

# News + Trends

## Sonderausgabe Tourismuspreis Sachsen-Anhalt



SACHSEN-ANHALT

Investitions- und  
Marketinggesellschaft

### INHALT

03.2008

<b>Titel:</b> Tagestourismus	1
<b>Tourismuspreis 2008:</b> Die Nominierten	3
<b>Tourismuspreis 2008:</b> Die Preisträger	5
<b>Deutscher Tourismustag:</b> Fazit	8
<b>Vorschau:</b> Spiritueller Tourismus	8

### TITEL

## Vom Tagestouristen zum Kurzurlauber

**Sie sind laut, verursachen Chaos und bringen nichts ein, so die Vorurteile gegenüber Tagestouristen. Unge-rechtfertigt, finden Tourismusforscher, denn in vielen Tagestouristen steckt mindestens ein Kurzurlauber und immer ein schneller Multiplikator.**

Die Deutschen buchen ihre Reisen immer kurzfristiger und kürzer und ergänzen die klassischen Haupturlaubsreisen über das Jahr hinweg häufiger mit Spontantrips. Kultur- und Bildungsreisen stehen besonders hoch im Kurs. Dabei landet der Finger auf der Landkarte bei so manchem Urlauber öfter in heimischen Gefilden als noch vor wenigen Jahren. Das hat eine Blitzumfrage des Deutschen Tourismusverbandes e.V. (DTV) zum Sommerurlaub 2008 gezeigt. „Besonders innovative Produkte und individueller Service kommen bei den Gästen sehr gut an. Kurze Erholungsreisen in der Natur und erlebnisreiche kulturelle Angebote sind eine Alternative zu langen Auslandsreisen geworden“, sagt DTV-Hauptge-schäftsführerin Claudia Gilles.

Beste Voraussetzungen also für die Kurz- und Kulturrei-sedestination Sachsen-Anhalt, um ihre Gäste spätestens beim nächsten Tagesbesuch zu einem Kurzurlaub zu verfüh-ren. Wie das gelingen kann, ist ein heiß diskutiertes Thema unter den Tourismusverantwortlichen, auch auf dem diesjäh-rigen Tourismustag Sachsen-Anhalt unter dem Motto „Heute Tagestourist – Morgen Kurzurlauber“.

### EDITORIAL

*Tourismuspreis gab zusätzlichen  
Motivationsschub für Stadtsprung*

**Sehr geehrte Damen und Herren,**  
*der Gewinn des Tourismuspreises Sachsen-Anhalt 2007 durch unsere noch junge Kooperation „Stadtsprung. Städte zwischen Harz und Elbe“ war ein echter Motivati-onsschub für das künftige gemeinsame Tourismusmarke-ting der acht Städte Dessau-Roßlau, Halberstadt, Halle (Saale), Magdeburg, Naumburg, Quedlinburg, Wernige-rode und Lutherstadt Wittenberg. Neben der medialen Aufmerksamkeit hat insbesondere das mit dem Gewinn des ersten Preises verbundene Maßnahmenpaket im Wert von 20.000 Euro unsere Marketingaktionen nach-haltig unterstützt. Im Quellmarkt Nordrhein-Westfalen konnte Stadtsprung beispielsweise in den Städten Köln und Düsseldorf mit Großflächenwerbung für das Thema Städtetourismus im Reiseland Sachsen-Anhalt werben.*

*Olaf Ahrens,  
Stadtsprung-Sprecher und Geschäftsführer der MMKT*



**Bleib doch noch ... Reisende an der Harzer Schmalspurbahn. Wie es gelingen kann, dass aus Tagestouristen Kurzurlauber werden, ist ein heiß diskutiertes Thema unter Touristikern. In Sachsen-Anhalt reisen die meisten Tagesgäste in den Harz.**



Festivalstimmung in Ferropolis: Ungewöhnliche Orte und Veranstaltungsideen locken neue Gäste in eine Reiseregion. Damit sie länger bleiben als nur eine Nacht, muss die Qualität stimmen.

Die Zahlen geben den Kurs vor: Laut einer Erhebung des Beratungsunternehmens für die Tourismus- und Freizeitbranche dwif-Consulting vom März 2008 buchen die Deutschen pro Jahr rund 3,4 Milliarden Tagesreisen. Damit stellen die nicht von allen geliebten Tagestouristen einen wesentlichen Anteil der 4,4 Milliarden Aufenthaltstage im Binnentourismus. In Sachsen-Anhalt waren die „Urlauber für einen Tag“ schon 2001 mit rund 61 Prozent oder 1,23 Milliarden Euro am Umsatz des Tourismusmarktes beteiligt.

### Schwergewicht im Binnentourismus

Ein Schwergewicht also, das aber durchaus leichtfüßig daherkommen kann und nicht unbedingt nur Müll und Verkehrschaos mit sich bringen oder andere Urlauber verschrecken muss. Genau davor haben viele Touristiker allerdings noch immer Angst – auch das zeigt die Auswertung der dwif-Consulting vom März 2008. Bei den Regionen in Sachsen-Anhalt führt der Harz neben der Übernachtungs- auch die Tagesausflugsstatistik an und widerlegt unter anderem das Vorurteil, Tagestouristen brächten kein Geld in die Kassen.

Im Vergleich mit den anderen sachsen-anhaltischen Regionen fallen die Ausgaben der Tagesreisenden im Harz mit 31,30 Euro überdurchschnittlich hoch aus (Landesdurchschnitt: 21,25 Euro). Gerade Reiseländer, die in größerem Umfang Neukunden gewinnen wollen, sollten einen Fokus auf Kennenlernangebote wie Tagesreisen und Ausflüge legen.

Das große Marktvolumen der Tagesreisen bringt Multiplikatoreffekte mit sich: Neue Angebote und Qualitätsverbesserungen sprechen sich schneller herum. Gute Voraussetzungen, dass aus dem Tagestouristen beim nächsten Besuch ein Kurzurlauber wird.

## TITEL – NACHGEFRAGT

### Prof. Dr. Bernd Eisenstein unterrichtet Internationales Tourismusmanagement an der Fachhochschule Westküste in Heide (Schleswig-Holstein)

*Herr Professor Eisenstein, heute Tagestourist – morgen Kurzurlauber. So schnell geht es wohl doch nicht ...*

Wie lange es braucht, bis aus dem Tagestouristen ein Kurzurlauber wird, ist natürlich regional verschieden. Ich warne jedoch davor, bei Planung und Marketing nur auf kurzfristige Erfolge zu setzen. Auf jeden Fall braucht es

**„Erfolge brauchen meist länger als eine Legislaturperiode.“**

Dr. Bernd Eisenstein,  
Professor für Internationales  
Tourismusmanagement

meist länger als eine Legislaturperiode bis sich bleibende Erfolge einstellen.

In Sachsen-Anhalt gibt es, gerade bei den kulturtouristischen Tagesreisen, schon viele exzellent umgesetzte Ideen. Ein spannendes Angebot allein reicht aber nicht aus. Gerade der Tagestourist wünscht

sich ein abwechslungsreiches Programm innerhalb kürzester Zeit, das ihn weder überfordert noch langweilt. Das Wichtigste ist deshalb, die Sicht der Reisenden auf eine Destination wirklich genau zu kennen und immer wieder zu überprüfen – um notfalls nachjustieren zu können.

*Was können Touristiker tun, damit aus dem Tagestouristen ein Kurzurlauber wird?*

Fünf Erfolgsfaktoren sind essenziell: Erstens die Professionalisierung in allen Bereichen, ob Marketing, Controlling oder Service. Die bestmögliche Qualifikation der Verantwortlichen ist heute einfach ein Muss, aber oft noch keine Selbstverständlichkeit.

Zweitens eine starke Nachfrageorientierung und ein zielgruppenspezifisches Marketing, das gar nicht individuell genug sein kann.

Drittens ein deutliches Produktprofil und eine klare Imagepositionierung – wofür steht mein Produkt?

Viertens eine starke Prozessorientierung, also reibungslose Abläufe und eine perfekte Logistik an allen Stationen der Kurzreise.

Und fünftens eine hohe Kooperationsfähigkeit, die meist das Kernproblem im Tagestourismus ist. Ich kann nur immer wieder raten: Arbeiten Sie zusammen, interessieren Sie sich für wirklich alle Aspekte Ihrer Destination. Kann ich helfen, die Anreisemöglichkeiten zu verbessern? Wie funktioniert die Besucherlenkung vor Ort? Können beispielsweise Museen ihre Öffnungszeiten besser untereinander abstimmen? Ist der Einzelhandel vor Ort genügend mit einbezogen? Wie stehen die Einheimischen zum Tourismus vor Ort? Wie wirken sie auf den Reisenden? Das gilt für den kleinen Ort im Gebirge ebenso wie für die länderübergreifende Zusammenarbeit von Destinationen. Das Problem ist dabei meist weniger ein praktisches als ein psychologisches. Viele Touristiker haben einfach Hemmschwellen, wenn es um Kooperation geht und vergeben sich damit nicht selten die Chance auf eine weit größere Marktwirkung.

## INFO

### Tourismus in Deutschland

- 5,5 Milliarden Aufenthaltstage im Jahr,
- 4,4 Milliarden davon im Binnentourismus,
- 3,4 Milliarden davon Tagesreisen,
- 78,7 Millionen davon in Sachsen-Anhalt.

Quelle: dwif, Tagesreisen der Deutschen

NOMINIERT IN DER KATEGORIE  
„INNOVATIVES TOURISMUSMARKETING“  
DOMSCHATZ HALBERSTADT 2008

## Der sagenhafte Schatz von Halberstadt

Der Großteil eines der kostbarsten Kirchenschätze der Welt lag viele hundert Jahre versteckt hinter Jahrtausende alte Mauern. Die spektakulärsten der insgesamt 650 sakralen Schatzstücke sind seit dem 13. April 2008 in einer neuen Dauerausstellung zu sehen, die ein großer Erfolg geworden ist.



„Der Andrang hat uns alle umgehauen“, sagt Martin Eberle, Domschatzjahr-Koordinator der evangelischen Kirche. Er ist sichtlich stolz auf das, was die im Herbst 2006 eigens zur Vorbereitung der Domschatzeröffnung gegründete „Arbeitsgruppe

Öffentlichkeitsarbeit“ aus Stadtvertretern, Kirchenverantwortlichen, Touristikern und Mitarbeitern der Stiftung Dome und Schlösser mit der aufwändig realisierten Schau im Halberstädter Dom erreicht hat. Schon am Eröffnungstag kamen 5.000 Besucher, um den Domschatz zu sehen, in den ersten 14 Tagen waren es rund 10.000, zwei Monate später bereits 32.000 und Anfang November 92.000. Zum Vergleich: 2007 hatte der Dom rund 25.000 Gäste im ganzen Jahr. „Anfang Dezember erwarten wir den 100.000sten Besucher“, sagt Claudia Becker von der Domschatzverwaltung. Zu sehen ist ein einzigartiges Ensemble mittelalterlicher Kunstwerke, die alle im Bezug zu ihrer früheren gottesdienstlichen Nutzung gezeigt werden. „So findet auch der Laie einen verständlichen Zugang zum Thema“, erklärt Eberle. Weltbedeutend ist beispielsweise die Textilien-sammlung des Domschatzes, nur der Vatikan hat eine größere.

Fakten, die die Öffentlichkeitsarbeiter der sakralen Kostbarkeiten geschickt vermarktet haben: Sie können ein enormes Medieninteresse vorweisen. Rekord: 5,99 Millionen Zuschauer in 2:45 Minuten – ein Bericht der Tagesschau. Neue Reiseangebote und Pauschalbausteine wurden von Stadt und Kirche gemeinsam entwickelt, Stadt- und Domführer speziell geschult. Neu ist auch die tägliche Abstimmung des Tourismusbedarfs zwischen Halberstadt-Information und Kirche, die eine optimale Nachfrageorientierung ermöglicht.

### INFO

**Projekt:** Domschatz Halberstadt 2008  
**Einreicher:** Stadt Halberstadt,  
AG Öffentlichkeitsarbeit Domschatzeröffnung  
Halberstädter Dom St. Stephanus und St. Sixtus  
Domplatz 16a, 38820 Halberstadt,  
[www.dom-und-domschatz.de](http://www.dom-und-domschatz.de) / [www.halberstadt.de](http://www.halberstadt.de)

**Der Domschatz Halberstadt:** Alle im Mittelalter gebräuchlichen Kunstgattungen sind zu sehen – Altarbilder, Skulpturen, Handschriften, Mobiliar, Bronzewerke und Goldschmiedearbeiten. In der Schatzkammer werden Reliquiare, Altargerät und Elfenbeinschnitzereien gezeigt, darunter auch Werke aus byzantinischen und islamischen Werkstätten.

NOMINIERT IN DER KATEGORIE  
„INNOVATIVES TOURISMUSMARKETING“  
AUF HIMMELSWEGEN DURCH  
SACHSEN-ANHALT

## Auf Himmelswegen durch Sachsen-Anhalt

Im Süden Sachsens-Anhalts geben archäologisch einmalige Funde von internationaler Bedeutung an vier „Himmelswege“-Stationen Auskunft über die Vorgeschichte einer Region, die einmal zu den wichtigsten Zentren Europas zählte. Eine Reiseroute, die seit ihrer Eröffnung Besucher aus aller Welt sahen.



Der Fund der „Himmelsscheibe von Nebra“ in Sachsen-Anhalt war Anlass für Archäologen und Touristiker, ab 2004 gemeinsam die touristische Route „Himmelswege“ zu entwickeln. Die Route verbindet das älteste bekannte Sonnenobservatorium der Welt in Goseck, das Steinkammergrab der Dolmengöttin bei Langeneichstädt, das Landesmuseum für Vorgeschichte in Halle und das multimediale Besucherzentrum „Arche Nebra“ am Mittelberg bei Nebra – dem Fundort der Himmelsscheibe. Seit der Wiedereröffnung des aufwändig sanierten Landesmuseums für Vorgeschichte im Mai 2008 ist die Route komplett.

Andrea Meyer vom Saale-Unstrut-Tourismus e.V. beschreibt die Idee hinter den Himmelswegen: „Die Himmelsscheibe hat zwar weltweit für Furore gesorgt, wurde aber nicht immer mit Sachsen-Anhalt und der Region Halle-Saale-Unstrut in Verbindung gebracht. Das wollten wir ändern, denn es ist kein Zufall, dass wir hier so viele wichtige archäologische Funde auf engstem Raum haben – unsere Region lag einmal inmitten eines der wichtigsten Zentren Europas. Wir schicken die Touristen also auf die Spuren ihrer Vorfahren, und am Ende der Reise haben sie ein Stück ihrer eigenen Identität gefunden.“ Besonders stolz ist Meyer darauf, dass die Himmelswege den Besucherströmen in den Burgen und Schlössern der seit jeher kulturhistorisch gefragten Gegend keinen Abbruch getan haben. Auch die Nachfrage im Übernachtungstourismus nahm deutlich zu: Mit rund 792.000 Übernachtungen von Januar bis August 2008 und einem Plus von 6,2 Prozent im Vergleich zum gleichen Vorjahreszeitraum lagen die Zahlen deutlich über dem Landesdurchschnitt (plus 2,5 Prozent Übernachtungszuwachs). 2009 wollen die Touristiker das Reiseverhalten der Himmelswege-Besucher mit einem Kombiticket noch genauer unter die Lupe nehmen.

### INFO

**Projekt:** Tourismusroute Himmelswege  
**Einreicher:** Saale-Unstrut-Tourismus e.V., Lindenring 34,  
06618 Naumburg, [www.saale-unstrut-tourismus.de](http://www.saale-unstrut-tourismus.de)

**Himmelswege-Stationen:** Landesmuseum für Vorgeschichte,  
Richard-Wagner-Straße 9, 06114 Halle (Saale), [www.archlsa.de](http://www.archlsa.de)  
**Arche Nebra,** An der Steinklöße 16, 06642 Wangen,  
[www.himmelsscheibe-erleben.de](http://www.himmelsscheibe-erleben.de)  
**Gosecker Sonnenobservatorium e.V.,** Burgstraße 53/Schloß  
06667 Goseck, [www.sonnenobservatorium-goseck.info](http://www.sonnenobservatorium-goseck.info)  
**Dolmengöttin,** Warteverein e.V. Langeneichstädt,  
Herr Kaminsky, Tel. 034632 / 401 62

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

NOMINIERT IN DER KATEGORIE  
„INNOVATIVES TOURISMUSPRODUKT“  
KOMBINIERTER KANU- UND RADRUNDREISE

## Im Rhythmus von Pedale und Paddelschlag

„Flusskultur-Radreisen“ und das „Elbufercamp Dessau-Roßlau“ haben gemeinsam die kombinierte Kanu- und Radreise „Luther, Bauhaus, Gartenreich“ entwickelt. Die Tour ist eine Annäherung der besonderen Art an gleich drei UNESCO-Welterbestätten im Osten Sachsens.



Mit den Lutherstätten in Wittenberg, dem Bauhaus und den Meisterhäusern in Dessau und dem Gartenreich Dessau-Wörlitz verfügt die unter dem Motto „Luther, Bauhaus, Gartenreich“ beworbene Reiseregion über eine weltweit einmalige Dichte

an Welterbestätten. Mit der Kombitour der beiden Aktivreisveranstalter können diese auf besonders spannende Weise entdeckt werden. Fünf überregionale Fernradwege kreuzen die Region, die Wasserwege des Biosphärenreservats Mittelbe laden zu einmalig schönen Paddel- und Kanutouren in einem der letzten naturnahen Flussgebiete Deutschlands ein. „Bisher gab es jedoch weder in der Region noch außerhalb touristische Dienstleister, die dieses Potenzial für Radfahrer und Kanuten gemeinsam genutzt haben“, erklärt Dr. Ralf-Peter Weber, Chef bei Flusskultur-Radreisen.

„Deshalb haben wir zusammen mit dem Elbufercamp die fünftägige Kombireise entwickelt, die wir auch gemeinsam vermarkten.“ Dazu gehört für die beiden Partner auch eine möglichst perfekte Logistik vor Ort und eine intensive Qualitätskontrolle vor und nach der Reise. „Die Gäste waren bisher sehr zufrieden, auch, weil wir ihnen eine besonders individuelle Gestaltung von Pauschalen mit verschiedenen drei bis vier Sterne-Hotels, Pensionen, Gästeführern und flexibler Reisedauer anbieten können“, sagt Weber. Im Kanu geht es beispielsweise auf dem Blauen Band von Wittenberg über Coswig bis nach Wörlitz, per Rad auf der Gartenreich-Tour „Fürst Franz“ durch die Dessau-Wörlitzer Gartenräume, auf dem Elberadweg von Wörlitz nach Coswig oder auf der Bauhaus-Radtour zu den berühmten Dessauer Meisterhäusern. 2009 sollen weitere Strecken dazukommen, darunter der Lutherweg und Touren bis zur Saalemündung.

### INFO

**Projekt:** Kombinierte Kanu- und Radrundreise  
„Luther, Bauhaus, Gartenreich“

**Einreicher:**  
Flusskultur-Radreisen, Dr. Ralf-Peter Weber  
Waldweg 54, 06846 Dessau-Roßlau, Tel. 0340 / 221 4881  
[www.flusskultur-radreisen.de](http://www.flusskultur-radreisen.de)

Anhaltische Sport- und Freizeit KG / Elbufercamp  
Lars Dähne, Südstraße 27, 06862 Dessau-Roßlau  
Tel. 034901 / 598 700  
[www.elbufercamp.de](http://www.elbufercamp.de)

NOMINIERT IN DER KATEGORIE  
„INNOVATIVES TOURISMUSPRODUKT“  
HARZER KULTURWINTER

## Winterberge voll Kultur und Kunst

In den Wintermonaten gingen die Besucherzahlen der Museen und Kultureinrichtungen des Harzes mancherorts stark zurück. Vor allem, wenn der Schnee in Deutschlands nördlichem Mittelgebirge ausblieb. Der 1. Harzer KulturWinter brachte 2008 neben den erhofften Gästen auch ein regionsübergreifendes Kulturnetzwerk.



„Der Harz – immer ganz oben“, mit diesem Slogan bewerben die Touristiker des Harzer Verkehrsverbandes (HVV) ihre Region. Wenn aber auch ganz oben mal kein Schnee liegt, suchen die Touristen nach Alternativangeboten die wetterunabhängig sind. „Was Kulturelles“ darf es dann gerne sein, nur was? Abwechslungsreiche Kulturangebote gab es auch bisher genug im Harz, wer

sie kannte, kam gerne schon deshalb in die Region. Was aber fehlte, war ein regionsübergreifendes Event, das Kulturtouristen, Einheimische und Winterurlauber gleichermaßen ansprach. Eine Arbeitsgruppe aus Kulturamts- und Museumsleitern, Touristikern und anderen Experten vor Ort entwarf deshalb 2007 das Konzept für den 1. Harzer KulturWinter, der in den Winterferien vom 4. bis 10. Februar 2008 Premiere hatte.

„Wir haben ein Programm entwickelt, das für jeden etwas bieten und die ganze Vielfalt der Harzer Kulturlandschaft widerspiegeln soll“, erklärt Carola Schmidt vom HVV. 80 Veranstaltungen in 17 Harzer Orten waren es am Ende – zusammengefasst in einem breit verteilten Veranstaltungskalender. Darunter so ungewöhnliche Erlebnisse wie eine abendliche Führung bei Kerzenschein im Kloster Michaelstein, eine Schatzsuche für Kinder unter Tage in Sankt Andreasberg oder das malerische Winterfest im Schaubergwerk Röhrigschacht, zu dem an einem Tag 450 Besucher kamen.

„Der KulturWinter war ein voller Erfolg“, sagt Schmidt. „Viele Veranstaltungen wurden wegen der großen Nachfrage auch nach dem 10. Februar weiter angeboten, etwa die Kostümführungen in der Goslarer Kaiserpfalz.“ 2009 wird es deshalb wieder einen KulturWinter geben, diesmal gleich für zwei Wochen, vom 31. Januar bis 15. Februar. Fast alle Veranstaltungsorte aus 2008 sind wieder mit im Programm.

### INFO

**Projekt:** Harzer KulturWinter  
**Einreicher:** Harzer Verkehrsverband e.V. (HVV),  
Marktstraße 45, 38640 Goslar

**Weitere Informationen:** Der 2. Harzer KulturWinter findet vom 31. Januar bis 15. Februar 2009 statt – mit Veranstaltungen aus vier Themenbereichen: „Bühne der Weltgeschichte“ (Burgen, Schlösser, Kirchen und Dome laden zur Zeitreise ein), „Forscherdrang und Pioniergeist“ (Bergbaugeschichte, historische Bahnen und Handwerksunternehmen zeigen den Erfindungsgeist der Harzer), „Inspiration für Genies“ (Künstler, Literaten, Konzerte, Theater und Ausstellungen von Klassik bis Moderne), „Drei kulturvolle Tage in Quedlinburg“ (Weltgeschichten in Märchen und Gedichten).

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

## Vom Zauber der Weihnacht

Vor der Wende war Quedlinburg touristisches Niemandsland. Auch danach blieben die tausend Jahre alten Gassen der Stadt gerade im Winter leer. Bis findige Touristiker den Zauber der Weihnacht entdeckten. Mit wenig Geld und vielen Ideen schufen sie in der UNESCO-Welterbestadt ein Adventsmärchen, das nicht hinter dem Weihnachtsmarkt endet.

Schnee bedeckt das Kopfsteinpflaster. Verführerische Düfte ziehen über alte Mauern und durch winkelige Gassen. Locken die Besucher. Leise flüstert der Winterwind: Es ist Advent – Advent in Quedlinburg.

„Unsere Gäste können hier den echten Zauber der Weihnacht erleben, die Adventszeit, wie sie früher einmal war, oder wie wir sie uns in unseren Kindheitsträumen vielleicht immer vorgestellt haben“, sagt Thomas Bracht, Geschäftsführer der Quedlinburg Tourismus-Marketing GmbH (QTM). Jedes Jahr zur Adventszeit verwandelt sich Quedlinburg in ein echtes Weihnachtsmärchen, das hunderttausende Besucher aus der ganzen Welt in die Stadt holt.



Der Quedlinburger Adventskalender gilt als der größte Europas. Jeden Nachmittag öffnet sich die Tür eines anderen Fachwerkhäuses und Märchenfiguren treten auf. Oben: Frau Holle (Foto: Kreim / Radecke)

Zu DDR-Zeiten huschten die Schneeflocken im Dezember dagegen ziemlich einsam durch Quedlinburgs Gassen. Der Tourismus lag brach, gerade drei touristische Angebote gab es damals. Dem 1994 von der UNESCO zum Weltkulturerbe erklärten, historischen Fachwerkensemble der Altstadt drohte in vielen Straßen der Abriss. Erst nach der Wende begannen Touristiker das Potenzial Quedlinburgs zu vermarkten und eine entsprechende Infrastruktur zu schaffen. In den Wintermonaten waren die Buchungen aber nach wie vor eher übersichtlich. Im Dezember 2000 verzeichneten die Hotels noch knapp 8.600 Übernachtungen, 2003 waren es dagegen schon fast 13.000.

„November und Dezember sind vielerorts schwierige Monate, in denen Touristiker mit geringer Auslastung zu kämpfen haben“, weiß Dana Schröter, Produktmanagerin



Mehrere zehntausend Menschen besuchen am zweiten und dritten Adventswochenende täglich Quedlinburgs „Advent in den Höfen“. (Foto: Kreim / Radecke)

der TUI für Thüringen, Sachsen und Sachsen-Anhalt: „Die Quedlinburger haben mit ihrer Adventsstadt deshalb ein echtes Beispielprojekt mit beeindruckender Erfolgskurve realisiert. Der Charme der historischen Stadt wurde perfekt genutzt, um ein authentisches Flair zu schaffen, untersetzt mit qualitativ hochwertigen und vielfältigen Angeboten. Dabei wurde auf einzigartige Weise die ganze Stadt mit einbezogen. Und das Preis-Leistungs-Verhältnis stimmt auch.“

Mit einem Budget von nur rund 10.000 Euro starteten die Quedlinburger 2002 ihr Projekt Adventsstadt, das heute dafür sorgt, dass kein Bett frei bleibt im Advent. 18.000 Übernachtungen zählte die Stadt im vergangenen Dezember. Gegenüber 1999 war das eine Steigerung um 180 Prozent.

**„Die Angebote der Adventsstadt Quedlinburg haben sich rumgesprochen wie beim System Schneeball. Irgendwann war der Schneeball dann so groß, dass er eigentlich ganz von alleine gerollt ist.“**

Thomas Bracht, QTM

„In diesem Jahr werden wir 20.000 schaffen“, ist Thomas Bracht überzeugt. 1999 lag der Dezember bei den Übernachtungen noch an achter Stelle, heute hat er Platz drei inne. „Die Angebote der Adventsstadt Quedlinburg haben sich rumgesprochen wie beim System Schneeball. Irgendwann war der Schneeball dann so groß, dass er eigentlich ganz von alleine gerollt ist“, sagt Bracht über den großen Erfolg der winterlichen Gästewerbung.

Dafür haben die Quedlinburger viel getan: Zum „Advent in den Höfen“, am zweiten und dritten Adventswochenende, öffnen sonst hinter dicken Mauern verborgene Innenhöfe in der historischen Altstadt ihre Tore für Besucher. Mehrere zehntausend Menschen besuchen an diesen beiden Wochenenden täglich die stimmungsvoll geschmückten Höfe.

Im Zentrum der Adventsstadt steht der Weihnachtsmarkt, der von Ende November bis Ende Dezember geöffnet ist. Rund 250.000 Besucher zählt die Quedlinburg-Tourismus-Marketing GmbH als Organisator hier jedes Jahr, 50 Prozent davon sind Tagesgäste. Qualitativ hochwertige Angebote für alle Altersgruppen machen den Erfolg aus. „Auf unserem Weihnachtsmarkt gibt’s nur das, was auch wirklich auf einen Weihnachtsmarkt gehört“, sagt Bracht.



Hinter den festlich geschmückten Marktständen ist das weihnachtliche Treiben nicht plötzlich zu Ende. Die ganze Stadt macht sich feierlich für ihre Gäste. (Foto: Kreim / Radecke)

Hinter den letzten Ständen ist das weihnachtliche Flair nicht plötzlich zu Ende. Es zieht weiter bis in die vielen Geschäfte und in die Fenster der Privathäuser. Unter dem Motto „Zauber der Weihnacht“ werden in den Schaufenstern der Innenstadt bis in den Januar hinein historische Puppenstuben aus der Zeit von 1850 bis 1920 ausgestellt. Am ersten Adventswochenende präsentieren Galerien, Ateliers, Händler und Gastronomen unter dem Titel „Sterne am Schloss – Kunst und Genuss zum 1. Advent“ ihr Angebot, ergänzt um Mitmach-Ideen für Groß und Klein rund um den Schlossberg.

Weltweit einzigartig ist der Quedlinburger Adventskalender, der als größter Europas gilt. Jeden Nachmittag um 16.30 Uhr öffnet sich die Tür eines anderen Fachwerkhäuses rund um den Schlossberg. Märchenfiguren treten heraus, spielen, lesen oder singen für die Zuschauer und versorgen Kinder mit Süßigkeiten. Parallel gibt es Veranstaltungen wie Adventskonzerte, Ausstellungen, Theateraufführungen, Lesungen oder Stadtführungen. Die Zahl der Gästeführungen lag 2007 bei 7.626 und ist damit im Vergleich zu 1999 um 210 Prozent gestiegen. „Auch viele Geschäfte machen mittlerweile den Großteil ihres Umsatzes im Dezember“, erzählt Bracht. Darunter sind viele Galerien, Designläden und Einzelhändler, die Produkte aus der Region verkaufen. Gerade im Dezember sind die Gäste besonders ausgabefreudig, wie eine Untersuchung der dwif-Consulting zum Tagestourismus zeigt. Pro Tagesbesucher liegen die Ausgaben dann bei rund 21 Euro, immerhin 1,50 Euro mehr als in anderen Monaten.

#### INFO

**Projekt:** Adventsstadt Quedlinburg  
**Einreicher:** Quedlinburg-Tourismus-Marketing GmbH, Markt 2, 06484 Quedlinburg, [www.quedlinburg.de](http://www.quedlinburg.de)

#### Ausgewählte Termine:

**Weihnachtsmarkt** 28.11. bis 21.12.2008 (auf dem Markt),  
**Sterne am Schloss** 29.11. & 30.11.2008 (Geschäfte und Ateliers am Schlossberg), **Advent in den Höfen** 6. bis 7. und 13. bis 14. Dezember 2008 (in der Innenstadt), **Zauber der Weihnacht** 25.11.2008 bis 6.1.2009 (in Quedlinburger Geschäften), **Adventskalender** 1.12. bis 24.12.2008 (vor dem Klopstockhaus)

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

**PREISTRÄGER IN DER KATEGORIE  
 „INNOVATIVES TOURISMUSPRODUKT“  
 DIE „ARCHE NEBRA“**

## Die Arche von Nebra

Im Juni 2007 öffnete das multimediale Besucherzentrum „Arche Nebra“ in Wangen seine Pforten. In unmittelbarer Nähe zum Fundort der Himmelsscheibe gibt die Arche Gästen Einblick in das Leben bronzezeitlicher Astronomen, das so noch nie zu sehen war.

Hier am Mittelberg schwebt die „Arche Nebra“ scheinbar über dem Unstruttal. Aus der Ferne wirkt der futuristische preisgekrönte Bau, entworfen von den Schweizer Architekten Barbara Holzer und Tristan Kobler, als würde er den Boden nicht berühren und gleich hinter den alten Kirschbäumen am Straßenrand zur Landung ansetzen. Große Glasscheibenfronten im Erdgeschoss, jede 500 Kilogramm schwer, schaffen die Illusion. Wer näher kommt, erkennt, dass die Arche tatsächlich auf nur drei Stahlträgern ruht. Jede der Säulen, die dem Bau die nötige Erdverbundenheit geben, trägt 800 Tonnen Gewicht. Ein goldschimmerndes Raumschiff aus der Bronzezeit, beladen mit Wissen für die Menschen von Heute. Die Form ist der symbolisch auf der Himmelsscheibe dargestellten goldenen Himmelsbarke nachempfunden.



Die Arche Nebra am Fuß des Mittelberges. Seit der Eröffnung kamen 176.000 Besucher in das multimediale Informations- und Erlebniszentrum.

Im Innern zeigen verschiedene Präsentationen Wissenswertes zur Kulturgeschichte der Region - von den ersten menschlichen Zeugnissen der Altsteinzeit vor 450.000 Jahren bis zum Mittelalter. Natürlich wird auch die Geschichte der Himmelsscheibe von ihrer Entstehung bis zum Vergraben und dem nächtlichen Diebstahl durch Raubgräber 1999 erzählt. Ergänzend zur Dauerpräsentation gibt es mehrmals jährlich wechselnde Ausstellungen zu Themen aus Geschichte, Kultur und Natur. Besonders stolz sind Pressesprecherin Manuela Werner und ihre Kollegen aber auf das 80 Quadratmeter große Planetarium im Innern des Baus. Nicht mit herkömmlichen Sternenprojektoren, sondern mit Hilfe digitaler Projektion gibt es für Besucher den Blick frei auf den Himmel, wie ihn die Menschen vor 3.600 Jahren sahen. „Solche digitalen Projektionsmöglichkeiten in einem Planetarium gibt es bisher nur sehr selten in Deutschland“, sagt Werner.

Auch eine Aussichtsterrasse, ein Café und ein Shop, in dem es Repliken der Himmelscheibe vom Schlüsselanhänger bis zum wertvollen maßstabsgerechten Nachbau gibt, gehören zur Arche. Nur einen kurzen Fußmarsch entfernt, wurde auf dem Mittelberg ein 30 Meter hoher Aussichtsturm errichtet. Bei schönem Wetter bietet er Fernsicht bis zum Brocken und fungiert gleichzeitig als überdimensionale Sonnenuhr, die auch die Verwendung der Himmelscheibe erklärt. „Der 3,5 Millionen Euro teure Bau soll zukünftig bis zu 80.000 Menschen pro Jahr multimediale Reisen in die Vorgeschichte ermöglichen“, sagte Manuela Werner vor der Eröffnung. Schon zum Einjährigen am 21. Juni 2008 konnte die Arche dann aber mit ganz anderen Zahlen aufwarten. 120.000 Besucher waren seit der Eröffnung auf den Mittelberg gekommen, Anfang November 2008 waren es 176.000, darunter viele Gruppenreisende und Familien. Selbst NASA-Größe Jesco Freiherr von Puttkamer hat sich hier schon die Sterne erklären lassen.

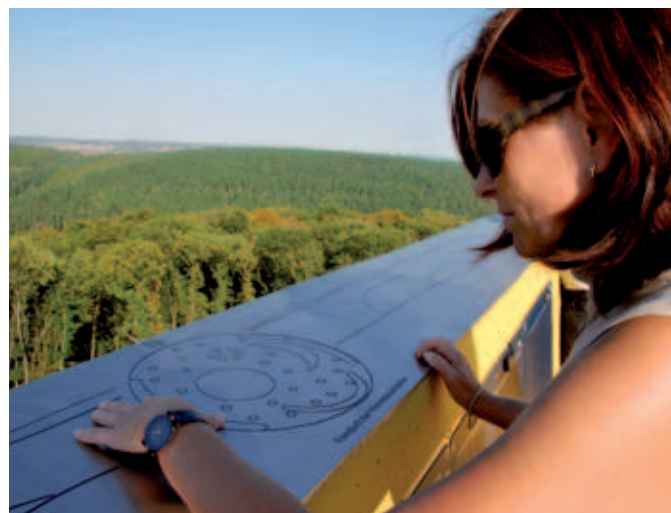


Ballonfahrten sollen im nächsten Sommer öfter im Programm und die Himmelswege dann vom Himmel aus erlebbar sein. Hier zum 1. Geburtstag der Arche am 21. Juni 2008. (Foto: Becher)

Dass die Arche Nebra ein solcher Erfolg geworden ist, begründet Werner auch mit der Vielfalt der Angebote, die sich seit der Eröffnung im Umkreis entwickelt haben. „Zweck der Arche und der Gestaltung des Fundortes auf dem Mittelberg ist es nicht nur, den Jahrhundertfund der Himmelscheibe touristisch zu vermarkten, sondern ganz klar auch die Verweildauer der Gäste in der gerade international bisher weniger bekannten Region Saale-Unstrut zu verlängern und den Tourismus so nachhaltig zu fördern“, sagt sie. Auch ein Hotel ist in der Region um die Arche eröffnet worden, das frisch sanierte und um 80 auf 118 Betten erweiterte 3-Sterne-„Schlosshotel Himmelscheibe“.

#### INFO

**Projekt:** Arche Nebra – Die Himmelscheibe erleben  
**Einreicher:** Arche Nebra in der Naturpark Saale-Unstrut-Triasland Betriebsgesellschaft mbH, An der Steinklöbe, 06642 Wangen  
**Die Arche Nebra ist Teil der Tourismusroute „Himmelswege“**  
**Nächster Veranstaltungshöhepunkt:**  
 21. Dezember 2008: **Wintersonnenwende** in der Arche Nebra  
 Wie man die Sonne einfängt – Märchen, Mythen & Legenden aus aller Welt, Sonnenbeobachtung auf dem Mittelberg  
[www.himmelscheibe-erleben.de](http://www.himmelscheibe-erleben.de)



Der Ausblick vom 30 Meter hohen Aussichtsturm auf dem Mittelberg-Plateau erklärt bronzezeitliche Sichtachsen und die Nutzung der Himmelscheibe.

Im Hochseilgarten Vitzenburg werden gestresste Manager auf die Spur der Sterne geschickt. Von der Arche, die direkt am Naturschutzgebiet liegt, radeln Urlauber durch das Unstruttal über Freyburg bis zum Sonnenobservatorium Goseck oder gehen auf Kanu-Erlebnistour auf der Unstrut. Auch Ballonfahrten werden im nächsten Sommer wohl öfter im Programm und die Himmelswege dann vom Himmel aus erlebbar sein. Die Open-Air-Veranstaltungen an der Arche holten auch 2008 zusätzliche Besucher in die Region. 1.300 sahen am 9. August beispielsweise „Carmina Burana“ vor der ungewöhnlichen Kulisse des futuristischen Wissenstempels.

Buchbar sind die Erlebnisse in und um die Arche auch über renommierte Reiseveranstalter wie Dr. Tigges, TUI oder AMEROPA. „Da wollen wir 2009 noch nachlegen“, so Werner.

#### HINTERGRUND

## Wettbewerb Tourismuspreis

Die Preisträger des von der IMG ausgeschriebenen Wettbewerbs Tourismuspreis Sachsen-Anhalt wurden auf dem Tourismustag des Reiselandes, am 27. November im Quedlinburger Palais Salfeld, bekannt gegeben. Eine Jury aus Tourismusexperten, Journalisten und Vertretern renommierter deutscher Reiseveranstalter wählte aus 20 Einreichungen zwei Gewinner, da die Preise 2008 erstmals in zwei Kategorien verliehen wurden: „Innovatives Tourismusmarketing“ und „Innovatives Tourismusprodukt“.

Zu gewinnen gab es auf die Preisträger zugeschnittene Werbemaßnahmen im Wert von 20.000 Euro.

Der Tourismuspreis wird seit 2001 jährlich vergeben und ist Teil der Qualitätsoffensive für mehr Angebots- und Servicequalität in Sachsen-Anhalt. Eingereicht werden können innovative touristische Angebote und Projekte aus den Bereichen Marketing, Vertrieb, Qualitätssicherung und Kundenbindung, die sich in der Praxis schon bewährt haben.

Weitere Informationen unter [www.img-sachsen-anhalt.de](http://www.img-sachsen-anhalt.de)

## Deutschlandtourismus im Sog der Finanzkrise?

**Auf dem Deutschen Tourismustag in Kassel wurde viel diskutiert. Über die Reiselust der Deutschen, Vernetzungsmöglichkeiten im digitalen Zeitalter und die Preisträger des Deutschen Tourismuspreises 2008. Am Rande der Fachtagung ging es aber vor allem um eine Frage: Welche Auswirkungen hat die weltweite Finanzkrise auf die Reiseindustrie?**

Zunächst die guten Nachrichten: Ferien in Deutschland sind auch 2008 wieder beliebt. 254,5 Millionen Übernachtungen in- und ausländischer Gäste zählte das statistische Bundesamt in den ersten acht Monaten des Jahres – ein Plus von drei Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum. „Vor dem Hintergrund dieser positiven Entwicklung erwartet der Deutsche Tourismusverband e.V. (DTV) für das Gesamtjahr Zuwächse von zwei bis drei Prozent bei den Übernachtungen“, sagt Reinhard Meyer, Präsident des DTV.

### 9,8 Prozent weniger amerikanische Gäste im September 2008

Trotz der positiven Entwicklung bis zum August 2008 ist die Branche beunruhigt und beobachtet aufmerksam das wankelmütige Konsumklima in Deutschland, denn die weltweite Finanzkrise hat die Reiseindustrie längst erfasst. Auch bei der Zahl der ausländischen Gäste hinterlässt sie Spuren. „Es sind bereits deutlich weniger Buchungen aus Amerika zu verzeichnen als sonst“, bestätigt Nicole Habrich, Leiterin der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des DTV.

Von Januar bis August zählte das Statistische Bundesamt 4,9 Prozent weniger Gäste aus den Vereinigten Staaten als im gleichen Vorjahreszeitraum. Danach stieg das Minus dramatisch an: Im September 2008 kamen schon 9,8 Prozent weniger Amerikaner. Bisher signalisieren mehrere aktuelle Umfragen von Fachmagazinen wie TravelTalk bei den Deutschen noch keine nachlassende Reiselust, warnen aber: „Noch läuft die Wintersaison gut, doch das nächste Jahr wird hart, davon kann man ausgehen“, schreibt etwa TravelTalk-Redakteurin Christiane Fischer in einer Prognose. Erschwerend kommt eine mögliche Trendwende auf dem Arbeitsmarkt im kommenden Jahr hinzu. Die Angst vor Arbeitslosigkeit könnte den Deutschen die Lust an der Urlaubsbuchung gründlich vermiesen, glauben viele Reiseveranstalter. „6.000 bis 7.000 Reisebüros sind in ihrer Existenz bedroht“, meldet

#### INFO

##### Deutscher Tourismuspreis 2008

Auf dem Deutschen Tourismustag, am 6. November in Kassel, wurden auch die Preisträger des Deutschen Tourismuspreises 2008 bekannt gegeben:

1. Platz – Werbegemeinschaft ostfriesische Inseln für ihre Idee, eine spezielle Messe für Stammgäste auszurichten.

Der 2. Preis ging an den Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e.V., der 3. Preis an die RUF Jugendreisen Trend Touristik GmbH.

die Allianz selbstständiger Reiseunternehmen (ASR). Grund dafür sei auch die Absenkung der Provision der beiden großen Reiseveranstalter TUI und Alltours um 0,7 bis 1,3 Prozent. Laut ASR-Präsident Stephan Busch können nur noch größere Reisebüros mit mehr als 1,5 Millionen Euro Umsatz „entspannt in die Zukunft sehen“. Das sind lediglich 20 bis 25 Prozent aller Agenturen. „Auch der Geschäftsreisemarkt könnte deutlich spürbar betroffen sein“, glaubt Nicole Habrich.

In welchem Ausmaß der nationale und internationale Tourismus mittelfristig durch die Finanzturbulenzen ins Wanken gerät, ist erst Ende des Jahres realistisch abschätzbar, sagen die DTV-Experten.

#### VORSCHAU

## Spiritueller Tourismus



„Ich bin dann mal in Sachsen-Anhalt ...“ – St. Jakobus-Pilgerwegstation in Hettstedt. Jahrtausende alt ist die Tradition des Spirituellen Tourismus, der in Deutschland noch in den Kinderschuhen steckt. In Sachsen-Anhalt sind immer mehr Reisende auf Pilgerwegen unterwegs, zum Beispiel auf dem Lutherweg, der den Spuren des Reformators Martin Luther folgt

#### 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](http://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](mailto:welcome@img-sachsen-anhalt.de), [www.img-sachsen-anhalt.de](http://www.img-sachsen-anhalt.de)

**Ansprechpartner:** Ursula Schild, Tel. 0391.567-7088, [presse@img-sachsen-anhalt.de](mailto: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; Archiv Hoffmann und Partner; T. Biel; Kreim/Radecke; Tourist-Information Halberstadt.; S. Hartung; U. Arendt

**Redaktionsschluss:** 10. November 2008;

**1. Auflage;**

**3. Ausgabe November 2008**