

News + Trends



SACHSEN-ANHALT

Investitions- und
Marketinggesellschaft

INHALT

02.2009

Titel: Städtetourismus	1
Titel: Geschäftsreisen	4
Trend: Reisen in Parks und Gärten	6
Ausblick: Landesgartenschau 2010 in Aschersleben	8
Trend: Sommerurlaub der Deutschen	9
Bilanz: Konferenz Go East / Focus-Ranking / Studie Pilgerreisen	10
Termine: Tourismustag Sachsen-Anhalt	11
Marketing: Reiseland Sachsen-Anhalt	12
Vorschau: Demografischer Wandel	12

TITEL

Zuhause im Urlaub: Die Deutschen und ihre Städte

Deutschlands Städte sind Publikumsmagnet Nummer Eins im touristischen Geschehen. Ob Tagesausflüge, Wochenendtrips, Shopping-, Kultur- oder Geschäftsreisen: 2010 will Sachsen-Anhalt mit einem Themenjahr zum Städtetourismus zeigen, dass seine kleinen und großen Stadtschätze echte „Herzensbrecher“ sind.

Die Beliebtheit deutscher Städte als Kurz- und Geschäftsreiseziel ist ungebrochen und wird in den nächsten Jahren beachtlich steigen, prognostizieren Statistiker. Laut einer vom Deutschen Tourismusverband e.V. (DTV) in Auftrag gegebenen Erhebung der dwif-Consulting GmbH stieg die Zahl der Übernachtungen in über 200 untersuchten Städten mit mehr als 25.000 Einwohnern zuletzt innerhalb von zwei Jahren um durchschnittlich elf Prozent. Dass der Städtetourismus vor allem im eigenen Land boomt, sorgt bei deutschen Veranstaltern und Hoteliers für reichlich Geschäftigkeit aber auch wachsenden Konkurrenzdruck. Inzwischen werben nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes in Deutschland rund 54.700 Übernachtungsstätten mit neun Betten und mehr um Gäste. Damit

EDITORIAL

Sachsen-Anhalts Städte 2010 im Fokus der Gästewerbung

Sehr geehrte Damen und Herren,
2010 laden Sachsen-Anhalts schöne Städte zu vielfältigen Entdeckungsreisen ein, die wir mit einem Themenjahr zum Städtetourismus in den Fokus der nationalen und internationalen Gästewerbung stellen werden. Gründe und Anlässe, unsere Städte zu besuchen, gibt es viele. Neben den bundesweiten Trends im Städtetourismus und einigen Einzelheiten zum Themenjahr (S.1), beleuchten wir in dieser Ausgabe von „News + Trends“ unter anderem das Reiseverhalten von Geschäftsreisenden (S.4) und – als Ausblick auf das Jahr der dritten Landesgartenschau Sachsen-Anhalts – die Zielgruppe der Gartentouristen (S.6).

Dr. Carlhans Uhle
Geschäftsführer IMG

Kontakt: carlhans.uhle@img-sachsen-anhalt.de



Langweiliger Stadtbummel war gestern. Emotional und authentisch präsentierte Reiseanlässe, hier das Feuerwerk zum Laternenfest in Sachsen-Anhalts Kulturhauptstadt Halle, begeistern die Städtetouristen von heute. Foto: IMG

sind die Deutschen Europarekordhalter und lassen sogar Urlaubsland-Klassiker wie Italien (36.776 solcher Übernachtungsstätten) hinter sich. 2009 gehen laut des Marktforschungsunternehmens CHD-Expert weitere 174 Hotels mit 27.000 Betten neu an den Start, die Mehrzahl davon in Städten.

Selbst virtuelle Reisevermarkter wie Binoli, der seine Gäste bisher mit aeronautischer Hilfe seines Anteilseigners Air Berlin vor allem gen Mittelmeer schickte, „mischen plötzlich im Deutschland-Geschäft mit“, schreibt das Nachrichtenmagazin „Focus“. Seit kurzem offeriert Binoli seinen Kunden Städte-Kurztrips unter 100 Euro, inklusive Flug und einer Übernachtung. Schon lange auf den richtigen Zug gesprungen ist der Bahnreisespezialist Ameropa, der seit Jahren Urlaubstrips mit der Bahn, vorzugsweise in deutsche Städte, verkauft. Neben den regulären Katalogen gibt Ameropa jeden Monat kleine Broschüren mit Bahnreise-Schnäppchen heraus. Seit Beginn der Wirtschaftskrise sind solche Reiseangebote begehrter denn je und werden dem einst von global agierenden Kollegen belächelten Veranstalter förmlich aus den Händen gerissen.

Herzensbrecher... Rendezvous mit Kultur. Sachsen-Anhalts schöne Städte.

Dass Städtetrips jetzt noch gefragter sind, als sie sowieso schon waren, ist die unmittelbare Folge eines durch die Wirtschaftskrise nur beschleunigten, grundlegenden Wandels im Urlaubsgeschäft, den Marktgrößen wie TUI immer noch ungläubig beäugen wie hoffentlich schnell vorüberziehende Gewitterwolken am Horizont. Vorsichtshalber haben aber auch sie mehr deutsche Ausflugs- und Städteziele in ihre Kataloge aufgenommen, während ihr Fernreise-Angebot in den Sommermonaten deutlich zusammengestrichen werden musste. Ihr klassischer Pauschalurlaub verliert immer mehr an Attraktivität. „Wir richten uns auf eine längere Krise ein“, sagte der Chef des Deutschen Reiseverbandes (DRV) und BDI-Tourismusbeauftragte Klaus Laepple kürzlich in einem Interview mit dem „Spiegel“, und betonte: „Aber da müssen wir durch.“

Vor allem Großtrends wie den prognostizierten steigenden Altersdurchschnitt der Bevölkerung und damit der Reisenden oder die immer kurzfristigere Planung von Urlaubsreisen wird zukünftig jeder berücksichtigen müssen.

Anbieter von Last-Minute Reisen wie L'Tour oder der zur FTI-Gruppe gehörende Ableger 5 vor Flug verzeichnen gerade Wachstumsraten von bis zu 50 Prozent, schreibt der Focus. „Die Zeiten, in denen im Frühjahr schon 80 Prozent des Sommerurlaubs verkauft waren, sind vorbei“, sagte Laepple dem Magazin.

Was den Fernreise-Anbietern die Schweißperlen auf die Stirn treibt, vernehmen die Tourismusverantwortlichen der Städteziele mit gespitzten Ohren. Schließlich sind es zum großen Teil die 40- bis 60-jährigen und die Kurzentzschlossenen, die eine Städtereise buchen. Für ihre oft als Zweit- oder Drittreisen geplanten Kurztrips geben Kultur- und Städtereisende im Durchschnitt doppelt so viel Geld aus wie Kurzur-



Schräg kommt an: Jeder dritte Städtetourist ist laut Experten der TU München besonders an Architektur interessiert. Außergewöhnliche Gebäude, wie die von Hundertwasser entworfene „GRÜNE ZITADELLE“ in Magdeburg, stehen besonders hoch in der Gunst der Urlauber. Schräge Architekturen locken Gäste in Verbindung mit anderen Erlebnisangeboten auch in Städte mit weniger historischen Attraktionen, als die Landeshauptstadt Magdeburg sie zu bieten hat. Foto: IMG

lauber ohne bestimmtes Motiv. In Sachsen-Anhalt sind nach Erhebungen für das „Handbuch Kulturtourismus Sachsen-Anhalt 2006“ bereits deutlich mehr als die Hälfte der Übernachtungen kulturtouristisch motiviert. Hinzu kommen rund zwölf Millionen kulturinteressierte Tagesausflügler pro Jahr. Der Beitrag des Kulturtourismus zum Wirtschaftsfaktor des Bundeslandes beträgt rund 30 Prozent (873 Millionen Euro).

Große Städte als touristische Zugpferde nutzen

Mit seinen bildschönen historischen Städten und Stätten, gotischen Domen, Renaissance-Rathäusern, mittelalterlichen Gassen, barocken Plätzen, Landschlössern und Burgen wird Sachsen-Anhalt ab 2010 Städte- und Kulturtouristen umwerben. Anlass des Themenjahres unter dem Motto „Herzensbrecher. Rendezvous mit Kultur – Sachsen-Anhalts schöne Städte“ ist die Internationale Bauausstellung „Stadtumbau Sachsen-Anhalt 2010“ (IBA), mit der in 19 Städten 19 verschiedene Konzepte des modernen Stadtumbaus beispielhaft umgesetzt werden sollen (Ausführliches unter www.iba-stadtumbau.de).

Zum Beispiel am Schauplatz der dritten Landesgartenschau Sachsen-Anhalts in Aschersleben. Das Architekturland Sachsen-Anhalt mit seinen Bauhaus-Stätten und den vielen historischen Perlen der Baukunst kann sich freuen aufs IBA-Jahr: „Jeder dritte Tourist ist durch gute Architektur ansprechbar“, schätzt die Architektur-Expertin Prof. Dr. Felizitas Romeiß-Stracke von der TU München nach Auswertung verschiedener Studien.

Gerade im Osten Deutschlands wurde und wird viel Geld in die Restaurierung von Städten investiert, so Romeiß-Stracke. „Hier kann man regionale moder-

ne Baukultur ohne Kitsch erleben. „Zugpferde“ des Tourismusmarketings werden vor allem die großen Städte wie Magdeburg, Halle oder Dessau-Roßlau mit ihrem vielfältigen Angebot an Kulturerlebnissen und Shoppingmöglichkeiten sein. Sie sollen die Reisenden ins Land bringen und zu Touren in die kleineren Stadtschönheiten Sachsen-Anhalts wie die Lutherstadt Wittenberg, Halberstadt, Wernigerode, Quedlinburg, Tangermünde oder Naumburg animieren.

Dass die nächste schöne Stadt oft nur einen Katzensprung entfernt ist, sollen besonders die acht bereits sehr gut unter dem Motto „Stadtsprung – Städte zwischen Harz und Elbe“ etablierten Städte zeigen (www.stadtsprung.de). Kulturhöhepunkte, moderne Architektur und die IBA-Projekte sollen dabei emotional und lebendig als in sich geschlossenes Angebot kommuniziert, aber auch Besonderheiten der einzelnen Orte deutlich herausgestellt werden. Soweit der Plan.

Wer jetzt Städtereisen-Angebote schnürt, muss einiges beachten, um den Bedürfnissen seiner Gäste gerecht zu werden. Denn ein Kulturevent alleine holt heute keinen Touristen mehr hinterm Ofen vor. Gerade auf Kurzreisen ist die Zeit knapp bemessen. „Besonders erlebnisreich sollte das Reiseangebot deshalb sein, überraschend, authentisch und abwechslungsreich – die perfekte Mischung aus Erleben und Erholen eben“, erklärt DTV-Sprecherin Nicole Habrich.

Kulturangebote clever mit anderen Themen vernetzen

Wer Erfolg haben will, vernetzt seine Kulturreiseangebote, passgenau auf seine Gäste zugeschnitten, mit anderen Reisetemen wie Kulinarik, Wellness oder Wandern. Günstige Pauschalen, beispielsweise inklusive Anreise oder Stadt- und Museumsführungen, schaffen zusätzliche Attraktivität.

Sachsen-Anhalts überregionale Themenrouten wie die „Straße der Romanik“, die „Gartenträume“ oder die „Himmelswege“ bieten sich zur Vernetzung ebenso an, wie die vielen regionalen Themenpfade. Wer, wie Experten raten, Events als Reiseanlass nutzt, sollte sich öfter einen neuen „Jahres-Aufhänger“ dafür überlegen. Auch viele gänzlich neue Veranstal-



* grob definiert, in Zusammenarbeit mit den Stadtsprung-Städten und der IMG.

tungsideen soll es zum Themenjahr geben. Mit „Pop im Park! Alte Meister. Neue Helden.“ bekommt das Reiseland eine neue Veranstaltungsreihe in ausgesuchten historischen Parks und Gärten in Magdeburg, Köthen, Dessau, Burgscheidungen und Halle an der Saale. Moderiert vom Schauspieler Jan Josef Liefers („Tatort“, „Das Wunder von Lengede“, „Der Baader Meinhof Komplex“), erinnert die Reihe an Musikgrößen wie Händel, Bach und Telemann und stellt neue musikalische Talente aus solchen deutschen und europäischen Städten vor, die mit den Alten Meistern verbunden sind.

Neue kostenlose Publikationen zum Jahresthema

Wer die verwöhnten Kulturtouristen mit seinen Angeboten neugierig gemacht hat, wird zum Themenjahr mit vielen neu oder erneut aufgelegten Publikationen jede Menge kostenloses Informationsmaterial zur Verfügung stellen können: Ein Pocket-Guide mit dem Titel „Sachsen-Anhalts schöne Städte“ soll übersichtlich und schnell griffbereit alles Wichtige für städtische Erkundungsreisen enthalten.

Die auf Messen und als Erstinformation für Touristen seit Jahren beliebte Broschüre „Kultur- und Städtereisen“ im Magazinstil wird neu aufgelegt. Ebenso das sachsen-anhaltische Reisemagazin „Reise-träume“, das 2010 mit dem Schwerpunktthema Städtetourismus titelt. Als Verkaufshilfe zum Jahresthema für Veranstalter soll die 36 Seiten starke Broschüre „Gruppenreisen Sachsen-Anhalt“ dienen, die mit vielen Anzeigen- und Kooperationsaktionen in Print- und Onlinemedien korrespondiert. Außerdem wird eine große Bilderserie mit Panorama- und Detailaufnahmen produziert, die besondere Stadtschätze porträtieren soll.

Mittels Geocaching, so eine Erlebnisidee in Planung, könnten sich Städtetouristen nach dem visuellen Appetitholen auch tatsächlich auf Schatzsuche begeben. Ausgestattet mit einem Global Positioning System-(GPS)-Empfänger und den Koordinaten des „Schatzes“ aus dem Internet, ginge es in einigen Städten Sachsen-Anhalts dann ab 2010 in multimedialen Schnitzeljagden zu besonders sehenswerten, ungewöhnlichen oder wenig bekannten Orten, an denen es Spannendes zu entdecken gibt.

INFO

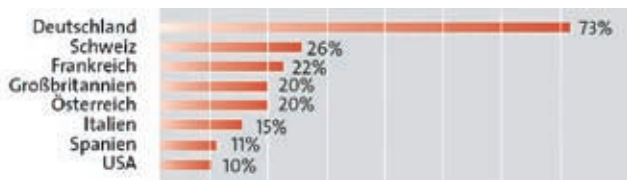
Zeigt her Eure Städte! Doch wem eigentlich?

Kaum jemand, der nicht schon eine Städtereise unternommen hat, findet sich unter Deutschlands Reisenden. Deren Anforderungs-Profil und Motivation, eine Stadt zu besuchen, ist sehr unterschiedlich. Generell gilt jedoch: Städtereisende verfügen über ein leicht überdurchschnittliches Einkommen. Die größte Gruppe stellen Menschen im Alter zwischen 40 und 59. Sie sind meist „Reiseprofis“, verreisen öfters und nutzen das Internet nicht nur als Informations- sondern verstärkt auch als Buchungsplattform. Bislang buchen immerhin 80 Prozent aller Deutschland-Urlauber ihren Urlaub selbst. Sachsen-Anhalt besuchen sowohl allgemein kulturinteressierte Gäste, als auch Studien- und Bildungsreisende, religiös/spirituell motivierte Touristen oder Fach- und Wissenschaftsreisende. Zwei Drittel reisen mit dem PKW an. Je älter die Touristen werden, desto öfter buchen sie Gruppenreisen statt Individualtrips. (Quellen: IMG, ift)

Geschäftsreisen in Zeiten der Rezession

Das Tagungsziel Deutschland überzeugt in der Wirtschaftskrise mit einem sehr guten Preis-Leistungsverhältnis und glänzendem Image. Auch für Sachsen-Anhalt bietet die Krise jetzt Chancen.

Deutschland ist weltweit Messeland Nummer 1 und Kongress- und Tagungsland Nummer 1 in Europa. Rund 64,7 Milliarden Euro erwirtschaftete der Geschäftstourismus laut Studien der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) im Jahr 2008. Zwar sind geschäftlich motivierte Reisen besonders von der wirtschaftlichen Lage abhängig und damit stark von der Wirtschaftskrise betroffen, gerade diese Krise, so Experten, könnte der deutschen Tagungswirtschaft jetzt aber die Marktführerschaft weiter sichern und noch mehr Vorsprung vor anderen Ländern bringen.

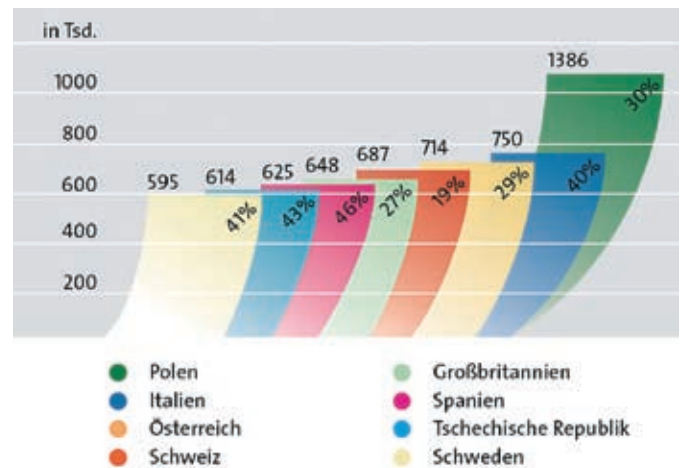


Mit 73 Prozent ist Deutschland bei den Deutschen das beliebteste Reiseland für Kongresse und Veranstaltungen. Fast 90 Prozent solcher Geschäftsreisen fanden im Inland statt. Quelle: DZT „Geschäftsreisemarkt Deutschland 2008“

Gute Gründe dafür gibt es viele, wie das auf der Fachmesse IMEX vorgestellte Meeting- & EventBarometer 2009, eine Studie zum Tagungs- und Eventmarkt, zeigt. Bereits zum dritten Mal haben der Europäische Verband der Veranstaltungen-Centren e.V., die Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. (DZT) und das GCB German Convention Bureau e.V. das Europäische Institut für TagungsWirtschaft beauftragt, den deutschen Veranstaltungsmarkt zu untersuchen.

318 Millionen Teilnehmer besuchten demnach 2008 rund 2,76 Millionen Veranstaltungen in der Bundesrepublik, das entspricht ungefähr dem Vierfachen der Einwohnerzahl Deutschlands. Zwar wirkte sich die beginnende Wirtschaftskrise durch weniger Auslandsgeschäftsreisen (minus 8,7 Prozent) und einen zurückgehenden Umsatz bei den Incominggeschäftsreisen (mehr als 10 Prozent) bereits deutlich aus, dennoch kann Deutschland gerade

jetzt punkten und mit vielen in Zeiten des Kostendrucks gesuchten Tugenden aufwarten. Die gute Verkehrsanbindung und Infrastruktur, die Qualität der Tagungskapazitäten und Faktoren wie Sicherheit und touristische Sehenswürdigkeiten wurden von deutschen und europäischen Veranstaltern auch 2008 wieder als vorbildlich bewertet. 82,3 Prozent waren der Meinung, dass Deutschland als Tagungsdestination immer besser wird. Eines der wichtigsten Entscheidungskriterien der Veranstalter für die Wahl des Ortes war, wie schon 2007, eine gute Verkehrsanbindung, dicht gefolgt von einem guten Preis-Leistungs-Verhältnis. Dahinter rangieren möglichst variable Raumkapazitäten und eine moderne Veranstaltungstechnik, die der Studie zufolge immer wichtiger wird. Wichtigste Informationsquellen der Veranstalter bleiben persönliche Empfehlungen (96 Prozent), gefolgt von den Tagungsseiten der Orte im Internet und Fachmessen. Weit weniger Wert als oft gedacht legen die Veranstalter auf Listungen in Internet-Planungstools und auf Mailing-Aktionen.



Wichtigstes Herkunftsland für Geschäftsreisen aus Europa nach Deutschland ist mit 13 Prozent und 1,4 Mio Reisen Polen, gefolgt von Italien (0,8 Mio) und Österreich (0,7 Mio). Quelle: DZT „Geschäftsreisemarkt Deutschland 2008“

Dass Tagungen in Deutschland 2008 zwar insgesamt mehr Teilnehmer angezogen haben, der Umsatz aber dennoch sank, ist dem gestiegenen Anteil der kleineren und mittleren Tagungs-Budgets zuzuschreiben. Etats zwischen 25.000 und 100.000 Euro stellten 29 Prozent, sieben Prozent mehr als im Vorjahr. Auch für die weitere Zukunft gehen die Experten nicht von einer Steigerung der aufgewendeten Mittel aus, nur noch 8,9 Prozent der Fachleute prognostizieren einen Anstieg.

Nicht nur die Tagungs-Budgets der Unternehmen werden schmaler, auch der Zeitrahmen zwischen Buchung und Anreise schrumpft dramatisch und verlangt von den Veranstaltungsorten neue, flexible Umsetzungskonzepte. Selbst Top-Tagungsorte wie Berlin sind da keine Ausnahme mehr. Früher wurden Kongressanfragen Jahre im Voraus gestellt, heute sind es zwei Wochen, sagt Thomas Langfelder, Hauptgeschäftsführer des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbandes (Dehoga) in Berlin. Statt fünf Tage dauerten solche Veranstaltungen nur noch drei Tage und statt 500 würden nur noch 50 Teilnehmer übernachten. Ein Trend, den auch Ute Döppelheuer für den Harz TagungsPool und die Verantwortlichen des Tagungsdreiecks Magdeburg-Halle.Dessau bestätigen. „Das Buchungsverhalten ist deutlich zurückhaltender. Viele Unternehmen halten ihre Tagungen

INFO

Geschäftsreisen der Deutschen im Inland 2008 (Quelle: DZT)

Rund 39 Mrd Euro gaben die Deutschen 2008 für Inlands-geschäftsreisen mit Übernachtung aus (58 % Kongresse und Tagungen). 50 Prozent der Geschäftsreisenden übernachteten nur einen Tag. Im Durchschnitt wurden bei jeder Inlands-geschäftsreise mit Übernachtung 538 Euro ausgegeben. Etwa die Hälfte davon wurde für Verkehrsmittel und Unterkunft (überwiegend in 3- und 4-Sterne-Hotels) veranschlagt. Beliebte Aktivitäten: Stadtrundgang (60 %); Restaurantbesuch (56 %); Einkaufsbummel (39 %); Wellness (21 %); Museum (12 %); Kino, Theater, Konzert, etc. (9 %).



Die häufigsten Zielregionen der Inlandsgeschäftsreisenden entsprechen in etwa den wichtigsten Herkunftsregionen. Quelle: DZT „Geschäftsreisemarkt Deutschland 2008“

derzeit lieber nah am eigenen Standort ab oder sparen zumindest an der Aufenthaltsdauer“, sagt Döppelheuer, die das länderübergreifende Harzer Netzwerk aus 13 Tagungshotels, 15 Special Locations und drei Hallen und Kurgastzentren (193 Tagungsräume und 16.000 Teilnehmer-Plätze) betreut. Die Harzer steuern der Krisenstimmung mit mehr abgespeckten Pauschalen, günstigen Anreise-Kombiangeboten oder kostenlosen Upgrades bei Hotelzimmern gegen und folgen damit den Empfehlungen der Studie. Ähnlich agiert das Tagungsdreieck (ca. 72.000 Teilnehmer-Plätze), das in den vergangenen Jahren vor allem von Großevents wie dem 1.200-jährigen Stadtjubiläum Halles und der Fußball-WM profitiert hat und weiter auf clevere Event-Angebote setzt.

Ob TagungsPool oder –Dreieck, die beide im Rahmen einer Kooperations von der IMG unterstützt werden: gemeinsam mit noch mehr und kluger Werbung aufzutreten, wird in Zukunft immer wichtiger, auch das zeigt die Erhebung. Sachsen-Anhalt könnte jetzt als Kurzreiseziel mit seinen günstigen Angeboten, dem Fokus auf kleine und mittlere Budgets und der zentralen Lage deutlich aufholen, gerade bei den Inlandsgeschäftsreisen. Mit einem Anteil der Geschäftsübernachtungen von 15,3 Prozent an allen Übernachtungen rangiert es derzeit im Bundesländervergleich noch im unteren Mittelfeld. Doch kaum anderswo nördlich der Alpen liegen mehr Special-Locations, Tagungsstätten und Sehenswürdigkeiten von Weltgeltung so nah zusammen.

INFO

Harz TagungsPool

Harzer Verkehrsverband e.V.,
Marktstraße 45, 38640 Goslar, Tel. 05321 3404 - 30,
info@tagungsharz.com, www.tagungsharz.com

Tagungsdreieck Magdeburg.Halle.Dessau

www.tagungsdreieck.de

Kongressbüro der Magdeburg Marketing Kongress und Tourismus GmbH, Domplatz 1b, 39104 Magdeburg, Tel. 0391 8380 - 133,
kongress@magdeburg-tourist.de, www.magdeburg-kongress.de

Kongress- und Eventservice der Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH, Marktplatz 13 / Marktschösschen, 06108 Halle (Saale),
Tel. 0345 122 - 7917, kongressservice@stadtmarketing-halle.de,
www.stadtmarketing-halle.de

Kongress- und Eventservice der Tourist-Information Dessau-Roßlau, Zerbster Straße 2c, 06844 Dessau-Roßlau,
Tel. 0340 204 - 1442, tourismus-marketing@dessau-rosslau.de,
www.dessau-rosslau-tourismus.de



Bekanntlich verbinden sich drei Orte auf dem kürzesten Weg miteinander, indem sie ein Dreieck bilden – so geschehen mit Magdeburg, Halle (Saale) und Dessau-Roßlau, die sich als Tagungsdreieck erfolgreich gemeinsam vermarkten. Ähnlich machen es auch die Tagungsstätten des Harz Tagungs-Pool.

GESCHÄFTSREISEN – GREEN MEETINGS

Klimaschutz und Nachhaltigkeit als Wettbewerbsvorteile in der Krise?

Der Klimawandel ist eine der großen Herausforderungen unserer Zeit. Längst führt die Veränderung des Klimas weltweit zu einem Tourismuswandel, der auch den Geschäftsreisen-Sektor deutlich verändert. Doch mit wie viel Ernsthaftigkeit bevorzugen Veranstalter und Geschäftsreisende umweltfreundliche Angebote wirklich, und mit welchen grünen Offerten können Veranstaltungsorte punkten?

Immerhin mehr als die Hälfte der für das Meeting- & EventBarometer befragten Veranstalter (58 Prozent) sehen den Klimaschutz als „wichtig“ oder „sehr wichtig“ an. Rund 15 Prozent der Veranstalter lassen sich bei der Auswahl der Location für ihre Tagung oder ihr Event sogar „unbedingt“ vom Thema Klimaschutz beeinflussen. Mehr als die Hälfte aller Unternehmen, Verbände und Agenturen würde Klimaschutzprojekte weiterempfehlen, vor allem solche mit konkreten Maßnahmen zum Umweltschutz. Die Studie zeigt auch, wie Verkaufsexperten das Thema einschätzen: 55 Prozent bestätigen ihm eine zunehmende Bedeutung, 15 Prozent sehen die hohen Klimaschutz-Standards deutscher Tagungsorte als Imagefaktor und Verkaufsargument. Rund ein Viertel hält das Thema dagegen immer noch für überbewertet.

Zum ersten Mal gibt die Studie 2009 aber nicht nur Auskunft zur Bedeutung von Umweltschutzmaßnahmen, sondern auch konkrete Tipps zu deren Umsetzung bei der Organisation und Planung von Tagungen und Veranstaltungen, denn die Wirtschaftskrise birgt die Chance, dass klimaschonende Angebote künftig stärker gebucht werden. Die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel etwa ist oft preiswerter als die Fahrt mit dem eigenen Auto, wenn sie als Teil der Serviceleistungen vom Veranstalter angeboten wird. 25,6 Prozent der Anbieter schließen solche Verkehrsmittel bereits in ihre Kostenpauschalen mit ein. 21,6 Prozent bieten noch weiterreichende Vergünstigungen wie Tourismus-Cards oder eine kostengünstige Anreise mit dem Fernverkehr an – zum Beispiel das Veranstaltungsticket der Deutschen Bahn. Auch energieeffizientes Bauen ist ein Trendthema und für die Locations nicht nur imagesteigernd, sondern in Zeiten explodierender Energiepreise auch wirtschaftlich sinnvoll. Umfassendes Recycling, der Bezug von lokalen Lebensmitteln oder die Umstellung auf weniger umweltschädliche PKW-Flotten sind der Studie zufolge weitere klare Pluspunkte bei der Buchungsentscheidung.

Aufbruch ins Gartenland

Die Suche nach Balance für Körper, Geist und Seele ist längst kein „alternativer Schnickschnack“ mehr, sondern gehört zum neuen Lebensgefühl der Deutschen. Das Nischenthema „erholsame Gartenreisen“ schafft es als „Aufmacher“ in die Kataloge der großen Veranstalter, und Experten prophezeien den grünen Reisen eine große Zukunft.

„Wenn du ein Gärtchen hast und eine Bibliothek, wird dir nichts fehlen“, war Marcus Tullius Cicero überzeugt und umschrieb damit einen Trend, der dem Reiseland Deutschland in den nächsten Jahren erhalten bleiben und weiter an Bedeutung gewinnen wird. „Bildungsreisen statt Ballermann“ liegen „voll im Trend“, so das Fazit spezialisierter Reiseveranstalter. Erholsam soll der



Bildungsurlaub außerdem sein. Entschleunigung ist in Zeiten der Globalisierung das Stichwort selbst derer, die bisher Extremtouren buchten. Nun suchen sie auf Gartentrips Ruhe und Entspannung in blühenden Oasen.

Rund 20 Millionen Gäste besuchen pro Jahr die deutschen Parks und ihre Schlösser – um jahrhundert alte Gartenkunst zu

sehen und stilvolle Konzerte, Theatervorführungen oder Festspiele zu besuchen. Eine Verbindung von Kultur und Natur, die ankommt. Allein der Englische Garten in München zählt drei Millionen Besucher jährlich, der Potsdamer Schlosspark Sarcoussi sechs Millionen. Besonders die historischen Anlagen stehen in der Besuchergunst ganz oben. Seit Jahren werden sie etwa von der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) in ausgewählten Auslandsmärkten platziert, wo das Interesse an Gartenreisen besonders groß ist, zum Beispiel in Großbritannien mit der Kampagne „Parks & Gardens“. Im Mutterland der Landschaftsparks und Gartenoasen war man 2008 „sehr erfreut“, als die DZT ihre Gartenoffensive im weltweiten Marketing mit einem Themenjahr „Schlösser, Parks und Gärten“ fortsetzte. Selbst die Queen, ausgezeichnete Gartenexpertin, kennt das Gartenreich Dessau-Wörlitz und seine Geschichte. Die Buchungen aus dem Königreich bei den deutschen Gartenreisen-Spezialveranstaltern nahmen im Themenjahr leicht zu. Besonders



Ein Ausflug auf dem Wasser, ob mit der Gondel oder dem Ruderboot, gilt als Höhepunkt eines Besuchs im Gartenreich Dessau-Wörlitz. Die UNESCO-geschützten Gärten loben Spezialveranstalter nicht nur für ihre Einmaligkeit. Auch das Rahmenprogramm ist qualitativ hochwertig - für Gartentouristen besonders wichtig. Foto: IMG

beliebt bei englischen, wie auch bei inländischen Gartentouristen, ist der Besuch mehrerer Anlagen aus unterschiedlichen Epochen und Stilen als Rundreise, vom barocken Prunkgarten bis zu kleinen klassizistischen Herrenhäusern. Mit seinen 40 Gartenträume-Parks und vielen historischen Architekturen kann Sachsen-Anhalt dafür eine besonders abwechslungsreiche Mischung bieten.

Bisher blieb das Geschäft mit den grünen Touren vor allem kleinen Spezialveranstaltern vorbehalten, jetzt haben auch die Großen den Trend im Visier und ziehen nach. Für den Sommer 2009 hat der Studienreisenveranstalter Dr. Tigges erstmals ein Themenjahr aufgelegt: „Der Mensch als Gestalter seiner Umwelt“. 18 neue Studienreisen spüren der Gestaltungskraft des Menschen in Gärten, Parks und Kulturlandschaften nach. In Irland zeigt Dr. Tigges kostbar gestaltete Landschaftsparks und zauberhafte verborgene Privatgärten. Olivengärten an der Adria laden zu kulinarischen Gartenreisen nach Kroatien ein. Auch Kurzreisen zur Bundesgartenschau in Schwerin hat der Veranstalter im Programm.

Deutschlandweites Gartennetz bringt mehr Gäste

Geplant hat der Veranstalter sein Themenjahr in Zusammenarbeit mit dem Gartennetz Deutschland e.V., dem Bundesverband regionaler Garteninitiativen. Der Verein hat sich zum Ziel gesetzt, Deutschlands grüne Oasen bekannter zu machen, ihnen mehr Gäste zu beschern und diese für die Pflege und den Erhalt der Anlagen zu sensibilisieren. 21 regionale Partner mit über 1.500 Parks und Gärten haben sich dem Verbund seit seiner Gründung 2007 angeschlossen. Ein Erfolg, den die Gartennetzler nicht vermutet hätten. „Wir haben klein angefangen. Dass unsere Idee jetzt so großen Anklang findet, zeigt doch, dass die Leidenschaft für Gärten ungebrochen ist“, sagt Petra Derksen von der Gartennetz-Geschäftsstelle in Potsdam. „Garten hat eine große Zukunft“, meint auch Trendforscher Peter Wippermann vom Institut für Demoskopie Allensbach und verweist darauf, dass sich Umfragen zufolge rund die Hälfte der Deutschen gern mit Gartenarbeit beschäftigt und dabei nicht nur in Nachbars Garten, sondern auch auf Reisen

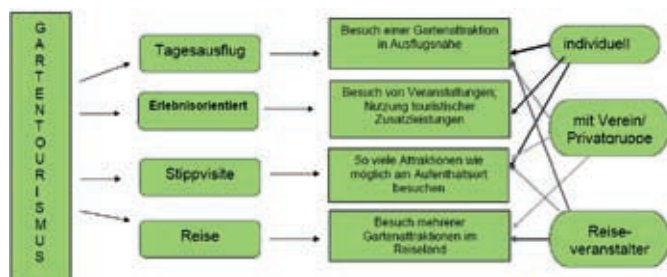
INFO

Volkes Leidenschaft - der Garten:

Rund 4,2 Millionen Kleingärtner gibt es in Deutschland, die, wenn es um ihre grünen Wohlfühlplätze geht, ordentlich in die Tasche greifen. Rund 10 Milliarden Euro geben die Bundesbürger jährlich für Gartenzubehör und Pflanzen aus. Fachzeitschriften wie „Mein schöner Garten“ erreichen rund ein Zehntel der Bevölkerung. Wer zur Inspiration auf Reisen geht, bucht den Gartentrip meist als Zweiturlaub. Die zwei Reisetypen: der begeisterte Pflanzenfreund und der Gartengenießer. Quelle: Gartennetz Deutschland

Anregungen sucht. Fast zwei Drittel der Besucher des Gartenreichs Dessau-Wörlitz waren schon mehr als einmal in den UNESCO-geschützten Anlagen von Fürst Franz „auf Inspirationsreise“ unterwegs. Vermarktet wird das gartentouristische Zugpferd Sachsen-Anhalts vor allem von der IMG, in enger Zusammenarbeit mit dem Gartenträume – Historische Parks in Sachsen-Anhalt e.V., der auch zum Gartennetz gehört. Der Verein vertritt 40 besonders sehenswerte historische Parkanlagen, die in der Tourismuswerbung als eine von vier Markensäulen des Landes unter dem Motto „Gartenträume“ zusammengefasst sind.

1,9 Millionen Gartenliebhaber besuchen die Anlagen jährlich, schätzt Gartenträume-Sprecherin Felicitas Remmert. Die Zahl genau zu bestimmen, ist schwierig, da viele Parks kostenlos und damit oft ohne Zählung betreten werden können. Rund eine Million sahen sich auf ihrer Gartenreise 2008 unter anderem das Gartenreich Dessau-Wörlitz an, circa 300.000 davon besuchten das Herzstück des grünen Reiches, die Wörlitzer Anlagen. Das Europa-Rosarium Sangerhausen, mit einer der weltweit größten Rosensammlungen, zählte rund 129.000 Besucher. Die beiden Anlagen sind auch die am häufigsten von geführten Gartenreisen besuchten Gartenträume in Sachsen-Anhalt.



Gartentouristen wollen nicht nur grüne Oasen sehen, sondern dort auch viel erleben. Unterwegs stellt der Tagesausflügler deutlich andere Erwartungen an das Reiseprogramm als der Pauschalurlauber, der gleich mehrere Wochen auf Gartentour geht. Grafik: FUTOUR

„Erlebnis Gartenreich“ titelt ein Reiseveranstalter 2009 in seinem Themenprospekt und verspricht seinen Kunden damit genau, was sie suchen. Auch bei Gartenreisen sind erlebnisreiche Events als Reiseanlass gefragt. Im Gartenreich Dessau-Wörlitz ist das zum Beispiel der Gartenreichssommer, im Europa-Rosarium sind es die Rosenfestwochen. Bundesweit ist der vom Gartennetz und seinen Partnern organisierte Tag der Parks und Gärten (eigentlich ein Wochenende) der Höhepunkt im Eventkalender für Gartenliebhaber. Seit 2008 laden die regionalen Garteninitiativen jedes Jahr in der zweiten Juniwoche in bekannte Parks aber auch noch wenig entdeckte Anlagen ein, die ein breites Rahmenprogramm bieten. 2009 kamen zu dem Gartenwochenende am 13. und 14. Juni unter dem Motto „Lust am Garten“ etwa 15.000 Besucher alleine in die 14 beteiligten Gärten in Sachsen-Anhalt. 5.000 davon, und damit mehr als 2008, besuchten die angebotenen Veranstaltungen wie den „Erlebnistag Goitzsche“ oder das Familienfest auf der Rosenburg in Rieder.

Zu Gartenreisen-Geheimtipps gehören auch Privatgärten, die Spezial-Veranstalter besonders gerne ins Programm nehmen. Viele Bundesländer haben diesen Trend aufgegriffen. Seit 2006 öffnen sich die Gartentore

privater Grünflächen auch in der Altmark im Norden Sachsen-Anhalts an mehreren Sommerwochenenden für Schaulustige. Anfangs konnten nur rund zwei Dutzend besichtigt werden, 2009 waren es schon mehr als 40 Gärten. „2008 waren wir besonders erfolgreich und konnten rund 8.100 Besucher zu ‚Private Gärten öffnen‘ begrüßen“, sagt Mandy Hodum, Geschäftsführerin des Tourismusverbandes Altmark e.V.. 2009 lud Baur-Gartenreisen, einer der Großen der Branche, erstmalig zur einwöchigen Altmarktour mit Abstechern zu Gartenträume-Parks. „Darüber haben wir uns besonders gefreut. Es zeigt, dass wir mit unserem Kombiangebot aus Natur und Erleben goldrichtig liegen“, so Hodum weiter.

Allerdings sind solche Angebote keine Selbstläufer. „Die reiseerfahrenen Besucher erwarten eine anschauliche, lebendige Präsentation und keine trockenen Daten, Zahlen und Fakten“, warnt Professor Albrecht Steinecke, wissenschaftlicher Leiter einer Reiseveranstalter-Studie zu den Wünschen von Kultur- und auch Gartentouristen in Deutschland. Weitere Studien bestätigen seine Aussage. Ob Übersee, England oder Deutschland, die meisten Gartentouristen sind anspruchsvolle Individualisten in der zweiten Lebenshälfte, auch wenn die Altersspanne in den letzten Jahren immer größer wird, wie Renate Heeschen vom Gartenreisen-Spezialveranstalter Ravenala-Touristik aus Lübeck erklärt. Als einer der ersten Gartenreisen-Anbieter, die deutsche Touristen auf florale Expeditionen schickten, hat sie die Veränderung des Publikums 20 Jahre lang beobachten können und weiß genau, wer mit wem warum wohin fährt.

Gartentouristen werden jünger und anspruchsvoller

„Früher waren unsere Kunden 60 Jahre und älter, heute buchen bei uns Menschen zwischen 30 und 80“, sagt sie. Die Initiative geht häufig von Frauen aus. Die nehmen ihre Männer entweder mit oder fahren mit einer Freundin. Fast alle haben selbst einen Garten zu Hause. Viel Wert legen Gartenreisende auf eine gute Mischung in der Tagesplanung. „Zwei bis drei Gärten täglich, mehr ist nicht zu schaffen“, meint Heeschen, die zwischendurch auch gerne mal einen Marktbesuch oder ein Essen in grüner Umgebung einplant. Je zwei Reisebegleiter, ein Garten- und ein touristischer Experte, sind auf den Ravenala-Reisen für jede Frage gerüstet, ob in Wörlitz, Sangerhausen oder auf den Azoren. Zwar kann der Spezialveranstalter so nicht mit den Preisen vieler Busunternehmer mithalten, Heeschen weiß aber aus Erfahrung, dass die Qualität der Reiseleitung bei den selbst sehr belesebenen Gartentouristen ganz oben auf der Auswahlliste für einen Anbieter steht. Viele haben einen hohen Bildungsgrad und ein überdurchschnittliches Einkommen, mit dem sie sich einen teureren aber gut geführten Trip auch leisten können.

2010 wird mit der dritten Landesgartenschau Sachsen-Anhalts in Aschersleben ein wichtiges Jahr für den Gartentourismus. „Wir werden im Rahmen des Themenjahres 2010, das den Städtetourismus stärken soll, die Gartenschau in Aschersleben und unsere grünen Oasen offensiv bewerben.“, sagte Sachsen-Anhalts Wirtschaftsminister Dr. Reiner Haseloff schon anlässlich ITB Berlin im März und betonte: „Die Landesgartenschau Aschersleben gehört 2010 zu den touristischen Highlights in Sachsen-Anhalt. Sie wird ein Besuchermagnet, den viele Touristiker nutzen können“.

Natur findet Stadt: Die LAGA 2010 in Aschersleben

2010 ist Aschersleben Gastgeber der dritten Landesgartenschau Sachsen-Anhalts, an die Touristiker und Ausrichter hohe Erwartungen knüpfen. Aschersleben und Umgebung soll erholbares Tourismusland werden - auf lange Sicht. 170 Tage, vom 24. April bis 10. Oktober 2010, ist Zeit, um unter dem Motto „Natur findet Stadt“ fünf Parks und Gärten auf 15 Hektar zu erkunden und die Zukunftsideen Ascherslebens kennenzulernen. Mit einbezogen werden spannende Erlebniswelten in der Stadt, Korrespondenzorte in der Umgebung und rund 1.000 Veranstaltungen, die die LAGA zu einem großen Gartenfestival machen sollen. LAGA-Geschäftsführer Erhard Skupch zum Stand der Vorbereitungen und den größten Highlights der LAGA.



Herr Skupch, wie laufen die Vorbereitungen?

Die Vorbereitungen sind in vollem Gange, und wir liegen im Zeitplan. Um den zu halten, sind die Gartenbauunternehmen jetzt unter Hochdruck und auch am Wochenende im Einsatz. Ab September wollen wir die rund 50 verschiedenen Themengärten im Detail bearbeiten und weitere

Pflanzungen vornehmen. Dann folgt auch der Feinschliff, zum Beispiel am Cateringbereich und an den Eingangsbereichen.

„Natur findet Stadt“, was werden Sie den Besuchern unter diesem Motto bieten?

Fünf miteinander verbundene Bereiche im Stadtzentrum, in denen es viel zu entdecken gibt. Eine Mischung aus Landschaftsgärten, moderner Architektur und historischen Bauten in einer und um eine Stadt, die sich mit Mut und Ideen ein unverwechselbares Profil geschaffen hat. Unsere florale Schau ist ja eng verbunden mit der Internationalen Bauausstellung IBA Stadtumbau 2010. Diese Chance haben wir genutzt, um die Innenstadt vom Aschersleben aufzuwerten und sie, zum Beispiel durch die Neugestaltung kulturhistorisch bedeutsamer Flächen, auch touristisch weiter zu entwickeln. Das unterschei-



Beste Aussichten für Städte- und Gartentouristen: Die LAGA 2010 in Aschersleben baut auf fünf Parks, die alle unmittelbar in der und um die Stadt liegen. So kann die Internationale Bauausstellung IBA Stadtumbau 2010 optimal einbezogen werden. Illustration: Büro sinai & Atelier offen

det uns auch von anderen Gartenschauen, wo oft eher Brachflächen am Stadtrand als die Stadt selbst im Fokus stehen. Neben den Themengärten werden die zwölf Hallenschauen die großen Attraktionen sein – jeden Monat wird es davon zwei aktuelle geben. Besonders stolz sind wir beispielsweise auf unsere Aqua-Lounge mit einzelnen Wasser-Universen, durch die der Besucher zu den Hallenschauen gelangt.

Jeder der fünf Bereiche steht unter einem anderen Motto...

Ja, jeder Park wird als eigene Erlebniswelt gestaltet. Die Herrenbreite, mit sieben Hektar die größte innerstädtische Grünfläche, steht unter dem Motto Erleben, der Bestehornpark ist dem Thema Erlernen und der Stadtpark dem Erinnern gewidmet. Die Eine-Terrasse soll zum Erholen einladen und der Promenadenring zum Erwandern im besonderen Sinn. In der Stadt selbst warten etwa das Planetarium, der Zoo - einer der schönsten Tiergärten Sachsen-Anhalts - oder das Kriminalpanoptikum im ehemaligen Stadtgefängnis auf Besucher. Unsere Gäste sollen also nicht nur durch die Anlagen spazieren. Ein touristisches Leitsystem mit Wegweisern bietet unterwegs immer wieder Anreize für Umwege. Damit alle Orte, die wir als Highlights in der Stadt auserkoren haben, besucht werden können, wird es einen kostenlosen Busshuttle speziell dorthin geben.

Wie werden Sie das Umland mit einbeziehen?

Natürlich wird sich das Reiseziel Aschersleben auch mit dem Umland vernetzen. Schließlich hat so eine Gartenschau eine große Strahlkraft für die gesamte Region. Die Zahl der Referenzorte, also der Außenstellen zur LAGA-Zeit, könnte sich demnächst auf fünf erhöhen. Sicher dabei sind der rund 17 Kilometer von Aschersleben entfernte Landschaftspark Degenershausen und der vom legendären Gartenarchitekten Peter Joseph Lenné

KONTAKT

Landesgartenschau Aschersleben 2010 GmbH

Geschäftsstelle Heinrichstraße 4

06449 Aschersleben

Tel. 03473/226670

info@landesgartenschau-aschersleben.de

www.landegartenschau-aschersleben.de

170 Ausstellungstage, 24.04. bis 10.10. 2010

gestaltete Schlosspark Ballenstedt mit seinem Schloss. Der dritte Referenzort, das Harzer Seenland mit dem Concordia-See, kann ja seit Juli durch das Erdbeben quasi nicht genutzt werden. Wie es hier weitergeht, hängt auch von den Ergebnissen der Bergbau- und Sicherheitsexperten vor Ort ab. Was in Nachterstedt passiert ist, hat uns alle sehr betroffen gemacht, und wir unterstützen deshalb aktiv den Spendenaufruf der Gemeinde Nachterstedt für die vom Erdbeben betroffenen Familien.



Zwischen 1650 und 1664 entstand unter der Anleitung des in Aschersleben geborenen Gelehrten Adam Olearius der Gottorfer Riesenglobus, der als Vorläufer des heutigen Planetariums gilt und neu interpretiert einen Platz im Stadtpark findet. Der historische Globus war eine begehbare Weltkugel mit Platz für zehn Personen, die auf einer hölzernen, konzentrischen Bank saßen. Die Achse des Globus wurde um 54 Grad geneigt. Durch einen Wasserzulauf konnte er in eine natürliche Bewegung versetzt werden und drehte sich in 24 Stunden einmal um die eigene Achse. So entstand im Inneren die Illusion, die Gestirne würden ihrem natürlichen Lauf folgen. Illustration: Büro sinai

Sie bieten Dauerkarten an, mit denen auch die fünf anderen Landesgartenschauen 2010 in Deutschland besucht werden können. Wie läuft der Vorverkauf?

Eine Vernetzung mit den anderen Schauen halten wir für besonders wichtig, da die Gartenliebhaber erfahrungsgemäß immer mehrere Schauen besuchen. Die Dauerkarten waren deshalb schon in anderen Gartenschau-Jahren ein verlässliches Instrument. Am ersten Vorverkaufstag haben wir 200 Dauerkarten verkauft und waren sehr zufrieden damit. Für die gesamte Gartenschau-Zeit rechnen wir mit rund 400.000 Besuchen, 100.000 davon werden, so hoffen wir, von Dauerkarten-Besitzern sein, die restlichen 300.000 Besuche soll uns der Einzelverkauf bringen. Was bleibt nach 2010 von der Landesgartenschau? Das Nachnutzungskonzept wird gerade diskutiert. Aschersleben will aus dem Windschatten etablierter Tourismusorte wie Wernigerode oder Quedlinburg treten und den eingeschlagenen Weg zur abwechslungsreichen Tourismusdestination weiter gehen. Ich bin sicher, dass das auf lange Sicht gelingen kann, auch, da die Kommunikation unter den Akteuren sehr gut funktioniert. So haben sich etwa die Gastronomiebetriebe längst zusammengetan, um zukünftig vor allem gemeinsam zu planen. Die wunderschönen Parkanlagen sind wie geschaffen für Kulturveranstaltungen jeder Art und wir als Landesgartenschau hoffen natürlich, dass so viel wie möglich - so wie zur LAGA fertiggestellt - auf lange Sicht erhalten bleiben wird. Wir schaffen sozusagen die Grundlage, wachsen muss das Ganze aber durch die Ideen von vielen.

Sommerurlaub der Deutschen 2009

Trotz Wirtschaftskrise haben die Deutschen auch 2009 nicht auf ihren Sommerurlaub verzichtet. Im Juni meldeten die Reisebüros bundesweit fast so viele Buchungen wie im Vorjahr. Ihre Kunden buchten dieses Jahr aber deutlich mehr Nah- und Inlandsziele als noch 2008. Darunter viele kurzfristige Kurztrips, bei denen besonders auf einen gut kalkulierbaren Preis geachtet wurde.

Nach der Zurückhaltung zu Jahresbeginn ist der Buchungsmotor in der Zwischenzeit angesprungen, meldet der Deutsche Reiseverband (DRV). „Es wird in diesem Jahr später gebucht und auf ein stimmiges Preis-Leistungs-Verhältnis geachtet“, sagt DRV-Präsident Klaus Laepple und betont vor allem die guten Zuwächse auf dem Last-Minute-Sektor. Gewinner des Jahres als Reiseland und auch zukünftig stark nachgefragt wird nach Einschätzung des DRV wie erwartet Deutschland sein. Rund 18,9 Millionen Bundesbürger wollten laut Marktforschungsinstitut GfK ihren Sommerurlaub 2009 in heimischen Gefilden verbringen, ein Anstieg um 3,7 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Zwar zog es die meisten Pauschalreisenden in den Sommermonaten weiterhin an die Strände des Mittelmeeres, insgesamt wird sich der Markt für Urlaubsreisen in den nächsten Jahren aber deutlich verändern. Last-Minute und Inlandsgeschäft boomen, der klassische Pauschalurlaub im Ausland verliert dagegen weiter an Attraktivität. Berge und Meer vor der Haustür verzeichneten schon in den vergangenen Jahren stetig steigende Besucherzahlen und werden auch in Zukunft weiter an Bedeutung gewinnen. An Nord- und Ostsee, etwa auf Rügen und Sylt, sind in diesem Jahr bis zu 90 Prozent der Hotels ausgebucht. Seit Jahren steigen vor allem die neuen Bundesländer in der inländischen Urlaubsgunst. Allen voran Mecklenburg-Vorpommern, das von 1993 bis 2008 bei den Übernachtungen einen Rekordzuwachs von 164,2 Prozent verbuchte. Sachsen-Anhalt legte im gleichen Zeitraum um 80,4 Prozent zu. Rund ein Drittel preiswerter als in Spanien, Italien und sogar der Türkei ist der Urlaub hier 2009, haben Statistiker errechnet. Ein Grund: Sonderangebote sind den Urlaubern wichtig wie nie.

Für die Gastwirte ist das gestiegene Preisbewusstsein der Deutschen ein Problem. Ihre Gäste sparen zwar nicht so sehr am, dafür aber im Urlaub. Der Negativtrend der vergangenen Monate im Gastgewerbe setzt sich deshalb fort, auch wenn die Sommerferien eine leichte Erholung brachten. Gäststätten etwa mussten laut Statistischem Bundesamt im Mai 2009 rund sieben Prozent weniger Umsatz verzeichnen als im gleichen Zeitraum 2008, selbst bei guter Auslastung. Kurzarbeit, die Angst um den Arbeitsplatz und vor der wirtschaftlichen Zukunft verhalten den Gastwirten das Geschäft. Mit Preisnachlässen wird versucht, Schlimmeres zu verhindern, was Stefanie Heckel vom Deutschen Hotel- und Gaststättenverband die größten Sorgen in diesem Sommer macht. „Wenn die Preise erst gefallen sind, ist es schwer, sie wieder nach oben zu bekommen“, warnt sie ihre Mitglieder.

Kulturtourismus soll mehr ausländische Gäste bringen

„Ausländische Touristen sind ein enorm wichtiger Wachstumsfaktor für die Tourismusbranche in Ostdeutschland“, sagte der Beauftragte der Bundesregierung für die neuen Länder, Bundesminister Wolfgang Tiefensee, zum Auftakt der Tourismuskonferenz „Go East! Die neuen Bundesländer als Reiseziel ausländischer Gäste“ im Juni in Berlin. Ein Thema, das viele Touristiker in den neuen Ländern schon lange umtreibt. Denn trotz wunderschön restaurierter Städte und Stätten und sehr gutem Wachstum im Inlandstourismus liegt hier der Anteil an ausländischen Gästen noch deutlich unter dem der durch stärkere Modernisierung geprägten alten Bundesrepublik, in der eine solche kulturtouristische Vielfalt wie im Osten seltener zu finden ist. Die Gründe für den geringeren Anteil ausländischer Touristen im Osten sind je nach Bundesland sehr verschieden, besonders oft wurden von den Konferenzteilnehmern aber Defizite bei Zug- und Flugverbindungen, bei der Fachkräftequalität im Gastgewerbe und beim differenzierten Zielgruppenmarketing benannt.

Wichtigstes Zugpferd der Gästewerbung im Ausland müsse, für Länder wie Sachsen oder Sachsen-Anhalt, auch zukünftig der Kultur- und Städtetourismus sein, so ein Fazit. Alle Akteure des ostdeutschen Tourismus müssten sich dazu intensiver vernetzen.

Einen guten Überblick über die diskutierten Zukunftsideen gibt eine Konferenzbroschüre, die im Sommer fertiggestellt werden soll und dann über das Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung bezogen werden kann (www.bmvbs.de).

Romantik Hotel Theophano unter den Top 10 im Osten

Im Juli veröffentlichte das Nachrichtenmagazin Focus unter dem Titelthema „Der beste Urlaub in Deutschland“ eine Liste der 100 beliebtesten Hotels der Bundesrepublik. Entstanden war die Wertung in Zusammenarbeit mit dem Online-Hotelbewertungsportal Holiday Check, auf dem jeder nach einer Reise Service und Qualität seiner Unterkunft selbst benoten kann.

Mit dem Romantik Hotel Theophano in Quedlinburg und dem Hotel Weißer Hirsch in der Harzstadt Wernigerode zählen gleich zwei sachsen-anhaltische Hotels zu den zehn beliebtesten Herbergen in den neuen Bundesländern.

Das Theophano gehört der Bewertung zufolge jetzt deutschlandweit zu den Top 50-Hotels. Neben dem Hotel am historischen Markt der UNESCO Welterbe-Stadt wurde auch sein Restaurant im Quedlinburger Palais Salfeldt besonders gelobt. Wer wissen möchte, welche Hotels den Holiday-Check-Urlaubern sonst noch be-



Das Fachwerkensemble des Hotels Theophano aus der Mitte des 17. Jahrhunderts ist bei den Urlaubern nicht nur wegen seiner historischen Optik beliebt, auch der aufmerksame Service kommt an. „Sehr steile Treppen, dennoch kein Problem“, merkte ein Gast in seiner Bewertung an und freute sich über den prompten Koffertrageservice. Das Hotel wurde von 100 Prozent seiner Holiday-Check-Bewerter empfohlen. Foto: Rosi Radecke

sonders gefallen, sollte sich auch in den anderen Top 10-Hotels der neuen Bundesländer umschauen, darunter das Dorint am Goethepark in Weimar (Thüringen), das Hotel Kaiserhof in Fürstenwalde (Brandenburg) und das Radisson Blu Hotel in Leipzig (Sachsen).

Machbarkeitsstudie zum Spirituellen Tourismus

„Ich bin dann mal weg“. Spätestens seit dem gleichnamigen Bestsellerbuch von Hape Kerkeling ist klar, welche Potentiale Pilgerreisen auch für den Tourismus bergen. Eine Machbarkeitsstudie von Harald Schwillus, Ulrike Kasper und Anne Volgenandt gibt jetzt Auskunft darüber.

News + Trends widmete dem Spirituellen Tourismus in Sachsen-Anhalt bereits das Titelthema der Ausgabe 01.09. Wer sich noch ausführlicher über die Chancen und Möglichkeiten von Pilgerreisen in Sachsen-Anhalt informieren möchte, findet in der Machbarkeitsstudie viele Daten, die Umsetzungsmöglichkeiten für Spirituellen Tourismus an 50 ausgewählten Klosterstandorten im gesamten Bundesland aufzeigen.

Harald Schwillus, Ulrike Kasper, Anne Volgenandt
ISBN 978-3-8325-2099-1
187 Seiten,
Erscheinungsjahr: 2009
Preis: 34.00 €

www.logos-verlag.de

Workshop zur Lutherdekade

Nach der Lektüre der Machbarkeitsstudie zum Spirituellen Tourismus von Harald Schwillus, Ulrike Kasper und Anne Volgenandt bestens vorbereitet, lohnt sich am 7. und 8. Oktober 2009 ein Besuch des Fachworkshops „Luthertourismus in der Lutherdekade - Zwischen Bildung, Spiritualität und Erlebnis“. Ein Jahr nach dem vielbeachteten Start der Lutherdekade wollen Akteure aus Kirche, Kultur und Tourismus eine erste Zwischenbilanz ziehen und über Ziele, Rahmenbedingungen und gemeinsame Wege des „Luthertourismus“ ins Gespräch kommen. Die Experten der unterschiedlichen Bereiche liefern Ideen, Gesprächsimpulse und Hintergrundinformationen für die Diskussion.

Anmeldung (bis 21.09.)

und detailliertes Programm:

Erfurt Tourismus und Marketing GmbH
 Monika Grenzdörffer und Cathrin Swillus,
 Tel. 0361/664 0230
tagungen@erfurt-tourismus.de

Tourismustag Sachsen-Anhalt 2009 in Wangen

Der Tourismustag Sachsen-Anhalt steht 2009 unter dem Motto „Internationale Gäste - eine Herausforderung“. Am 18. November kommen dazu Sachsen-Anhalts Tourismus-Akteure in der Arche Nebra in Wangen zusammen.

Am Abend wird der neue Tourismuspreis des Landes, der „Vorreiter“, vergeben. Er zeichnet die innovativsten Projekte in den Kategorien touristischer Betrieb, touristische Destination und touristische Dienstleister aus. Die Gewinner erhalten auf sie zugeschnittene Werbeaktionen im Wert von je 10.000 Euro.

Auszug aus dem Programm der Fachtagung: Nach dem Eingangsstatement von Dr. Reiner Haseloff, Minister für Wirtschaft und Arbeit des Landes Sachsen-Anhalt, wird Susanne Doser, Geschäftsführerin der auf interkulturelle Kommunikation spezialisierten Beratungsfirma „All Around The World“ aus Vaterstetten, einen Überblick zu den Urlaubsanforderungen der Gäste aus den wichtigsten ausländischen Quellmärkten Sachsen-Anhalts geben. Michaela Klare aus dem Amsterdamer Büro der Deutschen Zentrale für Tourismus e.V. (DZT) erklärt, was niederländische Gäste im Urlaub erleben wollen. Barbro Mc Ausland vom Nordeuropa-Spezialisten Ehrenberg-Kommunikation referiert über den dänischen und schwedischen Markt und Juliane Koch vom Transromanica e.V. über die gleichnamige Europäische Kulturstraße. Heiner Haass, Professor an der Hochschule Anhalt in Bernburg, erläutert, wann und wie Architektur Gäste anzieht.



Die Arche Nebra am Fuß des Mittelberges. 2008 erhielt das Team der „Arche Nebra“ den Tourismuspreis in der Kategorie „Innovatives Tourismusprodukt“. Die Arche Nebra trägt maßgeblich zum Erfolg der „Himmelswege“ bei und hat durch den in kurzer Zeit erreichten hohen Bekanntheitsgrad im In- und Ausland die weiterhin positive Imageprägung Sachsen-Anhalts als herausragendes kulturtouristisches Reiseziel befördert.

Tourismuspreis Sachsen-Anhalt

VORREITER

INNOVATIV | INDIVIDUELL | IDEENREICH

Infos zur Anmeldung (bis 15.10.) für das Tagungsprogramm und die Verleihung des Tourismuspreises:
 Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH
 Katrin Leiding
 Tel. 03 91 / 5 67 70 93
katrin.leiding@img-sachsen-anhalt.de
www.investieren-in-sachsen-anhalt.de,
www.sachsen-anhalt-tourismus.de
 (Programm zum Download)



Reiseland Sachsen-Anhalt

Die aktuellen Broschüren des Reiselandes Sachsen-Anhalt können für die Gastansprache vor Ort bestellt werden.

Titel der Broschüren 2009



Reisemagazin: Das Magazin für Neugierige – schon das Titelmotiv macht neugierig darauf, die vielfältige Musiklandschaft Sachsen-Anhalts kennen zu lernen. Mit interessanten Geschichten wird über die vielfältige Kulturlandschaft Sachsen-Anhalts erzählt.



Kultur- und Städtereisen: Die Broschüre stellt lohnenswerte Reiseziele für Kultur- und Städtetouristen vor, darunter die Städte des Landes sowie die „Straße der Romanik“ mit den Domschätzen, die „Himmelswege“, die Gartenträume-Parks und die UNESCO-Welterbestätten Sachsen-Anhalts.



Aktiv im Naturreich: Aktivurlaub in Sachsen-Anhalt leicht gemacht: Ein Wegweiser für Aktiv- und Natururlauber im Naturreich Sachsen-Anhalt mit Übersichtskarten, Serviceadressen, Karten- und Literaturempfehlungen sowie Veranstaltungs- und Restauranttipps.

Die Broschüren werden kostenfrei zur Verfügung gestellt und können bei der IMG oder im Außenlager (Irxleben) abgeholt werden. In beiden Fällen sollte die Bestellung mindestens drei Werktage vor der Abholung vorliegen.

Kontakt:

Investitions- und Marketinggesellschaft
Sachsen-Anhalt mbH
Angelika Beulecke
Tel. +49 (0) 3 91 / 567 7085
Fax +49 (0) 3 91 / 5677081
angelika.beulecke@img-sachsen-anhalt.de
www.sachsen-anhalt-tourismus.de

Auf Wunsch werden die bestellten Broschüren (bei Übernahme der Versandkosten durch den Besteller) zugesandt. Die Kosten für die Anlieferung werden in Rechnung gestellt.



Reiseerfahren, anspruchsvoll und gut bei Kasse: Die reife Generation reist besonders gerne nach Sachsen-Anhalt und wird durch den demografischen Wandel zukünftig noch mehr an Bedeutung gewinnen.
Foto: IMG

VORSCHAU

Demografischer Wandel

Titel: Schon 2020 wird jeder zweite Urlauber in Deutschland älter als 50 Jahre sein, wie Ergebnisse des ADAC-Reisemonitors zeigen. Den Erhebungen zufolge fahren 42 Prozent der Altersgruppe 65 plus in die Ferien und buchen dabei teurere Angebote als jüngere Reisende, eine mächtige und lohnenswerte Zielgruppe für Sachsen-Anhalt. Doch was wollen die Best Ager, also die Urlauber im besten Alter, erleben? Welche Bedingungen stellen sie an ihr Reiseziel?
Nachgefragt: Im Gespräch mit den IBA-Verantwortlichen
Trend: Interkulturelle Kommunikation – Gäste aus Fernost und anderswo richtig werben und betreuen
Preise: Die Nominierten und Preisträger des Tourismuspreises Sachsen-Anhalt 2009, „Vorreiter“, im Portrait

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, tourismus@img-sachsen-anhalt.de, www.investieren-in-sachsen-anhalt.de

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

Redaktion: safari journalistenbüro Berlin, Dana Trenkner

Gestaltung: Hoffmann und Partner Werbeagentur GmbH, Magdeburg

Druck und Weiterverarbeitung: Stelzig Druck, Magdeburg

Bildnachweis: Archiv Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH; Büro sinai & Atelier offen, R. Radecke

Redaktionsschluss: 21. August 2009;

1. Auflage, Ausgabe August 2009