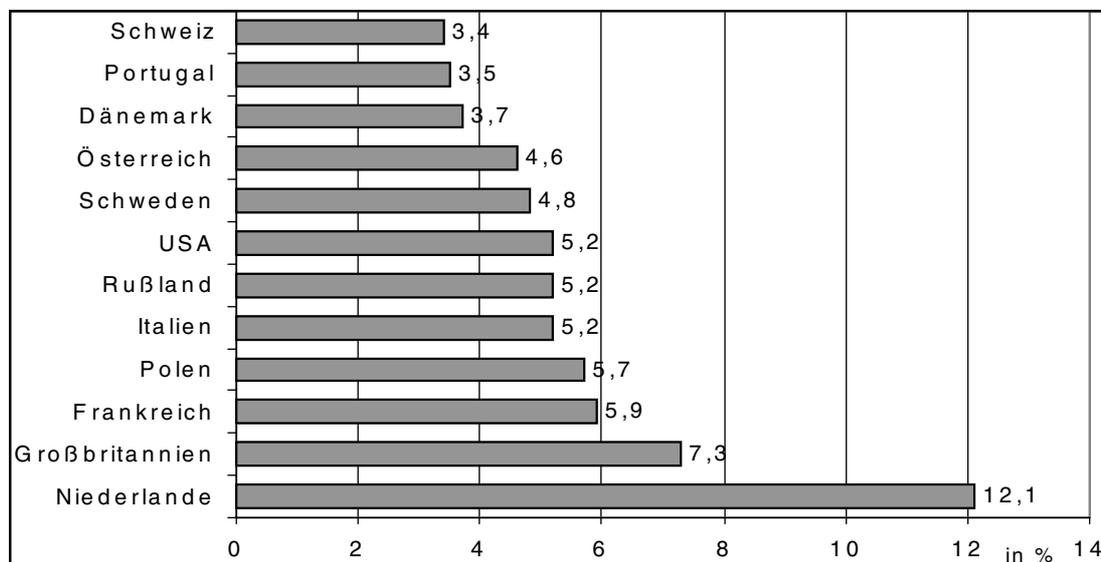
Sachsen-Anhalt als Reiseziel von Ausländern

Beim Incoming-Geschäft geht es darum, die aus dem Ausland hereinkommenden Touristen, deren

Potenzial sich weltweit deutlich erhöhen wird, für Sachsen-Anhalt zu gewinnen. Bisher erbringen acht Quellmärkte 50 % aller Ausländerübernachtungen in Sachsen-Anhalt. Diese machen wiederum 6,2 % der Übernachtungen insgesamt aus. Unter ihnen repräsentieren die Niederländer die größte Gruppe.

Der Anteil ausländischer Gäste entwickelt sich vergleichbar mit den Ankünften und Übernachtungen insgesamt. In Relation zu anderen Bundesländern liegt der Anteil der ausländischen Gäste in Sachsen-Anhalt (Stand 1996) über dem Durchschnitt der neuen Bundesländer und Berlin-Ost, aber unter dem Durchschnitt des früheren

Abb. 2-22: Herkunftsländer der Ausländerübernachtungen in Sachsen-Anhalt 1998 (in %)



Quelle: Deutsche Zentrale für Tourismus, Tourismus in Sachsen-Anhalt, 10/1999

Abb. 2-23: Vergleich von In- und Ausländer-Übernachtungen in Sachsen-Anhalt 1998

| | 1998 Gesamt | 1997 / 98 Veränderungen in % | 1998 / 99 Jan-Juni Veränderungen in % |
|-----------|----------------|---------------------------------|--|
| Alle | 5.117.998 | + 1,1 | + 6,1 |
| Inländer | 4.801.412 | + 4,2 | + 7,4 |
| Ausländer | 316.585 | - 30,6 | - 13,7 |

Quelle: Deutsche Zentrale für Tourismus, Tourismus in Sachsen-Anhalt, 10/1999

²⁸ Feige, 1999 und OSGV, 1999, 29ff.

Abb. 2-24: Ausländerübernachtungen in Regionen Sachsen-Anhalts 1998

| | 1998 | 1997 / 98 Veränderungen in % | 1998 / 99 Jan-Juni Veränderungen in % |
|--------------------------------|---------|---------------------------------|--|
| Halle-Saale-Unstrut | 117.617 | - 47,6 | - 30,4 |
| Magdeburg- Elbe-Börde-Heide | 77.948 | - 28,2 | - 13,2 |
| Harz | 65.610 | + 17,8 | + 16,4 |
| Anhalt-Wittenberg | 52.147 | - 17,7 | +/- 0,0 |
| Altmark | 3.263 | - 27,5 | - 40,0 |

Quelle: Deutsche Zentrale für Tourismus, Tourismus in Sachsen-Anhalt, 10/1999

Bundesgebietes. Noch vor wenigen Jahren war ein großer Teil der Übernachtungen auf in Sachsen-Anhalt arbeitende ausländische Bauarbeiter (Franzosen, Italiener, Polen, Portugiesen) zurückzuführen. Starke Rückgänge dieser Gästegruppe sind mit der Beendigung großer Bauprojekte zu begründen, so dass in Zukunft ein für den Tourismus realistischeres Bild über ausländische Reisegäste zu erwarten ist. Fast zwei Drittel aller Ausländerübernachtungen

1998 konzentrieren sich auf die Reisegebiete „Halle, Saale, Unstrut“ und „Magdeburg, Elbe-Börde-Heide“. Der Harz weist als einziges Reisegebiet in Sachsen-Anhalt eine positive Entwicklung der Ausländerübernachtungen auf.

Tagesausflugsverkehr in Sachsen-Anhalt

Als Tagesausflugsverkehr wird das Verlassen des Wohnumfeldes (in der Regel die Ortsgrenze) aufgefasst, das nicht mit einer Übernachtung verbun-

Abb. 2-25: Tagesausflugsverkehr in Sachsen-Anhalt 1995

| Reisegebiet | Anzahl der Tagesausflüge (in Mio.) | Tages- ausgaben (in DM) | Bruttoprimär- umsatz (in Mio. DM) |
|----------------------------|--|-------------------------------|---|
| Altmark | 2,9 | 20,50 | 59,5 |
| Anhalt-Wittenberg | 8,9 | 32,80 | 291,9 |
| Halle-Saale-Unstrut | 13,6 | 36,10 | 491,0 |
| Harz | 15,6 | 61,20 | 954,7 |
| Magdeburg-Elbe-Börde-Heide | 11,7 | 33,40 | 390,8 |
| Gesamt | 52,7 | 41,50 | 2.187,9 |

Quelle: DWIF, 1995, 46 und XIV³⁰

Abb. 2-26: Tourismusedwicklung in Sachsen-Anhalt 1991 - 1999 anhand ausgewählter Kennzahlen im Überblick

| Jahr | Angebotene Betten (Stand 31.12.) | Ankünfte | Übernachtungen | Durch- schnittliche Aufenthalts- dauer | Auslastung der Betten |
|-------|---|-----------|----------------|---|--------------------------|
| 1991* | 18.779 | 507.449 | 1.495.453 | 2,9 | k. A. |
| 1992 | 21.806 | 979.126 | 2.955.332 | 3,0 | k. A. |
| 1993 | 26.124 | 1.190.601 | 3.367.559 | 2,8 | 36,8 |
| 1994 | 36.497 | 1.566.937 | 4.277.803 | 2,7 | 34,6 |
| 1995 | 45.128 | 1.811.003 | 5.007.498 | 2,8 | 33,2 |
| 1996 | 46.414 | 1.932.154 | 5.285.103 | 2,7 | 31,3 |
| 1997 | 48.021 | 1.975.694 | 5.063.247 | 2,6 | 28,7 |
| 1998 | 49.311 | 2.058.299 | 5.117.997 | 2,5 | 28,3 |
| 1999 | 49.668 | 2.148.827 | 5.397.178 | 2,5 | 30,0 |

* Mai bis Dezember

Quelle: Aufstellung aus Daten des Statistischen Landesamtes Sachsen-Anhalt

den ist, nicht zur Schule oder zur Berufsausübung am Arbeitsplatz führt, nicht als Einkaufsfahrt zur Deckung des täglichen Bedarfs dient und nicht einer gewissen Regelmäßigkeit unterliegt. Die während eines Übernachtungsaufenthaltes vom Ort der Nächtigung aus durchgeführten Tagesreisen sind darin nicht enthalten.²⁹ In Sachsen-Anhalt führt der Harz neben der Übernachtung auch die Tagesausflugsstatistik an. Bemerkenswert ist, dass die Tagesausgaben im Vergleich mit den anderen sachsen-anhaltischen Regionen überdurchschnittlich hoch ausfallen.

Ausblick

Zusammenfassend ist bezüglich des Gästeaufkommens eine positive Entwicklung für die Zielgebiete des Landes Sachsen-Anhalt zu konstatieren. Neugründungen und Modernisierungen in der Beherbergungsindustrie haben zwar für ein

attraktives Übernachtungsangebot gesorgt, aber gleichzeitig auch den Wettbewerb verschärft, was sich negativ auf die Auslastungszahlen ausgewirkt hat. Hinzu kommt, dass die Aufenthaltsdauer generell zu gering ist. Mit weiteren Verbesserungen der Infrastruktur und der Vermarktung von Ausflugszielen ist dem Trend zu immer kürzeren Aufenthalten entgegenzuwirken. Einen entscheidenden Beitrag können auch konsequentere Kunden- und Serviceorientierung sowie die Bündelung der Kräfte zur Erstellung der Angebote und ihrer Vermarktung (Innenmarketing) leisten. Insbesondere die Herausbildung von touristischen Schwerpunkten/Alleinstellungsmerkmalen (Geschäftsfelder, Regionen, Themen) mit erlebnisorientierter Ausrichtung und der Aufbau geschlossener Dienstleistungsketten eröffnen dem Tourismus in Sachsen-Anhalt erhebliche wirtschaftliche Chancen.

²⁹ DWIF, 1995, 2f.

³⁰ Feige, 1999, nennt dieselben Zahlen, die auf Untersuchungen in 1993 und 1995 basieren. Neue Zahlen werden im Sommer 2000 vom DWIF vorgelegt.

3. Tourismusstrukturen

Die Komplexität des Tourismus im Hinblick auf transnationale, gesellschaftliche, umweltbezogene und ökonomische Belange spiegelt sich in den Organisationsstrukturen wider. Diese werden im Folgenden von der internationalen über die nationale bis hin zur sachsen-anhaltischen Ebene aufgezeigt.

3.1 Internationale Organisationen³¹

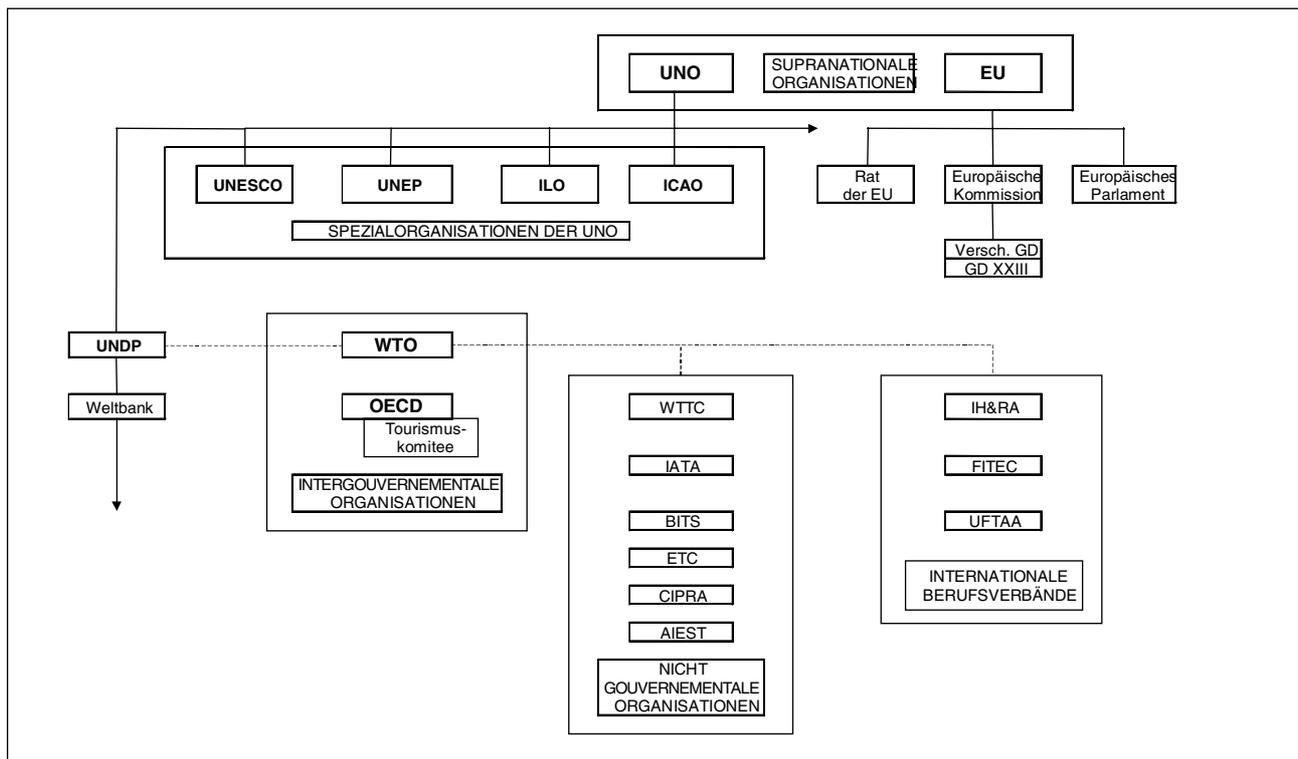
Das grenzüberschreitende Politikfeld Tourismus wird auf der internationalen Ebene von einer Vielzahl von Akteuren bearbeitet. Innerhalb der Pluralität staatlicher und zwischenstaatlicher Institutionen, Verbände und einzelner wirtschaftlicher Akteure sind vielfältige Formen der Kooperation zwischen öffentlicher Hand und Privaten zu finden.

Tourismuspolitik stellt sich somit als Verbundpolitik dar, durch die es möglich wird, Regulierungsnotwendigkeiten und Problemlösungsstrategien gemeinsam zu identifizieren und umzusetzen.³²

Europäische Union (EU)

Ausgehend von der Tatsache, dass der Tourismus einen entscheidenden Beitrag zur Erreichung der Ziele der Europäischen Gemeinschaft leisten kann, widmet sich die EU touristischen Fragestellungen im Sinne einer koordinierten EU-Tourismuspolitik. Die EU-Organe und -Institutionen bemühen sich um horizontale Maßnahmen zur Förderung des Tourismus (siehe auch 4.) und um die Entwicklung spezifischer Maßnahmen zur Verstärkung der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit zwischen den öffentlichen und privaten Akteuren der verschiedenen Bereiche der Tourismuswirtschaft.

Abb. 3-1: Internationale Organisationen im Tourismus 1995



Quelle: In Anlehnung an Kaspar, 1995, 184

³¹ Henschel, K., 1998

³² Deutscher Bundestag, Drucksache 14/1100, 21. 05. 1999

Überstaatliche Organisationen

United Nations Organization (UNO)

Die Vereinten Nationen befassen sich seit ihrem Bestehen auch mit touristischen Fragen. Verstärkt geschieht dies bei folgenden Spezialinstitutionen:

| | |
|---|--|
| UNESCO United Nations for Education, Science and Culture Organization | <ul style="list-style-type: none"> • schützt Kulturgüter (siehe 5.1.1) • fördert Erwachsenenbildung |
| UNEP United Nations Environment Programm | <ul style="list-style-type: none"> • versucht mit ihrem Umweltprogramm umweltverträgliche Formen des Tourismus zu fördern, zu unterstützen und zu entwickeln |
| UNCTAD United Nations Conference for Trade and Development | <ul style="list-style-type: none"> • Entwicklungshilfe im Tourismus |
| ILO International Labour Organization | <ul style="list-style-type: none"> • Aus- und Weiterbildung des Personals in touristischen Unternehmen • Austausch und Entwicklung von Weiterbildungsprogrammen |
| ICAO International Civic Aviation Organization | <ul style="list-style-type: none"> • Förderung des internationalen Luftverkehrs in rechtlicher und technischer Hinsicht • erlässt Regelungen für die Sicherheit und Zuverlässigkeit des Luftverkehrs |
| UNDP United Nations Development Programm | <ul style="list-style-type: none"> • multilaterale Entwicklungshilfe • Beschaffung von Mitteln zur Förderung des Tourismus in Entwicklungsländern |
| Weltbank | <ul style="list-style-type: none"> • Förderung in Form von Krediten für Investitionen im Tourismus • Sammelstelle für Finanzmittel |

Zwischenstaatliche Organisationen

WTO (World Tourism Organization)

Die WTO wurde 1975 als Nachfolger der IUOTO (International Union of Official Travel Organisation) gegründet, um der zunehmenden globalen Bedeutung des Tourismus gerecht zu werden. Grundlegende Ziele und Hauptbetätigungsfelder der WTO sind:

- Förderung des Tourismus als Mittel zur Erreichung wirtschaftlichen Wohlstands, internationaler Verständigung und dauerhaften Friedens,
- Entwicklung durch Kooperation,
- Umwelt, Planung und Finanzierung,
- Qualität touristischer Dienstleistungen,
- Ausbildung und Training,
- Marktforschung, Wirtschaftsanalyse und Statistik,
- Kommunikation und Dokumentation.

Die WTO ist mit den Vereinten Nationen durch einen Kooperationsvertrag verbunden. Seit 1976 ist sie ausführende Behörde des Entwicklungsprogramms der Vereinten Nationen (UNDP) und vor allem für die Finanzierung touristischer Projekte in Entwicklungsländern verantwortlich.

OECD (Organization for Economic Cooperation and Development)

Aufgabe der 1961 gegründeten OECD ist es, ihre 29 Mitgliedsstaaten, die mehrheitlich auch in der WTO vertreten sind, bei der Entwicklung von Regierungsprogrammen zu beraten und für die notwendige Abstimmung zwischen den nationalen Politiken zu sorgen. Um folgende touristischen Fragen kümmert sich das Tourismuskomitee in der OECD insbesondere mit den Zielen:

- Abbau von Grenzformalitäten,
- Abschaffung von Devisenrestriktionen,
- Erleichterung des internationalen Motorfahrzeugverkehrs,
- Erleichterung der internationalen Werbung,
- Beschäftigung im Tourismus,
- Erarbeitung von Statistiken, Berichten, Studien und Jahrbüchern.

Nicht-staatliche Organisationen

WTTC (World Travel and Tourism Council)

Der WTTC ist ein Zusammenschluss von etwa 100 der weltweit größten Unternehmen des Touris-

mussektors und wurde 1990 mit dem Ziel gegründet, die wirtschaftliche Bedeutung der Branche verstärkt in das Bewusstsein der Politik zu rücken. In Zusammenarbeit mit den nationalen Regierungen und den internationalen Tourismusorganisationen soll vor allem erreicht werden:

- eine Öffnung der Märkte für Tourismusprodukte und -dienstleistungen
- die Realisierung eines nachhaltigen Tourismus und
- die Steigerung des Wachstums des Reisesektors.

Es existiert noch eine Vielzahl weiterer nicht-staatlicher Organisationen und Verbände, von denen hier nur die wichtigsten genannt werden:

| | |
|--|--|
| IATA International Air Transport Assoziation | <ul style="list-style-type: none"> • Weltverband der Unternehmen des kommerziellen Luftverkehrs |
| BITS Bureau International du Tourisme Social | <ul style="list-style-type: none"> • Interessenvertretung des Sozialtourismus gegenüber Behörden und Drittpersonen |
| ETC European Travel Commission | <ul style="list-style-type: none"> • Vereinigung von 23 europäischen Tourismusorganisationen zur Förderung der Tourismuswerbung und der Public Relation |
| CIPRA Internationale Alpenschutzkommission | <ul style="list-style-type: none"> • Vereinigung privater Organisationen, die sich mit Natur- und Landschaftsschutz in den Alpenländern beschäftigt |
| AIEST Association Internationale d'Experts Scientifique de Tourisme | <ul style="list-style-type: none"> • Organisation von Personen und Institutionen aus 47 Staaten zur Förderung der wissenschaftlichen Tätigkeit im Tourismus |

Internationale Berufsverbände

Die **IH&RA** (International Hotel & Restaurant Association) ist der Weltverband des Hotel- und Gaststättengewerbes, in dem u. a. Regierungsorganisationen, Hotelverbände, Hotelketten und einzelne Hoteliers vertreten sind. Er dient insbesondere der Informationsbereitstellung zu den Themen Aus- und Weiterbildung, neue Technologien, Markterschließung und Umweltschutz.

Die **FITEC** (Fédération Internationale de Thermalisme et Climatisme) vertritt primär gesundheitspolitische Interessen, die auch Bezüge zum Tourismus herstellen. So ist z. B. der Deutsche Bäderverband Mitglied der FITEC.

Bei der **UFTAA** (Universal Federation of Travel Agents Associations) handelt es sich um einen Zusammenschluss der Reiseveranstalter und Reise-mittler bzw. deren nationaler Verbände aus über 100 Ländern. Schwerpunkt der Organisation ist die Zusammenarbeit mit anderen internationalen Organisationen wie z.B. der IATA oder der WTO.

3.2 Bundesweite Gliederungen

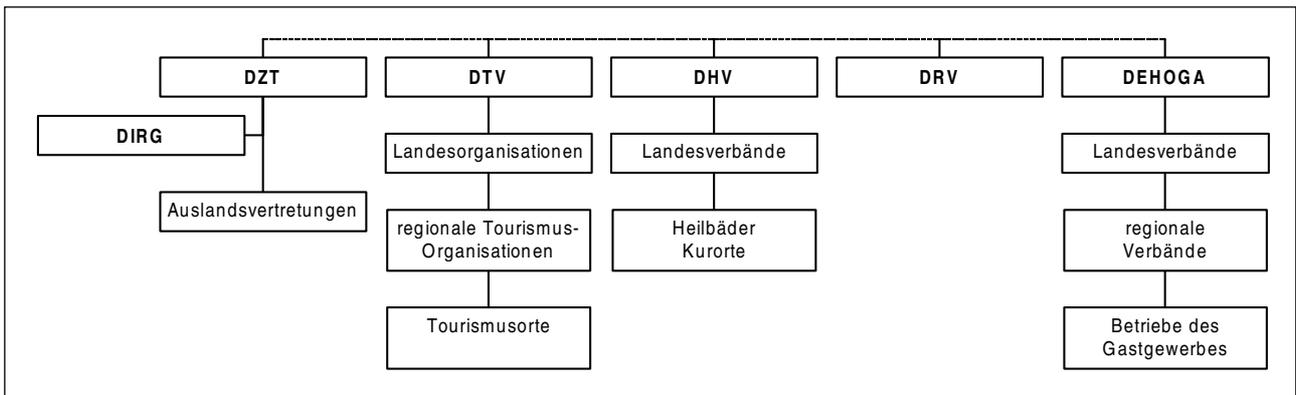
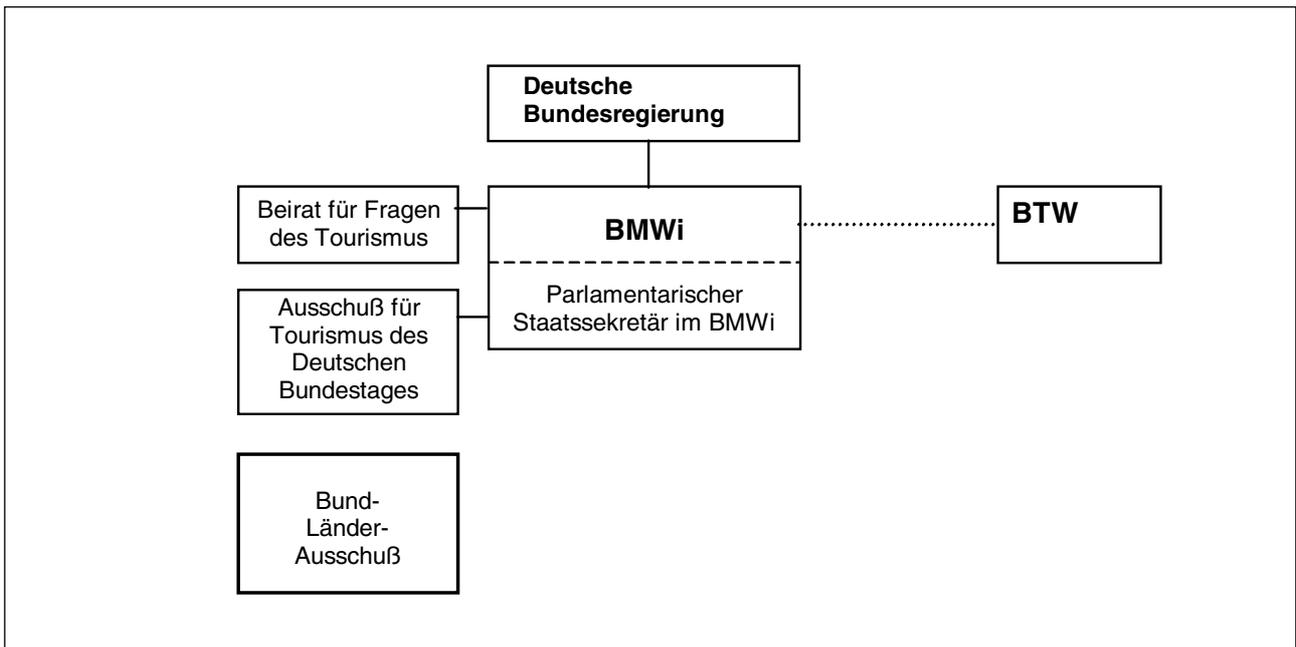
Bundesministerium für Wirtschaft (BMW)

In der Bundesrepublik Deutschland ist die Tourismuspolitik aufgrund der föderalen Struktur dezentral organisiert und fällt in die Kompetenz

der Bundesländer. Die gemeinsame politische Verantwortung liegt schwerpunktmäßig beim Bundesministerium für Wirtschaft (BMW) und dem dort eingerichteten Referat für Tourismus. Für die bundesdeutsche Tourismusaußenpolitik nimmt es die Funktion einer zentralen Schaltstelle in Bezug auf die sektoralen Politikfelder, die Bundesländer-Zusammenarbeit sowie die Präsenz in und Kommunikation mit internationalen Gremien wahr. Ziel der Tourismuspolitik des BMW ist die Schaffung geeigneter Rahmenbedingungen für eine kontinuierliche Entwicklung sowie eine damit verbundene Förderung des Deutschlandtourismus. Das Referat für Tourismus koordiniert die tourismuspolitischen Aktivitäten der Bundesregierung. Zu diesem Zweck werden u.a. kontinuierliche Beratungen im Bund-Länder-Ausschuss „Tourismus“ (ca. dreimal jährlich) vorgenommen. Da der Staat nach dem Subsidiaritätsprinzip aber nur dort eingreifen will, wo Fehlentwicklungen im privatrechtlichen Bereich entstehen, besitzen die Verbände der Tourismuswirtschaft ebenfalls eine wichtige politische Funktion.

Ebenso wie auf internationaler und Länderebene sind diverse weitere tourismusbezogene Zuständigkeiten einzelner Ministerien in Deutschland ein Abbild der Interdisziplinarität der Reiseindustrie. Tourismus als Querschnittsaufgabe wird somit auf Bundesebene dokumentiert. Gleiches gilt für die Landesebene Sachsen-Anhalts, worauf jedoch nicht noch einmal detailliert eingegangen wird.

Abb. 3-2: Organisation des Tourismus in Deutschland 1999



Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an den Deutschen Tourismusverband

Abb. 3-3: Ausgewählte Zuständigkeiten für den Tourismus auf Bundesebene

| Ressort / Ministerium | Ausgewählte tourismusbezogene Aufgaben bzw. Zuständigkeiten |
|---|---|
| Bundesministerium für Wirtschaft | <ul style="list-style-type: none"> • Referat Tourismus (Ressort), Tourismusförderung • Regionale und sektorale Strukturpolitik • Sicherung der allgemeinen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen |
| Bundesministerium für Verkehr | <ul style="list-style-type: none"> • Gesamter Transportsektor • Planung von Bundesfernstraßen • Flugverkehr (Tarifhoheit, Streckengenehmigung) • Bundesbahn • Schifffahrt auf Binnengewässern |
| Bundesministerium für Raumordnung, Bauwesen und Städtebau | <ul style="list-style-type: none"> • Landschaftsplanung • Regionalplanung, Nutzungspläne, Festlegung von Freizeit- und Erholungsgebieten • Freizeitarchitektur und -einrichtungen |
| Auswärtiges Amt | <ul style="list-style-type: none"> • Auslandsvertretungen • Konsularischer Schutz und Touristenbetreuung im Ausland • Visaerteilung für ausländische Besucher nach Deutschland |
| Bundesministerium des Inneren | <ul style="list-style-type: none"> • Tourismusstatistik • Zoll- und Passvorschriften |
| Bundesministerium der Justiz | <ul style="list-style-type: none"> • Rechl. Rahmenbedingungen (speziell: Reisevertragsgesetz, Allgemeines Vertragsrecht, Internationales Recht/Abkommen) |
| Bundesministerium Landwirtschaft und Forsten | <ul style="list-style-type: none"> • Information über und Förderung von „Urlaub auf dem Bauernhof“ • Forschung über Freizeit und Landschaft • Neuordnung des ländlichen Raumes |
| Bundesministerium der Finanzen | <ul style="list-style-type: none"> • Finanzhilfen (Strukturförderung) • Steuergesetze und -regelungen • Reisekostenregelungen (im Steuergesetz) • Bundesaufsichtsamt für das Versicherungswesen (Reisevers.) |
| Bundesministerium für Gesundheit | <ul style="list-style-type: none"> • Gesundheitsvor- und -nachsorge (Impfvorschriften) • Kur- und Bäderwesen, Sozialkuren |
| Bundesministerium für Bildung und Forschung | <ul style="list-style-type: none"> • Touristische Ausbildung: Berufs-, Fach-, Hochschulen, Universitäten • Weiterbildung, Volkshochschulen, Hotelfachschulen usw. • Forschungsaufträge und -förderung im Bereich Tourismus • Technische Forschungsförderung, insbes. Transportwesen |
| Bundesumweltministerium | <ul style="list-style-type: none"> • Umweltschutz • Naturschutz in Erholungsgebieten • Erhalt/Einrichtung von Erholungslandschaften |

Quelle: In Anlehnung an Freyer, 1998a, 284

Nicht-staatliche Organisationen

Der **DTV** (Deutscher Tourismus Verband e.V.)³³ ist der Interessen-, Fach- und Serviceverband des öffentlichen Tourismus in Deutschland. Als Dachorganisation hat er eine eher koordinierende Funktion und versteht sich als Vertretung der Tourismusregionen, Gemeindeorganisationen und Städte auf Bundesebene. Seine Aktivitäten beschränken sich fast ausschließlich auf die nationale und regionale Ebene. Mitglieder sind die

Landestourismusverbände, die kommunalen Spitzenverbände sowie weitere fördernde Organisationen.

Die **DZT** (Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.) ist die nationale Marketingorganisation. Sie ist somit verantwortlich für die Tourismuswerbung im Ausland und die Entwicklung touristischer Produkte für ausländische Märkte. Seit der Auflösung der DTM (Deutsche Marketing Gesellschaft) übernimmt sie zusätzlich die Aufgabe des Binnen-

³³ bis 1998 DFV (Deutscher Fremdenverkehrsverband)

marketing. Verschiedene Spitzenverbände der deutschen Tourismuswirtschaft, die touristischen Großunternehmen mit teilweise öffentlichen Trägern (wie z.B. die Deutsche Bahn oder Luft-hansa) und die Ländermarketingorganisationen sind Mitglieder dieser Institution, die zu 80 % von Bund und Ländern finanziert wird. Die DZT ist international vertreten in der European Travel Commission sowie Mitglied in mehreren grenzüberschreitenden Marketinginitiativen.

Die **DIRG** (Deutschland Informations- und Reservierungsgesellschaft mbH) wurde 1995 mit Unterstützung des BMWi und der Wirtschaftsministerien der Länder mit einem bis zum Ende des Jahres 2000 befristeten Vertrag gegründet. Ziel dieser Non-Profit Organisation ist die flächendeckende Buchbarkeit des Reiselandes Deutschland zur Sicherung einer nachhaltigen Wettbewerbsfähigkeit. Aufgaben bestehen u.a. in der technischen Entwicklung von Schnittstellen der Informations- und Reservierungssysteme (IRS) sowie im Reisebüromarketing.

Der **BTW** (Bundesverband der deutschen Tourismuswirtschaft) wurde im Dezember 1995 gegründet. Dieser Dachverband der Tourismuswirtschaft setzt sich aus wichtigen Verbänden und außerordentlichen Firmenmitgliedern zusammen. Übergeordnetes Ziel ist die Vertretung der Interessen der deutschen Tourismuswirtschaft gegenüber Politik, Wirtschaft und Öffentlichkeit auf nationaler und internationaler Ebene. Damit ist der BTW eine wichtige Verbindungsstelle der deutschen Verbände zur Europäischen Union.

Der **DRV** (Deutscher Reisebüro- und Reiseveranstalterverband) ist mit rund 5.000 Mitgliedern der größte Branchenverband der Reisebüros und Reiseveranstalter.

Der **DHV** (Deutscher Heilbäderverband e.V.) vertritt die deutschen Heil- und Kurbäder nach außen und setzt sich für deren Förderung ein (siehe Kap. 5.3).

Die **DEHOGA** (Deutscher Hotel- und Gaststättenverband e.V.) ist die Vertretung des deutschen Hotel- und Gaststättengewerbes auf Bundesebene und Dachverband der regionalen Verbände des Beherbergungssektors.

3.3 Strukturen in Sachsen-Anhalt³⁴

Die in anderen Wirtschaftsbereichen erkennbare Verschärfung des Wettbewerbs hat den Deutschlandtourismus ebenfalls in vollem Umfang erfasst. Nicht nur gegenüber den Reisekunden muss darauf mit professionellem Marketing reagiert werden. Gleichzeitig muss auch die Kostenstruktur durch Nutzung von Synergieeffekten und durch einen wirkungsvolleren Einsatz der Marketingmittel (z.B. Eindämmung der Prospektflut) in den Griff bekommen werden. Mit der Schaffung effizienterer Organisationsstrukturen wird die Grundlage für diese Entwicklung auf Bundes- und Länderebene gelegt.

Ministerium für Wirtschaft und Technologie (MW)

Das MW hat die Richtlinienkompetenz und ist für Grundsatzfragen und die Förderung des Tourismus zuständig. Wie beim Bund werden durch die Referate für Tourismuspolitik und Tourismusförderung die staatlichen Rahmenbedingungen für den Tourismus gesetzt. Außerdem erfolgt die interdisziplinäre Koordinierung auf Landesebene unter der Beteiligung der Interministeriellen Arbeitsgruppe (IMAG) Tourismus durch das MW. Ähnlich wie auf Bundesebene (vgl. Abb. 3.3) sind verschiedene Ministerien des Landes mit touristischen Aufgaben befasst, die in der IMAG gebündelt werden. Gleichzeitig vernetzt das MW den inhaltlichen und infrastrukturellen Aufbau der landesweiten touristischen Schwerpunkte durch spezifische interministerielle und interdisziplinäre Beiräte.

Wie in den anderen Bundesländern war von 1991 bis 1996 die touristische Organisationsstruktur des Landes Sachsen-Anhalt durch die Aktivitäten des LFV (Landesfremdenverkehrsverband), jetzt LTV (Landestourismusverband) und der fünf regionalen Fremdenverkehrsverbände geprägt. Zur besseren Vermarktung des Landes durch ein landeseinheitliches Touristisches Informations- und Reservierungssystem (TIRS) beschloss der LTV 1996 die Gründung der TASA (Tourismusagentur Sachsen-Anhalt) als Gesellschaft des Tourismusverbandes, der Regionalverbände und Kommunen. Um die Arbeit der TASA zu fördern, haben sich daraufhin 1998 touristische Unternehmen der freien Wirtschaft zur TSA (Tourismuspublisher Sachsen-Anhalt GmbH) zusammengeschlossen.

³⁴ Vertiefende Aussagen sind in den in 8.2.1 aufgeführten Untersuchungen zu finden.

Landesmarketinggesellschaft (LMG)

Um die Tourismuspolitik des Landes effektiver zu gestalten und Reibungsverluste zu vermeiden, wurde am 01.07.1999 mit der Gründung der LMG als Gesellschaft des Landes die Organisationsstruktur des Tourismus in Sachsen-Anhalt neu gegliedert. Dabei stand die Reduzierung von Strukturen und die Zuordnung klarer Zuständigkeiten und Aufgaben im Mittelpunkt.

Grund für die Einrichtung der LMG als zentrale Marketingorganisation des Landes war die Intensivierung und Optimierung des Landesmarketing und damit insbesondere die Imagewerbung für das Land Sachsen-Anhalt. Zu den Hauptaufgaben der LMG zählen:

- die Entwicklung von Strategien für das Außenmarketing des Landes mit mittelfristiger Perspektive,
- operative Außenmarketingmaßnahmen des Landes sowie
- Controlling.

Damit hat die LMG die Entscheidungskompetenz für die Inhalte der Außenmarketingstrategien und des Landeswerbeplanes übernommen. Vorgesehen ist, dass der Gegenstand der Gesellschaft des Weiteren Angelegenheiten eines übergeordneten Standortmarketing sowie weiterer Geschäfte umfassen kann.

Die LMG bedient sich für den Vertrieb touristischer Leistungen (auf klassischem Weg aber auch durch den entwickelnden E-Commerce), für Werbe- und andere Leistungen professioneller externer Partner.

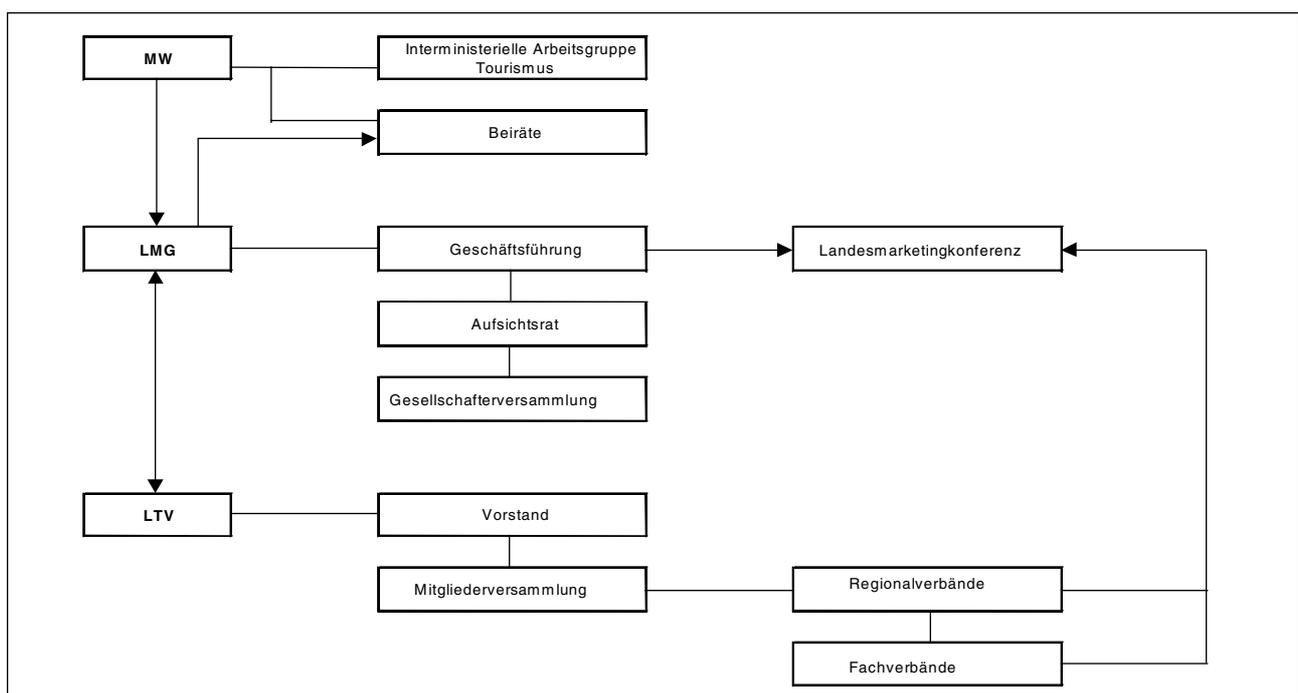
Des Weiteren wird von der LMG das Gremium der Landesmarketingkonferenz (LMK) gebildet, die der Geschäftsführung beratend zur Seite steht und Empfehlungen für das strategische Marketing und den Landeswerbeplan formuliert. Dem Gremium gehören die touristischen Verbände und weitere touristische Partner an.

Um Inhalte und Marketing des Landes noch stärker zu vernetzen, sollen von der LMG Kooperationsverträge mit der WiSA (Wirtschaftsförderungsgesellschaft des Landes Sachsen-Anhalt), der Agrarmarketinggesellschaft, anderen Landesgesellschaften und den kulturellen Landesstiftungen geschlossen werden.

Landestourismusverband (LTV)

Mit der Verlagerung der professionellen touristischen Aufgaben auf die LMG gewinnt der LTV als ehrenamtliche touristische Spitzenorganisation eine besondere Bedeutung. Nach außen hin vertritt er die Belange des Tourismus in Sachsen-Anhalt gegenüber der Landesregierung (Exekutive) und dem Landtag (Legislative) sowie über die Landesgrenzen hinaus in den Verbänden auf Bundesebene. Nach innen organisiert er das Zusammenwirken aller tourismusrelevanten Einrichtungen. Ein Schwergewicht seiner Aufgaben ist daher die Vernetzung zwischen den einzelnen

Abb. 3-4: Organisation des Tourismus in Sachsen-Anhalt ab 1999



Verbänden. Der Erfolg der neuen Marketingstruktur hängt entscheidend vom Zusammenwirken zwischen dem Aufsichtsratsvorsitz der LMG und dem Vorsitz des LTV sowie zwischen den Geschäftsführungen ab.

Touristische Regionalverbände

- Fremdenverkehrsverband Altmark e.V.
- Fremdenverkehrsverband Anhalt-Wittenberg e.V.
- Harzer Verkehrsverband e.V.
- Magdeburger Tourismusverband Elbe-Börde-Heide e.V.
- Regionaler Fremdenverkehrsverband Halle-Saale-Unstrut e.V.

Die touristischen Regionalverbände nehmen für die künftige Entwicklung im Hinblick auf die Qualitätssicherung des touristischen Angebots wichtige Aufgabe des Innenmarketing wahr. Sie stimmen ihre regionalen touristischen Produkte mit der Landesmarketingstrategie und dem Landeswerbeplan ab und setzen diese in ihren Regionen um. Wesentliche Aufgabe besteht in der regionalen Umsetzung und Angebotsentwicklung der landesweiten Alleinstellungsmerkmale, vor allem im Kommunikations- und Bündelungsprozess zwischen Kommunen, Hotellerie, Gastronomie, Museen, Kirchen und anderen touristischen Dienstleistern.

Abb. 3-5: Aufgaben der Regionalverbände³⁵

- Koordination und Betreuung der Orte und Leistungsträger als „Touristische Klammer“ für die Region
- Weiterentwicklung der touristischen Leitbilder in der Region in Zusammenarbeit mit den Vereinsmitgliedern (Kommunen, Landkreise, Leistungsträger)
- Initiierung von Ideen und Charakterisierung touristischer Produkte der Region
- Umsetzung von touristischen Landesthemen (vertiefend in 7.)
- Aufbereitung der regionalen Alleinstellungsmerkmale

Eine Sonderrolle spielt die Region Harz. Als geografisch klar umrissenes Zielgebiet und bei Reisenden als Gesamtheit aufgefasste Destination, das sich über Teile von Sachsen-Anhalt,

Niedersachsen und Thüringen erstreckt, verfügt der Harz über ein eigenes Image. Daher wird er auch länderübergreifend vermarktet. Das Marketing für alle Teile des Harzes betreibt der Harzer Verkehrsverband in enger Zusammenarbeit mit der LMG, die vom HVV vermarktete Produkte für den Ostharz erhält.

Die Verknüpfung mit dem Landesmarketing Sachsen-Anhalts soll einerseits durch die Beteiligung des HVV in der Landesmarketingkonferenz erfolgen, andererseits durch vertragliche Regelungen gewährleistet werden. Dies betrifft insbesondere die touristischen Informations- und Reservierungssysteme.

Touristische Informations- und Reservierungssysteme (IRS)³⁶

Das Land Sachsen-Anhalt hat früh die Notwendigkeit der Buchbarkeit von touristischen Angeboten über ein Reservierungssystem erkannt und das „Touristische Informations- und Reservierungssystem“ (TIRS) 1994 ins Leben gerufen. TIRS konnte jedoch aufgrund der schnellen Entwicklung in diesem Bereich den Anforderungen nicht mehr voll und ganz gerecht werden. Aus diesem Grund wurde im Oktober 1998 auf Initiative des MW und unter der Leitung des Fraunhofer Instituts für Fabrikbetrieb und -automatisierung (FhG IFF) die Projektgruppe „Sachsen-Anhalt TourismusNetzwerk – SATourN 2000plus“ gegründet. Durch Kooperationsvereinbarung sind des Weiteren an der Projektgruppe beteiligt: TASA, TSA, HVV, OSGV, S Direkt-Marketing GmbH & Co. KG (S-Direkt), RegioCom GmbH sowie Inforegio Sachsen-Anhalt Management GmbH. Ziel der Projektgruppe ist die Evaluierung softwaregestützter touristischer Informations- und Reservierungssysteme (IRS), die den Ansprüchen der Kundenorientierung sowie der Effizienz, Innovation und Wirtschaftlichkeit gerecht wird. Über die TASA, das Wirtschaftsministerium und den OSGV wird der Dialog zu den gleichzeitig auf Bundesebene (DIRG) und in den anderen Bundesländern geführten Diskussionen zur Buchungsfrage hergestellt.

Touristische Fach- und Interessenverbände

Die Fach- und Interessenverbände sind über die Landesmarketingkonferenz an der Tourismuspolitik in Sachsen-Anhalt beteiligt und arbeiten mit der LMG sowie den Regionalverbänden eng zusammen. Bei der folgenden Aufstellung handelt es sich aufgrund der Vielzahl von Fach- und Interessenverbänden lediglich um eine Auswahl.

³⁵ Die Aufgabenabgrenzungen zwischen den Regionalverbänden und der LMG sind im sogenannten Schnittstellen-Papier (Ergänzung zum Kabinettsbeschluss „Intensivierung und Optimierung der Imagewerbung“ vom 09.03.1999) genau definiert.

³⁶ Vertiefende Aussagen sind in den in 8.2.1 aufgeführten Untersuchungen zu finden.

Der **DEHOGA Landesverband Sachsen-Anhalt – sachsen-anhaltischer Hotel- und Gaststättenverband im DEHOGA e.V.** ist die regionale Interessenvertretung der Hotel- und Gaststättenbetreiber in Sachsen-Anhalt (vgl. 2.3, 4.3). Seine Aufgabe ist es, auf Landesebene die ideellen, beruflichen, wirtschaftlichen, steuerlichen, sozial- und tarifpolitischen Belange des Hotel- und Gaststättengewerbes wahrzunehmen, die Berufsbildung zu fördern und Öffentlichkeitsarbeit durchzuführen.

Die **Industrie- und Handelskammern Magdeburg und Halle-Dessau** sind Körperschaften des öffentlichen Rechts, die organisiert sind als regionale Selbstverwaltungsorganisation mit Pflichtmitgliedschaft aller gewerblichen Unternehmen (mit Ausnahme des Handwerks) des Landes Sachsen-Anhalts. Hauptaufgaben der Kammern sind die Interessenwahrnehmung der Kammermitglieder sowie die Förderung der gewerblichen Wirtschaft, hier im Besonderen die Dienstleistungsgewerbe des Tourismus.

Der **Bäderverband Sachsen-Anhalt e. V.** ist ein Zusammenschluss von Heilbädern, Sanatorien und Kurorten im Land Sachsen-Anhalt (siehe 5.3), der als überregionaler Verband Mitglied im Deutschen Bäderverband und im Wirtschaftsverband deutscher Heilbäder, Kurorte e.V. ist. Die gemeinnützige Organisation ist die

Interessenvertretung gegenüber politischen Institutionen, anderen Trägern des Gesundheitswesens und der Öffentlichkeit.

Der **Verband der Campingplatzbetreiber Sachsen-Anhalt e. V.** vertritt die Interessen der Campingplatzbetriebe (siehe 5.2.2) in Sachsen-Anhalt. Zu seinen Hauptzielen zählen neben der Einflussnahme auf Gesetze, Forderungen und Erlasse auf Landesebene, die Förderung und Imageverbesserung des Campingwesens in der Öffentlichkeit sowie die Anpassung des Qualitätsstandards an den Bedarf und die Förderung von Freizeitaktivitäten.

Der **ADAC** (Allgemeiner Deutscher Automobil-Club) **Niedersachsen/Sachsen-Anhalt e.V.** ist der viertgrößte Regionalclub des ADAC mit über 1,1 Millionen Mitgliedern. Er umfasst das mittlere und südliche Niedersachsen sowie das gesamte Bundesland Sachsen-Anhalt. Der Verband bietet neben der persönlichen Beratung in seinen Geschäftsstellen Spezialberatung für Kfz-Technik, Verkehr, Motorsport und Touristik (Reisebüros in den Geschäftsstellen).

Der **ADFC** (Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club) **Landesverband Sachsen-Anhalt e.V.** setzt sich für die konsequente Förderung des Fahrradverkehrs und eine ökologisch vernünftige Verkehrsmittelwahl ein (siehe 5.2.3).

Abb. 3-6: Grundzüge der touristischen Aufgabenverteilung in Sachsen-Anhalt ab 1999

| | |
|------------------|--|
| MW | <ul style="list-style-type: none"> • Richtlinienkompetenz • Förderung |
| LTV | <ul style="list-style-type: none"> • Politische Lobbyarbeit • Interessenkoordination |
| LMG | <ul style="list-style-type: none"> • Außenmarketing |
| Regionalverbände | <ul style="list-style-type: none"> • Innenmarketing |
| Fachverbände | <ul style="list-style-type: none"> • Innenmarketing (mit Regionalverbänden) • Außenmarketing (mit LMG) |

Abb. 3-7: Landesfördermittel für die Landes- und Regionalen Tourismusorganisationen Sachsens-Anhalts 1991-1999

| | |
|--------------------------|-----------|
| Landestourismusverband | 7.996.866 |
| TASA/ARGE | 3.066.601 |
| <i>Regionalverbände:</i> | |
| RVV Altmark | 2.264.452 |
| RVV Elbe-Börde-Heide | 1.989.985 |
| RVV Halle-Saale-Unstrut | 2.321.637 |
| RVV Anhalt-Wittenberg | 2.347.914 |
| HVV Harz | 2.477.874 |

Angaben in DM

4. Rahmenbedingungen in Sachsen-Anhalt

Privatwirtschaftlich steht der Tourismus in Sachsen-Anhalt national und international im Konkurrenzgefüge von „Value“-Segment (der Preis steht im Vordergrund der Kaufentscheidung) und „Premium“-Segment (höchste Ansprüche an Qualität, Service und Individualität durch den Kunden). Hier muss sich die Tourismuswirtschaft Sachsen-Anhalts am Markt positionieren. Den Rahmen in Sachsen-Anhalt muss die Politik geben. Dabei nötigt die Knappheit der Mittel zu einer Schwerpunktsetzung. Nachfolgend werden die Rahmenbedingungen (Landesplanung, Regionalisierung, Förderrichtlinien) und die Schwerpunkte des Tourismus in Sachsen-Anhalt (Geschäftsfelder, Regionen, Themen) komprimiert vorgestellt. Es wird festzustellen sein, dass sich durch Überschneidungen ungewollt ein festgefügttes Netzwerk touristischer Destinationen für Sachsen-Anhalt ergibt.

4.1 Landesplanung

Landesentwicklungsprogramm (LEP-LSA) ³⁷

Ziel des LEP ist eine Gestaltung der Raumstruktur unter Beachtung der Erfordernisse zur nachhaltigen Entwicklung der natürlichen Lebensgrundlagen, so dass eine langfristige Entwicklung des Landes zu einem bedeutsamen Wirtschafts-, Wissenschafts- und Kulturräum möglich wird. Unter Punkt 4.18 des LEP sind die für den Bereich „Erholung, Freizeit und Tourismus“ wichtigen Grundsätze erläutert.

Regionale Entwicklungsprogramme (REP)

Die Regionalen Entwicklungsprogramme sind aus dem Landesentwicklungsplan zu erarbeiten. In den REP werden für die jeweilige Planungsregion diejenigen Ziele und Grundsätze der Raumordnung verbindlich festgelegt, die der Entwicklung, Ordnung und Sicherung der nachhaltigen Raumentwicklung dienen. Sie bilden die Grundlage der kommunalen Bauleitplanung. Dabei gelten die im Landesentwicklungsplan fest-

gelegten Grundsätze der Raumordnung und Landesentwicklung uneingeschränkt auch für die regionale Entwicklung und stellen den inhaltlichen Rahmen für die REP der Regierungsbezirke Magdeburg, Halle und Dessau dar.³⁸ Für den Bereich Tourismus sind insbesondere die folgenden Punkte der REP relevant:

- **2.2.1.6. – Vorranggebiete für Erholung** ³⁹
Für Gebiete, die sich aufgrund der natürlichen Gegebenheiten bzw. des Kulturreichtums besonders für Erholungszwecke eignen, wird der Vorrang Erholung festgelegt. Das behindert aber nicht die Ansiedlung von Gewerbe sowie fremdenverkehrstypischen Branchen, soll aber Entwicklungen verhindern, die der besonderen Eignung dieser Gebiete für Erholung entgegenstehen.
- **2.3.4. – Vorsorgegebiete für Erholung**
Die Festlegung erfolgt unter dem Aspekt einer vorsorglichen Sicherung von Ressourcen und der Funktion bestimmter Gebiete zu Erholungszwecken für die Zukunft. Allerdings wird mit den Vorsorgegebieten kein absoluter Vorrang ausgesprochen.
- **2.4.2.3. – Radwege**
Im Rahmen der angestrebten Raumstruktur des Landes ist ein Radwegenetz zur Vervollständigung der Verkehrsinfrastruktur zu schaffen (Siehe 5.2.3).
- **3.10.– Erholung, Freizeit, Fremdenverkehr**
In allen Teilen des Landes sollen die Voraussetzungen für die Tages-, Wochen- und Ferienerholung entwickelt und gesichert werden, die der angestrebten räumlichen Struktur entsprechen.

Neben den REP haben die **Regionalen Teilentwicklungsprogramme**, die sich mit der Folgenutzung von Braunkohletagebauflächen beschäftigen, eine große Bedeutung für den regionalen Tourismus.

³⁷ GVBl. LSA Nr. 28/1999, neues Gesetz über den Landesentwicklungsplan des Landes Sachsen-Anhalt vom 26.08.1999

³⁸ Nach Stellungnahme durch den Landtag von der Landesregierung am 30.01.1996 beschlossen.

³⁹ Vorranggebiete für Erholung werden in dem LEP-LSA vom 26.08.1999 nicht mehr ausgewiesen.

Abb. 4-1: Tourismus im Landesentwicklungsplan des Landes Sachsen-Anhalt 1999

| | |
|---------|--|
| 4.18.1 | Der Tourismus soll als Wirtschaftszweig in Sachsen-Anhalt gestärkt und weiter ausgebaut werden. Wesentliche Bedeutung wird dabei der Umsetzung des Prinzips der Barrierefreiheit zukommen. |
| 4.18.2 | Schwerpunkte für den Erholungstourismus sind der Harz und das Harzvorland, das Saale-Unstrut-Triasland, der Elbe-Havel-Winkel, der Arendsee, die Dübener Heide, Teile der Colbitz-Letzlinger Heide und der Fläming. Einer in besonderem Maße naturbetonten und naturverträglichen Erholung dienen die Naturparke (siehe 5.2, 6). |
| 4.18.3 | Die Angebote „Urlaub auf dem Lande“ und „Urlaub auf dem Bauernhof“ sollen unter Beachtung der landschaftlichen und betrieblichen Besonderheiten ausgebaut werden. Hier soll die Altmark einen Schwerpunkt bilden (siehe 5.2.2, 6.1). |
| 4.18.4 | Als Kernland der deutschen Geschichte mit Baudenkmalern von herausragender Bedeutung soll in Sachsen-Anhalt der Kulturtourismus durch geeignete Maßnahmen gestärkt werden. Schwerpunkte für den Kulturtourismus sind (siehe 5.1, 6.2, 7): <ol style="list-style-type: none">1. die Straße der Romanik,2. das Dessau-Wörlitzer-Gartenreich,3. Stätten und Orte der Weltkulturerbeliste der UNESCO,4. die Stätten der Reformation,5. Wirkungsstätten bedeutender historischer Persönlichkeiten,6. Internationale Musikfestspiele,7. architektonische Ensembles, sakrale und profane Bauten von herausragender kulturhistorischer Bedeutung,8. kulturhistorische Angebote, die der Region ein markantes Profil geben,9. Technische Denkmäler |
| 4.18.5 | Durch den Auf- und Ausbau eines medizinischen leistungsfähigen und hinsichtlich des Bau- und Ausstattungsstandards wettbewerbsfähigen Angebotes soll der Entwicklung des Kurwesens und des Gesundheitstourismus in den Kur- und Erholungsorten auf der Grundlage einer Heilbäderkonzeption des Landes Sachsen-Anhalt verstärkt Rechnung getragen werden (siehe 5.3). |
| 4.18.6 | Großflächige Freizeitanlagen sind frühzeitig auf ihre Raumverträglichkeit zu prüfen. Grundsätzlich kommen nur solche Standorte in Betracht, die an großräumige und überregionale Verkehrswege und an den ÖPNV angebunden sind und deren ökologische Tragfähigkeit dieses gestattet. Geeignete Vorrangstandorte für regional bedeutsame großflächige Freizeitanlagen sind in den Regionalen Entwicklungsplänen festzulegen. |
| 4.18.7 | Schrittweise soll ein Netz von Wander- und Reitwegen abseits stark befahrener Straßen, möglichst auf bestehenden Wegen in natur- und landschaftsverträglicher Weise geschaffen werden (siehe 5.2.3). |
| 4.18.8 | Dem Aufbau eines zusammenhängenden landesweiten Radwegenetzes kommt für den touristischen Radwanderverkehr besondere Bedeutung zu. Bei der Gestaltung dieses Netzes sollen auch Servicestationen vorgesehen werden. Darüber hinaus soll in Sachsen-Anhalt ein überregionales Netz (Blaues Band) für den Wassertourismus entwickelt werden. Dies betrifft sowohl Fließ- als auch Standgewässer (siehe 5.2.3, 5.2.4, 7.6). |
| 4.18.9 | In allen Landesteilen soll dem zunehmenden Bedürfnis aller Bevölkerungsgruppen nach Erholung, aktiver Freizeitgestaltung und Sport durch den Auf- und Ausbau entsprechender Einrichtungen entsprochen werden. Durch die Einrichtung gut erreichbarer, vielseitig nutzbarer und umweltverträglicher Sportstätten und Freizeitanlagen soll in allen Teilräumen des Landes ein breites und vielfältiges Sportangebot entwickelt und gesichert werden. |
| 4.18.10 | Schienezweigstrecken, die sich in besonderer Weise oder ausschließlich für touristische Gelegenheits-, Saison- oder Museumseisenbahnverkehre eignen, sollen nach Möglichkeit erhalten oder wiedereröffnet werden, wenn ein Betrieb mit Regelangeboten des SPNV nicht finanzierbar sein sollte (siehe 5.1.3). |

Quelle: In Anlehnung an den Landesentwicklungsplan des Landes Sachsen-Anhalt 1999

Abb. 4-2: Regionales Entwicklungsprogramm Dessau 1996

| |
|--|
| 2.2.1.6. Vorranggebiete für Erholung |
| <ul style="list-style-type: none">• Dübener Heide (Bitterfeld, Wittenberg)• Dessau-Wörlitzer Kulturlandschaft (Dessau/Anhalt-Zerbst)• Bodetal zwischen Hohenerxleben und Neugattersleben einschließlich Schachtsee Neugattersleben (Bernburg)• Saaletal bei Bernburg (Bernburg)• Tagebaurestloch Goitsche (Ostteil/Bitterfeld)• Rohrteich Gerlebogk (Bernburg)• Flanschenteich und Pingelscher Teich (Bernburg) |
| 2.3.4. Vorsorgegebiete für Erholung |
| <ul style="list-style-type: none">• südlicher Teil des Fläming (Anhalt Zerbst/Wittenberg)• westlicher Teil der Dübener Heide (Wittenberg/Bitterfeld)• Roßlau-Dornburger Elbtal, Biosphärenreservat Mittlere Elbe, Zone III (Anhalt-Zerbst)• Dessau-Mulde, Biosphärenreservat Mittlere Elbe, Zone III, Territorium der Stadt Dessau (Dessau)• Jessener-Schweinitzer Berge (Wittenberg)• Glücksburger Heide (Wittenberg)• Annaburger Heide (Wittenberg)• Elbniederung zwischen Prensendorf und Elster (Wittenberg)• Saaletal (Bernburg)• Bodetal (Bernburg)• Wippertal (Bernburg)• Gebiet um Preußnitz (Bernburg)• Erholungsbereich Edderitz-Gröbzig (Köthen)• Erholungsbereich Micheln-Trebbichau-Osternienburg-Elsnigk (Köthen) |
| 2.4.2.3. Radwege |
| <ul style="list-style-type: none">• Europaweg R 1 Den Haag-Berlin von Straßfurt über Neugattersleben-Nienburg-Bernburg-Preußnitz-Biendorf-Großpaschleben-Wulfen-Aken-Dessau-Vockerode-Oranienbaum-Radis-Bergwitz-Lutherstadt Wittenberg bis zur Landesgrenze Brandenburg• Elbradwanderweg R 2 Hamburg-Magdeburg-Dresden• Fernradwanderweg R 4 Süddeutschland-Ostsee von der Landesgrenze Sachsen (Bad Dübener Heide) über Bad Schmiedeberg-Ateritz-Lubast-Kemberg-Bergwitz-Wittenberg-Zahna-zur Landesgrenze Brandenburg• Saalewanderweg - von der Quelle bis zur Mündung• Elsterwanderweg als Verbindung zwischen R 2 und R 3 (Lübeck-Berlin-Cottbus-Dresden) von der Elstermündung in die Elbe bei Elster über Jessen-Herzberg (Land Brandenburg) und im Land Brandenburg weiter als Tour Brandenburg bis zum R 3 bzw. zur Quelle der Elster |

Quelle: In Anlehnung an das Ministerium für Raumordnung, Landwirtschaft und Umwelt des Landes Sachsen-Anhalt

Abb. 4.-3: Regionales Entwicklungsprogramm Halle 1996

| | |
|----------|--|
| 2.2.1.6 | Vorranggebiete für Erholung |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Ziegelrodaer Forst (Bereich „Hermannseck“ - intensive Erholung) • Harz (außer Bereich des Biosphärenreservates „Gipskarstlandschaft Südharz“ - sanfte Erholung) |
| | <ul style="list-style-type: none"> • nordwestliche Teil des Landkreises Sangershausen, besonders Gebiete des Stolberger Forstes und des Roßlaer Forstes mit den dazu gehörigen Orten, der nordwestliche Teil des Kreises Hettstedt und Teilgebiete, die sich bis auf den Nordthüringer Raum ausdehnen |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Teilgebiete des „Süßen Sees“ • Teilgebiet an der Talsperre Kelbra einschließlich Stadtgebiet Kelbra und nördlicher Rand des Kyffhäusers • nördliche Bereiche des Tagebaurestloches Kayna-Süd und Gebiet „Hasse“ Roßbach • Wethautal • Gebiet um Pirkau • Bereich des Kuhdorftales bei Zeitz |
| 2.3.4. | Vorsorgegebiete für Erholung |
| | <ul style="list-style-type: none"> • nördliches und südliches Harzvorland (in die Vorsorgegebiete südliches Harzvorland bzw. nördliches Randgebiet des Kyffhäuser Höhenzuges werden auch die Orte Tilleda, Brücken und Beyernaumburg einbezogen) • Saaletal nördlich Halle • Süßer See • Nördliches Randgebiet des Kyffhäuser Höhenzuges • Geiseltal • Gebiet um Eckartsberga, Bad Bibra, Laucha, Freyburg, Naumburg (LK Burgenlandkreis) • Gebiet Kretzschau-Luckenau-Gladitz (Landkreis Burgenlandkreis) • Zeitzer Forst (Landkreis Burgenlandkreis) • Gebiet zwischen Memleben und Nebra (LK Burgenlandkreis) • Gebiet um Annarode (Landkreis Mansfelder Land) • Gebiet um Amsdorf/Bereich Salziger See (Landkreis Mansfelder Land) • Gebiet um Burgliebenau/Lössen Landkreis Merseburg Querfurt) • Gebiet des Petersberges (Saalkreis) • Dölauer Heide (Stadt Halle) |
| 2.4.2.3. | Radwege |
| | <p>Es ist ein Radwegenetz zu schaffen, das dem veränderten Freizeitverhalten und Umweltbewusstsein Rechnung trägt. Vor allem in Städten, Ballungsräumen und Erholungsgebieten sind die Belange des Radverkehrs zu berücksichtigen. Der kombinierte Radverkehr ist zu fördern (u.a. bike-and-ride-Einrichtungen).</p> |
| | <p>Radwege sollen dem alltäglichen Nahverkehr sowie der Erhöhung der Verkehrssicherheit dienen und</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gemeinden und Ortsteile mit benachbarten Zentralen Orten verbinden, • Wohngemeinden mit den Schulsitzgemeinden und den Arbeitsplatzschwerpunkten verbinden, • durch attraktive Landschaftsbereiche führen und für die Naherholung wirksam werden. |
| | <p>An überörtlichen Radwegen sind im Regierungsbezirk Halle</p> <ul style="list-style-type: none"> • der länderübergreifende Saale-Radwanderweg • der länderübergreifende Harzrandwanderweg und der Harzvorland-Radwanderweg sowie ihre Vernetzung • der Radwanderweg R 4 Süddeutschland-Ostsee • der Rad- und Wanderweg „Tor zur Unstrut“ Merseburg-Geiseltal • der Unstrutradwanderweg und • der „Bergschenkenweg“ Halle-Petersberg <p>auf- bzw. auszubauen.</p> |

Quelle: In Anlehnung an das Ministerium für Raumordnung, Landwirtschaft und Umwelt des Landes Sachsen-Anhalt

Abb. 4-4: Regionales Entwicklungsprogramm Magdeburg 1996

| 2.2.1.6. Vorranggebiete für Erholung | |
|--------------------------------------|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Harz (außer Nationalpark Hochharz) • Arendsee |
| Altmarkkreis Salzwedel | <ul style="list-style-type: none"> • Waldgebiet nördlich und südlich der B 190, südöstlicher Teil der Gemarkung Schrampe, südwestlicher Teil der Gemarkung Arendsee • LSG „Salzwedel - Diesdorf“ • LSG „Lindenthaler Forst“ • Kabelwiese/Kahnstieg (südwestlich Dannefeld) • Bereich westlich Ahlum • Bereich südlich von Lüdelsen, östlich von Neuenstall • geplantes LSG „Heydau“ • Teilbereich der Ohreniederung |
| LK Aschersleben-Staßfurt | <ul style="list-style-type: none"> • Bodetal zwischen Hohenerxleben und Neugattersleben einschl. Schachtsee Neugattersleben • Erholungsgebiet „Egelner Mulde“ • Seeland und Umgebung (nordwestlicher Teilbereich) |
| LK Jerichower Land | <ul style="list-style-type: none"> • Bereich Herrenkrug - Biederitzer Busch LSG „Zuwachs Külzauer Forst“ bis Hohenwarthe • Naherholungsgebiet Gommern/Dannigkow • Naherholungsgebiet Parchauer See • Zabakuck – Güssow Touristikzentrum, Campingplatz und Tiergarten • Naherholungsgebiet Parey |
| Magdeburg | <ul style="list-style-type: none"> • Naherholungsgebiet Magdeburg-Nord (Neustädter See, Barro-Seen, Barleber See) |
| LK Ohrekreis | <ul style="list-style-type: none"> • Bereich Flechtingen (ruhige Erholung in Natur und Landschaft) • Bereich Süplingen (ruhige Erholung in Natur und Landschaft) • Bereich zwischen Colbitz-Letzlinger Heide, Ramstedter Forst bis zur Elbe (Ausbau zum überregional bedeutsamen Urlaubs-, Freizeit- und Erholungsbereich) • Naherholungsgebiet Haidberg • Naherholungsgebiet Küchenhorn • Wartberg (Niederndodeleben) mit Bismarckwarte • Naherholungsgebiet Jersleber See |
| LK Quedlinburg | <ul style="list-style-type: none"> • Naherholungsgebiet „Bremer Damm Teich“ • Süd-südwestlicher Teil der Stadt Ballenstedt mit Schloss, Schlosspark und angrenzendem Wald |
| LK Schönebeck | <ul style="list-style-type: none"> • Naherholungsgebiet Elbaue (Plötzky, Pretzien, Schönebeck-Grünwalde, Schönebeck-Elbenau) |
| LK Stendal | <ul style="list-style-type: none"> • Stadt Havelberg mit Spülinsel, Mühlenholz und Bereich Nitzow • Kamern und Umgebung (Kamernscher See mit Schönfelder und Wulkauer See) • Bieselauf mit Freizeitgelände um den Fuchsbau (Landessportschule und Schlosspark Krumke) |
| 2.3.4. Vorsorgegebiete für Erholung | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Colbitz-Letzlinger Heide • Flechtinger Höhenzug • nördliches Harzvorland |
| Altmarkkreis Salzwedel | <ul style="list-style-type: none"> • Zichtauer-Klötzer Hellberge • Naturpark Drömling/Schutzzone III |
| LK Aschersleben – Staßfurt | <ul style="list-style-type: none"> • Erholungsgebiet „Tarthuner Wöhl“ • Seeland und Umgebung (südöstlicher Teilbereich) |
| LK Jerichower Land | <ul style="list-style-type: none"> • LSG „Hohes Holz-Saures Holz mit östlichem Vorland“ • Tränkmannsbusch bei Wefensleben • Sülzetal (Langenweddingen) |

| | |
|--|---|
| LK Ohrekreis | <ul style="list-style-type: none"> • Flechtinger Höhenzug und mittlerer Teil des LSG „Harbke-Allertal“ |
| LK Schönebeck | <ul style="list-style-type: none"> • Saaletal • „Albertinsee“ Förderstedt |
| LK Stendal | <ul style="list-style-type: none"> • Uchte- und Tangerquellengebiet • Altmark-Freizeit-Zentrum „Waldbad und Campingplatz Wischer“ mit Umfeld Hassel, Wischer, Arnim und Staffelde • Naherholungsgebiet Stendaler Stadtforst • Staatser-, Bauern- und Brunkauer Heide • Raum Brunkau mit Landsberg • Flachmoorgebiet Süpling • Elbniederung von Dalchau bis Südgrenze Kehnert • Waldgebiet Grassau/Dobberkau (Blasebalg) |
| 2.4.2.3. Radwege | |
| Erfolgen soll eine Vernetzung der örtlichen Fahrradwegenetze sowie das überregionale Radwegenetz ausgebaut werden und darüber hinaus haben folgende Radwanderwege besondere Bedeutung: | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Europa-Fernradwanderweg „R 1“ Den-Haag-Harz-Berlin-Küstrin • Altmarkrundkurs • Saale-Radwanderweg • Elbe-Radfernweg „R 2“ (Hamburg-Magdeburg-Dresden) • Bode-Radwanderweg • Radwanderweg Schnega-Dähre-Diesdorf-Wittingen • Radwanderweg Gartow-Arendsee-Kalbe-Klötze-Niedersachsen • Harzrand-Radwanderweg • Radwanderweg DEUREGIO 2000 (nur textlich, da flächige Vernetzung) • Radwanderweg Helmstedt-Oschersleben • Ilse-Radwanderweg |

Quelle: In Anlehnung an das Ministerium für Raumordnung, Landwirtschaft und Umwelt des Landes Sachsen-Anhalt

4.2 Regionalisierung der Strukturpolitik

Unter Regionalisierung der Strukturpolitik⁴⁰ ist ein selbstbestimmtes Zusammenwirken der Kommunen, der Wirtschaft, der Gewerkschaften, von Kammern, Verbänden, Institutionen und von Gruppen des öffentlichen Lebens bei der Gestaltung von Strukturpolitik „vor Ort“ und der Schaffung von leistungsfähigen, zukunftsweisen Rahmenbedingungen auf dem Gebiet der nachhaltigen Regionalentwicklung zu verstehen. Sie beruht auf dem Verständnis von Regionen als Kooperationsräumen. In der Praxis hat sich gezeigt, dass eigene Positionsbestimmungen den Anstoß für eine Zusammenarbeit über „Regionsgrenzen“ hinweg geben können, die durch vielfältige kommunale Initiativen gestaltet werden.

Die Regionalisierung der Strukturpolitik ist in Sachsen-Anhalt ein inzwischen fest etabliertes Arbeitsprinzip geworden. So haben die im Zeitraum 1995 bis 1996 durch die Landkreise gebildeten fünf Regionen auch die erforderliche

Grundlage für eine zweckmäßige Lösung kommunalisierter Regionalplanung gelegt. Regionalplanung in Form der REP und informelle Planungen in Form der REK haben so ein weitestgehend deckungsgleiches Handlungsfeld erhalten. Das ist ein Vorzug, der in anderen Bundesländern nicht immer typisch vorzufinden ist. Die Verwirklichung der Raumordnungspläne⁴¹ stellt ausdrücklich den Rahmen zwischen diesen beiden Planungsbereichen her. In der Zukunft werden fünf REP für die fünf Regionen der regionalisierten Strukturpolitik in Sachsen-Anhalt erarbeitet werden (vgl. 4.1).

Interessanter Weise sind die 1996 sich zusammengefundene Regionen der Regionalisierten Strukturpolitik nahezu identisch mit den bereits 1991 gebildeten fünf touristischen Regionalverbänden Sachsen-Anhalts (vgl. 3.3). Für jede der fünf Regionen wurde in den Jahren 1991 bis 1993 bereits ein touristisches Strukturgutachten erstellt, um auf der Basis von Ist-Analysen Hinweise für die touristische Entwicklung der

⁴⁰ Ministerium für Wirtschaft und Technologie des Landes Sachsen-Anhalt, 1999c, S. 47f.

⁴¹ geregelt in §12 des Landesplanungsgesetzes (GVBl. LSA Nr. 16/1998)

Regionen zu erhalten.⁴² Die Ergebnisse sind in die Landesplanung (4.1), die Regionalisierung (4.2), die Förderprogrammatik (4.3) und die Schwerpunktsetzung der Tourismuspolitik Sachsen-Anhalts (5 - 7) eingegangen.

Regionale Entwicklungskonzepte (REK), Regionale Aktionsprogramme (RAP), Regionalmanagement⁴³

Für die fünf Regionen wurden in den fünf REK 1996 bis 1998 Entwicklungsziele formuliert und Leitbilder zum Abbau von Strukturdefiziten in den Regionen aufgestellt.⁴⁴ Die Erarbeitung der REK erfolgte in den jeweiligen Regionen durch verschiedene Träger und unter Mitwirkung externer Beratungsbüros, weshalb diese unterschiedliche Strukturen und Bewertungen im Bereich Tourismus aufweisen.

Die nach den Regionen gegliederten Regionalen Aktionsprogramme (RAP) bauen auf den inhaltlichen Aussagen der Regionalen Entwicklungskonzepte (REK) auf und ergänzen diese. Sie legen konkrete Entwicklungsschwerpunkte für die Regionen fest, welche dann in einem weiteren Schritt vom Regionalmanagement umgesetzt werden sollen. Aufgabe des Regionalmanagements ist die Initiierung, Begleitung und Moderation der in den REK und RAP genannten Projekte.

Regionales Entwicklungskonzept Altmark⁴⁵

Das Regionale Entwicklungskonzept Altmark liefert im „Leitbild VII: Tourismus“ einen analytisch-prognostischen Befund mit einer umfassenden Darstellung der Situation des Tourismus in der Altmark, aber auch die Erläuterung der Leit- und Handlungsziele sowie Vorschläge für prioritäre Maßnahmen und Projekte.

Die wachsende Bedeutung des Tourismus als wichtigem Wirtschaftsfaktor für die Region wird unter der Prämisse der Verbesserung der Infrastruktur positiv bewertet, wobei gleichzeitig vor einer Überschätzung der zu erwartenden Effekte gewarnt wird. Für eine optimale Nutzung des touristischen Potentials (siehe 6.1) sind eine qualitative Entwicklung der touristischen Infrastruktur, die Vernetzung der Angebote und touristische Akzentsetzungen unverzichtbar. Des Weiteren stellt die Verstärkung des Außenmarketing und hier insbesondere die Erhöhung des Bekanntheitsgrades eine zentrale Aufgabe für die Entwicklung des Tourismus dar. Aber auch dem Innenmarketing kommt eine bedeutende Rolle zu, da sich die Bewohner der Altmark noch nicht ausreichend mit der touristischen Entwicklung identifizieren.

⁴² Altmark: Institut für Freizeitwissenschaft und Kulturarbeit Bielefeld (IFKA), 1991, Ostharz: DWIF, 1992b, Anhalt-Wittenberg: DWIF, 1993a, Elbe-Börde-Heide: DWIF, 1993c, Halle-Saale-Unstrut: Pflüger, 1993.

⁴³ Vertiefende Aussagen sind in den in 8.2.3 aufgeführten Untersuchungen zu finden.

⁴⁴ Ministerium für Wirtschaft und Technologie des Landes Sachsen-Anhalt, Jahresbericht, 1998

⁴⁵ Regionales Entwicklungskonzept für die Altmark, 1996, VII/1-39

Abb. 4-5: Projekte des Regionalen Entwicklungskonzeptes Altmark 1996

| Leit- und Handlungsziele | Prioritäre Maßnahmen und Projekte (Handlungsrahmen der regionalen Akteure) |
|---|--|
| Konzentration auf Zielgruppen eines Altmark-typischen Tourismus | <ul style="list-style-type: none"> • Erarbeitung und Umsetzung eines Regionalen Marketingkonzeptes Altmark (Innen- und Außenmarketing) • Aufbau einer ständigen Arbeitsgruppe „Tourismus und Regionales Image“ • Erarbeitung und Umsetzung touristischer Förderkonzeptionen für beide Landkreise • weitere Verstärkung des Außenmarketings, insbesondere in prioritären Zielregionen • Altmark-übergreifendes Informations- und Reservierungssystem (TIRS) • Förderung des regionalen Image eines naturverbundenen Tourismus (Öko-Schule Kunrau, ZÖNU Buch) • Förderung der weiteren Entwicklung des „Urlaubs auf dem Lande“ • Förderung der Modellorte für den Fremdenverkehr (Klötze, Diesdorf, Arendsee, Werben, Havelberg, Tangermünde, Salzwedel und Kalbe) • Ausbau des Städtetourismus |
| Vernetzte Entwicklung von Teilregionen und umweltverträglicher Tourismusformen | <ul style="list-style-type: none"> • Planungs- und Vermarktungskonzept für ein überregionales Radwegenetz (einschl. weiterer Ausbau der regionalen Radwege) • Abgestimmte Markierung/Ausschilderung von Rad- und Wanderwegen • weiterer Ausbau des Reittourismus • Wanderführer für Fußwanderer • Schaffung weiterer Anlegestellen für Wassertourismus |
| Altmark-Spezifische Verknüpfung kultureller und touristischer Angebote | <ul style="list-style-type: none"> • Förderung von überregional ausstrahlenden kulturell-touristischen Attraktionen (Altmärkisches Musikfest, Altmärkisches Heimatfest) • Regionalspezifische Besonderheiten der Ortsbilder bewahren, ausbauen und zu touristischen Potentialen entwickeln • Ausbau des Museumskomplexes Diesdorf • touristische Aufbereitung von Objekten der jüngsten deutschen Geschichte (Geschichtslehrpfad Böckwitz-Zicherie) • Konzept zur Einbeziehung von Kirchen in kulturell-historische Angebote |
| Schaffung von Ganzjahresangeboten auf touristischen Schwerpunktstandorten/ Erhöhung der Attraktivität für die Naherholung | <ul style="list-style-type: none"> • Förderung der im REP Magdeburg genannten regional bedeutsamen Standorte für großflächige Freizeitanlagen (Freizeitpark „Altmark“ in Berge, Campingplatz Arendsee, Wildpark Weißenwarte, Altmark-Freizeit-Zentrum Wischer, Campingplatz Werben einschließlich Schwimmbad) • Entwicklung von Angeboten, die auf dem ICE- bzw. Interregio-Anschluss aufbauen und vornehmlich auf den Berliner und Norddeutschen Raum ausgerichtet sind • Förderung weiterer Freizeitkomplexe (Osterburg, Klötze, Zichtau) |
| Entwicklung von Gesundheits- und Sporttourismus | <ul style="list-style-type: none"> • vorrangige Entwicklung des Gesundheitstourismus an den Standorten Arendsee, Kalbe/Milde und Klötze • Förderung von touristischen Angeboten für Behinderte (einschl. Sport) • Ausbau eines Standortes für überregional bedeutenden Reitsport (Reitstadion Salzwedel) |

Quelle: In Anlehnung an die Kurzfassung des Regionalen Entwicklungskonzeptes Altmark, 1996, Leitbild VII: Tourismus, VII/38f.

Abb. 4-6: Ansatzpunkte für Maßnahmen und Projekte des Regionalen Entwicklungskonzeptes Anhalt-Bitterfeld-Wittenberg 1997

- Ansätze für die touristische Entwicklung ergeben sich aus dem für die Region wichtigen Thema der Reformation (Luther's Land)
- Ausbau des Dessau-Wörlitzer Gartenreiches
- romanische Bauten, die bisher noch nicht in der „Straße der Romanik“ berücksichtigt wurden, sollen mit einbezogen werden
- verstärkte Nutzung bereits vorhandener historischer Schauplätze bei Konzertveranstaltungen unter dem Stichwort Musikland
- Ausbau der Möglichkeiten zum Wassertourismus (Blaues Band)
- regionsübergreifender Ausbau, Vernetzung und Beschilderung der Rad-, Wander- und Reitwege
- Vermarktung des traditionellen regionalen Handwerks/Brauchtum über Pauschalangebote für einen längeren Aufenthalt und einzu-richtende „Lernwerkstätten“
- Auf- und Ausbau von Informations- und Bildungsangeboten zum Thema Natur und Landschaft sowie im Besonderen die Erarbeitung von Naturlehrpfaden, um den Touristen die einheimische Fauna und Flora erlebbar näher bringen zu können
- Herausstellung der touristisch relevanten Hinterlassenschaften der Industriegeschichte
- Erstellung von touristisch orientierten Angeboten in Verbindung mit Kurträgern zur Förderung des Kur- und Gesundheitstourismus
- Aufbau einer regionalen Logistik zur Vermarktung von Landwirtschaftsprodukten durch den Aufbau von Bauern- und Händlermärkten und Förderung des Angebotes von regionaltypischen Speisen und Getränken in den Gaststätten unter dem Stichwort Anhalt-Wittenberg kulinarisch
- Aufstellung von Nutzungskonzepten für bisher nicht öffentlich zugängliche Parks und Gärten der Region
- Einbeziehung der touristisch relevanten Projekte der EXPO GmbH Sachsen-Anhalt in die regionale Vermarktung
- Koordination von Veranstaltungen mit entsprechendem Charakter über den FVV Anhalt-Wittenberg sowie die Eingliederung in bestehende Angebotspakete und Vermarktung der Events über die Deutsche Zentrale für Tourismus (Programme bereits ein Jahr im Voraus und nach Möglichkeit in mehreren Sprachen)

Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an das Regionale Entwicklungskonzept Anhalt-Bitterfeld-Wittenberg 1997

Regionales Entwicklungskonzept Anhalt-Bitterfeld-Wittenberg ⁴⁶

Das REK für die Region Anhalt-Bitterfeld-Wittenberg liefert keine konkreten Handlungsvorschläge, sondern zeigt Ansatzpunkte für Maßnahmen und Projekte auf. Dabei stellen vorwiegend die Erhöhung des Bekanntheitsgrades und die Vermarktung als touristisch interessante Region sowie die qualitative Verbesserung der Angebote den Handlungsrahmen für weiterführende Projekte dar. Die überregionale Zusammenarbeit und die Abstimmung einer gemeinsamen Strategie zur Entwicklung des Tourismus und der Naherholung sind dabei die entscheidenden Erfolgsfaktoren. Die querschnittsorientierten Teilraumkonzepte stellen dabei eine Möglichkeit dar, um im Vorfeld die verschiedenen Nutzungsinteressen in Einklang zu bringen.

Regionales Entwicklungskonzept der Region Halle ⁴⁷

Im Mittelpunkt des REK Halle steht für den Entwicklungsbereich Tourismus die sinnvolle und nachhaltige Entwicklung, Ergänzung und Vernetzung der bereits vorhandenen touristischen Potentiale. Da für die einzelnen Städte und ausgewählte Teilräume bereits einzelne Entwicklungs- und Marketingkonzepte zu Grunde liegen, ist insbesondere die vernetzte Entwicklung von Naherholung und Tourismus sowie die kooperative Erschließung und Vermarktung der Region von entscheidender Bedeutung.

Auf der Grundlage der für die Region Halle ermittelten Defizite in der touristischen Infrastruktur besteht ein besonderer Entwicklungsbedarf in dem Bereich der Sport-, Kultur- und Freizeitinfrastruktur sowie speziell im Angebot von wetterunabhängigen und zielgruppenspezifischen Unterhaltungs-, Sport- und Fittnesseinrichtungen. Somit ist eine Erweiterung des bereits existierenden Angebotes für die Aktiverholung und den Freizeitsport, als auch die verstärkte Nutzung der vorhandenen Wasserstraßen geplant (siehe auch 5.2.4 und 7.6).

Ansonsten konzentrieren sich die Maßnahmen auf die Steigerung der Attraktivität der Innenstädte im Rahmen einer behutsamen Stadtentwicklung zur Förderung des Städtetourismus (siehe 5.1.2) und die Weiterführung des Konzeptes der Straße der Romanik (siehe 7.2) sowie die Umsetzung des Teilraumkonzeptes für die Weinbauregion Saale-Unstrut (siehe 6.4).

⁴⁶ Regionales Entwicklungskonzept Anhalt-Bitterfeld-Wittenberg, 1997, 25-33

⁴⁷ Regionales Entwicklungskonzept der Region Halle, 1998, 14-17 und 97-108

Abb. 4-5: Projekte des Regionalen Entwicklungskonzeptes der Region Halle 1998

| Nr. | Projekt |
|--------|---|
| I/7 | Bauvorhaben Spitze in Halle, Einzelabschnitt: Händlerforum |
| I/14 | Bergbausanierung I/14.1: Bergbaufolgelandschaft im Landkreis Merseburg-Querfurt I/14.2: Bergbaufolgelandschaft Merseburg-Ost I/14.3: Revierpark Profen |
| I/15 | Landwirtschaft/Lebensmittelindustrie I/15.2: Förderung landwirtschaftlicher Sonderkulturen |
| I/17 | Erweiterung des Weinbaugebietes |
| I/20 | Ausbau des Sonderlandeplatzes Laucha und Entwicklung des überregionalen Bildungs- und Luftsportzentrums Laucha |
| II/5 | Ansiedlung einer Außenstelle einer Fachschule für Denkmalpflege und Restauration bzw. einer ausgelagerten Ersatzschule in der Region |
| III/1 | Konzeption zur Entwicklung von Naherholung und Fremdenverkehr für die Region Halle |
| III/2 | Länderübergreifende Entwicklungskonzeption für die Flussauenlandschaft zwischen Halle/Merseburg und Leipzig |
| III/3 | Touristisches Informations- und Reservierungssystem (TIRS) |
| III/4 | Verbund mitteldeutscher Radwanderwege |
| III/5 | Modellorte Fremdenverkehr in der Region Halle (Wettin, Bad Lauchstädt, Bad Dürrenberg, Freyburg, Nebra, Bad Bibra, Bad Kösen, Naumburg, Eckartsberga, Lutherstadt Eisleben, Wippra, Stolberg, Sangershausen, Kelbra, Querfurt) |
| III/6 | Entwicklung des Bäderdreiecks Bad Kösen, Bad Bibra, Bad Sulza (Thüringen) als bedeutende Kurregion Mitteldeutschlands |
| III/7 | Freizeit- und Tourismuszentrum Halle-Beesen |
| III/8 | Ausbau der Motocrostreete Teutschenthal |
| III/9 | Entwicklung des Zeitzer Forstes als Tourismusgebiet |
| III/10 | Entwicklung des Gebietes um Pirkau mit den Teilprojekten: 1. Freizeitpark Pirkau und 2. Besucherzentrum mit Golfplatz |
| III/11 | Entwicklung des Naturparkes „Saale-Unstrut-Triasland“ als Vorbildlandschaft für ökologisch ausgerichteten Tourismus |
| III/12 | Freizeit- und Tourismuszentrum „Stausee Kelbra“ |
| III/13 | Erholungslandschaft Südharzkarst |
| III/14 | Touristische Entwicklung „Rund um den Auerberg“ |
| III/15 | Seegebiet Mansfelder Land III/15.1: Wiederenstehung des Salzigen Sees III/15.2: Entwicklung des Seegebietes Mansfelder Land als Naherholungsgebiet für die Region |
| III/16 | Touristische Erschließung des Einzugsbereiches der historischen Kleinbahn „Wipperliese“ zwischen Klostermannsfeld und Wippra |
| III/17 | Bergbau in Mitteldeutschland - zwischen Gestern und Heute - Mitteldeutsche Straße der Braunkohle und Glück-auf-Tour |
| III/18 | Wasserwandern auf Saale und Unstrut im Süden Sachsen-Anhalts |
| III/19 | Entwicklung des regional bedeutsamen Erholungsgebietes Ziegelrodaer Forst-„Hermannseck“ mit Umfeld |
| III/20 | Gustav II. Adolf - Entwicklung Lützens als Fremdenverkehrsort |
| III/21 | Entwicklung des Naturparkes „Unteres Saaletal“ |
| III/22 | Sanierung und Entwicklung des Europa-Rosariums Sangershausen |

Quelle: Regionales Entwicklungskonzept Halle 1998

Regionales Entwicklungskonzept Harz ⁴⁸

Die Region Harz (siehe auch 3.3 und 6.3) verfügt über ein umfangreiches touristisches Potenzial, so dass sich der Tourismus bereits zu einem wichtigen wirtschaftlichen Standbein entwickelt hat. Durch gezielte Maßnahmen sollen die Stärken gefördert und die Schwächen beseitigt werden, nämlich:

- Erhöhung der Qualität des Angebotes,
- stärkere Ausrichtung der Angebote auf Zielgruppen und
- umweltfreundliche Gestaltung des Tourismus.

Als ein zentraler Punkt gilt die Förderung der qualitativen Verbesserung der touristischen Infrastruktur in den Bereichen der Hotellerie und Gastronomie, um den heutigen Ansprüchen der Besucher gerecht werden zu können und die durchschnittliche Aufenthaltsdauer zu erhöhen. Des Weiteren sind die

- Nutzung der Natur, Kunst, Kultur und Bauwerke sowie Bergbautradition, Sport- und Freizeiteinrichtung für touristische Produktangebote,

- die verstärkte Zielgruppenausrichtung auf junge Leute und Familien und
- die Schaffung moderner Kurzentren in Verbindung mit weiterführenden Angebotselementen als Erfolgsfaktoren für den Entwicklungsbereich Tourismus erarbeitet worden.

Regionales Entwicklungskonzept für den Raum der Ständigen Regionalkonferenz Magdeburg (RKM) ⁴⁹

Mit zahlreichen Naturschutzgebieten, die sich für eine Nutzung als Erholungsraum eignen, und der Straße der Romanik, die das Gebiet der RKM durchquert, sind die Grundbedingungen für eine Stärkung der touristischen Anziehungskraft gegeben. Allerdings hat eine Analyse der Stärken und Schwächen der RKM im Vergleich zu den neuen Bundesländern ein Defizit in dem Bereich des Kultur- und Freizeitangebotes (Tourismus) aufgedeckt. Inzwischen wurden bereits zahlreiche Maßnahmen ergriffen, von denen hier insbesondere die Bundesgartenschau 1999 in Magdeburg mit einer Reihe von Investitionen in deren Umfeld genannt werden soll.

Abb. 4-6: Projekte des Regionalen Entwicklungskonzeptes für den Raum der Ständigen Regionalkonferenz Magdeburg 1996

| Nr. | Projekt |
|----------|---|
| B | Ausbau und Vernetzung der wirtschaftsnahen (technologieorientierten) Infrastruktureinrichtungen und Tourismusprojekte B 14: BUGA (z.B. Garten der RKM, gemeinsamer Präsentationsstand im „Turm“, Tourismuspaket RKM) B 15: Teilraumkonzept „Umgebung Elbepark“ (Modellprojekt für Stadt-Umland-Entwicklung) B 16: Ausbau, Verbesserung und Vernetzung der touristischen Angebote in der Gesamtregion |

Quelle: Regionales Entwicklungskonzept für den Raum der Ständigen Regionalkonferenz Magdeburg (RKM)

4.3 Förderprogramme des Tourismus in Sachsen-Anhalt

Möglichkeiten der Förderung für den Bereich Tourismus ergeben sich auf Landes-, Bundes- und Europaebene durch vielfältige direkte und indirekte Förderung. Dazu zählen insbesondere Programme der Arbeits-, Landwirtschafts-, Naturschutz-, Kultur-, Städtebau- und Verkehrsförderung. Im Bereich des Wirtschaftsministeriums Sachsen-Anhalts wird die Tourismusförderung hauptsächlich im Rahmen der Gemeinschaftsaufgabe (GA)⁵⁰ nach der Förderrichtlinie MW-20 gebündelt. Die Anträge auf Förderung müssen beim Landesförderungsinstitut Sachsen-Anhalt

(LFI) bzw. bei den Regierungspräsidien (RP) Dessau, Halle oder Magdeburg gestellt werden. Bearbeitende Stelle für GA-Anträge sowie für alle weiteren Förderprogramme ist das LFI.

Das Förderinstrumentarium der GA hat in den letzten Jahren bei der Entwicklung von Betrieben und Infrastruktureinrichtungen des Tourismussektors eine wichtige Rolle gespielt. Im Sinne der Förderrichtlinie können Investitionszuschüsse beantragt werden für Vorhaben

- der gewerblichen Wirtschaft, die geeignet sind zu einer Erhöhung des regionalen Einkommens durch die Schaffung von Dauerarbeitsplätzen beizutragen und

⁴⁸ Regionales Entwicklungskonzept Harz, 1997

⁴⁹ Regionales Entwicklungskonzept für den Raum der Ständigen Regionalkonferenz Magdeburg (RKM) 1996

⁵⁰ Gesetz über die Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ (GA) in Verbindung mit dem jeweils gültigen Rahmenplan und den dazu erlassenen Landesregelungen

- zur Verbesserung der touristischen Infrastruktur, die für die Leistungsfähigkeit und wirtschaftliche Entwicklung von Fremdenverkehrsbetrieben von unmittelbarer Bedeutung sind und überwiegend dem Fremdenverkehr dienen.

Gefördert werden Investitionen, die der Errichtung, Erweiterung, Umstellung, Verlagerung, dem Erwerb oder der grundlegenden Rationalisierung von Betriebsstätten der gewerblichen Wirtschaft bzw. der Verbesserung der wirtschaftsnahen Infrastruktur dienen. Zuwendungsempfänger können grundsätzlich Unternehmen der gewerblichen Wirtschaft sowie Gemeinden und Gemeindeverbände als Träger von Maßnahmen zur Verbesserung der wirtschaftlichen Infrastruktur sein. Wichtige Voraussetzungen für den Erhalt von Zuwendungen sind:

- Schaffung oder Sicherung von Dauerarbeitsplätzen in Betriebsstätten der gewerblichen Wirtschaft, deren überwiegender Umsatz (zu mehr als 50 %) überregional erzielt wird oder
- für die Entwicklung des Fremdenverkehrs erforderliche Maßnahmen zur Verbesserung der touristischen Infrastruktur.

Eine Förderung von Unternehmen des Fremdenverkehrs erfolgt nur für Vorhaben in Gebieten mit einer touristischen Präferenz. Diese Präferenz ist gegeben für:

- a) Harz (siehe 6.3), Altmark (siehe 6.1), Weinregion Saale-Unstrut (siehe 6.4), Dessau-Wörlitzer Gartenreich (siehe 6.2), Dübener Heide,

Colbitz-Letzlinger Heide, Fläming und Drömling (siehe 5.2.1)

- b) Kur- und Erholungsorte (siehe 5.3)
- c) Orte mit Bauwerken der Straße der Romanik (siehe 7.2, 7.3)
- d) Modellorte des Fremdenverkehrs
- e) Orte in denen bedeutende Barockmusiker gewirkt haben (siehe 7.5)
- f) Orte mit Gustav-Adolf-Gedenkstätten
- g) Orte, die im Rahmen der Konzeption „Blaues Band“ in die erste und zweite Priorität eingestuft wurden (siehe 7.6)
- h) Orte mit Sportanlagen von internationaler Bedeutung
- i) Orte mit Lutherstätten (siehe 7.4)

Nach der Wiedervereinigung flossen 7,6 Mrd. DM (91 %) der für die Tourismusförderung bewilligten GA-Mittel zwischen 1990 und 1998 in die neuen Bundesländer (ohne Berlin). Auf den Tourismussektor entfiel damit ein Anteil von 11,6 % der insgesamt bewilligten GA-Mitteln in Höhe von 65,9 Mrd. DM.⁵¹

Ein Großteil der bewilligten GA-Mittel innerhalb des Tourismussektors wurde in den Jahren 1991 bis 1996 im Infrastrukturbereich eingesetzt (fast 80 %), da hier ein erhöhter Nachhol- und Nachfragebedarf lag. Hier ist eine deutlich andere Prioritätensetzung erkennbar als bei den Förderaktivitäten außerhalb des Tourismussektors, wo lediglich etwa 23 % der bewilligten GA-Mittel in den Infrastrukturbereich flossen.⁵²

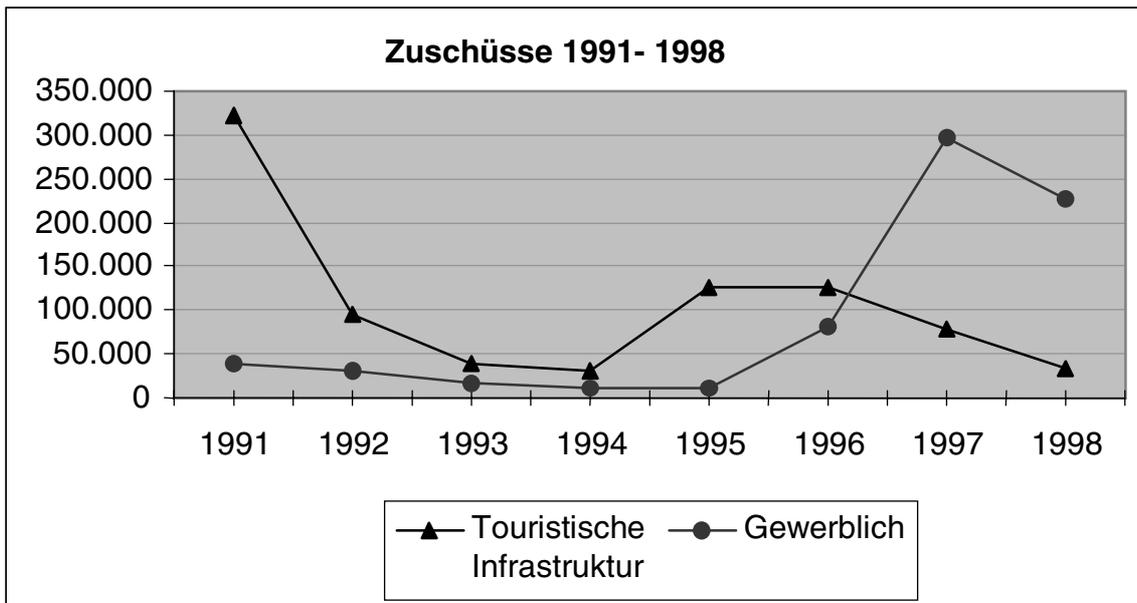
Abb.4-7: Tourismusförderung in Sachsen-Anhalt im Rahmen der Gemeinschaftsaufgabe 1991 - 1998⁵³

| Insgesamt | Touristische Infrastruktur | Gewerblich |
|-------------------------|----------------------------|------------|
| Vorhaben | 527 | 741 |
| Gesamtinvestition (TDM) | 1.281.283 | 2.500.621 |
| davon förderungsfähig | 1.154.504 | 2.349.040 |
| Zuschuss | 852.399 | 711.110 |

⁵¹ Ostdeutscher Sparkassen- und Giroverband, 1999, 56-59

⁵² Institut für Strukturpolitik und Wirtschaftsförderung Halle-Leipzig e.V., 1998, 74

⁵³ Es ist zu beachten, dass aufgrund der Umstellung der Förderkriterien der Zeitraum von 1991-1995/96 nicht mit den späteren Jahren vergleichbar ist.



Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an das Ministerium für Wirtschaft und Technologie des Landes Sachsen-Anhalt

Die Analyse der Investitionsförderung im Rahmen der Gemeinschaftsaufgabe im Zeitraum von 1991 bis 1996 zeigt eine starke räumliche Konzentration des Fördermitteleinsatzes im Tourismussektor und damit eine ausgeprägte Orientierung an den gegebenen regionalen bzw. lokalen touristischen Potenzialen (vgl. 4.2, 6.):

- In der **Harzregion** ist das gesamte an der westlichen Landesgrenze gelegene Gebiet zwischen Ilsenburg und Stolberg durch hohe Investitionsaktivitäten im Tourismusbereich gekennzeichnet. Nach Osten hin, im Harzvorland, nimmt die Investitionsdichte allmählich ab.
- Im östlichen Teil Sachsen-Anhalts weist eine Reihe von Gemeinden in der **Dübener Heide** und dem **Dessau-Wörlitzer Gartenreich** hohe Investitionsaktivitäten auf.
- Im südlichen Landesteil mit der **Weinregion Saale-Unstrut** bilden die Gemeinden mit hohen Pro-Kopf-Investitionen im Tourismussektor ein weniger kompaktes Gebiet. Ein ähnliches Bild ergibt sich im nördlichen Landesteil.
- Auch in der **Altmark** sind es nur einige ausgewählte, oftmals auch benachbarte Gemeinden, in denen tourismusrelevante Investitionen konzentriert vorkommen.

5. Geschäftsfelder des Tourismus in Sachsen-Anhalt

Im Folgenden können nur die bedeutendsten und bisher am weitesten ausgebauten Geschäftsfelder des Tourismus in Sachsen-Anhalt vorgestellt werden. Im Vorgriff darauf werden wichtige Entwicklungen im Reiseverhalten der Deutschen themenartig dargestellt und anhand von Einflüssen und Konsequenzen auf den Tourismus im Land Sachsen-Anhalt erläutert.

- **Die Reiseerfahrung nimmt immer weiter zu.** Folglich wachsen die Ansprüche an die Zielgebiete. Die Entwicklung weist auf einen immer stärkeren Konkurrenzkampf hin, in dessen Folge es in Sachsen-Anhalt darauf ankommen wird, nicht nur die touristisch interessanten Einrichtungen attraktiv zu gestalten, sondern auch das Umfeld in Form von Gastronomie, Beherbergung, Stadtbild etc. überall auf ein wettbewerbsfähiges Niveau zu bringen. Es ist notwendig, eine ansprechende Servicequalität in der gesamten Dienstleistungskette des Reisens anzubieten.

- **Erlebnisse und Events sind wichtig.** Reisen mit der Möglichkeit, besondere Erlebnisse vermittelt zu bekommen, sind besonders gefragt. Reisen zu Veranstaltungen (Events) werden weiterhin Wachstumschancen nachgesagt. Da die Zahl der konkurrierenden Veranstaltungen jedoch zunimmt, muss auf eine ansprechende Inszenierung der Veranstaltungen Wert gelegt werden.⁵⁴ In Sachsen-Anhalt sollten Angebote auf diesem Sektor intensiviert werden. Zahlreiche Kulturgüter des Landes bilden eine breite Basis für kulturelle Ereignisse, was bereits mit Veranstaltungen zu Luther oder dem MDR-Musiksommer in Orten an der Straße der Romanik unter Beweis gestellt wurde. Außerdem besitzt das Land z.B. mit Ferropolis eine einmalige Veranstaltungsstätte, mit

der eine Abhebung von den übrigen deutschen Angeboten gut möglich erscheint. Ebenfalls ein gutes Potenzial kann u.a. der Motopark Oschersleben besitzen.

- **Ausflüge in die Umgebung zählen zu den bedeutendsten Urlaubsaktivitäten.**

Daher ist es besonders wichtig, die Potenziale der Umgebung in die Vermarktung jeder Stadt und Region einzubeziehen. Ein marktfähiges Angebot kann nur durch Kooperationen auf allen Ebenen gewährleistet werden. Dem "Kirchturmdenken" ist eine klare Absage zu erteilen.

- **Größere Wachstumschancen bestehen für den Cluburlaub und für All inclusive-Angebote.**

Clubangebote gibt es in Sachsen-Anhalt nicht. In Mecklenburg-Vorpommern öffnet der Robinson Club Fleesensee im Frühjahr 2000. Das Konzept des Planet Harz hätte einen Kontrapunkt zu diesem Angebot beinhaltet. Sachsen-Anhalt würde ein Club-Angebot durchaus vertragen.

- **Der Reisemarkt wächst durch Mehrfachreisen (Zweit- und Drittreisen).**

Diese sind meist Kurzreisen. Das „Monopol der Nähe“ kommt dem Deutschlandtourismus zugute und damit auch dem durch Verkehrsinfrastruktur (Straßen/Bahn) gut erschlossenen Reiseland Sachsen-Anhalt. Da sich viele Gebiete Sachsens-Anhalts erst noch als Urlaubsziel etablieren müssen, erhalten diese Reisen ihre strategische Bedeutung, da sie sich als „Schnupperreisen“ ausgezeichnet eignen. Das Landesmarketing muss darauf abstellen. Beispiele für Entfernungen und Zeiten zu deren Überwindung zeigt die folgende Übersicht und unterstreicht die relativ günstige Lage Sachsens-Anhalts innerhalb von Deutschland.

Abb. 5-1: Anreise von deutschen Großstädten nach Magdeburg und Halle

| Stadt | Entfernung (km) nach Magdeburg | Fahrzeit (Bahn) in Std. nach Magdeburg | Entfernung (km) nach Halle | Fahrzeit (Bahn) in Std. nach Halle |
|----------------|--------------------------------|--|----------------------------|------------------------------------|
| Berlin | 150 | 1:30 | 175 | 2:00 |
| Dortmund | 350 | 3:30 | 375 | 4:30 |
| Dresden | 240 | 2:40 | 145 | 1:50 |
| Düsseldorf | 420 | 4:20 | 440 | 5:15 |
| Frankfurt/Main | 430 | 3:40 | 400 | 4:00 |
| Hamburg | 280 | 3:00 | 425 | 3:45 |
| Hannover | 145 | 1:30 | 235 | 2:15 |
| München | 530 | 6:00 | 445 | 5:45 |

⁵⁴ Opaschowski, 1997

- **Zielgruppenbildung, Spezialisierung und Themenorientierung sind notwendig**

Die Kundenorientierung der Tourismusunternehmen wird besser, die Reiseprodukte werden spezialisierter, und die Ausrichtung der Angebote erfolgt immer häufiger an Themen, die wiederum für bestimmte Gäste besonders geeignet sind. Hier ist das Landesmarketing auf dem richtigen Weg, da über Jahresthemen immer wieder bestimmte Schwerpunkte in Sachsen-Anhalt in den Mittelpunkt gerückt und gefördert werden, die dann in das stetige Marketing für das Reiseland „eingebaut“ werden können (vertiefend 7.). In den Regionen erweist sich im Hinblick auf diese Entwicklung der Herausarbeitung von Schwerpunktthemen das Harz-Marketing als zukunftsweisend (siehe 6.3).

Bezugnehmend auf die Potenziale im Land werden im Folgenden unter den großen Überschriften

- Kultur,
- Natur und
- Gesundheit

relevante Geschäftsfelder für den Sachsen-Anhalt-Tourismus herauskristallisiert.⁵⁵

5.1 Kultur

Kultur im Aufwind

Mit der wachsenden Freizeit der Deutschen hat neben anderen Beschäftigungen auch das Interesse an Kultur eine neue Dimension erhalten. War das kulturelle Interesse früher vor allem von Bildungsmotiven bestimmt, so besteht heute eher eine Freizeitkultur mit Schwerpunkten auf Unterhaltung, Geselligkeit und Erlebnis. Beispielsweise dominierte kulturell in Deutschland bis in die 70er Jahre hinein das traditionelle Theater mit wechselnden Spielplänen, auf denen überwiegend klassische Schauspiele, Operetten und Opern standen. Heute werden zusätzlich zu den traditionellen Theaterformen immer neue kulturelle Angebote kreiert, von denen sich insbesondere die großen, standortfesten Musical-Produktionen enormen Zulaufs erfreuen. Außerdem sind es Veranstaltungen und Ereignisse („Events“), die das kulturelle Interesse der Bevölkerung hervorrufen.

Mit dieser Entwicklung hat sich die Einstellung gewandelt, Kultur sei ein reines Zuschussgeschäft. Sicher bedürfen traditionelle, aber für das kulturelle Spektrum eines Landes wichtige Kulturein-

richtungen weiterhin der Subventionen des Staates, aber mit der wachsenden Kulturnachfrage und der Professionalisierung der Angebote arbeiten immer mehr Kulturanbieter wirtschaftlich.⁵⁶ Die Kulturwirtschaft, zu der auch der Kulturtourismus⁵⁷ gezählt werden kann, entwickelt sich zu einem bedeutenden Faktor der Dienstleistungswirtschaft.

Grundlegendes zum Kulturtourismus in Deutschland

Mit Kulturtourismus werden alle Reisen bezeichnet, denen als Reisemotiv schwerpunktmäßig kulturelle Aktivitäten zu Grunde liegen.

Arten von Kulturreisen:

- Studienreisen
- Sprachreisen
- Museumsreisen
- Musicalreisen
- Theaterreisen
- Eventreisen
- Städtereisen (soweit sie Kulturgüter betreffen)⁵⁸

Neben **Studienreisen** auf der Straße der Romanik sind für Sachsen-Anhalt insbesondere **Städtereisen** mit Ausflugsmöglichkeiten zu Kulturgütern sowie Eventreisen von Bedeutung. Veranstaltungen (neudeutsch „Events“), also speziell inszenierte oder exponierte Veranstaltungen von begrenzter Dauer und einem gewissen Charakter der Einmaligkeit, bieten eine Fülle unterschiedlichster Reiseanlässe. Dazu zählen z.B. Konzerttourneen, Stadtfeste oder auch Musik-Festivals (vertiefend 7.5).⁵⁹

An der Erstellung kulturtouristischer Leistungen sind viele, sehr unterschiedliche Leistungsträger beteiligt. Nur aus einer engen Kooperation all dieser Anbieter können die Bedürfnisse der Touristen befriedigt und damit der größtmögliche gesamtwirtschaftliche Effekt erzielt werden.

- Beherbergungsbetriebe
- Verkehrsträger
- Reiseleiter
- Stadtführer
- Sehenswürdigkeiten mit ihrer Verwaltung
- Museen
- Theater
- Musical-Unternehmen
- Festival-Veranstalter
- Bildungseinrichtungen (Sprachschulen etc.)⁶⁰

Dies ergibt sich aus den vielfältigen kulturellen Aktivitäten, die Kultururlauber ausüben.

⁵⁵ Vertiefende Aussagen sind in den in 8.2.2 aufgeführten Untersuchungen zu finden.

⁵⁶ Opaschowski, 1995, 198

⁵⁷ Vertiefende Aussagen sind in den in 8.2.2.1 aufgeführten Untersuchungen zu finden.

⁵⁸ Dreyer, 1996a, 25ff.

⁵⁹ Freyer, 1998b, 18ff.

⁶⁰ Dreyer, 1996a, 34ff.

Abb. 5-2: Rangliste kultureller Aktivitäten von Touristen 1996

| Platz | Kulturelle Aktivität | Ausgeübt (Reisende insgesamt) |
|-------|---|----------------------------------|
| 1 | Einkaufsbummel machen | 91,4 % |
| 2 | Besuch von Märkten | 81,9 % |
| 3 | Musik hören | 76,6 % |
| 4 | Stadtrundfahrten /-führungen | 66,1 % |
| 5 | Ein gutes Buch lesen | 64,7 % |
| 6 | Besuch von historischen Gebäuden / Kirchen | 64,4 % |
| 7 | Besuch von kulturhistorischen Landschaften | 46,9 % |
| 8 | Volksfeste | 45,0 % |
| 9 | Besuch von Heimatmuseen | 44,0 % |
| 10 | Besuch von folkloristischen Veranstaltungen | 37,0 % |
| 11 | Besuch von Ausstellungen | 36,1 % |
| 12 | Besuch von archäologischen Stätten | 34,6 % |
| 13 | Teilnahme an Weinfesten, -proben, -lese | 33,9 % |
| 14 | Besuch von Kunstmuseen | 32,8 % |
| 15 | Besuch von Theater, Oper, Musicals | 19,4 % |
| 16 | Besuch technischen Museen | 17,0 % |
| 17 | Kinobesuch | 16,8 % |
| 18 | Besuch von Festspielen | 15,6 % |
| 19 | Besuch von klassischen Konzerten | 14,1 % |
| 20 | Selbst kreativ sein (malen, zeichnen...) | 12,1 % |
| 21 | Besuch von Rock- / Popkonzerten | 11,0 % |
| 22 | Selbst musizieren | 8,1 % |

Quelle: Vgl. N.I.T., 1998; F.U.R., Reiseanalyse 96

Die Bandbreite der Aktivitäten verdeutlicht, dass es sich beim Kulturtourismus nicht um einen kurzzeitigen, vorübergehenden Trend handelt, sondern dass kulturelle Aktivitäten vielmehr in nahezu jeder Urlaubsform zu finden sind. Für Sachsen-Anhalt ist das insofern bedeutsam, als auch der ländliche Tourismus über das Naturerlebnis hinaus vom kulturellem Interesse der Touristen profitieren kann (siehe 5.2.2, 6.1).

Zielgruppen und Reisemotive

Wesentliche Merkmale der Kern-Zielgruppen des Kulturtourismus im klassischen Verständnis sind höhere Beamte, Freiberufler und leitende Angestellte mit Abitur oder Hochschulabschluss und einem Haushaltsnettoeinkommen von über DM 5.000.⁶¹ Aber eine um sich greifende Angebotsdifferenzierung erschließt immer neue Zielgruppen.

Beispielsweise verkauft der Studienreise-Marktführer Studiosus (München) jährlich einige tausend Reisen aus seinem Programm „Young line“ an unter 30-Jährige.⁶² Legt man ein breites Kulturverständnis zu Grunde (Alltagskultur), dann zählen auch viele Jugendliche und jüngere Erwachsene, die Musik-Festivals besuchen, zu Kulturreisenden. Hier besteht ein Zukunftspotenzial für Sachsen-Anhalt.

Selbst Kundenkreise, die nicht spontan den Kulturreisenden zugerechnet werden, werden inzwischen im Zuge eines Trends zu immer stärkerer Differenzierung der Marktsegmente und einer immer größeren Spezialisierung erschlossen. So erhalten Familien durch Angebote für Kinder Zugang zu dieser Reiseform. Kindermuseen (Fulda, Duisburg) sind ein Beispiel dafür; in Sachsen-Anhalt besteht in der Angebotsstruktur noch Nachholbedarf.

Abb. 5-3: Kultur als Urlaubsaktivität der Deutschen 1994-1997

| Urlaubsreisende in %, die die jeweilige Aktivität ausübten | 1994 | 1995 | 1996 | 1997 |
|--|------|------|------|------|
| Kulturelle Veranstaltungen | 28 | 31 | 30 | 30 |
| Besichtigungen, Ausflüge, Bummeln | 58 | 67 | 67 | 65 |

Quelle: Vgl. N.I.T., 1998; F.U.R., Reiseanalyse 96

⁶¹ Lohmann, 1999, 70

⁶² Dreyer, 1996a, 32 und Kappl, 1999, 71, 136

Abb. 5-4: Kultururlaub der Deutschen 1992-2001

| Angaben in % der Bevölkerung, die in den letzten 3 Jahren eine Kulturreise unternahm | Januar 1992 | Januar 1998 | Januar 2001 |
|--|-------------|-------------|-------------|
| | 2,7 % | 3,9 % | 4,8 % |

Quelle: Vgl. N.I.T., 1998; F.U.R., Reiseanalyse 91 und 98, für 2001 Schätzung

Abb. 5-5: Soziodemographische Daten der Kultururlauber 1996

| | Urlaubsmotiv Kultur |
|---|---------------------|
| Bevölkerung | 18 % |
| Reisende 1996 | 20 % |
| Alter | |
| 14 – 29 Jahre | 20 % |
| 30 – 39 Jahre | 16 % |
| 40 – 59 Jahre | 21 % |
| 60 + Jahre | 15 % |
| Einkommen (monatlicher Haushalt, netto) | 14 % |
| 3.000 DM | 18 % |
| 3.000 – 5.000 DM | 25 % |
| 5.000 + DM | |
| Schulbildung | |
| Hauptschule | 13 % |
| Realschule | 18 % |
| Abitur / Universität | 29 % |
| Herkunft | |
| West | 18 % |
| Ost | 19 % |
| Angaben in % der jeweiligen Zielgruppe | |

Quelle: Vgl. N.I.T., 1998; F.U.R.; Reiseanalyse 96

5.1.1 Kulturtourismus

Die Vielfalt der kulturhistorischen Zeugnisse gibt Sachsen-Anhalt die Chance, interessierte Reisende anzuziehen. Gleichzeitig fordert sie aber auch dazu heraus, dem Kulturtourismus in Sachsen-Anhalt ein eindeutiges Profil zu geben. Als ein Kernland der deutschen Geschichte, mit Baudenkmalern von herausragendem Rang aus nahezu jeder Epoche gesegnet, zugleich Heimat einer Fülle wichtiger Größen der deutschen Musik, Literatur und Wissenschaft, ist Sachsen-Anhalt ein spannendes Lehrbuch der Architekturgeschichte wie auch eine bis heute lebendige Bühne reichen Geisteslebens (siehe 7.).

Dieser Schatzkammer deutscher Geschichte ist mit der „Straße der Romanik“ (7.2) in den vergangenen Jahren ein roter Faden gegeben worden, an dem entlang sich die Sehenswürdigkeiten und Besonderheiten im ganzen Land darstellen und erfahren lassen. Der Kulturreisende findet neben

den Zeugnissen der Romanik herausragende gotische Dome, eine Fülle von Burgen und Schlössern, mittelalterliche Fachwerkstädte - das beste Beispiel ist Deutschlands wichtigstes Flächen- und Denkmal, das Harzstädtchen Quedlinburg, das von der UNESCO als Weltkulturerbe anerkannt ist (siehe 5.1.2) - oder auch das Dessauer Bauhaus als eine Wiege der Architektur dieses Jahrhunderts. Erfolgversprechend ist darüber hinaus der Kulturtourismus auf den Spuren der industriellen Vergangenheit.

Zahlreiche Zeugnisse werden aufbereitet und bieten den Touristen Einsichten, die sie anderswo kaum oder gar nicht erhalten können, denkt man nur an die ehemaligen Bergbaugebiete über und unter Tage sowie an die Harzer Schmalspurbahnen (siehe 5.1.3).

Beispielhaft wird anhand einiger Stiftungen und eines Überblicks über die Museumslandschaft gezeigt, wie kulturelle Sehenswürdigkeiten im Lande gepflegt und entwickelt werden (siehe 6. und 7.).

Stiftung Schlösser, Burgen und Gärten und Domstiftung des Landes Sachsen-Anhalt

Die Stiftung Schlösser, Burgen und Gärten des Landes Sachsen-Anhalt wurde 1996 als rechtsfähige Stiftung des öffentlichen Rechts mit Sitz im Schloss Leitzkau errichtet. Zweck der Stiftung ist es, bedeutsame Liegenschaften sowie bewegliche Kunst- und Kulturgüter in Sachsen-Anhalt zu verwalten. Hierzu gehört die bauliche Betreuung der Liegenschaften sowie die Erhaltung und konservatorische Begleitung der beweglichen Kunst- und Kulturgüter. Sie sollen der Öffentlichkeit zugänglich gemacht oder einer ihrer Bedeutung gerecht werdenden Nutzung zugeführt werden. Das Grundvermögen besteht aus den Grundstücken einschließlich des gesetzlichen Zubehörs, welche vom Land als Stiftungsvermögen eingebracht wurden.

Abb. 5-6 Burgen und Schlösser der Stiftung Schlösser, Burgen und Gärten des Landes Sachsen-Anhalt 1999

- Burg Falkenstein
- Jagdschloss Letzlingen
- Konradsburg
- Eckartsburg
- Moritzburg Halle
- Schloss Bernburg
- Schloss Goseck
- Schloss Köthen
- Schloss Leitzkau
- Schloss Neuenburg
- Schloss Plötzkau

Aufgabe der ebenfalls 1996 gegründeten Domstiftung ist es, die sakralen Baudenkmale, die dem Land zugeordnet und von diesem in das Stiftungsvermögen

vermögen der Domstiftung eingebracht wurden, zu unterhalten und öffentlich zugänglich zu machen.

Abb. 5-8: Wichtige Klosteranlagen Sachsen-Anhalts

- Arendsee
- Ilsenburg
- Michaelstein
- Hamersleben
- Jerichow
- Magdeburg
- Hadmersleben
- Gernrode
- Memleben

Museen in Sachsen-Anhalt

Allein im Museumsverband Sachsen-Anhalt sind 204 Museen und museumsähnliche Einrichtungen zusammengeschlossen. Die grundlegenden Museumsaufgaben bestehen im Sammeln, Bewahren, Forschen und Bilden.⁶³ Allerdings wandelt sich das Museumsmanagement derzeit im Hinblick auf eine Verstärkung der Ausstellungstätigkeit und die Ausgestaltung einer Event-Kultur. Mit deren Hilfe sollen immer wieder neue Anreize für Besuche geschaffen werden.⁶⁴ Für die sachsen-anhaltinischen Einrichtungen wird es um die verstärkte Mitgestaltung dieser Entwicklung gehen; einerseits, um trotz zurückgehender öffentlicher Gelder im Wettbewerb zu bestehen, und andererseits, um Übernachtungsgästen und Tagesausflüglern neue Impulse zu geben. Eine enge Abstimmung zwischen Museumsleuten, Touristikern, Hoteliers und Musikveranstaltern ist hierbei Voraussetzung.

Abb. 5-7: Dome Sachsen-Anhalts mit Besucherzahlen 1998

| Ort | Name | Besucher 1998 |
|--------------|--|---------------|
| Stendal | St. Nikolaus | |
| Halberstadt* | St. Stephanus | 80.872 |
| Quedlinburg | Stiftskirche St. Servatius | 116.183 |
| Naumburg | St. Peter und Paul | 152.857 |
| Zeitz | St. Peter und Paul | |
| Havelberg* | St. Marien | 36.087 |
| Magdeburg* | St. Mauritius und St. Katharina | |
| Halle* | Dom (Neues Stift) | |
| Merseburg | St. Johannes der Täufer und St. Laurentius | 15.040 |

* Dome der Domstiftung Sachsen-Anhalt

⁶³ Becker/Höcklin, 1996, 309

⁶⁴ Wolber, 1999, 136

Abb. 5-9: Museumslandschaft Sachsen-Anhalt 1997

| Museumsart | Museen insgesamt | Anzahl der Museen mit Besuchsangaben | Anzahl der Ausstellungen 1997 | Anzahl der Besuche 1997 |
|--|------------------|--------------------------------------|-------------------------------|-------------------------|
| Volkskunde und Heimatkundemuseen | 96 | 79 | 196 | 519.163 |
| Kunstmuseen | 11 | 10 | 56 | 186.955 |
| Schloss- und Burgmuseen | 12 | 11 | 61 | 567.285 |
| Naturkundliche Museen | 13 | 10 | 13 | 474.658 |
| Naturwissenschaftliche und technische Museen | 22 | 21 | 37 | 382.664 |
| Historische und archäologische Museen | 16 | 12 | 17 | 169.820 |
| Sammelmuseen mit komplexen Beständen | 2 | 1 | 8 | 16.349 |
| Kulturgeschichtliche Spezialmuseen | 27 | 24 | 53 | 404.649 |
| Mehrere Museen in einem Museumskomplex | 5 | 5 | 29 | 138.618 |
| Gesamt | 204 | 173 | 470 | 2.860.161 |

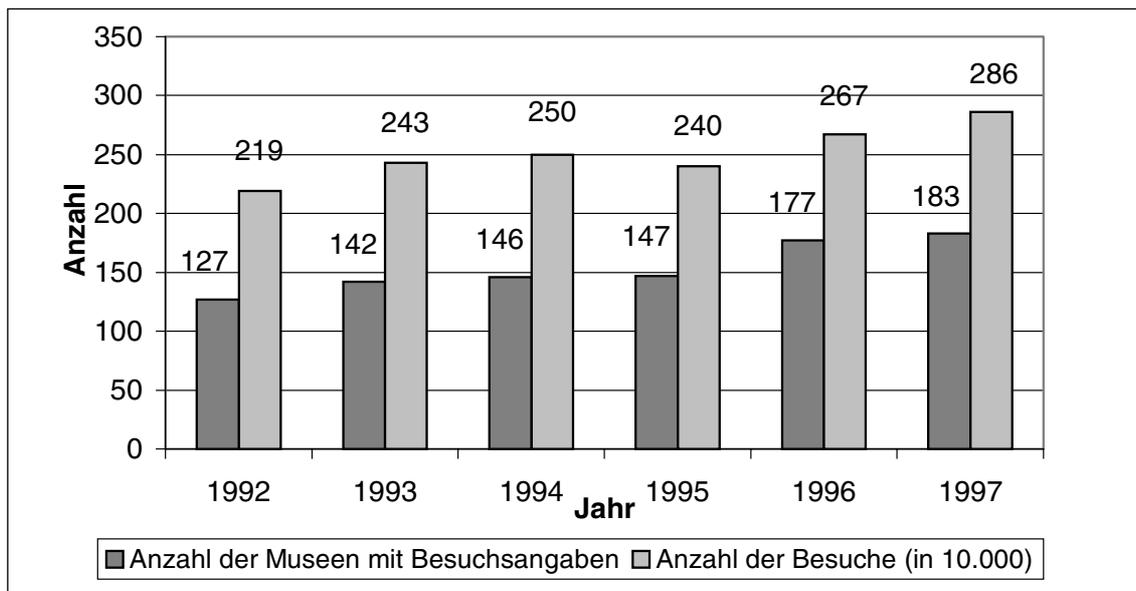
Quelle: Museumsverband Sachsen-Anhalt e.V., 10/1999

Abb. 5-10: Entwicklung der Museumsbesuche⁶⁵ in Sachsen-Anhalt 1992-1997

| Jahr | Angeschriebene Museen | Anzahl der Museen mit Besuchsangaben | Anzahl der Ausstellungen | Anzahl der Besuche |
|------|-----------------------|--------------------------------------|--------------------------|--------------------|
| 1992 | 138 | 127 | 364 | 2.190.448 |
| 1993 | 159 | 142 | 380 | 2.427.324 |
| 1994 | 164 | 146 | 405 | 2.495.649 |
| 1995 | 169 | 147 | 437 | 2.397.112 |
| 1996 | 200 | 177 | 479 | 2.674.890 |
| 1997 | 204 | 183 ⁶⁶ | 470 | 2.860.161 |

Quelle: Institut für Museumskunde, 10/1999

Abb. 5-11: Museenzahlen und Besuchszahlen in Sachsen-Anhalt 1992-1997



Quelle: Institut für Museumskunde, 10/1999

⁶⁵ Die Zahl der aufgeführten Museen hat sich in den letzten Jahren deutlich erhöht. Dies ist allerdings nicht darauf zurückzuführen, dass es so viele Neugründungen gegeben hat, sondern nach und nach wurden vom Institut für Museumskunde in Berlin, das die Statistiken erstellt, auch kleine und kleinste Einrichtungen erfasst. Hagedorn-Saupe, Fax des Instituts für Museumskunde, 11.10.1999.

⁶⁶ Hier liegen divergierende Angaben vom Institut für Museumskunde und dem Museumsverband vor.

Wirtschaftliche Bedeutung des Kulturtourismus

Die Vermarktung des kulturtouristischen Potenzials in Sachsen-Anhalt besitzt wirtschaftspolitische Vorteile, und gewichtige Argumente sprechen für den Aufbau langfristiger kulturtouristischer Projekte.⁶⁷

Erstens müssen beim Kulturtourismus die primären Angebote nicht erst mit hohem finanziellen Aufwand geschaffen und auf dem Produktmarkt eingeführt werden. Es kann auf den kulturellen Bestand, auf Bauten, Stadtkerne, Brauchtum, Kirche etc., zurückgegriffen werden („endogenes Potenzial“). In der Nutzen-Kosten-Rechnung des Kulturtourismus kann auf der Habenseite verbucht werden, dass Sanierungsmaßnahmen nicht nur den Touristen, sondern auch der Wohnbevölkerung zugute kommen.

Zweitens wird durch die Darstellung der kulturellen Traditionen ein nicht zu unterschätzender Beitrag zur positiven Imagebildung des Landes geleistet. Und dieses kulturelle Erscheinungsbild beeinflusst nicht nur die Reiselust, sondern auch die Ansiedlungspolitik von Industrie- und Dienstleistungsbetrieben. Drittens besitzen Kulturreisende in der Regel eine höhere Kaufkraft als sonstige Touristen, weshalb ein bedeutender Beitrag zur Steigerung der Wertschöpfung geleistet werden kann.

Viertens ist der Kulturtourismus einer der bedeutendsten Bestandteile des sanften Tourismus. Durch seine Tendenz zur räumlichen Verteilung der Besucher auf viele Orte einer Region und der zeitlichen Verteilung der Besucher über das ganze Jahr hinweg (Tendenz zur Verlängerung der Hauptsaison) werden die Überlastungerscheinungen eines Massentourismus vermieden. Ausnahmen existieren auch hier. So muss z.B. versucht werden, dem Andrang in den Harzorten Quedlinburg oder Wernigerode durch eine bessere regionale Vermarktung weniger frequentierter Städte entgegenzuwirken.

Fünftens muss der wirtschaftspolitisch tragende und momentan äußerst angespannte Arbeitsmarkt bei der Konzeption von Kulturprojekten angesprochen werden. Direkt entstehen durch den Tourismus zusätzliche Beschäftigungsmöglichkeiten, die vom Musiker bis zum Stadtführer reichen.

In Sachsen-Anhalt kann sich mittelfristig ein Kulturtourismus entwickeln, der den Bewohnern wie den Besuchern faszinierende Einblicke gewährt, der zur wirtschaftlichen Konsolidierung des Landes beiträgt und der einen geistigen und kulturellen Fortschritt verspricht. Voraussetzung dafür sind ein intensives und kontinuierliches Engagement, Kreativität und Professionalität vor Ort sowie der Austausch und die Kooperation der unterschiedlichen betroffenen Institutionen.

Abb. 5-12: Chancen bei der Entwicklung des Kulturtourismus in Sachsen-Anhalt

- Steigende Nachfrage
- Zunehmende Bedeutung von kulturellen Events
- Nutzung des endogenen Potenzials
- Kultur ist ein touristisch bedeutender Wirtschaftsfaktor für Städte
- Kultur ist positiv besetzt (=> Imageverbesserung)
- Indoor-Aktivitäten (Museen etc.) bedeuten Wetterunabhängigkeit (=> Saisonverlängerung)
- Überdurchschnittliche Ausgabebereitschaft von Kulturtouristen
- Erhalt von Kultureinrichtungen
- Verbesserte Kulturangebote für Einheimische
- Schaffung von qualifizierten Arbeitsplätzen (=> Dienstleistungsstandort)
- Zahlreiche Alleinstellungsmerkmale in Sachsen-Anhalt vorhanden: Straße der Romanik, Luther's Land, Stätten des Weltkulturerbes etc.

5.1.2 Städtetourismus

Städtetourismus in Sachsen-Anhalt⁶⁸ findet zur Zeit vor allem in Form von Geschäftsreisen statt. Die Potenziale des Landes lassen auch eine positive Entwicklung der privaten Städtereisen erwarten, die besonders in den Harzstädten schon heute ein bedeutendes Marktsegment darstellen. Allerdings ist es dafür notwendig, die Bedürfnisse der potentiellen Besucher zu kennen und im Marketing auf sie einzugehen.

⁶⁷ Von Kultus- und Wirtschaftsministerium Sachsen-Anhalt gemeinsam wird 2000 ein Kulturwirtschaftsbericht vorgelegt werden.

⁶⁸ Vertiefende Aussagen sind in den in 8.2.2.1 aufgeführten Untersuchungen zu finden.

Abb. 5-13: Wichtige Anforderungen der Besucher an Städtereise-Ziele 1995

| Platz | Erwartetes Angebot | % |
|-------|-------------------------------------|----|
| 1 | Sehenswertes Umland | 90 |
| 2 | Stadtbild, Bauwerke, Architektur | 80 |
| 3 | Zoo und botanische Gärten | 76 |
| 4 | Geschichtliche Bedeutung | 71 |
| 5 | Museen von internationalem Standard | 71 |
| 6 | Konzert, Oper, Theater | 67 |
| 7 | Musicals | 64 |
| 8 | Attraktive Einkaufsmöglichkeiten | 64 |
| 9 | Einmalige Großveranstaltungen | 62 |
| 10 | Außergewöhnliche Ausstellungen | 60 |

Quelle: DWIF-Repräsentativbefragung, 1995

Der Wunsch nach einem sehenswertem Umland erscheint auf den ersten Blick widersprüchlich für einen Städtebesuch, korrespondiert jedoch mit dem allgemeinen Wunsch nach Ausflugszielen in erreichbarer Nähe. Das wiederum ist im Zusammenhang mit den Bedürfnissen nach Abwechslung und neuen Entdeckungen zu sehen. Neben den touristischen Grundvoraussetzungen Sicherheit und gute verkehrstechnische Erreichbarkeit⁶⁹ folgen daraus für die Tourismusverantwortlichen drei grundlegende Aspekte:

1. Das Angebot von Ausflugszielen gehört zum festen Bestandteil von Städtereiseprodukten
2. Zur Sicherstellung attraktiver Angebote ist eine enge Kooperation benachbarter Städte unabdingbar.
3. Events müssen Bestandteil des Kulturangebots sein.

Städtereisen sind selten reine Kulturreisen. Vielmehr entscheidet der Abwechslungsreichtum über den touristischen Erfolg, der auf die vereinfachte Formel gebracht werden kann:

$$\text{Städtetourismus} = \text{Kultur} + \text{Shopping} + \text{Ausflüge}$$

In Bezug auf die genannten Bedürfnisse der Touristen haben die sachsen-anhaltischen Städte einiges zu bieten. Stadtbild, Bauwerke und Architektur sind z.B. in den vier Städten Sachsen-Anhalts hervorzuheben, in denen sich von der UNESCO anerkannte Weltkulturgüter befinden. Die Weltkulturgüter Deutschlands arbeiten in der „Werbegemeinschaft der UNESCO-Weltkulturgüter in Deutschland“ zusammen. Außerdem besitzen andere Städte, die durch das Bundesprogramm Städtebaulicher Denkmalschutz abgedeckt werden, eine hohe touristische Attraktivität.

Abb. 5-14: UNESCO-Weltkulturgüter in Sachsen-Anhalt und im Harz 1999

| | |
|------------------------------|---|
| Quedlinburg | Stadt als Flächendenkmal, Schlossberg mit Stiftskirche St. Servatius, Münzenberg, Wipertikirche |
| Dessau | Bauhaus, Bauhausbauten |
| Lutherstadt Eisleben | Luthergedenkstätten (Geburtshaus, Sterbehäuser) |
| Lutherstadt Wittenberg | Luthergedenkstätten (Lutherhalle, Melanchthonhaus, Stadtkirche, Schlosskirche) |
| Goslar | Altstadt zusammen mit dem Rammelsberg |
| Dessau-Wörlitzer Gartenreich | bei der UNESCO angemeldet |

⁶⁹ Weber, 1996, 52f.

Abb. 5-15: Weitere ausgewählte Städte Sachsen-Anhalts mit städtetouristischem Potenzial

| Stadt | Herausragende Sehenswürdigkeiten |
|------------------|--|
| Bernburg | Schloss |
| Blankenburg | Schloss |
| Freyburg | Neuenburg, Sektkellerei |
| Halberstadt | Dom mit Domschatz, Liebfrauenkirche |
| Halle (Saale) | Stadtgottesacker, Staatliche Galerie Moritzburg, Franckesche Stiftungen, Marktkirche, Händelhaus |
| Havelberg | Dom |
| Köthen | Schloss |
| Magdeburg | Dom, Kloster Unser Lieben Frauen |
| Merseburg | Schloss, Dom mit Grabmal Rudolfs von Schwaben |
| Naumburg (Saale) | Dom |
| Osterwieck | Fachwerkhäuser |
| Salzwedel | Altstadt, Marienkirche |
| Sangerhausen | Rosarium |
| Stendal | Marktplatz mit Rathaus und Marienkirche, Uenglinger Torturm, Dom |
| Stolberg | Rathaus, Josephskreuz |
| Tangermünde | Burg, Stephanskirche, Rathaus |
| Weißenfels | Schlosskirche, Schützhaus |
| Wernigerode | Rathaus und Schloss |

Quelle: In Anlehnung an Eisold, N., DuMont-Kunstreiseführer Sachsen-Anhalt, 1997

Tourismus in Großstädten

Magdeburg

Die Landeshauptstadt Sachsen-Anhalts ist eine wichtige Hafenstadt am Wasserstraßenkreuz von Mittellandkanal und Elbe-Havel-Kanal. Zahlreiche Projekte haben in den letzten Jahren die Attraktivität der Stadt deutlich gesteigert und die Grundlage für ein Wachstum im Städtetourismus gelegt, der bisher maßgeblich durch Geschäftsreisen belebt wird. Dem Bedürfnis nach attraktiven Einkaufsmöglichkeiten trägt Magdeburg mit der neugestalteten Innenstadt Rechnung, deren Einkaufszentren sich sehr gut in das Stadtbild integrieren und gleichzeitig Modernität ausstrahlen.

Bundesgartenschau 1999

Touristisch bedeutsam war insbesondere die Bundesgartenschau (BUGA) 1999, die auch als Landesthema des Tourismus entwickelt wurde. Sie wurde nicht nur als temporäre Veranstaltung verstanden, sondern setzte nachhaltige landschaftliche und städtebauliche Akzente. Nach Schlie-

ßung der BUGA stellt der Elbauen-Park eine dauerhafte Attraktion als überregionaler Freizeit- und Erlebnispark dar. Dabei sind BUGA-Elemente wie der Jahrtausend-Turm und die Seebühne im Zusammenhang mit Privatinvestitionen wie z.B. dem Messegelände und dem Erlebnisbad zu sehen.

Die BUGA stellt das bisher größte Wirtschaftsförderungsprojekt der Region dar. Ungefähr 1 Mrd. DM öffentlicher und privater Investitionen flossen in deren Aufbau, einschließlich notwendiger Straßen- und Brückenbauten, Sanierung der Mülldeponie, Errichtung der Fachhochschulbauten, der Bördelandhalle etc. Es ist davon auszugehen, dass so ca. 500 Arbeitsplätze dauerhaft gesichert bzw. neu geschaffen wurden.⁷⁰

Ein Großteil der BUGA-Besucher ist dem Tagesausflugsverkehr zuzurechnen (11.000 Busse und 270.000 PKW), aber auch der Übernachtungstourismus profitierte von diesem Ereignis. Weitere positive Effekte für den Tourismus sind im Rahmen der Berichterstattung von mehr als 1.000 akkreditierten Journalisten zu verzeichnen.

⁷⁰ Ministerium für Wirtschaft und Technologie, Informationen vom 12.3.1999

Abb. 5-16: Veränderung der Übernachtungen in Magdeburg zur BUGA 1999

| Mai 1999 | Juni 1999 | 1998 / 1999 Jan - Juni |
|----------|-----------|---------------------------|
| + 20,9 % | + 51,7 | + 0,9 % |

Quelle: Deutsche Zentrale für Tourismus e.V., Tourismus in Sachsen-Anhalt, 1999

Abb. 5-17: BUGA Magdeburg 1999 im Zahlenspiegel

| | |
|--------------------------|-----------|
| Besucher insgesamt | 2,3 Mio. |
| Tageskarten | 1,64 Mio. |
| Dauerkarten | 0,45 Mio. |
| Jahrtausendturm-Besucher | 1,5 Mio. |
| Rodelbahngäste | 280.000 |

Quelle: BUGA 1999

Die BUGA 1999 und die Landesausstellung „Otto der Große, Magdeburg und Europa“ 2001, die erste Europa-Ausstellung in den neuen Bundesländern, sind wichtige Events für den Städtetourismus in Magdeburg. Langfristig will sich die Stadt auf die landesweiten touristischen Schwerpunkte „Straße der Romanik“ (Schnitt-, Anfangs- und Endpunkt), „Blaues Band“ (Elbe) und „Gartenträume“ (BUGA, Klosterberge-, Rothenhorn-, Herrenkrugpark) als grüne Stadt an der Elbe konzentrieren.

Halle (Saale)

Die Geburtsstadt des Komponisten Georg Friedrich Händel ist die größte Stadt Sachsen-Anhalts sowie kultureller Mittelpunkt im Süden des Landes. Vielbesucht sind die Händel-Festspiele, die jedes Jahr in Halle stattfinden (vertiefend 7.).

Außerdem sind hier wichtige kulturtouristische Angebote, von denen hier einige erwähnt werden können, zu finden. Gegenüber der Marktkirche befindet sich mit der Marienbibliothek die älteste und größte Kirchenbibliothek in Deutschland. Die Franckeschen Stiftungen und die Universitätsbauten gehören u.a. zu den herausragenden Bildungsbauten des 17. und 18. Jahrhunderts. Die Museumslandschaft reicht vom Landeskunstmuseum Moritzburg bis zum Halloren-Museum, in dem wöchentliche Schauspielen stattfinden. Halle kann in der Zukunft mit seiner Altstadt, den Händelfestspielen (Musikland), der Saale (Blaues Band) und den Gärten (Reichards Garten, Amtsgarten) eine schwerpunktorientierte touristische Entwicklung nehmen.

Dessau

Dessau ist als ehemalige Residenzstadt des Landes Anhalt reich an Traditionen. Oechelhaeuser baute hier die ersten Gasmotoren und Junkers das erste Ganzmetallflugzeug der Welt. Internationale Bedeutung erlangte die Stadt durch das Staatliche Bauhaus, das von Walter Gropius erbaut wurde und als Hochschule für Gestaltung zum Synonym moderner Architektur und Formgestaltung im 20. Jahrhundert avancierte. Dort arbeiteten Künstlerpersönlichkeiten wie Lyonel Feininger, Paul Klee und Wassily Kandinsky. Auch mit dem Kurt-Weill-Festival (siehe 7.5) bietet die Stadt wachsendes touristisches Potential mit internationaler Bedeutung (USA). Die Stadt an der Mulde liegt im Zentrum einer touristischen Schwerpunktregion des Landes, dem Dessau-Wörlitzer-Gartenreich, ist sich dieser Verantwortung bewusst und macht sich diese touristische Bedeutung zu Nutze. Alle drei Bereiche, Dessau-Wörlitz, Bauhaus, Weill haben neben dem deutschsprachigen, im englischsprachigen Raum einen hohen Bekanntheitsgrad.

Abb. 5-18: Städtetourismus in Magdeburg, Halle und Dessau 1998

| | Magdeburg | Halle | Dessau |
|-------------------|-----------|---------|---------|
| Ankünfte | 230.221 | 142.024 | 74.622 |
| Übernachtungen | 395.370 | 239.770 | 129.487 |
| Aufenthaltsdauer | 1,7 | 1,7 | 1,7 |
| Angebotene Betten | 3.849 | 2.546 | 1.329 |
| Auslastung | 27,6% | 24,6% | 27,0% |

Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt 1999

5.1.3 Industrietourismus

Der Industrietourismus⁷¹ ist eine jüngere Ausprägung des Reisens. Er wird verstanden als Tourismus, der motiviert ist durch

- die Beobachtung der Erneuerung und des Strukturwandels in alten Industrieregionen,
- den Besuch historischer industrieller Anlagen und
- den Besuch von Baustellen.

Bei der Vermarktung des Industrietourismus sollte behutsam vorgegangen werden, da dieser zwar durch neue Angebote (Ruhrgebiet, Völklingen, Ilse) an Bedeutung gewinnt, aber (noch) nicht so positiv besetzt ist wie andere Formen des Kulturtourismus. In Sachsen-Anhalt sind besonders die Standorte der EXPO-Korrespondenzregion, erweitert zum Mitteldeutschen Industriepark, sowie die historische Bergbauregion Harz für diese Tourismusform hervorzuheben, da sie eine Reihe von Alleinstellungsmerkmalen Sachsen-Anhalts gegenüber anderen deutschen Reisezielen darstellen.

EXPO-Korrespondenzregion

Zwar denken viele Menschen beim Stichwort EXPO 2000⁷² in erster Linie an Hannover, aber die Sogwirkung der Weltausstellung strahlt auch weit nach Sachsen-Anhalt hinein. Auf Antrag der Landesregierung hat der Aufsichtsrat der EXPO 2000 Hannover GmbH mit dem Städtedreieck Dessau-Bitterfeld-Wittenberg eine der problembehaftetsten Regionen in Deutschland als Korrespondenzregion ausgewählt, deren Industrie mit der Wiedervereinigung einen dramatischen Struktureinbruch erlebte und die ökologische Folgen aus über hundert Jahren Braunkohlebergbau und Chemieindustrie zu bewältigen hat. Veränderungen wie sie sich in dieser Region mit der Vereinigung ergeben haben, werden weltweit in klassischen Industrieregionen beobachtet. Der Unterschied liegt jedoch in der räumlichen Verdichtung und der Geschwindigkeit, mit der diese Veränderungsprozesse hereinbrachen. Vor allem deshalb ist die Region Dessau - Bitterfeld - Wittenberg ausgezeichnet geeignet, das weltweit relevante Thema der EXPO, „Mensch, Natur, Technik“, modellhaft anzupacken, indem der alten Industrieregion ein zukunftsfähiges Profil verliehen wird.

Mit der Schubkraft der Weltausstellung werden Projekte umgesetzt, die über das Jahr 2000 hin-

aus wirken; die nachhaltig, nachahmbar und sinnvoll sind. Bisher wurden 35 Untervorhaben mit mehr als 100 "Bausteinen" auf den Weg gebracht. Drei Landkreise und eine kreisfreie Stadt sind daran beteiligt. Schwerpunkte dieser Projekte sind

- die Revitalisierung der Braunkohle-Folgelandschaften (siehe auch 7.6),
- Erneuerung des Chemiedreiecks (Leuna, Buna, Zeitz) sowie
- Städtebau und Landschaftsgestaltung.

Die Gesamtsumme der Investitionen beträgt etwa eine Milliarde DM, wovon über 50 % private Investoren einbringen und rund 400 Millionen Mark aus Fördermitteln der Europäischen Union, des Bundes und des Landes in Projekte einfließen. Der Landesanteil beträgt davon ca. 200 Mio. DM.

Die wichtigsten EXPO-Projekte:

- Das Berufsschulzentrum Bitterfeld (mit 16.000 qm Geschossfläche das größte Niedrigenergiegebäude in Deutschland)
- Die Hundertwasser-Schule in Wittenberg (Plattenbau-Gestaltung)
- Die Kulturlandschaft Goitzsche bei Bitterfeld (Rekultivierung des ehemaligen Tagebaugeländes, das zur größten Seenlandschaft in Sachsen-Anhalt werden soll)
- Ferropolis - Stadt aus Eisen bei Gräfenhainichen
- Die Kolonie Zschornowitz (Ferropolis nahegelegene, ehemalige Werksiedlung)
- Die autofreie Siedlung Piesteritz in Wittenberg (denkmalgerecht und nach ökologischen Gesichtspunkten sanierte Werksiedlung)
- Wege der Erneuerung in der Plattenbau-Siedlung in Wolfen-Nord
- Der städtebauliche Pfad durch Dessau

Während der EXPO sollen zahlreiche Veranstaltungen Besucher in die Region locken (u.a. Eröffnung des MDR-Musiksommers in Ferropolis, Buchfestival in Mühlbeck, Weltkongress des Internationales Rates für kommunale Umweltinitiativen, ICLEI).⁷³ Erweitert um die Gebiete zwischen Halle und Zeitz sowie die Seenlandschaft des ehemaligen Tagebaus zwischen den Städten und Industriestätten, kann sich die Landschaft zwischen Gräfenhainichen und Zeitz länderübergreifend (Sachsen-Anhalt/Sachsen) mit ihren Zeugen von Technik, Industrie- und Chemiegeschichte langfristig ein touristisches Dauerpotenzial schaffen - ein Mitteldeutscher Industriepark (Arbeitstitel).

⁷¹ Vertiefende Aussagen sind in den in 8.2.2.1 aufgeführten Untersuchungen zu finden.

⁷² Vertiefende Aussagen sind in den in 8.2.2.1 aufgeführten Untersuchungen zu finden.

⁷³ Ministerium für Wirtschaft und Technologie, Jahreswirtschaftsbericht, 1999, 61

Historische Bergbauregion Harz

Neben der beschriebenen Landschaft zwischen Gräfenhainichen und Zeitz bietet in Sachsen-Anhalt der Naturraum Harz eine hohe Dichte an national bedeutenden Zeugen der Industriekultur. Der Harz verfügt über eine über 1000-jährige Bergbau- und Hüttentradition, die das gewerbliche Antlitz der Region maßgeblich mitbestimmte sowie Sitten und Gebräuche hervorbrachte. Der Holzbedarf der Bergwerke und Schmelzhütten war so groß, dass die ursprünglich vorhandenen Buchenwälder mit gerade und schnell wachsenden Fichten aufgeforstet wurden, was das Aussehen der Wälder bis heute bestimmt. Das Regenwasser wurde in zahlreichen, auch heute noch vorhandenen Teichen gesammelt und über Gräben auf Wasserräder geleitet, die die Bergbaumaschinen antrieben. Schaubergwerke, Bergwerksmuseen, Hüttenwerke und ähnliche Einrichtungen bestehen in vielen Teilen des Harzes und bilden eine Denkmaldichte, die in Europa ihresgleichen sucht.⁷⁴ Auch die Harzer Schmalspurbahnen sind Teil dieser Entwicklung.

Neben zahlreichen Einrichtungen im Westteil des Harzes mit der herausragenden Stellung des Weltkulturerbes Rammelsberg in Goslar (das zugehörige Bergwerksmuseum ist ebenfalls ein Weltausstellungs-Projekt „EXPO on the rocks“) weist der sachsen-anhaltische Teil folgende touristisch genutzte Anlagen auf:

- Kali-Bergwerk Bleicherode
- Schaubergwerk Büchenberg Elbingerode
- Besucherbergwerk „Drei Kronen & Ehr“ Elbingerode
- Mansfeld-Museum Hettstedt (Exponate zum Kupferschieferbergbau)
- Fürst-Stolberg-Hütte und Hüttenmuseum Ilsenburg
- Stadt- und Bergbaumuseum Staßfurt
- Bergwerksmuseum „Grube Glasebach“ Straßberg
- Hüttenmuseum Thale
- Schaubergwerk Röhrigschacht Wettelrode
- Harzmuseum Wernigerode
- Schmiedemuseum „Krell'sche Schmiede“ Wernigerode⁷⁵ und
- Eisenhütte Mägdesprung

Die Vernetzung dieser kulturtouristisch interessanten Anlagen untereinander und mit den naturräumlichen Angeboten des Harzes kann zu einem

einmaligen touristischen Produkt ausgebaut werden. Hierbei wird es in Zusammenarbeit mit dem niedersächsischen Teil des Harzes zu einer überregionalen Schwerpunktsetzung kommen müssen.

Harzer Schmalspurbahnen (HSB)

Die Harzer Schmalspurbahnen (HSB) schauen auf eine lange Geschichte zurück. Sie wurden Ende des letzten Jahrhunderts angelegt, um den Anschluss des Harzes mit seinen Bodenschätzen, den Holzvorkommen und der Kleinindustrie an das wirtschaftlich aufstrebende Deutschland herzustellen und den beginnenden Fremdenverkehr zu fördern. 1886 wurde die Gernrode-Harzgeroder Eisenbahn AG (GHE) gegründet, 1896 folgte die Nordhausen-Wernigeroder Eisenbahn (NWE), und als letzte kam 1897 die Südharz Eisenbahn von Walkenried nach Braunlage hinzu. Am 1. Februar 1993 übernahm die Harzer Schmalspurbahnen GmbH als erste nicht-bundeseigene Eisenbahngesellschaft den Betrieb von der Deutschen Reichsbahn (DR). Sie wird als GmbH in öffentlicher Hand geführt (regionale Trägerschaft).⁷⁶

Aufgabe der HSB ist der Erhalt aller drei Bahnen im Harz in ihrer Gesamtheit

- als Touristenattraktion,
- technisches Denkmal,
- Transportmöglichkeit für den Güterverkehr und
- Beförderungsmöglichkeit für den Nahverkehr.

Die Harzer Schmalspurbahnen verfügen mit ihrem landschaftlich reizvollen Streckennetz von 131,24 km über das längste zusammenhängende Schmalspurbahnstreckennetz in Deutschland und befahren gleichzeitig das größte Netz aller Schmalspurbahnen in Europa mit täglichem, historischem Dampftrieb. Sie nehmen an 40 Bahnhöfen und Haltepunkten Fahrgäste auf, durchqueren 400 Brücken und Durchlässe und haben ihre höchste Haltestelle auf dem Brocken-Bahnhof in 1125 m Höhe. Der technisch wertvolle Fahrzeugpark, der im zu besichtigenden Bahnbetriebswerk am Bahnhof Wernigerode Westertor gewartet wird, umfasst 25 Dampflokomotiven, 6 Triebwagen, 16 Diesellokomotiven sowie eine Vielzahl historischer Personenwagen. Bei der weiteren touristischen Erschließung des Harzes spielt die HSB eine bedeutende Rolle. Die Kundenstruktur der HSB lässt zum Teil Rückschlüsse auf die Besucher des Brockens und des Ostharzes zu.

⁷⁴ Arbeitsgemeinschaft Harzer Bergbau- und Hüttenmuseen, 1996, 6f.

⁷⁵ Arbeitsgemeinschaft Harzer Bergbau- und Hüttenmuseen, 1996, 28f.

⁷⁶ www.hsb-wr.de vom 27.9.1999

Abb. 5-19: Kundenstruktur und Verhalten der HSB-Fahrgäste 1997

- 60 % Fahrgäste über 50 Jahre
- 32 % Rentner
- Quellorte schwerpunktmäßig in den Regionen Braunschweig, Berlin, Dresden, Magdeburg und Halle
- 2/3 der Übernachtungsgäste bewohnen eine Unterkunft im Ostharz
- 69 % wussten bereits am Heimatort, dass sie mit der HSB fahren wollen (viele Tagesausflügler dabei)
- 38 % sind schon einmal mit der HSB gefahren und von diesen 10 % sogar mindestens fünfmal
- 58 % befahren die Brockenbahn
- nur 7 % fahren alleine
- 9 % haben Kinder dabei
- 58 % gelangen mit dem Auto zum Bahnhof
- 95 % würden die HSB weiterempfehlen

Quelle: Befragungsergebnisse einer Projektgruppe der Hochschule Harz unter Leitung von Dreyer, A. (n = 781 Fahrgäste, Zeitraum Frühjahr 1997 außerhalb der Ferienzeit)

Abb. 5-20: Fahrgastzahlen der HSB 1996-1998

| Jahr | Bereich Wernigerode | Bereich Nordhausen | Bereich Gernrode | Sonderreiseverkehr | Gesamt |
|------|---------------------|--------------------|------------------|--------------------|-----------|
| 1996 | 698.000 | 133.000 | 99.000 | 16.000 | 946.000 |
| 1997 | 742.000 | 208.000 | 82.000 | 24.000 | 1.056.000 |
| 1998 | 705.000 | 220.000 | 91.000 | 24.000 | 1.040.000 |

Quelle: HSB GmbH, 1999

5.2 Natur

5.2.1 Naturtourismus⁷⁷

Unter Naturtourismus stellt man sich Reisen vor, die in bestimmte Gebiete wegen der dort vorhandenen Naturbesonderheiten führen. Die Zielgebiete für diese Reiseform sind meist Regionen, die möglichst ursprüngliche, unberührte Natur aufweisen. Hierzu gehören etwa Ausflüge oder Reisen in National- oder Naturparks, vogelkundliche Naturstudienreisen, Wandertouren etc. Naturreisen finden sich inzwischen zahlreich neben anderen Reisen in den Reisekatalogen, beispielsweise von Abenteuer- und Trekking-Veranstaltern oder unter den Studienreisen.

Häufig sind Naturreisen mit einer gemäßigten sportlichen Aktivität verbunden, etwa Radwandern, Reiten oder Kanufahren. Körperliche Betätigung soll das Naturerlebnis ermöglichen, aber nicht Hauptmotiv der Reise sein. Extreme Outdoor-Sportarten wie Rafting, Climbing etc. erfordern vom Teilnehmer hingegen soviel Aufmerksamkeit, dass der Sport im Vordergrund steht und die Natur nur die Kulisse bildet, was dann mit Naturtourismus im ursprünglichen Sinne nichts

mehr zu tun hat. Stattdessen sind dies einige der vielfältigen Ausprägungen des Sporttourismus, der in den meisten Fällen in der Natur betrieben wird. Je nach Sportart ist die Nutzung und Beanspruchung sehr unterschiedlich.⁷⁸

Wandern zählt zu den beliebtesten Urlaubsaktivitäten und ist für Sachsen-Anhalt ebenso wichtig, wie das an Marktpotenzial zunehmende Radwandern (siehe 5.2.3). Der Wassertourismus (siehe 5.2.4, 5.3) erhält in Sachsen-Anhalt in Verbindung mit angrenzenden Regionen durch das Blaue Band zunehmende Bedeutung (siehe 7.6). Deutschlandweit hat der Landtourismus eine nicht zu unterschätzende Bedeutung, und hier liegen in Sachsen-Anhalt Entwicklungspotenziale, da die ländliche Prägung überwiegt. Land- und Naturtourismus sind oft mit der Nutzung kulturtouristischer Angebote (Kulturtourismus) eng verknüpft, was Sachsen-Anhalt als vielseitiges Reiseland attraktiv macht (siehe 5.1 und besonders 6.).

Schutzgebiete

Sachsen-Anhalt bietet viele unterschiedliche Landschaften. Das Land an Elbe, Saale und Unstrut ist reich gesegnet mit Auenlandschaften,

⁷⁷ Vertiefende Aussagen sind in den in 8.2.2.2 aufgeführten Untersuchungen zu finden.

⁷⁸ Viegas 1998, 17; Dreyer 1995, 10ff.

Heide, Wäldern, Bergen, Mooren und Urstromtälern. Neben den Großschutzgebieten Nationalpark Hochharz, den Biosphärenreservaten der Elbe und den Naturparks, die im Folgenden noch näher beschrieben werden, gibt es eine Reihe weiterer Landschaftsschutz- und Erholungsgebiete⁷⁹ (von Nord nach Süd):

- Arendsee
- Elbe-Havel-Winkel
- Flechtinger Höhenzug
- Harz
- Kalbescher Werder
- Magdeburger Börde
- Mosigkauer Heide
- Nördliche Altmark
- Süßer See

Alle Gebiete dienen in erster Linie dem Schutz der Natur, bieten jedoch auch dem sanften Tourismus zahlreiche Möglichkeiten. So stellen Nationalparks durchaus Anlass für Reisen dar, und es kommt auf ein gutes Besuchermanagement an, mit dessen Hilfe eine Lenkung der Besucherströme erfolgen kann, damit dem Vorrang der Natur Rechnung getragen wird, aber die Wünsche der Besucher auch berücksichtigt werden. Die folgenden Schutzgebiete werden näher beschrieben, ehe auf naturnahe Tourismusformen eingegangen wird:

- Nationalpark Hochharz,
- Biosphärenreservate der Elbe,
- Naturpark Colbitz-Letzlinger Heide,
- Naturpark Drömling,
- Naturpark Dübener Heide,
- Naturpark Fläming,
- Naturpark Saale-Unstrut-Triasland und
- Naturpark Unteres Saaletal

Nationalpark Hochharz

Gemäß § 18 NatSchG LSA ist ein Nationalpark ein großräumiges Gebiet von besonderer Eigenart, das mit dem größten Teil seiner Fläche die Voraussetzungen eines Naturschutzgebietes erfüllt, sich in einem vom Menschen nicht oder möglichst wenig beeinflussten Zustand befindet, vornehmlich der Erhaltung eines möglichst artenreichen heimischen Pflanzen- und Tierbestandes dient und einheitlich geschützt wird.⁸⁰ Nationalparks sind der Bevölkerung zu Bildungs- und Erholungszwecken zu erschließen, soweit es der Schutzzweck erlaubt. In Nationalparks findet

grundsätzlich keine wirtschaftsbestimmte Nutzung von Naturgütern statt.

Der Nationalpark Hochharz bildet mit dem Nationalpark Harz eine Einheit und schützt eine der interessantesten Mittelgebirgslandschaften Europas. Der 1990 ausgewiesene Nationalpark Hochharz im Bundesland Sachsen-Anhalt ist knapp 6.500 ha groß und schützt damit im Wesentlichen das Brockengebiet zwischen Schierke und dem Eckertal. Anfang 1994 kam in Niedersachsen der Nationalpark Harz mit einer Größe von ca. 15.800 ha hinzu. Das Schutzgebiet umfasst alle Höhenstufen und eine Auswahl der wichtigsten Lebensräume des Harzes, die unterschiedlichen Waldtypen, die Moore, die Fels- und Blockhalden und die Fließgewässer. Es „gipfelt“ in der ebenso empfindlichen wie touristisch interessanten subalpinen Vegetation der 1142 m hohen Brockenkuppe.

Der Tourismus innerhalb des Zonierungskonzepts

In der Kernzone (Schutzzone I) eines Nationalparks werden keinerlei Bewirtschaftungsmaßnahmen durchgeführt, um natürliche Entwicklungen ungehindert ablaufen zu lassen. Es ist nicht gestattet, diese Zone außerhalb von Wegen zu betreten.

Die Schutzzone II ist unterteilt in eine Entwicklungszone (IIa) und eine Sanierungs- oder Pflegezone (IIb). Während die Entwicklungszone durch geeignete Maßnahmen (Stabilisierung der vorhandenen Fichtenforste) der Kernzone später einmal angegliedert werden soll, ist in der Pflegezone eine nachhaltige Nutzung der naturnahen Ökosysteme möglich. Nachhaltigkeit bedeutet hier im forstwirtschaftlichen Sinne, dass Wohlfahrts-, Schutz- und Wirtschaftsfunktionen des Waldes zu gewährleisten sind. Die Möglichkeiten des Tourismus erstrecken sich also vornehmlich auf diese Zone. Denn grundsätzlich soll der Nationalpark zur Strukturförderung in seinem Umfeld beitragen, soweit es die Grundsätze des Schutzzwecks erlauben.

Besucherzahlen für den Nationalpark Hochharz werden nicht erhoben. Schätzungen gehen von einer jährlichen Besucherzahl von ca. 1,5 Mio. aus.

Eine andere Möglichkeit ist es, aus den Besucherzahlen des Brockenmuseums - mit gebotener Vorsicht - Rückschlüsse bezüglich der Besucherentwicklungen zu ziehen.

⁷⁹ www.tasa.de , 10/1999

⁸⁰ In Sachsen-Anhalt gilt noch die Verordnung über die Festsetzung des Nationalparkes Hochharz vom 12.9.1990. Diese soll jedoch von einer neuen Verordnung abgelöst werden, deren Entwurf vom 15.7.1999 im Raum steht.

Abb. 5-21: Besucherzahlen des Brockenmuseums 1991-1998

| Jahr | 1991 (ab 1.7.) | 1992 | 1993 | 1994 | 1995 | 1996 | 1997 | 1998 (bis 20.8.) |
|----------|-------------------|--------|---------|---------|---------|---------|---------|---------------------|
| Besucher | 65.748 | 88.327 | 110.742 | 117.651 | 127.764 | 127.839 | 126.306 | 75.768 |

Quelle: Brockenmuseum, 09/1999

Biosphärenreservate „Mittlere Elbe“ und „Flusslandschaft Elbe“

Gemäß § 19 NatSchG LSA ist ein Biosphärenreservat ein großräumiges Gebiet, das die an NSG und LSG gestellten Anforderungen erfüllt, in Schutzzonen gegliedert ist und zu einem internationalen Netz von Schutzgebieten des Programms „Der Mensch und die Biosphäre/Men and Biosphere“ der UNESCO gehört.

Biosphärenreservate dienen danach:

- dem Schutz, der Pflege und der Entwicklung von einzigartigen Kulturlandschaften mit reicher Naturausstattung sowie wissenschaftlich und landeskundlich wertvollen historischen Zeugnissen,
- der beispielhaften Entwicklung von praktischen Modellen für eine ökologische Landnutzung unter Berücksichtigung landschaftstypischer historischer Siedlungs- und Landnutzungsformen,
- der Neugestaltung der Beziehungen des Menschen zur Umwelt auf der Grundlage von Ethik und Verantwortung für das Leben durch Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit,
- der Erhaltung biotypischer Mannigfaltigkeit der Pflanzen- und Tierwelt einschließlich der Genressourcen,
- der langfristigen Umweltüberwachung und ökologischen Forschung sowie der Sicherung der Eigendynamik der Naturprozesse, insbesondere in der Kernzone.

Das Biosphärenreservat Mittlere Elbe, das sich beiderseits der Flüsse Elbe und Mulde erstreckt, ist nicht nur das größte Schutzgebiet Sachsen-Anhalts, sondern auch eines der ältesten Biosphärenreservate Deutschlands. Das Naturschutzgebiet Steckby-Lödderitzer Forst erhielt 1979 durch die UNESCO seine Anerkennung, und 1988 erfolgte die Erweiterung des Reservats um

die Dessau-Wörlitzer Kulturlandschaft (siehe 6.2). Der Flusslauf der Elbe erstreckt sich vornehmlich auf die Bundesrepublik Deutschland (65,4 %) und die Tschechische Republik (33,8 %). Kennzeichnend für den überwiegenden Teil des Elbets als ist die geringe Verbauung (selbst in vielen Großstädten, wie z.B. Magdeburg, wurden die Elbauen von der Bebauung freigehalten) und geringfügige Zerschneidung von Lebensräumen. Daher hat im Wasser, trotz dessen bis vor wenigen Jahren meist extrem schlechter Qualität, und in den unmittelbaren Uferregionen eine ungewöhnliche Artenvielfalt überlebt.

Das Biosphärenreservat Mittlere Elbe ist eine überwiegend intensiv genutzte Kulturlandschaft mit großen Anteilen an Ackerflächen, Grünlandbereichen und forstlich genutzten Standorten.

Abb. 5-22: Nutzungsformen des Biosphärenreservats Mittlere Elbe 1996⁸²

| Nutzungsform | Flächenanteil ha | Gesamt % |
|----------------------|------------------|----------|
| Acker | 16.985 | 39,5 |
| Wald | 11.740 | 27,3 |
| Grünland | 8.600 | 20,0 |
| Gewässer | 2.880 | 6,7 |
| Siedlung und Verkehr | 2.235 | 5,2 |
| Sonstiges | 560 | 1,3 |
| Gesamt | 43.000 | 100,0 |

Besucheranziehende Elemente sind Parklandschaften, historische Bauwerke, Alleen sowie Flora und Fauna. Die Einrichtung eines Informationszentrums, Lehrpfadsystems und der Biber-

⁸¹ Die Besucherzahl auf dem Brocken ist grundsätzlich stark wetterabhängig. Legt man einmal die Frequentierung des Museums unter der Annahme zu Grunde, dass ein jeweils gleich großer Anteil der „Gipfelstürmer“ auch das Museum betritt, so kann man in etwa eine seit 1995 eingetretene Stabilisierung der Besucherzahlen konstatieren.

⁸² Ministerium für Raumordnung, Landwirtschaft und Umwelt des Landes Sachsen-Anhalt, Biosphärenreservat Mittlere Elbe, Dessau 1997.

Abb. 5-23: Besucherzahlen des Biosphärenreservats Mittlere Elbe 1996 - 1999

| | Geführte Gruppen auf den Lehrpfaden | | Besucher Biberfreianlage |
|------|-------------------------------------|---------------------------------|-----------------------------|
| | Kindergruppen / Teilnehmer | Erwachsenengruppen / Teilnehmer | |
| 1996 | 33 Gruppen / 680 TN | 3 Gruppen / 88 TN | keine Angaben |
| 1997 | 77 Gruppen / 1560 TN | 39 Gruppen / 1000 TN | ca. 4.000 |
| 1998 | 110 Kindergruppen / 2.600 TN | 39 Gruppen / 960 TN | ca. 7.000 |
| 1999 | 110 Gruppen / 2.500 TN | 16 Gruppen / 325 TN | Bis Sept. ca. 10.000 |

Quelle: Biosphärenreservat „Mittlere Elbe“ e.V., 1999.

freianlage 1997 führten zu kontinuierlich ansteigenden Besucherzahlen.

Naturparks

Nach § 21 NatSchG LSA ist ein Naturpark ein großräumiges Gebiet, das überwiegend aus Landschaftsschutz- und Naturschutzgebieten besteht und nach den Grundsätzen und Zielen der Raumordnung und Landesplanung wegen seiner landschaftlichen Voraussetzungen für eine naturnahe Erholung vorgesehen ist. Naturparks sind ein wichtiger Baustein für eine nachhaltige wirtschaftliche Entwicklung einer Region. Sie spielen nicht nur im Naturschutzkonzept, sondern auch in der Regionalentwicklung eine wesentliche Rolle.

Naturpark Colbitz-Letzlinger Heide

Das Gebiet der Colbitz-Letzlinger Heide, nördlich von Magdeburg gelegen, erstreckt sich über 80.000 ha und wurde 1990 im Rahmen einer Bürgerinitiative gegründet. Im Naturpark befinden sich geologisch und hydrologisch geprägte Flora und Fauna, die im deutschen wie auch im europäischen Maßstab als einmalig angesehen werden können. Der Naturschutzwert der Colbitz-Letzlinger Heide ergibt sich u.a. aus den folgenden besonderen Merkmalen:

- Größte Heidefläche Mitteleuropas,
- größte nicht landwirtschaftlich genutzte Freifläche in diesem Teil Europas,
- minimaler Versiegelungs- und Bebauungsgrad,
- selten gewordene Biotope, Tier- und Pflanzenarten,
- natürliches Wasserregime (keine wasserbaulichen Eingriffe).

In dieser Kulturlandschaft, die als dünnbesiedeltste Landschaft in ganz Deutschland gilt, erleben Besucher die Natur noch unverfälscht.

Alles wird natürlich belassen, so werden beispielsweise auch keine Rad- und Wanderwege asphaltiert. Die Gestaltung eines sanften Tourismus im Park gehört zu den Aufgaben des

Fördervereins und Fremdenverkehrsvereins Colbitz-Letzlinger Heide.

Größe insgesamt: 80.000 ha
 Naturschutzgebiet: 12.000 ha
 Landschaftsschutzgebiet: 23.000 ha

Naturpark Drömling

Der sich zwischen Sachsen-Anhalt und Niedersachsen erstreckende Naturpark Drömling, ursprünglich ein Versumpfungsmoor, wird auch das Land der tausend Gräben genannt, da im Zuge der historischen Nutzbarmachung zum Abfließen des Wassers im 18. Jahrhundert eine Vielzahl an Kanälen und Gräben eingerichtet wurde. Die so entstandene Kulturlandschaft hat eine überregionale Bedeutung als Rückzugsgebiet für gefährdete und vom Aussterben bedrohte Arten (z.B. Fischotter, Elbebiber, Storch, Kranich) und ist Ausgangspunkt für die Wiederbesiedlung angrenzender Gebiete sowie Durchzugs-, Rast- und Überwinterungsgebiet für ziehende Vogelarten (z.B. Singschwan, Kranich, Kiebitz, Goldregenpfeifer). Besonders bedeutungsvoll ist der Bestand der Weißstörche. Mit mehr als 40 Brutpaaren beherbergt der Drömling die größte Weißstorchpopulation westlich der Elbe.

Größe insgesamt: 27.821 ha
 Naturschutzgebiet: 4.514 ha
 Landschaftsschutzgebiet: 23.307 ha

Naturpark Dübener Heide

Die südlich der Lutherstadt Wittenberg gelegene und von Sachsen-Anhalt bis nach Sachsen reichende Endmoränenlandschaft zwischen Elbe und Mulde darf sich seit Oktober 1992 Naturpark nennen. Einzigartig ist die Pflanzen- und Tiervielfalt dieses großen zusammenhängenden Waldgebietes. Kiefern-, Buchen- und Eichenwälder prägen ebenso den Charakter wie Heide- und Moorlandschaften mit idyllischen Seen. Der länderübergreifende Naturpark verfügt über das am weitesten nach Südwesten vorgeschobene Waldgebiet des mitteldeutschen Tieflandes. Symboltier ist der Biber,

der durch erfolgreiche Schutzmaßnahmen die Waldbäche der Dübener Heide wieder besiedelt. Die Dübener Heide gilt als das traditionelle Wochenend- und Naherholungsgebiet für den Großraum Halle-Leipzig-Bitterfeld. Gleichzeitig dient die Dübener Heide als Ressource der beiden Kurorte Bad Schmiedeberg (Sachsen-Anhalt) und Bad Dübener Heide (Sachsen) (siehe 5.3). Der naturraumbezogene, umweltverträgliche Tourismus wird als wichtiger Faktor verfolgt (siehe auch 5.2.4) und durch umfangreiche Aktivitäten auf dem Gebiet der Besucherlenkung und Information unterstützt:

- Saisonal durchgeführte traditionelle Veranstaltungen (z.B.: Sommersonnenwendfeier),
- mehrere hundert Kilometer Wanderweg mit integrierten Lehrpfaden,
- öffentlich ausgeschriebene thematische Wanderungen,
- rege Vortragstätigkeit,
- öffentliche Dokumentation der geschichtlichen Entwicklung, zu Fragen des Natur- und Umweltschutzes sowie zum wirtschaftlichen und kulturellen Erbe der Dübener Heide,
- Naturlehrgarten am Bergwitzsee,
- überregionale Radwanderwege.

Da das Angebot an historischen Denkmälern gering ist, muss auf bestimmte Ausprägungen des ländlichen Tourismus gesetzt werden.⁸³ Dieser gewinnt z.B. seine Attraktivität durch die Stärkung traditioneller Handwerksbetriebe.

Abb. 5-24: Altes Handwerk in der Dübener Heide

| Ort | Handwerk |
|-------------------|------------------------------------|
| Bad Dübener Heide | Stadtmühle, Seilerei, Korbflechter |
| Bad Schmiedeberg | Seilerei |
| Dommitzsch | Tonwarenmanufaktur |
| Lubast | Töpferwerkstatt |
| Paschwitz | Turmwindmühle |
| Pratau | Korbflechter |
| Radis | Töpferstube |
| Wellaune | Besenbinder |
| Eisenhammer | Köhlerei |

Quelle: www.duebener-heide.de

Abb. 5-25: Reiseziele im Fläming

| | |
|-------------------|---|
| Hoher Fläming: | |
| Belzig | Burg Eisenhardt |
| Wiesenburg | Schloss und Schlosspark |
| Niederer Fläming: | |
| Jüterborg | Kirche St. Nikolai |
| Nähe Jüterborg | Zisterzienserkloster Zinna (gotische Wandgemälde) |

| | |
|--------------------------------|-----------|
| Größe des Naturparks insgesamt | 90.000 ha |
| davon in Sachsen-Anhalt: | 53.000 ha |
| Naturschutzgebiet: | 8.700 ha |
| Landschaftsschutzgebiet: | 47.000 ha |

Naturpark Fläming

Der ebenfalls bundesländerübergreifende Fläming (Sachsen-Anhalt/Brandenburg), benannt nach flämischen Kolonisten, die hier im 12. Jh. angesiedelt wurden, ist über 100 km lang und 30 bis 50 km breit. Begrenzt wird er im Norden durch das von ausgedehnten Wiesenflächen eingenommene Baruther Urstromtal, dessen Gegensatz zum schnell auf 200 m ansteigenden, bewaldeten Hohen Fläming als besonders eindrucksvoll gilt.

Für die umliegenden Städte Wittenberg, Roßlau, Dessau, Zerbst, Genthin und Burg bietet der Naturpark Fläming als ein von der industriellen Entwicklung weitgehend unberührtes Gebiet ein hohes Erholungspotenzial. Im Vordergrund steht die Verknüpfung des Naturerlebens mit kulturellen Angeboten der Kommunen, wobei im Fläming ähnlich wie bei den anderen Naturparks in Sachsen-Anhalt der „Urlaub auf dem Lande“ zum attraktiven Angebot herausgearbeitet werden soll.

| | |
|--------------------------|------------|
| Größe insgesamt: | 159.570 ha |
| Naturschutzgebiet: | 1.580 ha |
| Landschaftsschutzgebiet: | 79.310 ha |

Naturpark Saale-Unstrut-Triasland

Der Naturpark umfasst einen Naturraum, der von den Flüssen Saale und Unstrut durchzogen wird. An seinen Grenzen liegen die Städte Querfurt, Freyburg, Weißenfels, Eckartsberga und Allstedt mit ihren Burgen und Schlössern. Das naturräumliche und landschaftliche Bild innerhalb dieses kleinen Gebietes ist sehr abwechslungsreich. Tiefe Wälder wechseln mit offener, weicher Landschaft und ebenso die typischen steilen Weinlagen mit reizvollen Seitentälern.

Die Triaslandschaft wird nach der geologischen Formation der Trias bezeichnet. Sie wurde vor 225 bis 180 Millionen Jahren aus den Ablagerungen von Buntsandstein, Muschelkalk und

⁸³ Institut für Wirtschafts- und Meinungsforschung, 1992

dem Keuper (roter, sandiger Ton) gebildet. Wanderer erleben den Wechsel von diesen Muschelkalk- und Buntsandsteinplatten zu Plateauflächen, Flussniederungen und Überschwemmungsgebieten. Neben dem Naturgedanken im Park ziehen Bau- und Kunstdenkmale, ein Naturpark-Informationszentrum sowie Wander-, Fahrrad- und Wasserwanderwege die Besucher an. Die Reflexion der Sonnenstrahlen an den hellen Kalksteinhängen ermöglicht in diesem Gebiet den Weinbau, der in Verbindung mit Städte-, Kultur- und Naturtourismus die Einmaligkeit des Gebietes ausmacht (siehe 6.4).

| | |
|--------------------------|-----------|
| Größe insgesamt: | 78.000 ha |
| Naturschutzgebiet: | 2.855 ha |
| Landschaftsschutzgebiet: | 40.690 ha |

Naturpark Unteres Saaletal

Der Naturpark umfasst die Gebiete des Saaletales und die nähere Umgebung von Halle bis Bernburg. Verschiedene Gesteine und eiszeitliche Ablagerungen kombiniert mit den klimatischen Bedingungen im Regenschatten des Harzes führten neben der Entstehung interessanter Reliefformen zum Vorkommen vielfältiger Pflanzengesellschaften. Das Landschaftsbild ist geprägt von Obstbäumen und dem reich vorkommenden Halbtrockenrasen an den Hängen der Saale und ihrer Nebenflüsse. Der Rasen kann nur durch extensive Beweidung mit Schafen vor der Verbuschung bewahrt werden, so dass der Erhalt der Schafherden eine der Hauptaufgaben darstellt. Das übergeordnete Ziel hierbei ist die Integration von Landwirtschaft und Naturschutz im Saaletal.

| | |
|--------------------------|-----------|
| Größe insgesamt: | 43.000 ha |
| Naturschutzgebiet: | 1.550 ha |
| Landschaftsschutzgebiet: | 23.300 ha |

5.2.2 Landtourismus

Inhaltliche Bestimmung

Unter dem Oberbegriff „Landtourismus“ sind diejenigen Angebotsformen zu verstehen, bei denen das Landschaftserleben und naturnahe Freizeitaktivitäten die zentralen Motive in der Reiseentscheidung darstellen, so dass der Urlaub auf dem Bauernhof bzw. beim Winzer dafür ebenso in Frage kommt, wie andere Unterkunftsarten von der Pension bis hin zum familiär geführten Hotel in ländlicher Umgebung. Großhotels, Hotelketten und Ferienzentren mit

komplexen Freizeiteinrichtungen sowie Indoorangeboten gehören nicht zum Landtourismus, da bei diesen Unterkunftsarten das landschaftliche Umfeld allenfalls den Rahmen bzw. die Kulisse bildet und die für den Landtourismus typische regionale Verankerung des Angebots nur punktuell gegeben ist. Der ländliche Tourismus basiert vielmehr auf gewachsenen Strukturen und der Nutzung des endogenen touristischen Potenzials. Die Einbeziehung des landschaftlichen Charakters, ihrer Kultur, Geschichte und Bevölkerung sind die wichtigsten Bestandteile einer nachhaltigen Tourismusedwicklung.⁸⁴

Der Landtourismus bietet neben den Ferien auf dem Bauernhof durchaus noch andere Möglichkeiten, durch innovative Übernachtungsformen Akzente zu setzen. Beispiele dafür sind Heuhotel, „Energiehotel“, Oldtimer-Hotel, Dorfhof, „Western Village“ etc.

Marktbedeutung

Abgeleitet aus dem allgemeinen Reiseverhalten, kommen dem ländlichen Tourismus folgende Entwicklungen zugute:

- Chancen bestehen für kürzere Reisen durch die kurzen Entfernungen zu Landzielen („Monopol der Nähe“).
- Vorhandene Outdoor-Angebote kommen dem Erlebnis- und Abenteuerrend - bei richtiger Vermarktung - entgegen.
- Land-/ Stadt-Kombinationen gehören zu den Reisebausteinen, um den Wunsch nach Ausflügen zu erfüllen.

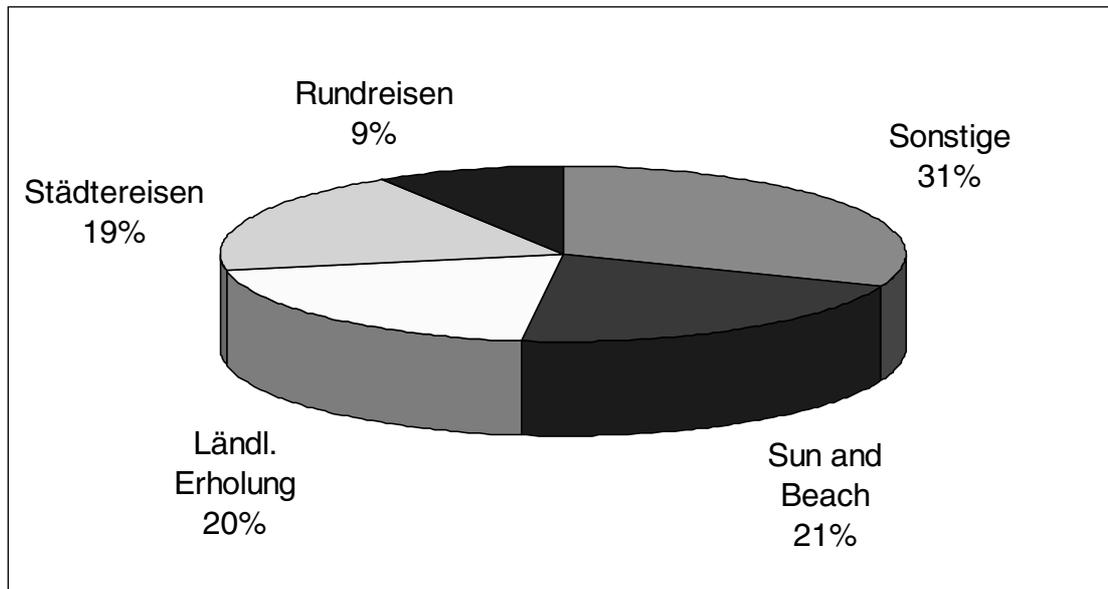
Mangelnde Sicherheit vor Regenwetter und die drohende Gefahr von Langeweile laufen den Bemühungen des Landtourismus zuwider. Daher muss ein gewisses Maß an Wetterunabhängigkeit durch Indoor-Angebote überzeugend dargestellt werden, und nahegelegene Städte müssen als Ausflugsziele (diesmal aus Sicht der Landtouristen) in die Vermarktung einbezogen werden.

Die Bedeutung des ländlichen Tourismus wird von Reiseuntersuchungen unterschiedlich eingeschätzt, ist aber nicht so gering, wie man vielleicht zunächst vermutet. Der Urlaub auf dem Land zählt zwar nicht zu den aktuellen Trends, dennoch ist in den letzten Jahren ein stetig anwachsendes Marktvolumen zu verzeichnen. Gleiches gilt für die Übernachtungen auf Bauernhöfen als speziellen Beherbergungsbetrieben im Landtourismus.⁸⁵

⁸⁴ Haart/ Herrmann, 1997, 360

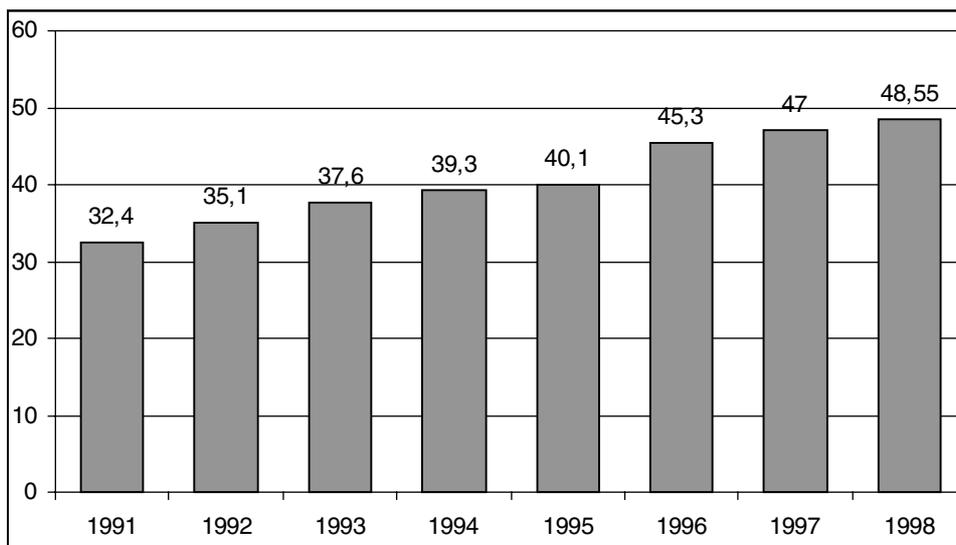
⁸⁵ Zahlen für Sachsen-Anhalt existieren nicht.

Abb. 5-26: Reisearten in Deutschland 1997



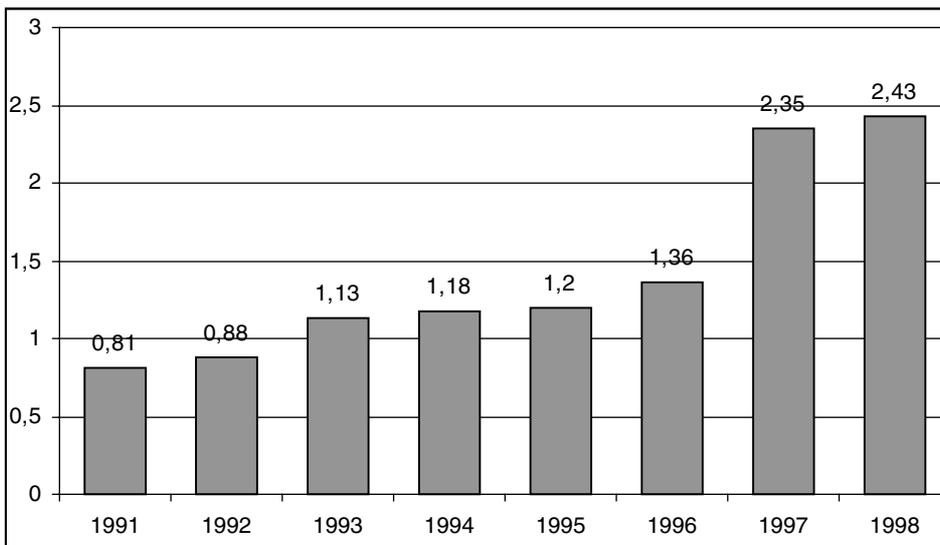
Quelle: Reisemonitor, 1997

Abb. 5-27: Anteil der Urlaubsreisenden auf dem Land in Deutschland (in Mio.) 1991-1998



Quelle: Bundesarbeitsgemeinschaft, 1999

Abb. 5-28: Anteil der Urlaubsreisenden auf dem Bauernhof in Deutschland (in Mio.) 1991-1998



Quelle: Bundesarbeitsgemeinschaft, 1999

Ausgaben- und Reiseverhalten

Bei einem durchschnittlichen Übernachtungspreis von 36 DM pro Tag und einem geschätzten Ausgabevolumen in Tourismusregionen von 40 DM pro Tag kann für 1998 ein Umsatzvolumen in Deutschland von 1,9 Mrd. DM angenommen werden.⁸⁶ Die Bundesarbeitsgemeinschaft für Urlaub auf dem Land geht von einem Anteil von 30 % Kindern unter 14 Jahren aus, so dass beim Landtourismus schwerpunktmäßig von Familientourismus⁸⁷ gesprochen werden kann. Die durchschnittliche Übernachtungsdauer wird auf 6 Tage geschätzt und der Anteil der Kurzurlauber wird mit ca. 5 % taxiert.⁸⁸

Ländlicher Tourismus in Sachsen-Anhalt

Sachsen-Anhalt ist ländlich strukturiert, so dass

überall Formen des ländlichen Tourismus existieren. Gebiete wie der Drömling, der Fläming und die Dübener Heide (siehe 5.2.1) sind als rein für den Landtourismus geeignete Landschaften hervorzuheben, und auch die Colbitz-Letzlinger Heide ist diesem zuzurechnen.

Ebenfalls sind typische Ausprägungen des Landtourismus in der Altmark vertreten, der aber aufgrund ihrer Größe und Vielfalt ein eigener Abschnitt als Schwerpunktregion (siehe 6.1) gewidmet ist.

Die allerdings nicht vollständige (und damit für Sachsen-Anhalt nicht repräsentative) Bündelung der bisherigen Angebote erfolgt durch die Landesarbeitsgemeinschaft für Urlaub und Freizeit auf dem Lande Sachsen-Anhalt e.V.

Abb. 5-29: Mitglieder der Landesarbeitsgemeinschaft für Urlaub und Freizeit auf dem Lande Sachsen-Anhalt e.V. 1993 - 1999

| Jahr | 1993 | 1994 | 1995 | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 |
|------------|------|------|------|------|------|------|------|
| Mitglieder | 24 | 40 | 41 | 75 | 83 | 88 | 89 |

Etwa die Hälfte der Mitglieder kommt aus dem Bereich Altmark.

Quelle: Landesarbeitsgemeinschaft für Urlaub und Freizeit auf dem Lande Sachsen-Anhalt e.V.

⁸⁶ Zahlen der Bundesarbeitsgemeinschaft, 1999.

⁸⁷ Dreyer, 2000, 157; Harzer Förderkreis, 1996

⁸⁸ Zahlen der Bundesarbeitsgemeinschaft, 1999 (alles Schätzungen).

Schwerpunktregionen des Landtourismus in Sachsen-Anhalt:

- Altmark
(Schwerpunktthema „Landurlaub Altmark“)
- Colbitz-Letzlinger Heide
- Dessau-Wörlitzer Gartenreich
- Drömling
- Dübener Heide
- Fläming
- Harz
- Weinregion Saale-Unstrut

Reittourismus

Eine verbreitete Form des Landurlaubs ist der Reittourismus, dessen Entwicklung in Sachsen-Anhalt an verschiedenen Orten vorangetrieben wird. Ein Angebotsschwerpunkt ist in der Altmark (siehe 6.1) zu finden.

Campingtourismus⁸⁹

Ebenfalls vornehmlich in ländlichen Gebieten ist in Sachsen-Anhalt der Campingtourismus vertreten. Eine Entscheidung für das Campen im Urlaub

wird mit dem Bedürfnis in Zusammenhang gebracht, einen Kontrapunkt zum Arbeitsalltag zu setzen. Diese Reiseform bietet Naturnähe, Ungezwungenheit und gute Anknüpfungsmöglichkeiten für Sozialkontakte und Geselligkeit. Familienfreundlichkeit in Angebot und Preis sind wichtig, wenngleich Campingtourismus nicht unbedingt mit Billigurlaub in Verbindung gebracht werden kann. Es sind z. T. erhebliche finanzielle Aufwendungen für die Anschaffung der immer komfortabler werdenden Campingausrüstungen notwendig.⁹⁰

Die steigende Nachfrage nach Wohnmobilen bestätigt dies und lässt Rückschlüsse auf steigende Qualitätsansprüche gegenüber den Campingplätzen zu.

Insgesamt gab es 1997 in Sachsen-Anhalt 61 geöffnete Campingplätze. Diese boten insgesamt 4.274 Stellplätze (durchschnittlich 70) an. Dem Verband der Campingplatzbetreiber (VCS/A, 1990 gegründet) gehören 44 Mitglieder an, die ca. 90 % des gesamten Stellplatzangebotes des Landes repräsentieren.⁹¹

Abb. 5-30: Verband der Campingplatzbetreiber Sachsen-Anhalt 1999

Region Altmark:

- „Ahlumer See“, Ahlum
- „Am Waldbad“, Apenburg
- „Naturcamp am See“, Arendsee
- „Kellerwiehl“, Bittkau
- „Waldbad“, Dähre
- „Naherholung Wischer“, Hassel
- „Am Kamernschen See“, Kamern
- „Naherholung Packebusch“, Packebusch
- „Am Schönfelder See“, Schönfeld
- „Am Bad“, Werben
- „Touristenzentrum Zabakuck“, Zabakuck

Region Magdeburg-Elbe-Börde-Heide:

- „Indianer-Tipi-Dorf“, Bertingen
- „Heide-Camp“, Colbitz
- „Plattensee“, Dannigkow
- „Jersleber See“, Jersleben
- „Barleber See“, Magdeburg
- „Niegripper See“, Niegripp
- „Parchauer See“, Parchau
- „Kleiner Waldsee“, Plötzky
- „Gisela-Eder-See“, Pretzien
- „Kolumbussee“, Pretzien
- „Steinhafen“, Pretzien
- „Campingplatz Süplingen“, Süplingen
- „Großer Schachtsee“, Wolmirsleben

Region Harz:

- „Camping am Brocken“, Elbingerode
- „Am See“, Halberstadt
- „Bremer Teich“, Gernrode
- „An der Saale“, Kloschwitz
- „Domäne Stiege“, Stiege

Region Anhalt-Wittenberg:

- „Am Akazienteich“, Aken
- „Lausiger Teiche“, Bad Schmiedeberg
- „Bergwitzsee“, Bergwitz
- „Adria“, Dessau-Mildensee
- „Olympiasee“, Griebo
- „Möhlauer See“, Möhlau
- „Heide-Camp“, Schlaitz
- „Königsee“, Uthausen

Region Halle-Saale-Unstrut:

- „Am Waldschwimmbad Bad Bibra“, Bad Bibra
- „Camping an der Rudelsburg“, Bad Kösen
- „Feriendorf Kretzschau“, Kretzschau
- „Naherholungszentrum Laucha“, Laucha
- „Blütengrund“, Naumburg
- „Hasse-Camp“, Roßbach

⁸⁹ Vertiefende Aussagen sind in den in 8.2.2.2 aufgeführten Untersuchungen zu finden.

⁹⁰ Haas 1993, 364

⁹¹ Stand 1999

Abb. 5-31: Entwicklung der Camping-Stellplätze in Sachsen-Anhalt 1993 - 1999

| 1993 | 1994 | 1995 | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 |
|------|------|------|------|------|------|------|
| 1499 | 1682 | 2051 | 2326 | 2882 | 2958 | 3154 |

Quelle: Statistisches Landesamt

Abb. 5-32: Touristikingcamping in Sachsen-Anhalt 1997 - 1999

| Quell- gebiet | Ankünfte | | | Übernachtungen | | | Durchschnittl. Aufenthaltsdauer in Tagen | | | |
|--------------------------|----------|--------|--------|----------------|---------|---------|--|------|------|------|
| | Jahr | 1997 | 1998 | 1999 | 1997 | 1998 | 1999 | 1997 | 1998 | 1999 |
| Deutsch- land | | 75.965 | 74.993 | 86.195 | 242.455 | 232.907 | 256.679 | 3,2 | 3,1 | 3,0 |
| Anderer Wohn- sitz | | 7.095 | 6.689 | 7.407 | 23.784 | 15.860 | 17.798 | 3,4 | 2,4 | 2,4 |
| Gesamt | | 83.060 | 81.682 | 93.602 | 266.239 | 248.767 | 274.477 | 3,2 | 3,0 | 2,9 |

Quelle: Statistisches Landesamt

Da Touristikingcamper in den neuen Bundesländern durchschnittlich 32,50 DM pro Tag ausgeben, kann der durch sie geschaffene Bruttoprimärumsatz in Sachsen-Anhalt mit 8,7 Mio. DM angegeben werden.⁹² Zählt man die Dauercamper dazu, erhöht sich diese Zahl um ein Vielfaches.⁹³

5.2.3 Wander- und Radwandertourismus

Wandertourismus

Die Zeit der alternden Wanderer scheint im Lichte des modernen Highlight-, Kick- und Event-Tourismus überhaupt nicht mehr in der Mode zu sein. Statistiken verkünden indes bei genauerem Hinsehen durchaus etwas anderes. Wandern ist ausgesprochen „in“:

- 50 Prozent aller Urlauber,
- zwei Drittel aller Inlandsurlauber und
- drei Viertel aller Mittelgebirgsurlauber

sind (zur Hälfte sogar häufig) auf Schusters Rappen unterwegs. Das Wanderpublikum rekrutiert sich im Gegensatz zu früher überdurchschnittlich aus den gehobenen Bildungs- und Einkommenschichten und spätestens seit Anfang der neunziger Jahre auch wieder aus jüngeren Jahrgängen, wengleich sich dies in typischen Wanderregionen Sachsen-Anhalts wie dem Harz noch nicht sonderlich bemerkbar gemacht hat. Hintergrund dieser von Medien wie Touristikern

weitgehend unbemerkten Entwicklung ist ein immer stärkerer Drang zur Natur. Die Zahl derer, die im Urlaub „Natur erleben“ wollen, hat sich seit den 80er Jahren fast verdoppelt; „schöne Landschaft“ ist eines der entscheidenden Kriterien für die Wahl einer Destination. Beides lässt sich sehr gut zu Fuß genießen. Hinzu kommt, dass der sanfte Ausdauersport Wandern heute als das beste und nebenwirkungsärmste Mittel gegen nahezu alle Zivilisationskrankheiten vom Herzinfarkt bis zum Krebs gilt: Wer regelmäßig wandert, lebt nachweislich gesünder und länger.⁹⁴ Das sollte ein gutes Werbeargument für Wandergebiete sein!

Um den Bedürfnissen der Wanderer gerecht zu werden, bedarf es naturnaher, eindeutig markierter Wanderwege und Wegweisungen zu Wanderzielen. Im Umfeld sind einfachere Hotels und regionaltypische Küche besonders willkommen. Wanderer touren gerne auf eigene Faust, aber auch geführte Wanderungen und Mehrtageswanderungen gehören in das Angebotsportfolio einer Destination.⁹⁵

Wandern in Sachsen-Anhalt

Typisch für ausgeprägten Wandertourismus ist insbesondere die Harzregion (siehe 6.3). Der Harz umfasst über 8000 km Wanderwege (attraktive Regionen sind z.B. das Brockengebiet, das Bodetal, das Selketal und das Gebiet um

⁹² DWIF, 1995

⁹³ Die Ausgaben von Dauer- und Tourismuscampern sind nicht unbedingt zu vergleichen.

⁹⁴ Brämer 1999, 70

⁹⁵ Brämer 1999, 71

Stolberg), über 500 km Loipen, neun Stauseen, 101 Bergseen und zwei Nationalparke.

Darüber hinaus existieren viele weitere attraktive Wandergebiete. Interessant sind u.a. die Randzonen der Schutzgebiete (siehe 5.2.1) das Burgen-Umland und Flusslandschaften (siehe 7.6), wie z.B. die Unstrutregion. Bei der Weiterentwicklung des Wandertourismus müssen die Bedürfnisse der Wanderer noch besser berücksichtigt werden. Verbesserungspotenziale bestehen in der Vernetzung von Wanderwegen, im Beschildeungssystem (einschließlich „erwanderbarer“ Ausflugsziele) und in der Produktpolitik, wobei jüngere Kundengruppen besser erschlossen werden können. Dabei ist auch an Kombinationen mit anderen Tourismusarten verstärkt zu denken (z.B. Wandern und Wein, Wandern auf den Spuren von Goethe, Wandern und fürstlich Speisen).⁹⁶ Auch die Kooperation von Hoteliers, z.B. an Flüssen (siehe 7.6) oder in Regionen (siehe 6), die bei Mehrtagestouren das Gepäck der Wanderer nachtransportieren, kann ein Standortvorteil in Sachsen-Anhalt werden.

Radtourismus

Radfahren wird als eine von mehreren Urlaubsaktivitäten von etwa 20 % der Deutschen ausgeübt. Im Inlandsurlaub erhöht sich dieser Anteil auf ca. ein Viertel. Vor dem Radfahren rangieren nur noch das Baden, Wandern und Ballspielen. Rund 7,5 % aller Deutschen haben bereits eine ausgedehnte Radreise unternommen.⁹⁷

Die Bedeutung des Radfahrens für den Urlaub verwundert nicht, wenn man bedenkt, dass bereits 1997 der Fahrradbestand der Deutschen auf 73,6 Millionen eingestuft wurde. Dabei geht ein Trend eindeutig zu hochwertigeren Fahrrädern für differenzierte Bedürfnisse (z.B. Citybike, Mountainbike).

Auf den etablierten überregionalen und flussbegleitenden Radwanderwegen radeln stattliche Urlauberzahlen. So wird der Donauradweg zwischen Passau und Wien jährlich von ca. 120.000 Radlern befahren. Man vermutet, dass die Gastwirte am Donauradweg zu etwa der Hälfte vom Fahrradtourismus leben. Befragungen an Mosel und Saar sowie im Münsterland ergaben bereits vor einigen Jahren, dass dort durchschnittlich zwischen 87 DM und 99 DM ausgegeben wurden. Dies räumt mit dem Vorurteil auf, dass die Radtouristen eine einkommensschwache Klientel seien, und räumt gerade dem flussreichen Sachsen-Anhalt eine Marktchance ein (siehe 7.6).⁹⁸

Die Mehrheit der Radtouristen verfügt über relativ hohe Einkommen. So sind die über 50-Jährigen eine durchaus wichtige Gruppe der Radler. Außerdem treten Radler oft in Gruppen auf. Um im deutschlandweit härter werdenden Wettbewerb bestehen zu können, müssen die Erwartungen der Radler erfüllt werden. Zu diesen zählen vor allem:

- Radlerfreundliche Unterkunft (z.B. verschließbarer Raum zur Fahrradaufbewahrung für die Nacht, Trockenmöglichkeit für Kleidung)
- Zimmer mit Dusche/WC
- Besichtigungsmöglichkeiten (Städte, Burgen/Schlösser, Baudenkmäler etc.)
- Gut (und regionaltypisch) essen und trinken
- Radler-Infrastruktur (u.a. Reparaturmöglichkeiten, Ersatzteilhandel, Fahrradverleih).

Radfahrer nutzen ihr Sportgerät in unterschiedlichen Ausprägungen im Urlaub. Weit verbreitet ist der Durchzugstourismus. Bei Etappen von ca. 30 bis 70 km machen die Radler immer wieder an einem anderen Ort Station. Deshalb ist bei Unterkunftsempfehlungen auf die Bereitschaft zu achten, auch für eine Nacht zu vermieten. Angenehm für die Beherbergungsindustrie sind Radler, die ihre Unterkunft als Ausgangspunkt für Ausflüge betrachten.⁹⁹ In Tourismusorten mit einer dafür geeigneten Radwegstruktur ist die Schaffung von Ausleihmöglichkeiten besonders wichtig, zumal auch „normale“ Urlauber als Kunden für eine Tagesmiete infrage kommen. Neben dem Befahren gewöhnlicher Radwege, besitzt das Mountainbiking immer größere Bedeutung und mit dem Downhill biking kommt eine weitere Angebotsform in Mode. Ein umweltverträglicher Ausbau erscheint z.B. in der Harzregion erstrebenswert. Auch Kultur- und Stadtbesichtigungen werden inzwischen immer häufiger mit dem Fahrrad angeboten. Gebündelt werden die den Radtourismus betreffenden Aktivitäten vom Allgemeinen Deutschen Fahrradclub (ADFC), der in Sachsen-Anhalt mit einem Landesverband vertreten ist.

Radtourismus in Sachsen-Anhalt¹⁰⁰

Gerade in Sachsen-Anhalt sind durch die (außer in der Harzregion) vorwiegend flache Landschaft gute Bedingungen zum Radwandern vorhanden. Mit der Entscheidung, überregionale Radwanderwege (RWW) zu fördern, schuf das Wirtschafts-

⁹⁶ Siehe auch GH Tourismusberatung, 1997

⁹⁷ ADFC-Broschüre zum Radtourismus 1997, 7

⁹⁸ ADFC-Broschüre zum Radtourismus 1997, 7

⁹⁹ Freyer, 1995, 57, 67; Miglbauer, 1995, 346

¹⁰⁰ Vertiefende Aussagen sind in den in 8.2.2.2 aufgeführten Untersuchungen zu finden.

ministerium 1991 die Grundlage für ein flächen-deckendes RWW-Netz, das sich meist entlang der touristisch wichtigen Flüsse erstreckt (siehe 7.6). Die Landkreise und Kommunen als Träger haben die Möglichkeit, diese „großen“ RWW mit entsprechenden kreisinternen RWW zu verknüpfen. Zahlreiche kommunale und kreisinterne Initiativen lassen langsam ein Radwanderwegnetz entstehen.

Touristisch relevant ist die Vernetzung unterschiedlicher Angebote. So eröffnet die „Straße der Romanik“ (siehe 7.2) gute Möglichkeiten zur Erfüllung der Urlauberbedürfnisse, da hier Radfahren und Kulturtourismus thematisch verbunden werden.¹⁰¹ Ebenso geschieht das z.B. im Dessau-Wörlitzer-Gartenreich (siehe 6.2), wo der für eine Tagestour ideale 45 km lange Fürst-Franz-Weg (vier Fahrradverleihstationen am Wegesrand; Bahnanschluss) ins Leben gerufen wurde. Einen wichtigen Stellenwert im regionalen Tourismusmarketing besitzt der Radtourismus auch in der Altmark (siehe 6.1).¹⁰²

Weitere Spezialangebote ergänzen das Angebot in Sachsen-Anhalt. So bietet im Harz die HSB ihr „Dampfrad“ an (siehe 5.3.1, 6.3). In allen regionalen Zügen sowie in den S-Bahnen Sachsen-Anhalts ist die Fahrradmitnahme kostenlos. Die Deutsche Bahn unterhält sogar eine Radfahrer-Hotline. Auch die Fähren auf Elbe und Saale befördern Fahrräder, womit Kombinationsmöglichkeiten mit dem Wassertourismus aufgezeigt werden können (siehe 5.2.4).

Die Einstufung eines Radwanderweges zum überregionalen RWW (überregionale Streckenführung, Verbindung zwischen Bundesländern) bedeutet gleichzeitig die Förderfähigkeit dieses Radweges über GA-Mittel des Wirtschaftsministeriums. Regionale RWW können durch das Arbeitsministerium gefördert werden. Seit 1991 sind neun RWW entstanden. Für die Errichtung der überregionalen RWW in Sachsen-Anhalt

wurden von 1991-1998 insgesamt über 26 Mio. DM Zuschüsse aus GA-Mitteln durch das Ministerium für Wirtschaft und Technologie bewilligt. Durch Fördermaßnahmen des 2. Arbeitsmarktes (Arbeitsministerium) sind nochmals für Neubau, Sanierung und Pflege der RWW in den Jahren 1991-1999 ca. 42 Mio. DM bestätigt worden.

Mit Unterstützung durch das Wirtschafts- und das Arbeitsministerium hat der Tourismusverband Anfang 1999 eine „Radwanderwege-Konzeption für das Land Sachsen-Anhalt“ erstellt. Diese ist zur Unterstützung der Landkreise und Kommunen gedacht und soll eine Handlungshilfe darstellen. In der Konzeption kommt zum Ausdruck, „dass noch enorme Investitionen zur Bereitstellung und Unterhaltung eines attraktiven Radwegenetzes, fahrradgerechter Infrastruktur und qualifizierter Informationsmaterialien notwendig sind.“¹⁰³ Als Aufgabenschwerpunkte für Sachsen-Anhalt werden genannt

- die Infrastrukturelle Standardangleichung,
- die Qualitätsverbesserung der Wegebeschaffenheit und
- eine einheitliche, durchgängige Wegweisung.¹⁰⁴

Wenn man auf den Radtourismus setzt, so muss klar sein, dass es darum geht, einen Wettbewerbsnachteil auszugleichen. Marktvorteile könnten darüber hinaus am ehesten durch eine besonders gute Vernetzung mit anderen Angeboten erlangt werden, wie z.B. mit der „Straße der Romanik“ oder dem „Blauen Band“. Nachholbedarf besteht u.a. auch darin, dass bisher kaum private Fahrradvermieter existieren (von einzelnen Fahrradgeschäften in den Städten abgesehen) und ein „Bett & Bike“-Angebot des ADFC zur Zeit erst entwickelt wird.¹⁰⁵ Aussagen über die Qualität fahrradfreundlicher Unterkünfte sind erst dann fundiert möglich.

¹⁰¹ Landestourismusverband, 1999 (Radwanderführer „Radwanderwege entlang der Straße der Romanik“)

¹⁰² Nahrstedt/Vodde 1993, 1-22, mit vielen Tipps zur Entwicklung des Radtourismus

¹⁰³ Projektgruppe Radwanderwege beim Tourismusverband Sachsen-Anhalt e.V., 1998, 184

¹⁰⁴ Projektgruppe Radwanderwege beim Tourismusverband Sachsen-Anhalt e.V., 1998, 184

¹⁰⁵ www.adfc.de, 30.9.1999

Abb. 5-33: Vom ADFC empfohlene fahrradfreundliche Unterkünfte in Sachsen-Anhalt 1999

| | |
|----------------------|---|
| Arneburg | Restaurant & Pension „Die Villa“ |
| Bad Schmiedeberg | FEZ Freizeit GmbH Ringhotel Parkhotel |
| Bernburg | Askania Hotel |
| Blankenburg | Ferienhausanlage Stuckenbreite |
| Burg | Hotel Carl von Clausewitz |
| Colbitz | Hotel „Ambiente“ |
| Gommern | Hotel Drei Linden |
| Ilsenburg | Hotel Stadt Stolberg |
| Jerichow | Gasthof zur Klosterklause |
| Kale / Milde | Zum Pottkuchen |
| Klötze | Hotel Alte Schmiede |
| Lubast | Heidehotel Lubast |
| Magdeburg - Barleben | Hotel Sachsen-Anhalt |
| Meura | App.-Hotel Sackwitzer Mühle |
| Quedlinburg | Parkhotel Otto III. |
| Schierke | Täve's Sporthotel |
| Wernigerode | Hotel „Schlossblick“ |
| Wittenberg | Hotel Grüne Tanne SORAT Hotel Wittenberg |
| Wörlitz | Landhaus Wörlitzer Hof |

Quelle: "Bett&Bike Deutschland" des ADFC, 1999

Abb. 5-34: Überregionale Radwanderwege in Sachsen-Anhalt 1999

- **„Alte Salzstraße“**
Gesamtlänge in LSA: ca. 80 km
Die Route kommt von Sachsen in den Landkreis Merseburg-Querfurt und verlässt Sachsen-Anhalt nach Thüringen im Landkreis Sangerhausen. Einbezogen werden Radwanderwege um den Geiseltalsee und den Ziegelrodaer Forst.
- **Altmarkrundkurs**
Gesamtlänge in LSA: 520 km
Er erschließt die gesamte Altmark in Form eines kräftig verwundenen, flachen Rundkurses. Bereits 1993 wurde in einem Regionalgutachten auf die besondere Eignung der Altmark für den Radtourismus hingewiesen. Die Ausarbeitung gibt zahlreiche, auch allgemeingültige Tipps zur Entwicklung des Radtourismus.
- **Elbe-Radwanderweg „R2“**
Gesamtlänge in LSA: 360 km (einschließlich von Ausweichvarianten)
Der aus Sachsen kommende Radfernweg führt von der Lutherstadt Wittenberg über Dessau und Magdeburg weiter nach Hamburg und zur Nordsee.
- **Elster-Radwanderweg**
Gesamtlänge in LSA: ca. 31 km
Er folgt weitgehend dem Flusslauf der Weißen Elster von Thüringen bei Krossen über Zeitz nach Sachsen bei Anligk und quert damit den südlichen Teil von Sachsen-Anhalt.
- **Europaradweg „R1“**
Gesamtlänge in LSA: ca. 222 km
Aus Holland kommend, führt seine Route von der niedersächsischen Landesgrenze bei Eckertal über Ilsenburg, Wernigerode, Gernrode, Aschersleben, Staßfurt, Bernburg, Köthen, Aken, Dessau, Wörlitz und Lutherstadt Wittenberg ins Bundesland Brandenburg (in Sachsen-Anhalt bislang nur teilweise fertiggestellt).
- **Harzrundweg (Harzrand- und Harzvorlandweg)**
Gesamtlänge in LSA: 220 km
Harzrandweg: Ein Rundweg, der Niedersachsen, Thüringen und Sachsen-Anhalt verbindet. Er beginnt in Sachsen-Anhalt bei Ilsenburg und führt über Hainroda und Uftrungen nach Rottleberode.
Harzvorlandweg: Ebenfalls aus Niedersachsen kommend, führt er an den Sehenswürdigkeiten der „Straße der Romanik“ in Westerbürg und Huysburg vorbei weiter durch Halberstadt, Quedlinburg, Aschersleben, Mansfeld, Sangershausen, Kelbra und Uftrungen nach Thüringen.
- **Muldetalweg**
Gesamtlänge in LSA: ca. 40 km
Von Sachsen kommend (bei Bad Dübén), folgt er dem Muldeverlauf bis zur Mündung in die Elbe bei Roßlau
- **Saaleradweg**
Gesamtlänge in LSA: 152 km
Von der Saalequelle aus Bayern kommend, führt er die Radler über Bad Kösen, Naumburg, Weißenfels, Halle, Bernburg und Calbe nach Barby zur Mündung der Saale in die Elbe.
- **Radwanderweg Süddeutschland – Ostsee „R4“**
Gesamtlänge in LSA: ca. 80 km
Er wird auf dem Saaleradweg bis Weißenfels geführt. Danach verlässt die Route Sachsen-Anhalt über Lützen nach Sachsen. Bei Bad Dürrenberg tritt er wieder nach Sachsen-Anhalt ein, wo er über Bad Schmiedeberg und Wittenberg nach Brandenburg weitergeführt wird.
- **Unstrut-Radwanderweg**
Gesamtlänge in LSA: ca. 42 km
Bei Naumburg vom Saale-Radweg abzweigender, durch das Unstruttal (Weinbaugebiet) über Freyburg, Nebra, Memleben in den Nordosten Thüringens führender Radfernweg.

5.2.4 Wassertourismus

Zu einem der zukunftsträchtigsten Geschäftsfelder des Tourismus in Sachsen-Anhalt kann sich der Wassertourismus entwickeln. Um alle Aktivitäten zu bündeln, wurde dieses unter dem Schwerpunktthema „Blaues Band durch Sachsen-Anhalt“ zusammengefasst (siehe ausführlich 7.6).

5.3 Gesundheit (Kur- und Bädertourismus)

Zum Thema Gesundheit werden schwerpunktmäßig die Kur- und Erholungsorte betrachtet und außerdem die Bademöglichkeiten in touristisch relevanten Erlebnisdörfern sowie Badegewässern Sachsens-Anhalts (vgl. 7.6) genannt.

Gesundheitstourismus¹⁰⁶

Seit die Auswirkungen der Gesundheitsreform 1996 spürbar wurden, haben sich das Kur- und Bäderwesen und die damit verbundenen touristischen Aktivitäten in Deutschland einschneidend verändert. Es stehen nicht mehr die klassische Prävention und die Rehabilitation mit den ambulanten und stationären Kurprodukten allein im Vordergrund. Sie werden maßgeblich ergänzt um andere Formen des Gesundheitsurlaubs, die mit den Themen Beauty, Fitness und Wellness in Verbindung gebracht werden. Indiz für die steigende Bedeutung dieses Marktsegments ist, dass Europas führender Reiseveranstalter TUI 1998 eigens ein neues (und erfolgreiches) Produkt mit dem Namen „Vital“ für diese Reiseform auf den Markt gebracht hat.¹⁰⁷

Zur Qualitätssicherung erhalten die Kur- und Erholungsorte eine Prädikatisierung. Die Aner-

kennung erfolgt in Sachsen-Anhalt durch den Wirtschaftsminister auf Empfehlung des sowohl interministeriell als auch fachlich besetzten Landesfachausschusses. Anträge können an das Dezernat 33 der jeweiligen Regierungspräsidien gestellt werden.

Bei zahlreichen Orten stehen noch die Klimagutachten (Kurorte) bzw. die Klimabeurteilungen (Erholungsorte) des Deutschen Wetterdienstes aus. Ohne diese grundsätzlichen Einschätzungen ist eine endgültige Prädikatisierung nicht möglich. Im November 1999 lagen dem Regierungspräsidium Magdeburg als vorbereitender Stelle des Landes insgesamt 49 Anträge vor:

- Heilbad 5
- Ort mit Heilquellenkurbetrieb 1
- Luftkurort 14
- Erholungsort 29.

Kurorte

Kurorte „sind Gebiete (Orte oder Ortsteile), die besondere natürliche Gegebenheiten - natürliche Heilmittel des Bodens, des Meeres und des Klimas-, zweckentsprechende Einrichtungen (...) und einen artgemäßen Kurortcharakter (...) für Kuren (...) zur Heilung, Linderung oder Vorbeugung menschlicher Krankheiten aufweisen.“¹⁰⁸ Je nach Art des Kurortes sind entsprechende, in den Begriffsbestimmungen des Deutschen Bäderverbandes e.V. (DBV) näher spezifizierte Einrichtungen erforderlich.¹⁰⁹

Erholungsorte

Erholungsorte „sind klimatisch und landschaftlich bevorzugte Gebiete (Orte oder Ortsteile), die vorwiegend der Erholung dienen und einen artgemäßen Ortscharakter aufweisen“.¹¹⁰

Abb. 5-35: Kurorte in Sachsen-Anhalt nach Status und Übernachtungen 1999

| Orte | Status | Übernachtungen 1999 |
|-------------------------|---|---------------------|
| Heilbäder | | |
| Bad Kösen | vorläufig anerkannt | 237.935 |
| Bad Salzelmen | vorläufig anerkannt | 113.808 |
| <i>Bad Schmiedeberg</i> | <i>anerkannt als Mineral- und Moorheilbad</i> | 246.698 |
| Bad Suderode | vorläufig anerkannt | 90.020 |
| Blankenburg | vorläufig anerkannt | 118.364 |
| Luftkurorte | | |
| Arendsee | vorläufig anerkannt, Klima-Gutachten fehlt noch | 120.385 |
| <i>Flechtingen</i> | <i>anerkannt, strebt heilklimatischen Kurort an</i> | 124.189 |

Quellen: Bäderverband, 10/1999, Regierungspräsidium Magdeburg, 07/1999

¹⁰⁶ Vertiefende Aussagen sind in den in 8.2.2.3 aufgeführten Untersuchungen zu finden.

¹⁰⁷ Böttcher/Krings, 2000, 146ff.

¹⁰⁸ Deutscher Bäderverband e.V.

¹⁰⁹ Die Definitionen befinden sich in Überarbeitung. Zur Zeit gelten noch die Begriffsbestimmungen von 1991.

¹¹⁰ Deutscher Bäderverband e.V.

Abb. 5-36: Erholungsorte in Sachsen-Anhalt 1999

| Orte | Status |
|------------------------|---|
| Allrode | vorläufig anerkannt, Luftkurort beantragt |
| Altenbrak | vorläufig anerkannt, Luftkurort beantragt |
| Bad Bibra | vorläufig anerkannt |
| Bad Dürrenberg | vorläufig anerkannt |
| Benneckenstein | vorläufig anerkannt, Luftkurort beantragt |
| <i>Dankerode</i> | <i>Anerkannt</i> |
| <i>Darlingerode</i> | <i>Anerkannt</i> |
| <i>Elbingerode</i> | <i>Anerkannt</i> |
| Elend | vorläufig anerkannt, Luftkurort beantragt |
| <i>Friedrichsbrunn</i> | <i>Anerkannt</i> |
| <i>Freyburg</i> | <i>Anerkannt</i> |
| <i>Gernode</i> | <i>Anerkannt</i> |
| Güntersberge | beantragt |
| <i>Harzgerode</i> | <i>anerkannt</i> |
| Hasselfelde | vorläufig anerkannt, Luftkurort beantragt |
| Havelberg | beantragt |
| Ilsenburg | vorläufig anerkannt, Luftkurort beantragt |
| Kamern | beantragt |
| Klötze | beantragt |
| Kloschwitz | beantragt |
| Königshütte | vorläufig anerkannt |
| Meisdorf | vorläufig anerkannt |
| Neudorf | vorläufig anerkannt |
| Quedlinburg | beantragt |
| Schierke | vorläufig anerkannt, Luftkurort beantragt |
| Schollene | beantragt |
| Schwenda | beantragt |
| <i>Sorge</i> | <i>anerkannt</i> |
| Stecklenberg | vorläufig anerkannt |
| Stiege | vorläufig anerkannt, Luftkurort beantragt |
| Stolberg | vorläufig anerkannt, Luftkurort beantragt |
| <i>Tanne</i> | <i>anerkannt</i> |
| Trautenstein | vorläufig anerkannt, Luftkurort beantragt |
| Treseburg | vorläufig anerkannt, Luftkurort beantragt |
| Wernigerode | vorläufig anerkannt |
| Wippra | anerkannt |
| Wörlitz | anerkannt |

Quellen: Bäderverband, 10/1999, Regierungspräsidium Magdeburg, 7/1999

Marktsituation in Sachsen-Anhalt

Das Übernachtungsvolumen in Luftkurorten, Heilbädern und Rehakliniken betrug:

- 1997: 825.794
- 1998: 960.343¹¹¹

Die meisten Übernachtungen werden in den Monaten Juli, August und Juni verzeichnet. Bis Mitte 1999 weisen die Statistiken des Bäderverbandes eine weitere Steigerung gegenüber den Vorjahren aus. Der Anteil von Kuren und Rehabilitationsaufenthalten am gesamten Übernachtungsvolumen in Sachsen-Anhalt betrug 1998

rund 15%.¹¹² Der Großteil der aus Gesundheitsgründen getätigten Übernachtungen in Sachsen-Anhalt entfiel dabei zum überwiegenden Teil auf die Rehakliniken.

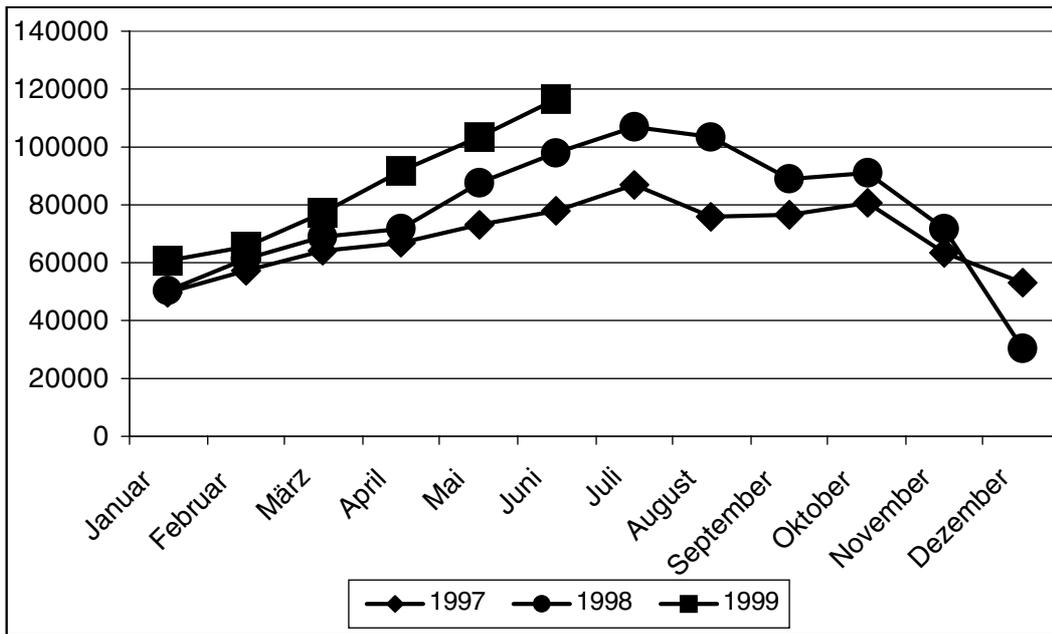
Diese positive Entwicklung lässt sich beispielhaft auch an Bad Suderode ablesen, das 1998 mit 11,9 Tagen die höchste Aufenthaltsdauer und neben Harzgerode mit rund 50 % die beste Auslastung aller Kur- und Erholungsorte in Sachsen-Anhalt aufzuweisen hatte.¹¹³ Eine klare Produktgestaltung und mehr Stammgäste haben es ermöglicht, dass die Zahl der abgegebenen Kurmittel 1999 größtenteils deutlich höher gegenüber den Vorjahreswerten lag.

¹¹¹ Bäderverband Sachsen-Anhalt e.V., 1999

¹¹² Ergebnisse der Beherbergungsstatistik Sachsen-Anhalts 1998 und des Bäderverbandes

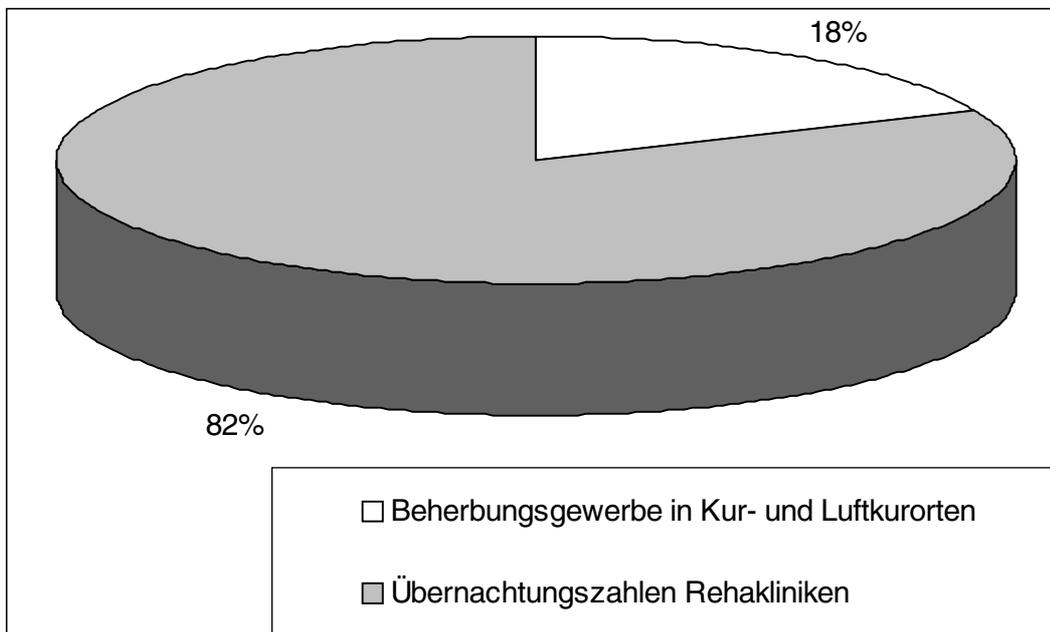
¹¹³ Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt e.V., 1999

Abb. 5-37: Monatsverläufe der Übernachtungszahlen in Kurorten und Rehakliniken Sachsen-Anhalts 1997 bis 1999



Quelle: Bäderverband Sachsen-Anhalt e.V., 1999

Abb. 5-38: Übernachtungen in Kur- und Luftkurorten Sachsen-Anhalts 1998



Quelle: Bäderverband Sachsen-Anhalt e.V., 1999

Abb. 5-39: Entwicklung der Kurmittelabgabe in Bad Suderode 1998/1999

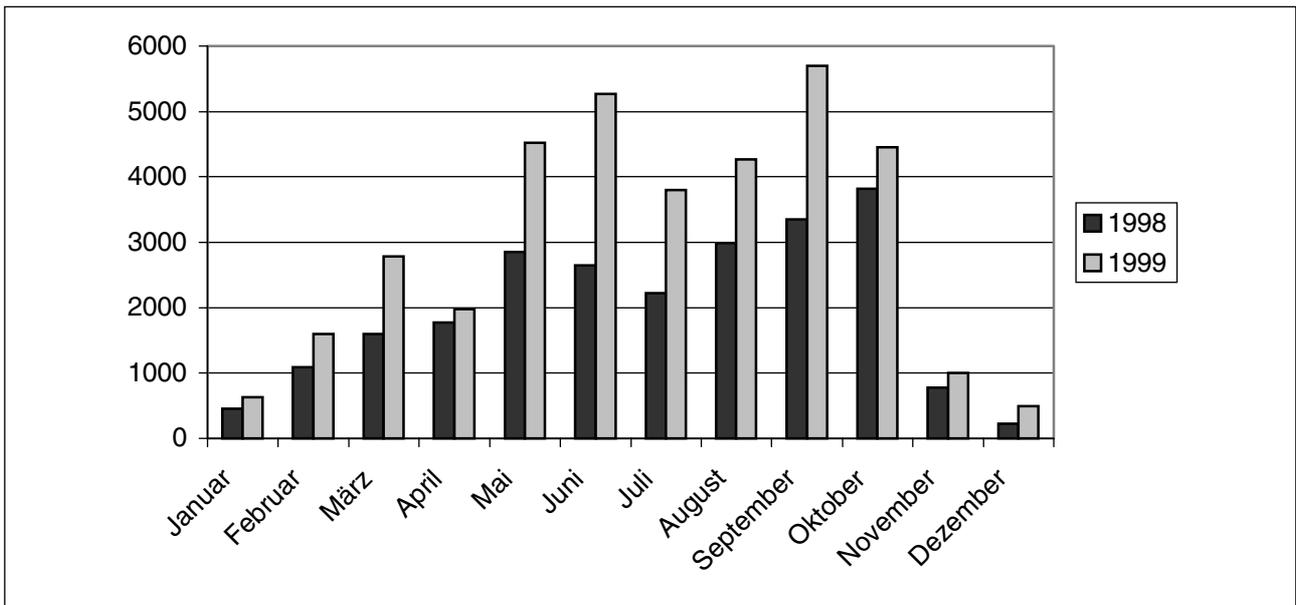
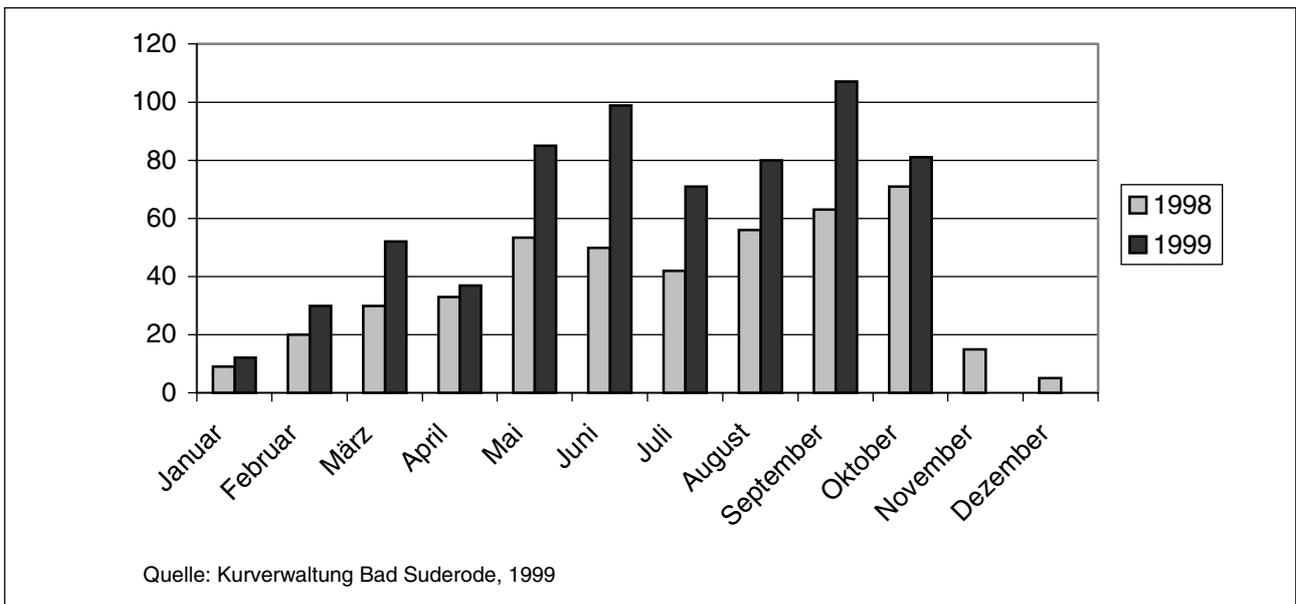


Abb. 5-40: Durchschnittliche Anzahl von Kurgästen pro Behandlungstag in Bad Suderode 1998/1999



Die zur Zeit in Überarbeitung befindliche Heilbäderkonzeption für Sachsen-Anhalt wies 1995 folgende Schwerpunkte im Marketing auf:¹¹⁴

| |
|---|
| Angestrebte Quellmärkte |
| kurzfristig: • mitteldeutsche Gebiete (Sachsen-Anhalt, Großraum Halle/Leipzig und Großraum Berlin/ Brandenburg) mittelfristig: • ganz Deutschland langfristig: • Mitteleuropa (Spezialmärkte) |
| Zielgruppen |
| Diese ergeben sich für jeden Ort aus den Angeboten und Therapiemöglichkeiten und sind generell • Anhänger von Naturkuren und • „Oldies“ ¹¹⁵ über 50 mit hoher Kaufkraft sowie im speziellen u.a. • Rehabilitanden-„Berufe“ (Arbeitstherapie, Wiedereingliederung) • Luftkur/Atemwege und Frauen. |
| Produktpolitik |
| • „Gute Luft“ (gegen das Bitterfeld-Image) • Naturkuren • „Sanfte Medizin“ • Kombinationen von Kur und Natur sowie Kur und Kultur • Präventive Problemlösungsangebote wie z.B. Bandscheibenkuren, Ernährungsumstellung, Musiktherapie |

Insgesamt wurden für die Entwicklung des Tourismus neben anderen Förderprogrammen in den Kurorten Sachsen-Anhalts in den Jahren 1991 bis

1999 Fördermittel in Höhe von 231,1 Mio. DM aus der Gemeinschaftsaufgabe (GA) bewilligt.

Nach Informationen des Bäderverbandes Sachsen-Anhalt gibt es in den Kurorten und Rehakliniken des Landes ca. 3.500 unmittelbar im Kur- und Gesundheitsbereich beschäftigte Personen (incl. zugeordnetem Gastgewerbe). Etwa die gleiche Anzahl von Arbeitsplätzen kann man im Sekundärbereich zu Grunde legen.

Erlebnisbäder¹¹⁶

Die Wasserfläche, Größe des Saunabereichs, Existenz und Größe von Rutschen sowie ergänzende Freizeitangebote sind zwar einige wichtige hard facts, die Anhaltspunkte für die Beurteilung der Marktfähigkeit eines Erlebnisbades darstellen, ebenso bedeutsam können aber soft facts werden, wie z.B. die durch Architektur, Innengestaltung und Servicefreundlichkeit erzeugte Atmosphäre. Nicht zuletzt spielt das Preis-Leistungsverhältnis eine wichtige Rolle.

Der Gefahr aufkommender Sättigungstendenzen „wegen diffuser und sich wiederholender Thematisierungsstrategien“¹¹⁷ muss mit schlüssigen Vermarktungskonzepten im Hinblick auf die anvisierten Zielgruppen begegnet werden, wobei Touristen im Umkreis von ca. 50 km und Einwohner im Umkreis bis zu 100 km (Naherholung) als potentielle Besucher zunächst in Frage kommen.¹¹⁸ Grundsätzlich gilt:

- Ein Bad ohne weitere touristische Attraktionen wird wirtschaftlich kaum erfolgreich sein.
- Die Tourismusentwicklung fördert unter Umständen den Bäderbesuch.
Ein Nutzen für beide Seiten ist nur bei einer

Abb. 5-41: GA-Förderung in den Kurorten Sachsen-Anhalts 1991 - 1999

| | | |
|----------------------------|--------------------------|-------|
| Bad Schmiedeberg | Moor- und Mineralheilbad | 62,96 |
| Bad Kösen | Heilbad | 34,97 |
| Bad Suderode | Heilbad | 58,10 |
| Schönebeck / Bad Salzelmen | Heilbad | 55,68 |
| Blankenburg | Heilbad | 13,69 |
| Arendsee | Luftkurort | 5,44 |
| Flechtingen | Luftkurort | 0,20 |

Stand 10 / 99, Angaben in Mio. DM

Quelle: Ministerium für Wirtschaft und Technologie, 1999

¹¹⁴ Reppel+Partner, 1995, 18

¹¹⁵ Dieser Begriff ist im Marketing ungebräuchlich. Heute spricht man von „50+“ oder der „Silver generation“.

¹¹⁶ Dreyer, Stellungnahme zur Erlebnisbad-Konzeption, 1999

¹¹⁷ Heuer/ Schiller, 1998, 154

¹¹⁸ DWIF, 1994 und 1996

Zielgruppenaffinität zwischen Erlebnisbad und Tourismus zu erwarten. Mit einiger Sicherheit sind nur bestimmte Tourismusarten bzw. Zielgruppen mit dem Besuch von Erlebnisbädern in Verbindung zu bringen. So sind z.B. Städtetouristen und Geschäftsreisende in der Regel keine potentiellen Erlebnisbadbesucher.

- Ein Erlebnisbad gehört aus Sicht der Erwartungen einiger Zielgruppen (fast schon) zur selbstverständlichen Ausstattung einer Destination. Erlebnisbäder stellen keinen Wettbewerbsvorteil dar, sondern nur den *Ausgleich von Wettbewerbsnachteilen*, weil sie von wesentlichen Tourismus-Zielgruppen als existent vorausgesetzt werden. Zu berücksichtigen ist die Abhängigkeit einzelner Bäderkonzepte von den jeweiligen Zielgruppen.

Folgende Aufstellung zeigt eine grobe Orientierung:

| |
|--|
| Spaß-Erlebnisbäder: |
| <ul style="list-style-type: none"> • Familien mit Kindern • Jugendliche alleine • Altersgruppen: bis ca. 40 Jahre (bei attraktiver Saunalandschaft aber auch Ältere) • Bedürfnis nach Spaß und Abwechslung |
| Thermal-Erlebnisbäder: |
| <ul style="list-style-type: none"> • Gesundheitstourismus • Aktivtourismus (Rad, Kanu etc.) • Altersgruppen: verstärkt über ca. 40 Jahre • Bedürfnis nach Ruhe und Entspannung |

Als Kennzahlen zur Orientierung können dienen:

- Das Investitionsvolumen der Freizeit- und Erlebnisbäder (kommunal und privat) liegt bei ca. 25 bis 35 Mio. DM (bei einer Spannweite von 16 bis 70 Mio.)
- Durchschnittlich Besuchszahl ca. 325.000 pro Jahr (bei einer Spannweite von 150.000 bis 850.000 Besuchen pro Jahr)
- Durchschnittlicher Umsatz pro Gast ca. 9,- DM (davon 1/3 Nebenumsätze) Gut geführte kommerzielle Anlagen erreichen einen durchschnittlichen Umsatz je Gast von 22,- DM (bei einer Spannweite von DM 11,- bis 45,- ¹¹⁹)

Als fundamentale Voraussetzungen für erfolgreiche Erlebnisbad-Betriebe gilt:

- " Die Strukturen im Einzugsgebiet der potentiellen Nachfrager müssen die Voraussetzung dafür schaffen, dass sehr hohe Besucherzahlen (auf jeden Fall über 400.000 pro Jahr) akquiriert werden können.
- Die konkrete Ausgestaltung und auch das Image der wichtigsten Angebotskomponenten müssen große Preisfestsetzungsspielräume eröffnen; der Erlös pro Besucher muss im Durchschnitt deutlich über 10,- DM liegen." ¹²⁰

Die genannten Rahmenbedingungen, Kennzahlen und Investitionsvolumen verdeutlichen, dass vor einer Neuinvestition in Erlebnisbäder wie auch in Freizeitparks eine gründliche und objektive wirtschaftliche Analyse erfolgen muss. In Sachsen-Anhalt wurden bis Oktober 1999 fünf Erlebnisbäder in Betrieb genommen, die vom Wirtschaftsministerium aus Mitteln der Gemeinschaftsaufgabe mit insgesamt 110,7 Mio. DM gefördert und durch die 120 Dauerarbeitsplätze geschaffen wurden. Für

Abb. 5-42: Förderung von Erlebnisbädern in Sachsen-Anhalt bis 1999

| In Betrieb genommen ¹²¹ | Ausgereichte Förderbescheide | Standorte mit Förderpriorität |
|---|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Bad Schmiedeberg (1.160) • Stolberg (570) • Halle-Beesen (1.250) • Magdeburg (1.530) • Schönebeck-Bad Salzelmen (530) | <ul style="list-style-type: none"> • Halberstadt (1.035) • Staßfurt (550) ¹²² • Naumburg (485) ¹²³ | <ul style="list-style-type: none"> • Altmark: Arendsee • Anhalt-Wittenberg: Dessau • Harz: Blankenburg ¹²⁴ |

Anmerkung: Zahlen in Klammern beziehen sich auf die Wasserfläche in qm.

Quelle: Ministerium für Wirtschaft und Technologie, 20.10.1999

¹¹⁹ Heuer/ Schiller 1998, 119

¹²⁰ DWIF, 1996, 25

¹²¹ In der Reihenfolge ihrer Inbetriebnahme (in Klammern Wasserfläche in qm).

¹²² Inbetriebnahme in 2000 geplant

¹²³ Inbetriebnahme in 2000 geplant

¹²⁴ Ministerium für Wirtschaft und Technologie, 20.10.1999, 5ff

weitere drei Bäder, durch die 87 Dauerarbeitsplätze geschaffen werden sollen, wurden Förderbescheide mit Zuschüssen von insgesamt 25,4 Mio. DM ausgereicht. Auf der Grundlage dieser Förderentscheidungen und der vorliegenden Anträge bestehen weitere Förderprioritäten des Wirtschaftsministeriums für weitere drei Standorte.

Badegewässer

Wie die Erlebnisbäder dienen die Badegewässer dem Tourismus und der Naherholung gleichermaßen. Sachsen-Anhalt besitzt ein enormes wassertouristisches Potential (siehe 7.6), das sich auch im Hinblick auf die Badegewässer positiv auf die allgemeine Tourismusentwicklung auswirkt. In Sachsen-Anhalt wurden 14 von insgesamt 58 Badegewässern 1998 in der Klasse 1 („sehr gut geeignet“) eingestuft.¹²⁵

- Arendsee Strandbad
- Kamern See, Badestrand Kamern
- Waldbad Wischer
- Steinbruch Alte Schmiede Süplingen
- Halberstädter See
- Löderburger See
- Flämingbad Coswig
- Waldseebad Hasselfelde
- Bremer Dammteich Gernrode
- Osterteich Gernrode
- Schachteich Gerlebogk
- Waldbad Freundschaft
- Strandbad Adria
- Strandbad Pappelgrund.

Barrierefreier Tourismus in Sachsen-Anhalt

Die Entwicklung des Behindertentourismus - besser: des barrierefreien Tourismus - ist ein wichtiges Ziel der Tourismuspolitik des Landes Sachsen-Anhalt - und zwar nicht nur wegen der selbstverständlichen sozial- und gesellschaftspolitischen Verpflichtung zu einer umfassenden Integration der behinderten Menschen, sondern auch aus ganz praktisch wirtschaftlichen Erwägungen heraus.

Nach einer Bundesstudie zu diesem Themenkomplex ist davon auszugehen, dass der Behindertentourismus sehr entwicklungsfähig ist, wenn es gelingt, die derzeit bestehenden Barrieren abzubauen. Die Studie geht davon aus, dass bereits jetzt ein Umsatzvolumen von 6 Mrd. DM bundesweit besteht, durch das rund 90.000 Arbeitsplätze abgesichert werden. Bei entspre-

chender Ausgestaltung touristischer Angebote werden erhebliche Zuwächse erwartet. Angesichts der Bedeutung des barrierefreien Tourismus liegt es nahe, im Rahmen der bestehenden Möglichkeiten auf eine Weiterentwicklung der touristischen Infrastruktur Sachsen-Anhalts unter Beachtung der Belange insbesondere auch mobilitätsbeeinträchtigter Menschen noch stärker hinzuwirken. Dies trifft vor allem auf das Geschäftsfeld des Gesundheitstourismus und seine Spezifizierung in Sachsen-Anhalt zu.

Folgende Aktivitäten und Maßnahmen können beispielhaft genannt werden:

- Im Bereich der Tourismusförderung ist das „barrierefreie Bauen“ bei der Errichtung und Erweiterung von touristischen Anlagen, Hotels und Gastronomieanlagen nicht nur erwünscht, sondern wird bei der Gewährung von Investitionszuschüssen ausdrücklich gefördert.
- Bei der Prädikatisierung von Kur- und Erholungsorten hat das Wirtschaftsministerium als Anerkennungsbehörde das Vorhandensein von behindertengerechten Einrichtungen als Voraussetzung in den Kriterienkatalog aufgenommen.
- Im Tourismusmarketing ist die Tourismusregion Altmark beispielgebend mit der Herausgabe einer Broschüre „Urlaub aus einer anderen Perspektive“, die Angebote mit Reise- und Ausflugstipps für Menschen mit Behinderungen enthält.
- Zur EXPO 2000 hat die EXPO 2000 - Sachsen-Anhalt GmbH in ihren Reiseangeboten für die Korrespondenzregion Sachsen-Anhalt eine besondere touristische Tour „Reisen mit dem Rollstuhl“ für mobilitätseingeschränkte Personen aufgenommen.
- In Zusammenarbeit mit dem Bäderverband Sachsen-Anhalt lässt das Wirtschaftsministerium die touristischen Potentiale für Behinderte im Hinblick auf vermarktbarere Angebote untersuchen.
- Die Landesmarketinggesellschaft Sachsen-Anhalt wird sich auch künftig in Zusammenarbeit mit den touristischen Regionen verstärkt diesem Thema widmen.

Bei all diesen Aktivitäten ist jedoch immer darauf zu achten, dass Behinderte touristisch nicht ausgegrenzt werden dürfen bzw. werden wollen (keine „Ghettoisierung“).

¹²⁵ Badegewässerkarte des Landes Sachsen-Anhalt 1999, hrsg. v. Ministerium für Arbeit, Frauen, Gesundheit und Soziales, Stand: Bakteriologische Untersuchungsergebnisse von 1998

6. Touristische Schwerpunktregionen in Sachsen-Anhalt

Inhaltliche Bestimmung

An die Klärung der Fragestellung, welches touristische Schwerpunktregionen des Landes Sachsen-Anhalt sind bzw. sein können, ist in zwei Schritten heranzugehen. Zunächst einmal muss geklärt werden, was unter einer „touristischen Region“ zu verstehen ist. Dann können Landstriche und Städte entsprechend zugeordnet werden.

Eine touristische Region ist ein Gebiet, das eine touristische Infrastruktur besitzt und das als Reiseziel bekannt ist. In der touristischen Fachsprache und in der modernen Tourismusforschung wird nicht von touristischen Regionen, sondern von Destinationen (übersetzt: **Zielgebieten**) gesprochen. Aus Sicht der potenziellen Reisenden ist eine **Destination** nur dann als solche anzusehen, wenn sie in deren Köpfen und in deren Vorstellungen **als zusammenhängendes Reisegebiet erkannt** wird. Diese Zusammenhänge lassen sich entweder alleine aus geographischen oder aus geographischen in Verbindung mit kulturellen bzw. thematischen Beziehungen ableiten. Daher können Destinationen eine ganz unterschiedliche Größe besitzen.¹²⁶

In Sachsen-Anhalt ist eine (verwaltungsorientierte) Gliederung der Regionen durch die Bildung der touristischen Regionalverbände gegeben (siehe 3.3). Diese sind

- die Altmark
- Anhalt-Wittenberg
- Halle-Saale-Unstrut
- der Harz und
- Magdeburg-Elbe-Börde-Heide.

Destinationen in Sachsen-Anhalt

Diese verwaltungsbestimmten Regionen können aus Sicht der Reisenden nicht zwingend in ihrer jeweiligen Gesamtheit als Destinationen aufgefasst werden, denn niemand reist „nach Anhalt-Wittenberg“ oder „nach Halle-Saale-Unstrut“, wohl aber in den Harz oder in die Altmark. Daher wird hier eine Schwerpunktsetzung vorgenommen, die sich am Destinationsbegriff orientiert.

Auch wird berücksichtigt, dass einige Zielgebiete

Sachsen-Anhalts bereits in anderen Zusammenhängen gewürdigt wurden bzw. werden (die Elbe, der Nationalpark Harz, diverse Städte etc. siehe 5. und 7.). Als wichtige touristische Zielgebiete im deutschen und europäischen Wettbewerb der Destinationen werden in Anlehnung an den Landesentwicklungsplan (siehe 4.) im Folgenden behandelt:

- die Altmark
- das Dessau-Wörlitzer Gartenreich
- der Harz und
- die Weinregion Saale-Unstrut.

6.1 Altmark¹²⁷

Entwicklung

Bis auf wenige Ausnahmen war die Altmark bis 1989 ein touristisches Niemandsland. Die grenznahe Lage verhinderte die Herausbildung einer Ferien-Infrastruktur, wie sie es in anderen Regionen der DDR bereits gab. Dies bedeutete aber auch eine Chance, geeignete neue Marktstrategien ohne Rücksicht auf bestehenden Ferienheim-Tourismus zu entwickeln. Nach der Wende bildete sich in kurzer Zeit eine solide Basis in der touristischen Infrastruktur heraus. Insgesamt verfügt die Altmark über 100 Hotels und Pensionen sowie mehrere hundert Privatbetten. Die Zahl der Ferienwohnungen und -häuser ist noch relativ gering. Die periphere Lage der Städte und vieler Ausflugsziele hat zur Folge, dass sich nur relativ wenige Besucher in die „innere Altmark“ begeben. Im Hinblick auf die über dem Landesdurchschnitt liegende Aufenthaltsdauer (3 Tage) ist erkennbar, dass in der Altmark die Urlaubsreisen überwiegen, der Geschäftsreiseverkehr hier eine geringere Rolle spielt, also die Altmark auch in der Zukunft bei steigendem Destinations- und Dienstleistungsbewusstsein einen festen Markt erschließen kann.

Die weitere regionale Bündelung der touristischen Entwicklung der Altmark wird auf dem Gebiet der Infrastruktur im Rahmen der regionalisierten Strukturpolitik der beiden Altmark-Landkreise (siehe 4.2) und im Bereich des Innenmarketing durch den touristischen Regionalverband Altmark bestimmt.

¹²⁶ Bieger 1997, 73f.

Der Schwarzwald kann ebenso eine Destination sein wie Baden-Baden. Dagegen stellen der Schwarzwald und das Elsaß gemeinsam, obwohl sie in unmittelbarer Nachbarschaft liegen, keine Destination dar, weil diese Regionen durch geographische sowie kulturelle Unterschiede gekennzeichnet sind und zusätzlich von der Grenze zwischen Deutschland und Frankreich getrennt werden.

¹²⁷ Vertiefende Aussagen sind in den in 8.2.3.1 aufgeführten Untersuchungen zu finden.

Kundengruppen

Die Herkunft der übernachtenden Gäste ist mit den geographisch angestrebten Zielgruppen identisch. In der Reihenfolge ihrer Bedeutung sind dies vor allem Besucher aus den Quellgebieten

- Hamburg, Schleswig-Holstein, nördliches Niedersachsen,
- Berlin, Brandenburg (Berliner Umland),
- Niedersachsen (ohne Norden, insbesondere Hannover, Braunschweig, Wolfsburg, Gifhorn und Celle) sowie
- Nordrhein-Westfalen, insbesondere Ruhrgebiet.

Zusätzlich haben für den Naherholungs- und Ausflugstourismus der Raum Magdeburg und die angrenzenden Regionen Niedersachsens höchste Priorität.

Die bisherigen Erkenntnisse über Gästestruktur und -bedürfnisse sind noch relativ gering. Versucht man dennoch, diese mit den angestrebten Zielgruppen und den Angeboten zu kombi-

nieren, so ergeben sich insbesondere folgende anzusprechende Personenkreise:¹²⁸

- Ältere Reisende (55+)
- Familien
- Behinderte
- Campingurlauber

Als Reisemotive sollten den Zielgruppen zu Grunde liegen:

- Körperliche Aktivitäten (Radfahren, Wandern, Reiten, Wasserwandern)
- Kulturelle Interessen (Hansestädte)
- Naturverbundenheit (Naturparks)

Geschäftsfelder in der Altmark¹²⁹

Radwandern

Speziell ausgebaut wurde der 500 km lange Altmark-Rundkurs. Zusätzlich existieren ebenso lange Radwanderwege innerhalb der Region, und es gibt ca. 20 Fahrradausleihstationen. Die Prospektanfragen deuten darauf hin, dass die Region als Radler-Destination begriffen wird und als solche schon einen gewissen Bekanntheitsgrad

Abb. 6-1: Übernachtungen in der Altmark 1993-1998

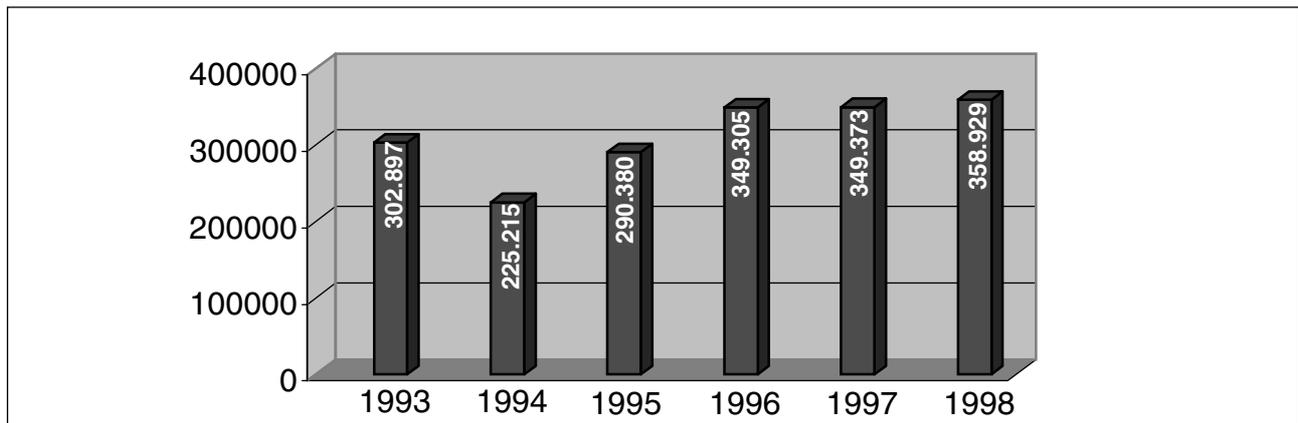
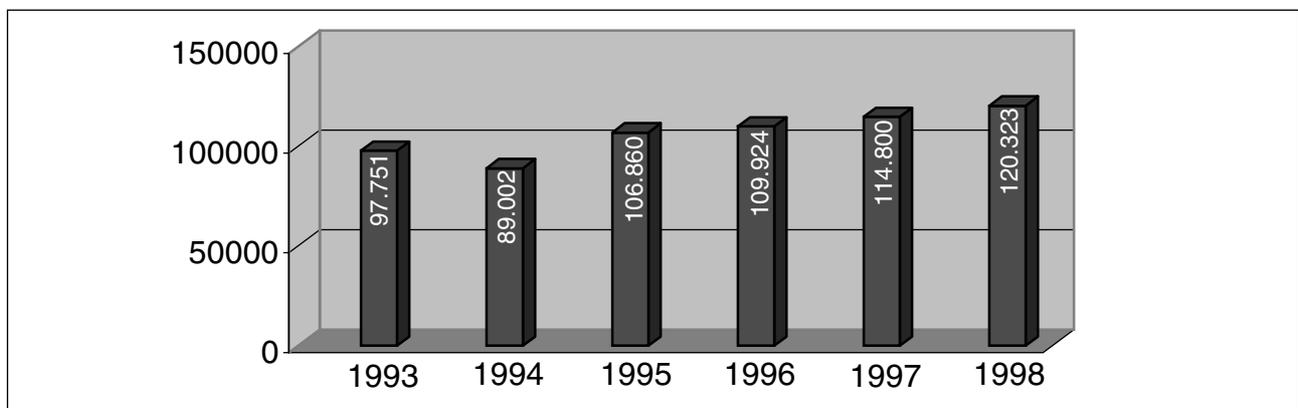


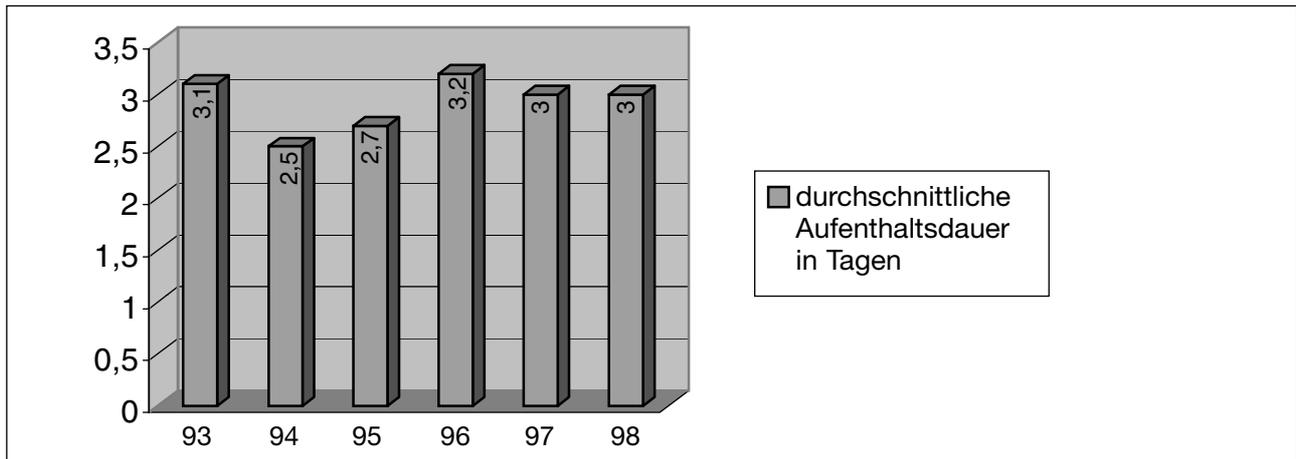
Abb. 6-2: Gästeankünfte in der Altmark 1993-1998



¹²⁸ Fremdenverkehrsverband Altmark 1996, 6ff.

¹²⁹ Fremdenverkehrsverband Altmark 1996

Abb. 6-3: Durchschnittliche Aufenthaltsdauer in der Altmark 1993-1998



Quelle: Abb. 6-1 – 6-3: Statistisches Landesamt 1999

besitzt. Am Produkt wird gearbeitet, indem in Zusammenarbeit mit dem ADFC eine „Fahrradfreundliche Region“ (dazu gehören z.B. fahrradfreundliche Beherbergungsbetriebe, Servicewerkstätten etc.) weiterentwickelt werden soll. Dabei wird ein Hauptaugenmerk auf die Entwicklung von Produkten „Radwandern ohne Gepäck“ gelegt. Eine Konzeptskizze zum „Radlerland Altmark“ wurde 1999 vom Fremdenverkehrsverband Altmark vorgelegt (vgl. 5.2.3).

Reiten

Knapp 50 Reiterhöfe und Beherbergungsbetriebe mit Gastboxen haben sich in der Altmark etabliert.¹³⁰ Ferner werden 12 Reithallen betrieben. Das Angebot umfasst sämtliche Formen des Reitsports, u.a. Trailritte und das Pilotprojekt „Sternreiten in der Altmark“. Als Zielgruppen kommen auch Familien in Frage. Besonders beliebt ist der Reitsport bei Jugendlichen, vor allem bei den Mädchen.

Erlebnisrouten

Neben der landesweiten „Straße der Romanik“ (siehe 7.2) wurden drei regionale Erlebnisrouten entwickelt, nämlich die Fontane-, Bismarck- und Reformationsroute. Ziel ist es, Gäste auch in die „innere Altmark“ zu lenken. Der Ausbau dieser Routen soll vorangetrieben werden. In 1999 kommen die Hanseroute und der Altmärkische Wassermühlenweg hinzu.

Städtetourismus

Die Altmark ist reich an touristisch relevanten kleinen und mittleren Städten, die sich durch historische Zentren, meist verbunden mit Hanse-Tradition auszeichnen. Das touristische Profil der

Städte muss durch originelle Stadtführungen, Veranstaltungen etc. ausgebaut werden.

Ferien auf dem Land/ Urlaub auf dem Bauernhof

Die Entwicklung dieses touristischen Sektors wird kontinuierlich ausgebaut. Hilfreich sind dabei die Altmärkischen Bauernwochen (zweite Veranstaltungsreihe 1999), die gleichzeitig die Brücke zu den gastronomischen Themen des Landes schlagen. Übernachtungen im Heu werden derzeit von 11 Betrieben angeboten. Darüber hinaus wird am Projekt „Dorfhofel Buch“ gearbeitet, bei dem die Unterbringung und Vermarktung im Ort zentral geregelt werden soll.

Kinderland Altmark¹³¹

Die bestehenden und zu entwickelnden Angebote sind für die Profilierung der Altmark als Kinderland nützlich. Allerdings ist der Weg dorthin noch weit und muss schnell beschritten werden, wenn Wettbewerbsvorteile daraus erwachsen sollen, denn andere Regionen arbeiten ebenfalls an solchen Konzepten (Benchmark: Lieser-Maltatal in Kärnten, Österreich).

Naturtourismus

Die Altmark besitzt ein weites naturräumliches Potenzial, das von Naturpark Drömling und Colbitz-Letzlinger Heide (siehe 5.2.1) und der Elbe (siehe 7.6) gerahmt wird. Wandern und Wasserwandern sind hier bedeutende Geschäftsfelder.

In der Zukunft kann die Altmark mit all ihren vielfältigen Angeboten als touristisches Erholungs- und Entspannungsgebiet insbesondere für den städtischen Großraum Berlin unter dem Thema „Landurlaub Altmark“ profiliert und vermarktet werden (vgl. 5.2.2).

¹³⁰ Verzeichnis der Reiter- und Ferienhöfe in der Altmark, o.J.

¹³¹ Auch eine Empfehlung der Tourismuswerkstatt, Strategieguppe 1998

6.2 Dessau-Wörlitzer Gartenreich¹³²

Entwicklung

Im Zentrum des ehemaligen Fürstentums Anhalt-Dessau entstand linkselbisch um die Hauptstadt Dessau vom 17. bis 19. Jahrhundert eine Park- und Schlösserlandschaft, die in Qualität und Geschlossenheit ihresgleichen in Europa sucht. Die Gärten von Mosigkau und Großkühnau, Georgium mit Tiergarten und Beckerbruch, Luisium und Sieglitzer Berg, Wörlitz und Oranienbaum bilden einschließlich der künstlich angelegten Elbauen, Sichtachsen, Alleen und Ruhesitze eine heute noch etwa 145 qkm große Denkmallandschaft. Der Stellenwert des Dessau-Wörlitzer Gartenreiches für Sachsen-Anhalt, Deutschland und Europa wird jedoch vielfach noch verkannt, bzw. nur auf den Wörlitzer Park mit seinen 112 ha reduziert, der bereits jetzt mit seinen ca. eine Mio. Besuchern pro Jahr überlastet ist. In dieser Besucherzahl steckt jedoch das künftige wirtschaftliche Potential für das gesamte Dessau-Wörlitzer Gartenreich.

Strategie

Das Ministerium für Wirtschaft und Technologie hat deshalb die Grundlagen einer Entwicklungskonzeption zum Dessau-Wörlitzer Gartenreich 1995 erarbeitet und um einen konkreten Maßnahmenplan ergänzt. Dabei blieb die Landesregierung bei dem Grundsatz, dass nicht rein touristische Vorstellungen, sondern über diesen Teilaspekt hinausgehende ganzheitliche und nachhaltige Überlegungen zum Dessau-Wörlitzer Gartenreich Grundlage der Entwicklungskonzeption sein müssen. Die Landesregierung von Sachsen-Anhalt hat sich deshalb 1995 und 1996 mit zwei Kabinettsentscheidungen eindeutig zum Dessau-Wörlitzer Gartenreich bekannt. Sie hat eine einheitliche und eindeutige Aussage im Sinne einer rein kulturellen naturnahen und touristischen Nutzung der Schwerpunktgebiete getroffen. Ziel soll eine wirtschaftliche Entwicklung der Region in Abstimmung mit Denkmalpflege und Naturschutz sein.

Das praktizierte Überschreiten der Ressortgrenzen bei der Entwicklung des Dessau-Wörlitzer Gartenreiches stellt dessen Bedeutung aus Landessicht heraus. Um eine Verzettelung zu verhindern, ist die 1994 von Bund und Land gegründete und seit 1996 geschäftsfähige Kulturstiftung Dessau-Wörlitz als Koordinator und Träger der verschiedenen Maßnahmen im Rahmen der Entwicklung des Dessau-Wörlitzer Gartenreiches bestimmt worden. Als Klammer der vielfältigen infrastrukturellen

Fragen hat das Wirtschaftsministerium 1997 im Rahmen der Regionalisierung der Strukturpolitik (siehe 4.2) ein Teilraumkonzept Dessau-Wörlitzer Gartenreich erarbeiten lassen. Im weiteren Planungsverlauf wurden 1997 vom Landesamt für Denkmalpflege als einziger Sonderband das Denkmalverzeichnis Dessau-Wörlitzer Gartenreich, von der Kulturstiftung Dessau-Wörlitz 1997 das Konzept für die mittelfristige Entwicklung der Kulturstiftung Dessau-Wörlitz von 1998 bis 2003 und vom Wirtschafts- und Kultusministerium gemeinsam mit den Städten der Region, vor allem Wörlitz und Dessau, die Inventarisierung der historischen Infrastruktur des Dessau-Wörlitzer Gartenreiches (Wege, Alleen, Sichtachsen, Deiche, Kleinarchitektur) 1999 vorgelegt. Gerade das letztere umsetzungsorientierte Konzept für den Gesamttraum inmitten des Biosphärenreservates mittlere Elbe (siehe 5.2.1) wird in den nächsten Jahren vernetzende touristische Infrastrukturmaßnahmen, insbesondere von Kultus-, Arbeits-, Umwelt- und Wirtschaftsministerium nach sich ziehen. Als Zielrichtung des Landes steht die Aufnahme des Dessau-Wörlitzer Gartenreiches in die Weltkulturerbeliste der UNESCO im Blickfeld, wozu aufgrund der genannten Beschlüsse und Konzepte 1999 ein Antrag gestellt wurde.

Wirtschaftliche Bedeutung

Wirtschaftlich gesehen, können die Schlösser und Parks in ihrer Gesamtheit zu einem Zentrum des Kulturtourismus in Sachsen-Anhalt und Deutschland ausgebaut werden. Gerade weil die touristisch für Sachsen-Anhalt bedeutsame „Straße der Romanik“ (siehe 7.2) den Regierungsbezirk Dessau kaum berührt, muss auch der regionalwirtschaftliche Aspekt hierbei beachtet werden. Ziel wird es sein, den durchschnittlichen Anteil der Tourismuswirtschaft am bundesdeutschen Bruttosozialprodukt in Dessau-Wörlitz zu übertreffen. Damit einher geht eine überdurchschnittlich hohe Schaffung von qualifizierten Arbeitsplätzen in Tourismus, Handel und Handwerk. Dabei kann die Kulturstiftung Dessau-Wörlitz mit ungefähr 200 unbefristeten und befristeten Beschäftigten und etwa 7,5 Mio. DM Auftragsvolumen - davon 132 Aufträge an 45 Firmen in Sachsen-Anhalt - im Jahr 1997 als Maßstab dienen.

Kundengruppen

In Bezug auf seine Kundengruppen muss einerseits der auf klassische kulturelle Einrichtungen abzielenden Tourismus und andererseits der Kultur- und Naturtourismus im weiteren Sinne (vgl. 5.1.1, 5.2.1) angesprochen werden, denn

¹³² Vertiefende Aussagen sind in den in 8.2.3.2 aufgeführten Untersuchungen zu finden.

das Gartenreich, als einmalige Verbindung von Natur und Kultur bietet hier wiederum hervorragende Möglichkeiten. Dies muss sich im Innenmarketing des Regionalverbandes Anhalt-Wittenberg und im Außenmarketing der Landesmarketinggesellschaft niederschlagen. Aufgrund der Auswertung von Prospektanfragen kommt man zu der Annahme, dass die Quellgebiete für die Stadt Wörlitz und das Gartenreich zwar in erster Linie noch in Niedersachsen, Sachsen-Anhalt selbst und in Berlin liegen. Mit einigem Abstand folgen aber auch Anfragen aus den Bundesländern Nordrhein-Westfalen, Bayern, Sachsen und Hessen, was darauf hindeutet, dass das Einzugsgebiet sukzessive erweitert werden kann.¹³³

Den Besuchern bietet sich die Möglichkeit, die ständig wechselnden Gartenbilder mit genial angelegten **Sichtachsen** zu Fuß oder in einer **Gondel** sitzend vom Wasser aus zu erleben.

Größere Strecken können mit dem **Fahrrad** zurückgelegt werden. So wurde eigens der „Fürst-Franz-Weg“ mit einer Länge von 45 km angelegt, der die Englischen Anlagen zu Wörlitz mit anderen, zur Kulturstiftung Dessau-Wörlitz gehörenden Gärten und Kultureinrichtungen verbindet. Des Weiteren kann die über Oranienbaum fahrende Dessau-Wörlitzer **Museums-Eisenbahn** genutzt werden.

Als Klammer der betroffenen Kommunen von Dessau bis Wörlitz, Vockerode bis Oranienbaum dient das langfristig zu entwickelnde Dessau-Wörlitzer-Gartenreich. Denn der Tourismus, der nachhaltig Erfolg haben, das Bruttosozialprodukt der Region nachdrücklich bestimmen und einen hohen Beschäftigungsstand gut ausgebildeter Arbeitskräfte erreichen will, muss das eindeutig beste „Produkt“ bieten; und das heißt in diesem Fall „Dessau-Wörlitzer Gartenreich“.

Abb. 6-4: Sehenswürdigkeiten des Dessau-Wörlitzer Gartenreichs ¹³⁴

| Sehenswürdigkeit | Ort | Besichtigung | Besuche 1998 |
|---------------------------------------|-------------|--|-------------------------------|
| Wörlitzer Anlagen | Wörlitz | <ul style="list-style-type: none"> • Schlossmuseum • Englisches Landhaus • Museum Gotisches Haus • Galerie am Grauen Haus • Synagoge • Floratempel | 30.920 10.595 2.607 |
| Schloss und Park Oranienbaum | Oranienbaum | <ul style="list-style-type: none"> • Schlossmuseum • Orangerie • Pagode im Englisch-Chinesischen Garten | 16.037 davon 5.249 |
| Sieglitzer Berg | Vockerode | <ul style="list-style-type: none"> • Park | |
| Schloss und Landschaftsgarten Luisium | Dessau | <ul style="list-style-type: none"> • Schloss • Schlangenhaus | 5.880 |
| Landschaftsgarten Großkühnau | Dessau | <ul style="list-style-type: none"> • Schloss • Park | |
| Schloss und Park Mosigkau | Dessau | <ul style="list-style-type: none"> • Museum • Schloss | 11.672 |
| Schloss und Park Georgium | Dessau | <ul style="list-style-type: none"> • Anhaltische Gemäldegalerie • Schloss | |

Abb. 6-5: Besuchsentwicklung ausgewählter Einrichtungen des Dessau-Wörlitzer Gartenreichs 1994 - 1998

| | 1994 | 1995 | 1996 | 1997 | 1998 |
|---------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Schloss Wörlitz | 34.612 | 37.309 | 35.347 | 33.103 | 30.920 |
| Schloss Oranienbaum | 5.001 | 7.285 | 8.612 | 14.667 | 16.037 |
| Schloss Mosigkau | 14.538 | 17.332 | 21.458 | 19.183 | 11.672 |
| Gondeln | 71.974 | 82.292 | 81.063 | 89.884 | 77.886 |
| Fähren | 328.947 | 395.114 | 389.737 | 314.355 | 293.100 |

Quelle: Kulturstiftung Dessau-Wörlitz, 1999

¹³³ Wörlitz-Information Okt. 1999

¹³⁴ zusammengestellt aus Unterlagen der Kulturstiftung und des Fremdenverkehrsvereins Dessau-Wörlitz.

6.3 Harz ¹³⁵

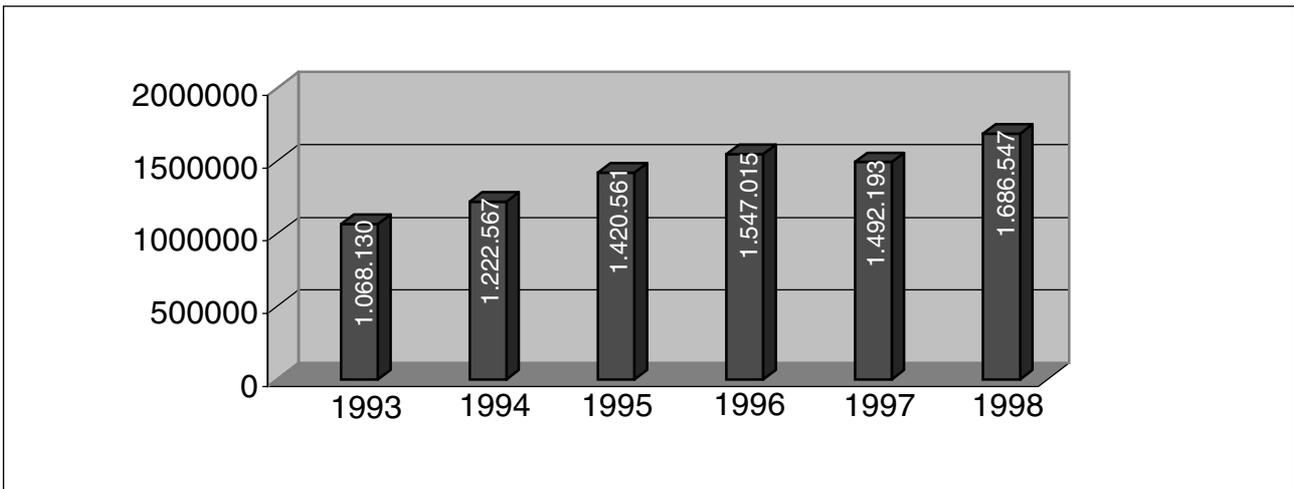
Entwicklung

Der Tourismus besitzt im Harz eine lange und erfolgreiche Tradition. Das wiedervereinigte Mittelgebirge rückte ab 1990 schnell in die Top-Riege der am meisten besuchten deutschen Urlaubsregionen auf.

Ohne Zweifel wird der Gesamtharz von den Deutschen als *eine* Destination angesehen, und dementsprechend wird er vom 1904 gegründeten Harzer Verkehrsverband (HVV) inzwischen auch wieder vermarktet (siehe 3.3).

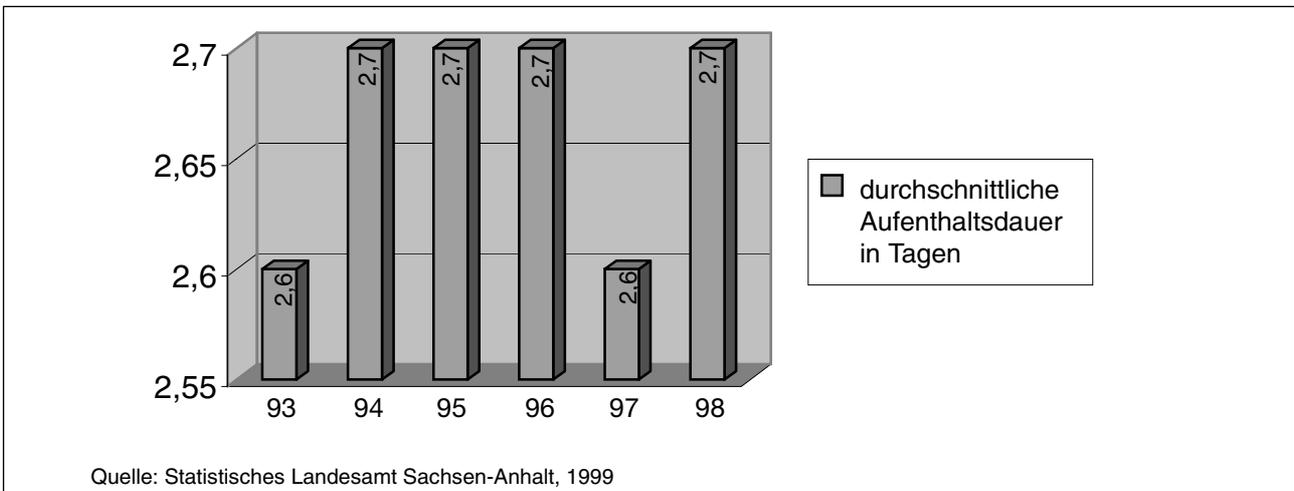
Es ist erkennbar, dass die Entwicklung im Harz in den letzten fünf Jahren stetig aufwärts gezeigt hat. Dies ist wesentlich auf die verbesserte Ostharzer Infrastruktur mit einer modernen Hotellerie im Mittelpunkt zurückzuführen, obwohl es u.a. im Bereich der Ortsbilder, des Ausbaus der tourismusbegleitenden Freizeit-Infrastruktur und im Bereich der Servicequalität erkennbare Verbesserungspotentiale gibt. Aber auch im Westharz wurden die dem Tourismus immanenten Herausforderungen und Chancen angenommen, so dass die Harzregion optimistisch in die touristische Zukunft blicken kann.

Abb. 6-6: Anzahl der Übernachtungen im Harz 1993-1998



Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt 1999

Abb. 6-7: Durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Touristen im Harz 1993-1998



Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, 1999

¹³⁵ Vertiefende Aussagen sind in den in 8.2.3.4 aufgeführten Untersuchungen zu finden.

Wirtschaftsfaktor Tourismus ¹³⁶

In den Tabellen 6-8 und 6-9 wird das Ausgabeverhalten der Übernachtungsgäste dargestellt. Gegenüber der damaligen Erhebung ist heute generell von höheren Werten auszugehen, weil sich u.a. die Qualität der Beherbergungsbetriebe im Ostharz seither verbessert hat und daher mit hoher Wahrscheinlichkeit höhere Durchschnittserlöse pro Zimmer erzielt werden als noch vor sieben Jahren.

Der Harz gehört zu den Gebieten, in die relativ viele Ausflüge gemacht werden. Gründe sind die recht verkehrsgünstige Lage, die Nähe zu bevölkerungsreichen Ballungsräumen und die landschaftliche Attraktivität. Das Verhältnis von statistisch erfassten Übernachtungen zu privat motivierten Tagesausflügen (nicht dabei der lokale

Urlauberausflugsverkehr¹³⁷) beträgt für den Harz 1:6,7. Hinzu kommen noch Tagesgeschäftsfreisende. Entsprechend werden für den Harz 42,7 Millionen Tagesausflüge errechnet.

Entsprechend dieser Berechnung ist bei einem Volkseinkommen in Höhe von DM 20,7 Mrd. festzuhalten, dass rund 6,2 % des Volkseinkommen im Harz tourismusindiziert sind. Dies betrifft alleine die direkt im Tourismus erwirtschafteten Einkommen. Durch den Tourismus werden 35.000 Arbeitsplätze im Harz geschaffen, davon ein Drittel außerhalb des Gastgewerbes.¹³⁸

Marketing

Im Harz wird länderübergreifend gearbeitet. Sowohl im Marketing als auch im Bezug auf die Förderung sind die Bundesländer Sachsen-An-

Abb. 6-8: Ausgabenstruktur der Erholungsurlauber in gewerblichen Betrieben im Harz 1992/1993

| | | |
|---|------------------|-------------|
| Unterkunft | DM 54,00 | 43% |
| Verpflegung | DM 47,40 | 38% |
| Einkäufe | DM 9,60 | 8% |
| Sport und Freizeit | DM 1,50 | 1% |
| Lokale Transporte | DM 1,10 | 1% |
| Sonstige Dienstleistungen | DM 11,40 | 9% |
| Ausgaben pro Übernachtungsgast pro Tag | DM 125,00 | 100% |

Quelle: Harzer Verkehrsverband, Wirtschaftsfaktor Tourismus, 09/1998

Abb. 6-9: Ausgabenstruktur bei privaten Übernachtungen im Harz 1992/1993 (Betriebe mit weniger als 9 Betten)

| | | |
|---|-----------------|-------------|
| Unterkunft | DM 22,75 | 34% |
| Verpflegung | DM 30,25 | 44% |
| Einkäufe | DM 8,20 | 12% |
| Sport und Freizeit | DM 2,00 | 3% |
| Lokale Transporte | DM 1,80 | 3% |
| Sonstige Dienstleistungen | DM 3,00 | 4% |
| Ausgaben pro Übernachtungsgast pro Tag | DM 68,00 | 100% |

Quelle: Harzer Verkehrsverband, Wirtschaftsfaktor Tourismus, 09/1998

Abb. 6-10: Ausgabenstruktur der Tagesgäste im Harz 1995

| | | |
|---------------------------------------|-----------------|-------------|
| Restaurant und Café | DM 14,20 | 37% |
| Einkäufe und sonstige Waren | DM 15,40 | 41% |
| Lebensmitteleinkäufe | DM 2,90 | 8% |
| Unterhaltung und Sport | DM 2,00 | 5% |
| Lokale Transporte | DM 0,35 | 1% |
| Sonstiges, Pauschale | DM 3,15 | 8% |
| Ausgaben pro Tagesgast pro Tag | DM 38,00 | 100% |

Quelle: Harzer Verkehrsverband, Wirtschaftsfaktor Tourismus, 09/1998, 8

¹³⁶ Harzer Verkehrsverband, Wirtschaftsfaktor Tourismus, 09/1998. Die Zahlen zum Ausgabeverhalten von Touristen beruhen auf einer Primärerhebung des DWIF, 1992/1993.

¹³⁷ DWIF 1995, Tagesreisen der Deutschen, Heft 46, 40

¹³⁸ Harzer Verkehrsverband, Wirtschaftsfaktor Tourismus, 09/1998, 14

Abb. 6-11: Bruttoprimaryumsatz im Harz-Tourismus 1996

| | |
|---|----------------------|
| Bruttoprimaryumsatz durch Übernachtung in gewerblichen Betrieben: 6,05 Mio. Übernachtungen x DM 125,00 | DM 756 Mio. |
| Bruttoprimaryumsatz durch Übernachtung in Privatquartieren: 2,84 Mio. Übernachtungen x DM 68,00 | DM 193 Mio. |
| Bruttoprimaryumsatz durch Tagesgäste: 42,7 Mio. Tagesausflüge x DM 38,00 | DM 1.623 Mio. |
| Bruttoprimaryumsatz gesamt | DM 2.572 Mio. |

Quelle: Harzer Verkehrsverband, Wirtschaftsfaktor Tourismus, 09/1998

Abb. 6-12: Wertschöpfung durch den Tourismus im Harz 1996

| | |
|---|----------------------|
| 1. Umsatzstufe (38% vom Nettoprimaryumsatz) | DM 856 Mio. |
| 2. Umsatzstufe (30% vom Wareneinsatz) | DM 424 Mio. |
| Tourismusindizierte Wertschöpfung | DM 1.280 Mio. |

Quelle: Harzer Verkehrsverband, Wirtschaftsfaktor Tourismus, 09/1998

halt, Niedersachsen und Thüringen beteiligt. Zu einer gemeinsamen regionalen Entwicklung haben sich die Landkreise des Harzes im Regionalverband Harz zusammengeschlossen, der auch im Tourismus vernetzte Infrastruktur- und Innenmarketingprojekte bündelt (vgl. 4.2). Für die Vermarktung der Gesamtdestination „Harz“ im Außen- sowie im Innenmarketing ist der Harzer Verkehrsverband zuständig (vgl. 3.3). Für eine Übergangsphase bis zur Anpassung von West- und Ostharzstandards wurde für bestimmte Innenmarketingmaßnahmen in Sachsen-Anhalt der Harzer Förderkreis¹³⁹ gegründet.

Als eine der ersten deutschen Destinationen erkannte der Harz, dass mit Standardangeboten ohne originellen Zuschnitt auf den hart umkämpften Tourismuskäufen kaum noch Chancen bestehen, zumal sich zum Teil sogar eine Nachfrage nach themenorientierten Angeboten unabhängig vom Urlaubsort abzeichnet. In vorbildlicher Weise wird für den Harz schon seit 1998 ein Konzept umgesetzt, in dessen Mittelpunkt diese von den Gästen geforderte Zielgruppen- und Themenorientierung steht (siehe auch Einführung 5). Neben den Geschäftsfeldern und Schwerpunktthemen Sachsen-Anhalts werden elf harzspezifische Angebote unter dem Gesichtspunkt der Spezialisierung vermarktet.

| Kundengruppen und Themen des Harzmarketing |
|--|
| Der KinderHarz |
| Der KulturHarz (Siehe auch Kap. 5.1) |
| Der NaturHarz (Siehe auch Kap. 5.2.1) |
| Der BergbauHarz (Siehe auch Kap. 5.1.3) |
| Der junge Harz |
| Der GesundHarz (Siehe auch Kap. 5.3) |
| Der WinterHarz |
| Der NostalgieHarz (Siehe auch Kap. 5.1) |
| Der MärchenHarz |
| Der KuschelHarz |
| Der SportHarz (Siehe auch Kap. 5.2) |

Servicequalität der Tourismus-Informationsstellen

In 1996 wurden 51 Harzer Informationsstellen mit einer Beobachtungsstudie auf ihre Qualität und Kundenfreundlichkeit untersucht. Zu den wesentlichsten Verbesserungspotentialen zählten in einigen Fällen die Bearbeitungszeit von Anfragen (muss innerhalb desselben Tages geschehen), das Eingehen auf Spezialfragen (ließ in zwei Drittel der Fälle zu wünschen übrig), die Öffnungszeiten am Wochenende (sonntags, wenn die meisten Touristen vor Ort sind, waren nur 25 % geöffnet) und auch die Beratung ließ oftmals Kompetenz und Begeisterungsfähigkeit für die eigene Region vermissen.¹⁴⁰ Dies ist nur ein Indiz dafür, dass mit einer Dienstleistungsoffen-

¹³⁹ Harzer Förderkreis, 1996, 1997

¹⁴⁰ Dreyer, 1996b und Dreyer/ Flentge, 1998a

sive, die Servicequalität und -mentalität auf allen Ebenen der touristischen Dienstleistungskette im Harz und in ganz Sachsen-Anhalt gestärkt werden müssen.

6.4 Weinregion Saale-Unstrut¹⁴¹

Entwicklung

Das Weinbaugebiet Saale-Unstrut erstreckt sich länderübergreifend zwischen Thüringen und Sachsen-Anhalt entlang der Unstrut und der Saale von Memleben bis nach Weißenfels/Burgwerben. Der Naturraum wird durch den in jüngerer Zeit ins Leben gerufenen Naturpark „Saale-Unstrut-Triasland“ geschützt (siehe 5.2.1). Seit 998 wird in der Region Weinanbau betrieben (Jahresthema Sachsen-Anhalts 1998: 1000 Jahre Wein an Saale und Unstrut). Die dadurch charakteristische Kulturlandschaft wird außerdem von zahlreichen Schlössern und Burgen geprägt. Zusammen mit historischen Stadt- und Dorfanlagen aus verschiedensten Epochen sind sie Zeugnis einer bewegten und reichen Geschichte an der Grenze zwischen fränkischem, sächsischem und slawischem Einflussbereich. Die ersten deutschen Könige und Kaiser errichteten, vom Harz kommend, hier bedeutende Pfalzen, und einflussreiche Adelsgeschlechter des Mittelalters waren hier beheimatet.

Thema „Wein“

Der erste sichere Nachweis für Weinberge findet sich in einer Schenkungsurkunde des Kaisers Otto III. an das Kloster Memleben aus dem Jahre 998. Die Mönche des Klosters Pforta machten später das mittlere Saaleetal und das Gebiet an der Unstrut urbar, wo auch heute noch die Rebflächen liegen. Damit ist die Region auf dem 51. Breitengrad das nördlichste Qualitätsweingebiet Deutschlands (der Rheingau liegt auf dem 50. Breitengrad), mit dem es im übrigen die Sonne bei durchschnittlich 1430 Stunden Sonnenscheindauer gut meint (Mosel-Saar-Ruwer: 1399 Stunden). Angebaut werden auf ca. 600 ha vornehmlich Weißweine (Rotweinsorten nehmen eine Anbaufläche von ca. 17 % ein) und bei ihnen ist mit gut einem Viertel der Fläche die Müller-Thurgau-Rebe am stärksten vertreten.

Drei Entwicklungsprojekte mögen verdeutlichen, wie die Weinregion ihre Kräfte um das Thema Wein zu bündeln beginnt. Im Rahmen der Regionalisierung der Strukturpolitik (siehe 4.2) hat das Wirtschaftsministerium Sachsen-Anhalts ein länderübergreifendes Teilraumkonzept Weinregion Saale-Unstrut 1997 erarbeiten lassen, das

umsetzungsorientiert die Infrastrukturprojekte der Kommunen und den Kommunikationsprozess in der Region gebündelt hat.

Im Rahmen des EU-Programms LEADER II zur Förderung des ländlichen Raumes wurden mehrere Projekte bearbeitet, die zum Ziel hatten, die „Verflechtung des regionalen Potentials zur Entfaltung der ländlichen Entwicklung im Saale-Unstrut-Triasland unter besonderer Berücksichtigung von Weinbau und Fremdenverkehr“ zu erreichen. Bearbeitet wurden u.a. ein Marketingprojekt zur Stärkung der traditionellen Handwerke und Tätigkeiten (Logo „Natürlich Saale-Unstrut“), das Modellprojekt „Schliffenweiberg“ zur Umgestaltung und Sanierung eines stadtbildprägenden Terrassenweingebirges in Freyburg und ein Tourismusprojekt mit einem Schwerpunkt auf der Entwicklung des Wanderwegenetzes.

Im Rahmen des Jahresthemas wurden mit Hilfe einer in 1998 befristet eingesetzten und mit acht Mitarbeitern ausgestatteten Regiestelle zusätzliche Projekte realisiert. Unter anderen waren dies, eine Radtour Zeitz - Freyburg (Verknüpfung der Themen Wein und Sport), zwölf Veranstaltungen „Musik im Weinberg“, Neubeschilderung der Weinstraße durch die Fremdenverkehrsgesellschaft, touristische Informationstafeln entlang der Weinstraße und ein touristisches Rahmenprogramm anlässlich des Krönungswochenendes der Deutschen Weinkönigin in Freyburg.

Tourismusmarketing

Bereits 1993 wurden die Grundlinien der Vermarktung der Weinregion Saale-Unstrut konzeptionell festgelegt. Die Region vereint viele für Sachsen-Anhalt typische Geschäftsfelder auf sich. Durch die Besonderheiten der Kulturlandschaft werden nicht nur Weinreisen, sondern auch alle anderen Arten des Kultur- und Naturtourismus gefördert (siehe 5.1 und 5.2). Die „Weinstraße Saale-Unstrut“ erschließt die Region für Weinliebhaber, und es gibt darüber hinaus zahlreiche Berührungspunkte mit der „Straße der Romanik“, dem „Blauen Band“ sowie dem Radtourismus entlang des „Saale-“, des „Unstrut-“ und des „Elsteradweges“ (siehe 5.2.3).

Das Marketing für die Region bezieht neben dem Schwerpunkt „Burgen, Schlösser und edler Wein“ sowie den oben genannten Verknüpfungen zu anderen Geschäftsfeldern des Sachsen-Anhalt-Tourismus insbesondere die Vermarktung regionaler Produkte mit ein, wobei der engen Verknüpfung von Wein- und Tourismusmarketing be-

¹⁴¹ Vertiefende Aussagen sind in den in 8.2.3.3 aufgeführten Untersuchungen zu finden.

Abb. 6-13: Touristische Entwicklung im Burgenlandkreis 1993 - 1998

| | 1993 | 1994 | 1995 | 1996 | 1997 | 1998 |
|-------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Ankünfte | 88.932 | 138.261 | 148.186 | 147.604 | 141.705 | 146.474 |
| Übernachtungen | 365.873 | 465.569 | 500.434 | 491.306 | 419.917 | 458.362 |
| Auslastung in % | 42,0 | 42,2 | 41,9 | 36,2 | 29,5 | 30,2 |
| Aufenthaltsdauer* | 4,0 | 3,4 | 3,4 | 3,3 | 3,0 | 3,1 |
| Betriebe | 56 | 77 | 90 | 93 | 91 | 91 |
| Betten | 2.581 | 2.952 | 3.432 | 3.910 | 4.143 | 4.137 |

* in Tagen

Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, 1999

Abb. 6-14: Besuchszahlen ausgewählter Einrichtungen in der Weinregion Saale-Unstrut 1998

| | |
|------------------------------------|---------|
| Naumburger Dom | 152.857 |
| Schloss Neuenburg, Freyburg | 103.027 |
| Rotkäppchen Sektkellerei, Freyburg | 59.853 |
| Romanisches Haus, Bad Kösen | 22.953 |
| Modellbahn Wiehe | 262.575 |
| Moritzburg Zeitz | 19.160 |

Quelle: Fremdenverkehrsgesellschaft Saale-Unstrut-Elster mbH, 1999

sonderes Gewicht beizumessen ist. Die zentralen touristischen Orte der Region sind Naumburg, Freyburg, Bad Kösen und Bad Sulza, um die sich die weiteren Städte wie Nebra, Laucha, Querfurt, Weißenfels und Zeitz gruppieren. Zum größten Teil gehören die Kommunen zum Landkreis Burgenlandkreis in Sachsen-Anhalt und zum touristischen Regionalverband Halle-Saale-Unstrut. Als Weinhauptstadt der Region gilt das Winzerstädtchen Freyburg, das auch die 1856 gegründete Sektkellerei Rotkäppchen beheimatet, die inzwischen zur größten Sektkellerei Deutschlands avanciert ist.

Die Rückgänge in den Übernachtungszahlen in 1996 und 1997 sind insbesondere auf die Auswirkungen der Gesundheitsreform zurückzu-

führen. Da sich in 1999 die bereits für 1998 erkennbare Verbesserung der Situation fortsetzte, kann man von einer Stabilisierung der Tourismusanfrage in dieser Region sprechen, die guten Mutes in die Zukunft blicken lässt. Anhand der Besuchszahlen für 1998 wird die Bedeutung attraktiver Ausflugsziele ersichtlich. Eine positive Wechselwirkung mit dem Übernachtungstourismus liegt auf der Hand.

Zu Schloss Neuenburg in Freyburg liegen beispielhaft detailliertere Untersuchungen¹⁴² vor. So stieg die Besuchsentwicklung in den letzten zehn Jahren kontinuierlich an. Während 1989 noch deutlich unter 20.000 Besucher in die bis dahin für Besucher lange Jahre geschlossene Burg kamen, waren es 1993 schon knapp 60.000, und

Abb. 6-15: Besucherbefragung der Neuenburg in Freyburg/Unstrut 1998

| Besucherstruktur | Nachfrageschwerpunkte im Museumsladen (nach Umsätzen) |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ca. 75% Individualreisende ca. 65% reisten mit dem Auto an ca. 20% kamen zu Fuß | <ul style="list-style-type: none"> Bücher, Zeitschriften (38%) Wein, Sekt, Likör (11%) Dekorationswaffen (15%) |

Quelle: Glatzel, K. mit Ergebnissen einer Besucherbefragung, 1998

¹⁴² Glatzel, K., o.J., o.S.

7. Landesweite Schwerpunktthemen in Sachsen-Anhalt

Die touristischen Schwerpunktthemen des Landes werden aufgrund von Merkmalen fixiert, die zur Alleinstellung des Tourismus im Land geeignet sind. Diese Alleinstellungsmerkmale (in der Fachsprache des Marketing „USPs“¹⁴³) können dabei kulturhistorischer Natur sein, wie bei den bekannten Persönlichkeiten (Luther, Komponisten etc.), die in Sachsen-Anhalt gelebt und gewirkt haben, Zeugnisse aus bestimmten Epochen (Baudenkmäler aus der Romanik etc.) darstellen, aber auch außergewöhnliche, z.T. vom Menschen geschaffene Landschaften (Bergbau, Wein etc.) betreffen. Darüber hinaus kommen touristisch bedeutsame Großveranstaltungen („Events“ wie die BUGA 1999, die EXPO 2000) als temporäre Schwerpunktthemen des Landes in Frage.

Landesthemen tragen prinzipiell zur Schaffung einer Corporate Identity bei. Diese ist im Grunde genommen eine Voraussetzung für erfolgversprechendes Marketing nach innen und außen und erweist sich daher auch als Basis für Kommunikationspolitik und Werbung. Die Corporate Identity ist das „Strategische Dach“ und vermittelt eine tourismusbezogene „Philosophie“ oder „Persönlichkeit“ des Landes. Sie muss mit einem einheitlichen Erscheinungsbild (Corporate Design) eindeutig, durchgängig und langfristig kommuniziert werden.¹⁴⁴ Das **Innenmarketing** soll dabei die Identität der eigenen Bevölkerung und der verschiedenen Dienstleister (Hotellerie, Museen etc.) mit dem Land und den touristischen Leitthemen (Schwerpunktgeschäftsfelder, -regionen, -themen) fördern, während das **Außenmarketing** auf die touristische Vermarktung des Landes und dessen Leitthemen und damit auf auswärtige Besucher zugeschnitten ist.

Nur unter diesen Voraussetzungen kann sich der Tourismus als Wirtschafts- und Arbeitsfaktor in Sachsen-Anhalt etablieren. Vorausgesetzt ist eine inhaltliche und infrastrukturelle Herausarbeitung von Schwerpunkten des Landestourismus. Dazu gehören neben der Entwicklung von spezifischen Geschäftsfeldern (siehe 5.) und herausragenden Regionen (siehe 6.) landesweite Schwerpunktthemen.

7.1 Jahresthemenplanung

Neben bzw. gleichzeitig mit der Herausbildung von Schwerpunktthemen wurden von Land und Regionen gemeinsam *Jahresthemen* (Arbeitstitel)

festgelegt, die Schwerpunktthemen geworden sind bzw. werden können.

Die Festlegung und Umsetzung der Themen erfolgt in Abstimmung zwischen der Landesmarketinggesellschaft, dem Landestourismusverband, den Regional- und Fachverbänden sowie den verschiedenen Ministerien (Wirtschaft, Kultur, Finanzen etc.). Aus ihnen werden unter Berücksichtigung von Alleinstellungsmerkmalen für den Tourismus spezielle und den Forderungen des Marktes für den Tourismus spezielle **Jahresthemen** (Verstärkerthemen) entwickelt, anhand derer eine wirkungsvolle Förderung des Tourismus in Sachsen-Anhalt nicht nur in finanzieller Hinsicht, sondern auch unter Marketinggesichtspunkten möglich wird. Wichtig ist, dass die Vermarktung mittels einzelner Themen gezielt an die sie interessierenden Gästegruppen gerichtet werden kann. Dabei werden die Planungen der Deutschen Zentrale für Tourismus auf Bundesebene berücksichtigt, z.B. im Goethe-Jahr 1999 und im Romanik-Jahr 2001. Für die Verstärkerthemen werden Marketing-Pläne für klar begrenzte Zeiträume erarbeitet. Für die Entwicklung des Tourismus muß darauf geachtet werden, daß die Verstärkerthemen die vom Markt nachgefragten touristischen Angebote der Regionen des Landes in ihrer Komplexität einbeziehen und somit dem Charakter von strategischen Geschäftsfeldern erhalten. Nur so profitiert das Land und letztlich jeder seiner Regionen längerfristig von den Aktivitäten und Finanzmitteln für die Verstärkerthemen.

Mittels der festgelegten Schwerpunkte und Jahresthemen werden **Marketingpläne** für alle Tourismusregionen aufgestellt. So wird die Vermarktung Sachsen-Anhalts sowohl nach innen als auch nach außen unter Verwendung eines bestimmten Mottos („Straße der Romanik“, „Luther's Land“, „Musikland Sachsen-Anhalt“ etc.) in ihrer Gesamtheit ermöglicht. Für die Entwicklung des Tourismus muss darauf geachtet werden, dass die Jahresthemen zu landesweit vermarktbar Schwerpunkthemen ausgebaut werden und damit den Charakter von strategischen Geschäftsfeldern erhalten, weil das Land nur so langfristig von den Aktivitäten und Finanzmitteln für ein Jahresthema profitiert. Deshalb sind die 1998 festgelegten Jahresthemen Arbeitstitel, die noch auf ihre Entwicklungsfähigkeit zu langfristigen Schwerpunktthemen überprüft werden müssen.

¹⁴³ USP = Unique Selling Proposition = Einzigartiger Verkaufsvorteil

¹⁴⁴ Freyer, 1995, 57, 67; Miglbauer, 1995, 346

¹⁴⁵ Vertiefende Aussagen sind in den in 8.2.2.2 aufgeführten Untersuchungen zu finden.

**Abb. 7-1: Jahresthemenplanung Sachsen-Anhalts 1993 bis 2008
(Arbeitstitel - Stand 1998)**

| Jahr | Jahresthemen |
|------|--|
| 1993 | Straße der Romanik in Sachsen-Anhalt (siehe 7.2) |
| 1994 | Straße der Romanik in Sachsen-Anhalt (siehe 7.2) |
| 1995 | Musikland Sachsen-Anhalt (siehe 7.5) |
| 1996 | Luther's Land (siehe 7.4) |
| 1997 | Melanchthon-Jahr (siehe 7.4) |
| 1998 | 1000 Jahre Wein an Saale-Unstrut (siehe 6.4) |
| 1999 | BUGA – Gärten, Schlösser, Parks Goethejahr Katharina von Bora (siehe 7.4) |
| 2000 | EXPO – Land der Reformen Bachjahr (siehe 7.5) Weilljahr (siehe 7.5) |
| 2001 | Auf den Spuren Ottos des Großen (siehe 7.3) Urlaub auf dem Lande (siehe 6.1, 5.2.2) |
| 2002 | Salzstädte – Kuren und Baden (siehe 5.3) Goethe in Sachsen-Anhalt |
| 2003 | Sachsen-Anhalt – Land der Technik (siehe 5.1.3) 10 Jahre Straße der Romanik (siehe 7.2) |
| 2004 | Blaues Band (siehe 7.6) |
| 2005 | Hansestädte |
| 2006 | Gartenräume - Historische Parks in Sachsen-Anhalt |
| 2007 | Dichter und Denker |
| 2008 | Märchen und Mythen |

7.2 Straße der Romanik in Sachsen-Anhalt¹⁴⁵

Sachsen-Anhalt besitzt einen unschätzbaren Reichtum an Baudenkmalern der Romanik. In der Zeit zwischen 950 und 1250 war Sachsen-Anhalt sowohl politisches als auch kulturelles Zentrum Europas. Aus dieser Zeit sind auch noch heute zahlreiche Klöster und Dome, Dorfkirchen und Wohnhäuser, Stadtpläne und Burgen, Straßen und Skulpturen, Malerei und Goldschmiedekunst erhalten und bewahrt.

Für den Tourismus des Landes sind diese Zeugnisse von großer Bedeutung. Die angesprochenen Zielgruppen sind nicht nur auswärtige Besucher, sondern auch die Landesbevölkerung. So ist der gemeinsame historische Hintergrund Grundlage für ein Zusammenwachsen und eine eigene Identität der einzelnen, sich in der Geschichte unterschiedlich entwickelnden Regionen unter dem Dach Sachsen-Anhalts.

Unter dem Motto „Ein Land macht Geschichte“ wurde die Straße der Romanik als Konzept für Innen- und Außenmarketing in den fünf Regionen des Landes etabliert. Erklärtes Ziel der Tourismuspolitik ist kein kunstwissenschaftlicher Tourismus, sondern vielmehr ein breit angelegter, möglichst sanfter Kulturtourismus, der relativ breite Interessentengruppen anspricht (vgl. 5.1.1).

Entwicklung

Ein Expertengremium wurde 1992 damit beauftragt, aus einer Vielzahl von Kulturdenkmälern eine Auswahl aufgrund von Erhaltungszustand und Qualität, Abwechslungsreichtum und regionaler Ausgeglichenheit vorzunehmen. So wurden 72 Baudenkmalern und Zeugnisse der Romanik in 60 Städten und Gemeinden des Landes ausgewählt. Am 7. Mai 1993, dem 1020. Todestag Kaiser Otto I., wurde die „Straße der Romanik“ vom damaligen Bundespräsidenten Richard von Weizsäcker der Öffentlichkeit übergeben.

Die Streckenführung der Straße der Romanik wurde in Zusammenarbeit mit dem Landesamt für Straßenbau festgelegt. In Form einer „8“ mit dem Schnittpunkt in der Landeshauptstadt Magdeburg führt sie auf einer Nord- und einer Südroute ungefähr 1000 Kilometer durch Sachsen-Anhalt. Je nach zur Verfügung stehender Zeit können Besucher die Nord- bzw. die Südroute oder nur Teilstrecken abfahren. In ihrer Gesamtheit stellt die Tourismusstraße ein einzigartiges, raumgreifendes Kulturmuseum mittelalterlicher Geschichte dar.

Innenmarketing

Neben vielen hauptamtlichen und einer nicht zu schätzenden Zahl ehrenamtlicher Kräfte leisteten einen wesentlichen Beitrag zum Aufbau der Straße der Romanik Personen in Arbeitsbe-

Abb. 7-2 Orte und Objekte an der Straße der Romanik

| Nordroute | | Südroute | |
|------------------------|--|-------------------|--|
| Stadt | Romanisches Baudenkmal | Stadt | Romanisches Baudenkmal |
| Magdeburg | Dom St. Mauritius und St. Katharina Kloster Unser Lieben Frauen St. Petri St. Sebastian | Seehausen/Börde | Paulskirche |
| Groß Ammensleben | Benediktinerkloster | Hadmersleben | Benediktinerinnenkloster |
| Hillersleben | Benediktinerinnenkloster | Klostergröningen | Benediktinerkirche St. Vitus |
| Hundisburg | Pfarrkirchenruine Nordhausen | Hamersleben | Augustinerkirche St. Pankratius |
| Bebertal | Friedhofskapelle | Dedeleben | Westerburg |
| Walbeck | Benediktinerkirchenruine St. Marien | Huysburg | Benediktinerkloster |
| Wiepke | Dorfkirche | Halberstadt | Dom St. Stephanus Liebfrauenaugustinerkirche |
| Engersen | Dorfkirche | Osterwieck | Stephanikirche |
| Rohrberg | Dorfkirche | Ilseburg | Benediktinerkloster |
| Diesdorf | Augustinerkirche | Drübeck | Benediktinerinnenkloster |
| Salzwedel | Lorenzkirche | Blankenburg | Zisterzienserkloster Michaelstein |
| Arendsee | Benediktinerinnenkloster | Quedlinburg | Servatiusstiftskirche Wipertiklosterkirche |
| Havelberg | Dom St. Marien | Gernode | Cyriakusstiftskirche |
| Sandau | Nikolauspfarrkirche | Ballenstedt | Klosterkirche |
| Schönhausen | Dorfkirche | Pansfelde | Burg Falkenstein |
| Wust | Dorfkirche | Frose | Stiftskirche |
| Melkow | Dorfkirche | Ermsleben | Kloster Konradsburg |
| Jerichow | Prämonstratenserkloster Stadtpfarrkirche | Klostermansfeld | Klosterkirche |
| Redekin | Dorfkirche | Sangerhausen | Ulrichsklosterkirche |
| Altenplathow / Genthin | Grabstein Hermann von Plothos in der Dorfkirche | Tilleda | Kaiserpfalz |
| Burg | Unterkirche St. Nikolai Oberkirche Unser Lieben Frauen | Allstedt | Burg |
| Loburg | Liebfrauenkirchenruine | Querfurt | Burg |
| Leitzkau | Prämonstratenserkirche St. Maria Petripfarrkirche | Memleben | Benediktinerklosterkirche |
| Pretzien | Thomaspfarrkirche | Eckartsberga | Eckartsburg |
| | | Bad Kösen | Rudelsburg Burg Saaleck Romanisches Haus |
| | | Schulpforte | Zisterzienserkloster Schulpforta |
| | | Naumburg | Dom St. Peter und Paul |
| | | Zeitz | Moritzburg Dom St. Peter und Paul |
| | | Freyburg/Unstrut | Schloss Neuenburg |
| | | Merseburg | Dom St. Johannes und Laurentius Neumarktpfarrkirche |
| | | Halle / Saale | Burg Giebichenstein Dorfkirche Böllberg |
| | | Landsberg | Doppelkapelle der Burg |
| | | Petersberg | Augustinerkirche |
| | | Waldau / Bernburg | Dorfkirche |
| | | Nienburg | Benediktinerkloster |

Quelle: Antz, 1994b, 87ff.

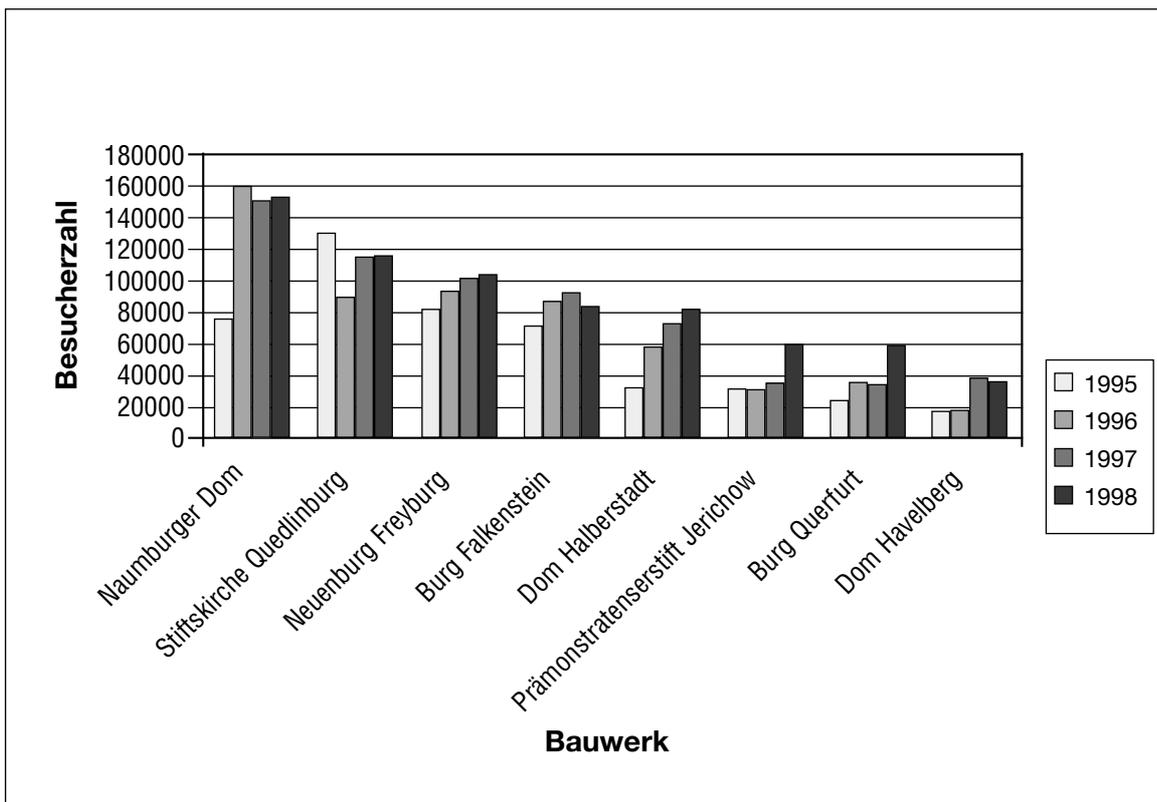
Abb. 7-3: Besucherzahlen wichtiger Baudenkmäler an der Straße der Romanik 1995 - 1998

| Bauwerk | 1995 | 1996 | 1997 | 1998 |
|--------------------------------|---------|----------|---------|-----------------------|
| Naumburger Dom | 76.633 | 159.501 | 150.645 | 152.875 |
| Stiftskirche Quedlinburg | 130.600 | 90.200 | 115.120 | 116.183 |
| Neuenburg Freyburg | 81.832 | 92.697 | 101.439 | 103.027 |
| Burg Falkenstein | 70.531 | 86.761 | 91.061 | 83.311 |
| Dom Halberstadt | 30.200 | 56.737 | 72.126 | 80.872 |
| Prämonstratenserstift Jerichow | 30.407 | 30.168 | 33.930 | 58.613 |
| Burg Querfurt | 23.586 | 35.604 | 33.550 | 56.744 |
| Dom Havelberg | 16.836 | 16.262 | 39.751 | 36.087 |
| Liebfrauenkirche Halberstadt | (*) | 10.704 | 24.606 | 32.780 |
| Rudelsburg Bad Kösen | (*) | < 10.000 | 43.940 | 30.000 (geschätzt) |
| Huysburg Dingelstedt | (*) | < 10.000 | 23.231 | 28.692 |
| Romanisches Haus Bad Kösen | (*) | 19.712 | 30.309 | 22.068 |

(*) nicht gemeldet

Quelle: TASA, 10/1999

Abb. 7-4: Besucherzahlen ausgewählter Romanikbauwerke 1995 - 1998



Quelle: TASA, 10/1999

schaffungsmaßnahmen, darunter vor allem die vom Tourismusverband organisierte ABM Straße der Romanik mit ihren Romanikreferenten. Die überwiegende Anzahl der Mitarbeiter war unmittelbar in den Bauwerken der „Straße der Romanik“ oder im Romanikbüro in Magdeburg tätig. Eine geringe Mitarbeiterzahl (2-8) wurde für weitere Landesthemen eingesetzt (z.B. Luther, Musik, Sport und Tourismus, Umwelt).¹⁴⁶

Abb. 7-5: Mitarbeiter in der Arbeitsbeschaffungsmaßnahme Straße der Romanik 1993 - 2000

| | |
|-----------------|----------------|
| ABM 1993 / 1994 | 67 Mitarbeiter |
| ABM 1994 / 1995 | 57 Mitarbeiter |
| ABM 1995 / 1996 | 44 Mitarbeiter |
| ABM 1996 / 1997 | 45 Mitarbeiter |
| ABM 1997 / 1998 | 43 Mitarbeiter |
| ABM 1999 / 2000 | 43 Mitarbeiter |

Quelle: Tourismusverband Sachsen-Anhalt e.V., 24.11.1999

In Zusammenarbeit mit den Trägern der romanischen Objekte und den dazugehörigen Kommunen wurde vom Wirtschaftsministerium eine umfassende Dokumentation erstellt (Museen, Veranstaltungen, Ansprechpartnern, Öffnungszeiten,

Fotoarchiv etc.), wobei die Verwaltung der Straße der Romanik dem Tourismusverband Sachsen-Anhalt übergeben wurde. Dieser zeichnet auch im Rahmen des Innenmarketing verdiente Personen oder Institutionen als „Romanikpreisträger“ aus.¹⁴⁷

Außenmarketing

Die Straße der Romanik ist eine von mehr als 150 touristischen Straßen in Deutschland. Nach den Besuchszahlen befindet sie sich auf Platz 10 einer Rangliste aller Themenstraßen¹⁴⁸, was insbesondere im Hinblick auf die kurze Aufbauzeit positiv zu bewerten ist.

Ein einheitliches, von der Hochschule Giebichenstein in Halle entwickeltes Logo fördert von Anfang an das Corporate Design der Straße der Romanik. Die damit mögliche Wiedererkennung wurde sowohl in Printmedien, als auch im Wegeleitsystem umgesetzt. Straßenschilder mit Logo und Richtungshinweisen führen die Besucher in beiden Richtungen entlang der Strecke und geben ihnen außerdem beim jeweiligen Objekt Informationen zu den Öffnungszeiten und Ansprechpartnern. Gleichzeitig prägt das Logo „Straße der Romanik“ auch die gesamte Identifikation im Innenmarketing.

Abb. 7-6: Romanikpreisträger 1995 - 1998

| | | |
|------|--------|---|
| 1995 | Gold | • Schloss Neuenburg in Freyburg / Unstrut (Fr. K. Glatzel) |
| | Silber | • Amt für Wirtschaftsförderung des Landratsamtes Wernigerode (Hr. W. Knödler) • Wust / Melkow (Pfarrer K. Stephan) • Konradsburg / Ermsleben (Fr. Ch. Wycisk) |
| 1996 | Gold | • Plötzky (Pfarrer R. und Fr. M. Meussling) • Jerichow (Hr. R. Naumann) |
| | Silber | • Förderverein Wipertikirche / Quedlinburg (Hr. K. Buchholz) • Hadmersleben (Dr. W. Merfert) |
| 1997 | Gold | • Merseburg (Dr. P. Ramm) |
| | Silber | • Wiepke (Pfarrer i.R. D. Wollner) • Meisdorf (F. Lentjes Holding, i.V. Hr. Dörschel) • MDR Leipzig (Hr. Oliver Jüterborg) |
| 1998 | Gold | • Klostermansfeld (Pfarrer M. Eber) |
| | Silber | • Wasserburg Gommern (Hr. M. Limbacher) • Leitzkau (Fr. G. Mrotzek) • Ausstellung Büsserkapelle - Halberstadt (i.V. Pfarrer Beck) • Wochenendmagazin der Volksstimme - Magdeburg (i.V. Fr. Graubaum, Hr. Walter) |

Quelle: Tourismusverband Sachsen-Anhalt e.V., 24.11.1999

¹⁴⁶ Tourismusverband Sachsen-Anhalt e.V., 24.11.1999

¹⁴⁷ Antz, 1996, 11ff.; Becker 1996, 140

¹⁴⁸ TASA, 10/1999

Abb. 7-7: Touristische Fakten zur Straße der Romanik

| | |
|--|---|
| Wesentliche touristische Möglichkeiten | <ul style="list-style-type: none"> • Zeitreisen durch die Romanik (ca. 950 bis 1250) in Sachsen-Anhalt • Erlebbar Geschichte in Klöstern, Kirchen, Burgen, Pfalzen oder Schlössern • Steinerne Zeitzeugen an Hauptschauplätzen deutscher Geschichte im Mittelalter • Exkursionen auf den Spuren der Ottonen und Askanier • Kunsterlebnis (Baukunst, Malerei); Reise in die Romanik mit vielen Einmaligkeiten von europäischem Rang • Erlebnis der Verbundenheit von Bauwerk und Natur: Lebensgefühl der Zeitenwende |
| Angebote | <ul style="list-style-type: none"> • Zahlreiche Gruppenreisenangebote • Ereignisangebote wie Kreuzgangkonzerte, mittelalterliche Märkte, Minnesängerevents, Ritterspiele und Ausstellungen • Verknüpfung mit anderen kulturhistorischen Themen wie Musik, Luther oder Wein in zahlreichen Veranstaltungen • Erlebnisgastronomische Angebote „Sachsen-Anhalt probieren“ in romanischer Kulisse (z.B. Ritteressen) • Geschichte zum Anfassen, auch für Kinder und Jugendliche • Spezialreiseangebote für Schul- und Jugendgruppenfahrten |
| Informations- und Werbematerialien | <ul style="list-style-type: none"> • Broschüre „Straße der Romanik“ (mehrsprachig) • Faltblatt mit Übersichtskarte und Kurzinformation (mehrsprachig) • Jahres-Veranstaltungskalender • Gruppenreisen • Klassen-Gruppenfahrten • Poster und Plakate • Faltblatt Fotoausstellung „Straße der Romanik im Wandel der Jahreszeiten“ • Zahlreiche Publikationen im Buchhandel (Kunsthändler, Bildband, Reiseführerkassette etc.) • Informationsbroschüren zu Einzelbauwerken oder regionalen Angeboten • Videos, Aufkleber, Anstecker, Lesezeichen, Literaturliste |

Quelle: Straße der Romanik, Presseinformation, Magdeburg, 04.03.1998

7.3 Auf den Spuren Ottos des Großen in Sachsen-Anhalt

Im Zusammenhang mit der Magdeburger Landesausstellung und ersten Europausstellung in den neuen Bundesländern „Otto der Große, Magdeburg und Europa“ wurden die Ottonen als touristisches Landesprojekt für 2001 festgelegt. Daraus wurde das Imagethema „Auf den Spuren Ottos des Großen“ formuliert, weil der Name „Otto der Große“ deutschland- und auch europaweit einen höheren Bekanntheitsgrad besitzt als die „Otonen“. Da die Deutsche Zentrale für Tourismus für das gleiche Jahr als bundesweites Thema das „Mittelalter“ wählte, ergeben sich hohe Synergieeffekte für das Außenmarketing.

Geschichte

Unter der Bezeichnung „Otonen“ sind die von 919 bis 1024 regierenden deutschen Könige und Kaiser aus dem Geschlecht der Liudolfinger zusammengefasst (in Klammern Zeit ihrer Regentschaft):

- Heinrich I. (919 - 936), gilt als Begründer des Deutschen Reiches
- Otto I. - Otto der Große (936 - 973),
- Otto II. (973 - 983),
- Otto III. (983 - 1002) und
- Heinrich II. (1002 - 1024).

Sie stammten aus, lebten, starben im Gebiet des heutigen Sachsen-Anhalt zwischen Quedlinburg, Magdeburg und Memleben und wirkten gleichzeitig in einem Gebiet zwischen England und Italien, Spanien und Griechenland. Kaiser Otto der Große (912-973) baute die deutsche Reichskirche als Stütze der Königsgewalt aus und errichtete in diesem Zusammenhang mehrere neue Bistümer im Norden und Osten des Reiches, vor allem das Erzbistum Magdeburg sowie die Bistümer Brandenburg, Havelberg, Merseburg, Zeitz (Naumburg) und Meißen. Die ottonische Kunst ist die frühromanische Kunst der Sachsenkaiser (Otonen) in Mitteleuropa. Einmalig in Europa (USP) kann diese weltweit bedeutende Geschichte und Kunst in zehn Orten Sachsen-Anhalts fassbar und anfassbar dargestellt und vermarktet werden.

Tourismusmarketing

Die Landesausstellung stellt zusammen mit dem durch das Ministerium für Wirtschaft und Technologie einberufenen „Tourismusbeirat Otonen“ einen wesentlichen Teil des Netzwerkes dar, das Sachsen-Anhalt als Ursprungsland deutscher Geschichte langfristig aufbauen soll. Im Beirat sind die betroffenen Ministerien, die Landesmarketinggesellschaft, das Landesamt für Denk-

Abb. 7-8: Auf den Spuren Ottos des Großen - Orte und Objekte

| | |
|-------------|---|
| Gernrode | <ul style="list-style-type: none"> • Stiftskirche St. Cyriakus |
| Halberstadt | <ul style="list-style-type: none"> • Dom St. Stephanus • Domschatz • Städtisches Museum (Ausstellung) |
| Magdeburg | <ul style="list-style-type: none"> • Dom St. Mauritius und Katharina • Kaiserpfalz • Magdeburger Reiter • Kulturhistorisches Museum (Ausstellung) • Kloster Unser Lieben Frauen |
| Memleben | <ul style="list-style-type: none"> • Klosterkirchen (Ruinen) • Kloster (Ausstellung) |
| Merseburg | <ul style="list-style-type: none"> • Dom St. Johannes und Laurentius • Kaiserpfalz (Residenz) • Kulturhistorisches Museum (Ausstellung) |
| Quedlinburg | <ul style="list-style-type: none"> • Stiftskirche St. Servatii mit Stiftsschatz und Kaiserpfalz • Schlossmuseum (Ausstellung) • Stiftskirche St. Marien auf dem Münzenberg (Ruine) • Stiftskirche St. Wiperti und Kaiserpfalz |
| Querfurt | <ul style="list-style-type: none"> • Burg • Burgmuseum (Ausstellung) |
| Tilleda | <ul style="list-style-type: none"> • Kaiserpfalz |
| Walbeck | <ul style="list-style-type: none"> • Stiftskirche St. Marien • Dorfkirche (Sarkophag Lothars II. von Walbeck) |
| Zeitz | <ul style="list-style-type: none"> • Dom St. Peter und Paul |

Quelle: Ministerium für Wirtschaft und Technologie, 26.08.1999

malpflege, die Regierungspräsidien als Bündelungsbehörden und Museen vertreten, die den Kontakt zu den zehn Orten für den inhaltlichen und infrastrukturellen Aufbau des Landesthemas herstellen. Die interkommunale und interdisziplinäre Koordinierung des Außenmarketings übernimmt die Landesmarketinggesellschaft, die des Innenmarketings in Zusammenarbeit mit den Regionalverbänden. Der Erfolg des Jahresthemas wird wesentlich davon abhängen, wie gut diese mit den Gemeinden, Kommunen und Partnern in den Regionen kooperieren werden. Außerdem wird es für das Erreichen breiter Bevölkerungskreise notwendig sein, interessante übergreifende Veranstaltungen zur Thematik zu organisieren.

7.4 Sachsen-Anhalt - Luther's Land¹⁴⁹

Für die touristische Vermarktung des Landes Sachsen-Anhalt hat das Thema „Luther“ eine zentrale Bedeutung. Das Lutherjahr 1996, anlässlich des 450. Todestages des Reformators inszeniert, sollte zweifach wirken: **Identitätsfindend nach innen** in den Regionen und als **kulturtouristische Attraktion nach außen**. Heute schon sind anhal-

tende positive Effekte spürbar und prägen einen Teil der touristischen Landschaft Sachsen-Anhalts. Allerdings scheint die Vernetzung der Träger und Kommunen des Luther-Erbes, insbesondere in den Hauptorten Eisleben, Mansfeld und Wittenberg, verbesserungsfähig.

Zur Unterstützung der Marketingaktivitäten „Sachsen-Anhalt-Luther's Land“ und „Land der Reformation-Land der Reformen“ wurde 1995 die Landesgesellschaft LuiSA (Luther in Sachsen-Anhalt) GmbH gegründet. Ihre Aufgabe bestand darin, konkrete Produkte zur Entwicklung zielgruppengerechter Reiseangebote in Kooperation mit den bereits existierenden touristischen Strukturen im Land zu erarbeiten. Insgesamt wurden für die Finanzierung der LuiSA GmbH ca. DM 5,57 Mio. vom Land Sachsen-Anhalt eingesetzt. Trotz des hohen finanziellen Aufwandes hat es die LuiSA nicht geschafft, die gesetzten Erwartungen zu erfüllen. Aus diesem Grunde wurde sie 1999 zu Gunsten der Landesmarketinggesellschaft aufgelöst.

Zur Bündelung der auf Luther bezogenen Einrichtungen und inhaltlichen Bündelung wurde

¹⁴⁹ Vertiefende Aussagen sind in den in 8.2.4.2 aufgeführten Untersuchungen zu finden.

1997 die Stiftung Luthergedenkstätten gegründet, an der sich Bund, Land, Kommunen und Kirchen beteiligen. Bereits 1998 hat die Luthergedenkstättenstiftung eine grundlegende "Konzeption zur Entwicklung der Luthergedenkstätten in Sachsen-Anhalt bis ins Jahr 2002" vorgelegt. Ab 2000 ist sie die einzige Institution, die für die Inhalte zum Thema „Luther und Reformation“ zuständig ist. Damit ist sie auch die zentrale Institution, die das touristische Thema "Luther's Land" gemeinsam mit Kommunen, Kirchen und Regionalverbänden als Produktentwickler bündelt. Zur inhaltlichen und infrastrukturellen Abstimmung hat das Wirtschaftsministerium den „Tourismusbeirat Luther“ ins Leben gerufen, dem neben der Lutherstättenstiftung die betroffenen Ministerien und die evangelische Kirchenprovinz Sachsen angehören. Die Vermarktung der Produkte wird von der Landesmarketinggesellschaft in Abstimmung mit dem Wirtschaftsministerium übernommen.

Tourismusmarketing

Mit dem Thema „Luther“ können hauptsächlich folgende Kundengruppen angesprochen werden:

- über 40-Jährige,
- Personen mit höherem Bildungs- und Einkommensniveau,
- Angestellten- oder Beamtenmilieu sowie
- Freiberufler und Selbständige.¹⁵⁰

Dabei sind neben Deutschland Zielgruppen aus dem Ausland, insbesondere Skandinavien und USA, interessant und auch für die einheimische Bevölkerung sind die Aktivitäten von Nutzen für Freizeit und Bildung.¹⁵¹ Daneben entwickelt sich ein breites Feld von religiösem und spirituellem Tourismus um das Thema Luther. An infrastruktureller Tourismusförderung haben die drei Lutherstädte Eisleben, Mansfeld und Wittenberg allein aus GA-

Mitteln des Wirtschaftsministeriums von 1991 bis 1998 bereits ca. 20 Mio. DM erhalten.

Die Erarbeitung touristischer Produkte fand sowohl im Vorfeld des Lutherjahres¹⁵² als auch vertiefend 1998 in einem eigens eingerichteten Tourismusworkshop „Luther“ unter dem Thema „nachhaltige Produktentwicklung und Vermarktung regionalspezifischer kulturhistorischer Angebote zum Leitprodukt Luther“ statt. Dazu wird 1999 von der LMG eine Imagebroschüre mit Verkaufseinleger erstellt, um auch hier die kommunalen Initiativen zu bündeln und gemeinsam zu verkaufen. Zu berücksichtigen ist natürlich auch der Ausbau der touristischen Beziehungen zu den thüringischen Lutherstätten in Erfurt (Augustinerkloster) und Eisenach (Wartburg), die auf Initiative der Kulturgedenkstättenstiftung unter dem Thema „Wege zu Luther“ 1999 hergestellt wurden.

Abb. 7-9 Orte mit Priorität „Sachsen-Anhalt - Luther's Land“

| Orte mit 1. Priorität | Orte mit 2. Priorität |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Lutherstadt Eisleben • Lutherstadt Wittenberg • Mansfeld Lutherstadt | <ul style="list-style-type: none"> • Allstedt • Halle • Kemberg • Magdeburg • Naumburg • Zeitz • Zerbst |

Ziel muss es insbesondere sein, durch geeignete Verknüpfung zwischen den drei Lutherstädten und mit anderen touristischen Potenzialen, die Aufenthaltsdauer der Gäste zu erhöhen und einen mehrtägigen Luther-Tourismus in Sachsen-Anhalt auszubauen.

Abb. 7-10: Luther's Land in der Lutherstadt Eisleben

| Sehenswürdigkeiten | Historisches |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Luthers Geburtshaus • Luthers Sterbehause • Marktplatz mit Lutherdenkmal • St. Petri-Paulikirche (Taufkirche Luthers) • St. Annenkirche (mit Steinbilder-bibel) • St. Andreaskirche (mit Lutherkanzel) • Mansfelder Schlösser | <ul style="list-style-type: none"> • <u>10. November 1483</u>: Martin Luther wird geboren • <u>Mai 1484</u>: Die Familie Luther zieht nach Mansfeld • <u>Februar 1546</u>: Luther reist nach Eisleben, um einen Streit zwischen den Grafen von Mansfeld zu schlichten • <u>18. Februar 1546</u>: Noch vor Morgengrauen verstirbt der Reformator nach langer Krankheit |

¹⁵⁰ Schwark, 1996, 119

¹⁵¹ Ausführlich zum Lutherjahr Schwark, 1996, 117ff.

¹⁵² Hepp, 1995

Abb. 7-11: Luther's Land in Mansfeld Lutherstadt

| <i>Sehenswürdigkeiten</i> | <i>Historisches</i> |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Lutherhaus • Lutherbrunnen • Luthers Heimatkirche St. Georg • Schloss Mansfeld • Haldenlandschaft von Mansfeld und Umgebung • Lutherschule | <ul style="list-style-type: none"> • <u>Mai 1484</u>: Die Familie Luther übersiedelt von Eisleben nach Mansfeld • <u>1488-96</u>: Luther besucht in Mansfeld die Schule • <u>1497</u>: Luther wechselt zur Domschule nach Magdeburg • <u>Februar 1546</u>: Auf der Reise zu den Mansfelder Grafen verstirbt Luther in Eisleben |

Abb. 7-12: Luthers Land in der Lutherstadt Wittenberg

| <i>Sehenswürdigkeiten</i> | <i>Historisches</i> |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Schlosskirche Allerheiligen mit Thesentür und den Gräbern Luthers und Melanchthons • Lutherhalle (größtes reformationsgeschichtliches Museum der Welt) • Melancthonhaus (Wohnhaus des besten Freundes und Mitstreiters Luthers) • Cranach-Höfe • Stadtkirche St. Marien (Predigtkirche Luthers mit Reformationsaltar von Lucas Cranach) • Marktplatz mit Rathaus und Denkmälern von Luther und Melancthon • Luthereiche (an dieser Stelle verbrannte Luther am 10.12.1520 die Bannandrohungsbulle des Papstes) • Universitätsstiftung Leucorea | <ul style="list-style-type: none"> • <u>Oktober 1512</u>: Luther wird Professor für Bibelwissenschaft an der Universität • <u>31. Oktober 1517</u>: Luther schlägt die Thesen an der Schlosskirche an • <u>10. Dezember 1520</u>: Luther verbrennt öffentlich die Bannandrohungsbulle Papst Leos X. • <u>Februar 1522</u>: Wittenberger Unruhen um Bilderstürme und radikale Reformansichten Karlstadts: Luther kehrt von der Wartburg zurück • <u>13. Juni 1525</u>: Luther heiratet Katharina von Bora, eine ehemalige Nonne • <u>1534</u>: Luthers Bibelübersetzung erscheint im Druck • <u>22. Februar 1546</u>: der Leichnam des in Eisleben verstorbenen Reformators wird in der Schlosskirche beigesetzt |

Quellen Abb. 7-9 bis 7-11: TASA, o.J.a.; TASA, o.J.b; Eisold, 1997, 48

Abb. 7-13: Tourismus in den Lutherstädten 1998

| | Eisleben | Wittenberg |
|-------------------|----------|------------|
| Ankünfte | 11.555 | 53.249 |
| Übernachtungen | 21.631 | 94.558 |
| Aufenthaltsdauer | 1,9 | 1,8 |
| Angebotene Betten | 188 | 1.002 |
| Auslastung | 31,5 % | 26,2 % |

Quelle: Statistisches Landesamt, 1999

7.5 Musikland Sachsen-Anhalt

In Sachsen-Anhalt blickt man auf eine außergewöhnliche Vielfalt musikalischer Schöpfer zurück. In verschiedenen Regionen haben bedeutende Komponisten gelebt und gewirkt. Aus dieser musikalischen Tradition, die sich über das ganze Land erstreckt, ist das Jahresthema 1995 "Musikland Sachsen-Anhalt" entstanden. Ziel der Themenvorgabe war auch hier ein gemeinsames touristisches Vermarktungskonzept der Tourismusgebiete Sachsen-Anhalts. Den Schwerpunkt bilden die Wirkungsstätten der bekannten Komponisten.

Abb. 7-14: Besucher Lutherhalle, Geburtshaus und Sterbehäuser Luthers 1995-1998

| Einrichtung | 1995 | 1996 | 1997 | 1998 |
|--------------|--------|--------|--------|--------|
| Lutherhalle | 52.154 | 84.746 | 55.380 | 47.143 |
| Geburtshaus | 20.623 | 52.712 | 24.061 | 19.769 |
| Sterbehäuser | 17.612 | 50.143 | 21.856 | 19.697 |

Quelle: Luthergedenkstättenstiftung, 1999

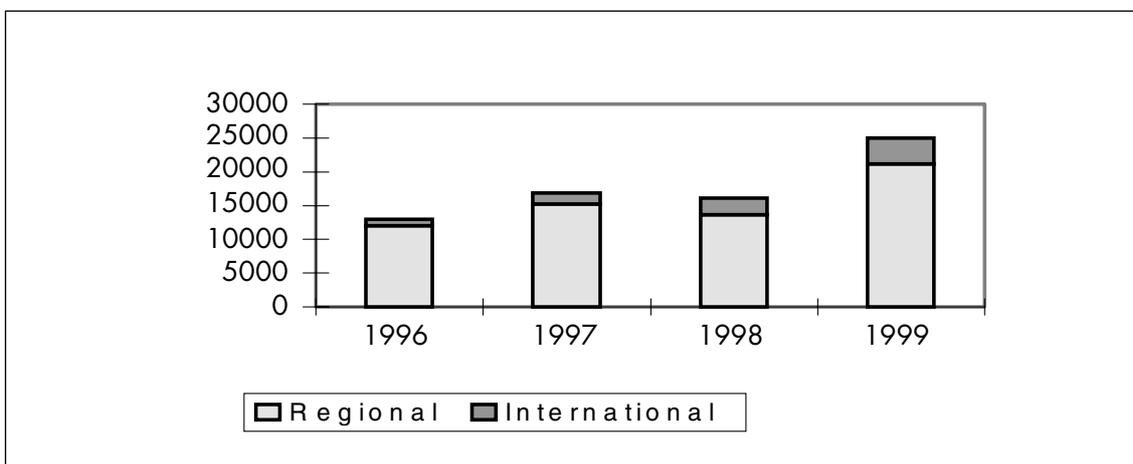
Abb. 7-15: Wirkungs- und Lebensstätten namhafter Komponisten in Sachsen-Anhalt¹⁵³

| Stadt | Komponist | Gedenkstätten, Feste, Anlässe etc. |
|------------|---|---|
| Dessau | Kurt Weill (1900 – 1950) | Musikalische Ausbildung u.a. bei Bing in Dessau. Kurt Weill Fest der Stadt Dessau. |
| Halle | Georg Friedrich Händel (1685 – 1759) | Jugend und erste musikalische Wirkungsstätte in Halle. Markt-platz mit Denkmal, Marktkirche (dort getauft), Händel-Festspiele der Stadt Halle. |
| Köthen | Johann Sebastian Bach (1685 – 1750) | Schuf die Brandenburg. Konzerte in seiner Zeit beim Fürst von Anhalt-Köthen. Gedenkstätte und Denkmal im Schloss Köthen, Bachfesttage der Stadt Köthen. |
| Magdeburg | Georg Philipp Telemann (1681-1767) | Gebürtiger Magdeburger (Gedenktafel am Geburtshaus). Telemann-Zentrum, Sonntags-konzerte, Telemann-Kammerorchester Kloster Michaelstein, Telemannfesttage der Stadt Magdeburg. |
| Weißenfels | Heinrich Schütz (1585 – 1672) | Lebte in der Jugend und später zeitweise wieder in Weißenfels. Wohnhaus Nicolaistraße (Schütz-Museum). Heinrich-Schütz-Tage. |
| Zerbst | Johann Friedrich Fasch (1688-1758) | 36 Jahre lang Hofkapellmeister beim Fürst von Anhalt-Zerbst, Faschfesttage der Stadt Zerbst |

Abb. 7-16: Besucherzahlen der Händel-Festspiele 1996 - 1999

| | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 |
|-----------------------|--------|--------|--------|--------|
| Anzahl der Besucher | 13.000 | 16.874 | 16.083 | 25.000 |
| National/Regional (%) | 92,5 | 90,3 | 85,1 | 84,6 |
| International (%) | 7,5 | 9,7 | 14,9 | 15,4 |

Abb. 7-17: Besuchsentwicklung der Händel-Festspiele 1996-1999



Im Jahr 1997 wurde die Musikland Sachsen-Anhalt GmbH gegründet, deren Aufgabe darin bestand, Musikfeste in Sachsen-Anhalt vorzubereiten und durchzuführen und die Musiker-Stätten Sachsens-Anhalts miteinander zu vernetzen. Hauptaufgabe war die Programmgestaltung und die Koordination zwischen den musikalischen

Akteuren und den Veranstaltungsorten, sowie Logistik, Marketing und Sponsorenwerbung. Ein erstes Musikfest wurde 1998 mit sechs Veranstaltungen unterschiedlicher Musikrichtungen und Schauplätze (Magdeburg, Quedlinburg, Ballenstedt und Osterburg) durchgeführt.

¹⁵³ Vgl. <http://www.tasa.de> vom 17.10.1999

Bei der Veranstaltungsplanung wurden als konzeptionelle Grundgedanken berücksichtigt, dass

- die Veranstaltungen in Kooperation mit verschiedenen Veranstaltungspartnern in verschiedenen Regionen des Landes stattfinden,
- auch kleinere Orte des Landes in Betracht gezogen werden,
- das Programm alle Sparten (von Jazz bis Klassik) berücksichtigt,
- die gesamte Breite der Musikkultur des Landes von Profiensambles bis zur Breitenmusik repräsentiert wird und dass
- „High-Light-Konzerte“ mit internationalen Künstlern und Ensembles das Programm abrunden.

Im Rahmen der touristischen Neuprofilierung beschloss die Landesregierung 1999, andere Wege bei der Vermarktung des Landes als Musikland zu beschreiten und löste die Musikland GmbH auf. In Zukunft wird die LMG in Verbindung mit dem Kultus- und dem Wirtschaftsministerium die Aufgabe haben, die bedeutendsten Musikfeste der genannten Komponisten zu einem Netzwerk zu verknüpfen, indem ein landesweites und dezentral angelegtes „Musikfestival“ entsteht, das gemeinschaftlich vermarktet wird.

7.6 Blaues Band in Sachsen-Anhalt¹⁵⁴

Unter Wassertourismus werden alle touristischen Aktivitäten verstanden, die schwerpunktmäßig mit dem Wassersport in Zusammenhang stehen. Darüber hinaus haben in den letzten Jahren Flusskreuzfahrten als passive Variante des Wassertourismus an Bedeutung gewonnen. Außerdem existieren touristische Aktivitäten, die im Zusammenhang mit fließenden und stehenden Gewässern stehen, wie z.B. Ausflugsfahrten mit Fahrgastschiffen, das Radwandern oder Städtetourismus am Wasser.

Grundlegendes zum Wassertourismus

Rund 5 Millionen Deutsche sind für wassersportliche Aktivitäten zu begeistern. Es gibt ca. 80.000 Bootsliegeplätze in Deutschland, und der Gesamtumsatz der Branche wird auf ca. DM 250 Millionen bei steigender Tendenz geschätzt. Ein Liegeplatz kostet den Wassersportler ca. DM 3.125 pro Boot und Jahr.

Die sogenannten „Outdoor“-Sportarten, zu denen u.a. Wasserwandern, Bergwandern,

Canyoning zählen, stoßen gerade bei jüngeren Leuten auf immer größeres Interesse. Außerdem werden sie von Unternehmen im Rahmen von Incentivereisen eingesetzt, da sich diese Sportarten ausgezeichnet zur Förderung des Teamgeistes und zur Vertrauensbildung in der Gruppe eignen. Alles in allem kann der Wassertourismus ausgezeichnet zur Verbesserung des Images einer Region beitragen, und zwar im Hinblick auf die Facetten

- „jung und dynamisch“,
- „aktuell, mit der Zeit gehen“.

Kurz-Beschreibung der Zielgruppe Wassertouristen allgemein¹⁵⁵

- 20-39 Jahre
- Haushaltsgröße 3-4 Personen (familienorientiert)
- Einkommen DM 4.000 bis 5.000 monatlich
- Wichtigstes Bedürfnis: Intakte Landschaften und Natur sehen, Interesse an Städtereisen ist auch vorhanden

Zu den wichtigsten **Sportarten** zählen:

- Wasserwandern mit Muskelkraft, in verschiedenen Bootstypen:
 - Ruderboot,
 - Kajak („Paddelboot“), Canadier
- Wasserwandern per Motorboot
- Segeln (relevant sind nur Jollen)
- Angeln
- Tauchen
- Tretbootfahren.

Kurz-Beschreibung der Zielgruppe Kanuten¹⁵⁶

- Potenzial ca. 250.000 Personen (Quellgebiet Deutschland)
- Anteil der Männer bei ca. 2/3
- 50 % unter 35 Jahre
- Individualisten, die selten Pauschalreisen buchen

Wassertourismus in Sachsen-Anhalt

Sachsen-Anhalt ist auf den ersten Blick kein Land des Wassers. Als Binnenland ist es aus nautischer Sicht eher ein Durchgangsland. Doch bei näherem Hinsehen zeigt sich ein besonderes Potential, da die **Fließgewässer und Seen** teilweise von sehr reizvollen Gegenden umrahmt sind und sich u.a. durch die Rekultivierung ehemaliger Bergbaulandschaften eine ansehnliche Seenlandschaft im südöstlichen Landesteil (vgl. 5.1.3) bildet.¹⁵⁷

¹⁵⁴ Vertiefende Aussagen sind in den in 8.2.4.3 aufgeführten Untersuchungen zu finden.

¹⁵⁵ Projektgemeinschaft Blaues Band 1999, 1/5

¹⁵⁶ Datzer 1996, 27

¹⁵⁷ Projektgemeinschaft Blaues Band 1999, 1/2

Abb. 7-18: Wesentliche Flüsse und Seen des Blauen Bandes

| Fließgewässer | Standgewässer | Standgewässer, ehemaliger Tagebau |
|------------------|----------------|-----------------------------------|
| Elbe | Arendsee | Geiseltalsee |
| Elbe-Havel-Kanal | Bergwitzsee | Goitzsche |
| Havel | Muldestausee | Merseburg Ost |
| Mittellandkanal | Stausee Kelbra | Seeland (bei Nachterstedt) |
| Mulde | Süßer See | Tagebau Nord (bei Halle) |
| Saale | | |
| Unstrut | | |

Dem hat das Wirtschaftsministerium durch Fördermaßnahmen zum „Blauen Band“ seit 1997 Rechnung getragen. Da das „Blaue Band“ und die Elbe überregionale und sogar internationale Bedeutung besitzen, werden Projekte zum Teil in Kooperationen abgewickelt, u.a. mit Brandenburg (Havel/Aqua-Fontane-Park), Sachsen und Tschechien (Euroregion Elbe/Labe).

Es ist davon auszugehen, dass der Wassertourismus in Sachsen-Anhalt künftig einen wichtigen Bestandteil des Reiselandes darstellen wird. Entsprechende Projekte in Verbindung mit dem allgemeinen Reiseverhalten sprechen dafür. Sachsen-Anhalt erhält mit dem Wassertourismus einerseits die Möglichkeit zur Differenzierung von anderen deutschen Binnenzielen, andererseits ermöglicht die Vernetzung mit angrenzenden Regionen die Bereitstellung eines attraktiven Angebots.

Um das Thema langfristig aufzubauen, wurden durch das Ministerium für Wirtschaft und Technologie zunächst die konzeptionellen Grundlagen als Studien zum Wassertourismus in Sachsen-Anhalt vorgelegt.

1. Analyse und Darstellung von Entwicklungspotentialen für den Wassertourismus in Sachsen-Anhalt 1997.¹⁵⁸
2. Touristisches Vorhaben „Blaues Band“ in Sachsen-Anhalt 1998.¹⁵⁹
Aufbauend auf die Bestandserfassung der relevanten Daten im ersten Projekt, erfolgte die Erstellung der Konzeption. Ziel ist es, die größten Wasserstraßen und Standgewässer Sachsens-Anhalts zu einem durchgängigen touristischen Produkt zu entwickeln und zu vermarkten.
3. Vorbereitung eines Projektmanagements „Blaues Band“ 1999.¹⁶⁰

Dieses Projekt diente als Bindeglied zwischen der Konzeption und dem darauffolgenden Projektmanagement, indem die in Frage kommenden Orte umfassend schriftlich und persönlich über das Projekt informiert und eingebunden wurden.

4. Projektmanagement Blaues Band.
Um Informationen und Investitionen zwischen den Kommunen vernetzt zu ermöglichen, hat sich das Ministerium für Wirtschaft entschlossen, nach Schaffung der konzeptionellen Grundlagen auch die Umsetzung in Gang zu bringen. Unter Beteiligung von kommunalen Eigenmitteln haben sich im Oktober 1999 unter Leitung der Stadt Magdeburg 31 Kommunen zum „Projektmanagement Blaues Band“ zusammengeschlossen. Mittels Förderung der Europäischen Union soll die Projektgemeinschaft Arcadis/ HS Anhalt bis September 2001 öffentliche und private Investitionen zum Wassertourismus in Sachsen-Anhalt unter besonderer Berücksichtigung von klein- und mittelständischen Unternehmen initiieren.

Vom Beginn der Bestandsaufnahme 1997 bis zum Ende des Projektmanagements 2001 werden das Land Sachsen-Anhalt, die Bundesrepublik Deutschland und die Europäische Union das Projekt Blaues Band in Sachsen-Anhalt mit ungefähr DM 1 Mio. unterstützt haben, wobei hier die auszulösenden Investitionen (Zielstellung DM 100 Mio.) noch nicht berücksichtigt sind.

Erst nach umfangreichen Investitionen in Infrastruktur, Gewerbe und Innenmarketing, für das Jahr 2004 steht die Vermarktung des Wassertourismus mit dem Thema „Blaues Band“ im Mittelpunkt des touristischen Geschehens in Sachsen-Anhalt. Ziel dieses überregionalen, wassertouristischen Vorhabens ist es, für die Wasser-

¹⁵⁸ Haass, 1997

¹⁵⁹ Projektgemeinschaft Blaues Band, 1998

¹⁶⁰ Projektgemeinschaft Blaues Band, 1999

straßen und Standgewässer des Landes ein gemeinsames vermarktungsfähiges touristisches Produkt zu entwickeln und dieses Produkt in die touristische Gesamtkonzeption des Landes zu integrieren. Im Mittelpunkt des „Blauen Bandes“ steht die Elbe als „Leitfluss“.

Blaues Band Elbe/Labe - Modry Pas Labe/Elbe.¹⁶¹

Die transnationale touristische Entwicklung der Elbe als nachhaltiger Bestandteil von Raumordnung und Wirtschaft ist Gegenstand dieses Projektes, das als unabhängige Ergänzung zu den Aktivitäten im Rahmen des „Blauen Bandes durch Sachsen-Anhalt“ zu sehen ist.

Projektziele sind:

- Entwicklung eines Städtenezwerkes entlang der Elbe,
- Nutzung von Synergien des Netzwerkes für andere, nicht-touristische Wirtschaftszweige und den Wissenstransfer,
- Sicherung einer nachhaltigen Entwicklung der natürlichen Ressourcen und des kulturellen Erbes,
- Schaffung der Grundlagen für einen länderübergreifenden und völkerverbindenden Austausch,
- Zusammenarbeit in der Raumordnung,
- Schaffung einer einheitlichen Vermarktungsstrategie.

Projektpartner sind:

- Sachsen-Anhalt:
Ministerium für Wirtschaft und Technologie,
Ministerium für Raumordnung,
Landwirtschaft und Umwelt
- Brandenburg:
Ministerium für Wirtschaft,
Mittelstand und Technologie

- Sachsen:
Sächsisches Staatsministerium für Wirtschaft und Arbeit
- Tschechien:
Ministerium für Regionalentwicklung der Republik Tschechien
- Unternehmen:
ARCADIS-Gruppe

Wassertourismus in Sachsen-Anhalt in Zahlen

Wirtschaftliche Bedeutung

Auf Basis durchschnittlicher Tagesausgaben von 40,00 DM pro Person wird der bisherige jährliche Gesamtumsatz durch Wassertouristen für Sachsen-Anhalt auf 2 Mio. DM geschätzt.¹⁶²

Nutzerstruktur

Die vornehmlich aus dem Nahbereich der Standorte kommenden Nutzer sind in der Mehrzahl in Vereinen organisierte Wassersportler. Überregionalen Anlagennutzern fehlt ein durchgängiges Netzwerk mit entsprechenden Dienstleistungen entlang der Wasserstraßen. Dies spiegelt sich auch in der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer der Gäste wider¹⁶³:

- nur zur Übernachtung 60 % aller Gäste
- 1 bis 2 Tage 34 % aller Gäste
- mehrere Tage 6 % aller Gäste.

Gästeankünfte

Motorboote: Schwerpunkt der wassertouristischen Aktivitäten ist mit ca. 1.300 Übernachtungen der Standort Magdeburg. Für eine positive Entwicklung wichtig ist die Ausstattungsqualität der Anlagen. Während z.B. Coswig ohne nennenswerte Möglichkeiten auf 25 Übernachtungen/Jahr kommt, sind es in Havelberg immerhin 300 gemeldete Gastboote.

Kanusport: Deutliche Unterschiede gibt es auch bei den Kanuten, wo der Naumburger Blütengrund mit 2.000 Ankünften im Jahr Spitzenreiter ist.

Abb. 7-19: Nutzerstruktur der Wassersportanlagen in Sachsen-Anhalt 1998

| Nutzergruppe | Anteil in Prozent | Entwicklungstendenz |
|---------------------------------|-------------------|---------------------|
| Ortsansässige/Vereinsmitglieder | 78,5 | Deutlich zunehmend |
| Aus einem Umkreis von 100 km | 6,7 | Eher gleichbleibend |
| Aus einem Umkreis von 200 km | 3,4 | Eher gleichbleibend |
| Bundesweit | 9,0 | Abnehmend |
| Ausländische Gäste | 2,4 | Abnehmend |

¹⁶¹ Arcadis et al., 1999

¹⁶² Projektgemeinschaft Blaues Band 1999, 1/9

¹⁶³ Projektgemeinschaft Blaues Band 1999, 1/8

Abb. 7-20: Infrastrukturansprüche von Wassersportlern¹⁶⁴

| Sportarten | Abstand für Etappen | Anlagentyp | Wichtigste Angebote |
|------------------|---------------------|---------------|------------------------------|
| Motorbootfahrer | 20 km | Lokal | Liegen und Grundversorgung |
| | 60 km | Regional | Full-Service |
| | 130-160 km | Regional | Full-Service mit Tanken |
| Kanuten, Ruderer | 5-6 km | Steg/Ausstieg | Liegen/Ausstiegsmöglichkeit |
| | 10-12 km | Anleger | Grundversorgung/Übernachtung |
| | 20 km | Lokal | Full-Service |

Infrastruktur

Derzeit werden in Sachsen-Anhalt ca. 1.500 Liegeplätze für Motor- und Segelboote durch den organisierten Sport und gewerbliche Betreiber angeboten. Die Liegeplatzkosten belaufen sich auf DM 100 bis 1.000 pro Jahr, und der Gesamtumsatz in diesem Marktsegment liegt bei geschätzten DM 4 Millionen. Das macht einen Anteil von unter 2 % am Gesamtvolumen in Deutschland aus.

| Grundlegende Ausstattungsmerkmale von Wassersportanlagen ¹⁶⁵ |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Toiletten • Abfallentsorgung • Duschmöglichkeit • Elektroversorgung |

Vernetzung des Blauen Bandes mit anderen Tourismusprodukten Sachsen-Anhalts

Anknüpfungspunkte findet das „Blaue Band“ in bereits bestehenden oder noch in der Planung befindlichen Marketingkonzeptionen des Landes. Beispiele sind:

- Straße der Romanik in Sachsen-Anhalt
Die Vernetzung der romanischen Bauwerke mit dem Wassertourismus bietet vielfältige Ansatzpunkte. Günstige Voraussetzungen bieten sich z.B. an der Elbe in Magdeburg mit mehreren romanischen Bauwerken, die vom Personenschiffahrtsanleger „Petrieförder“ flussläufig erreichbar sind.

- BUGA 2000
Das Gelände grenzt unmittelbar an die Elbe. Ein Anleger wäre an der Elbe denkbar. Der Personenschiffahrt kommt für den Tagestourismus eine besondere Bedeutung zu.
- Weinregion Saale-Unstrut
Mit der Weinregion Saale-Unstrut sind Flusslandschaften und malerische Hänge untrennbar verbunden.
- Sachsen-Anhalt – Luther’s Land
In der Stadt Wittenberg liegt z.B. der „Alte Industrie- und Gewerbehafen“ an der Elbe in fußläufiger Entfernung zur Innenstadt. Eine Anbindung der Reformationsgedenkstätten an das Wasser ist durch den touristischen Umbau des Hafens günstig möglich.
- Musikland Sachsen-Anhalt
Wesentliche Standorte im Musikland mit Anbindung an das „Blaue Band“ sind Magdeburg, Dessau, Halle und Weißenfels. Das „Blaue Band“ kann ein Anstoß für weitere Aktionen sein, wie z.B. Musik auf dem Wasser, eine Schiffsreise auf den Spuren großer Komponisten.
- Radtourismus
Bei der landesweiten Betrachtung der Radwanderwege traten mögliche Synergieeffekte zwischen Wasser- und Gesamttourismus besonders hervor. So können gewässernahe Gaststätten oder Beherbergungsmöglichkeiten von Radfahrern ebenso genutzt werden wie von „reinen“ Wassertouristen. Radtourismus findet in Sachsen-Anhalt größtenteils an Flussläufen statt.

¹⁶⁴ Projektgemeinschaft Blaues Band 1999, II/20

¹⁶⁵ Projektgemeinschaft Blaues Band 1999, II/13

Abb. 7-21: Standorte „Blaues Band in Sachsen-Anhalt“ mit 1. Priorität ¹⁶⁶

| Standort | Gewässer | Entwicklung, Vorstellungen / Ideen (mögl. Vorhabenträger) | Verw.-behördl. Zuordnung |
|---|---------------|---|-----------------------------|
| Havelberg | Elbe | <ul style="list-style-type: none"> • Wassertourismuszentrum in Havelberg „HWZ“ - im Bau (Stadt) • Touristische Erschließung der Spülinsel • Neubau Hotel auf der Stadinsel (priv. Investor) | RP Magdeburg |
| Tangermünde | Elbe | <ul style="list-style-type: none"> • Ausbau Marina unmittelbar vor Stadtmauer, Platzgestaltung (Stadt oder priv. Investor) • Touristische Verbindung zum Kloster Jerichow herstellen • Lückenschluss Elbradweg mit günstiger altstadtnaher Wegführung, Ausbau Deichkrone | RP Magdeburg |
| Magdeburg | Elbe | <ul style="list-style-type: none"> • Anleger im Handelshafen mit Sanitär und Service • Baustellentourismus zum Wasserkreuz (Weiße Flotte GmbH) • Uferpromenade/Entwicklung Rotehornpark • Ausbau des Bestands Winterhafen (priv. Inv.) • Ausbau Elbe Radweg südl. u. nördl. der Stadt | RP Magdeburg |
| Dessau | Elbe | <ul style="list-style-type: none"> • Optimierung von Infrastruktur und Service im Leopoldshafen (Stadt/Vereine) • [Einrichtung Personenschiffsanleger in Rosslau] | RP Dessau |
| Wittenberg | Elbe | <ul style="list-style-type: none"> • Ausbau alter Gewerbe- und Industriehafen und WIKANA-Gelände zur multifunktionalen Wassertourismuseinrichtung (Stadt/priv. Inv.) • Einrichtung von Personenschiffsverkehr mit dem MS „Katharina von Bora“ - im Bau (Verein) • Gelände des Brückenkopfes als touristische Gesamtanlage mit Marina entwickeln (priv. Inv.) • Herstellung eines elbnahen Radweges mit Anschluss an die Stadt (Stadt) • Ausbau des elbnahen Bereiches bei der Dresdner Straße mit Schiffsanleger (Stadt) | RP Dessau |
| Halle | Saale | <ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung Sophienhafen (priv. Inv.) • Herstellung Schiffsanleger Ankerhof (priv. Investor) • Entwicklung Servicestandort Schleuse Trotha | RP Halle |
| Freyburg (FB) Naumburg (NB) Weißenfels (WF) | Saale/Unstrut | <ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung eines Schwerpunktzentrums im Städtedreieck Freyburg/Naumburg/Weißenfels • Weitere Profilierung als Weinort (FB Stadt) • Ausbau des vorhandenen Kanutourismus, neue Anleger und sanitäre Anlagen (FB Stadt) • Ausbau Personenschiffahrt bis mindestens Weißenfels (FB priv. Inv.) • Schaffung von regelmäßiger Personenschiffahrt mit Anleger im Stadtzentrum (WF Stadt) • Ausbau der alten Herrenmühle zum touristischen Objekt (WF priv. Inv.) • [Saisoncampingplatz in Leißling (Gemeinde)] | RP Halle |

¹⁶⁶ Projektgemeinschaft Blaues Band, 1998

Abb. 7-22: Standorte „Blaues Band in Sachsen-Anhalt“ mit 2. Priorität ¹⁶⁷

| Standort | Gewässer | Standort | Gewässer |
|--|-------------|----------------|------------------|
| Aken | Elbe | Burg/ Niegripp | Elbe-Havel-Kanal |
| Arneburg | Elbe | Genthin | Elbe-Havel-Kanal |
| Barby/ Breitenhagen/ Glinde/ Groß Rosenberg | Elbe/ Saale | Parey | Elbe-Havel-Kanal |
| Bittkau/ Derben/ Ferchland | Elbe | Calvörde | Mittellandkanal |
| Coswig | Elbe | Haldensleben | Mittellandkanal |
| Elster | Elbe | Alsleben | Saale |
| Glinde | Elbe | Bad Dürrenberg | Saale |
| Hohenwarte | Elbe | Bad Kösen | Saale |
| Prettin | Elbe | Bernburg | Saale |
| Pretzsch | Elbe | Calbe | Saale |
| Rogätz | Elbe | Merseburg | Saale |
| Rosslau | Elbe | Nienburg | Saale |
| Schönebeck | Elbe | Wettin | Saale |
| Werben | Elbe | Nebra | Unstrut |
| Wittenberge | Elbe | Laucha | Unstrut |

Abb. 7-23: Seen mit Bedeutung für das „Blaue Band in Sachsen-Anhalt“

| Verwaltungsbehördliche Zuordnung | Gewässer |
|----------------------------------|---------------------|
| RP Magdeburg | Arendsee |
| RP Dessau | Bergwitzsee |
| RP Halle | Geistalsee |
| RP Dessau | Goitzsche |
| RP Dessau | Muldestausee |
| RP Magdeburg | Seeland |
| RP Halle | Stausee Kelbra |
| RP Halle | Süßer See |
| RP Halle | Tagebau Golpa Nord6 |

Quelle: Projektgemeinschaft Blaues Band, 2000

Ausblick

Mit dem "Blauen Band" wird ein landesweites und sogar darüber hinausgehendes Netzwerk geschaffen, das in wenigen Jahren aus den hochrangigen natürlichen Ressourcen – Flüssen und Seen – ein wassertouristisches Produkt von hoher Qualität aufbauen kann. Da neben der Schaffung einer bedürfnisgerechten Infrastruktur auch noch die Entwicklung der Qualität entlang dieser neuen Dienstleistungskette sowie die Erstellung vermarktungsfähiger Tourismusprodukte bewerkstelligt werden muss, ist das "Blaue Band" erst im Jahr 2004 als Jahresthema vorgesehen. Dann wird es aber dem touristischen Image Sachsens-Anhalts für große Teile der deutschen und mitteleuropäi-

schen Bevölkerung eine neue und zur Schaffung von Reiseimpulsen geeignete Facette hinzufügen.

Im Wettbewerb der Destinationen in Deutschland und Europa muss sich Sachsen-Anhalt positionieren. Die neuen globalisierten Marktbedingungen im Tourismus bei gleichzeitig knapper werdenden öffentlichen Finanzmitteln verlangen ein klar abgegrenztes und spezialisiertes Angebot, um sich bei den Konsumenten zu profilieren. Sachsen-Anhalt hat sich in den letzten zehn Jahren und wird sich auch in der Zukunft dieser Herausforderung durch die Herausarbeitung von touristischen Standortvorteilen sowie landesweiten Schwerpunkten bei Geschäftsfeldern, Regionen und Themen stellen.

¹⁶⁷ Projektgemeinschaft Blaues Band, 1998

8. Informationsteil

8.1 Quellenverzeichnis

- ADFC (1999), Bett & Bike – fahrradfreundliche Gastbetriebe in Deutschland, Bundesverband, Fachausschuss Fahrradtourismus, Bremen.
- ADFC Landesverband Sachsen-Anhalt e.V. (1996), Satzung, 05.1996.
- Albert, J. (1993), Wege und Orte im Dessau-Wörlitzer Gartenreich. Eine Untersuchung zur Entstehungsgeschichte und den Gestaltungsprinzipien einer bedeutenden Kulturlandschaft des ausgehenden 18. Jahrhunderts, Diplomarbeit Universität Hannover, in: Die Gartenkunst 6.1994, 218-319, Hannover.
- Antz, Ch. (1994a), Fortschritt durch Tradition - Zur Bedeutung des Kulturtourismus in Sachsen-Anhalt, in: Kirche als grenzüberschreitende Gemeinschaft, hrsg. v. Dietze, E. v., Darmstadt, S. 48-54.
- Antz, Ch. (1994b), Straße der Romanik – Entdeckungsreise in das deutsche Mittelalter, in: Arbeitsmaterialien zur Raumordnung und Raumplanung, Heft 137/1994, Touristische Straßen – Beispiele und Bewertung; Universität Bayreuth, S. 87-89
- Antz, Ch. (1996), Die Dessau-Wörlitzer Kulturlandschaft, Über die Zukunft eines Gesamtkunstwerks, in: Kultur Report, Heft 6/1996, S. 10-12.
- Antz, Ch. (1999), Chancen des Kulturtourismus in Sachsen-Anhalt, in: Mitteldeutsches Jahrbuch für Kultur und Geschichte, hrsg. v. Römer, Ch., Bd. 6, Weimar et al., S. 147-157.
- Antz, Ch., (1998a), Das Dessau-Wörlitzer Gartenreich, Regionalpolitik für eine Kulturlandschaft, in: Die Gartenkunst, 10. Jg., Heft 2/1998, Worms, S. 268-274.
- Antz, Ch., (1998b), Regional Management for the Dessau-Wörlitz Cultural Landscape, in: Cultural Landscapes and Nature Conservation in Northern Eurasia, hrsg. v. Dömpke, S. und Succow, M., Bonn, S. 95-102.
- Arbeitsgemeinschaft Harzer Bergbau- und Hüttenmuseen (Hrsg.) (1996), Die Harzer Bergbau- und Hüttenmuseen, Clausthal-Zellerfeld.
- Arcadis (1998), Blaues Band, Endbericht, Fachhochschule Anhalt Bernburg im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft, Technologie und Europaangelegenheiten, Be.: G. Mayer, H. Haass, 2 Bde, Magdeburg.
- Arcadis (1999), Corporate Consult, Interreg II C, Die transnationale touristische Entwicklung der Elbe als nachhaltiger Bestandteil von Raumordnung und Wirtschaft ist Gegenstand dieses Projektes, 1. Zwischenbericht, Kurzfassung, Magdeburg.
- Bäderverband des Landes Sachsen-Anhalt e.V. (1990), Satzung, 06.04.1990.
- Becker, C., Höcklin, S. (1996), Museumsmanagement, in: Kulturtourismus, hrsg. v. Dreyer, A. (2000), 2. Aufl., München, S. 299-323.
- Becker, P. (2000), Themenstraßen - am Beispiel der "Straße der Romanik", in: Kulturtourismus, hrsg. v. Dreyer, A. (2000), 2. Aufl., München, S. 137-150.
- Bieger, T. (1997), Management von Destinationen und Tourismusorganisationen, 3. Aufl., München.
- Böttcher, V., Krings, S. (2000), Der Prozeß innovativer Produktentwicklung - just in time-Produktion in der Touristik am Beispiel TUI Vital und TUI Freeworld, in: Kundenorientierung im Touristikmanagement, hrsg. v. Bastian/Born/Dreyer (2000), 2. Aufl., München, S. 141-155.
- Brämer, R. (1999), Das falsche Bild vom geriatrischen Gehsportler, in: FVW international, Heft 15/1999, S. 70-71.
- Bulletin Quotidien Europe (1999a), Nr. 7375, 04. & 05. Januar 1999.
- Bulletin Quotidien Europe (1999b), Nr. 7456, 30. April 1999.
- Büro für Gartenkunst und Landschaftsplanung (1998), Das Dessau-Wörlitzer Gartenreich - Teilraumkonzeption, Berlin.
- Datzer, R. (1996), Urlaub für Wandervögel und Kanufreunde, in FVW international, Heft 3/1996, S. 24-28.
- DEHOGA Landesverband Sachsen-Anhalt e.V. (1999), Satzung, 15.02.1999.
- Deutscher Bäderverband e.V. (Hrsg.) (1991), Begriffsbestimmungen für Kurorte, Erholungsorte und Heilbrunnen, 10. Aufl., Bonn.
- Deutscher Bundestag (1999), Drucksache 14/1100, Bericht des Ausschusses für Bildung, Forschung und Technikfolgenabschätzung (19. Ausschuss) gemäß § 56a der Geschäftsordnung: „Entwicklung und Folgen des Tourismus“, Bericht zum Abschluss der Phase II, S. 85-98.
- Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung (1999), Wochenbericht 9/99, S. 179-184.
- Dreyer, A. (1995), Der Markt für Sporttourismus, in: Sporttourismus, hrsg. v. Dreyer/Krüger (1995), München, S. 9-51.
- Dreyer, A. (1996a), Der Markt für Kulturtourismus, in: Kulturtourismus, hrsg. v. Dreyer, A. (1996), München, S. 25-50.
- Dreyer, A. (1996b), Servicequalität von Tourismus- Informationsstellen, Braunschweig.
- Dreyer, A. (1997), Befragungsergebnisse einer Projektgruppe der Hochschule Harz, nicht veröffentlichtes Zahlenwerk, Wernigerode.
- Dreyer, A. (1999), Gutachterliche Stellungnahme zur Erlebnisbad-Konzeption Sachsen-Anhalt, Magdeburg.
- Dreyer, A. (2000), Urlaubsanforderungen von Familien mit Kindern, in: Kundenorientierung im Touristikmanagement, hrsg. v. Bastian/Born/Dreyer (2000), 2. Aufl., München, S. 157 - 178.
- Dreyer, A./ Flentge, C. (1998a), Servicequalität von Tourismus- Informationsstellen, 2. völlig überarb. Aufl., Braunschweig.

- Dreyer, A./ Flentge, C. (1998b), Zusammenfassung des Workshops "Erlebnisbäder in Sachsen-Anhalt" am 16.11.1998 in Magdeburg.
- DTV, Deutscher Tourismusverband (1999a), Der Tourismus in Deutschland, Zahlen – Daten – Fakten.
- DTV, Deutscher Tourismusverband e.V. (1999b), Jahresbericht 1999.
- DTV, Deutscher Tourismusverband e.V. (1998a), Jahresbericht 1998.
- DTV, Deutscher Tourismusverband e.V. (1998b), Pressemitteilung, 22.10.1998.
- DTV, Deutscher Tourismusverband e.V. (1998c), Deutscher Tourismusverband, Der Tourismus in Deutschland, Zahlen – Daten – Fakten.
- DWIF (1992a), Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr an der Universität München im Auftrag des Verbands der Campingplatzbetreiber in Sachsen-Anhalt, Beurteilung des gegenwärtigen Standes und der Entwicklungsmöglichkeiten für das Camping in Sachsen-Anhalt, Be.: Manfred Zeiner, Ulla Dorendorf-Gietl, Bernhard Harrer, München.
- DWIF (1992b), Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr an der Universität München im Auftrag des Harzer Verkehrsverbandes, Touristisches Strukturgutachten für den Ostharz, Be.: Joachim Maschke, Bernhard Harrer, Jeannette de Pauli, München.
- DWIF (1993a), Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr an der Universität München im Auftrag des Fremdenverkehrsverbandes Anhalt-Wittenberg, Leitkonzept für die Fremdenverkehrsentwicklung im Gebiet des Fremdenverkehrsverbandes Anhalt-Wittenberg, Be.: Manfred Zeiner, Bernhard Harrer, Ulla Dorendorf-Gietl, Rita Rammel, Silvia Scherr, München.
- DWIF (1993b), Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr e.V., an der Universität München, Die Ausgabenstruktur im übernachtenden Fremdenverkehr in den neuen Bundesländern, Heft 45, München.
- DWIF (1993c), Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr an der Universität München im Auftrag des Magdeburger Tourismusverbandes Elbe-Börde-Heide, Touristisches Strukturgutachten für die Region Elbe-Börde-Heide, Be.: Manfred Zeiner, Bernhard Harrer, Ulla Dorendorf-Gietl, Christine Wiedemann, München.
- DWIF (1994), Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr e.V. an der Universität München, Zusammenführung der fünf touristischen Regionalgutachten und Erarbeitung der sich daraus ergebenden Umsetzungsstrategien für das Reiseland Sachsen-Anhalt, München.
- DWIF (1995), Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr e.V., an der Universität München, Tagesreisen der Deutschen, Heft 46, München.
- DWIF (1996), Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr e.V., an der Universität München, Vorschläge für eine wirtschaftlich tragfähige Bäderlandschaft in Mecklenburg-Vorpommern, Gutachten, München, Berlin.
- DZT (1998), Deutsche Zentrale für Tourismus e.V., Jahresbericht 1998, Frankfurt 1998.
- Eisold, N., Lautsch, E. (1997), Sachsen-Anhalt, DuMont-Kunstseiseführer, Köln.
- Europäische Kommission (1999), Mitteilung an das Europäische Parlament und den Rat sowie gleichzeitig Information an den Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen, Das Beschäftigungspotential der Tourismuswirtschaft – Folgemaßnahmen im Anschluss an die Wertungen und Empfehlungen der High Level Group für Tourismus und Beschäftigung, 06/1999.
- Europäisches Tourismus Institut (1992), an der Universität Trier im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft, Technologie und Verkehr des Landes Sachsen-Anhalt, Standortbewertung und Wirtschaftlichkeitsuntersuchung zum Vorhaben „Skiabfahrtshang auf dem Großen Winterberg (Nationalpark Hochharz), Gemeinde Schierke am Brocken“, Be.: Hubert Job, Martin Koch, Trier.
- F.U.R. (1999), Reiseanalyse, Erste Ergebnisse RA 99.
- Fachhochschule Anhalt (1997), Projektgruppe Wassersport im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft und Technologie, Das Blaue Band durch Sachsen-Anhalt, Bestandserfassung wassertouristischer Einrichtungen, Be.: Heiner Haass, M. G. Beyersdorfer, Christine Fischer, Birgit Hechler, Rainer Stoffers, Bernburg.
- Feige, M. (1999), Manuskript eines Vortrages auf der ITB 1999.
- Fläming Tourismus e.V. (1997), Konzept.
- Förderverein Naturpark Saale-Unstrut-Triasland (1994), Naturpark Saale-Unstrut-Triasland im Kreis Nebra, Be.: Lutz Reichhoff, Nebra.
- Fraunhofer Institut für Fabrikbetrieb und -automatisierung Magdeburg (1999), Pflichtenheft zur Bewertung und Auswahl eines touristischen Informations- und Reservierungssystems (IRS) für das Land Sachsen-Anhalt, Kurzfassung des Projektberichtes der Arbeitsgruppe: SATourN 2000plus, Magdeburg.
- Fremdenverkehrsverband Altmark e.V. (Hrsg.) (1996), Touristisches Marketingkonzept 1996 bis 1998, Tangermünde.
- Fremdenverkehrsverband Altmark e.V. (Hrsg.) (1999), Konzeptskizze „Radlerland Altmark“, Tangermünde.
- Freyer, W. (1995), Marketing-Management im Sporttourismus am Beispiel des Radtourismus, in: Sporttourismus, hrsg. v. Dreyer/Krüger (1995), München, S. 53-82.
- Freyer, W. (1998a), Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie, München, S. 279-286.
- Freyer, W., (1998b), Kulturveranstaltungen und Festivals als touristische Leistungsangebote, in: Events - Wachstumsmarkt im Tourismus, hrsg. von Freyer/Meyer/Scherhag (1998), Dresden, S. 17-50.

- GH TourismusBeratung Gerhardt Hepp Bad Herrenalb (1997a), im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft, Technologie und Europaangelegenheiten Sachsen-Anhalt. Touristische Produktfibel Sachsen-Anhalt. Zum Landesthema 1998 „1000 Jahre Wein an Saale-Unstrut – Sachsen-Anhalt probieren“. Ideen, Tipps, Praxishilfen für Gastronomie und Beherbergung, Tourismusorte und Gebiete, Magdeburg.
- GH TourismusBeratung Gerhardt Hepp Bad Herrenalb (1997b), im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft, Technologie und Europaangelegenheiten Sachsen-Anhalt. Tourismusorte und Gebiete, Be.: G. Hepp, Magdeburg.
- Glatzel, K. (o.J.), Der Betrieb von Baudenkmalen - Fallbeispiel Neuenburg, Manuskript.
- Görgens, S. (1995), Die touristischen Entwicklungspotentiale im Dessau-Wörlitzer Gartenreich, Diplomarbeit an der wirtschafts- und sozialwissenschaftlichen Fakultät der Universität Köln im Studienfach der Wirtschafts- und Sozialgeographie, Köln.
- Haart, N./ Herrmann, P. (1997), Qualitätsmanagement im Landtourismus, in: Qualitätsmanagement im Tourismus, hrsg. v. Pompl/Lieb, München, S. 359-374.
- Haas, W. (1993), Campingurlaub, in: Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie, hrsg. v. Hahn/Kagelmann, München, S. 363-365.
- Haass, H. (1997), Analyse und Darstellung von Entwicklungspotentialen für den Wassertourismus in Sachsen-Anhalt, im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft, Technologie und Europaangelegenheiten des Landes Sachsen-Anhalt, Bernburg.
- Harzer Förderkreis e. V. (1997), Entwicklung eines umweltfreundlichen Tourismus im Ostharz. Von den Konzepten zur modellhaften Umsetzung, 2. Bde., im Auftrag der deutschen Bundesstiftung Umwelt, Stolberg.
- Harzer Förderkreis e.V. (Hrsg.) (1996), Ratgeber für kinder- und familienfreundlichen Tourismus, bearbeitet von Dreyer, A. et al., Stolberg.
- Harzer Verkehrsverband e.V. (1993), Der Harz – Marketingkonzept, Goslar.
- Harzer Verkehrsverband e.V. (1998), Wirtschaftsfaktor Tourismus, Goslar.
- Heidecke, H. (o.J.), in: 1000 Jahre Wein an Saale-Unstrut – Beispiel für eine Eigenständige Regionalentwicklung, hrsg. vom. Ministerium für Raumordnung, Landwirtschaft und Umwelt.
- Henschel, K. (1998), Skript zur Vorlesung „Internationaler Tourismus“ an der Hochschule Harz, Wernigerode, S. 76-82.
- Hepp, G. (1995), Kulturtourismusthema Luther's Land Sachsen-Anhalt, Strategietage Luther-Thema und Terminplanung Lutherjahr '96, 13. und 14.3.1995 in Wittenberg. Ergebnisse der Strategierunden Tourismusverband Sachsen-Anhalt. Internes Papier, Magdeburg, Bad Herrenalb.
- Herget, Th. (1996), Entwicklung einer Marketingkonzeption als Leitfaden für die strategische Tourismusentwicklung im Wirtschaftsraum Anhalt-Wittenberg, Diplomarbeit an der Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg, Magdeburg
- Heuer, B./ Schiller, A. (Hrsg.) (1998), Spezialimmobilien, Köln.
- High Level Group für Tourismus und Beschäftigung (HLG) (1998), Bericht vom Oktober 1998.
- Hochschule Harz (1997), Projektgruppe unter der Leitung von Dreyer, A., Befragungsergebnisse von HSB Fahrgästen, Wernigerode.
- Industrie- und Handelskammer Halle-Dessau (1996), Satzung, 20.03.1996.
- Industrie- und Handelskammer Magdeburg (1996), Satzung, 18.01.1996.
- Institut für Freizeitwissenschaft und Kulturarbeit Bielefeld (IFKA) (1991), Die Altmark – Neues Reisen in Europa. Chancen für Umwelt und Kultur? Bielefelder und Salzwedeler Tourismustage 1990, Be.: Wolfgang Nahrstedt, Willy Kesper, Dietrich Dreiling, Ute Mohrmann, IFKA-Schriftenreihe 15, Bielefeld.
- Institut für Freizeitwissenschaft und Kulturarbeit Bielefeld (IFKA) (1993a), im Auftrag des Fremdenverkehrsverbandes Altmark, Altmark 2000, Be.: Wolfgang Nahrstedt, Thomas Vodde, 2 Bde. (1. Grundlagenuntersuchung für einen Tourismus von morgen, 2. Tips für die touristische Praxis), IFKA-Expertisen, Bielefeld.
- Institut für Freizeitwissenschaft und Kulturarbeit Bielefeld (IFKA) (1993b), im Auftrag des Fremdenverkehrsverbandes Altmark, Altmark 2000, Grundlagenuntersuchung für einen Tourismus von morgen, Kurzfassung: Wo stehen wir und wo wollen wir hin? Be.: Wolfgang Nahrstedt, Thomas Vodde, Bielefeld.
- Institut für Landschaftsforschung und Naturschutz (1991), im Auftrag des Landesamtes für Umweltschutz Sachsen-Anhalt. Das Biosphärenreservat Mittlere Elbe – Stechby-Lödderitzer Forst und Dessau-Wörlitzer Kulturlandschaft, Ltg.: Lutz Reichhoff, Magdeburg.
- Institut für Strukturpolitik und Wirtschaftsförderung Halle – Leipzig (1996a), im Auftrag des Altmarkkreises Salzwedel und des Landkreises Stendal, Regionales Entwicklungskonzept für die Altmark. Potentiale, Handlungsziele sowie ausgewählte prioritäre Projekte, Salzwedel-Stendal-Halle.
- Institut für Strukturpolitik und Wirtschaftsförderung Halle – Leipzig e. V. (1998), Regionale Wirtschaftsförderung in Sachsen-Anhalt: Analyse der Investitionsförderung im Rahmen der Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ im Zeitraum 1991 bis 1996, Halle (Saale).
- Institut für Strukturpolitik und Wirtschaftsförderung Halle-Leipzig (1996b), Tourismuskonzept für das Seegebiet Mansfelder Land, im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft, Technologie und Europaangelegenheiten des Landes Sachsen-Anhalt, Be.: Rainer Lüdigg, Gudrun Conrad, Tillmann Scholbach, Iris Erfurth, Christian Antz, Halle.

- Institut für Strukturpolitik und Wirtschaftsförderung Halle-Leipzig (1998), Regionales Entwicklungskonzept der Region Halle (REK Halle), Halle-Leipzig.
- Institut für Wirtschafts- und Meinungsforschung Leipzig (1992), im Auftrag des Fremdenverkehrsverbandes Dübener Heide, Tourismus-Analyse Dübener Heide, Leipzig.
- Jage (1999), Grundsatzvermerk Radwandern in Sachsen-Anhalt, Ministerium für Wirtschaft und Technologie des Landes Sachsen-Anhalt.
- Jenkis, H. W. (1996), Raumordnung und Raumordnungspolitik, München - Wien.
- Kalka und Partner (1996), Agrarstrukturelle Vorplanung für das Gebiet Dübener Heide-Wörlitzer Winkel, 2 Bde., Schlieben.
- Kappl, S. (1999), Die Entwicklung von Studienreisen in einem von Konzentrationsprozessen geprägten Markt, Diplomarbeit, Wernigerode.
- Kaspar, C. (1995), Die Tourismuslehre im Grundriß, St. Gallen, S. 175-185.
- Kulturstiftung Dessau-Wörlitz (1998), Konzeption für die mittelfristige Entwicklung der Kulturstiftung Dessau-Wörlitz, Dessau.
- Landesamt für Denkmalpflege (1996), Harzer Bergbau/ Kupferschieferbau, denkmalpflegerisches Rahmenkonzept, Referat Industriedenkmalpflege im Auftrag des Kultusministeriums des Landes Sachsen-Anhalt, Be.: R. Philipp, K. Tille, Halle.
- Landesamt für Denkmalpflege Sachsen-Anhalt (1997), Dessau-Wörlitzer Gartenreich, Denkmalverzeichnis Sachsen-Anhalt, Sonderband, Be.: Harald Kleinschmidt, Thomas Bufe, Halle.
- Landestourismusverband Sachsen-Anhalt e.V. (Hrsg.) (1999), Radwanderwege entlang der Straße der Romanik, Magdeburg.
- Landgesellschaft Sachsen-Anhalt (1997), Teilraumkonzept „Weinbauregion Saale-Unstrut“, Be.: Reiner Otto, Christian Antz, Halle-Magdeburg.
- Landratsamt Eisleben (o.J.), Konzeption für den Aufbau eines europäischen Tourismusverbundes „Straße der Reformation“, Eisleben.
- Lang und Partner (1993), Marketingkonzept für die Saale-Unstrut Burgen- und Weinregion, Baden-Baden.
- Lohmann (1999), Kulturtouristen oder die touristische Nachfrage nach Kulturangeboten, in: Kulturtourismus, hrsg. v. Heinze, Th. (1999), München, S. 52-82.
- Luther in Sachsen-Anhalt GmbH (LuiSA) (1998), Luthers Bild in Luther's Land, eine Fragebogenerhebung bei Schülerinnen und Schülern in Sachsen-Anhalt, Magdeburg.
- Meinicke, K.-P. (1996), Umweltverträglicher Tourismus in Sachsen-Anhalt, Sammelband zur Tagung 1996, Universitätszentrum für Umweltwissenschaften (UZU) der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg, Tourismusverband Sachsen-Anhalt, Halle-Magdeburg.
- Miglbauer, E. (1995), Radtourismus als Instrument der regionalen Wirtschaftsförderung, in: Sporttourismus, hrsg. v. Dreyer/Krüger, München, S. 341-362.
- Ministerium für Arbeit, Frauen, Gesundheit und Soziales (Hrsg.) (1998), Badegewässerkarte des Landes Sachsen-Anhalt 1999, Stand: Bakteriologische Untersuchungsergebnisse von 1998.
- Ministerium für Raumordnung und Umwelt (1999a), Landesentwicklungsplan für das Land Sachsen-Anhalt, Magdeburg, 23.08.1999.
- Ministerium für Raumordnung und Umwelt (1999b), Landesförderung in Sachsen-Anhalt, Magdeburg, Mai 1999.
- Ministerium für Raumordnung, Landwirtschaft und Umwelt des Landes Sachsen-Anhalt (1997), Biosphärenreservat Mittlere Elbe, Biosphärenreservatsverwaltung Mittlere Elbe, Sitz Kapenmühle, Dessau.
- Ministerium für Raumordnung, Städtebau und Wohnungswesen des Landes Sachsen-Anhalt (1993), Touristische Grobkonzeption für die Umwelt-Expo 2000 in Sachsen-Anhalt, DWIF, Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr an der Universität München, Be.: Manfred Zeiner, Andres Spillner, München.
- Ministerium für Raumplanung, Landwirtschaft und Umwelt des Landes Sachsen-Anhalt (o.J.), Regionales Entwicklungsprogramm Magdeburg.
- Ministerium für Raumplanung, Landwirtschaft und Umwelt des Landes Sachsen-Anhalt (o.J.), Regionales Entwicklungsprogramm Halle.
- Ministerium für Raumplanung, Landwirtschaft und Umwelt des Landes Sachsen-Anhalt (o.J.), Regionales Entwicklungsprogramm Dessau.
- Ministerium für Wirtschaft und Technologie (1995), Tourismuspolitik in Sachsen-Anhalt, Fakten und Perspektiven, Magdeburg.
- Ministerium für Wirtschaft und Technologie des Landes Sachsen-Anhalt (1995), Tourismuspolitik für Sachsen-Anhalt, Fakten und Perspektiven, Magdeburg.
- Ministerium für Wirtschaft, Technologie und Europaangelegenheiten des Landes Sachsen-Anhalt (1997), Leitlinien der Tourismusentwicklung in Sachsen-Anhalt, Magdeburg.
- Ministerium für Wirtschaft, Technologie und Europaangelegenheiten des Landes Sachsen-Anhalt (1998), Jahresbericht 1998, Magdeburg.
- Ministerium für Wirtschaft, Technologie und Europaangelegenheiten des Landes Sachsen-Anhalt (1999), Der Europäische Fonds für regionale Entwicklung in Sachsen-Anhalt: Stand und Perspektive, Magdeburg.
- Ministerium für Wirtschaft und Technologie (1999a), Ergebnisse der Arbeitsgruppe „Landesmarketinggesellschaft“, 25.06.1999.
- Ministerium für Wirtschaft und Technologie (1999b), Gesellschaftsvertrag der Landesmarketing Sachsen-Anhalt GmbH, 24.06.1999.
- Ministerium für Wirtschaft und Technologie (1999c), Jahreswirtschaftsbericht 1999, Magdeburg.
- Ministerium für Wirtschaft und Technologie (1999e), Kabinettsvorlage „Intensivierung und Optimierung

- der Imagewerbung für das Land Sachsen-Anhalt“, 03.1999.
- Mundt, J. W. (1998), Einführung in den Tourismus, München, S. 5 u. 419-447.
- Nahrstedt, W./ Vodde, T. (1993), Radreisen - Ein Beitrag zum „Sanften Tourismus“?, in: Altmark 2000, Tips für die touristische Praxis, Bd. 2, hrsg. v. Nahrstedt/Vodde, Bielefeld, S. 1-22.
- Niedersächsisches Ministerium für Wirtschaft, Technologie und Verkehr (1992), Nationalparkplanung Harz, Bestandsaufnahme, Tourismus, Wirtschaft, Verkehr, Hannover.
- Opaschowski, H.W. (1995), Freizeitökonomie: Marketing von Erlebniswelten, 2. Aufl., Opladen, insb. S. 235ff.
- Opaschowski, H.W. (1997), Events im Tourismus, Hamburg.
- OSGV, Ostdeutscher Sparkassen- und Giroverband (1999), Das Tourismusbarometer 1999, Jahresbericht, Berlin, S. 57-69.
- Pflüger, H. (1993), Entwicklungschancen von Fremdenverkehr und Naherholung im Gebiet der Tourismusregion Halle-Saale-Unstrut, Empfehlungen zu Struktur, Organisation und Umsetzung, Ergebnisbericht, im Auftrag des Regionalen Fremdenverkehrsverbandes Halle-Saale-Unstrut, Hildesheim.
- Projektgemeinschaft Blaues Band (1998) (Arcadis Asal Kaiserslautern, Fachhochschule Anhalt Bernburg), Touristisches Vorhaben Blaues Band in Sachsen-Anhalt, Endbericht, Be.: Gerd Mayer, Heiner Haass, 2 Bde., im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft, Technologie und Europaangelegenheiten, Magdeburg.
- Projektgemeinschaft Blaues Band (1999), Touristisches Vorhaben Blaues Band in Sachsen-Anhalt, Kurzbericht zur wassertouristischen Konzeption, Bernburg.
- Projektgruppe Radwanderwege beim Tourismusverband Sachsen-Anhalt e.V. (1998), Radwanderwege-Konzept für das Land Sachsen-Anhalt, Magdeburg.
- Regionales Aktionsprogramm Altmark (1997), gemeinsames Projekt des Altmarkkreises Salzwedel und des Landkreises Stendal in Zusammenarbeit mit dem Institut für Strukturpolitik und Wirtschaftsförderung Halle-Leipzig e.V. (isw) und mit Unterstützung durch das Ministerium für Wirtschaft, Technologie und Europaangelegenheiten des Landes Sachsen-Anhalt, Salzwedel-Stendal-Halle.
- Regionales Aktionsprogramm Anhalt-Bitterfeld-Wittenberg (Entwurf) (1997), gemeinsames Projekt der Landkreise Anhalt-Zerbst, Bernburg, Bitterfeld, Köthen, Wittenberg und der kreisfreien Stadt Dessau in Zusammenarbeit mit der Arbeitsgemeinschaft PRO TERRA TEAM GmbH und dem Institut für Strukturpolitik und Wirtschaftsförderung Halle-Leipzig e.V. (isw) und mit Unterstützung des Ministeriums für Raumordnung, Landwirtschaft und Umwelt des Landes Sachsen-Anhalt.
- Regionales Entwicklungskonzept der Region Halle (o.J.), gemeinsames Projekt der Landkreise Mansfelder Land, Merseburg-Querfurt, Saalkreis, Sangerhausen, Weißenfels und der Stadt Halle (Saale) in Zusammenarbeit mit dem Institut für Strukturpolitik und Wirtschaftsförderung Halle-Leipzig e.V. (isw) und mit Unterstützung des Ministeriums für Wirtschaft, Technologie und Europaangelegenheiten des Landes Sachsen-Anhalt.
- Regionales Entwicklungskonzept für den Raum der Ständigen Regionalkonferenz Magdeburg (RKM) (1996), Prognos, Berlin.
- Regionales Entwicklungskonzept für die Altmark (1996), Potentiale, Handlungsziele sowie ausgewählte prioritäre Projekte. Institut für Strukturpolitik und Wirtschaftsförderung Halle-Leipzig im Auftrag des Altmarkkreises Salzwedel und des Landkreises Stendal. Salzwedel, Stendal, Halle.
- Regionalverband Harz e.V. (1999), Regionales Entwicklungskonzept Harz - Kurzfassung 1997/ Regionales Aktionsprogramm Harz - Kurzfassung 1998, Quedlinburg.
- Reiseanalyse, siehe F.U.R.
- Reppel + Partner (1995), Heilbäderkonzeption für Sachsen-Anhalt, Kurzfassung.
- Roseneck, R., Marbach, W. (1993), Historische Bergbauregion Harz, denkmalpflegerisch-museales Rahmenkonzept, Braunschweig-Clausthal-Zellerfeld.
- Schwark, J. (1996), Thementourismus - am Beispiel des Lutherjahres, in: Kulturtourismus, hrsg. v. Dreyer, München, S. 117-126.
- Söstra Sozialökonomische Strukturanalysen Berlin (1993), Ansätze für die Herausbildung einer gemeinsamen Wirtschafts- und Fremdenverkehrsregion Harz, im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft, Be.: Udo Papies, Norbert Lehmann, Peter Schreiber, Berlin.
- Statistisches Bundesamt (Hrsg.) (1998), Tourismus in Zahlen, Wiesbaden.
- Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt (1998), Monatsheft 05.1998.
- Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt (1999), Statistische Berichte, April 1999.
- Stiftung Luthergedenkstätten (1998), Konzeption für die Entwicklung der Stiftung Luthergedenkstätten in Sachsen-Anhalt bis 2002, Wittenberg-Eisleben.
- TASA (1998), Tourismuswerkstatt Sachsen-Anhalt, Tagungsunterlage zur Tagung der Strategiegruppe am 17./18.9.1998 in Freyburg.
- TASA (o.J.a) (Hrsg.), Sachsen-Anhalt – Luther´s Land – Eine Idee verändert die Welt, Magdeburg.
- TASA (o.J.b) (Hrsg.), Sachsen-Anhalt – Gruppenplaner – Reisewege durch Sachsen-Anhalt – Luther´s Land, Magdeburg.
- Tourismus- und Regionalberatung Ostharz (1996), Tourismusleitbild Ostharz, im Rahmen des Projektes „Entwicklung eines umweltfreundlichen Tourismus im Ostharz. Von den Konzepten zur modellhaften Umsetzung“, im Auftrag der Deutschen Bundesstiftung Umwelt, Stolberg.
- Tourismusverband Sachsen-Anhalt (1995), Vorstel-

lungen zur touristischen Entwicklung in Sachsen-Anhalt, Magdeburg.
Verband der Campingplatzbetreiber Sachsen-Anhalt e. V. (o.J.), Satzung
Verordnung über die Festsetzung des Nationalparkes Hochharz (1990), 12.9.1990.
Viegas, A. (1998), Ökdestinationen, München et. al.
Weber, C.H. (1996), Städtereisen, in: Kulturtouris-

mus, hrsg. v. Dreyer, München, S. 51-69.
Weinbauverband Saale-Unstrut et al. (Hrsg.) (1999), Marketingführer Burgenlandkreis, Nebra.
Wolber, T. (1999), Die touristische Inwertsetzung des kulturellen Erbes in größeren Städten - Historic Highlights of Germany, in: Kulturtourismus, hrsg. v. Heinze, Th. (1999), München, S. 105-145.

8.2 Touristische Grundlagenuntersuchungen in Sachsen-Anhalt

8.2.1 Tourismus in Sachsen-Anhalt

Zusammenführung der fünf touristischen Regionalgutachten und Erarbeitung der sich daraus ergebenden Umsetzungsstrategien für das Reiseland Sachsen-Anhalt. Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr an der Universität München (DWIF) im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft, Technologie und Verkehr des Landes Sachsen-Anhalt. München 1994

Tourismuspolitik in Sachsen-Anhalt. Fakten und Perspektiven. Hg.: Ministerium für Wirtschaft und Technologie des Landes Sachsen-Anhalt. Magdeburg (1995)

Vorstellungen zur touristischen Entwicklung in Sachsen-Anhalt. Hg.: Tourismusverband Sachsen-Anhalt. Magdeburg 1996

Umweltverträglicher Tourismus in Sachsen-Anhalt. Sammelband zur Tagung 1996. Universitätszentrum für Umweltwissenschaften (UZU) der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg, Tourismusverband Sachsen-Anhalt. Hg.: Klaus-Peter Meinicke. Halle-Magdeburg 1996

Grundaussagen der Landesregierung zur tourismuspolitischen Entwicklung Sachsens-Anhalts. Kabinettsbeschluss vom 29.07.1997. Magdeburg 1997

Leitlinien der Tourismusedwicklung in Sachsen-Anhalt. Hg.: Ministerium für Wirtschaft, Technologie und Europaangelegenheiten des Landes Sachsen-Anhalt. Magdeburg 1997

Touristische Marketingkonzeption Sachsen-Anhalt. Phase 1: Problemorientierung und -gewichtung. Kurzkonzept. Reppel und Lorenz Tourismus-Beratung Berlin im Auftrag der Tourismus Agentur Sachsen-Anhalt. Magdeburg 1999

Pflichtenheft zur Bewertung und Auswahl eines touristischen Informations- und Reservierungssystems (IRS) für das Land Sachsen-Anhalt. Hg.: Arbeitsgruppe SATourN 2000plus unter Federführung des Fraunhofer Instituts für Fabrikbetrieb und -automatisierung IFF Magdeburg (FhG-IFF) im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft und Technologie des Landes Sachsen-Anhalt. Magdeburg 1999

Dienstleistung, Service, Qualität im Tourismus

Entwicklung und Dynamik des unternehmerischen Dienstleistungssektors in Sachsen-Anhalt. Be.: Gerald Wagner. Institut für Strukturpolitik und Wirtschaftsförderung Halle-Leipzig (isw) im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft und Technologie des Landes Sachsen-Anhalt. 3 Bde. Halle/Saale 1995

Touristische Produktfibel Sachsen-Anhalt. Zum Landesthema 1998 „1000 Jahre Wein an Saale-Unstrut – Sachsen-Anhalt probieren“. Ideen, Tipps, Praxishilfen für Gastronomie und Beherbergung, Tourismusorte und Gebiete. GH TourismusBeratung Gerhardt Hepp Bad Herrenalb im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft, Technologie und Europaangelegenheiten Sachsen-Anhalt. Be.: Gerhard Hepp. Hg.: Magdeburg (1997)

Tourismusorientierter Einzelhandel. Produktfibel. Komet Gesellschaft für Stadtmarketing und -entwicklung Leipzig, Reppel und Partner Internationales Institut für Tourismus- und Kurortberatung im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft, Technologie und Europaangelegenheiten des Landes Sachsen-Anhalt. Be.: Hardo Kendschek, Rainer Kummer, Andreas Lorenz. Magdeburg 1997

8.2.2 Geschäftsfelder des Tourismus in Sachsen-Anhalt (Schwerpunkte)

Familien-, Kinder- und Jugendtourismus

Ratgeber für kinder- und familienfreundlichen Tourismus. Fachhochschule Harz Wernigerode. Be.: Axel Dreyer. Hg.: Harzer Förderkreis. (Stolberg) o.J.

Luthers Bild in Luther's Land. Eine Fragebogenerhebung bei Schülerinnen und Schülern in Sachsen-Anhalt. Luther in Sachsen-Anhalt GmbH (LuiSA). Magdeburg 1998

Gastronomiekultur

Touristische Produktfibel Sachsen-Anhalt. Zum Landesthema 1998 „1000 Jahre Wein an Saale-Unstrut – Sachsen-Anhalt probieren“. Ideen, Tipps, Praxishilfen für Gastronomie und Beherbergung, Tourismusorte und Gebiete. GH TourismusBeratung Gerhardt Hepp Bad Herrenalb im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft, Technologie und Europaangelegenheiten Sachsen-Anhalt. Be.: Gerhard Hepp. Hg.: Magdeburg (1997)

8.2.2.1 Kulturtourismus

Fortschritt durch Tradition. Zur Bedeutung des Kulturtourismus in Sachsen-Anhalt. Be.: Christian Antz. In: Kirche als grenzüberschreitende Gemeinschaft. Freundesgabe für Dr. Hartmut Johnson. Hg.: Erco von Dietze. Darmstadt 1994, 48-55

Die Zukunft der Geschichte. Chancen des Kulturtourismus in Sachsen-Anhalt. Be.: Christian Antz. In: Mitteldeutsches Jahrbuch für Kultur und Geschichte 6.1999, 147-157

Städtetourismus

Tourismusorientierter Einzelhandel. Produktfibel. Komet Gesellschaft für Stadtmarketing und -entwicklung Leipzig, Reppel und Partner Internationales Institut für Tourismus- und Kurortberatung im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft, Technologie und Europaangelegenheiten des Landes Sachsen-Anhalt. Be.: Hardo Kendschek, Rainer Kummer, Andreas Lorenz. Magdeburg 1997

Industrietourismus

Historische Bergbauregion Harz. Denkmalspflegerisch-museales Rahmenkonzept. Be.: Reinhard Roseneck, Wilhelm Marbach. Braunschweig-Clausthal-Zellerfeld 1993

Harzer Bergbau/ Kupferschieferbergbau. Denkmalspflegerisches Rahmenkonzept. Landesamt für Denkmalpflege, Referat Industriedenkmalpflege im Auftrag des Kultusministeriums des Landes Sachsen-Anhalt. Be.: R. Philipp, K. Tille. Halle 1996 (Historische Bergbauregionen in Sachsen-Anhalt)

EXPO 2000

Touristische Grobkonzeption für die Umwelt-Expo 2000 in Sachsen-Anhalt. DWIF Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr an der Universität München. Be.: Manfred Zeiner, Andreas Spillner. Hg.: Ministerium für Raumordnung, Städtebau und Wohnungswesen des Landes Sachsen-Anhalt. München 1993

8.2.2.2 Naturtourismus

Das Biosphärenreservat Mittlere Elbe - Steckby-Lödderitzer Forst und Dessau-Wörlitzer Kulturlandschaft. Institut für Landschaftsforschung und Naturschutz im Auftrag des Landesamtes für Umweltschutz Sachsen-Anhalt. Ltg.: Lutz Reichhoff. Magdeburg 1991 (Naturschutz im Land Sachsen-Anhalt 28.1991.1-2)

Nationalparkplanung Harz. Bestandsaufnahme, Tourismus, Wirtschaft, Verkehr. Niedersächsisches Ministerium für Wirtschaft, Technologie und Verkehr. Hannover 1992

Die Akzeptanz des zukünftigen Nationalparks Harz bei den Touristen. Be.: Christian Koniiecki. Dipl. Institut für Geographie der Universität Göttingen. Goslar 1992

Drömling

Der Naturpark Drömling. Rd.: Lutz Reichhoff, Landschaftsplanung Dr. Reichhoff, Ursula Ruge, Landesamt für Umweltschutz Sachsen-Anhalt. Magdeburg 1993 (Naturschutz im Land Sachsen-Anhalt 30.1993. Sonderheft)

Pflege- und Entwicklungsplan für das Naturschutzgroßprojekt Drömling. Teilvorhaben Sachsen-Anhalt. Kurzfassung. Planungsbüro Dr. Reichhoff im Auftrag des Ministeriums für Umwelt, Naturschutz und Raumordnung des Landes Sachsen-Anhalt. Magdeburg 1996

Tourismus-Leitbild in der südwestlichen Altmark für die Verwaltungsgemeinschaft Jeetze-Ohre-Drömling. Hg.: Verwaltungsgemeinschaft Jeetze-Ohre-Drömling. (Kunrau) 1999

Dübener Heide

Tourismus-Analyse Dübener Heide. Institut für Wirtschafts- und Meinungsforschung Leipzig im Auftrag des Fremdenverkehrsverbandes Dübener Heide. Leipzig 1992

Tourismus-Konzept Dübener Heide. Institut für Wirtschafts- und Meinungsforschung Leipzig im Auftrag des Fremdenverkehrsverbandes Dübener Heide. Leipzig 1992

Agrarstrukturelle Vorplanung für das Gebiet der Mittleren Dübener Heide. GUP Gesellschaft für Umweltplanung, ländliche Entwicklung und Projektmanagement im Auftrag der Bezirksregierung Dessau. Be.: Loßner, Fleischer, Hoffmann, Tödt. Leipzig 1994

Naturräumliche, strukturelle und wirtschaftliche Entwicklung des Naturparkes "Dübener Heide". Aerocart Consult im Auftrag des Ministeriums für Umwelt, Naturschutz und Raumordnung des Landes Sachsen-Anhalt. Delitzsch-Halle 1994

Agrarstrukturelle Vorplanung für das Gebiet "Dübener Heide - Wörlitzer Winkel". Architektur- und Ingenieurbüro Kalka und Partner Schlieben, Hortec Garten- und Landschaftsplanung Rehsen im Auftrag des Landes

Sachsen-Anhalt. Be.: Norbert Kalka, Peter Otto, Roswitha Müller, Gerd Walter, Thomas Krönert, Angelika Trauzettel. Schlieben 1996

Fläming

Studie zur Entwicklung von Naturschutz und Fremdenverkehr im Kreis Roßlau sowie die Entwicklung des Naturpfades Flämingwald und eines Naturparks Fläming. Vorstudie. Landschaftsplanung Dr. Reichhoff im Auftrag des Landratsamtes Roßlau. Be.: Lutz Reichhoff, Kerstin Refior, Thomas Müller, Irmela Sommer. (Dessau) 1993

Agrarstrukturelle Vorplanung „Vorfläming Roßlau-Zerbst“. Kalka und Partner. Schlieben 1995

Entwicklung der Kulturlandschaft des ländlichen Raumes im Fläming. Landschaftsplanung Dr. Reichhoff im Auftrag des Landkreises Anhalt-Zerbst. 2 Bde. Dessau 1997

Konzept des Fläming Tourismus e.V. 1997

Campingtourismus

Beurteilung des gegenwärtigen Standes und der Entwicklungsmöglichkeiten für das Camping in Sachsen-Anhalt. Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr an der Universität München (DWIF) im Auftrag des Verbands der Campingplatzbetreiber in Sachsen-Anhalt. Be.: Manfred Zeiner, Ulla Dorendorf-Gietl, Bernhard Harrer. München 1992

Sporttourismus

Standortbewertung und Wirtschaftlichkeitsuntersuchung zum Vorhaben „Skiabfahrtshang auf dem Großen Winterberg (Nationalpark Hochharz), Gemeinde Schierke am Brocken“. Europäisches Tourismus Institut an der Universität Trier im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft, Technologie und Verkehr des Landes Sachsen-Anhalt. Be.: Hubert Job, Martin Koch. Trier 1992

Radwandertourismus

Radwanderwege-Konzept für das Land Sachsen-Anhalt. Be.: Projektgruppe Radwanderwege. Tourismusverband Sachsen-Anhalt. Magdeburg 1998

8.2.2.3 Gesundheitstourismus (Kur- und Bädertourismus)

Heilbäderkonzeption für Sachsen-Anhalt. Reppel und Partner Internationales Institut für Tourismus- und Kurorteberatung Ettlingen. Hg.: Bäderverband Sachsen-Anhalt. 4 Bde. (Schönebeck) 1994

Wellness und Tourismus in Sachsen-Anhalt. Grundkonzeption für weitere Schritte. Be.: Hubert Steidl. Magdeburg-Schönebeck 1999

Punktuelle Fortschreibung der Heilbäderkonzeption (Sachsen-Anhalt) unter Berücksichtigung aktueller Trends und Themen insbesondere Nischenthema Salz. Be.: Hubert Steidl, Reppel und Partner Internationales Institut für Tourismus- und Kurorteberatung Ettlingen. (Schönebeck) 1999

8.2.3 Regionen des Tourismus in Sachsen-Anhalt

8.2.3.1 Altmark

Die Altmark – Neues Reisen in Europa. Chancen für Umwelt und Kultur? Bielefelder und Salzwedeler Tourismustage 1990. Institut für Freizeitwissenschaft und Kulturarbeit Bielefeld (IFKA). Be.: Wolfgang Nahrstedt, Willy Kesper, Dietrich Dreiling, Ute Mohrmann. Bielefeld 1991 (IFKA-Schriftenreihe 15)

Altmark 2000. Institut für Freizeitwissenschaft und Kulturarbeit Bielefeld (IFKA) im Auftrag des Fremdenverkehrsverbandes Altmark. Be.: Wolfgang Nahrstedt, Thomas Vodde. 2 Bde. (1. Grundlagenuntersuchung für einen Tourismus von morgen, 2. Tipps für die touristische Praxis). Bielefeld 1993 (IFKA-Expertisen)

Altmark 2000. Grundlagenuntersuchung für einen Tourismus von morgen. Kurzfassung: Wo stehen wir und wo wollen wir hin? Institut für Freizeitwissenschaft und Kulturarbeit Bielefeld (IFKA) im Auftrag des Fremdenverkehrsverbandes Altmark. Be.: Wolfgang Nahrstedt, Thomas Vodde. Bielefeld 1993

Regionales Entwicklungskonzept für die Altmark. Potentiale, Handlungsziele sowie ausgewählte prioritäre Projekte. Institut für Strukturpolitik und Wirtschaftsförderung Halle-Leipzig im Auftrag des Altmarkkreises Salzwedel und des Landkreises Stendal. Salzwedel-Stendal-Halle 1996

Regionales Aktionsprogramm (RAP) Altmark. Gemeinsames Projekt des Altmarkkreises Salzwedel und des Landkreises Stendal. Institut für Strukturpolitik und Wirtschaftsförderung Halle-Leipzig im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft, Technologie und Europaangelegenheiten des Landes Sachsen-Anhalt. Salzwedel-Stendal (1997)

Regionales Aktionsprogramm Altmark - RAP II. Entwurf. Institut für Strukturpolitik und Wirt-

schaftsförderung Halle-Leipzig im Auftrag des Altmarkkreises Salzwedel und des Landkreises Stendal. Salzwedel-Stendal 2000

8.2.3.2 Anhalt-Wittenberg

Leitkonzept für die Fremdenverkehrsentwicklung im Gebiet des Fremdenverkehrsverbandes Anhalt-Wittenberg. Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr an der Universität München (DWIF) im Auftrag des Fremdenverkehrsverbandes Anhalt-Wittenberg. Be.: Manfred Zeiner, Bernhard Harrer, Ulla Dorendorf-Gietl, Rita Rammel, Silvia Scherr. München 1993

Entwicklung einer Marketingkonzeption als Leitfaden für die strategische Tourismusentwicklung im Wirtschaftsraum Anhalt-Wittenberg. Be.: Thomas Herget. Diplomarbeit. Otto-von-Guericke-Universität-Magdeburg 1996

Regionales Entwicklungskonzept Anhalt-Bitterfeld-Wittenberg. Institut für Strukturpolitik und Wirtschaftsförderung Halle-Leipzig, Pro Terra Team Dessau im Auftrag des Ministerium für Raumordnung, Landwirtschaft und Umwelt des Landes Sachsen-Anhalt, Landkreise Anhalt-Zerbst, Bernburg, Bitterfeld, Köthen, Wittenberg, Kreisfreie Stadt Dessau. Dessau-Halle 1997 (Entwurf)

Regionales Aktionsprogramm (RAP) Anhalt-Bitterfeld-Wittenberg. Institut für Strukturpolitik und Wirtschaftsförderung Halle-Leipzig, Pro Terra Team Dessau im Auftrag des Ministerium für Raumordnung, Landwirtschaft und Umwelt des Landes Sachsen-Anhalt, Landkreise Anhalt-Zerbst, Bernburg, Bitterfeld, Köthen, Wittenberg, Kreisfreie Stadt Dessau. Dessau-Halle 1997 (Entwurf)

Regionales Aktionsprogramm (RAP) Anhalt-Bitterfeld-Wittenberg. Institut für Strukturpolitik und Wirtschaftsförderung Halle-Leipzig, Pro Terra Team Dessau im Auftrag der Landkreise Anhalt-Zerbst, Bernburg, Bitterfeld, Köthen, Wittenberg, der Kreisfreien Stadt Dessau. Dessau-Halle 1997 (Entwurf)

Strategien und Projekte der Region Anhalt-Bitterfeld-Wittenberg (Überarbeiteter Entwurf des Regionales Aktionsprogrammes) (Institut für Strukturpolitik und Wirtschaftsförderung Halle-Leipzig, Pro Terra Team Dessau im Auftrag der Landkreise Anhalt-Zerbst, Bernburg, Bitterfeld, Köthen, Wittenberg, der Kreisfreien Stadt Dessau. Dessau-Halle) 1998

Dessau-Wörlitzer Gartenreich

Das Biosphärenreservat Mittlere Elbe - Steckby-Lödderitzer Forst und Dessau-Wörlitzer Kulturlandschaft. Institut für Landschaftsforschung und Naturschutz im Auftrag des Landesamtes für Umweltschutz Sachsen-Anhalt. Ltg.: Lutz Reichhoff. Magdeburg 1991 (Naturschutz im Land Sachsen-Anhalt 28.1991.1-2)

Wege und Orte im Dessau-Wörlitzer Gartenreich. Eine Untersuchung zur Entstehungsgeschichte und den Gestaltungsprinzipien einer bedeutenden Kulturlandschaft des ausgehenden 18. Jahrhunderts. Be.: Jost Albert. In: Die Gartenkunst 6.1994, 218-319 (= Diplomarbeit Universität Hannover 1993)

Die touristischen Entwicklungspotentiale im Dessau-Wörlitzer Gartenreich. Be.: Silke Görgens. Auszug aus einer an der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Universität Köln verfassten Diplomarbeit im Studienfach der Wirtschafts- und Sozialgeografie. Ms. Köln (1995)

Die Dessau-Wörlitzer Kulturlandschaft. Über die Zukunft eines Gesamtkunstwerkes. Be.: Christian Antz. In: Kultur-Report. Vierteljahreshefte der Mitteldeutschen Kulturrates 6/1996, 10-12

Agrarstrukturelle Vorplanung für das Gebiet "Dübener Heide - Wörlitzer Winkel". Architektur- und Ingenieurbüro Kalka und Partner Schlieben, Hortec Garten- und Landschaftsplanung Rehse im Auftrag des Landes Sachsen-Anhalt. Be.: Norbert Kalka, Peter Otto, Roswitha Müller, Gerd Walter, Thomas Krönert, Angelika Trauzettel. Schlieben 1996

Dessau-Wörlitzer Gartenreich. Hg.: Landesamt für Denkmalpflege Sachsen-Anhalt. Be.: Harald Kleinschmidt, Thomas Bufe. Halle 1997 (Denkmalverzeichnis Sachsen-Anhalt. Sonderband)

Das Dessau-Wörlitzer Gartenreich. Regionalpolitik für eine Kulturlandschaft. Be.: Christian Antz. In: Die Gartenkunst 10.1998, 268-274

Das Dessau-Wörlitzer Gartenreich - Teilraumkonzeption. Büro für Gartenkunst und Landschaftsplanung Horst Schumacher im Auftrag des Landkreises Anhalt-Zerbst. Berlin 1998

Das Dessau-Wörlitzer Gartenreich. Neue Strategien für eine Landschaft. Hg.: Forum Dessau-Wörlitzer Gartenreich. Vv.: Gerd Harms. Dessau 1998

Konzept für die mittelfristige Entwicklung der Kulturstiftung Dessau-Wörlitz. Hg.: Kulturstiftung Dessau-Wörlitz. (Dessau) 1998

Regional Management for the Dessau-Wörlitz Cultural Landscape. Be.: Christian Antz. In: Cultural Landscapes and Nature Conservation in Northern Eurasia. Hg.: Stepahn Dömke, Michael Succow. Bonn 1998, 95-102

Die historische Infrastruktur im Dessau-Wörlitzer Gartenreich. Hg.: Stadt Wörlitz, Kulturstiftung Dessau-Wörlitz. Be.: Angelika Trauzettel, Christa Ringkamp. 8 Bde. Rehsen-Wörlitz 1999

Das Dessau-Wörlitzer Gartenreich. Inventarisierung und Entwicklungspotentiale der historischen Infrastruktur. Hg.: Stadt Wörlitz, Kulturstiftung Dessau-Wörlitz. Be.: Angelika Trauzettel, Christa Ringkamp. Dessau 2000 (Kataloge und Schriften der Kulturstiftung Dessau-Wörlitz 7)

8.2.3.3 Halle-Saale-Unstrut

Entwicklungschancen von Fremdenverkehr und Naherholung im Gebiet der Tourismusregion Halle-Saale-Unstrut. Empfehlungen zu Struktur, Organisation und Umsetzung. Ergebnisbericht. Wirtschaftsberater Harald Pflüger im Auftrag des Regionalen Fremdenverkehrsverbandes Halle-Saale-Unstrut. Hildesheim 1993 (Lang- und Kurzfassung)

Regionales Entwicklungskonzept der Region Halle (REK Halle). Institut für Strukturpolitik und Wirtschaftsförderung Halle-Leipzig (isw). Halle-Leipzig 1998

Weinregion Saale-Unstrut

Marketingkonzept für die Saale-Unstrut Burgen- und Weinregion. Lang und Partner. Baden-Baden 1993

Naturpark Saale-Unstrut-Triasland im Kreis Nebra. Hg.: Förderverein Naturpark Saale-Unstrut-Triasland. Be.: Lutz Reichhoff. Nebra 1994

Konzeptstudie für einen ökologisch ausgerichteten Tourismus in Freyburg im Naturpark Saale-Unstrut-Triasland. Landschaftsplanung Reichhoff im Auftrag des Naturparks Saale-Unstrut-Triasland, Stadt Freyburg. Dessau 1996

Teilraumkonzept „Weinbauregion Saale-Unstrut“. Landgesellschaft Sachsen-Anhalt. Be.: Reiner Otto, Christian Antz. Halle-Magdeburg 1997 (Lang- und Kurzfassung)

Touristische Produktfibel Sachsen-Anhalt. Zum Landesthema 1998 "1000 Jahre Wein an Saale-Unstrut – Sachsen-Anhalt probieren". Ideen, Tipps, Praxishilfen für Gastronomie und

Beherbergung, Tourismusorte und Gebiete. GH Tourismusberatung Gerhardt Hepp Bad Herrenalb im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft, Technologie und Europaangelegenheiten Sachsen-Anhalt. Be.: Gerhard Hepp. Magdeburg (1997)

Tourismusleitbild Mitteldeutsches Burgenland. Be.: Reppel und Partner Internationales Institut für Tourismus- und Kurorteberatung. Im Auftrag der Landkreise Burgenlandkreis und Weißenfels. Herrenalb 1998

Regionales Entwicklungskonzept Bad Bibra, Bad Kösen und Bad Sulza. ABRAXAS Büro für kreative Leistungen im Auftrag des Ministeriums für Raumordnung und Umwelt des Landes Sachsen-Anhalt und des Ministeriums für Wirtschaft und Infrastruktur des Freistaates Thüringen. Weimar 1999

8.2.3.4 Harz

Touristisches Strukturgutachten für den Ostharz. Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr an der Universität München (DWIF) im Auftrag des Harzer Verkehrsverbandes. Be.: Joachim Maschke, Manfred Zeiner, Bernhard Harrer, Jeanette de Pauli. München 1992 (Lang- und Kurzfassung)

Nationalparkplanung Harz. Bestandsaufnahme, Tourismus, Wirtschaft, Verkehr. Niedersächsisches Ministerium für Wirtschaft, Technologie und Verkehr. Hannover 1992

Die Akzeptanz des zukünftigen Nationalparks Harz bei den Touristen. Be.: Christian Koneiecki. Dipl. Institut für Geographie der Universität Göttingen. Goslar 1992

Standortbewertung und Wirtschaftlichkeitsuntersuchung zum Vorhaben "Skiabfahrtshang auf dem Großen Winterberg (Nationalpark Hochharz), Gemeinde Schierke am Brocken". Europäisches Tourismus Institut an der Universität Trier im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft, Technologie und Verkehr des Landes Sachsen-Anhalt. Be.: Hubert Job, Martin Koch. Trier 1992

Der Harz - Marketingkonzept. Harzer Verkehrsverband. Goslar (1993)

Ansätze für die Herausbildung einer gemeinsamen Wirtschafts- und Fremdenverkehrsregion Harz. Institut für Sozialökonomische Strukturanalysen Berlin (SÖSTRA) im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft. Be.: Udo

Papies, Norbert Lehmann, Peter Schreiber. Berlin 1993 (Lang- und Kurzfassung)

Tourismuskonzept für das Seegebiet Mansfelder Land. Institut für Strukturpolitik und Wirtschaftsförderung Halle-Leipzig im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft, Technologie und Europaangelegenheiten des Landes Sachsen-Anhalt. Be.: Rainer Lüdigg, Gudrun Conrad, Tillmann Scholbach, Iris Erfurth, Christian Antz. Halle 1996 (Gesamtplanerisches Entwicklungskonzept mit Maßnahmenplan zur Wiederentstehung des Salzigen Sees)

Tourismusleitbild Ostharz. Im Rahmen des Projektes "Entwicklung eines umweltfreundlichen Tourismus im Ostharz. Von den Konzepten zur modellhaften Umsetzung". Tourismus- und Regionalberatung Ostharz, Regionalforum im Auftrag der Deutschen Bundesstiftung Umwelt. (Stolberg) 1996

Entwicklung eines umweltfreundlichen Tourismus im Ostharz. Von den Konzepten zur modellhaften Umsetzung. 2 Bde. (1. Abschlussbericht 1995-1997, 2. Regionaler Wirtschaftskreislauf „Produkte aus der Region für die Region“ im Rahmen der Umsetzung des touristischen Leitbildes Ostharz. Ergebnisbericht). Harzer Förderkreis im Auftrag der Deutschen Bundesstiftung Umwelt. Stolberg 1997

Entwicklungskonzeption für die Kulturregion Harz (LSA). WIBERA Wirtschaftsberatung im Auftrag des Ministerium für Raumordnung, Landwirtschaft und Umwelt des Landes Sachsen-Anhalt. Düsseldorf 1997 (Lang- und Kurzfassung)

Der Harz – Wirtschaftsfaktor Tourismus. Institut für Freizeit- und Tourismusberatung Köln (ift) im Auftrag des Harzer Verkehrsverbandes. Goslar 1998

Regionales Entwicklungskonzept Harz (LSA). Institut für Sozialökonomische Strukturanalysen Berlin (SÖSTRA) im Auftrag des Regionalverbands Harz. Quedlinburg 1997 (Entwurf)

Regionales Entwicklungskonzept Harz (LSA) - Kurzfassung 1997/ Regionales Aktionsprogramm Harz - Kurzfassung 1998. Hg.: Regionalverband Harz. Quedlinburg (1999)

Historische Bergbau- und Hüttenregion Harz

Historische Bergbauregion Harz. Denkmalpflegerisch-museales Rahmenkonzept. Be.: Reinhard Roseneck, Wilhelm Marbach. Braunschweig-Clausthal-Zellerfeld 1993

Harzer Bergbau/Kupferschieferbergbau. Denkmalpflegerisches Rahmenkonzept. Landesamt für Denkmalpflege, Referat Industriedenkmalpflege im Auftrag des Kultusministeriums des Landes Sachsen-Anhalt. Be.: R. Philipp, K. Tille. Halle 1996 (Historische Bergbauregionen in Sachsen-Anhalt)

8.2.3.5 Magdeburg-Elbe-Börde-Heide

Touristisches Strukturgutachten für die Region Elbe-Börde-Heide. Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr an der Universität München DWIF) im Auftrag des Magdeburger Tourismusverbandes Elbe-Börde-Heide. Be.: Manfred Zeiner, Bernhard Harrer, Ulla Dorendorf-Gietl, Christine Wiedemann. München 1993

Regionales Entwicklungskonzept für den Raum der Ständigen Regionalkonferenz Magdeburg (RKM). Be.: Michael Göbel, Bodo Middeldorf. Prognos Berlin. Berlin 1996

8.2.4 Schwerpunktthemen des Tourismus in Sachsen-Anhalt

8.2.4.1 Straße der Romanik in Sachsen-Anhalt

Straße der Romanik. Entdeckungsreise in das deutsche Mittelalter. Be.: Christian Antz. In: Antz, Christian - Becker, Christoph u.a.: Touristische Straßen. Beispiele und Bewertung. Bayreuth 1994 (Arbeitsmaterialien zur Raumordnung und Raumplanung 137), 75-90

Das Tourismuskonzept „Straße der Romanik“ in Sachsen-Anhalt. Potentiale und Entwicklungsmöglichkeiten. Be.: Jürgen Reschke. Dipl. Arbeit. Hannover 1995

Die Straße der Romanik durch Sachsen-Anhalt. Entdeckungsreise in das deutsche Mittelalter mit postmodernem Tourismuskonzept. Be.: Christian Antz. In: Standort. Zeitschrift für Angewandte Geographie 20.1996.4, 11-15

Themenstraßen am Beispiel der „Straße der Romanik“. Be.: Peter Becker. In: Dreyer, Axel (Hg.): Kulturtourismus. München-Wien 1996, 137-150 (Lehr- und Handbücher zu Tourismus, Verkehr und Freizeit)

8.2.4.2 Sachsen-Anhalt - Luther's Land

Konzeption für den Aufbau eines europäischen Tourismusverbundes „Straße der Reformation“. Hg.: Landratsamt Eisleben. Eisleben o.J.

Marketingkonzept für den Aufbau eines europäischen Tourismusverbundes "Stätten der Reformation". Be.: Pbs München. Eisleben 1994

Gutachten ("Luther in Sachsen-Anhalt") zu kulturellen Ressourcen an ausgewählten Standorten im Süden und Südwesten Sachsen-Anhalts und zu den Voraussetzungen für ein Konzept "Gustav-Adolf-Route". Hg.: Luther in Sachsen-Anhalt GmbH (LuiSA). Be.: Werner Hartung, Reinald Wegner. Hannover 1996

Luthers Bild in Luther's Land. Eine Fragebogenerhebung bei Schülerinnen und Schülern in Sachsen-Anhalt. Luther in Sachsen-Anhalt GmbH (LuiSA). Magdeburg 1998

Konzeption für die Entwicklung der Stiftung Luthergedenkstätten in Sachsen-Anhalt bis 2002. Hg.: Stiftung Luthergedenkstätten. (Wittenberg-Eisleben) 1998

8.2.4.3 Blaues Band in Sachsen-Anhalt

Das Blaue Band durch Sachsen-Anhalt. Bestandserfassung wassertouristischer Einrichtungen. Projektgruppe Wassersport an der Fachhochschule Anhalt im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft und Technologie. Be.: Heiner Haass, M. G. Beyersdorfer, Christiane Fischer, Birgit Hechler, Rainer Stoffers. Bernburg 1997

Analyse und Darstellung von Entwicklungspotentialen für den Wassertourismus in Sachsen-Anhalt. Heiner Haass Stadtplaner SRL-Sportplaner im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft, Technologie und Europaangelegen-

heiten des Landes Sachsen-Anhalt. Bernburg 1997

Blaues Band. Endbericht. ARCADIS Asal Kaiserslautern, Fachhochschule Anhalt Bernburg im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft, Technologie und Europaangelegenheiten. Be.: Gerd Mayer, Heiner Haass. 2 Bde. Magdeburg 1998 (Lang- und Kurzfassung)

Das Blaue Band in Sachsen-Anhalt. Chancen für den Wassertourismus in Mitteldeutschland. Be.: Christian Antz. Hg.: Deutsches Seminar für Fremdenverkehr (DSF). Berlin 1999

Blaues Band Elbe/ Labe - Modry Pas Labe/ Elbe

Das Biosphärenreservat Mittlere Elbe - Steckby-Lödderitzer Forst und Dessau-Wörlitzer Kulturlandschaft. Institut für Landschaftsforschung und Naturschutz im Auftrag des Landesamtes für Umweltschutz Sachsen-Anhalt. Ltg.: Lutz Reichhoff. Magdeburg 1991 (Naturschutz im Land Sachsen-Anhalt 28.1991.1-2)

Die Elbe. Ein Führer zu Geschichte, Natur und Freizeit (Blaues Band durch Sachsen-Anhalt). 2 Bde. (Nördlicher/ Südlicher Teil). Be.: QSG Genthin, Arbeitsgemeinschaft Blaues Band. Genthin 1998

Interreg IIc Transnationale touristische Entwicklung der Elbe als nachhaltiger Bestandteil von Raumordnung und Wirtschaft (River Elbe Tourism Development). Abschlussbericht Projektphase 1. Be.: Arcadis, Corporate Consult. Magdeburg 1999

8.3 Adressenverzeichnis

| | |
|--|---|
| ADAC Niedersachsen Sachsen-Anhalt Vorstand ADAC & Touristik Lübecker Straße 17 30880 Laatzen | Tel.: 05102 / 90 0 Fax: 05102 / 90 269 |
| ADFC-Landesverband Sachsen-Anhalt e.V. Harsdorfer Str. 49 39110 Magdeburg | Tel.: 0391 / 73 16 64 5 Fax: 0391 / 73 16 64 5 E-Mail: adfc.sa.anh.mag@t-online.de |
| Bäderverband Sachsen-Anhalt e.V. Badepark 1 39128 Schönebeck | Tel.: 03928 / 705 55 0 Fax: 03928 / 705 55 2 |
| Biosphärenreservatsverwaltung Mittlere Elbe Kapenmühle 9 PSF 1 382 06813 Dessau | Tel.: 0340 / 216 21 57 Fax: 0340 / 216 23 69 |
| Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft Am Weidendamm 1 A 10117 Berlin | Tel.: 030 / 72 62 54 0 Fax: 030 / 72 62 54 44 E-Mail: info@btw.de Internet: www.btw.de |
| DEHOGA Landesverband Sachsen-Anhalt e.V. Brandenburger Str. 6 39104 Magdeburg | Tel.: 0391 / 56 17 19 3 Fax: 0391 / 56 17 19 4 |
| Deutscher Tourismusverband Bertha-von-Suttner-Platz 13 53111 Bonn | Tel.: 0228 / 9 85 22 0 Fax: 0228 / 69 87 22 E-Mail: dtv-bonn@t-online.de Internet: www.DeutscherTourismusverband.de |
| Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. Beethovenstraße 69 60325 Frankfurt/Main | Tel.: 069 / 97 464 0 Fax: 069 / 74 85 10 |
| DJH Landesverband Sachsen-Anhalt e.V. Bleckenburgstr. 12 39104 Magdeburg | Tel.: 0391 / 40 19 63 5 Fax: 0391 / 40 19 63 8 |
| EXPO 2000 Sachsen-Anhalt GmbH Schloßplatz 3a 06844 Dessau | Tel.: 0340 / 26 08 6 0 Fax: 0340 / 26 08 69 8 E-Mail: info@expo2000-Sachsen-Anhalt.de Internet: www.expo2000-sachsen-anhalt.de |
| Fremdenverkehrsverband Altmark e.V. Marktstr. 13 39590 Tangermünde | Tel.: 039322 / 43 232 Fax: 039322 / 43 233 E-Mail: FVV_Altmark@tasa.de |
| Fremdenverkehrsverband Anhalt-Wittenberg e.V. Albrechtstr. 48 06844 Dessau | Tel.: 0340 / 22 00 04 4 Fax: 0340 / 20 03 20 8 E-Mail: FVV_Anh_Wittenberg@tasa.de |
| Harzer Förderkreis Neustadt 2 06547 Stolberg | Tel.: 039483 / 95 771 Fax: 039483 / 95772 |

| | |
|---|--|
| Harzer Verkehrsverband e.V. Marktstr. 45 38640 Goslar | Tel.: 05321 / 34 04 0 Fax: 05321 / 34 04 66 E-Mail: harzer.verkehrsverband@t-online.de Internet: www.harzinfo.de |
| Kulturstiftung Dessau-Wörlitz Schloß Großkühnau 06846 Dessau | Tel. 0340 / 64615-0 Fax 0340 / 64615-10 E-Mail KsDW-@t-online.de Internet: home.t-online.de/home/ksdw- |
| Kultusministerium Sachsen-Anhalt Turmschanzenstr. 32 39114 Magdeburg | Tel.: 0391 / 567 01, -36 38 Fax: 0391 / 567 37 75 E-Mail: poststelle@mk.lsa-net.de |
| Landesarbeitsgemeinschaft für Urlaub und Freizeit auf dem Lande in Sachsen-Anhalt e.V. Goethestraße 56 39108 Magdeburg | Tel.: 0391 / 73 30 03 3 Fax: 0391 / 73 30 03 4 |
| Landesförderinstitut Sachsen-Anhalt Harnackstr. 3 39104 Magdeburg | Tel.: 0391 / 589 – 17 45 Fax: 0391 / 589 – 17 54 E-Mail: info@lfi-lsa.de |
| Landesmarketing Sachsen-Anhalt GmbH Kantstraße 4-5 39104 Magdeburg | Tel.: 0391 / 567 7080 Fax: 0391 / 567 7081 E-Mail: lmg@lmg-sachsen-anhalt.de |
| Magdeburger Tourismusverband Elbe-Börde-Heide e.V. Gerhart-Hauptmann-Str. 34 39108 Magdeburg | Tel.: 0391 / 73 87 90 Fax: 0391 / 73 87 91 E-Mail: TV_Elbe_Boerde_Heide@tasa.de |
| Ministerium für Arbeit, Frauen, Gesundheit und Soziales Sachsen-Anhalt Seepark 5 39116 Magdeburg | Tel.: 0391-567-01 Fax: 0391/567-4621 E-Mail: poststelle@ms.lsa-net.de |
| Ministerium für Raumordnung, Landwirtschaft und Umwelt Sachsen-Anhalt Olvenstedter Straße 4 39108 Magdeburg | Tel.: 0391 / 567 01, -19 51 Fax: 0391 / 567 19 64 E-Mail: poststelle@mu.lsa-net.de |
| Ministerium für Wirtschaft und Technologie Sachsen-Anhalt Wilhelm-Höpfner-Ring 4 39116 Magdeburg | Tel.: 0391 / 567 01, -43 22 Fax: 0391 / 567 44 43 E-Mail: poststelle@mw.lsa-net.de |
| Museumsverband Sachsen-Anhalt e.V. Käthe-Kollwitz-Straße 11 06406 Bernburg | Tel.: 03417 / 62 81 16 Fax: 03417 / 62 81 16 |
| Nationalparkverwaltung Hochharz Lindenallee 35 38855 Wernigerode | Tel.: 03943 / 5 50 20 Fax: 03943 / 5 50 237 |
| Naturpark Saale-Unstrut-Triasland Naturpark-Hauptsitz Nebra Unter der Altenburg 1 06642 Nebra | Tel.: 034461 / 22 02 6 Fax: 034461 / 22 08 6 E-Mail: info@naturpark-saale-unstrut.de Internet: www.naturpark-saale-unstrut.de |

| | |
|--|---|
| Naturparkverwaltung Drömling Bahnhofstr. 32 39646 Oebisfelde | Tel.: 039002 / 85 00 Fax: 039002 / 85 02 4 |
| Regierungspräsidium Dessau Wolfgangstraße 25 06844 Dessau | Tel.: 0340 / 6506 555 Fax: 0340 / 6506 450 |
| Regierungspräsidium Halle Willy-Lohmann-Straße 07 06104 Halle | Tel.: 0345 / 514 1532 Fax: 0345 / 514 1115 |
| Regierungspräsidium Magdeburg Olvenstedter Straße 1-2 39108 Magdeburg | Tel.: 0391 / 567 2328 Fax: 0391 / 567 2113 |
| Regionalverband Harz Hohe Straße 06 06484 Quedlinburg | Tel.: 03946 / 9641 0 Fax: 03946 / 9641 42 |
| Regionaler Fremdenverkehrsverband Halle-Saale-Unstrut e.V. Domstr. 10 06217 Merseburg | Tel.: 03461 / 20 09 47 Fax: 03461 / 20 09 48 E-Mail: FVV_Halle_Saale_Unstrut@tasa.de |
| Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt Merseburger Str. 2 06112 Halle (Saale) | Tel.: 0345 / 23 18 – 0 Fax: 0345 / 23 18 – 913 E-Mail: pressestelle@stala.mi.lsa-net.de |
| Stiftung Luthergedenkstätten in Sachsen-Anhalt PF 19 06871 Lutherstadt Wittenberg | Tel.: 03491 / 42 0313 E-Mail: lutherhalle@martinluther.de Internet: www.martinluther.de |
| Verband der Campingplatzbetreiber Sachsen-Anhalt e.V. Jerichower Str. 28/30 39114 Magdeburg | Tel.: 0170 / 96 44 321 Fax: 0391 / 56390100 E-Mail: Peter-Ahrens@t-online.de Internet: www.tasa.de/camping/1st.htm |
| Weinbauverband Saale-Unstrut Straße der Einheit 23 06632 Gleina | Tel.: 034464 / 2 61 10 Fax: 034464 / 2 94 16 |

8.4 Ortsverzeichnis

Ahlum 36,65
Aken 34,65,70,103
Allrode 72
Allstedt 61,90,95
Altenbrak 72
Altenplathow 90
Amsdorf 35
Annarode 35
Apenburg 65
Arendsee 33,36f,39,49,58,65,71,75ff,
90,99,103
Arneburg 69,103
Arnim 37
Aschersleben 36,70
Ateritz 34
Bad Bibra 35,41,65,72
Bad Döben 34,61,70
Bad Dürrenberg 41,70,72,103
Bad Kösen 19,41,65,70f,75,87,90f,103
Bad Lauchstädt 41
Bad Salzelmen 71,75f
Bad Schmiedeberg 34,61,65,69,70f,75f
Bad Suderode 71,73ff
Ballenstedt 36,90,97
Barby 70,103
Bebertal 90
Belzig 61
Benneckenstein 72
Bergwitz 34,61,65,99,103
Bernburg 19,34,49,53,62,69f,90,103
Bertingen 65
Beyernaumburg 35
Biendorf 34
Bitterfeld 34,40,55,61
Bittkau 65,103
Blankenburg 53,69,71,75f,90
Bleicherode 56
Breitenhagen 103
Brücken 35
Brunkau 37
Buna 55
Burg 61,69,90,103
Burgliebenau 35
Colbitz 65,69
Coswig 77,100,103
Dähre 37,65
Dalchau 37
Dankerode 72
Dannefeld 36
Dannigkow 36,65
Darlingerode 72
Dedeleben 90
Dessau 19,33f,40,42ff,48,52,54f,59,61,
65,70,76,78,81ff,97,101ff
Diesdorf 36f,39,90
Dingelstedt 91
Dobberkau 37
Drübeck 90
Eckartsberga 19,35,41,61,90
Edderitz 34
Eisenhammer 61
Eisleben 41,52,94,ff
Elbingerode 56,65,72
Elend 72,81
Elsnigk 34
Elster 34,70,103
Engersen 90
Ermsleben 90,92
Flechtingen 36,71,75
Förderstedt 37
Freyburg 35,41,53,61,70,72,86f,90ff,102
Friedrichsbrunn 72
Frose 90
Gartow 37
Genthin 61,90,103
Gernrode 49,56,f,65,70,72,77,90,94
Gladitz 35
Glinde 103
Gommern 19,36,69,92
Gorenzen 19
Goseck 49
Gräfenhainichen 55f
Grassau 37
Griebo 65
Gröbzig 34
Groß Ammensleben 90
Großpaschleben 34
Güntersberge 72
Güssow 36
Hadmersleben 49,90,92
Haidberg 36
Halberstadt 49,53,65,70,76,90ff,94
Haldensleben 19,103
Halle 15,19ff,30ff,35,40ff,45,49,53ff,
61f,65,70,76,78,87,90,92,95,97,99,101ff
Hamersleben 49,90
Harzgerode 56,72f
Hassel 37,65
Hasselfelde 72,77
Havelberg 36,39,49,53,72,90f,93,100,102
Hecklingen 90
Hettstedt 35,56
Hillersleben 90
Hohenerxleben 34,36
Hundisburg 90
Huysburg 70,90f
Ilseburg 44,49,56,69f,72,90
Jerichow 36,49,69,90ff,102
Jersleben 65
Jessen 34
Jüterborg 61
Kabelwiese 36
Kahnstieg 36
Kalbe 37,39,58,69

Kamern 65,72,77
 Kehnert 37
 Kelbra 35,41,70,99,103
 Kloschwitz 65,72
 Klostergröningen 90
 Klostermansfeld 90,92
 Klötze 37,39,69,72
 Königshütte 72
 Köthen 34,49,53,70,97
 Kretzschau 19,35,65
 Küchenhorn 36
 Läderburg 77
 Landsberg 37,90
 Langenweddingen 36
 Laucha 35,41,65,87,103
 Leitzkau 49,90
 Leuna 55
 Loburg 90
 Lubast 34,61,69
 Luckenau 35
 Lüdelsen 36
 Lützen 41,70
 Lutherstadt Eisleben, siehe Eisleben
 Lutherstadt Wittenberg, siehe Wittenberg
 Magdeburg 15,19ff,30f,34,36f,39,42,45,49,
 53f,58ff,65,69f,76,78f,89f,92f,94ff,97,99ff
 Mägdesprung 56
 Mansfeld 41,56,70,94ff
 Meisdorf 19,72,92
 Melkow 90,92
 Memleben 35,49,70,86,90,93f
 Meura 69
 Merseburg 35,41,49,53,70,90,92ff,99,103
 Micheln 34
 Möhlau 65
 Mühlenholz 36
 Naumburg 19,35,41,49,53,65,70,76,87,90f,
 93,95,100,102
 Nebra 19,35,41,70,87,103
 Neudorf 72
 Neuenstall 36
 Neugattersleben 34,36
 Niederndodeleben 36
 Niegripp 65,103
 Nienburg 34,90,103
 Nitzow 36
 Oranienbaum 34,81f
 Oschersleben 37,45
 Osterburg 39,97
 Osternienburg 34
 Osterwieck 53,90
 Packebusch 65
 Pansfelde 90
 Parchau 36,65
 Parey 36,103
 Paschwitz 61
 Petersberg 35,90
 Pirkau 35,41
 Plötzky 36,65,92
 Pratau 61
 Prensendorf 34
 Pretzien 36,65,90
 Pretzsch 103
 Preußnitz 34
 Profen 41
 Quedlinburg 36,48f,51f,69f,72,90ff,97
 Querfurt 35,41,61,70,87,90f
 Radis 19,34,61
 Redekin 90
 Rogätz 103
 Rohrberg 90
 Roßbach 35,65
 Rosslau 34,61,70,102f
 Salzwedel 36,39,53,90
 Sandau 90
 Sangershausen 35,41,70
 Schierke 19,58,69,72
 Schlaitz 65
 Schnega 37
 Schollene 72
 Schönebeck 36f,75f,103
 Schönfeld 36,65
 Schönhausen 90
 Schulpforte 90
 Schwenda 72
 Seehausen 90
 Sorge 72
 Staffelde 37
 Staßfurt 56,70,76
 Stecklenberg 72
 Stendal 36f,49,53
 Stiege 65,72
 Stolberg 35,41,44,53,56,66,72,76
 Straßberg 56
 Tangermünde 39,53
 Tanne 72
 Teutschenthal 41
 Thale 19,56
 Tilleda 35,90,94
 Trautenstein 72
 Trebbichau 34
 Treseburg 72
 Ufrungen 70
 Uthausen 65
 Vockerode 34,82
 Walbeck 90,94
 Waldau 90
 Wartberg 36
 Wefensleben 36
 Weißenfels 53,61,70,86f,97,101f
 Wellaune 61
 Werben 39,65,103
 Wernigerode 19,51,53,56f,69f,72,92
 Westerburg 70,90
 Wettelrode 56
 Wettin 41,103
 Wiehe 87
 Wiepke 90,92
 Wiesenburg 61
 Wippra 41,72

Wischer 37,39,65,77

Wittenberg 15,19,21,30,32,34,40,52,55,
60f,65,69f,76,78,82,94ff,101ff

Wittingen 37

Wolfen 55

Wolmirsleben 65

Wörlitz 33f,40,43f,52,54,59,65,68ff,
72,78,81ff

Wulfen 34

Wust 90,92

Zabakuck 36,65

Zahna 34

Zeit 35,41,49,55f,70,86f,90,93ff

Zerbst 34,61,95,97

Zichtau 36,39

8.5 Stichwortverzeichnis

- ADAC 31
ADFC 31,69
All inclusive 45
Ankünfte 14ff,21,66,79, 87,100
Arbeitsplätze 7,13,14,84,92
Aufenthaltsdauer 21,80,83,87
Ausflüge, siehe Tagestourismus
Ausgaben 14,84,100
Ausländerübernachtungen 12,20f
Auslastung 18,19,21,87
Badegewässer 77
Bädertourismus 18,71f
Bäderverband 31
Bahn, siehe Harzer Schmalspurbahnen
Barrierefreier Tourismus 77
Beherbergungsbetriebe 16ff,87
Behindertentourismus, siehe barrierefreier Tourismus
Bergbau 56
Beschäftigung 7,13,14,84,92
Bettenangebot, siehe Gästebetten
Bettenauslastung 18,19,21,87
Biosphärenreservat 59
Blaues Band (siehe auch Wassertourismus) 98ff
Bruttoinlandsprodukt 7,13
BTW 28
Bundesgartenschau 53f
Burgen und Schlösser 49,82,87
Campingtourismus 31,65f
Cluburlaub 45
DEHOGA 28,31
Destinationen 78
DHV 28
DRV 28
DTV 27
DZT 27
Eisenbahn, siehe Harzer Schmalspurbahnen
Entwicklungstrends 11f,45f, 103
Erholungsorte 71f
Erlebnisbäder 75ff
Events 45,97
EXPO-Korrespondenzregion 55
Familiientourismus 64,80
Förderung, siehe Tourismusförderung
Gärten und Parks 49,53,81f
Gästekünfte 14ff,21,66,79, 87,100
Gästebetten 10,21,87
Gemeinschaftsaufgabe (GA) 42ff,75
Geschäftsfelder 45ff,79f
Geschäftsreisen 8
Gesundheitstourismus 18,71ff
Grauer Beherbergungsmarkt, siehe Verwandtenbesuche
Harzer Schmalspurbahnen 56f
Heilbäder 71
IHK 31
Industrietourismus 55f
Innenmarketing 88ff
Jugendherbergen 19
Klöster 49
Kulturtourismus 46ff,81f,89ff
Kundengruppen 48,64,75,79,81f,85,98
Kurorte 71,73f
Kurtourismus 18,71ff
Landesentwicklungsprogramm 32ff
Landesmarketinggesellschaft 29
Landtourismus 62ff
LMG 29
Luther's Land 94ff
Museum 48ff
Musikland
Nationalpark 58
Naturparke 60ff
Naturtourismus 57ff,79ff,81f,83f
Netzwerke 86,101
OECD 24
Otto der Große 93
Parks, siehe Gärten
Pauschalreisen 8
Radtourismus 31,67ff,79
Radwanderwege 70
Regionales Entwicklungskonzept 39ff
Regionales Entwicklungsprogramm 32, 34ff
Regionalisierung 37
Regionalverbände 30
Reisemotive 47
Reittourismus 65,80
Schlösser, siehe Burgen
Schutzgebiete 57ff
Schwerpunktt Themen (siehe auch)
Thementourismus 88ff
Spaßbäder, siehe Erlebnisbäder
Sporttourismus 57,65ff,79,98ff
Städtetourismus 45,46,51ff,80,95ff
Straße der Romanik 46,48,89ff
Tagestourismus 8,21,45,84
Thementourismus 46,85,86,88ff
Thermen, siehe Erlebnisbäder
TIRS 30
Tourismusförderung 13,31,42ff,75
Tourismus-Informationsstellen 85
Tourismusintensität 11
Tourismusk Märkte (siehe auch Geschäftsfelder) 12
Tourismusorganisationen 23ff
Tourismusregionen 78ff
Trends 11f,45f, 103
Übernachtungen (siehe auch Ausländerübernachtungen) 10, 14ff,21,66,71,79,83
UNESCO 24,48,52
UNO 24
Urlaub auf dem Bauernhof, siehe Landtourismus
Urlaubsreisen 9
Veranstaltungen 45,97
Verbände 23ff
Verwandtenbesuche 20

Wandertourismus 57,65f
Wassertourismus 71 ff,98ff
Weintourismus 86
Weltkulturerbe 48,52

Wertschöpfung 9,85
Wirtschaftsförderung, siehe Tourismusförderung
WTO 24
Zielgruppen, siehe Kundengruppen

Notizen

Notizen

Notizen

Impressum

- Herausgeber: Ministerium für Wirtschaft und Technologie
des Landes Sachsen-Anhalt, Referat Tourismuspolitik
Hochschule Harz, Studiengang Tourismuswirtschaft
- Autoren: Christian Antz, Referatsleiter Tourismuspolitik,
Ministerium für Wirtschaft und Technologie des Landes Sachsen-Anhalt, Magdeburg
Axel Dreyer, Professor für Tourismuswirtschaft an der Hochschule Harz, Wernigerode
- Mitarbeit: Corinna Flentge, Grid Hollmann, Birke Schreiber, Elke Zawatzki
- Umschlagfoto: Burg Giebichenstein, Halle
- Bildnachweis: Tourismusverband Sachsen-Anhalt
- Stand: 31.12.1999
- Gesamtherstellung: Grafisches Centrum Cuno, Calbe
- ISBN: 3-9806327-7-6
- Verlegt durch: GCC, Gewerbering West 27, 39240 Calbe

Diese Broschüre darf nicht zur Wahlwerbung in Wahlkämpfen verwendet werden.



SACHSEN
ANHALT

Ministerium für Wirtschaft und Technologie
des Landes Sachsen-Anhalt

ISBN 3-9806327-7-6

