

News + Trends



SACHSEN-ANHALT

Investitions- und Marketinggesellschaft

INHALT

01.2008

Titel: Domschätze	1
Trend: Aktiv- und Naturtourismus	3
Projekte: Himmelswege	5
Termine: Tourismustag	7
Marketing: Testimonials	8
Vorschau: Musik.Zeit.Reisen: Sachsen-Anhalt	8

TITEL

Hunderttausend auf Schatzsuche in den Domen

Die Dome in Halberstadt, Naumburg, Merseburg und die Stiftskirche St. Servatius in Quedlinburg beherbergen sagenhafte Schätze, die unter dem Motto „Domschätze in Sachsen-Anhalt – Glanzstücke an der Straße der Romanik“ seit Anfang 2008 im Mittelpunkt der Gästewerbung stehen. Eine erste Zwischenbilanz.

Es ist der alte Kindheitstraum, den viele noch heute träumen. Einen sagenhaften, weltbedeutenden Schatz entdecken, tief verborgen hinter jahrtausende alten Mauern, wo er viele hundert Jahre ungesehen versteckt war. In Sachsen-Anhalt kann sich diesen Traum jetzt jeder erfüllen. Im Domschatzjahr 2008 warten viele einmalige Kirchenschätze auf Schatzsucher.

Ein besonderes Highlight im Themenjahr der sakralen Kostbarkeiten war die Wiedereröffnung des Halberstädter Domschatzes, der seit dem 13. April 2008 in neuem Glanz erstrahlt.

Rund 32.000 Besucher kamen seit April in die Gewölbe des Domes St. Stephanus und St. Sixtus in Halberstadt, der zu den schönsten Kirchenbauten der Gotik zählt. „Der Andrang hat uns alle umgehauen“, erzählt Martin Eberle, Domschatzjahr-Koordinator der evangelischen Kirche. Zum Vergleich: 2007 zählten die Halberstädter Domverantwortlichen rund 25.000 Besucher im ganzen Jahr.

EDITORIAL

Gesucht und Befunden – News und Trends aus der Reisebranche

Sehr geehrte Damen und Herren, die erste Ausgabe von „Sachsen-Anhalt-Tourismus – News + Trends“ ist da. Fundiert und verständlich wird die Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH (IMG) künftig alle drei Monate mit einer neuen Ausgabe informieren. Tourismusprojekte werden bilanziert, Trends und Entwicklungen im Deutschlandtourismus aufgezeigt und Marketinginstrumente beleuchtet. Der Dialog mit Ihnen liegt uns besonders am Herzen. Schreiben Sie uns, was Sie interessiert, was Ihnen unter den Nägeln brennt und worüber Sie sich in „News + Trends“ informieren möchten.

Dr. Carlhans Uhle
Geschäftsführer IMG

Kontakt: presse@img-sachsen-anhalt.de



Das Armreliquiar des Heiligen Nikolaus aus dem neu eröffneten Domschatz in Halberstadt sahen seit Anfang des Jahres rund 32.000 Besucher. Es ist auch das offizielle Titelbild für Plakate (oben), Anzeigen und das Magazin „Reiseträume“.

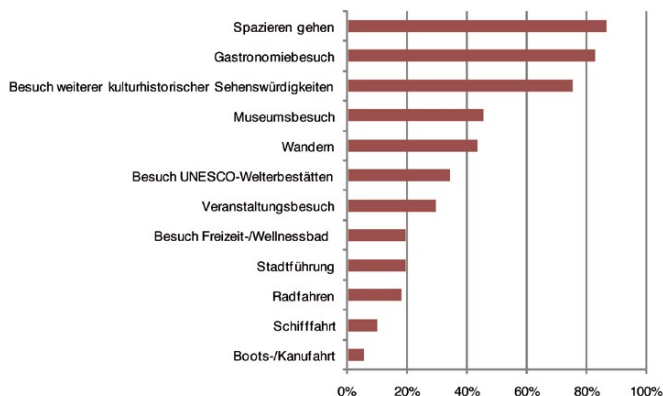
„Wegen des Domschatzes kommen viele Besucher, die sich sonst gar nicht für uns interessieren würden“, so Eberle. Die Verantwortlichen haben den Domschatz und die dazugehörigen Räume sensibel in die umgebaute gotische Architektur der Domklausur und den zurückhaltenden Anbau integriert. Die spektakulärsten der insgesamt 650 Schatzstücke werden hier in einer Dauerausstellung gezeigt: ein einzigartiges Ensemble mittelalterlicher Kunstwerke und das größte, das in Deutschland in einer Kirche erhalten geblieben ist.

„Das ist auch das Besondere an unserem Domschatz“, so Eberle weiter. „Die Menschen können die Stücke im Rahmen ihrer früheren gottesdienstlichen Nutzung sehen. So bekommt auch der Laie einen verständlichen Zugang zum Thema.“ Alle im Mittelalter gebräuchlichen Kunstgattungen sind zu sehen: Altarbilder, Skulpturen, Handschriften, Mobiliar, Bronzewecke und Goldschmiedearbeiten.

Weltberühmt ist die Textiliensammlung – nur der Vatikan hat eine größere. Ausgestellt sind auch drei monumentale Wandteppiche, darunter der um 1150 gefertigte Abrahamsteppich, der als ältester gewirkter Bildteppich Europas gilt.

Der unerwartete Ansturm auf den Domschatz verlangt den Verantwortlichen ein großes Maß an Organisationstalent ab. Am Eröffnungstag drängten sich lange Schlangen, nicht selten finden drei Führungen gleichzeitig statt, zwei Mitarbeiter sind oft nur am Infotelefon beschäftigt. „Doch, es hat sich wirklich gelohnt“, resümiert Eberle. 10.464 Führungen waren im Juni bis Ende des Jahres bereits gebucht. Insgesamt rechnen die Halberstädter 2008 mit 75.000 Besuchern, von den vorsichtigen Schätzungen vor der Eröffnung (um 45.000) ist keine Rede mehr.

Durchgeführte Aktivitäten während des Aufenthaltes



ift / inspektour 2007, gültige Fallzahl n = 2.109

Diese Grafik ist dem Endbericht der permanenten Gästebefragung Sachsen-Anhalt 2006/2007 entnommen.

Und noch etwas freut die Verantwortlichen: Die aufsehenerregende Domschatz-Eröffnung in Halberstadt hat den Besucherzahlen an den anderen Domschatz-Stationen keinen Abbruch getan. „Nur kurzzeitig sind deren Zahlen im April deutlich zurückgegangen“, so Eberle.

In die Merseburger Domschatzausstellung kamen von Januar bis Anfang Juni 2008 rund 12.220 Schatzsucher, trotz der Umbauarbeiten im Kapitelhaus, das erst Mitte Juni 2008 wieder eröffnet wurde, waren es



* Spirituell-religiös motivierte Touristen sind vorwiegend weiblich und über 56 Jahre alt. Die Mehrheit stellen Gruppen mit mehr als 25 Personen, meist aus Pfarrgemeinden, wie eine Befragung religiös-motivierter Reiseveranstalter ergab.

Quelle Grafik: Marketingkonzept Domschätze (IMG)

nur rund 200 weniger als im Vorjahr. 48.629 sahen im gleichen Zeitraum den Naumburger Domschatz, rund 150 mehr als im Vorjahr. Der Dom ist seit jeher ein touristisches Zugpferd in der idyllisch in die Burgen- und Weinregion an Saale-Unstrut eingebetteten Stadt. Das vielbeachtete Uta-Treffen im März 2008 steuerte auch noch mal rund 4.000 Besucher zum guten Ergebnis bei. Quedlinburg zählte mit 29.030 Domschatz-Gästen im gleichen Zeitraum nur ein paar weniger als die Halberstädter.

An der Auswertung der Stempelkarten lässt sich ablesen, dass viele mindestens zwei Domschätze besuchen, meistens die in Halberstadt und Quedlinburg. Hintergrund der Aktion: An jedem Domschatzort können sich Besucher einen Stempel holen. Wer 2008 drei Domschätze besucht, bekommt die Eintrittskarte für den vierten Schatz zum ermäßigten Preis und kann eine Reise in einen der vier Domschatzorte gewinnen.

„Wir wollen uns in Zukunft noch stärker vernetzen“

„Das Konzept Domschätze funktioniert prima“, ist Eberle sicher. Grund genug, schon jetzt zu planen, wie es nach dem viel beworbenen Domschatzjahr weiter geht: Schon für diesen Sommer ist ein gemeinsamer Führer in Buchform geplant, mit dem Besucher auf Domschatztour gehen können. „Wir wollen außerdem die Domschatzorte auf lange Sicht noch intensiver mit dem Tourismus in der Region vernetzen, dazu gehört eine gemeinsame Vermarktung, auch über das Domschatzjahr hinaus“, meint Eberle.

Geplant sind unter anderem gemeinsame Veranstaltungen, wie die Glocken- und Orgelnacht, die in diesem Jahr am 5. Juli stattfinden wird.

Auch Musikhilights wie die Konzertreihen des MDR Musiksommers stehen im Fokus. „Sehr gut werden die musikalischen Andachten angenommen“, erzählt Eberle. Die sind mittwochs und freitags in Quedlinburg und Halberstadt sowie freitags in Naumburg zu hören. „Es ist schön, zu sehen, wie unsere Dome so stetig mehr zum lebendigen Raum werden“, sagt er.

„Wer das nicht gesehen hat, verpasst seine Wurzeln“

Wenn es um die Domschätze geht, kommt Sachsen-Anhalts Wirtschaftsminister Dr. Reiner Haseloff ins Schwärmen.

Herr Minister, was ist so besonders an den Domschätzen in Sachsen-Anhalt?

Die hohe Qualität und die große Anzahl der Domschätze sind ein Alleinstellungsmerkmal Sachsen-Anhalts, mit dem sich das Land auch weiterhin als Kernland deutscher und europäischer Geschichte profilieren kann. Wer den Domschatz mal so richtig komplett gesehen hat, der bekommt feuchte Augen. Schließlich ist es der umfangreichste mittelalterliche Kirchenschatz in Mittel- und Westeuropa, der so gut erhalten ist. Wer das nicht gesehen hat, verpasst einen wichtigen Teil der eigenen Wurzeln.

Schon die architektonischen Meisterleistungen der romanischen Bauwerke sind eine Reise wert. Hier ist nicht nur Architektur zu sehen, der Besucher erfährt wirklich authentisch etwas über die Lebensweise der Menschen damals. Dann zeigt sich auch, was denn eigentlich die Idee war, die eben diese Architektur hervorgebracht hat. Wenn Sie sich klarmachen, dass acht Prozent aller Kirchen in Deutschland in Sachsen-Anhalt stehen, obwohl wir nur 2,9 Prozent der Einwohner in der Bundesrepublik stellen, wird klar, welche Bedeutung Spiritueller Tourismus für unser Reiseland hat. Nicht jeder schafft es nach Santiago de Compostela, und er muss es auch gar nicht. Auf unseren Pilgerwegen kann man solche Erfahrungen auch machen.

Was gibt es unterwegs zu entdecken?

Sachsen-Anhalt ist das Bundesland mit der größten Denkmaldichte in Deutschland. Unterwegs gibt es unter anderem vier aktive Klöster zu sehen, zwei katholische und zwei evangelische. Im Kloster Helfta etwa haben drei der bedeutendsten deutschen Frauen gelebt. Mechtild von Magdeburg, Mechtild von Hakeborn und Gertrud (Die Große) von Helfta. Wenn das kein Grund ist, mal vorbeizukommen!

TERMINE

5. Juli 2008

Glocken – und Orgelnacht in Halberstadt, Naumburg, Merseburg und Quedlinburg

Juli 2008

MDR MUSIKSOMMER „Konzerte entlang der Straße der Romanik“ zu Gast in den Domschatzorten

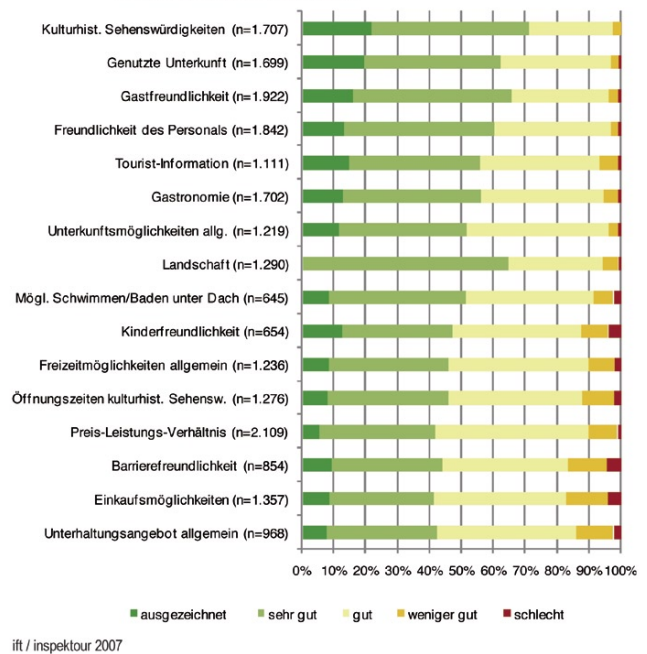
am 9. Juli im Halberstädter Dom

am 10. Juli in der Stiftskirche St. Servatius in Quedlinburg,

am 11. Juli im Merseburger Dom,

am 12. Juli im Naumburger Dom

Bewertung ausgewählter Aspekte



Quelle: Permanente Gästebefragung Sachsen-Anhalt 2006/2007

TREND

Draußen vor der Tür: Wieso Outdoor der Megatrend ist

„Hier an der Elbe sieht es manchmal aus, als wäre das Auto noch gar nicht erfunden, so viele kommen per Rad“, beschreibt ein Gastwirt die Lage an Deutschlands beliebtestem Radweg. Nicht nur in Sachsen-Anhalt zieht es immer mehr Deutsche in die Natur. „Raus in die Botanik“ ist der Megatrend in ganz Deutschland.

Natur- und Aktivurlaub stehen 2008 bundesweit im Fokus der Gästewerbung. Mit gutem Grund: Rund 36 Prozent der Bundesbürger planen jedes Jahr einen Natururlaub, wie das Emnid-Institut ermittelt hat. Im Durchschnitt rund 62 Prozent der Deutschen gaben in den vergangenen Jahren an, einen Inlandsurlaub sogar bevorzugt in den Nationalen Naturlandschaften zu verbringen. Hier kann Sachsen-Anhalt einiges vorweisen, immerhin mehr als 25 Prozent der Landesfläche gehören zu den Nationalen Naturlandschaften – darunter sechs Naturparke, ein Nationalpark und zwei Biosphärenreservate. „Die Zahlen der letzten Jahre belegen, dass das Potenzial für Naturtourismus in Deutschland noch längst nicht ausgeschöpft ist“, sagt die Parlamentarische Staatssekretärin im Bundesumweltministerium, Astrid Klug. „Naturschutz wird auf diese Weise zum Wirtschaftsfaktor“.

Ganz vorn liegen dabei die Radler. Fahrradtourismus bleibt auch 2008 ein Wachstumsmarkt: 88 Prozent der deutschen Radurlauber blieben im Urlaub 2007 im eigenen Land. Spitzenreiter der beliebtesten Radfernwege ist, wie schon im Vorjahr, der Elberadweg. Da trägt es nur dem Trend Rechnung, dass die touristische Markensäule „Blaues Band – Wassertourismus in Sachsen-Anhalt“ jetzt offiziell für alle Bereiche des Aktiv- und Naturtourismus wirbt und deshalb in „Blaues Band - Aktivtourismus in Sachsen-Anhalt“ umbenannt wurde. Dazu gehören unter anderem Rad-, Wander-,

Wasser- und Reitsportmöglichkeiten. Die Ergebnisse der ADFC-Radreiseanalyse zeigen auch, dass die deutschen Radtouristen vermehrt Wert auf höhere Qualität legen. „Um das Wachstumspotenzial im Fahrradtourismus zu nutzen, müssen die Bundesländer noch enger zusammenarbeiten“, meint dazu der Parlamentarische Staatssekretär beim Bundesverkehrsminister, Ulrich Kasparick. „Radfahrer orientieren sich nicht an Landesgrenzen. Deshalb müssen wir unsere Strecken länderübergreifend pflegen und vermarkten“, gibt er zu bedenken.

Doch nicht nur die Deutschen und nicht nur die Radler unter ihnen lieben es naturnah. Auch das Auslandsmarketing der deutschen Touristiker zielt intensiv auf den Megatrend. Die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) legt dazu 2009 ein Themenjahr auf, unter dem Motto: „Aktivurlaubsziel Deutschland, Lifestyle, Wandern und Radfahren“. 2006 waren laut World Travel Monitor von IPK International rund ein Drittel aller Urlaubsreisen aus dem europäischen Ausland mit sportlichen Aktivitäten verbunden. Auf Platz eins stehen dabei Wandern, Laufen und Bergsteigen mit knapp 45 Prozent. Auch 2007 blieb die Nachfrage nach Aktivitäten in den Naturlandschaften stabil. Bei den Überseemärkten Asien und Amerika stellt die DZT dagegen Trendsportarten wie Golf in den Vordergrund der Kommunikation. 75 Prozent der Touristen kommen aber aus europäischen Ländern nach Deutschland, weshalb das Themenjahr „Aktivurlaub“ in erster Linie als europäisches Thema behandelt wird.



Sanfte Flusspferde: Mit der Gierfähre setzen Reiter bei Arneburg ans andere Ufer über. In der Altmark, dem Mekka für Naturliebhaber in Sachsen-Anhalt und einem der ältesten deutschen Kulturräume, sind sie oft noch allein auf weiter Flur.

Kernstück des Themenjahres wird der marktspezifische Einsatz von Pocketguides zu den Themen Wandern, Radfahren, Schwimmen, Wintersport und Golf sein. „Deutschland hat bereits einen sehr positiven Ruf als Sportland und als Land mit einer herrlichen Naturvielfalt“, resümiert Petra Hedorfer, Vorsitzende des Vorstands der Deutschen Zentrale für Tourismus. Die Deutschen freut's, denn der Naturschutz liegt ihnen am Herzen, auch wenn es manchmal nicht so aussieht. Für 93 Prozent der Befragten einer aktuellen Emnid-Studie ist es wichtig, dass es solche Schutzgebiete wie die Nationalen Naturlandschaften gibt, und diese Zahlen wachsen von Jahr zu Jahr.

Der Trend heißt also „Harz statt Haiti“, doch wie kommt's? Statt lange Flüge auf sich zu nehmen und sich in lauten Millionen-Großstädten zu tummeln, zieht es die Deutschen wieder in die heimische Natur, eine Urlaubsform, die durch



Die wieder entdeckte Liebe der Deutschen zum Aktiv- und Naturtourismus hat vielfältige Gründe, sagen Experten. Dem einen bringt sie die nötige Erdung, dem anderen ein neues Zeitgefühl.

die Diskussion um den Klimawandel zusätzlich Auftrieb bekommt. „Gerade für die, die nur für ein paar Tage verreisen wollen, ist so ein Urlaub einfach vernünftiger als irgendwohin zu fliegen“, meint Astrid Klug, Staatssekretärin im Bundesumweltministerium. Ein kontinuierlich wachsendes Interesse am aktiven Naturerlebnis bestätigt auch Thomas Klepel, Leiter des Naturparks Dübener Heide. „Wildnis ist wieder wertvoll seit der Alltag immer turbulenter wird. Bei uns haben die Urlauber ihre Ruhe und können neue Wurzeln schlagen.“ Der Hit im Park: Das Infozentrum mit Live-Cam-Übertragung aus dem Fischadlerhorst in Schlaitz.

TREND – PUBLIKATIONEN

Neue Broschüre für Aktiv- und Naturtouristen

„Aktiv im Naturreich Sachsen-Anhalt“ heißt eine neue Broschüre der Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH (IMG), die jetzt erstmals Reiseziele für Aktiv- und Natururlauber kompakt in einem Druckwerk zusammengefasst vorstellt.

Auf 54 Seiten bietet die neue Broschüre Ideen für die Urlaubsplanung und hilft bei den Reisevorbereitungen – mit Übersichtskarten, Serviceadressen, Literaturhinweisen sowie Restaurantempfehlungen, Familien-, Kultur- oder Tourentipps. Ein Beileger enthält außerdem mehr als dreißig Empfehlungen für Tagesausflüge und Kurzurlaube. Ausführlich werden Rad-, Wander-, Wasser- und Reitwege im Land vorgestellt. Wer sich bereits eine Reiseregion ausgesucht hat, findet zusätzliche Anregungen für den Natur- und Aktivurlaub in dieser Gegend. Bestellt werden können die Broschüre (Herausgeber: IMG) und der gleichnamige Beileger (Herausgeber: Tourismus Marketing Sachsen-Anhalt GmbH) auch im Internet unter www.sachsen-anhalt-tourismus.de.

Neu erschienen ist auch das Handbuch „Radtourismus in Sachsen-Anhalt“ (Herausgeber: Ministerium für Wirtschaft und Arbeit des Landes Sachsen-Anhalt), mit Analysen, Handlungsempfehlungen und Perspektiven zum Thema.

Wie läuft's denn so auf der Spur der Sterne?

Mehr als ein Jahr ist es jetzt her, dass die touristische Erlebnisroute Himmelswege offiziell eröffnet wurde. Seitdem hat sich viel getan zwischen Halle und Goseck. Die Besucherzahlen der vier Stationen verblüffen selbst Skeptiker.

Ohne den spektakulären Fund der Himmelscheibe, 1999 auf dem Mittelberg, nahe des kleinen Örtchens Wangen bei Nebra, gäbe es die Himmelswege wohl gar nicht.

Erst die Entdeckung der 3.600 Jahre alten Sternenkarte aus der Bronzezeit hat möglich gemacht, was viele gar nicht für möglich hielten. Jetzt sind die Himmelswege sogar zur vierten touristischen Markensäule Sachsen-Anhalts geadelt worden. „Die Himmelswege gehören auf Grund ihres Alleinstellungsmerkmals und des Imagegewinns für unser Land zu den touristischen Highlights.

Mit einem Plus von 2,9 Prozent bei den Übernachtungen in der Region der Himmelswege lagen die Zahlen deutlich über dem Landesdurchschnitt für Sachsen-Anhalt, der mit 1,7 Prozent gemeldet wurde.

Nirgendwo anders in Deutschland sind derart sensationelle Funde auf so engem Raum zu erleben“ sagte Wirtschaftsminister Dr. Reiner Haseloff dazu. Komplet ist die Route seit dem 23. Mai 2008 mit der Wiedereröffnung des Landesmuseums für Vorgeschichte in Halle, das zuvor grundlegend saniert wurde und nun mit einer neuen Dauerausstellung zur Jungsteinzeit und Bronzezeit für Furore sorgt. 5.200 Besucher kamen in der ersten Woche nach der Eröffnung, nach drei Wochen waren es deutlich über 10.000. Glanzstück der Schau ist das Original der Himmelscheibe, das seinen Platz im Magazin des Museums gegen einen eigens für ihn konzipierten Raum getauscht hat, und hier nun dauerhaft zu sehen sein wird.

2007 standen die Himmelswege erstmals im Mittelpunkt des Tourismusmarketings in Sachsen-Anhalt. Die guten Besucherzahlen der Route hatten wesentlichen Anteil an der erfolgreichen Tourismusbilanz 2007. Der Region Halle-Saale-Unstrut bescherten die Himmelswege nach Angaben des Statistischen Landesamtes Sachsen-Anhalt mit rund 1,13 Millionen Übernachtungen

BESUCHERZAHLEN

Mehr als 100.000 Menschen kamen seit der Eröffnung im Juni 2007 in das multimediale Besucher- und Informationszentrum Arche Nebra in Wangen. Das Landesmuseum in Halle zählte drei Wochen nach der Wiedereröffnung im Mai 2008 über 10.000 Schaulustige.

Das Sonnenobservatorium Goseck hatte 2007 rund 15.000 Gäste. 9.600 davon besuchten den Infopoint im Schloss Goseck, 7.500 buchten eine Führung. 2008 kamen bis Mitte Juni 4.500 in den Infopoint, rund 6.500 (Schätzung) besuchten die frei zugängliche Kreisgrabenanlage.



Scheibe des Anstoßes: Der Hortfund von Nebra war Anlass für die Entwicklung der neuen Reiseroute Himmelswege.

ein Plus von 2,9 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Damit entwickelte sich die Himmelswege-Region deutlich dynamischer als der Landesdurchschnitt (Übernachtungszuwachs 1,7 Prozent). Grundlage der Erhebung waren Beherbergungsbetriebe mit mindestens neun Betten.

Insgesamt gab es 2007 in Sachsen-Anhalt mehr als 6,5 Millionen Übernachtungen. Touristische Hot-Spots in der Nähe der Himmelswege-Stationen wie Naumburg (133.122 Übernachtungen, + 8,5 Prozent) oder Querfurt (10.525 Übernachtungen, + 26,8 Prozent) profitieren besonders deutlich von den Himmelswege-Besuchern. In Freyburg/Unstrut wurden 43.176 Übernachtungen gezählt (+ 2,7 Prozent). Einen leichten Rückgang von 0,2 Prozent gab es in Halle, das zu diesem Zeitpunkt allerdings durch die Umbauarbeiten im Landesmuseum noch nicht an die Himmelswege-Route angeschlossen war.

Kombiangebote besonders beliebt

Am beliebtesten bei Ausflüglern waren Tagestouren auf der Spur der Sterne und hier vor allem Angebote, die die archäologische Entdeckungstour mit anderen Themen kombinieren. Besonders beliebt: genussorientierte Abstecher, etwa in die Weinregion an Saale und Unstrut, oder Touren an der „Straße der Romanik“. Viele besuchten hier bekannte Highlights wie den Naumburger Dom, die Neuenburg oder Memleben mit Kloster und Kaiserpfalz. „Da unsere Region vor allem aktivtouristisch interessierte Best Ager anzieht, sind die Himmelswege natürlich ein großer Gewinn“, sagt Andrea Meyer, Geschäftsführerin des Saale-Unstrut-Tourismus e.V.

„Gerade Radurlauber nutzen die Kombiangebote, da unsere Radwege alle Himmelswege-Stationen so schön vernetzen.“

Gefördert wurde der Auf- und Ausbau der Himmelswege mit rund 10,5 Millionen Euro im Rahmen der Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“. Das Wirtschaftsministerium stellte für 2007 und 2008 außerdem insgesamt 80.000 Euro für die Entwicklung touristischer Angebote zur Verfügung. Rund 300.000 Euro setzten die Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH und die Tourismus-Marketing-Sachsen-Anhalt GmbH 2007 für Marketing und Vertriebsmaßnahmen zum Thema „Himmelswege“

ein. Dazu gehörten neben Publikationen und bundesweiter Pressearbeit auch eine deutschlandweite Kampagne mit Großplakaten in Städten, auf ICE-Bahnhöfen und in Fernzügen, Kooperationen mit der Deutschen Bahn, AMEROPA, Dr. Tigges und TUI. Die weltweite Vermarktung lief erfolgreich über die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) und natürlich auf Messen wie der Grünen Woche oder der Internationalen Tourismusbörse (ITB) in Berlin.

Etwas begeistert die Touristiker besonders: Viele Sachsen-Anhalter haben nicht nur das Potenzial der neuen Tourismusroute schnell erkannt, sie haben sich ihre Himmelswege auch längst zu eigen gemacht. Immerhin leisteten ihre Vorfahren hier schon vor Jahrtausenden Grandioses und darauf sind sie sichtbar stolz. Wen wundert es da, dass viele mit cleveren Ideen selbst neue Produkte rund um die Himmelswege entwickeln und anbieten.



Zum 1-jährigen mit Besucherrekord: Rund 120.000 Besucher zählte die Arche Nebra seit ihrer Eröffnung am 21. Juni 2007, darunter viele Gruppenreisende und Familien.

„Wir haben 2008 gleich vier neue Touren von kleinen Anbietern hier in der Region in unsere Internetpräsenz aufgenommen, und es werden bestimmt nicht die letzten sein“, erzählt Manuela Werner, Marketingverantwortliche der Arche Nebra. Da radeln die Urlauber von der Arche Nebra durch das Unstruttal über Freyburg bis zum Sonnenobservatorium Goseck oder gehen auf Erlebnis-Kanutour auf der Unstrut, direkt unterhalb der Arche Nebra. Viele kleine Erfolgsgeschichten, in denen nicht selten die Lebensträume ihrer Erdenker stecken. In Nebra hat Anfang des Jahres das 3-Sterne-„Schlosshotel zur Himmelsscheibe“ wieder eröffnet, ein weiteres Bettenhaus ist in Planung. In Wangen tüftelt ein Gastronom in seiner gerade neu erstandenen Immobilie an kulinarischen Himmelserfahrungen, und im Hochseilgarten Vitzenburg werden gestresste Manager demnächst auch auf die Spur der Sterne geschickt. Na dann, gute Reise!

Quellen: Tourismusbilanz - Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt und Saale-Unstrut-Tourismus e.V.; Mitteleinsatz: IMG und Wirtschaftsministerium Sachsen-Anhalt; Besucherzahlen: Landesmuseum für Vorgeschichte Halle, Arche Nebra, Sonnenobservatorium Goseck



Dickhäuter: Museumsdirektor Meller und seine Kollegen scherten sich nicht darum, wie es andere machen. Sie konzipierten eine Ausstellung, die den Besucher hautnah konfrontiert. Dafür gab's dickes Lob von allen Seiten.

PROJEKT HIMMELSWEGE - AKTUELL

Rund 120.000 Besucher blickten in die Bronzezeit

Positive Bilanz zum 1. Geburtstag der Arche Nebra: „Reichlich Schubkraft für den Tourismus im Land“ bescheinigte Sachsen-Anhalts Wirtschaftsminister Dr. Reiner Haseloff der goldenen Himmelsbarke anlässlich ihrer ersten Jahres-Pressekonferenz am 19. Juni 2008.

Rund 120.000 Gäste haben die Arche Nebra seit ihrer Eröffnung im Juni 2007 besucht und sich durch die multimediale Präsentation und die Planetariumsshow in den bronzezeitlichen Sternenhimmel entführen lassen. „Mit der Arche umgibt den originalen Fundort der Himmelsscheibe eine ganz besondere Aura“, so der Minister. „Das zeigen auch die Gästezahlen, welche das Besucherzentrum zu einer touristischen Erfolgsgeschichte machen.“

Die meisten Besucher kamen aus Sachsen-Anhalt und den Nachbarländern Thüringen, Sachsen und Brandenburg in die Arche Nebra, einige reisten aber auch von weit her an, aus Ländern wie den USA, Mexiko oder Brasilien. Besonders beliebt waren im ersten Jahr die angebotenen Führungen und Aktionsprogramme, jeder fünfte Besucher buchte so ein Angebot.

15 Prozent der Besucher waren Gruppenreisende, eine deutliche Steigerung gegenüber der 100-Tage-Bilanz vom September 2007, da waren es noch 7 Prozent. Erfreulich ist auch der hohe Anteil an Familien, die die Familienkarte nutzten. Knapp 17.000 Mal wurde so ein Ticket verkauft, mit dem zwei Erwachsene und bis zu vier Kinder für 16 Euro Eintritt erhalten. 14 Prozent der Besucher stellten Familien.

In Zukunft komme es darauf an, die Himmelswege weiter zu profilieren und mit anderen Stärken im Land zu verbinden, sagte Haseloff, und sicherte auch für den qualitativen Ausbau der Stationen die weitere Unterstützung des Landes zu.

Quellen: Arche Nebra, Wirtschaftsministerium Sachsen-Anhalt

Mut zur Lücke: Keine langen Märsche vor Vitrinen

Harald Meller ist sachsen-anhaltischer Landesarchäologe und Direktor des Landesmuseums für Vorgeschichte in Halle. Seinen Archäologen predigt Meller Mut zur Lücke, aus Überzeugung. Wer breite Begeisterung für Geschichtliches wecken will, muss Wissen leicht und hautnah präsentieren, sagt er.

Herr Meller, drei Wochen nach der Wiedereröffnung des Museums, wie sind die Reaktionen?

Die Reaktionen sind durchweg sehr positiv. Wir haben sowohl von den Besuchern als auch von der Fachwelt eine überwältigende Zustimmung erfahren. Das zeigt sich auch an unseren Besucherzahlen, für die ersten vier Wochen rechnen wir mit rund 15.000 Gästen.

Die neue Dauerausstellung im Landesmuseum unterscheidet sich deutlich von der Art der Präsentation anderer Vorgeschichtsmuseen, warum?

„Archäologie-Tourismus erreicht Menschen, die sich eine Reise auch etwas kosten lassen“

Harald Meller

Weil wir Archäologie im Kontext mit den Lebensrealitäten der damaligen Zeit zeigen wollen. Deswegen haben wir beispielsweise auch monumentale Blockbergungen an die Wand gebracht, damit sich der Besucher

fühlen kann, als wäre er live bei der Ausgrabung dabei. Wir wollen die Fantasie anregen, damit wir den Menschen die wichtigste Frage, die sie immer stellen, eindrücklich beantworten können: wie haben unsere Vorfahren damals gelebt, wie waren sie? Dabei lassen wir auch den künstlerischen Aspekt nicht außer Acht. Da zeigt zum Beispiel ein Steinbeilregen aus 3.700 Originalen eindrücklich, welch gewaltsamer Akt die Abholzung der Wälder damals war.

Wie müssen denn wissenschaftliche Themen aufbereitet sein, um viele Besucher zu erreichen?

Mit verschiedenen Informationsebenen. Im Landesmuseum ist es sowohl möglich, in eineinhalb Stunden durch die Ausstellung zu schlendern und die wichtigsten Informationen

INFO

Das Landesmuseum für Vorgeschichte in Halle ist der älteste Zweckbau für prähistorische Archäologie in Deutschland. Im Rahmen der Sanierung wurden jetzt die ursprünglichen Pläne der Architekten von 1912 in die Tat umgesetzt und Platz für 3.000 Quadratmeter Ausstellungsfläche geschaffen. Der Sammlungsbestand des Museums beträgt rund 13 Millionen Stücke, vorwiegend mitteldeutscher Herkunft.

Landesmuseum für Vorgeschichte Halle, Richard-Wagner-Str.9, 06114 Halle, Tel: 0345/5247-580, www.archlsa.de

mitzunehmen. Der Professor kann hier mit seinen Studenten aber auch Tage und Wochen zubringen. Wer mehr entdecken will, kann nämlich an den verschiedenen Schubladen in die Tiefe gehen, wo sich dann Informations-Lücken füllen. Da gibt es auch Spezielles für Kinder. Die Materialfülle ist größer als in manch anderen Museen, nur überfällt sie den Besucher nicht gleich. Wir wollten keine langen Märsche vor Vitrinen!

Welche Bedeutung hat der Archäologie-Tourismus für Sachsen-Anhalt?

Große Bedeutung. Das wir hier ein ungeheures Potenzial haben, hat schon unsere Umfrage damals zur Sonderausstellung „Der geschmiedete Himmel“ gezeigt. Wir haben 7.000 Besucher befragt, 68 Prozent kamen von weit her, auch der Anteil an Akademikern war sehr hoch. Kurz: es kamen viele, die sich eine Reise etwas kosten lassen. Die Archäologie hat sie an Orte gebracht, die sie sonst vielleicht nicht besuchen würden. Viele haben sich beispielsweise immer wieder verblüfft und begeistert über Halle geäußert.

Neben der neuen Dauerausstellung, worauf können sich Besucher des Landesmuseums demnächst freuen?

Ab dem 31. Oktober 2008 ist die Landesausstellung „Fundsache Luther“ zu sehen, die viel Privates über den Reformator enthüllt. 2009 haben wir eine große Ausstellung zur Megafauna, mit riesigen Elefantenskeletten.

TERMINE

Heute Tagestourist, morgen Kurzurlauber

Ganz so einfach wird es wohl nicht sein, den klassischen Tagestouristen zum Kurzurlaub zu bekehren. Wie das klappen kann, ist Thema des Tourismustages Sachsen-Anhalt 2008 am 27. November in Quedlinburg – jetzt schon vormerken!

Weitere ausgewählte Termine:

17. bis 20. Juli 2008 – Friedrichshafen
OutDoor – Messe Friedrichshafen (Bodensee), die Messe für alle Outdoor-Anbieter und Aktivtouren-Veranstalter
 Aussteller-Info: Tel. 07541 / 708 41 6

23. Juli 2008 – Magdeburg
Service-Qualität Sachsen-Anhalt – Auffrischkurs für Touristiker, die bereits an einer Schulung teilgenommen haben.
 Info: Tel. 0391 / 738 43 00

11. September – Magdeburg
Lehrgang Touristisches Destinationsmanagement (IHK) für touristische Leistungsträger und ihre Mitarbeiter/-innen
 Info: Herr Weber, Tel. 03 91 / 569 32 10

Wann Testimonials die Glaubwürdigkeit stärken

Persönliche Empfehlungen Prominenter an ihre Urlauber schätzen Touristiker ganz besonders, fast scheint es, als kämen sie gar nicht mehr ohne aus. Eine Studie belegt: nicht immer macht Werbung mit bekannten Gesichtern Sinn.

Früher hatten Produkte noch Gesichter. Ein Blick in die Werbung genügte, schon war klar: Diese Person steht für jenes Produkt. Die Werbefiguren waren Ikonen der Reklame – unzertrennlich mit ihrer Marke verbunden. Die Werber nennen sie heute ziemlich kalt „Testimonials“ – was eher unromantisch mit „Empfeher“ zu übersetzen ist. Immerhin 64 Prozent der Werber erhoffen sich einen positiven Imagetransfer vom Promi zum Produkt, 35 Prozent zielen auf einen schnellen Bekanntheitsgrad, wie eine Emnid-Umfrage zeigt. „Wichtig ist eine Vorab-Kontrolle“, erklärt Ute C. Hopfengärtner. Die Fachfrau

„Der Promi sollte optimal zum Produkt passen.“

Ute C. Hopfengärtner

leitet das Hotel-Team bei Wilde & Partner, Deutschlands PR-Agentur des Jahres 2008. Sie sagt: „Wichtig ist, das die Person wirklich gut zum Produkt passt, dann kann ein Testimonial sehr erfolgreich sein. Im Luxus und High-End-Bereich arbeiten wir aber sehr wenig mit Testimonials. Desto exklusiver eine Unterkunft ist, desto weniger lassen sich die Gäste bei ihrer Reiseentscheidung davon beeinflussen, ob Prominente mit ihrem Gesicht und ihrer Stimme dort werben“.

Marketing-Experte Jung von Matt empfiehlt in jedem Fall, den „Promi“ vorab zu prüfen. Denn: 61 Prozent der befragten Werbeleiter der Studie rechnen mit einem Imageverlust des Produkts durch negatives Verhalten des Prominenten, 36 Prozent geben die starke Abhängigkeit vom Image dieser Person zu bedenken und 25 Prozent bestätigen Testimonials keine Glaubwürdigkeit, wenn die Prominenten bereits für viele Produkte werben. Das Fazit der Experten hat immer einen ähnlichen Tenor: Vorsicht ist vor allem dann geboten, wenn Agenten ihre „Auslaufmodelle“ zu günstigen Konditionen vermitteln. Empfehlenswert für kleine touristische Unternehmen sind dagegen zum Beispiel ehrliche Gästebucheinträge, auch online, und auch mal unbekanntere Gesichter, die dafür aber das Produkt optimal verkörpern.

INFO

Emnid befragte 500 deutsche Werbeleiter zu den Vor- und Nachteilen der Werbung mit Prominenten. Ein Auszug:
 64 % hoffen auf einen positiven Imagetransfer zur Marke
 35 % rechnen mit einem schnellen Bekanntheitsaufbau
 61 % warnen vor Imageverlust durch schlechtes Verhalten
 36 % zu starke Abhängigkeit vom Image des Prominenten
 25 % keine Glaubwürdigkeit durch Multi-Testimonials
 11 % zu starke Polarisierung durch den Prominenten



Ganz neue Töne schlägt Sachsen-Anhalt 2009 an, wenn das traditionsreiche Musikland im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit steht. Ein Konzept, das breiten Anklang finden wird, hoffen die Touristiker.

VORSCHAU

Musik.Zeit.Reisen – 2009 im Zeichen des Taktstocks

Titel: Die große Musiktradition Sachsens-Anhalts steht, unter dem Motto: „Musik.Zeit.Reisen: Sachsen-Anhalt“, 2009 im Fokus der Gästewerbung. In der nächsten Ausgabe stellen wir das neue Konzept dazu vor.

Trend: Kultur- und Bildungsreisen haben Konjunktur. Welche Potenziale Sachsen-Anhalt hier zu bieten hat und wie Touristiker die Chancen optimal nutzen.

Projekte: Die ersten Bilanzen: Altmärkisches Handsejahr und Sommer in den Gartenträumen. Außerdem: Industriekultur in Sachsen-Anhalt

Marketing/Vertrieb: Einsatz von Online-Newslettern

IMPRESSUM

Die Publikation „News + Trends“ wird interessierten Partnern per E-Mail oder im Postversand zur Verfügung gestellt. Darüber hinaus kann „News + Trends“ unter www.img-sachsen-anhalt.de im Inhaltsbereich „Download“ heruntergeladen werden.

Herausgeber: Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH, Am Alten Theater 6, 39104 Magdeburg, Tel. 0391.567-7080, Fax 0391.567-7081, welcome@img-sachsen-anhalt.de, www.img-sachsen-anhalt.de

Ansprechpartner: Ursula Schild, Tel. 0391.567-7088, presse@img-sachsen-anhalt.de

Gestaltung: Hoffmann und Partner Werbeagentur GmbH, Magdeburg

Druck und Weiterverarbeitung: Stelzig Druck, Magdeburg

Bildnachweis: Archiv Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH, T. Bile, Saale-Unstrut-Tourismus e.V., J. Lipták, Landesamt für Denkmalpflege und Archäologie Halle (Saale), Hoffmann und Partner Werbeagentur mit Genehmigung der Dom- und Domschatzverwaltung Halberstadt

Redaktionsschluss: 20. Juni 2008;

1. Auflage;
Ausgabe Juni 2008