



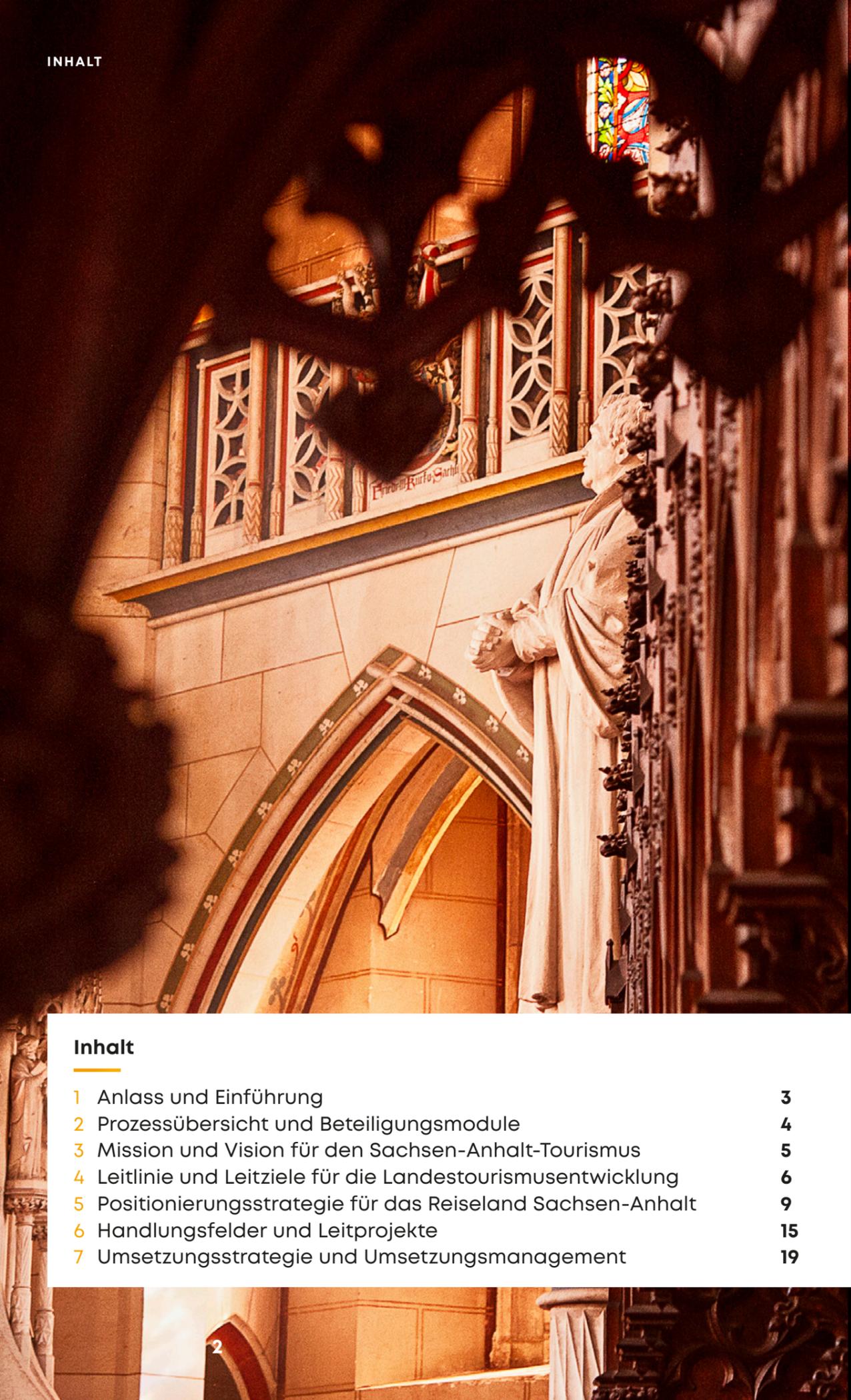
SACHSEN-ANHALT

Ministerium für Wirtschaft,
Wissenschaft und Digitalisierung

Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027



KURZFASSUNG



Inhalt

1 Anlass und Einführung	3
2 Prozessübersicht und Beteiligungsmodule	4
3 Mission und Vision für den Sachsen-Anhalt-Tourismus	5
4 Leitlinie und Leitziele für die Landestourismusentwicklung	6
5 Positionierungsstrategie für das Reiseland Sachsen-Anhalt	9
6 Handlungsfelder und Leitprojekte	15
7 Umsetzungsstrategie und Umsetzungsmanagement	19



Liebe Leserinnen und Leser,

Urlaub in Sachsen-Anhalt liegt voll im Trend. Die Zahl der Übernachtungen steigt kontinuierlich und hat 2019 den neuen Rekordwert von mehr als 8,6 Millionen erreicht. Mit einem Plus von jährlich 3,1 Prozent seit 2015 haben wir auch im Vergleich der mitteldeutschen Länder die Nase deutlich vorn. Auch wenn gerade der Tourismus durch die Corona-Pandemie und deren Eindämmung im Jahr 2020 stark gelitten hat, werden die Besucherzahlen zumindest auf mittlere Sicht weiter steigen. Gerade Sachsen-Anhalt wird davon profitieren, dass die Deutschen stärker im Inland auf Entdeckungstour gehen. Denn unser Bundesland verbindet wie kaum ein anderes Reiseziel in Deutschland Kulturdichte mit Naturweite sowie Erlebnis mit Erholung.

Dass in den vergangenen Jahren immer mehr Gäste Sachsen-Anhalt besuchen, hat auch mit den richtigen Weichenstellungen im 2020 auslaufenden „Masterplan Tourismus“ zu tun. Umso wichtiger ist es, dass wir uns auf der erfreulichen Entwicklung nicht ausruhen, sondern mit der Neuauflage des Masterplans erneut kräftige Impulse für das Reiseland Sachsen-Anhalt setzen. Mit dieser Kurzfassung geben wir einen Überblick über die erfolgreiche Weiterentwicklung des Tourismus zwischen Arendsee und Zeitz bis ins Jahr 2027. Für weitere Informationen steht Ihnen auch die Langfassung unter www.mw.sachsen-anhalt.de zur Verfügung.

Dabei rücken wir die Gäste und deren Bedürfnisse noch konsequenter in den Mittelpunkt. Unser Anspruch:

Tourismusangebote und -werbung künftig stärker aus Kundensicht denken. Dafür wird auch das Marketing umgestellt – weg vom Bauchladenprinzip hin zu mehr Fokussierung auf absolute Highlights. Indem wir unsere Zugpferde wie Himmelsscheibe, Bauhaus oder Elberadweg noch deutlicher ins Schaufenster stellen, wollen wir mehr Lust auf Sachsen-Anhalt machen und unser Image stärken: als modernes Kulturreiseland mit hoher Servicequalität im Herzen Deutschlands. Weitere Ziele im Masterplan: mehr Nachhaltigkeit und Digitalisierung, höhere Wertschöpfung und attraktivere Arbeitsplätze sowie effektivere Tourismusstrukturen. Mit diesem Rückenwind wollen wir bis 2027 die Schallmauer von elf Millionen Übernachtungen durchbrechen.

Mein Dank gilt allen Beteiligten, die mit der Erarbeitung des neuen Masterplans dazu beitragen wollen, die Erfolgsgeschichte des Sachsen-Anhalt-Tourismus auch in den nächsten Jahren fortzuschreiben. Die Strategie, die als „living paper“ natürlich nicht in Stein gemeißelt ist, muss nun mit voller Kraft von den Akteuren im Land mit Leben erfüllt werden. Hier sind Tourismusverbände und die Landesregierung ebenso gefragt wie Kommunen, gewerbliche Kammern, Vereine und Hochschulen. Lassen Sie uns gemeinsam daran arbeiten, Sachsen-Anhalt als Reiseland noch attraktiver zu machen.

Ihr

Prof. Dr. Armin Willingmann
Minister für Wirtschaft, Wissenschaft und Digitalisierung des Landes Sachsen-Anhalt

Anlass und Einführung

Der Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt stellt den strategischen Rahmen des Landes zur Stärkung der Tourismuswirtschaft sowie zur Positionierung des Landes und seiner Destinationen am Tourismusmarkt dar.

Er formuliert die Vision und Leitziele für das Reiseland Sachsen-Anhalt, definiert die strategische Positionierung und benennt Handlungsfelder sowie Leitprojekte. Als gemeinsame Landesstrategie forciert der Masterplan Tourismus ein gemeinsames Wirken der gesamten Tourismuswirtschaft und die Weiterentwicklung der touristischen Strukturen auf lokaler, regionaler und Landesebene. Der Masterplan Tourismus ist in erster Linie ein wirtschaftspolitisches Instrument, das aufgrund der vielfältigen Bezüge zu anderen Fachgebieten weitere Politikfelder berührt und fachübergreifende Abstimmungen erfordert. Er ist als „lebendiges“ Strategiepapier zu verstehen, welches fortlaufend weiterentwickelt sowie den sich ändernden Gegebenheiten angepasst wird, wofür der Masterplan die passenden Prozessinstrumente besitzt.

Der bisher gültige Masterplan Tourismus 2020 mit seinen Zielen, Handlungsfeldern und Maßnahmen wird mit dem neuen Zeithorizont bis zum Jahr 2027 fortgeschrieben. Neben dem Erreichen des Zeithorizontes des Masterplans 2020 machen insbesondere veränderte Markt- und Rahmenbedingungen eine neue Positionsbestimmung des Tourismus in Sachsen-Anhalt sowie eine fokussierte Weiterentwicklung des Tourismus erforderlich. Zu berücksichtigen sind hierbei gesellschaftliche Entwicklungen im



Kontext eines immer stärker werdenden Nachhaltigkeitsbewusstseins, kurzfristige bis mittelfristige Effekte der Corona-Pandemie sowie langfristige Veränderungen im Urlaubs- und Konsumverhalten, die durch den fortlaufenden technologischen Wandel stark beeinflusst werden. Auch globale Megatrends, wie u. a. in den Bereichen Digitalisierung, Mobilität oder Nachhaltigkeit, müssen mit Bezug auf die Zukunftsausrichtung des Reiselandes berücksichtigt werden. Die hieraus steigenden Anforderungen an das touristische Produkt, das inszenierte Produkterlebnis und die Zusammenstellung von Erlebnis-kompositionen erfordern zudem eine kritische Reflexion und Weiterentwicklung der touristischen Aufgaben, Organisationen und Zusammenarbeitsstrukturen im touristischen System.

Gerade die Effekte der Corona-Pandemie zeigen sehr deutlich, wie kurzfristig externe Einflüsse eine Reaktion und ein gemeinsames Handeln erfordern und wie wichtig funktionierende und aufeinander abgestimmte Management- und Marketingstrukturen im Tourismus sind. Bereits jetzt ist ersichtlich, dass der nach der Corona-Pandemie wiedereinsetzende Tourismus sowohl noch stärker vom Aufmerksamkeits- und Erlebniswettbewerb als auch von neuen Erwartungshaltungen im digitalen Service und in der Besucherlenkung beeinflusst werden wird. Der Evaluierungsprozess und die Weiterentwicklung des Masterplans Tourismus Sachsen-Anhalt 2027 erfüllen damit die wichtige Aufgabe, die Rahmenbedingungen für die zukünftige Tourismusentwicklung und den Tourismus in Sachsen-Anhalt zukünftig noch wettbewerbsfähiger zu machen, um die vorhandenen Potenziale im Tourismus noch besser heben und mehr Wertschöpfung, aber auch mehr ökologische und soziale Nachhaltigkeit im Wirtschaftszweig Tourismus erzielen zu können.

Echt schön.
SACHSEN-ANHALT

Prozessübersicht und Beteiligungsmodule

Grundlage für die Fortschreibung des Masterplans Tourismus war eine umfassende und breit angelegte Evaluierung der Ziele, Handlungsfelder und Leitprojekte des Masterplans Tourismus 2020 sowie die Bewertung der aktuellen Ausgangssituation und der zentralen Herausforderungen des Reiselandes Sachsen-Anhalt. Die fachliche Bewertung erfolgte dabei aus der Binnensicht der eigenen Tourismuswirtschaft sowie fachlich neutral und transparent aus gutachterlicher Sicht unter Einbeziehung verschiedener Benchmarks.

Der gesamte Prozess gliederte sich in drei Phasen (Analyse, Konzeption und Umsetzungsplanung), in denen eine umfangreiche Einbindung von ausgewählten Fachgremien und der Tourismuswirtschaft erfolgte. Zur Einbindung und Einschätzung der gesamten Tourismuswirtschaft aus Sachsen-Anhalt wurde zu Beginn eine Online-Befragung der touristischen Akteure (Online-Tourismus-Befragung) sowie der Tourismusorganisationen (Online-Kompetenz-Befragung) durchgeführt. Zudem wurden im Rahmen von Expertengesprächen die wesentlichen Treiber und Bremsen sowie Erfolgsfaktoren der Tourismusentwicklung aus den verschiedenen Perspektiven der Hotellerie, der Eventbetreiber, der Heilbäder/ Gesundheitseinrichtungen, der lokalen Tourismusorganisationen sowie des Landes vertieft.

Aufgrund der Corona-Pandemie wurden ursprünglich als Präsenzveranstaltungen geplante Tourismuskonferenzen zur Evaluierung des Masterplans 2020 als Online-Web-Seminare durchgeführt. Über diese Online-Formate sowie Zukunftsforen in Magdeburg und Halle (Saale) wurden die Meinungen, Anregungen, Ideen und Vorschläge seitens wichtiger Stakeholder und Entscheidungsträger aus der Politik und der Organisationsebene sowie die verschiedenen Perspektiven der Tourismuswirtschaft bei der Ausarbeitung der Evaluierung und der Weiterentwicklung berücksichtigt.



Mission und Vision für den Sachsen-Anhalt Tourismus

Tourismus ist kein Selbstzweck: Mindestens 77.000 Menschen im Land bestreiten ihren Lebensunterhalt aus dem Tourismus (vgl. Wirtschaftsfaktor Tourismus Sachsen-Anhalt, 2020).



Der Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027 formuliert als gemeinsame Mission für den Sachsen-Anhalt-Tourismus die folgende übergeordnete Zielsetzung:

Mission-Statement:

„Der Tourismus stärkt die Bekanntheit und das Image Sachsen-Anhalts als attraktives Reiseland und nachhaltiger Lebens- und Erlebnisraum in allen Regionen. Er ist wichtiger Wirtschaftsfaktor und trägt als weicher Standortfaktor maßgeblich zur Entwicklung der regionalen Wirtschaftsräume, zur lokalen Wirtschaftsförderung sowie zur Stärkung regionaler Identität und Kultur bei.“

Viele Wirtschaftsbranchen, wie Beherbergung, Gastronomie, Einzelhandel, Verkehrsgesellschaften und diverse weitere Dienstleistungsbranchen, profitieren durch Ausgaben im Tourismus, schaffen standortgebundene Arbeitsplätze, bedingen kommunale Gebühren, Steuer- und Beitragseinnahmen und leisten einen wichtigen Beitrag zur Wertschöpfung im Land. Neben den direkten Ausgaben für touristische Leistungen leistet der Tourismus durch Investitionen in touristische Infrastrukturen und viele vorgelagerte Service- und Handwerksleistungen einen wichtigen Beitrag zur Wertschöpfung in den Regionen und zu weiteren steuerlichen Einnahmen in den Kommunen. Zudem hilft der Tourismus, kulturelles Erbe zu bewahren und lokale Identität zu stärken. Die Infrastruktur, die aus dem Tourismus heraus entsteht und erhalten wird, kommt darüber hinaus nicht nur den Gästen zugute, sondern trägt maßgeblich zur Lebens- und Standortqualität in Sachsen-Anhalt und damit zur Imagesteigerung des gesamten Bundeslandes bei.

Damit der Mission Rechnung getragen werden kann, gilt es, ein gemeinsames Bild des Sachsen-Anhalt-Tourismus in Form einer Vision für 2027 zu zeichnen. Die strategischen Leitziele, die abgeleiteten Handlungsfelder und Leitprojekte sowie die gemeinsame Kraft aller touristischen Akteure sollen auf dieser Vision basieren und zielen auf die Erreichung dieses Soll-Bildes ab.

Vision Sachsen-Anhalt Tourismus 2027:

„Sachsen-Anhalt ist mit seinen starken Tourismusregionen ein modernes Kulturreiseland mit hoher Servicequalität sowie innovativen Produkten und wird als solches auch wahrgenommen. Der Tourismus ist sichtbar ökologisch ausgerichtet, wirtschaftlich erfolgreich und wird so auch wertgeschätzt. Er bietet gute Arbeitsbedingungen und fördert Selbstbewusstsein und Identifikation der Bevölkerung.“

Leitlinie und Leitziele für die Landestourismusentwicklung

Um in eine Richtung zu arbeiten, die Erreichung der Vision 2027 zu forcieren und die zielgerichtete Umsetzung des Masterplans Tourismus zu gewährleisten, wird eine gemeinsame Leitlinie des Handelns definiert. Für den zukünftigen Sachsen-Anhalt-Tourismus steht die ganzheitlich nachhaltige Tourismusedwicklung im Vordergrund.

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

In allen Handlungsfeldern des Masterplan

Tourismus Sachsen-Anhalt 2027 gilt es, ökonomische, ökologische und soziale Belange und deren Wirkungszusammenhänge aus Sicht von Wirtschaft, Umwelt, Einwohnern, Gästen und Arbeitnehmern konsequent zu berücksichtigen.

Aus der Vision und der Leitlinie für den Sachsen-Anhalt-Tourismus 2027 ergeben sich fünf strategische Leitziele bzw. Zieldimensionen:

Profilierung

„Wir entwickeln Sachsen-Anhalt zum innovativen Kulturreiseland und verleihen den Regionen als starken Tourismusdestinationen und dem Land nach außen ein modernes Gesicht sowie den Gestaltern und Machern des Tourismus nach innen eine klare Perspektive.“

Diese Zielstellung bezieht sich primär auf die **Kompetenzwahrnehmung** als modernes Kulturreiseland in der **Außen- und Binnenwahrnehmung**.

Zur Messung erfolgt ein Monitoring der Zustimmung der Gäste zur **Themenkompetenz Sachsen-Anhalts als Kulturreiseland** mit einem Zielwert von größer als 80 % im Jahr 2027 durch folgende Indikatoren:

- permanente Gästebefragung (PEG) inkl. regionsspezifischer Ausprägungen,

- digitale Gästebefragung auf Landesebene (fortlaufende Ergänzung der permanenten Gästebefragung),
- DestinationBrand-Studienreihe „Themenkompetenz“.

Binnenwahrnehmung als modernes Kulturreiseland, gemessen durch

- Leistungsanbieterbefragung zur Bestimmung der Binnenwahrnehmung als modernes Kulturreiseland.

Wertschöpfung

„Wir fördern einen wertschöpfungsstarken Tourismus, der quantitatives Wachstum auf der Grundlage neuer Angebote und Angebotskompositionen sowie einer hohen Service- und Erlebnisqualität (Wertigkeit) forciert. Synergien zum ‚genussvollen Erlebnis von Kultur und Natur‘ und zur Wertschöpfung in der Region werden kontinuierlich weiterentwickelt.“

Zur ökonomischen Wertschöpfung messen vier Indikatoren die Wirkung:

- 11 Mio. Übernachtungen im Jahr 2027 (Steigerung um ca. 28 % zum Jahr 2019),
- Steigerung der Bettenauslastung (Steigerung um 7 Prozentpunkte zum Jahr 2019),
- Steigerung der Bruttowertschöpfung,
- Kontinuierliche Steigerung der Besucherzahlen in den Freizeit-/Kultureinrichtungen.

Ökologie

„Wir fördern einen ökologisch nachhaltigen Tourismus, der umwelt- und ressourcenschonende Angebote gezielt fördert und bei den Kunden einen schonenden Umgang mit Ressourcen sowie der natürlichen Umgebung verankert.“

Mit diesem Ziel der Nachhaltigkeitsperspektive wird nicht nur die ökologische Qualität der Natur in Sachsen-Anhalt gesichert, sondern auch die Akzeptanz für einen qualitativen Tourismus gesteigert und der Ausbau regio-

nalere Produkte und regionaler Wertschöpfungsketten forciert. Zwei Messindikatoren kontrollieren den Erfolg in der Dimension „Ökologie“:

- nachhaltige Destinationen: Zertifizierungsprozesse und nachgewiesene Zertifizierungen nachhaltiger Destinationen in allen fünf Tourismusregionen bis zum Jahr 2025,
- Anteil der Nutzung klimaschonender Mobilitätsformen bei der Anreise/ im Vor-Ort-Erlebnis.

Soziales

„Wir schaffen Zufriedenheit und Akzeptanz bei Bewohner, Gästen und Gastgeber! Wir sichern attraktive Arbeitsplätze und fördern gute Arbeitsbedingungen.“

Die Bewohner-, Gäste- und Arbeitnehmerperspektive findet in diesem Indikator Beachtung:

- Weiterentwicklung und Sicherung von Tourismusbewusstsein und Tourismusakzeptanz in der Bevölkerung,
- Steigerung der Zufriedenheit der Gäste,
- Steigerung der Zufriedenheit der Betreiber/ Arbeitnehmer im Tourismus.

Effektivität

„Über zukunftsgerichtete Organisations- und Zusammenarbeitsstrukturen und unsere digitale Kompetenz arbeiten wir mit höchster Effektivität und Effizienz.“

Drei Indikatoren messen die Effektivität der Zusammenarbeit sowie des Landestourismusmarketings:

- fortlaufendes Monitoring der Effektivität touristischer Online-Marketing-Kampagnen auf Landesebene,
- Summe der finanz. Beteiligungen an Tourismusmarketing-Kampagnen auf Landesebene,
- Zufriedenheit und Wirkungseffekte in der Zusammenarbeit im touristischen System.

Positionierungsstrategie für das Reiseland Sachsen-Anhalt

Leitzielgruppen im Fokus der Marktbearbeitung auf Landesebene

Der Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027 stellt die Kundensicht in den Mittelpunkt. Die Entwicklung qualitativ hochwertiger barrierefreier Angebote ist zu befördern, um eine selbstbestimmte Planung von Reisen und Erschließung von Reisezielen zu ermöglichen und die gleichberechtigte Teilhabe aller zu gewährleisten. Gemäß dem binnengerichteten Anspruch, modernes Denken und Handeln (#moderndenken im Tourismus) in das Leistungsversprechen von Service und Erlebnis zu übersetzen, und der Aufgabe, sich als innovatives, modernes Kulturreiseland zu positionieren, wird die Zielgruppensegmentierung um das wertebezogene Zielgruppenmodell der Sinus-Milieus erweitert. Zielsetzung hierbei ist, sich zukünftig in der Marktbearbeitung auf mehr liberale und zukunfts-gewandte Leitzielgruppen zu fokussieren.

Künftig sollen mit den Angeboten und der Vermarktung in erster Linie die beiden Milieus der **Liberal-Intellektuellen** und der **Sozialökologischen** im Vordergrund stehen. Sie zeichnen sich durch ein zukunftsgerichtetes Wertesystem aus und weisen eine hohe Passgenauigkeit zur Vision für den Sachsen-Anhalt-Tourismus, zum touristischen Produkt und der angestrebten Nachhaltigkeitspositionierung auf.

Die Ansprache ausgewählter Leitmilieus bedeutet nicht die Aufgabe oder Ausgrenzung bestehender Gästegruppen. Im Gegenteil: Bestandszielgruppen besitzen ohnehin bereits eine Affinität zum Produkt und kehren häufig als Kenner des touristischen Angebotes zurück. Zudem erfolgt durch die Ansprache des Leitmilieus der Liberal-Intellektuellen eine automatische Sogwirkung auf darunter liegende Milieus, wie dem sozialökologischen Milieu, der bürgerlichen Mitte oder auch Teilen des adaptiv-pragmatischen Milieus.

Motiv-Fokus für die Positionierungsstrategie

Das touristische Profil und „Reiseerlebnis Sachsen-Anhalt“ soll künftig noch stärker aus Kundensicht entwickelt und vermarktet werden. Daher setzt die Soll-Positionierung des Landes 2027 den Fokus weg von der Themenvielfalt hin zu relevanten Reismotiven der Leitzielgruppen, welche durch konkret erlebbare Leitprodukte in den touristischen Regionen hervorgehoben werden. Besonderer Anspruch bei der touristischen Ausprägung des Profils ist ein modernes Service- und Produkterlebnis, um das übergeordnete Profilierungsziel als innovatives Kulturreiseland zu erreichen.

Im Sinne einer funktionierenden, aufeinander abgestimmten Marktbearbeitung im gesamten touristischen System gibt die **Positionierungsstrategie** eine klare Richtschnur und Leitlinie für das zukünftig highlight-bezogene touristische Marketing des Landes sowie für die qualitative Angebots- und Produktentwicklung in den Regionen und individuellen Destinationen. Der gemeinsamen Mission, die Landesmarke Sachsen-Anhalt über den Bekanntheits- und Imagefaktor Tourismus positiv aufzuladen, einen stärkeren Beitrag zur lokalen Wertschöpfung zu leisten, den Standortfaktor weiter zu qualifizieren sowie regionale Identität und Kultur zu stärken, soll hiermit Sorge getragen werden.

Mit dem **Motivfokus** setzt der **Masterplan** konsequent an den individuellen Stärken und spezifischen Highlight-Produkten der jeweiligen Regionen an, wird aber zukünftig nur ausgewählte, zu den ausgearbeiteten Motivlagen und Ansprüchen der Gäste passende Leitprodukte im nationalen und internationalen touristischen Marketing des Landes vermarkten. Um sich im Aufmerksamkeits- und Erlebniswettbewerb behaupten zu können und nach außen hin ein fokussiertes und profiliertes Bild des Reiselandes Sachsen-Anhalt zu schärfen, erfolgt die Auswahl der Best-of-Leitproduk-

te für das Landestourismusmarketing zukünftig ausschließlich auf Basis von auf Landesebene verbindlich zu definierenden Qualitätskriterien (Leistungsversprechen #moderndenken) sowie datengestützter Trend- und Marktforschung (Zielgruppenperspektive).



Exkurs:

#moderndenken als Anspruch und Leistungsversprechen nach innen

In Sachsen-Anhalt sind über Jahrhunderte hinweg fortschrittliche Ideen mit weltweiter Wirkungskraft verwirklicht worden. Dieser Geist – der von Luther bis Bauhaus wirkte – wird im Landesmarketing unter dem Claim #moderndenken gelebt.

Über den Masterplan Tourismus 2027 soll dieser Ansatz und Anspruch an die Service- und Produktentwicklung auch auf das touristische Erlebnis übertragen werden. Als übergeordnete Philosophie und gemeinsame Handlungsmaxime der Tourismuswirtschaft gilt es, #moderndenken im touristischen Erlebnis sowie in der Vermarktung des Reiselandes Sachsen-Anhalt fest zu etablieren. Damit ist #moderndenken für den Tourismus deutlich mehr als ein Claim. Es ist ein Leistungsversprechen mit dem Anspruch für einen Tourismus, der die Stärken und prägenden Wurzeln des Landes und der Regionen aufgreift und zukunftsorientiert mit der notwendigen Gästesicht weiterentwickelt.

#moderndenken



Systematik – das Reisemotiv der Zielgruppen im Fokus

Leitmotive der Zielgruppen lassen sich zu konkreten Geschichten entfalten, welche in der Produktentwicklung und im Marketing Anwendung finden. Die daraufhin ausgewählten **Leitprodukte** fokussieren konsequent die Angebots-Highlights des Reiselandes Sachsen-Anhalts, welche am besten auf das jeweilige Motiv der Zielgruppe und die jeweilige Geschichte passen und damit den Anlass für eine Reise nach Sachsen-Anhalt darstellen. Leitprodukte belegen für die Zielgruppe somit einen eindeutigen Kompetenzbeweis in der jeweiligen Motivsäule und lassen sich räumlich klar abgrenzen bzw. eindeutig einer Region bzw. einer konkreten Destination zuordnen. Sie verfügen nachweislich über überregionale Bekanntheit, sind ganzjährig erlebbar und stellen ein eigenes Reisemotiv für überregionale und internationale Übernachtungsgäste dar. Leitprodukte ziehen im Sinne eines Pull-Effektes die Reisenden in die touristischen Regionen des Landes und bieten vor Ort die Möglichkeit, weitere Angebote und Produkte entsprechend den regionalen Schwerpunkten einzubinden.

Ausgehend von prägenden Highlight-Produkten werden mit Blick auf passende Erlebniskompositionen für die jeweilige Zielgruppe **Produktweiterungen** ergänzt, welche die Highlights als Gesamterlebnis inhaltlich flankieren und in der Summe Erlebnisräume nach dem jeweiligen Geschmack der Zielgruppen bilden. Jedes Reisemotiv setzt dabei einen unterschiedlichen Schwerpunkt jeweils in Bezug auf die ausgewählten **Leitzielgruppen** und wird anhand der kompletten Customer Journey als ganzheitliches Reiseerlebnis durchdacht. Jede Motivsäule benennt zudem **Fokusregionen**, in denen eine hohe Angebotsdichte an bereits bestehenden oder weiter zu qualifizierenden Highlight-Produkten besteht.

Inhaltliche Ausrichtung der Motivlagen

Mit Blick auf die Motivlagen des Leitmilieus der Liberal-Intellektuellen und des sozialökologischen Milieus bietet Sachsen-Anhalt besondere Highlights im kulturtouristischen und naturtouristischen Produktportfolio. Sachsen-Anhalt überzeugt hier mit einer überdurchschnittlich hohen Dichte an UNESCO-Welterbestätten – in den Themenspektren Stadtbild und Baukultur, Reformation, Naturerlebnis bis hin zur Archäologie – sowie mit geschichtsträchtigen Kleinstädten und einer malerischen Naturkulisse für aktiven Naturgenuss. Auch für junge oder eher erlebnisorientierte Zielgruppen gibt es faszinierend schöne Orte, die sich mit dem richtigen Adrenalinkick, zeitlosen Aussichten oder der richtigen Kulturinszenierung live genießen und im Social Web wunderbar teilen lassen. Beispielhaft werden im Folgenden potenzielle Leitprodukte seitens der regionalen Tourismusverbände benannt, die im Umsetzungsprozess des Masterplans Tourismus über entsprechende Qualitäts- und Marktkriterien zu bestätigen sind oder entsprechend den Kriterien seitens der Regionen und den jeweiligen Produktbesitzer zu Leitprodukten des Landestourismusmarketings zu entwickeln sind.

Für das **freizeitouristische Segment** werden drei zentrale Reisemotive fokussiert:



„Weltkultur & Geschichte an Originalschauplätzen erleben“

beschreibt die Motivsäule mit einem Fokus auf die kulturtouristischen Leitprodukte. Diese Leitprodukte sind derzeit die UNESCO-Welterbestätten in der WelterbeRegion (Luther | Bauhaus | Gartenreich), die Schlösser und Gärten im Harz (z. B. Schloss Wernigerode und Schloss Quedlinburg), die Kulturlandschaft Saale-Unstrut (z. B. das UNESCO-Welterbe Naumburger Dom und die Himmelscheibe/Arche Nebra) sowie die beiden Kulturstädte Halle (Saale) und Magdeburg.

Mögliche Produktweiterungen ergeben sich aus dem Angebotsportfolio der Gartenträume, der Entdeckung bedeutender Geschichtsorte (wie u. a. Ringheiligtum Pömmelte, Grünes Band, Wirkungsstätten reichhaltiger Musikkultur, Kulturlandschaft Anhalt etc.), der Straße der Romanik und dem authentischen Erlebnis regionaler Produkte und regionaler Kulturveranstaltungen.



Exkurs:

Unesco-Welterbe

Sachsen-Anhalt verfügt mit fünf Stätten des UNESCO-Welterbes, einem UNESCO-Biosphärenreservat und drei herausragenden Objekten des UNESCO-Weltdokumentenerbes über eine europaweit bemerkenswerte Dichte dieser Kristallisationspunkte des Erbes der Menschheit. Die Stätten und Objekte und die mit ihnen verbundenen historischen Ereignisse sind nicht nur von universeller Strahlkraft, sondern vor allem prägend für die Landesidentität und die Landesgeschichte Sachsen-Anhalts. Sie verweisen auf eine herausragende Kulturgeschichte von mehr als 6.000 Jahren und sind Markenkern des Kultur- und Reiselandes.

Der Mehrzahl dieser Stätten und Objekte in Sachsen-Anhalt ist eine Besonderheit eigen: Sie geben Zeugnis von weltverändernden Ideen und Ereignissen der Kultur- und Geistesgeschichte, sind Funken, Initialzündungen, Ursprünge. Sie prägten wesentlich die Epochen Bronzezeit, Mittelalter, Reformation, Aufklärung und Moderne. Hierauf wird die Darstellung des Landes entsprechend der Maßnahmenplanung „Welterbe Erleben in Sachsen-Anhalt“ der Staatskanzlei und Ministerium für Kultur nach innen wie nach außen, somit auch im Tourismusmarketing, in den kommenden Jahren in besonderer Weise gerichtet werden.



„Faszinierend schöne Orte entdecken/Orte im Wandel der Zeit erleben“

beschreibt das Motiv für Reisende, die primär aufgrund der Ästhetik bestimmter Orte eine Reise nach Sachsen-Anhalt unternehmen. Zeitlose Eleganz, inszenierte Live-Momente und Instagramability haben hier einen hohen Stellenwert. Leitprodukte sind u. a. die malerischen Fachwerkstädte im Harz (z. B. Wernigerode und Stolberg), malerische Kleinstädte in der Altmark (z. B. Havelberg und Tangermünde), landschaftliche Highlights im Harz, Weinerlebnis und historische Orte in Saale-Unstrut (z. B. Naumburg (Saale) und Merseburg) sowie entdeckungsreiche Kontraste in der WelterbeRegion (z. B. Moderne in der WelterbeRegion und Ästhetik der Industriekultur und Bergbaufolgelandschaft).

Mögliche Produkterweiterungen ergeben sich aus der regionalen Weiterentwicklung des Angebotsportfolios der Gartenträume und der Industriekultur sowie aus dem authentischen Erlebnis regionaler Produkte und regionaler Festivals oder Events.



„Aktiv sein in malerischer Kulisse/in grüner Landschaft und am Wasser“

beschreibt das Motiv für alle Aktiv-Reisenden, die Radfahren, Wandern oder wassertouristischen Aktivitäten in den landschaftlich ansprechenden Regionen des Landes nachgehen. Zu den Leitprodukten zählen das Radfahren entlang des Elberadwegs/im UNESCO-Biosphärenreservat Mittelbe (von der Altmark über Magdeburg Elbe-Börde-Heide bis Anhalt-Dessau-Wittenberg), der Europaradweg R1 (vom Harz über Magdeburg-Elbe-Börde-Heide bis nach Anhalt-Dessau-Wittenberg) und das Radfahren in Saale-Unstrut (z. B. auf dem Saale- und Unstrutradweg). Ebenso zählen Wandern im Harz (z. B. auf dem Harzer-Hexen-Stieg oder dem Grünen Band/Grenzweg), Aktivsein auf dem Wasser (z. B. Wassersport auf den Flüssen Elbe, Saale, Unstrut und den Seen Arendsee, Geiseltalsee und Goltzsche) oder der entschleunigende Naturgenuss in der Altmark zu den Highlights des Landes.

Mögliche Produkterweiterungen ergeben sich aus der Einbindung regionaler Besonderheiten, wie historischer Kleinstädte, Weingenuß, Angebote des Blauen Bandes, sowie aus dem authentischen Erlebnis regionaler Produkte und regionaler Veranstaltungen.

Das ansprechende freizeittouristische Profil soll zudem das geschäftstouristische Segment von Tagungen und Kongressen aufladen und unter dem Motto „modern Tagen“ die Besonderheiten und Special Locations von Sachsen-Anhalt betonen.



#moderntagen:

bezeichnet das Segment des vermarktaren Geschäftsreiseturismus, bestehend aus Tagungen, Kongressen, Incentives und Veranstaltungen (MICE). #moderntagen beschreibt das Alleinstellungsmerkmal in der Vermarktung nach außen sowie den Service- und Qualitätsanspruch nach innen. Im Rahmen des Landestourismusmarketings sollen so besondere Locations (z. B. an UNESCO-Stätten, mit besonderer Architektur oder Geschichte) im Kontext einer fortschrittlichen Tagungs- und Kongressausstattung hervorgehoben und als Gesamtbild in enger Abstimmung mit den koordinierenden Service- & Vertriebsorganisationen der Regionen und Städte vermarktet werden.

#moderntagen zielt damit auf Landesebene rein auf die unterstützende Vermarktung, nicht auf die Produktentwicklung oder Service-/Vertriebsleistungen ab. Die genaue Ausrichtung der Vermarktung ist entsprechend den sich wandelnden Bedürfnissen sowie den aus der COVID-19-Pandemie resultierenden Veränderungseffekten für das Tagungs- und Kongressgeschäft zu gestalten.

Der Fokus auf die Reismotive potenzialträchtiger Leit-Zielgruppen und die Hervorhebung von passenden Leitprodukten auf Landesebene führen dazu, dass künftig nur eine gezielte Auswahl an Leitprodukten seitens des Landestourismusmarketings beworben wird. Wurde der Gast über die Leitprodukte zu einem Sachsen-Anhalt-Besuch bewegt, wird dieser vor Ort für weitere Angebote und Produkte interessiert, welche nicht landesseitig beworben werden, sich jedoch im regionalen Destinationsmarketing wiederfinden.

Abb. 2: Motiv-Fokus zur Positionierung des Reiselands Sachsen-Anhalt | PROJECT M



Handlungsfelder und Leitprojekte

Im Rahmen der Evaluierung des Masterplans Tourismus 2020 und der Bewertung der Ausgangssituation wurden auf Basis der Benchmark-Analyse, der Online-Befragung, der Tourismus-Online-Werkstätten sowie im Dialog mit dem Fachbeirat und dem Lenkungskreis sechs zentrale Handlungsfelder mit relevanten Kernaufgaben identifiziert.



Abb. 3: Identifizierte Handlungsfelder und Zukunftsaufgaben für den Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027
PROJECT M/Fachbeirat 2020

Im Sinne der Leitlinie, in allen Handlungsfeldern des Masterplans Tourismus 2027 ökonomische, ökologische und soziale Belange und deren Wirkungszusammenhänge aus Sicht von Wirtschaft, Umwelt, Einwohner, Gästen und Arbeitnehmer konsequent zu berücksichtigen, wird das Querschnittsthema Nachhaltigkeit nicht als gesondertes Handlungsfeld herausgestellt. Vielmehr wird es zur übergeordneten Leitlinie in allen Handlungsfeldern.

Ebenso wird das Thema der Tourismusfinanzierung nicht isoliert betrachtet, sondern die Grundvoraus-

setzung für Tourismusentwicklung wird im Sinne der Investitionspolitik des Landes in die Zukunfts- und Wettbewerbsfähigkeit des bedeutenden Wirtschaftsfaktors und wichtigen Image- und Qualitätsträgers Tourismus in allen sechs Handlungsfeldern vorausgesetzt. Wichtig ist neben der auf die Erreichung der Leitlinien und Leitziele des Tourismus ausgerichteten Förderung und aufgabenadäquaten Finanzierung der landesseitigen Aufgaben im Tourismus insbesondere auch die Nutzung der gesetzlichen Möglichkeiten zur Tourismusfinanzierung über das Kommunalabgabengesetz. Gerade über die Möglichkeit

der Erhebung von Gästebeträgen können wichtige Einnahmen zur Verbesserung der Service- und Erlebnisqualität auf lokaler Ebene generiert werden. Die zur Erreichung der Vision 2027 und der definierten Leitziele erforderlichen Maßnahmen werden im Masterplan Tourismus 2027 in den sechs Handlungsfeldern gegliedert. Aus den im Prozess eingebrachten Maßnahmenvorschlägen werden

Leitprojekte herausgehoben, die eine hohe Impuls- und Effektivitätswirkung haben und am stärksten in die festgeschriebenen Zielkategorien und Leitziele der Tourismusentwicklung 2027 einzahlen. Die Handlungsfelder und prioritären Leitprojekte stehen im direkten Bezug zu den Leitziele der Landestourismusentwicklung und sind im folgenden Schaubild kompakt vorgestellt:

kurzfristig:
Start der Umsetzung bis 3. Quartal 2021

mittelfristig:
Start der Umsetzung bis zum Jahr 2023

Abb. 4: Übersicht der Leitprojekte für den Masterplan Tourismus 2027
PROJECT M/Fachbeirat 2020

HF	Leitprojekt	Federführung	Partner	Start Umsetzung
Positionierung + Marktbearbeitung	Weiterentwicklung der Markenfamilie für das Reiseland Sachsen-Anhalt	IMG	DMOs	kurzfristig
	Auf-/Ausbau der Content-Strategie und Ausbau der strategischen Marketingplanung	IMG	DMOs	kurzfristig
	Auf-/Ausbau von Vermarktungsnetzwerken und -pools (Leisure / MICE)	IMG	DMOs	kurzfristig
	Auf-/Ausbau datengestützter Markt- und Trendforschung	IMG	DMOs, LTV	kurzfristig
Touristische Infrastruktur	Investitionsstrategie und Impulsinvestitionen	MW	IMG, MLV, LK / DMOs	kurzfristig
	Strategisches Ansiedlungsmanagement für Beherbergungs- und Freizeitwirtschaft	IMG	MLV, MULE, LK / DMOs	mittelfristig
	Ausbau klimafreundlicher Mobilität	MLV	LK, G, KS, DMOs	mittelfristig
Digitalisierung	Ausbau der IMG zu einem Kompetenzzentrum für Datenmanagement und Datenaufbereitung	IMG	MW, DMOs, LTV, IHKn	kurzfristig
	Digitalisierungsoffensive Sachsen-Anhalt-Tourismus (Fokus Marktbearbeitung)	IMG	LTV, IHKn, DMOs, Fachverbände	kurzfristig
	Digitalisierungsoffensive Sachsen-Anhalt-Tourismus (Fokus Prozesse und Gästelerlebnis)	LTV	IMG, IHKn, Fachverbände, DMOs	kurzfristig
	Systemaufbau digitales Besuchermanagement (digitale Informations- & Leitsysteme)	IMG	DMO, LK, LTV, IHKn, Fachverbände	mittelfristig
Qualität + Innovationsmanagement	Qualitätsoffensive und Innovationsmanagement für profilschärfende Angebote und Produkte	LTV	IMG, IHKn	kurzfristig
	Nachhaltigkeitsoffensive Sachsen-Anhalt (Nachhaltigkeitszertifizierung in den Tourismusregionen)	LTV	DMOs	kurzfristig
	Programm zur Steigerung der Servicequalität und Einführung von modernen Arbeitsweisen	LTV	Fachverbände, IHKn, DMOs	kurzfristig
Aufgabenteilung + Organisation	Umsetzungsplanung und strategischer Strukturentwicklungsprozess Sachsen-Anhalt	MW	IMG, DMOs, IHKn, LTV	kurzfristig
	Sicherstellung der dauerhaften Finanzierung der Tourismusaufgaben und -organisationen	MW	IMG, LTV, LK, DMOs	kurzfristig
	Aufbau eines Kompetenzzentrums Tourismus	MW	IMG, LTV, DMOs	mittelfristig
	Ausbau und Etablierung agiler Zusammenarbeitsformen	LTV	IMG, DMOs, MW	mittelfristig
Tourismusbewusstsein	Binnenmarketing-Kampagne zur Förderung von Stolz, Identifikation, Akzeptanz und Bewusstsein	IMG	LTV, Stk., DMOs, IHKn, Fachverbände	kurzfristig
	Bewusstseinsstärkung d. Bedeutung d. Wirtschaftsfaktors Tourismus in polit. Fraktionen / Gremien	LTV	DMOs, IMG, IHKn, Fachverbände	kurzfristig
	Imagekampagne der HoGa-Branche	DEHOGA	LTV, IMG, DMO, IHKn, Fachverbände	kurzfristig
	Arbeits- und Fachkräftestrategie für den Sachsen-Anhalt-Tourismus	DEHOGA	IMG, DMO, IHKn, Fachverbände	kurzfristig

- DMO** Destination Management Organisation/regionaler Tourismusverband
- DEHOGA** Deutscher Hotel- und Gaststättenverband e. V.
- G** Gemeinden
- IHK** Industrie- und Handelskammer
- IMG** Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH
- KS** Kommunale Spitzenverbände
- LK** Landkreis
- LTV** Tourismusverband Sachsen-Anhalt e.V.
- MLV** Ministerium für Landesentwicklung und Verkehr Sachsen-Anhalt
- MS** Ministerium für Arbeit, Soziales und Integration des Landes Sachsen-Anhalt
- MULE** Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft und Energie des Landes Sachsen-Anhalt
- MW** Ministerium für Wirtschaft, Wissenschaft und Digitalisierung des Landes Sachsen-Anhalt
- Stk** Staatskanzlei und Ministerium für Kultur des Landes Sachsen-Anhalt
- RPIG** Regionale Planungsgemeinschaften

Umsetzungsstrategie und Umsetzungsmanagement

Die stringente Umsetzung der Maßnahmen und die Erreichung der Leitziele des Masterplans Tourismus Sachsen-Anhalt 2027 kann nur im gemeinsamen Schulterschluss aller tourismusrelevanten Akteuren erfolgen – von Politik, kommunalen Verwaltungseinheiten, touristischen Organisationen, zentralen Entwicklungspartner und Interessenvertreter bis hin zu den einzelnen Leistungsträger der Tourismuswirtschaft. Für die Einbindung und Steuerung dieses Umsetzungsprozesses trägt ein zu etablierendes Umsetzungsmanagement Sorge.

Umsetzung in gemeinsamer Verantwortung

Über den breit angelegten Einbindungsprozess im Rahmen der Erstellung des Masterplans Tourismus Sachsen-Anhalt 2027 konnte die Grundlage hierfür geschaffen werden. Diesen Dialogprozess gilt es, mit Blick auf eine zukünftig stärkere Einbindung der Tourismuswirtschaft in regelmäßigen Abständen weiter fortzuführen. Die gleichzeitig breite sowie zielgruppengerechte Kommunikation und Vermittlung der Inhalte des Masterplans Tourismus stellen die zentralen Voraussetzungen für einen nachhaltigen Umsetzungserfolg dar.

Insgesamt sind für die Einbindung der Politik und Tourismuswirtschaft einmal pro Jahr Austauschformate in der Form eines inhaltlich erweiterten Tourismustages – z. B. in Anknüpfung an die Ausrichtung des Qualitätswettbewerbs „Gästeliebling Sachsen-Anhalt“ – zu forcieren. Im Rahmen der großen Austauschformate sollen neben der Darstellung aktueller Trends, Benchmarks und Zukunftsperspektiven auch stets die Zwischenergebnisse der Zielerreichung der Leitziele des Masterplans Tourismus reflektiert werden. Darüber hinaus sind im Kontext der strategischen Strukturentwicklung sowie im Rahmen der strategischen Marketingplanung und mittels der Einrichtung von kontinuierlichen Marketingpools weitere Strategiemeetings und Erfahrungsaustausche im Kontext der Leitprojekte zu etablieren.

Umsetzungsmanagement

Der Masterplan Tourismus 2027 stellt die Grundlage für die Arbeit der Akteure im touristischen System Sachsen-Anhalts in den nächsten Jahren dar. Er bildet die Basis für die Zusammenarbeit auf Landesebene, indem konkrete Maßnahmen für die operative Umsetzung und Zielerreichung benannt und geplant werden. Mit der Positionierungsstrategie für das Landesmarketing werden zudem die Eckpunkte für die jährlichen Marketingpläne der IMG und die jeweils zu entwickelnden jährlichen Maßnahmenschwerpunkte definiert. Durch die Überführung der Leitprojekte in verbindlich festgelegte Zuständigkeiten erfolgt eine klare Zuordnung von Aufgaben und eine systematische Umsetzung dieser. Vereinbarte Federführungen sichern die fokussierte Aufgabenteilung und Zusammenarbeit mit fachlich zu involvierenden Partnern.

Für die erfolgreiche Umsetzung und Zielerreichung des Masterplans Tourismus Sachsen-Anhalt ist ein Umsetzungsmanagement einzurichten, welches mit eigenen Personalkapazitäten und Budgets ausgestattet wird. Um sicherzustellen, dass die wesentlichen Inhalte dem Netzwerk bekannt sind und diese berücksichtigt werden, gesetzte Aufgaben in die Umsetzung kommen und die angedachte Wirkung erzielt wird, ist das Umsetzungsmanagement beim Tourismusreferat im Ministe-

rium für Wirtschaft, Wissenschaft und Digitalisierung (Strategieaufstellung & Controlling) anzusiedeln. Zur effektiven Wirkungsmessung wird das Umsetzungsmanagement des Ministeriums durch die IMG mittels der Erhebung wesentlicher Erfolgskennziffern (Monitoring) unterstützt. Darüber hinaus sind die für die Fortschreibung einberufenen Begleitgremien (Fachbeirat Masterplan Tourismus sowie der Lenkungskreis der tourismuspolitischen Sprecher) weiterhin in den Prozess mit einzubeziehen.

Im Rahmen der **Erfahrungsaustausche** ist in den Begleitgremien zweimal pro Jahr (z. B. Jahresauftakt & Jahresrückblick im März sowie Kopplung mit dem Tourismustag) über den Umsetzungsstand der Maßnahmen zu berichten und entsprechende Herausforderungen zu diskutieren.

Zentrale Aufgaben des Umsetzungsmanagements sind:

- Koordination der Umsetzung des Masterplans Tourismus 2027,
- Kommunikation des Masterplans Tourismus im touristischen Netzwerk sowie vor der Politik,
- Monitoring und laufende Evaluation der Umsetzung und der Wirkungseffekte (unterstützt von der IMG),
- Erfassung des Umsetzungsfortschritts der Leitprojekte und Maßnahmen im direkten Austausch mit den verantwortlichen Akteuren, Nachjustierung der Leitprojekte in Abstimmung mit dem Fachbeirat,
- fachliche und politische Gremienarbeit zur Vermittlung und Abstimmung der fortlaufenden Tourismusedwicklung unter Einbindung der starken Lobbypartner,
- Kommunikation und Vermittlung der Umsetzung der Tourismusstrategie nach innen und außen.

Abb. 5: Beteiligte Akteure an der Umsetzung des Masterplans Tourismus Sachsen-Anhalt 2027
PROJECT M 2020



Impressum

Herausgeber:
Ministerium für Wirtschaft,
Wissenschaft und Digitalisierung
des Landes Sachsen-Anhalt
Hasselbachstraße 4
39104 Magdeburg

Erstellt in Zusammenarbeit mit:
PROJECT M GmbH
Büro Hamburg
Gurlittstraße 28
20099 Hamburg

Die Langfassung des Masterplan
Tourismus Sachsen-Anhalt 2027
steht Ihnen unter
www.mw.sachsen-anhalt.de
zur Verfügung.

Fotos:
Stiftung Bauhaus Dessau /
Y. Tenschert, H. Krieg, H. Nessler,
IMG / B. Breuer, Vereinigte Domstifter /
F. Matte, S. Eichner, Bauhausgebäude
Dessau, Walter Gropius (1925–26),
Südseite / T. Okochi © Pen Magazine,
2010, Stiftung Bauhaus Dessau,
AVTG, stock.adobe.com / ferkelraggae /
E. Schumann, Staatskanzlei und
Ministerium für Kultur Sachsen-
Anhalt / M. Bader, PROJECT M GmbH,
LDA Sachsen-Anhalt / J. Lipták,

Genderhinweis:
Aus Gründen der besseren Lesbarkeit
wird auf die gleichzeitige Verwendung
der Sprachformen männlich, weiblich
und divers (m/w/d) verzichtet. Sämtliche
Personenbezeichnungen gelten
gleichermaßen für alle Geschlechter.

**Ministerium für Wirtschaft,
Wissenschaft und Digitalisierung
des Landes Sachsen-Anhalt**

Hasselbachstraße 4
39104 Magdeburg
Tel. +49 391 5674316
www.mw.sachsen-anhalt.de
presse@mw.sachsen-anhalt.de

