



dwif
WEGWEISEND IM TOURISMUS


SACHSEN-ANHALT #moderndenken
Ministerium für
Infrastruktur und Digitales

TOURISMUSKONZEPT FÜR DEN LANDKREIS SAALEKREIS

TOURISMUSKONZEPT FÜR DEN LANDKREIS SAALEKREIS

Oktober 2022

Auftraggeber:

Landkreis Saalekreis

Dezernat III – Stabsstelle Wirtschaftsförderung, Kultur und Tourismus

Domplatz 9

06217 Merseburg

Tel. 03461 40-1005

E-Mail: wirtschaftsfoerderung@saalekreis.de

www.saalekreis.de



Bearbeitung:

dwif-Consulting GmbH

Marienstr. 19/20

10117 Berlin

Tel. 030 - 757 949 0

E-Mail: info-berlin@dwif.de

www.dwif.de



Dieses Projekt wurde durch das Ministerium für Infrastruktur und Digitales des Landes Sachsen-Anhalt gefördert.



SACHSEN-ANHALT

Ministerium für
Infrastruktur und Digitales

#moderndenken

Auf Wunsch des Auftraggebers wurde in diesem Dokument auf eine genderkonforme Sprache verzichtet.

INHALTSVERZEICHNIS

1.	Das Tourismuskonzept für den Saalekreis: Hintergrund, strukturelle Grundlagen und Vorgehensweise.....	- 5 -
2.	Einflüsse auf den Tourismus durch aktuelle Entwicklungen & Trends	- 10 -
3.	Auf den Punkt gebracht: Kernerkenntnisse aus den Analysen	- 13 -
3.1	Nachfrage und Angebot.....	- 13 -
3.2	Standort- und Wirtschaftsfaktor Tourismus.....	- 17 -
3.3	Tourismusakzeptanz und -bewusstsein im Saalekreis	- 19 -
3.4	Touristische Prioritäts- und Potenzialthemen für den Saalekreis	- 21 -
3.5	Touristische Anziehungspunkte (POI): Struktur und Vernetzung.....	- 24 -
3.6	Touristische Strukturen	- 28 -
4.	Handlungskonzept	- 30 -
4.1	Ziele für die Tourismusentwicklung im Saalekreis	- 31 -
4.2	Selbstverständnis des Landkreises und Schlüsselaktivitäten	- 31 -
4.3	Handlungsfelder und Schlüsselmaßnahmen	- 34 -
5.	Fazit und Ausblick	- 48 -
	Quellenverzeichnis	- 49 -
	Anhang	- 50 -

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1: Aufgabenfokus der verschiedenen Organisationsebenen im Tourismus.....	- 7 -
Abbildung 2: Vorgehensweise bei der Erstellung des Tourismuskonzeptes.....	- 8 -
Abbildung 3: Zahlen, Daten, Fakten zum Tourismus im Saalekreis	- 16 -
Abbildung 4: Wirtschafts- und Standortfaktor Tourismus	- 18 -
Abbildung 5: Ausgewählte Ergebnisse der Bevölkerungs- und Stakeholderbefragung.....	- 20 -
Abbildung 6: Die touristische Angebotsstruktur im Saalekreis	- 24 -
Abbildung 7: Ziele für die Tourismusentwicklung im Saalekreis.....	- 31 -
Abbildung 8: Schlüsselaktivitäten, Handlungsfelder und Schlüsselmaßnahmen.....	- 34 -

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS:

DMO	Destinationsmanagement-Organisation
IMG	Investitions- und Marketing-Gesellschaft Sachsen-Anhalt mbH
LEADER	Liaison Entre Actions de Développement de l'Économie Rurale
MIV	Motorisierter Individualverkehr
NASA	Nahverkehrsservice Sachsen-Anhalt GmbH
ÖPNV	Öffentlicher Personennahverkehr
POI	Points of interest
SWOT	Stärken-Schwächen-Analyse

1. Das Tourismuskonzept für den Saalekreis: Hintergrund, strukturelle Grundlagen und Vorgehensweise

Rahmengebende Faktoren

Der Saalekreis befindet sich im Süden Sachsen-Anhalts und umschließt die kreisfreie Stadt Halle (Saale) vollständig. Landschaftlich ist er geprägt von der Querfurter Platte im Westen, der Saale-Elster-Aue im Osten und dem Saaletal im Norden. Im Saalekreis befindet sich zudem der Geiseltalsee, einer der größten künstlichen Seen Deutschlands, der insbesondere auf Basis der Studie zur „Stärkung der touristischen Entwicklung im Geiseltal“, verstärkt touristisch vermarktet werden soll. Auch im mitteldeutschen Vergleich (Analysen im Rahmen der Tourismusstrategie Mitteldeutschland) wird deutlich, dass hier noch unausgeschöpfte Potenziale bestehen.

Der Kreis ist als ländlicher Raum geprägt. Übernachtungsstarke Städte und Gemeinden sind insbesondere Merseburg und Landsberg, aber auch Kabelsketal, Braunsbedra und Bad Dürrenberg. Kultur- und Freizeitangebote mit Strahlkraft wie der Dom und das Schloss Merseburg, die FilmBurg Querfurt, das Goethe-Theater Bad Lauchstädt, der Kurpark mit dem längsten Gradierwerk Deutschlands in Bad Dürrenberg und der Petersberg mit touristischen Angeboten (Museum, Tierpark, Sommerrodelbahn etc.) in der Gemeinde Petersberg werden durch weitere Angebote in der Fläche ergänzt. Für den Aktivtourismus sind besonders die wassertouristischen Infrastrukturen am Geiseltalsee, der Saaleradweg, der Elsterradweg, der Europäische Fernwanderweg E11 und der Lutherweg neben einer Vielzahl von regionalen Routen hervorzuheben.

Der Saalekreis profitiert deutlich von der Zugehörigkeit zur neu gestärkten Destinationsmanagement-Organisation (DMO) Saale-Unstrut-Tourismus. Der Tourismusverband hat künftig durch die Fusion mit dem Thüringer Tourismusverband Jena-Saale-Holzland eine deutlich erhöhte Schlagkraft, Koordinierung und Bündelung von Angeboten und damit Sichtbarkeit für die Gesamtregion aufzuweisen. Es besteht eine klare Aufgabenteilung für die verschiedenen Akteurinnen und Akteure sowie ein praxisorientiertes Umsetzungsmanagement. Schwerpunktthemen und Zielgruppen für die gesamte Region wurden ausgearbeitet und bieten eine passfähige Grundlage und künftige Potenziale für das touristische Angebot im Saalekreis.

Das Aufgabenspektrum auf Landkreisebene ist fokussiert auf die interne Kommunikation und Lobbyarbeit sowie die Förderung der Infrastrukturentwicklung. Zur internen Kommunikation und Lobbyarbeit gehören eine intensiviertere Beratung, Vernetzung oder Vermittlung zwischen Gemeinden und leistungs anbietenden Unternehmen (z. B. bezüglich Fördermittelanträgen, Kooperationsprojekten oder Handreichungen der Regional- und Landesebene), eine Koordinierungs-/Mittlerfunktion zur regionalen DMO und den umliegenden Gebietskörperschaften und nicht zuletzt die interne Stärkung des Tourismusbewusstseins bei den Akteurinnen und Akteuren im Saalekreis-Tourismus.

Beim Thema Infrastrukturentwicklung gilt es strategische touristische Infrastrukturmaßnahmen anzuschieben, zu vernetzen, zu koordinieren und ggf. (mit-)zu finanzieren. Der Saale-Unstrut-Tourismus

als Impulsgeber sowie die Kommunen, häufig in der Rolle als Umsetzungsverantwortliche, sind dabei wichtige Partner. Eine landkreisübergreifende Zusammenarbeit und Koordination der Infrastrukturprojekte gemeinsam mit den umliegenden Gebietskörperschaften gehört ebenso zum Aufgabenspektrum.

Abbildung 1: Aufgabenfokus der verschiedenen Organisationsebenen im Tourismus



Quelle: Organisationskonzept Saale-Unstrut-Tourismus e. V.

Auf Landesebene bietet der Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027 wichtige Ansatzpunkte für den Saalekreis gerade bei den Themen Ansiedlungsmanagement für das Gastgewerbe und die Freizeitwirtschaft, Tourismusbewusstsein, Digitalisierungs- und Nachhaltigkeitsoffensive sowie Besuchermanagement. In Zusammenarbeit mit dem Saale-Unstrut-Tourismus können hier Synergien genutzt und von Landesinitiativen profitiert werden.

Weitere Potenziale wie die übergreifende Netzwerkarbeit in Mitteldeutschland versprechen ein Gästelerlebnis über Landkreisgrenzen hinaus (z. B. Weiterentwicklung der Themenroute Kohle | Dampf | Licht | Seen) sowie eine innovative Herangehensweise an Herausforderungen wie Digitalisierung, Nachhaltigkeit und Tourismusbewusstsein als Knackpunkte im Strukturwandelprozess. Unabhängig von einer potenziellen Vernetzung im Rahmen der Tourismusstrategie Mitteldeutschland ist ein steter Austausch und eine enge Zusammenarbeit mit den umliegenden Gebietskörperschaften erforderlich.

Das Tourismuskonzept für den Saalekreis

Im Rahmen eines moderierten Prozesses auf Basis der bereits bestehenden Konzeptionen auf Landes- und Regionalebene (u. a. Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027, Tourismus- und Marketingkonzept, Organisationsentwicklungskonzept (2021) sowie Marken- und Kommunikationskonzept (2022) Saale-Unstrut, weitere regionsspezifische Konzepte) entsteht ein eigenes, auf den Saalekreis abgestimmtes Tourismuskonzept. Es zeigt die Handlungsbedarfe und Schwerpunkte für die zielorientierte Weiterentwicklung des Tourismus im gesamten Landkreis unter ökonomischen sowie auch Naherholungsaspekten auf. Die stärkere Positionierung des gesamten Saalekreises als Teil einer dynamischen Tourismusregion und dabei die intensivere Einbindung der gesamten Gebietskulisse des Saalekreises begleiten den Gesamtprozess.

Abbildung 2: Vorgehensweise bei der Erstellung des Tourismuskonzeptes



Die Arbeiten am Tourismuskonzept von Dezember 2021 bis Oktober 2022 gliedern sich in drei Prozessschritte:

- Arbeitspaket 1, die Situationsanalyse, beinhaltet die Auswertung vorhandener regionaler und überregionaler Strategien und Konzepte sowie darüber hinaus eine Zusammenfassung vorliegender Analysen und Daten, u. a. zu Nachfrage, Angebotsstruktur und -qualität sowie zum Wirtschaftsfaktor Tourismus. Zwei Onlineerhebungen (Stakeholderbefragung und Bevölkerungsbefragung) im März 2022 liefern wertvolle Erkenntnisse der touristischen Leistungs- und Entscheidungstragenden sowie der Menschen, die im Saalekreis leben und arbeiten. Insgesamt 12 Fachgespräche mit tourismusrelevanten Expertinnen und Experten aus unterschiedlichsten Bereichen (DMO, Kommunen, Geo-Naturpark Saale-Unstrut-Triasland, Naturpark Unteres Saaletal, Industrie- und Handelskammer etc.) liefern weitere, ergänzende und vertiefende Aussagen.
- Sämtliche Erkenntnisse des Arbeitspakets 1 fließen in einer Stärken-Schwächen-Analyse (SWOT) zusammen. Deren wesentliche Ergebnisse – nach vorheriger Diskussion in projektbegleitenden Lenkungsgruppensitzungen – fungieren als Basis für die weiteren strategischen Arbeiten zum Handlungskonzept (Arbeitspaket 2). Abgesehen von der auftraggebenden Institution und den Gemeinden des Saalekreises sind in die Lenkungsgruppe auch weitere relevante regionale Akteurinnen und Akteure aus den anliegenden Gebietskörperschaften (Halle (Saale), Mansfeld-Südharz, Salzlandkreis, Burgenlandkreis), Leistungstragende sowie der Saale-Unstrut-Tourismus eingebunden.
- In Arbeitspaket 2 ist die Entwicklung eines von allen getragenen, zukunftsweisenden Handlungskonzepts gestützt durch einen Strategieworkshop sowie zwei Maßnahmenworkshops enthalten. Der Kreis der Teilnehmenden in den Workshops geht dabei über die Lenkungsgruppe hinaus, um weiteren Leistungstragenden aus dem Tourismusbereich die Möglichkeit zu geben, ihr Wissen einbringen zu können. Die Ableitung von Handlungsfeldern und Schlüsselmaßnahmen berücksichtigt unter gutachterlicher Prüfung diese wichtigen Impulse aus dem Gesamtprozess.

2. Einflüsse auf den Tourismus durch aktuelle Entwicklungen & Trends

Unsere Gesellschaft findet sich in einer sich **ständig ändernden Gegenwart** wieder, die durch diverse Krisen geprägt wird. Dies hat auch deutliche Auswirkungen auf die Nachfrage- und Angebotsseite im Tourismus. Bescheidenes Konsumklima in Kombination mit steigenden Energie- und Personalkosten sowie inflationsbedingte Preiserhöhungen werden nach den durch die Corona-Pandemie hervorgerufenen Schließzeiten¹ weitere negative Konsequenzen für die Branche haben. Touristische Organisationen und Betriebe müssen so widerstandsfähig und flexibel wie möglich aufgestellt sein, um, diesen Herausforderungen ausgesetzt, Bestand zu haben. Starke Netzwerke, der Wille zur Anpassung und Transformation sowie das Aktivwerden aller im Tourismussegment Beteiligten werden unabdingbar. Durch die Corona-Pandemie entstand eine verstärkte Inlandsfokussierung, die aber langsam abflaut. Was von der Pandemie geblieben ist: Viele Gäste haben das eigene Land zwangsläufig besser entdeckt, woraus auch künftig Wiederholungsbesuche entstehen werden. Dazu kommt: Die Planung von Urlaubsreisen und Tagesausflügen (auch schon vor der Pandemie) wird immer flexibler und kurzfristiger. Ein Trend Richtung mehrerer kürzerer Reisen über das Jahr verteilt, bildet sich ab. Gleichzeitig werden die Ansprüche der Gäste immer höher: Qualität, Trendbewusstsein und Erlebniswert sind immer wichtiger. Es geht nicht mehr nur um das „Wohin“, sondern um das „Warum“ bei der Destinationswahl.

Neben diesen schon kurzfristig spürbaren Folgen geht es aber auch um **weiterreichende gesellschaftliche Umwälzungen** durch sogenannte **Megatrends**. Gesellschaftliche Megatrends bilden laut Zukunftsinstitut weniger kurzfristige „Hypes“, sondern vielmehr relevante gesellschaftliche Tiefenströmungen und Wandelbewegungen mit einer Dauer von mindestens mehreren Jahrzehnten ab². Somit prägen sie Gesellschaften und damit auch den Tourismus langfristig. Besondere Relevanz für die Tourismusedwicklung im Saalekreis weisen dabei die Megatrends Digitalisierung/Konnektivität, Nachhaltigkeit/Neo-Ökologie, New Work, Mobilität und Urbanisierung (im Spannungsfeld von Stadt und Land) auf³.

Digitalisierung und Nachhaltigkeit sind die gesellschaftlichen Transformationstreiber, die künftig bei jedem Schritt mitgedacht werden müssen.

Digitalisierung wird zum dominierenden Grundmuster des gesellschaftlichen Wandels (beschleunigt durch die Corona-Pandemie). Es handelt sich dabei nicht um Digitalität um jeden Preis, sondern um die Wahrnehmung von Digitalität als Grundvoraussetzung, die dort Anwendung findet, wo sie die Menschen unterstützt und deren Bedürfnisse erfüllt. Das bedeutet starke Auswirkungen auf Lebens- und Urlaubsstile, Verhaltensmuster sowie das Kommunikations- und Informationsverhalten der Gäste. Online-Buchbarkeit, digitale Sichtbarkeit, bargeldloses Bezahlen sowie perspektivisch Besucherlenkung

¹ Coronabedingt kam es in vielen Tourismus- und Kultureinrichtungen zu Schließungen oder zu eingeschränkten Öffnungszeiten.

² Zukunftsinstitut, 2022/www.zukunftsinstitut.de

³ Vgl. Europäische Metropolregion Mitteldeutschland (EMMD): Tourismusstrategie Mitteldeutschland, 2022

über digitale Hilfsmittel werden zu Basisaufgaben, die nur durch eine konsequente Förderung von Open Data und vernetzten Content-Strukturen und Datenpflege sichergestellt werden können.

Der Megatrend **Neo-Ökologie/Nachhaltigkeit** wird die 2020er Jahre stärker prägen als jeder andere Megatrend. Dies zeichnet sich durch eine immer stärkere Ausrichtung und Verbindlichkeit von EU- bis Länderebene ab – vor allem ökologisch konnotiert (Klima- und Ressourcenschutz), aber mit wesentlichen Elementen auch im Bereich der sozialen und ökonomischen Nachhaltigkeit. Eine nachhaltige Ausrichtung im touristischen Angebot (Mobilität, Beherbergung, Speisenangebot etc.) wird aus Sicht der Nachfrage zum Must-Have. Das Erfahren und Bewahren von Natur und Kultur, der Genuss bewusster Langsamkeit, regionaler Produkte und authentischer Erlebnisse sind die Antwort auf Lebensknappheiten in einer beschleunigten Gesellschaft. Die Implementierung von nachhaltigen Standards und Angeboten entlang der gesamten touristischen Servicekette sowie die Entwicklung in Richtung lokaler und regionaler Kreisläufe wird auch im Tourismus zur Grundvoraussetzung.

New Work verändert grundsätzlich die Haltung in Unternehmen und der Gesellschaft. Der Mensch steht immer stärker im Mittelpunkt, es geht um die Sinnfrage der Arbeit, die Potenzialentfaltung jedes einzelnen Menschen sowie um eine gelungene Symbiose zwischen Leben und Arbeit. Unternehmenskultur dreht sich mehr denn je um Augenhöhe, Vertrauen, Verantwortung und Wirksamkeit. Gerade in einer Branche wie dem Tourismus – vor allem im Gastgewerbe – bedeutet dies massive Veränderungen: Die Einführung neuer Betriebs- und Beschäftigungsmodelle (weniger personalintensive Dienstleistungen, veränderte Öffnungszeiten, z. B. Self-Check-in) als Gegenmaßnahme zur Verschärfung des Arbeitskräftemangels durch die Corona-Pandemie (Abwanderung, größere Unsicherheiten und damit weiter abnehmende Attraktivität der Ausbildung und Beschäftigung im Tourismus) zusätzlich zum generellen Imageproblem der Branche als Arbeitsgeber wird unabdingbar. Die deutliche Etablierung und Anerkennung des Tourismus als wichtigen Standortfaktor bringen auch mit Blick auf andere Branchen wichtige Potenziale. Gleichzeitig verändern sich auf Seiten der Nachfrage Lebensstile durch neue Bedarfe an Lebens-, Freizeit- und Arbeitsräume. Damit entsteht ein steigendes Interesse an Möglichkeiten für ortsunabhängiges Arbeiten oder einer bewussten Vermischung von Urlaub und Arbeit.

Mobilität im Sinne von Möglichkeiten, Mobilitätsanforderungen und -wünsche ökonomisch, bequem und nachhaltig umzusetzen, wird immer wichtiger. Wir stehen am Beginn eines multimobilen Zeitalters. Es geht um nahtlos aufeinander abgestimmte Mobilitätsketten, die Gästen eine unkomplizierte An- und Abreise und Vor-Ort-Mobilität ermöglichen – auch ohne Pkw. Gerade großstädtische Zielgruppen (z. B. aus Halle (Saale) oder Leipzig) haben immer größere Bedarfe und Erwartungen an ein funktionierendes Mobilitätsangebot bis zur letzten Meile. Dementsprechend geht es immer stärker um die Schaffung zeitgemäßer und kundenorientierter touristischer Mobilitätsangebote, die nachhaltig, barrierefrei und vernetzt von Ballungsräumen bis in den ländlichen Raum verfügbar sind (ÖPNV, Fahrrad, E-Mobilität etc.).

Die **Urbanisierung** in Verbindung zu immer dringlicheren Handlungsbedarfen auf lokaler Ebene

verändert das **Stadt-Land-Gefüge**. Kreative Lösungen für gesellschaftliche Herausforderungen kommen meist aus Städten als wichtigste Lebensräume der Zukunft. Doch auch der ländliche Raum, ermöglicht durch ortsunabhängiges Arbeiten, kann immer stärkere Impulse setzen, befeuert durch den Zuzug kreativer Ex-Städterinnen und -Städter, die durch ihr „digitales Landleben“ ein neues Lebens- und Arbeitsumfeld schaffen. Die Grenzen verschwimmen, der Stadt-Land-Austausch intensiviert sich. Der Fokus rückt auf autarke und regionale Wirtschaftskreisläufe. Das Bewusstsein für deren Wichtigkeit und Wertigkeit wächst. Die Suche nach einer stärkeren Verbindung zur Natur und mehr Lebensqualität im Sinne einer Kombination aus ruraler und urbaner Lebensqualität wird ein starkes Motiv. Aus touristischer Sicht braucht es eine Förderung der Ansiedlung innovativer Konzepte und Angebote (inkl. unterstützender Infrastruktur) im ländlichen Raum mit Bezug zum urbanen Umfeld für eine ganzheitliche Förderung der Lebens- und Aufenthaltsqualität und des Stadt-Land-Austauschs (z. B. innovative Gastronomiekonzepte, Kulturangebote etc.).

In Gänze betrachtet, kann der Tourismus im Saalekreis diesen Herausforderungen nur durch eine aktive Einbindung in die bestehenden touristischen Strukturen begegnen. Durch starke Partnerschaften auf regionaler und landkreisübergreifender Ebene können so mit mehr Schlag- und Handlungskraft Zukunftsthemen angepackt werden.

3. Auf den Punkt gebracht: Kernerkenntnisse aus den Analysen⁴

3.1 Nachfrage und Angebot

Überdurchschnittliche Nachfragedynamik bis 2019, generell heterogene Verteilung

Der Saalekreis wies vor der Corona-Pandemie (bis 2019) eine überdurchschnittliche Nachfragedynamik auf, die fast mit Leipzig und Halle (Saale) Schritt halten konnte. Aber: die Zuwachsraten hatten schon vor Corona an Schwung verloren, erste Einbrüche bei den Übernachtungszahlen waren bereits 2017 festzustellen. Nach mehreren sehr erfolgreichen Jahren verlief die Entwicklung im Auslandsmarkt seit 2014 sehr schwankend und musste schon in den Jahren 2018/19 herbe Verluste hinnehmen. Das ist besonders gravierend, weil der Incoming-Tourismus im Saalekreis einen Anteil von 15 % an allen Übernachtungen (2019) abbildet. Der Saalekreis spürt hier gegebenenfalls den Einfluss von Halle (Saale), wo die Entwicklung des Auslandsmarktes ähnlich verlief. Aber auch Monteursübernachtungen durch Revisionen in der ansässigen Industrie beeinflussen die Schwankungen in der Übernachtungsstatistik. Das Übernachtungsaufkommen ist heterogen verteilt mit einem sichtbaren Fokus auf Merseburg und Landsberg. Auffallend ist aber das relativ geringe Übernachtungsaufkommen in den Anrainerkommunen des Geiseltalsees trotz zahlreicher Beherbergungsbetriebe. Hier besteht ein kleinstrukturierter Beherbergungsmarkt, der auch deutlich durch den grauen Markt (u. a. Privatvermieter) geprägt und damit nicht statistisch erfasst wird. Entwicklungsmöglichkeiten zur Ansiedlung von Hotelinfrastrukturen sind vorhanden.

Der Tagesreiseverkehr nimmt eine wichtige Rolle für den Saalekreis ein. Auf eine Übernachtung kommen 9,2 Tagesreisen und damit ist die Bedeutung fast so hoch wie in den beiden Großstädten Halle (Saale) und Leipzig und höher als in anderen angrenzenden Landkreisen⁵.

Gastgewerbe: Luft nach oben bei Qualität, Professionalität und Qualifizierung

Die Qualitätsorientierung ist in allen Beherbergungssegmenten gering, die Teilnahmebereitschaft an Klassifizierungs- und Zertifizierungsinitiativen verhalten. Beim Thema Qualität melden außerdem fast zwei Drittel der befragten Akteurinnen und Akteure laut Stakeholderbefragung Unterstützungsbedarfe an. Demgegenüber weist die Online-Reputation (TrustScore 2022) eine überdurchschnittliche Gästezufriedenheit (85,3) im Vergleich zum Gesamtwert für das Reisegebiet Halle, Saale-Unstrut (84,2) auf. Auch die Bevölkerung nimmt beispielsweise das Preis-Leistungs-Verhältnis sowie die Servicequalität in der Gastronomie als positiv wahr. Laut Befragung scheint die touristische Entwicklung aber bislang nicht zur Verbesserung der Öffnungszeiten (im Sinne einer Verlängerung der Öffnungszeiten) beizutragen. Darüber hinaus besteht Luft nach oben bezüglich des angebotenen Spektrums in der Gastronomie. An vielen Stellen fehlt es an kulinarischer Vielfalt, regionalen Produkten etc.

⁴ Aussagen aus Sicht der Bevölkerung und Stakeholder sowie konkrete Verweise auf die Bevölkerungs- und Stakeholderbefragung beziehen sich auf die im Rahmen der Erstellung des Tourismuskonzeptes durchgeführten Erhebungen im März 2022. Ein separater Ergebnisbericht befindet sich im Anhang.

⁵ Vgl. EMMD: Tourismusstrategie Mitteldeutschland, 2022

Touristische Infrastruktur ist Mangelware, Auslastung gering

Die Betriebsgröße stieg bedingt durch die Schließung von kleineren Betrieben und lag 2019 über den Werten anderer Landkreise der Region. Auch die Kapazitätsauslastung hat sich seitdem deutlich verbessert im Saalekreis – sie stieg um 10 Prozentpunkte, ist aber dennoch mit einem Wert von unter 30 % vergleichsweise gering. Eine sichtbare Dynamik bei den Beherbergungsbetrieben war vor allem bei Gruppenunterkünften, Ferienwohnungen und im Campingsegment festzustellen (+402,9 % in den vergangenen 10 Jahren).

Generell mangelt es auf Kreisebene an Angeboten für Kinder/Familien/Jugendliche sowie an Schlechtwetter- und Unterhaltungsangeboten. Ein besonders großes Manko ist auch im Hinblick auf die sogenannte ergänzende Infrastruktur (Wegenetz, Beschilderung, Parkplätze) festzustellen. Der Geiseltalsee ist ein bedeutendes Ziel von Naherholungssuchenden und Reisenden im Saalekreis und weist eine überdurchschnittliche Aufenthaltsdauer auf Campingplätzen aus.

An diesem Standort (aktuell ist der Geiseltalsee Schwerpunkt der Kapazitäten im Ferienwohnungssegment) ist Potenzial für Hotelstrukturen bzw. größere Übernachtungskapazitäten vorhanden, um bestehende Angebotsdefizite zu kompensieren.

Mehrheitlich positive Zukunftsaussichten für Betriebe

Im Rahmen der Stakeholderbefragung wurden die Teilnehmenden explizit gefragt, ob es bereits konkrete Planungen zur Zukunft ihres Betriebes gibt und inwieweit Unterstützungsbedarf besteht. Hier zeigt sich ein sehr positives Bild: Bei drei Viertel der befragten Betriebe ist die Nachfolge gesichert und die Betriebe fühlen sich in der Regel gut aufgestellt, so dass in Fragen der Nachfolgeregelung, Gründung sowie im Hinblick auf eine betriebswirtschaftliche Bewertung nur geringer Unterstützungsbedarf vorhanden ist. Demgegenüber wünschen sie sich Unterstützung bzw. Expertise bei Fragen zur Durchführung gemeinsamer Marketingaktivitäten, beim informellen Erfahrungsaustausch sowie bei der Konzeption und Umsetzung gemeinsamer Veranstaltungen. Grundsätzlich bescheinigen die Stakeholder den Betrieben im Saalekreis einen guten Unternehmergeist, der z. B. in Ideen für die Umwandlung bzw. Umnutzung von alten Gebäuden sichtbar wird.

Lage & Mobilität: MIV-Anbindung sehr gut, bedarfsgerechte und nachhaltige Mobilität ausbaufähig

Der Landkreis zeichnet sich durch eine zentrale Lage in Deutschland aus. Er umschließt die Stadt Halle (Saale) vollständig und liegt in unmittelbarer Nähe zu den Großstädten Leipzig und Jena. Die ausgezeichnete Verkehrsanbindung macht den Saalekreis zu einem beliebten Standort für Unternehmen aus Handel und Logistik. Über die Bundesautobahnen A14, A38 und A143 ist der Landkreis sehr gut erreichbar. Hervorzuheben ist auch die A9 als europaweit bedeutende Nord-Süd-Trasse, die in Teilen durch den Saalekreis verläuft, sowie die Anbindung über die Bundesstraßen (B6, B80, B91, B100, B176, B180, B181 und B250), wobei der nördliche Bereich des Saalekreises nicht an das Bundesstraßennetz angebunden ist.

Das Einzugsgebiet von Halle (Saale), die Straßenbahnlinie 5 (Strecke Halle (Saale) - Schkopau - Merseburg - Leuna - Bad Dürrenberg) und die Pendlerstrecken (S-Bahn) nach Leipzig wirken sich positiv auf die Erreichbarkeit aus. Der Saalekreis und der Burgenlandkreis sind Gesellschafter des Mitteldeutschen Verkehrsverbundes (MDV), in dem ein einheitliches Tarifsystem für den Nahverkehr

existiert. Allerdings fehlt im Öffentlichen Fernverkehr eine direkte Verbindung des Landkreises mit dem ICE oder IC. Hier ist lediglich über einen Umstieg in Halle (Saale) oder Leipzig die Weiterfahrt mit der Regionalbahn möglich. Die Befragungen bescheinigen dem ÖPNV nur einen Platz im „Mittelfeld“ und geben damit Hinweise auf notwendigen Ausbaubedarf. In manchen Teilbereichen ist die Taktung schlecht, Regionalbuslinien verkehren mit einzelnen Fahrten am Wochenende, teilweise nur an Samstagen und manche Fahrten als Linienbedarfsverkehr (keine Taktverkehre vorhanden). Das ausgedünnte Wochenendangebot im Busverkehr verringert die zeitliche Flexibilität bei Ausflügen. Bemängelt wird darüber hinaus die geringe Dichte an touristischen Radrouten und die allgemein unzureichende Erschließung des Saalekreises. Wie bereits erwähnt, liegt nachhaltige Mobilität im Trend. Dies macht eine moderne Mobilitätsinfrastruktur erforderlich, eine Attraktivierung des ÖPNV und eine Stärkung des Umweltverbundes durch vernetzte, kombinierte und bedarfsorientierte Mobilitätsangebote.

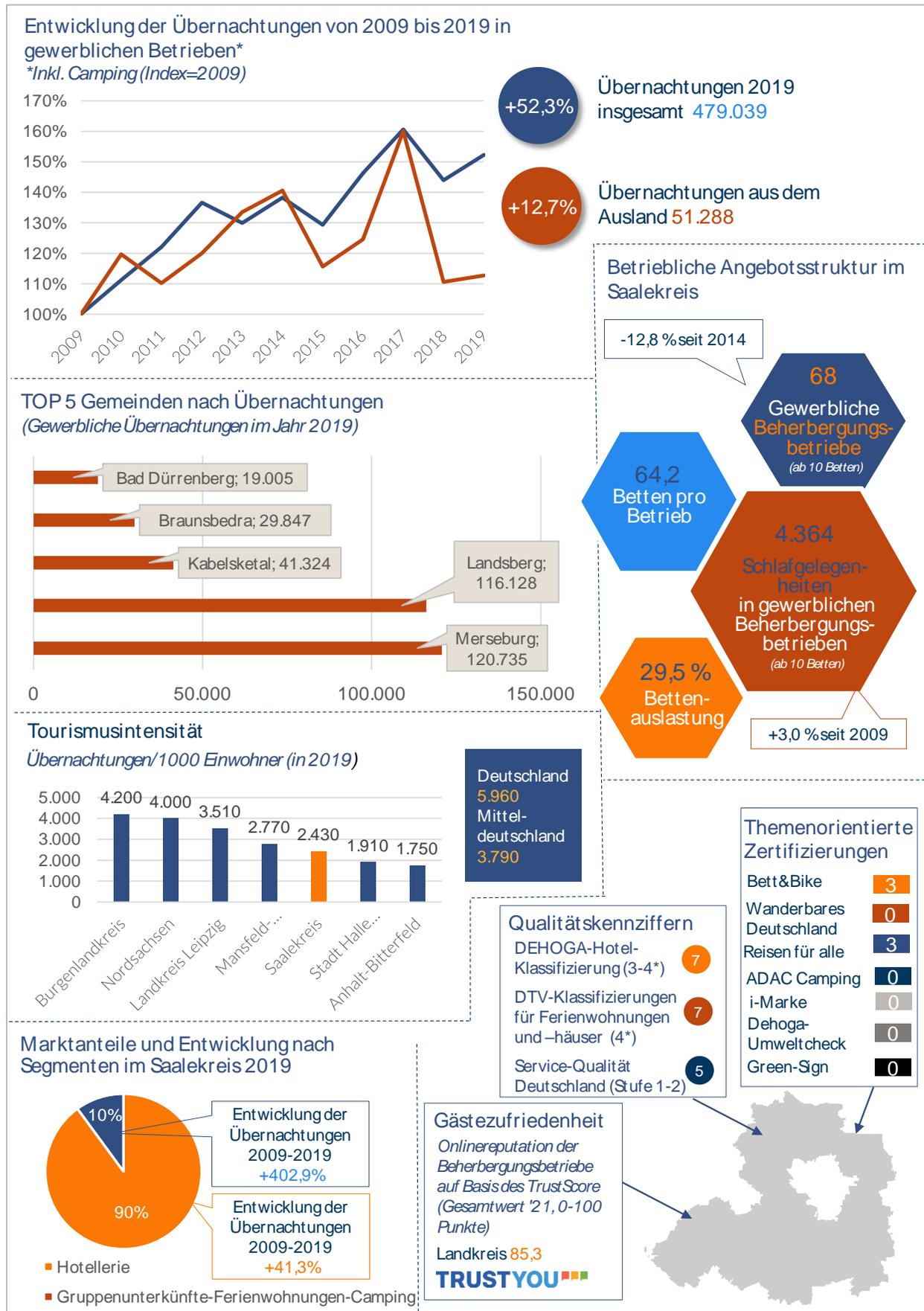
Nachhaltigkeit: Noch zu schwache Ausprägung, Handlungsdruck steigt

Das Nachhaltigkeitshandbuch des Tourismusverbandes Saale-Unstrut e. V. für Gastgeber greift den Trend zu mehr Nachhaltigkeit auf und stellt mit Handreichungen, praxisorientierten Checklisten und Handlungsempfehlungen eine wichtige Grundlage für die touristischen Angebote dar. Abgesehen davon ist das Thema aber nur schwach ausgeprägt, nicht nur in puncto nachhaltige Mobilität (s. o.), sondern auch bei nachhaltigen Zertifizierungen im Gastgewerbe sowie nachhaltigen Wirtschaftskreisläufen. Betriebe mit Zertifizierungen wie beispielsweise Green Sign oder der DEHOGA-Umweltcheck, die Gästen Transparenz bei der Wahl ihres Quartiers bieten sollen, gibt es aktuell noch gar nicht (siehe auch Abb. 3).

Mit der Initiative „Handgemacht Saale.Unstrut“ haben sich in der Region einzelne Leuchtturmanbieter dem Thema regionale Produkte verschrieben. Die Verwendung regionaler Produkte garantiert kurze Produktions- und Lieferwege. Handgemacht Saale.Unstrut als Projekt des Saale-Unstrut-Tourismus e. V. wurde im Juli 2019 mit Hilfe des Bundesförderungsprogramms „Unternehmen Revier“ und der Metropolregion Mitteldeutschland ins Leben gerufen. Produkte aus dem traditionellen Handwerk, der Landwirtschaft und dem kreativen Bereich mit Erlebnisangeboten vereinen sich hier in einem starken regionalen Netzwerk. Im Saalekreis spielen regionale Produkte – abseits von Winzerinnen und Winzern sowie vereinzelt Hofläden – bislang eine eher untergeordnete Rolle.

Nachhaltigkeit umfasst neben ökologischen und ökonomischen Aspekten auch soziale Aspekte, z. B. in Form barrierefreier Angebote im Sinne eines „Reisen für Alle“. Die Bevölkerung bewertet das bestehende Angebot als kritisch bzw. kaum vorhanden, so dass auch hier Handlungsbedarf gegeben ist.

Abbildung 3: Zahlen, Daten, Fakten zum Tourismus im Saalekreis



Quelle: dwif 2022, Daten: Statistisches Landesamt, Qualitätsinitiativen

3.2 Standort- und Wirtschaftsfaktor Tourismus

Förderer attraktiver Standortbedingungen

Die touristische Entwicklung im Saalekreis bringt deutliche Effekte für die Attraktivität als Standort und die Förderung von Lebensqualität. Der Kreis profitiert durch den sichtbaren Freizeitwert der touristischen Angebote und Veranstaltungen, der Infrastrukturentwicklung (z. B. Wegeinfrastruktur) und Auslastung von Gastronomie und Einzelhandel. Diese würden ohne den Tourismus der Bevölkerung nicht in dieser Form zur Freizeitgestaltung zur Verfügung stehen.

Aber auch Beschäftigte innerhalb und außerhalb der Branche und damit die ansässige Industrie profitieren von einer attraktiven Tourismusregion, in der es sich gut leben und arbeiten lässt. Die Attraktivierung des Standorts Saalekreis durch den Tourismus ist nicht von der Hand zu weisen. Hier bestehen noch deutliche Potenziale für die Kooperation des Tourismus mit weiteren Branchen.

Wirtschaftsfaktor mit Potenzial

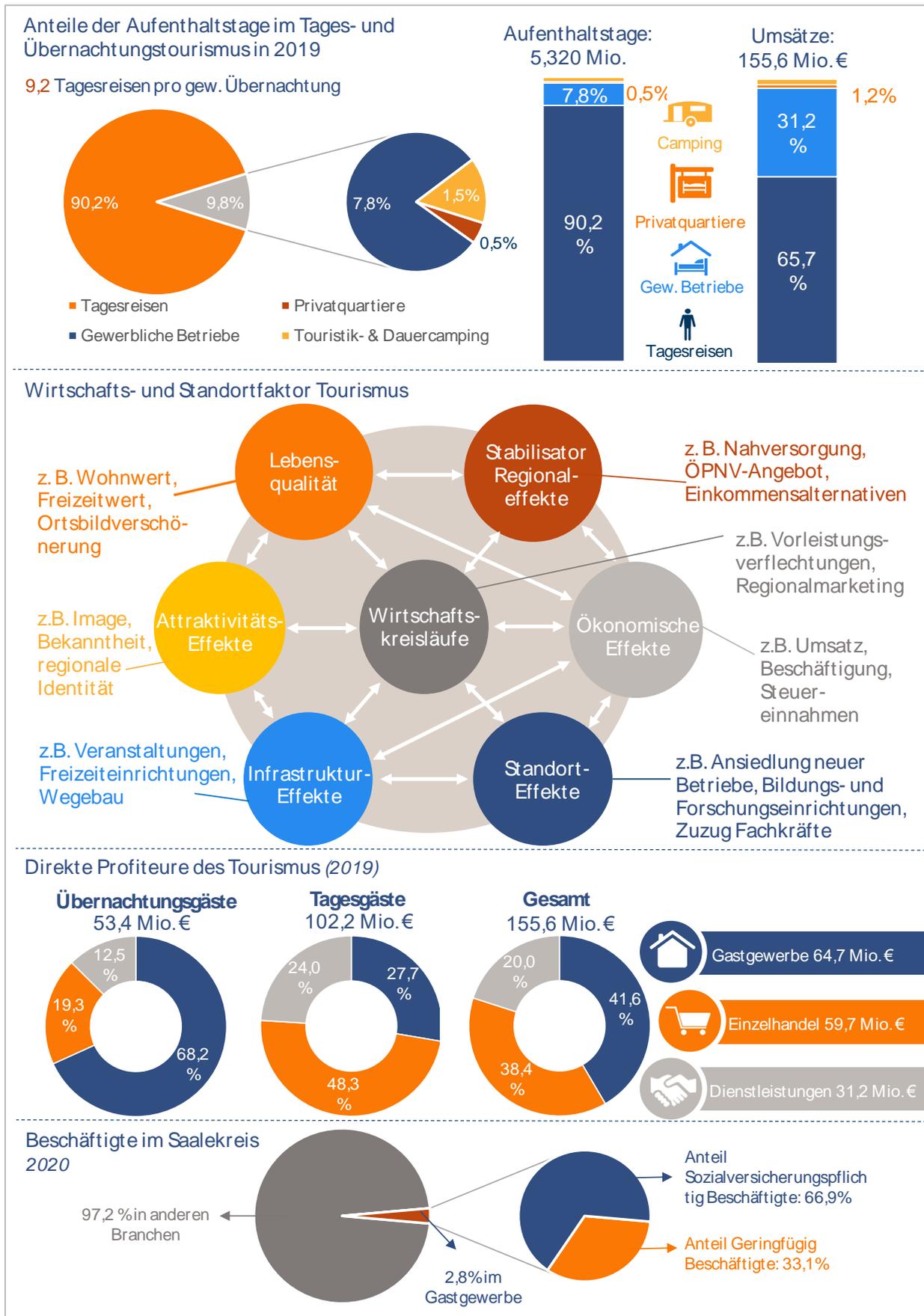
Der Tourismus im Saalekreis erwirtschaftete im Jahr 2019 155,6 Mio. Euro. Stärkstes Segment mit 90 % aller Aufenthaltstage ist der Tagestourismus, was ihn aus wirtschaftlicher Sicht zu einem wichtigen Potenzial macht. Er erwirtschaftet auch fast 66 % aller Umsätze aus dem Tourismus.

Auf den gewerblichen Übernachtungstourismus entfallen rund 31 % der Umsätze. Mit Blick auf die ökonomischen Effekte durch den Tourismus profitiert keinesfalls nur das Gastgewerbe mit 64,7 Mio. Euro: Allein der Einzelhandel generiert 59,7 Mio. Euro an Umsätzen durch den Tourismus. Potenziale bestehen vor allem beim Ausgabeverhalten der Gäste: Die durchschnittlichen Tagesausgaben sind insbesondere in den volumenstarken Segmenten (gewerbliche Beherbergungsbetriebe und Tagestourismus) noch eher gering. Durch höhere Qualität und eine dadurch mögliche Erhöhung des Preisniveaus in der Beherbergung sowie der Schaffung von Ausgabeanlässen im Gastronomie-, Kultur- und Freizeitbereich (Speisen- und Serviceangebote, Touren, Besichtigungen etc.) für Tagesgäste lassen sich die ökonomischen Effekte weiter erhöhen.

Touristischer Arbeitsmarkt: Geringe Bedeutung, dennoch hoher Unterstützungsbedarf

Die Zahl der im Gastgewerbe Beschäftigten im Saalekreis stieg bis zum Beginn der Corona-Pandemie, wenn im regionalen Vergleich auch nur mit durchschnittlicher Dynamik. Im Vergleich zu anderen Branchen zeigt sich ein relativ starkes Wachstum gerade der prekären Arbeitsverhältnisse (geringfügig entlohnte Beschäftigte), deren Anteil an allen Beschäftigten mit rund einem Drittel im Gastgewerbe deutlich höher liegt als im Branchenmittel. Im regionalen Kontext hingegen liegt der Landkreiswert auch hier im Durchschnitt. Insgesamt hat der Tourismus eine vergleichsweise geringe Bedeutung für den Arbeitsmarkt im Saalekreis (<3 % aller Beschäftigten sind im Gastgewerbe tätig). Dies zeigt sich auch in den Einschätzungen aus der Bevölkerungsbefragung: 80 % der befragten Bevölkerung hat keinen beruflichen oder wirtschaftlichen Bezug zum Tourismus und der Beitrag des Tourismus zu attraktiven Arbeitsplätzen wird nur geringfügig wahrgenommen. Die im Tourismussegment Aktiven nennen den Fach- und Arbeitskräftemangel unter den TOP 3 der größten Herausforderungen und melden deutlichen Unterstützungsbedarf beim Thema Fach- und Arbeitskräftesicherung an.

Abbildung 4: Wirtschafts- und Standortfaktor Tourismus



Quelle: dwif 2022, Daten: Berechnungen zum Wirtschaftsfaktor Tourismus dwif 2021, Statistisches Landesamt

3.3 Tourismusakzeptanz und -bewusstsein im Saalekreis

Identifikation: Lokal stark, mit Bezug auf Landkreis und Region ausbaufähig

Die Bevölkerung im Saalekreis ist lokal stark verwurzelt: Die Wohndauer im Landkreis ist sehr hoch, oft ein Leben lang. Junge Menschen (<29 Jahre) sind zum Leben im Landkreis zwar etwas kritischer eingestellt, 81 % der Bevölkerung leben allerdings gerne im Saalekreis. Über zwei Drittel der befragten Einwohnerschaft identifizieren sich stark bis sehr stark mit der eigenen Gemeinde. Entstanden durch eine Kreisgebietsreform fällt das historische Zusammengehörigkeitsgefühl mit Blick auf den Landkreis bisher schwächer aus, etwas stärker im nördlichen Saalekreis. Der Anteil der Bürgerinnen und Bürger, die sich stark bis sehr stark mit dem Landkreis sowie mit der Region Saale-Unstrut identifizieren, liegt aber dennoch bei jeweils 41 %. Touristische Betriebe leisten nach eigener Einschätzung allerdings selbst einen hohen Beitrag zur Identifikation/zum Lebensgefühl auf lokaler Ebene – im geringeren Maße auch mit Blick auf den Landkreis und die Region.

Tourismusakzeptanz: Grundsätzlich gute Stimmung und Wunsch zur Weiterentwicklung

Die Einstellung der Bevölkerung zum Tourismus ist sehr positiv im Saalekreis: Insgesamt wünschen sich 94 % der Befragten mehr touristisch veranlasste Aufenthalte – für 63 % soll der Tourismus sogar deutlich wachsen. Dieser Meinung sind ebenfalls die touristischen Betriebe: Die Tourismusentwicklung der letzten Jahre wird von der Mehrheit als noch unbefriedigend eingeordnet. Für 71 % der Befragten ist der Tourismus sogar ebenso zugehörig zum Saalekreis wie die Bevölkerung selbst. Ein gastfreundliches Verhalten ist selbstverständlich und der Kontakt mit Reisenden wird als angenehm empfunden. Grundsätzlich besteht aus Sicht der Bevölkerung nur eine geringe Belastung durch den Tourismus. Lediglich eine noch unzureichende Beachtung der Belange und Beteiligung der Bevölkerung an der touristischen Entwicklung (vor allem im nördlichen Saalekreis) wird bemängelt.

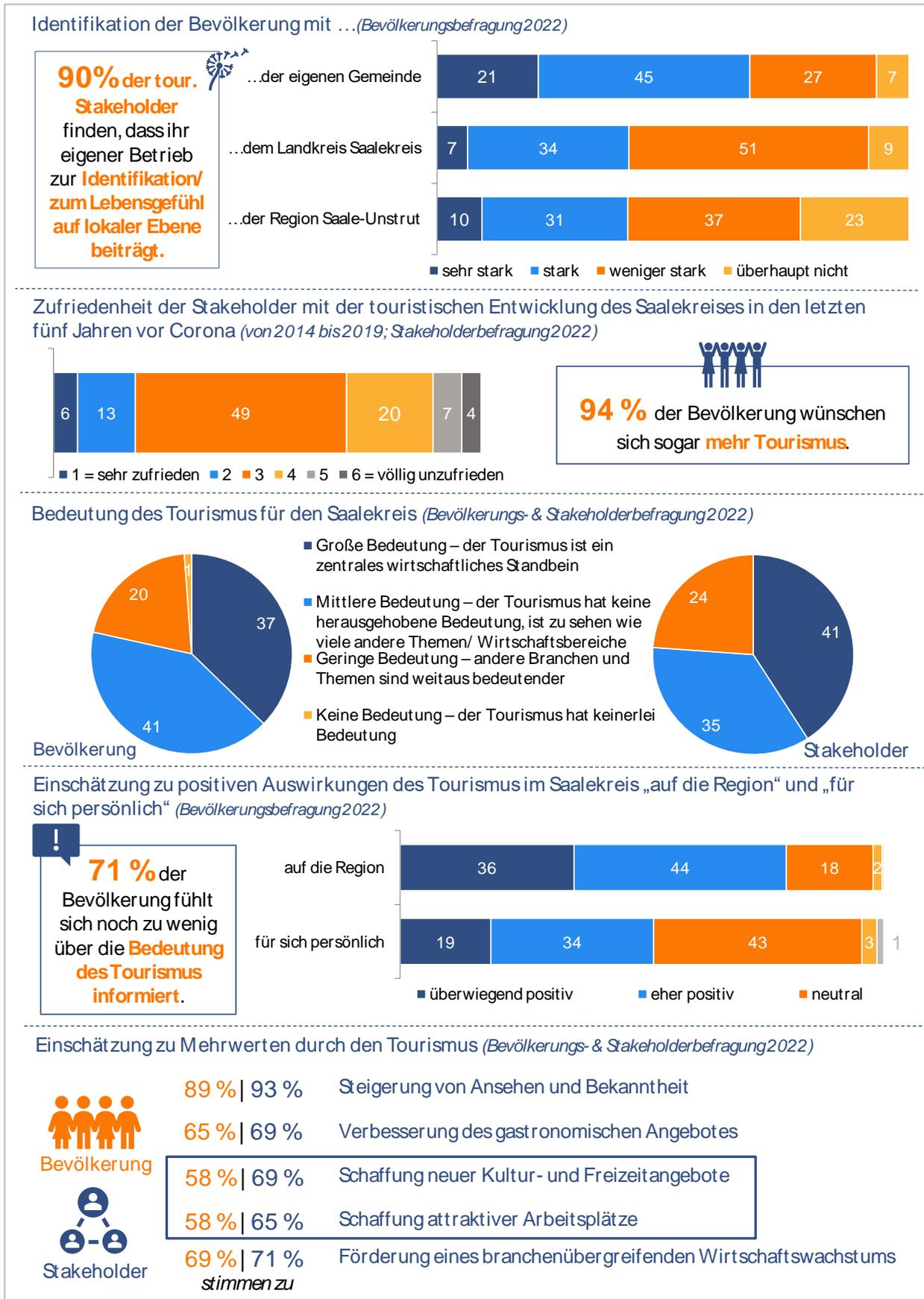
Tourismusbewusstsein: Beschränkt auf Image; Wahrnehmung konkreter Beiträge und Potenziale als Standort- und Wirtschaftsfaktor ausbaufähig

Über drei Viertel der befragten Bürgerinnen und Bürger sowie Stakeholder schreiben dem Tourismus eine mittlere bis hohe Bedeutung für den Saalekreis zu. Durch die starke ansässige Industrie ist der Stellenwert als Tourismusregion – die Bedeutung als auch das Potenzial des Tourismus als Standortfaktor – politisch jedoch noch zu wenig anerkannt. Auch herrscht ein heterogenes Bewusstsein für den Stellen- und Mehrwert durch den Tourismus unter den Kommunen.

Für ca. 90 % der Bevölkerung und Stakeholder steigert der Tourismus das Ansehen und die Bekanntheit des Landkreises. Die Mehrheit der Bevölkerung nimmt den Saalekreis als attraktiv für Gäste wahr und sieht generell positive Auswirkungen durch den Tourismus für die Region.

Die Wahrnehmung der konkreten positiven Effekte und Mehrwerte durch den Tourismus vor Ort und für sich selbst hat in der Bevölkerung aber noch Luft nach oben. Zum öffentlichen Verkehrsangebot trägt der Tourismus in der Wahrnehmung der Bevölkerung (und Stakeholder) noch am wenigsten bei, ebenso fällt die Bewertung zur Schaffung von Arbeitsplätzen, von Freizeit- und Kulturangeboten sowie die Förderung des Einzelhandels aus Sicht der Bevölkerung geringer aus. Hinzu kommt: 71 % der befragten Bevölkerung fühlen sich noch zu wenig über die Bedeutung des Tourismus informiert.

Abbildung 5: Ausgewählte Ergebnisse der Bevölkerungs- und Stakeholderbefragung



Quelle: dwif 2022, Daten: Stakeholder- und Bevölkerungsbefragung

3.4 Touristische Prioritäts- und Potenzialthemen für den Saalekreis

Prioritätsthema Kultur: Gute Basis in der Fläche, Veredlung/Schaffung von Angeboten mit mehr Strahlkraft nötig

Vorhandene Highlights wie z. B. die FilmBurg Querfurt oder der Merseburger Dom (mit den Zaubersprüchen) weisen sichtbare Strahlkraft und Potenziale auf. Die Bevölkerung bescheinigt den baukulturellen Highlights im Saalekreis durchweg gute Noten. Damit erreichen sie in der Bewertung der touristischen Angebote und Infrastruktur einen Platz unter den TOP 3. Ebenso schneidet die Servicequalität in Freizeiteinrichtungen in der Bewertung gut ab. Allerdings treten beim Thema Kultur auch viele Schwächen zutage: Insgesamt finden sich auf Landkreisebene nur wenige Highlights mit hoher Strahlkraft, sondern in erster Linie verborgene Kleinode in der Fläche, die es teils noch zu entdecken gilt. Das kulturtouristische Angebot besticht zwar durch Vielfalt, dennoch erhalten das vorhandene Kunst- und Kulturangebot, das Unterhaltungs- und Veranstaltungsangebot sowie Schlechtwetterangebote von der Bevölkerung im Vergleich zu anderen Aspekten (z. B. Gastronomie) erstaunlich schlechte Bewertungen. Das für Mitteldeutschland potenzialreiche Thema Industriekultur ist im Saalekreis nur mit wenigen touristisch relevanten Angeboten vertreten.

Prioritätsthema Wein und Kulinarik: Aufholbedarf bei Erlebnis- und Zielgruppenorientierung, um vorhandene Potenziale zu heben

„Saale-Unstrut“ bietet als nördlichstes Weinanbaugebiet Europas ein Alleinstellungsmerkmal. Das Thema Wein wird kleinräumig gut abgedeckt und ist sowohl Magnet für Personen, die einen Ausflug machen vom Urlaubsort als auch vom Wohnort, u. a. aus den nahegelegenen Großstädten. Das Angebot für die Gäste reicht von den typischen Besen-/Straußenwirtschaften über Weinproben, geführte Wanderungen mit Weinverkostigungen und Events bis hin zum Verkauf im Hofladen. Punktuell wird das Thema Weinerlebnis z. B. in Form von Abendessen im Weinberg (Wine & Dine) oder auch Wanderungen mit Winzerinnen und Winzern bereits umgesetzt. Angebotsschwerpunkte bilden im Landkreis das schon seit Ende des 10. Jahrhunderts n. Chr. existierende Weinbaugebiet in Hohnstedt (Großlage) sowie der Raum Geiseltalsee, in dem Weinbau in einem ehemaligen Braunkohlentagebaugebiet betrieben wird. Dennoch weist auch das für die Region Saale-Unstrut definierte Prioritätsthema Wein und Kulinarik Defizite auf. So zeigt sich eine starke Saisonalität der Angebote vom Frühjahr bis in den Herbst, während die Möglichkeiten für saisonverlängernde Maßnahmen mit einer Ausdehnung auf die Winterzeit kaum ausgeschöpft werden. Generell fokussieren sich die Winzer im Landkreis in erster Linie auf ihr Kerngeschäft, die Weinproduktion, touristische Angebote z. B. Übernachtungsmöglichkeiten in Ferienwohnungen, Gästezimmern oder auch spezielle Weinhotels etc. sind nur sporadisch vorhanden. Defizite sind auch im Marketing erkennbar: Viele Winzerinnen und Winzer bieten zwar eine Online-Präsenz, allerdings ist der Content oftmals nicht zufriedenstellend (vorwiegend Informationen, wenig aktuelle Daten, z. B. zu Veranstaltungen) oder die Buchbarkeit eingeschränkt. Grundsätzlich fehlt im Saalekreis ein flächendeckendes, auf die Bedürfnisse der Zielgruppen ausgerichtetes Weinerlebnisangebot – hierfür wäre auch eine stärkere Themenverknüpfung wichtig.

Potenzialthemen Rad & Wandern: Attraktive Angebote vorhanden, Mängel bei Vernetzung und Infrastruktur

Insgesamt entwickelt sich der Radtourismus positiv in der Region und ist potenziell TOP-Thema für die Netzwerkarbeit in Mitteldeutschland. Mit Blick auf den Saalekreis schaffen die beiden Naturparks ein attraktives natürliches Angebot, das aktivtouristisch erlebt werden kann. Mit dem Saaleradweg weist der Landkreis ein sichtbares Highlight-Angebot auf, welches durch weitere Radwege wie z. B. Elsterradweg, Dolmenweg, Himmelsscheibenradweg und den Radfernweg Saale-Harz untersetzt wird (s. auch Abb. 6). Eine Vernetzung über den Landkreis hinaus besteht durch das LEADER-Kooperationsprojekt „Wettiner Weg“ des nördlichen Saalekreises und des Landkreises Anhalt-Bitterfeld. Dabei handelt es sich um die Konzeption als Raderlebnisroute mit einer gemeindeüberübergreifenden Verbindung verschiedener Sehenswürdigkeiten und Ausflugsziele, die u. a. Einblicke in die Kultur und Geschichte zwischen Saale und Mulde ermöglicht. Die Radinfrastruktur und -freundlichkeit weist laut Bevölkerungsbefragung Schwachstellen auf und bildet damit ein unausgeschöpftes Potenzial zum Beitrag für die Standortqualität. Teilweise befinden sich die Radwege in einem schlechten Zustand, darüber hinaus werden fehlende Verbindungen moniert. So ist die Radweganbindung aus Richtung Leipzig extrem wichtig⁶. Es mangelt an Zubringern zum Saaleradweg (insbesondere im nördlichen Teil des Landkreises ist weniger Radinfrastruktur vorhanden als im Südteil), ebenso zum Unstrut-Radweg, welcher aktuell nur über die Bundesstraße zu erreichen ist. Das Anfang 2022 veröffentlichte Radverkehrskonzept im Auftrag des Landkreises Saalekreis⁷ nimmt nicht nur eine Bestandsaufnahme und Bewertung des Radverkehrsnetzes vor, sondern kann einen wertvollen Beitrag leisten, um gezielt und koordiniert dessen weitere Planung und Ausgestaltung voranzutreiben.

Beim Thema Wandern wartet der Saalekreis allgemein mit einem Anschluss an die TOP-Wanderrouten der Region auf. Unter anderem verlaufen europaweite Fernwanderwege sowie Pilgerrouten durch den Kreis (s. auch Abb. 6), wobei hier der südliche Teil mit seinem Angebot deutlich hinter dem nördlichen Teil abfällt. Positiv zu bemerken ist, dass derzeit die Süderweiterung des Lutherweges (Verbindung Eisleben – Naumburg) in Planung ist. Generell ist das Angebot an Wanderinfrastruktur im Landkreis ausbaufähig (s. auch Maßnahme M3).

Potenzialthema Wassertourismus: Angebotsbasis vorhanden, Ergänzung und Ausbau bedarfsorientierter (Ergänzungs-)Angebote ausstehend

Abgesehen von der Saale mit ihren Möglichkeiten zum Wasserwandern und verschiedenen Tourenmöglichkeiten (die allerdings noch deutlich stärker bespielt werden müssen) bietet vor allem der südliche Teil des Geiseltalsees eine gute infrastrukturelle Erschließung für den Aktivtourismus. Hafen und Wassersportzentrum Mücheln sowie Marina und Seebrücke Braunsbedra sind starke Anziehungspunkte. Ein Rundweg, Rastplätze, Aussichtspunkte, ein Campingplatz mit Tauchstation und ein Badestrand runden das Angebot ab. Insbesondere für Segelnde und Surfende bietet der See durch

⁶ Vgl. Stadt Hohenmölsen: Radverkehrskonzept der LEADER-Aktionsgruppe „Montanregion Sachsen-Anhalt Süd“, 2019

⁷ Vgl. Landkreis Saalekreis: Radverkehrskonzept für den Landkreis Saalekreis, 2022

seine Größe und die West-Ost-Ausdehnung optimale Bedingungen, beim Tauchen und Angeln profitiert man von der hohen Wasserqualität. Ergänzend ermöglichen die Nachbarseen (Runstedter See, Hasse See, Großkaynaer See) in ihrer Ausrichtung als „Landschaftsseen“ sanftes wassertouristisches Erleben und eine Grundlage durch Differenzierung der Angebote in der Seenregion. Mit der thematischen Verknüpfung zum Thema Wein, Kulinarik und Kultur und dem einmaligen Weinbau an einem Bergbaufolgesee konnte hier bereits ein Alleinstellungsmerkmal entwickelt werden.

Die Entwicklung des Wassertourismus an der Saale bietet darüber hinaus noch viel Potenzial durch den Verlauf des Flusses entlang kultureller Schätze und der Verbindung mit der Stadt Halle (Saale) sowie dem Salzland- und Burgenlandkreis auf dem Wasserweg. Aktuell besteht hier allerdings noch kein strukturiertes Angebot. Das geplante Projekt „Hausboote“ auf der Saale oberhalb von Bad Dürrenberg könnte hier erste Impulse setzen. Ebenfalls besteht ein Bedarf an Ein- und Ausstiegsstellen für Wasserwanderer sowie Campingmöglichkeiten entlang der Saale und damit eine Verbindung zu den Angeboten im Burgenlandkreis.

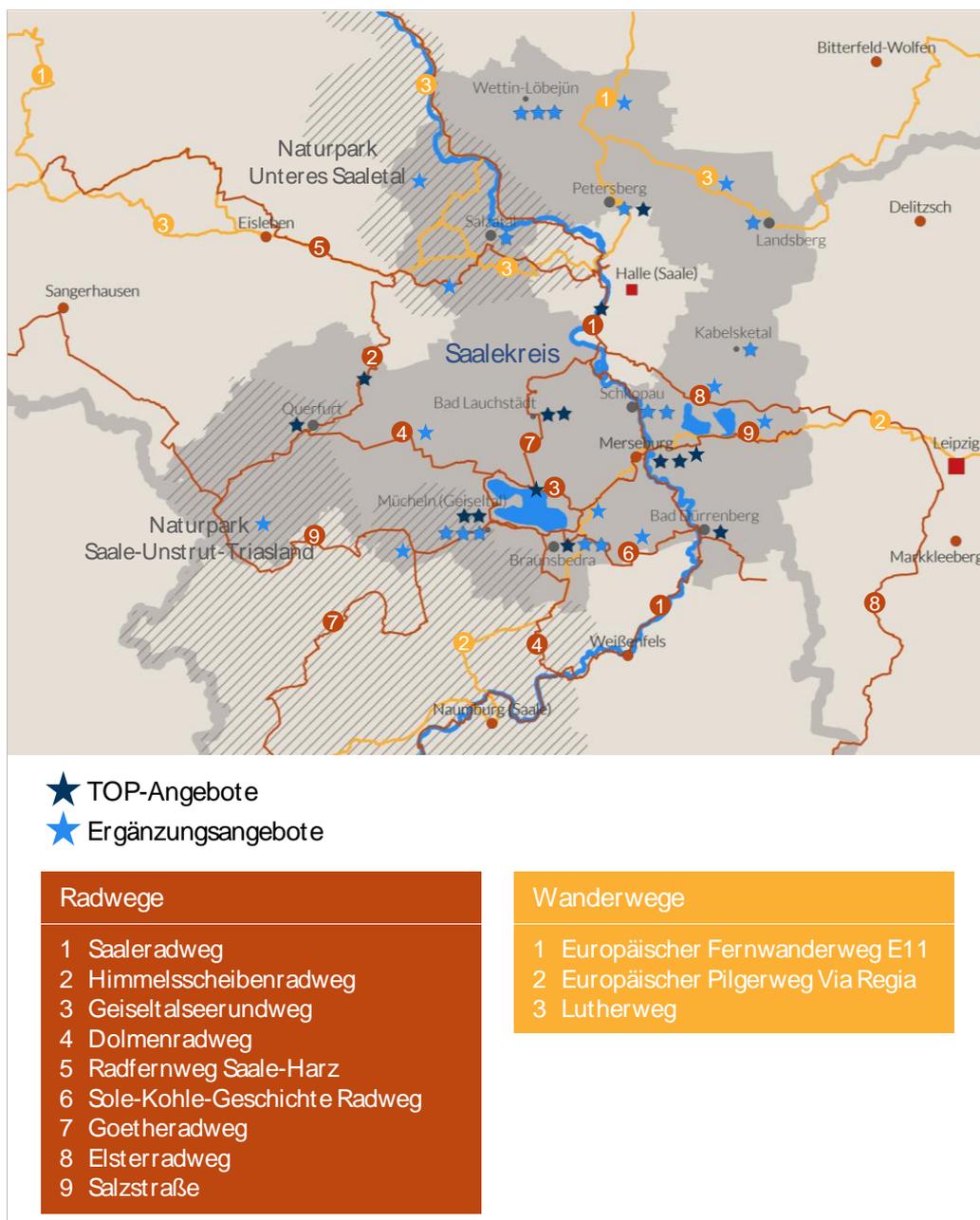
Generell besteht aber auch beim Wassertourismus Aufholbedarf in puncto Erlebniswert und touristische Erschließung. Touristische Ergänzungsangebote (z. B. Gastronomie) fehlen weitgehend, um die Infrastruktur für Reisende attraktiver zu machen, ebenso fehlt die Vernetzung sowie Zugänglichkeit zwischen den touristischen Entwicklungsbereichen.

Naturschutzrechtliche Einschränkungen, fehlende Freigabe (Bergbaufolgerecht) und fehlende verkehrliche Anbindung des nördlichen Geiseltalsees verhindern den wichtigen Zugang von Seiten der Städte Merseburg, Bad Lauchstädt und Halle (Saale), am Südufer wirken Industrie- und Landwirtschaftsbrachen negativ auf die Attraktivität. Viele kleinteilige Initiativen, Vereine, Akteurinnen und Akteure (z. B. Marketinginitiative Geiseltalsee, Netzwerk Geiseltal e. V.) mit begrenzter Kooperation und damit fehlender einheitlicher Positionierung und Zielrichtung erschweren eine ganzheitliche Entwicklung des Sees. Nicht zuletzt besteht eine starke Konkurrenzsituation zum Leipziger Neuseenland, das touristisch wesentlich besser entwickelt ist und als Vorbild für eine strategische und koordinierte Entwicklung gelten kann.

3.5 Touristische Anziehungspunkte (POI): Struktur und Vernetzung

Im Saalekreis gibt es mehrere touristische Anziehungspunkte, sogenannte Points of Interest (POI) (s. Abb. 6), welche sich nach TOP- und Ergänzungsangeboten differenzieren lassen. Die **TOP-Angebote** des Landkreises bilden einen eigenen regionalen oder überregionalen Reiseanlass, besitzen (auch potenziell) eine hohe Attraktivität für überregionale Nachfrage, eine hohe Alleinstellungsfähigkeit und werden im touristischen Marketing als Leit- bzw. „Schaufenster-produkte“ herausgestellt. **Ergänzungsangebote** sind ebenfalls touristisch bedeutsam, insbesondere für nah gelegene Quellmärkte als eigener Reiseanlass (abnehmend mit zunehmender Entfernung), sind jedoch in der Regel keine Leitprodukte und besitzen nur eine geringere Alleinstellungsfähigkeit.

Abbildung 6: Die touristische Angebotsstruktur im Saalekreis



Quelle: dwif 2022, Kartengrundlage GfK

Zahlreiche Rad- und Wanderwege mit regionaler, teils überregionaler Bedeutung und/oder thematischer Ausrichtung durchziehen den Saalekreis und unterstützen die Vernetzung touristischer Attraktionen und damit die Erlebbarkeit der Region, wenngleich an vielen Stellen vor allem in qualitativer Hinsicht Verbesserungsbedarf vorhanden ist. Der Saaleradweg verläuft entlang des Flusses durch den Landkreis. Im nördlichen Teil des Saalekreises ergänzen Lutherweg, Europäischer Fernwanderweg E11 und der Radfernweg Saale-Harz das Angebotsportfolio, im südlichen Teil Sole-Kohle-Geschichte-Radweg, Dolmenradweg, Goetheradweg, Elsterradweg, Salzstraßen-Radweg, Europäischer Pilgerweg Via Regia, Geiseltalseerundweg und im westlichen Teil der Himmelscheibenradweg. Von den vorhandenen Radwegen wurden nur Saaleradweg, Himmelscheibenradweg und Geiseltalseerundweg als TOP- Angebote eingestuft, alle anderen fallen in die Kategorie Ergänzungsangebote, da sie die o. g. Kriterien für TOP-Angebote nicht erfüllen.

Zwei Naturparke bereichern das Erlebnis für Natur- und Aktivreisende und (Nah-)Erholungssuchende als Ergänzungsangebote vor Ort: Im Norden des Kreises zwischen Halle (Saale) und Bernburg (Salzlandkreis) befindet sich der Naturpark Unteres Saaletal, an dem die Gemeinden Salzatal und Wettin-Löbejün Anteil haben. Er bietet eine abwechslungsreiche Naturlandschaft mit Auenlandschaften, vielfältig geformten Seitentälern und Felshängen sowie ein breites Spektrum an Informations- und Lehrangeboten wie z. B. Themenpfade. Der Geo-Naturpark Saale-Unstrut Triasland erstreckt sich auf den südlichen Saalekreis, Gebiete des Burgenlandkreises und einige Gemeinden in Thüringen. Er ist maßgeblich geformt durch die Taleinschnitte von Saale, Unstrut und Elster und geologisch geprägt durch Muschelkalk und Buntsandstein. Das Thema „Geo“ bildet den Themenschwerpunkt des Naturparkes. Zudem steht ein ausgebautes Wander- und Fahrradwegenetz zur Verfügung, ebenso die Möglichkeit zum Wasserwandern auf Unstrut, Saale und Weißer Elster.

Auf Destinationsebene besteht eine Zielgruppenorientierung an den sogenannten SINUS-Milieus „Adaptiv-Pragmatische Mitte“ und „Postmaterielles Milieu“, die sich in ihren Motiven, Aktivitäten, Ansprüchen und Wünschen unterscheiden. Im Folgenden sind ausgewählte Kennzeichen zu den Milieus aufgeführt, die herausstellen, welche Themen die Angehörigen der jeweiligen Milieus im Blick haben und welche Verhaltens- bzw. Konsummuster sie zeigen.

Kennzeichen SINUS-Milieu Adaptiv-Pragmatische Mitte:

- Themenausprägung: Spaß, Unterhaltung, Neues erleben, Pragmatismus, Komfort
- Verhaltens-/Konsummuster: möchten ein aufregendes Leben führen; Wichtigkeit einer anerkannten Stellung in der Gesellschaft; Attraktionsfaktor neue Angebote und Möglichkeiten über das Internet; spontaner Konsum; Ausprobieren neuer Erfahrungen (Aktivitäten, Kulinarik etc.).



Kennzeichen SINUS-Milieu Postmaterielles Milieu:

- Themenausprägung: Qualität, Umweltverträglichkeit, Bewegung, Gesundheit, Kultur
- Verhaltens-/Konsummuster: Kauf und Konsum von Natur- und Bioprodukten (auch vegetarischen und vegan); Selbstverständlichkeit, bei allen Taten an die Umweltfolgen zu denken; schätzen Gespräche über Kunst und Philosophie; Wichtigkeit, für körperliches und seelisches Wohlbefinden zu sorgen; möglichst regelmäßige sportliche Betätigung.



Tabelle 1 gibt einen Überblick über die TOP- und Ergänzungsangebote im Landkreis sowie ihre konkrete Milieu-Zuordnung. Die Kategorisierung/Zuordnung erfolgte auf Basis der Vorarbeiten im Rahmen der Tourismusstrategien für Saale-Unstrut und Mitteldeutschland. Ergänzungen erfolgten durch Gespräche mit Expertinnen und Experten und im Zuge von Workshops mit den im Tourismussegment Aktiven im Rahmen der Erstellung des Tourismuskonzeptes für den Saalekreis⁸.

Insgesamt konnten **14 TOP-Angebote** identifiziert werden. Überwiegend bedienen sie das „Postmaterielle Milieu“ (8 Angebote), drei sind für beide Milieus passfähig (Saaleradweg, Merseburger Dom und Schloss, Erlebnisort Petersberg mit Tierpark)⁹, drei passen konkret zur „Adaptiv-Pragmatischen Mitte“ und deren Ansprüchen sowie Motiven.

Die **25 Ergänzungsangebote** lassen sich ebenfalls in erster Linie dem „Postmateriellen Milieu“ zuordnen (20 Angebote). Zwei von ihnen zählen auf die „Adaptiv-Pragmatische Mitte“ ein, drei passen zu beiden Zielgruppen.

Im Hinblick auf die für die DMO Saale-Unstrut festgelegten Prioritäts- und Potenzialthemen dominieren - nach Themensegmenten differenziert - vor allem Kulturangebote, gefolgt Wandern und Rad, Wasser, Wein und Kulinarik sowie – ergänzend – Freizeit und Erlebnis.

⁸ Vgl. EMMD: Tourismusstrategie Mitteldeutschland, 2022

⁹ Die drei Angebote sind bei beiden Milieus aufgeführt (gekennzeichnet in kursiver Schrift), allerdings nur jeweils einmal gezählt und in der Karte (siehe Abb. 6) ausgewiesen. Dasselbe gilt für die Ergänzungsangebote.

Tabelle 1: TOP- und Ergänzungsangebote im Saalekreis – Zuordnung nach SINUS-Milieus

	TOP-Angebote	Ergänzungsangebote
Adaptiv-Pragmatische Mitte	<ul style="list-style-type: none"> • Saaleradweg • Wassersport am Geiseltalsee • FilmBurg Querfurt • Merseburger Dom und Schloss (Zaubersprüche) • Erlebnisort Petersberg mit Tierpark • Weinberg „Goldener Steiger“ 	<ul style="list-style-type: none"> • Pfännerhall (Braunsbedra) • Carl Loewe-Museum Lobejün • Historische Altstadt Mücheln • Historische Altstadt Wettin-Löbejün • Vino-Info/Weingüter Höhnstedt
Postmaterielles Milieu	<ul style="list-style-type: none"> • Saaleradweg • Merseburger Dom und Schloss (Orgeltage in Merseburg und Merseburger Land) • Goethe-Theater Bad Lauchstädt • Straße der Romanik • Deutsches Chemie-Museum • Weinerlebnis (z. B. Breitengrad 51, Weingut Thürkind) • Kurpark Bad Dürrenberg mit dem längsten Gradierwerk Deutschlands • Naturerlebnis am Geiseltalsee und den Nachbarseen • Himmelscheibenradweg • Geiseltalseerundweg • Erlebnisort Petersberg mit Tierpark 	<ul style="list-style-type: none"> • Templer-Kapelle Mücheln • Schloss und Parkdenkmal Ostrau • Burg Wettin • Doppelkapelle Landsberg • Schloss Dieskau • Bischofsburg Burgliebenau • Schloss Frankleben • Schloss und Park Mücheln • Schloss Schkopau • Naturpark Unteres Saaletal • Geo-Naturpark Saale-Unstrut-Triasland • Dolmenradweg • Radfernweg Saale-Harz • Sole-Kohle-Geschichte-Radweg • Goetheradweg • Elsterradweg • Salzstraße • Europäischer Fernwanderweg E11 • Europäischer Pilgerweg Via Regia • Lutherweg • Historische Altstadt Mücheln • Historische Altstadt Wettin-Löbejün • Vino-Info/Weingüter Höhnstedt

Quelle: Zusammenstellung dwif 2022, Basis: Workshops TK Saalekreis; Tourismusstrategie Mitteldeutschland;

Hinweis: Angebote mit Zuordnung zu beiden Milieus in kursiver Schrift; Zählung jeweils einmalig

3.6 Touristische Strukturen

Organisationsstruktur & Aufgaben: Einbindung in starke DMO, Potenziale für die Zukunft

Der Saalekreis profitiert durch die dynamische und gestärkte DMO Saale-Unstrut von einer Einbindung in eine Tourismusregion mit erhöhter Anziehungskraft und Sichtbarkeit. Unter den touristischen Organisationsebenen gibt es eine klare Aufgabenteilung, auch unterstützt durch die lokalen LEADER-Aktionsgruppen. Mit Blick auf die Strukturen im Landkreis verspricht die Ansiedlung bei der Stabsstelle Wirtschaftsförderung, Kultur und Tourismus eine gute Basis für die touristische Entwicklung. Mit künftig potenziell zwei Stellen im Fachbereich Tourismus könnte sich der Landkreis noch zukunftsfähiger aufstellen. Die Personalausstattung schafft eine gute Grundlage zur Wahrnehmung der Aufgaben im touristischen System – und damit gezielt Mehrwerte für den Landkreis in puncto Standortqualität. Durch personelle Wechsel in den vergangenen Jahren sind teilweise aufgebaute Kontakte zu den Leistungstragenden schwächer geworden. Die neue Aufstellung verspricht eine Wiederaufnahme und Verstärkung der Aktivitäten in diesem Bereich.

Interne Kooperation & Kommunikation: Noch zu wenig ausgeprägt

Der Landkreis ist aktiv in den Gremien des Saale-Unstrut-Tourismus vertreten: Sei es im Marketingausschuss oder im Vorstand durch den Landrat des Saalekreises. Die Funktion des Landkreises als Bindeglied für Kooperation und Kommunikation zwischen der DMO, den im Tourismussegment Agierenden und Stakeholdern ist aktuell noch ausbaufähig. Kreiseigene Initiativen zur Vernetzung waren zuletzt wenig dynamisch oder wurden (z. T. durch Corona bedingt wie der Tourismusstammtisch Saalekreis) wieder eingestellt. Teilräumlich ist z. B. das Netzwerk Geiseltalsee e. V. zwar kaum noch aktiv, dafür der Förderverein Geiseltalsee e. V.

Auch der Verbund Geiseltalsee, eine Kooperation der Anrainerkommunen des Sees mit dem Saalekreis, besteht weiterhin. Die Akteurinnen und Akteure aus dem Tourismusbereich signalisieren Unterstützungsbedarfe zur Etablierung von Austausch- und Netzwerkformaten sowie Wissenstransfer. Zusätzlich zur geplanten Intensivierung der Formate durch den Saale-Unstrut-Tourismus bestehen durch LEADER für die kommende Förderperiode voraussichtlich sogar vier lokale Aktionsgruppen, die den Austausch und die touristische Entwicklung unterstützen können. Hier kann der Saalekreis als Vermittler gut anknüpfen und seine Rolle als Vernetzer weiter ausbauen.

Auf Seiten der Kommunen lässt sich generell noch wenig Bestreben zur Vernetzung im Sinne der touristischen Entwicklung feststellen. Starkes Konkurrenz-/Kirchturmdenken und eine oftmals fehlende ganzheitliche Wahrnehmung und Sensibilisierung bezüglich der Mehrwerte durch den Tourismus hemmen eine abgestimmte, zielführende Tourismusedwicklung und (sinnstiftende) Angebotsvernetzung. Die Zusammenarbeit einiger touristischer Akteurinnen und Akteure sowie Kommunen (v. a. im nördlichen Saalekreis) mit dem Saale-Unstrut-Tourismus sollte ebenfalls noch deutlich gestärkt werden.

Kooperation überregional: Gute Basis für noch stärkere Zusammenarbeit

Auf überregionaler Ebene arbeitet der Saalekreis bereits gut mit seinen benachbarten Landkreisen zusammen, u. a. im Rahmen von LEADER-Projekten (z. B. Salzlandkreis, Burgenlandkreis, Landkreis Anhalt-Bitterfeld). Im landkreisübergreifenden Naturpark Unteres Saaletal sind die Saalekreis-Gemeinden Salzatal und Wettin-Löbejün Mitglieder. Nicht zuletzt signalisieren umliegende Landkreise wie Mansfeld-Südharz Interesse an einer Kooperation, z. B. im Marketing und bei Projekten mit der Destination Saale-Unstrut. Der Tourismusverband Saale-Unstrut betreibt mit seinen Mitgliedern einen aktiven Austausch/Networking auf Destinationsebene, ebenso mit anderen DMOs und dem Land Sachsen-Anhalt. Der Landkreis arbeitet in der Marketingkooperation „Gartenträume Sachsen-Anhalt“ mit. Die Stadt Halle (Saale) gilt als (potenziell) starker Partner für den Saalekreis und ist in die Arbeiten zum Tourismuskonzept eng eingebunden. Insbesondere für die Vernetzung und Kooperation der touristischen Akteurinnen und Akteure mit Halle (Saale) und für eine Besucherlenkung von der Stadt ins Umland und umgekehrt werden Potenziale gesehen.

Marketing: Professionelle Außendarstellung über DMO, Innenmarketing durch Landkreis ausbaufähig

Das Tourismuskonzept Saale-Unstrut hat mit seiner klaren Positionierung („Überraschender Kultur- und Naturgenuss im Herzen Deutschlands“) und einem themenorientierten Zielgruppenmarketing mit Leitprodukten die entscheidenden Weichen für eine professionelle Vermarktung gestellt. Das neue Marken- und Marketingkonzept von Saale-Unstrut-Tourismus setzt auf diese Ideen auf, ermöglicht die konkrete Umsetzung und liefert Anwendungsfälle.

Marketing liegt im Aufgabenbereich der DMO Saale-Unstrut und erfolgt damit für den Saalekreis unter deren Dach. In sämtlichen Kanälen (Internet, Social Media, Printbereich) betreibt die DMO ein professionelles Marketing mit einem zeitgemäßen Auftritt. Im Rahmen der Stakeholderbefragung wurde allerdings auch deutlich, dass der Landkreis mit seinen Angeboten im DMO-Marketing noch stärker berücksichtigt werden sollte als bisher und es beidseitig einer intensiveren Kooperation, z. B. auch in Form gemeinsamer Aktionen, bedarf.

4. Handlungskonzept

Das Handlungskonzept beinhaltet Ziele, Selbstverständnis und Handlungsfelder mit dazugehörigen Schlüsselmaßnahmen. Die Ziele stellen die Weichen für die künftige mittel- bis langfristige touristische Entwicklung. Das Selbstverständnis zeigt, in welcher Rolle und Funktion sich der Landkreis künftig sieht, nämlich als aktiver Botschafter und Treiber für touristische Belange und Themen. Dies impliziert

- ein klares Bekenntnis zum und Bereitstellung von Ressourcen für den Tourismus,
- eine aktive innerregionale Vernetzung, die Initiierung interkommunaler Kooperationen und die Integration in Initiativen von Saale-Unstrut-Tourismus sowie
- die Entwicklung von attraktiver und notwendiger Infrastruktur aus Gästesicht.

Drei Handlungsfelder operationalisieren diese Schlüsselaktivitäten. Die Handlungsfelder sind in die Zukunft gerichtet und bündeln die Erkenntnisse aus den Analysebausteinen (Onlinebefragung Einwohnerschaft und Stakeholder, Fachgespräche, Datenanalysen, Auswertung Konzepte etc.).

Insgesamt sechs Schlüsselmaßnahmen konkretisieren die Handlungsfelder und geben Hinweise darauf, was künftig im Saalekreis vorrangig zu tun ist, um dem Tourismus den notwendigen positiven Schub zu geben. Es handelt sich hierbei um Maßnahmen, die für die weitere Entwicklung im Landkreis eine zentrale Rolle spielen und, die im Rahmen des Prozesses, als maßgeblich identifiziert wurden.

Eine Tourismuskonzeption ist immer nur so gut und zielführend wie die professionelle Umsetzung in der Region und die Übernahme von Verantwortung und Umsetzungswillen durch Entscheidungstragende und (touristisch) Agierende. Dabei muss klar sein: Einzelne Aktivitäten sind ggf. leichter umzusetzen, für andere wiederum müssen erst die Rahmenbedingungen geschaffen werden. Nicht zuletzt braucht es Kooperationen. Die Maßnahmenliste trägt diesen Aspekten Rechnung. Sie enthält Hinweise auf Zuständigkeiten (federführende Institutionen), notwendige Beteiligte und den Zeithorizont, ebenso eine Erläuterung der Maßnahme und potenzielle Bausteine zu ihrer Umsetzung. Praxisbeispiele aus anderen Destinationen ergänzen im Sinne einer Vorbildfunktion die Inhalte.

4.1 Ziele für die Tourismusedwicklung im Saalekreis

Im Rahmen des Prozesses wurden Ziele für die Tourismusedwicklung im Saalekreis definiert. Übergeordnetes Ziel ist die starke Zusammenarbeit innerhalb und außerhalb des Landkreises, für die sowohl eine brancheninterne und -externe sowie kreisübergreifende Vernetzung, als auch ein starkes Engagement des Kreises auf der Regional- und Landesebene notwendig sind. Dieses Ziel bildet gleichsam das „Dach“ für die Durchsetzung der darunter befindlichen drei Ziele:

- (1) Erhöhung der Wertschöpfung in der Freizeit- und Tourismuswirtschaft
- (2) Herausstellen touristischer Potenziale
- (3) Stärkung des Bewusstseins für den Stellenwert des Tourismus

Abbildung 7: Ziele für die Tourismusedwicklung im Saalekreis



4.2 Selbstverständnis des Landkreises und Schlüsselaktivitäten

Wir als Landkreis bekennen uns zum Tourismus als wichtigen Standort- und Wirtschaftsfaktor sowie Beförderer von Lebensqualität. Der Stellenwert des Tourismus soll mehr Gewicht bekommen, denn der Beitrag für einen attraktiven Saalekreis, sei es für (Tages-)Gäste, die Bevölkerung, Erwerbstätige und damit auch die ansässige Industrie, ist schon heute hoch:

- 1) Rund **90 %** unserer Bürgerinnen und Bürger sowie Stakeholder stimmen der Aussage zu, dass der Tourismus das **Ansehen und die Bekanntheit** des Saalekreises erhöht. Als weitere positive Aspekte werden beispielsweise die Förderung des branchenübergreifenden Wirtschaftswachstums, die Verbesserung des gastronomischen Angebotes sowie die Schaffung neuer Kultur- und Freizeitangebote und attraktiver Arbeitsplätze von mindestens zwei Dritteln der Befragten eingeordnet. **94 %** der Bevölkerung wünscht sich sogar **mehr Tourismus**.
- 2) Vom jährlichen **Umsatz aus dem Tourismus** in Höhe von rund **156 Mio. €** (2019) profitiert mit knapp 65 Mio. € nicht nur das **Gastgewerbe**, denn weitere 60 Mio. € fließen in den **Einzelhandel** im Landkreis. Damit ist der Tourismus ein wichtiger Wirtschafts- und Standortfaktor für viele

Branchen, fördert regionale Wirtschaftskreisläufe und damit auch die Attraktivität und die Lebensqualität vor Ort.

- 3) Der Saalekreis profitiert von der **Zugehörigkeit** zur neu gestärkten und um das Saaleland in Thüringen gewachsenen DMO **Saale-Unstrut** Tourismus. Durch die Fusion mit dem Thüringer Tourismusverband Jena-Saale-Holzland entstehen eine deutlich **erhöhte Schlagkraft, Koordinierung und Bündelung** von Angeboten und damit **Sichtbarkeit** für die Gesamtregion. Auch können wir so Herausforderungen wie Arbeitskräftesicherung und Ansiedlungsmanagement durch gemeinsame Initiativen mit mehr Kraft und effektiver bewältigen.

Unser Selbstverständnis:

Wir vernetzen und koordinieren die touristische Entwicklung im Saalekreis. Wir fördern und stellen den Erhalt sowie die Entwicklung der touristischen Infrastruktur sicher. Wir setzen gemeinsam mit allen weiteren (landkreisübergreifenden) Beteiligten Impulse für eine attraktive Tourismusregion.

Wir als Landkreis mit dem für Tourismus zuständigen Fachbereich nehmen künftig unsere Rolle und Aufgaben im touristischen System verstärkt wahr und leisten damit unseren Beitrag zu einer positiven Tourismusentwicklung. Das benötigte Tourismusbewusstsein werden wir in der Landkreisverwaltung, bei den im Tourismussegment Aktiven, der Bevölkerung und den Kommunen verankern. Eine höhere Wertschätzung des Tourismus als Wirtschaftszweig und das Herausstellen der positiven Effekte als Faktor für Standort- und Lebensqualität prägen so die Identität als touristische Region in der Innen- und Außensicht. Die Stärkung des Tourismus erreichen wir durch drei Schlüsselaktivitäten:

(1) Klares Bekenntnis zum und Bereitstellung von Ressourcen für den Tourismus

Wir treten als aktiver Treiber touristischer Belange innerhalb der Landkreisverwaltung als Institution als auch gegenüber allen relevanten Stakeholdern auf. Dabei sensibilisieren wir für touristische Themen und den Stellenwert des Tourismus sowie eine entsprechende Personal- und Ressourcenausstattung, um diese voranzutreiben. Alle Beteiligten leisten ihren Beitrag zur Identifikation als touristische Region Saale-Unstrut und damit einer erfolgreichen Entwicklung der Gesamtregion als auch des Saalekreises. Touristische Anziehungskraft erreichen wir über gemeinsame Zielsetzungen, Beteiligung und Engagement aller Mitwirkenden.

(2) Aktive innerregionale Vernetzung, Initiierung interkommunaler Kooperationen, Integration in Initiativen des Saale-Unstrut-Tourismus

Wir agieren als starkes Bindeglied zwischen den Kommunen, den touristisch Agierenden im Landkreis und der übergeordneten Regional- und Landesebene. Der Tourismus im Saalekreis ist dabei eingegliedert in die gestärkte und dynamische DMO Saale-Unstrut-Tourismus. Die neue DMO-Struktur ermöglicht der gesamten Region von Jena bis in den nördlichen Saalekreis das effektive Anpacken wichtiger Themen durch eine gebündelte Schlagkraft, Finanzierung und Koordination, die sich an einer zukunfts- und gästeorientierten Tourismusentwicklung ausrichtet. Wir stellen dabei

die Mitnahme und Vernetzung der Akteurinnen und Akteure im Saalekreis sicher, beteiligen uns aktiv an den Initiativen des Saale-Unstrut-Tourismus und stärken interkommunale Kooperationen für eine optimierte Koordination touristischer Projekte.

(3) Förderung attraktiver und notwendiger Angebote und Infrastruktur aus Gästesicht

Wir erfassen die Bedarfe, koordinieren und initiieren die Umsetzung benötigter Infrastrukturvorhaben sowie den qualitativen Erhalt bestehender touristischer Infrastruktur im Landkreis. Dabei verstärken wir den Austausch zu und die Koordination von Vorhaben der verschiedenen Fachbereiche der Landkreisverwaltung (z. B. ÖPNV/Mobilität). Wir beachten dabei durch gezielte Absprachen die strategischen Ausrichtungen für den Tourismus auf Regional- und Landesebene. Die Themen Nachhaltigkeit, Barrierefreiheit sowie Digitalisierung finden dabei besondere Beachtung. Wir fördern unsere bestehenden touristischen Unternehmen durch kreiseigene Angebote sowie durch das Agieren als Anlaufstelle und Weitervermittler z. B. im Hinblick auf Fördermittel und Beratung für Ansiedlungswillige (unterstützt durch die IMG) oder bzgl. Anliegen zu Qualitätsinitiativen und Außenmarketing (unterstützt durch Saale-Unstrut-Tourismus). Wir kommunizieren und unterstützen darüber hinaus die Angebote und Initiativen des Saale-Unstrut-Tourismus für die Akteurinnen und Akteure vor Ort.

Diese drei Schlüsselaktivitäten, die die Haltung des Landkreises gegenüber einer positiven und dynamischen touristischen Entwicklung prägen, stellen gleichzeitig die Basis für die Handlungsfelder und zugehörigen Schlüsselmaßnahmen für das Handlungskonzept dar. Sie orientieren sich außerdem am Aufgabenspektrum des Landkreises (vgl. Kapitel 1).

4.3 Handlungsfelder und Schlüsselmaßnahmen

Das Handlungskonzept konzentriert sich auf die drei Handlungsfelder „Kooperation und Kommunikation“, „Infrastrukturentwicklung“ und „Zukunftsfitte Betriebe“, die mit insgesamt sechs Schlüsselmaßnahmen untersetzt sind.



Kooperation und Kommunikation: Die wichtigste Voraussetzung für eine positive Tourismusentwicklung im Saalekreis ist die Stärkung der Zusammenarbeit aller Beteiligten innerhalb des Landkreises ebenso wie mit externen Partnerorganisationen von der Orts-, über die Regions-, bis zur Landesebene. Dies erfolgt durch regelmäßige Austausche über aktuelle Themen, gemeinsame Aktionen und Projekte sowie die effektive Bündelung von Aufgaben und Finanzierung auch auf lokaler Ebene.



Infrastrukturentwicklung: Zur Steigerung von Attraktivität und Gästezahl im Saalekreis und damit Förderung der positiven Effekte durch den Tourismus ist eine bedarfsgerechte touristische Infrastruktur entscheidend. Es geht einerseits darum, neue Reiseanlässe für Tages- und Übernachtungsgäste zu schaffen, andererseits aber auch um den qualitativen Erhalt und die Vernetzung von Infrastruktur(-vorhaben). Grundvoraussetzung für ein ganzheitliches Erlebnis aus Gästesicht sind durchgängige Service- und Mobilitätsketten an allen Kontaktpunkten der Gäste.



Zukunftsfitte Betriebe: Touristische Betriebe sehen sich mit immer komplexer werdenden Herausforderungen konfrontiert. Eine starke Widerstandsfähigkeit (Resilienz) setzt die frühzeitige Auseinandersetzung mit gesellschaftlichen Trends und Herausforderungen, zielgruppenorientierter Qualität und attraktiven Konzepten für Unternehmen der Tourismusbranche und Arbeitskräfte voraus. Ein strategisches Ansiedlungsmanagement und der Zugang zu Beratung und Förderung bilden die Basis für zukunftsfitte Betriebe.

Abbildung 8: Schlüsselaktivitäten, Handlungsfelder und Schlüsselmaßnahmen





M1: Regelmäßige Netzwerkformate unterstützen und anbieten

Federführung: Saale-Unstrut-Tourismus und Landkreis

Beteiligte: Kommunen, Leistungsträger, Nachbarlandkreise, Stadt Halle (Saale)

Zeithorizont: dauerhaft

Erläuterung

Durch personelle Veränderungen in der Landkreisverwaltung sowie die Herausforderungen durch die Corona-Pandemie mussten Netzwerke in den letzten Jahren eingestellt werden. Der Bedarf der touristisch Agierenden, sich untereinander zu vernetzen sowie die Notwendigkeit einer näheren Zusammenarbeit und Betreuung mit und durch den Landkreis und Saale-Unstrut-Tourismus sind unbestreitbar. Ein gemeinsamer, intensivierter Auftritt des Saalekreises mit der Destinationsmanagement-Organisation fördert künftig die Zugehörigkeit zur Gesamtdestination. Der Landkreis ist dementsprechend deutlich stärker bei der Unterstützung, Kommunikation und Vermittlung der Angebote und Formate (vor Ort wie digital) des Saale-Unstrut-Tourismus an die touristisch Agierenden aktiv.

Bei Veranstaltungen vor Ort erfolgen eine gemeinsame Einladung und Durchführung, wie z. B. in Form eines „Kick-off-Stammtischs“ Anfang des Jahres, um die „Saale-Unstrut-Identität“ zu fördern und kommende Angebote (Produktschulungen, digitale Weiterbildungsformate/ thematische Impulse etc.) für das Jahr anzukündigen. Hierbei soll der Stammtisch für den gesamten Saalekreis durchgeführt werden, um auch den Zusammenhalt der Handelnden innerhalb des Landkreises zu fördern. Je nach Bedarf werden künftig der Jahres-Kick-off und/oder weitere Angebote des Saale-Unstrut-Tourismus mit für die Akteurinnen und Akteure relevanten Themen besetzt wie z. B. Social Media Kooperation/Content, Google Content-Pflege, gemeinsames Marketing/Produkte sowie Digitalisierung und Nachhaltigkeit, welche im Rahmen des Prozesses u. a. als Bedarfe geäußert wurden.

Inhalte der verschiedenen Formate werden dokumentiert und online zur Verfügung gestellt. Bei digitalen als auch vor Ort stattfindenden Veranstaltungen sind die Voraussetzungen einer barrierefreien Gestaltung (Lesbarkeit, räumliche Gestaltung/Zugang sowie ggf. Gestaltung und Durchführung von Workshop-Methoden) zu beachten. Eine nachhaltige Ausrichtung, was Verpflegung (möglichst regional, biologisch und müllreduziert) sowie Energieverbrauch und Materialverwendung angeht, wird bei Veranstaltungen vor Ort beachtet.

Der Fokus der Veranstaltungen soll deutlich auf Möglichkeiten zum (Ideen-)Austausch und zur Vernetzung liegen. Der Einbezug des Stadtmarketings Halle (Saale) ist auch in diesem Kontext ein wichtiges Thema, um eine Basis für eine künftig noch intensivere Stadt-Umland-Kooperation bei touristischen Themen zu ermöglichen.

Zusätzlich zu den durch Saale-Unstrut-Tourismus angebotenen Formaten muss je nach Abstimmungsbedarf geklärt werden, wo es lokal (z. B. am Geiseltalsee) oder thematisch (z. B. Social Media) weiterer regelmäßiger Austauschrunden bedarf. Hier könnten künftig auch lokale Tourismuskordinationsstellen (siehe M2) die Organisation und Durchführung zusätzlicher Austauschrunden unterstützen.

Mögliche Bausteine

- Der **Kick-off-Stammtisch** vor Ort wird Anfang des Jahres für den gesamten Saalekreis durchgeführt. Planung, Finanzierung und Durchführung erfolgen durch den Saale-Unstrut-Tourismus und den Landkreis.
- Regelmäßige **digitale Weiterbildungsformate** oder **Impulsvorträge** zu relevanten Themen werden durch den Saale-Unstrut-Tourismus durchgeführt. Der Landkreis unterstützt in der internen Kommunikation.
- Weitere Netzwerkveranstaltungen wie das **Sommerfest** und die **Produktschulungen/Infotouren** werden geplant und durchgeführt durch den Saale-Unstrut-Tourismus. Der Landkreis unterstützt in der internen Kommunikation.
- Bedarfsorientierte und **anlassbezogene lokale Austauschtreffen** (z. B. am Geiseltalsee) können zunächst organisatorisch durch den Landkreis und perspektivisch durch lokale Tourismuskordinationsstellen unterstützt werden.
- **Teilnahme am digitalen Jour-Fixe Social Media-Verantwortlicher** der Leistungsträger und Kommunen über Saale-Unstrut-Tourismus: Hier soll es um die Contentplanung, Organisation von Contentproduktion (Fotos, Videos etc.), Abstimmung zu Hashtags, Koordination von Blogger-Reisen gehen.

Projekt-/Themenspeicher

- Regelmäßige Stakeholder- und Bevölkerungsbefragungen
 - Produktentwicklung gemeinsam mit Halle (Saale) und Nachbar-Landkreisen vorantreiben
-



M2: Lokale Tourismuskordinationsstelle(n) schaffen

Federführung: Landkreis

Beteiligte: Saale-Unstrut-Tourismus und Kommunen, LEADER-Aktionsgruppen

Zeithorizont: Prüfungen bis 2024

Erläuterung

Aufgrund der kleinteiligen Angebotsstruktur sowie der meist begrenzten Budget- und Personalressourcen auf kommunaler Ebene stellen Aufgaben wie Produktentwicklung, Qualitätssicherung an den Kontaktpunkten der Gäste, Aufbau und die Pflege touristischen Contents oder die Bereitstellung von Informationsmöglichkeiten für Gäste lokal im ländlichen Raum eine große Herausforderung dar. Es bedarf lokaler Koordinierungsstellen, um Akteurinnen und Akteure, Bedarfe und Projekte effektiv und gezielt für mehrere Kommunen zu bündeln und anstoßen zu können. Die Schaffung und Unterstützung solcher Strukturen ist ein entscheidender Schritt, um dem Stellenwert des Tourismus und entsprechenden Handlungsbedarfen auf Ebene des Landkreises und der Kommunen Rechnung zu tragen.

Durch die Fusion des Saale-Unstrut-Tourismus mit dem Thüringer Tourismusverband Jena-Saale-Holzland kann der Saalekreis künftig bei dieser Thematik profitieren: Mit mehr Schlagkraft und Möglichkeiten wird sich der Tourismusverband künftig diesem Thema widmen. Hier sollten die Landkreise durch die Klärung einer ersten Anschubfinanzierung für die kommenden Jahre ebenfalls aktiv werden, um die gesamte Gebietskulisse möglichst schnell in Richtung zukunftsfähiger lokaler Strukturen entwickeln zu können. Im Zuge von lokalen Koordinationsstellen können Kommunen ihre personellen und budgetären Ressourcen für den Tourismus vereinen und aufstocken, um mit gemeinsamer Schlagkraft Aufgaben anzugehen. Koordinierungsstellen auf lokaler Ebene müssen dabei in enger Zusammenarbeit mit dem Landkreis und dem Saale-Unstrut-Tourismus agieren, um die touristische Entwicklung gezielt vorantreiben zu können. Der Landkreis nimmt in diesem Kontext eine wichtige Rolle als Koordinator des Prozesses, Eintreiber von Fördermitteln sowie Vernetzer zwischen den Koordinationsstellen sowie der lokalen und regionalen Ebene (Saale-Unstrut-Tourismus) ein.

Potenzielle Aufgaben für lokale Koordinationsstellen wären z. B. gemeinsame Betriebsgesellschaften für Tourist Informationen, die Koordination von Produktentwicklung vor Ort (z. B. Themenrouten, Angebotspakete etc.), die Förderung von Vernetzung und Austausch von zahlreichen Stakeholdern (z. B. am Geiseltalsee oder in Zusammenarbeit mit LEADER-Aktionsgruppen) sowie das Bündeln und Weitervermitteln von Handlungsbedarfen und Projektvorhaben an Landkreis und Saale-Unstrut-Tourismus (Querverbindung zu M1 und M3).

Mögliche Bausteine

- **Suche und Zusammenfinden von Kommunen**, für die eine Kooperation zielführend sein kann, durchführen und die Kooperationsbereitschaft/Herbeiführung grundsätzlicher Kooperationsbeschlüsse (z. B. wie im Rahmen des Verbundes Geiseltalsee) klären.

-
- **Die Anschubfinanzierung** lokaler Koordinationsstellen durch LEADER-Antrag, Ausschöpfung STARK-Programm, Teilfinanzierung durch Kommunen und Landkreis prüfen. **Prüfung der strukturellen Ansiedlung beim Landkreis:** Dies bezieht sich nicht auf die bestehenden Personalstellen im Fachbereich Tourismus der Landkreisverwaltung und eine volle Finanzierung durch den Landkreis, sondern auf die Ermöglichung eines strukturellen Rahmens für Koordinationsstellen auf lokaler, dem Landkreis untergeordneter Ebene. Dem Landkreis kommt dabei die Rolle des Beförderers und Unterstützers für zukunftsfähige und effektive Strukturen für den Standort- und Wirtschaftsfaktor Tourismus zu.
 - **Gemeinsame Synergiefelder und Konzepte** für die konkreten Kooperationsinhalte/-aufgaben auf kommunaler Ebene inklusive personeller Zuständigkeiten sowie Finanzierungskonzepte und -vereinbarungen identifizieren. Mögliche Kooperationsstufen und -modelle gemeinsam mit dem Landkreis und Saale-Unstrut-Tourismus (siehe Tourismus- und Marketingkonzept Saale-Unstrut, 2021) prüfen.
-

Projekt-/Themenspeicher

Sobald lokale Koordinierungsstellen geschaffen wurden, könnten diese potenziell folgende, in den Maßnahmenworkshops im Rahmen der Erstellung des Tourismuskonzeptes entstandene Projektideen bearbeiten:

- Themenrouten (z. B. lokale/regionale Erzeuger und Restaurants mit regionalen Produkten/Speisen, Schlösser in der Region, Tage des offenen Denkmals etc.)
 - Angebotspakete „Natur erlebbarer machen“
 - Fahrradevents (z. B. Sterntour mit Halle (Saale), Event Saaleradweg)
-

Praxisbeispiele

TSCs in Rheinland-Pfalz: Das Land sucht Kommunen, die bereits erste touristische Kooperationen und gemeinsame Projekte mit anderen Kommunen umsetzen und diese Zusammenarbeit zukünftig auf eine gemeinsame, verbindliche Basis stellen wollen. Die Kommunen tragen einen Eigenanteil von 20%. [Kommunen zur Entwicklung von Tourismus Service Centern \(TSC\) gesucht | Tourismusnetzwerk Rheinland-Pfalz](#)



M3: Strategische Steuerung & Koordinierung von Infrastrukturprojekten im Aktivtourismus etablieren

Federführung: Kommunen und Landkreis

Beteiligte: Nachbar-Landkreise/Stadt Halle (Saale), Untere Naturschutzbehörde, Wasserstraßen- und Schifffahrtsverwaltung Elbe, Saaleradweg e. V., Saale-Unstrut-Tourismus, Naturparks Saale-Unstrut-Triasland und Unteres Saaletal

Zeithorizont: Prozesse anstoßen bis 2024

Erläuterung

Der Erhalt und die Entwicklung von (touristischer) Infrastruktur gehören zu den Kernaufgaben des Landkreises. Die Koordinierungsfunktion des Landkreises für touristische Infrastrukturprojekte im Aktivtourismus (Rad-, Wander- und Wasserwege), aber auch die Berücksichtigung/Interessensvertretung bei der den Tourismus tangierenden Infrastrukturentwicklung (z. B. Straßenbau, ÖPNV-Zubringer etc., siehe dazu auch M4) ist künftig deutlich im Fachbereich Tourismus verankert. Potenziell in Zusammenarbeit mit lokalen Tourismuskordinationsstellen (siehe M2) vernetzt der Landkreis so die Planung und Umsetzung von Projekten und Vorhaben zwischen den Kommunen innerhalb (verstärkte Anbindung v. a. des nördlichen Saalekreises) und außerhalb des Landkreises. Der Landkreis sensibilisiert die Kommunen für die Förderung von Infrastrukturentwicklung, -pflege und -erhalt. Er unterstützt darüber hinaus bei der Identifikation aktivtouristisch relevanter Infrastrukturbedarfe. Verbindungen zur Wegeinfrastruktur der umliegenden Landkreise, zur Stadt Halle (Saale) als auch Richtung Leipziger Neuseenland sind aus Gästesicht relevant.

Priorität hat dabei die Umsetzung bereits bestehender Planungen (z. B. Radverkehrskonzept Saalekreis, Radschnellweg Geiseltalsee-Merseburg etc.) und die nachfrageorientierte Vernetzung von und Anschluss an bestehende Angebotsstrukturen in der Region (z. B. Ausbau Steganlagen für Hausboote an der Saale, Wasserwanderrastplätze Saale, Anschluss an Radroute Kohle | Dampf | Licht | Seen, Saale-Leipzig-Kanal¹⁰). Es gilt den Fokus auf qualitativ hochwertige Angebote zu legen (auch bei Erhalt und Pflege) und die Vernetzung attraktiver Angebote zu fördern. In einem ersten Schritt ist eine Attraktivierung der TOP-Angebote im Aktivtourismus im Austausch mit den zuständigen Kommunen und Vereinen sowie dem Saale-Unstrut-Tourismus unabdingbar – angefangen mit Geiseltalsee, Saale und Saaleradweg (weitere siehe Kapitel 3.5 zu den touristischen Anziehungspunkten).

Die Verfügbarkeit ergänzender Serviceangebote (Rastplätze, Sanitäranlagen, Parkplätze, Steganlagen, Versorgungs- und Informationsmöglichkeiten etc.) sowie eine einheitliche und aktuelle Beschilderung an Rad- und Wanderwegen spielen dabei eine wichtige Rolle. Potenziale

¹⁰ Die Wasserstraßen- und Schifffahrtsverwaltung des Bundes bezeichnet den Kanal seit 1999 als Saale-Leipzig-Kanal (SLK), von halleischer Seite wird er auch Saale-Elster-Kanal genannt.

durch die Kooperation mit der ansässigen Industrie zwecks Sponsorings und Patenschaft für (Wege-)Infrastruktur als Beitrag zur Lebens- und Standortqualität vor Ort sind noch nicht erschlossen und könnten hier gehoben werden.

Bei allen Infrastrukturmaßnahmen sind stets die Anforderungen an Nachhaltigkeit, ggf. digitale Funktionen und Barrierefreiheit (Materialverwendung, Energieversorgung, langfristige Nutzbarkeit, schwellenlose Zugänge etc.) zu prüfen und umzusetzen.

Mögliche Bausteine

- Teilnahme an der **AG Infrastruktur** der DMO Saale-Unstrut-Tourismus zur gemeinsamen Koordination von Infrastrukturbedarfen und -projekten im Aktivtourismus
- **Steganlagen für Hausboote** im nördlichen Saalekreis bis Merseburg: In Zusammenarbeit mit Kommunen soll die Machbarkeit geprüft werden und entsprechende Anlagen umgesetzt werden. Eine Finanzierung über einen Eigenanteil der Kommunen, GRW-Mittel, Förderung der Bundeswasserstraße etc. (siehe Anhang zu Fördermöglichkeiten) ist zu prüfen.
- **Rastplätze und Befahrbarkeit für Wasserwanderer** (Umtragestellen, Rastplätze mit Versorgungs- (z. B. Trinkwasser oder Automaten) und Sanitäranlagen in Verbindung mit der Versorgung am Saaleradweg): Bedarfe vor allem zwischen Merseburg bis Bad Dürrenberg zusammen mit den Kommunen erfassen und ggf. ausbauen. Eine Finanzierung über Eigenanteil der Kommunen, GRW-Mittel etc. (siehe Anhang zu Fördermöglichkeiten) ist zu prüfen.
- Umsetzung des vorliegenden Konzepts zum **Schnellradweg Geiseltalsee – Merseburg sowie Ausbau des Knotenpunktnetzes¹¹ für den Saalekreis** gemeinsam mit den zuständigen Kommunen vorantreiben.
- **Mobile Versorgung am Saaleradweg** als Pilotprojekt anhand eines TOP-Produkts austesten. Die Umsetzbarkeit eines mobilen Versorgungsangebots (z. B. über Lastenfahrräder) sowie weiterer Serviceinfrastruktur (Rastplätze, Sanitäranlagen etc. siehe vorherige Ausführung zum Wasserwandern an der Saale) an wichtigen Knotenpunkten/Rastplätzen ist durch eine Bedarfsermittlung der Gästeströme zu prüfen und geeignete Flächen sind auszuweisen. Wegepatenschaft oder Finanzierung mobiler Versorgungsangebote und Infrastruktur durch die Kooperation mit ansässiger Industrie/Hochschulen und/oder Fördermitteln (siehe Anhang zu Fördermöglichkeiten) ist anzustreben (Zusammenarbeit mit Kommunen, Saale-Unstrut-Tourismus und Saaleradweg e. V.). Die Ansiedlung ergänzender Verpflegungsangebote am Geiseltalsee ist ebenfalls zu prüfen.

¹¹ Der Landkreis Harz befindet sich diesbezüglich bereits in der Planung und der Landkreis Mansfeld-Südharz plant ebenfalls, langfristig ein Knotenpunktsystem einzuführen. Hier sollten sich die betroffenen Regionen intensiv miteinander abstimmen, um etwaige Beschilderungslücken zu vermeiden.

-
- **Anbindung an überregionale Radwege z. B. Kohle | Dampf | Licht | Seen** im Rahmen der Netzwerkarbeit in Mitteldeutschland sowie die weitere Vernetzung ins Umland aus Gästesicht sicherstellen.
-

Projekt-/Themenspeicher

- Vernetzung und Instandhaltung der Wanderwege in der gesamten Gebietskulisse
 - Schaffung/Freigabe von Reitwegen in der gesamten Gebietskulisse
 - Die Notwendigkeit weiterer Rastplätze und Ergänzungsangebote an reinen Wander- und Reitwegen ist im Zusammenhang zu den oben beschriebenen Bausteinen für den Radtourismus zu prüfen.
-

Praxisbeispiele

Ruhrtalradweg: Trinkwasser-Nachfüllstationen – entlang des Weges gibt es festinstallierte Trinkwasserbrunnen. Unternehmen, bei welchen die Trinkflasche kostenlos aufgefüllt werden kann, sind mit einem Sticker gekennzeichnet. Gemeinsam mit dem gemeinnützigen Verein a tip: tap e.V. wurde das Projekt umgesetzt. [Der RuhrtalRadweg ist erster leitungswasserfreundlicher Radweg](#)

Donaubergland: Wegepatenschaften – Firmen aus dem Landkreis können sich als Wegepaten engagieren. Als Wegepaten unterstützen sie durch Sponsoringbeträge, der Mithilfe bei Events und der Qualitätssicherung der Wege. [Wegepatenschaft für Premiumwege – Donaubergland](#)

Mobile Versorgung per Lastenrad – Die Firma velofracht stellt Lastenfahrräder für individuelle Nutzungen her, z. B. mobile(s) TIs, Verpflegungsangebote, Dusche, Bühnen etc. Lastenfahrräder werden gefördert durch das Bundesumweltministerium. [Velofracht GmbH](#)



M4: Touristische Mobilitätsangebote und -belange voranbringen

Federführung: Landkreis (Tourismus und ÖPNV)

Beteiligte: Verkehrsbetriebe, Saale-Unstrut-Tourismus, Nachbar-Landkreise, Stadt Halle (Saale)

Zeithorizont: dauerhaft

Erläuterung

Mobile Erreichbarkeit für Gäste und Einheimische und eine uneingeschränkte Vor-Ort-Mobilität jenseits des eigenen PKW werden künftig immer bedeutender, gerade für ländliche Destinationen. Zum einen ändert sich das Mobilitätsverhalten der überwiegend urbanen Zielgruppen, die immer stärker ohne eigenen PKW und multimodal mit Carsharing, Fahrrad und ÖPNV unterwegs sind, zum anderen wächst angesichts der negativen Wirkungen des Motorisierten Individualverkehrs (MIV) auch im touristischen Verkehr der gesellschaftliche Druck für eine Mobilitätswende. Während der Saalekreis im MIV gut erreichbar ist, weist die Anbindung über öffentliche Verkehrsmittel Schwachstellen auf. Problematisch ist häufig die „letzte Meile“ auf dem Weg zum Zielort. Es fehlt insbesondere an sogenannten intermodalen Angeboten, d. h. Angebote für einen Weg, für den

verschiedene Verkehrsmittel so kombiniert werden, dass aus individueller Sicht eine optimale Lösung erreicht wird¹² (Beispiel: E-Bike/Roller/Car-)Leihsysteme, Elektro-Shuttle-Services ab Bahnhof/Haltestelle zur Anbindung von touristisch attraktiven Standorten). Entsprechende Lösungen zur Behebung dieser Lücken erfordern eine stärkere Zusammenarbeit und den intensiven Austausch im Landkreis mit den Mobilitätszuständigen und den Kommunen. Regelmäßige Abstimmungen und Kommunikation zwischen ihnen können ein wichtiger Wegbereiter sein, touristische Belange zu erkennen und Projekte voranzubringen. Darüber hinaus ist die Mitwirkung des Landkreises auf Destinationsebene in der Arbeitsgruppe Infrastruktur des Saale-Unstrut-Tourismus notwendig.

Besonderes Augenmerk sollte im Saalekreis auf die Erreichbarkeit und die Vernetzung der Sehenswürdigkeiten (POI) gelegt werden. Tatsächlich gibt es davon eine Vielzahl, die nur unzureichend miteinander verbunden und über den Öffentlichen Verkehr mit passfähigen Mobilitätsangeboten mitunter nur schwierig zu erreichen sind. Hier wäre eine stärkere Vernetzung wünschenswert, um die touristische Attraktivität für Gäste und Naherholungssuchende gleichermaßen zu stärken¹³. Dies kann nur über sogenannte ON-Demand-Verkehre erreicht werden, also flächengebundene Anruf-Busse. Falls eine Vernetzung von Bahn- und Busverkehr angestrebt wird, ist der Nahverkehrsservice Sachsen-Anhalt GmbH (NASA) als Aufgabenträger des schienengebundenen ÖPNV einzubeziehen.

Darüber hinaus sind Synergien¹⁴ nicht nur auf Saale-Unstrut-Ebene, sondern auch mit den Nachbar-Landkreisen Mansfeld-Südharz, Salzlandkreis, Anhalt-Bitterfeld, Burgenlandkreis sowie mit der Stadt Halle (Saale) zu nutzen, z. B. im Hinblick auf Projekte (Harz: Pilotprojekt zum Thema Gästelenkung). Ebenso sollten die Naturparke Unteres Saaletal und Geopark Saale-Unstrut-Triasland sowie der Mitteldeutsche Verkehrsverbund (z. B. Vernetzung Bahn und Bus) eng in die Bedarfe und Planungen einbezogen werden. Grundsätzlich sind - wie bei den touristischen Infrastrukturprojekten im Aktivtourismus (s. o.) - bei (künftigen) Mobilitätsangeboten zukunftsfähige, nachhaltige Lösungen im Dreiklang ökologische, ökonomische und soziale Nachhaltigkeit anzustreben und umzusetzen. Dazu gehört auf jeden Fall die Bereitstellung barrierefreier Angebote.

Mögliche Bausteine

- **Teilnahme des Saalekreises (Tourismus und Mobilität) an der AG Infrastruktur** der DMO Saale-Unstrut-Tourismus zur gemeinsamen Koordination von Mobilitätsfragen und -bedarfen ab 2023
-

¹² www.difu.de/11815

¹³ Hinweis: Dies wäre allerdings nur über zusätzliche Mittel zu erreichen. Diese Mittel können nach dem derzeitigen Stand nicht in den ÖPNV gegeben werden (Erhöhung des Zuschusses von 2022 nach 2023 um mehr als 2 Mio. in einem Jahr).

¹⁴ Hinweis zu Synergien: Da die genannten Landkreise (außer Burgenlandkreis und Halle) nicht im Mitteldeutschen Verkehrsverbund (MDV) sind, haben diese ein anderes Tarifsysteem, was Synergien erschwert.

-
- **Intermodale Mobilitätsangebote** ab 2024 durch LEADER-Förderung vorantreiben: Möglichkeit eines Kooperationsprojektes über die Gebietskörperschaften im DMO-Gebiet Saale-Unstrut (Saalekreis, Burgenlandkreis, Saale-Holzland-Kreis, Jena) sowie in Kooperation mit Halle (Saale) suchen, um eine aus Gästesicht ganzheitliche und vernetzte Mobilitätsnutzung in der Region voranzutreiben
 - **Machbarkeit von Infrastrukturprojekten in Zusammenarbeit mit dem Fachbereich ÖPNV/Mobilität prüfen**, z. B. Ausbau des ÖPNV (Linienbedarfsverkehr), Installation von E-Ladesäulen für Autos, Unterstützung des Gastgewerbes bei der Ausweisung/Installation von Ladestationen für E-Bikes
-

Projektspeicher

- Touristische Inwertsetzung Straßenbahnlinie 5: Die Linie verbindet Halle (Saale), Schkopau, Merseburg, Leuna und Bad Dürrenberg und könnte künftig stärker touristisch genutzt werden (Kulturangebote entlang der Linie, „Kulturlinie“)
-

Praxisbeispiele

Intermodale MOBipunkte – Die Stadt Dresden konnte trotz starkem Einwohnerzuwachs die Kfz-Verkehrsmengen fast konstant halten und stattdessen die Nutzung des Umweltverbundes steigern. Bestandteil der Dresdner Mobilitätsstrategie ist das Mobilitätsmanagement, das die Vernetzung aller Verkehrsträger fördern und damit den Umweltverbund stärken soll. Weiterer Baustein dieser Strategie sollen intermodale Mobilitätspunkte sein; durch sie sollen bestehende Angebote stärker genutzt werden und dabei den ÖPNV, Elektromobilität, Carsharing und Radverleihsysteme miteinander verbinden. www.dresden.de

Mobilitätsprojekt Landkreis Wittenberg: Nachhaltigkeit wird v. a. von den Naturparks in verschiedenen Themenfeldern vorangetrieben. Der Naturpark Dübener Heide verknüpft im Mobilitätsprojekt des Landkreises Wittenberg für das LEADER-Gebiet Dübener Heide unter Einbeziehung der Landkreise Anhalt-Bitterfeld und Nordsachsen Alltags- und touristische Mobilität. Dazu gehören die Unterstützung von Vorhaben zum Ausbau von Verkehrsinfrastruktur, z. B. der grundlegende Ausbau öffentlicher Plätze und Haltepunkte für den ÖPNV zur Erschließung wirtschaftlicher und touristischer Potenziale (LEADER-Entwicklungsstrategie (LES) Dübener Heide/Sachsen, Fassung 2019).

**M5: Bestand erhalten, Nachwuchsunternehmen & Ansiedlungsmanagement aktiv fördern****Federführung:** Landkreis**Beteiligte:** Saale-Unstrut-Tourismus, Kommunen, Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt (IMG)**Zeithorizont:** dauerhaft

Erläuterung

Ein gezieltes, effektives Ansiedlungsmanagement und die Förderung des Nachwuchsunternehmertums sind entscheidende Bausteine, um den Tourismus im Saalekreis weiterzuentwickeln und für touristische Betriebe und ihre Arbeitskräfte attraktiv zu sein. Selbstverständlich geht es nicht nur darum, neue Betriebe zu etablieren, sondern v. a. bestehende Betriebe zu erhalten und ihnen eine solide Grundlage bei notwendigen Veränderungen und Anpassungen an aktuelle Entwicklungen zu bieten. Grundsätzlich ist darauf zu achten, die bürokratischen Hürden, auf deren Abbau der Landkreis Einfluss hat, weitmöglichst abzubauen. Damit ist es für Interessierte leichter, sich für einen Standort im Saalekreis zu entscheiden.

Gerade im Hinblick auf die Neuansiedlung von Betrieben, aber auch im Bestand, hat der Landkreis mit seiner Wirtschaftsförderung weiterhin dafür Sorge zu tragen, mit einem attraktiven, positiven Investitionsklima und einem umfassenden Betreuungs- und Informationsangebot Betriebe willkommen zu heißen bzw. für ein Engagement und Investitionen im Tourismus zu begeistern. Nicht zu vergessen ist der Anschluss des Saalekreises an vorhandene oder geplante Initiativen auf Landes- und Regionalebene, wie sie beispielsweise zum Thema Arbeitskräftegewinnung und Branchenimage vorhanden sind oder auch zur gezielten Förderung von Digitalisierung, Nachhaltigkeit, Barrierefreiheit etc. Hier können Doppelarbeit vermieden und Synergien sinnvoll genutzt werden. Der Landkreis fungiert als Kommunikator in Richtung Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt, welche als Dienstleister im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft, Tourismus, Landwirtschaft und Forsten den Wirtschafts- und Wissenschaftsstandort Sachsen-Anhalt vermarktet, das Tourismusmarketing im In- und Ausland verantwortet, die Ansiedlung von Unternehmen in Sachsen-Anhalt aktiv begleitet und unterstützt und ansässigen Unternehmen bei Bedarf bei ihren Investitionen hilft¹⁵. Wichtig ist es daher, die wechselseitige Kommunikation mit Aktivitäten und Angeboten auf Landesebene mit der IMG und auf der Destinationsebene mit Saale-Unstrut-Tourismus zu stärken.

Entscheidend im Prozess der weiteren touristischen Entwicklung im Saalekreis wird darüber hinaus sein, den bundes- und branchenweit vorhandenen Fachkräftemangel mit entsprechenden Maßnahmen gemeinsam anzugehen. Es gibt zahlreiche Initiativen und Ansätze zur Fachkräftegewinnung auf Bundes-, Landes- und Regionalebene, auf betrieblicher Ebene, Ratgeber

¹⁵ www.investieren-in-sachsen-anhalt.de/wir-ueber-uns

und spezielle Stellen, die sich diesem Thema widmen, z. B. aulid.de, eine Internetplattform zum „Leben und Arbeiten in Deutschland“, die Plattform „make it in Germany“ zur Gewinnung ausländischer Fachkräfte u. v. a. m. (siehe auch Praxisbeispiele). Arbeitnehmende/Fachkräfte erwarten attraktive Arbeitsmodelle, die dem Trend von New Work und Nachhaltigkeit (s. auch Kapitel 2) gerecht werden und Wert auf eine ausgewogene Work-Life-Balance und Flexibilität, z. B. im Hinblick auf Arbeitszeiten, legen.

Mögliche Bausteine

- **Anstoßen einer Ansiedlungsstrategie:** Inhalte: Ziele, Bedarf, Umgang mit Ansiedlungs-/Investitionswilligen in Zusammenarbeit mit IMG, Burgenlandkreis, Saalekreis über Saale-Unstrut-Tourismus als Koordinator formulieren.
 - **Bedarfe und Möglichkeiten in Kommunen abfragen:** Hier geht es darum, konkret nachzufragen, welche Bedarfe und Möglichkeiten in den einzelnen Saalekreis-Gemeinden bestehen im Hinblick auf Ansiedlungen und Investitionen; ebenso gilt es die Möglichkeiten der Kommunen auszuloten.
 - **Kontaktmöglichkeiten für touristische Investitionen/Bestandsunternehmen stärker kommunizieren:** Dem Landkreis kommt dabei die Aufgabe zu, u. a. über den Saale-Unstrut-Newsletter und das Tourismusnetzwerk Sachsen-Anhalt Kontakte, aktuelle Vorhaben etc. zu streuen, um auch gezielt an Ansiedlungs-/Investitionswillige der Tourismusbranche zu adressieren, sobald die Grundlagen im Rahmen einer Ansiedlungsstrategie und Bedarfserhebung geschaffen sind.
 - **Geeignete Betriebe für das Projekt Arbeitskräftegewinnung und Branchenimage im Saalekreis identifizieren und gewinnen (ab 2023):** In der DMO Saale-Unstrut beschäftigt sich ein Mitarbeiter speziell als Koordinator für das Projekt „Arbeitskräftegewinnung und Branchenimage“. Hier gilt es, über diese Stelle passende Betriebe im Saalekreis herauszufiltern und zu gewinnen.
 - **Maßnahmen zur Fachkräftegewinnung starten:** Hier geht es darum, sich existierende gute Beispiele zum Vorbild zu nehmen und im Hinblick auf eine Übertragbarkeit/Passfähigkeit/Nutzung im Saalekreis zu prüfen.
-

Praxisbeispiele

Fachkräfte-Kampagne Allgäu mit der Job-WG: 3 „Jobhopper“ lernen 30 Jobs in 30 Allgäuer Unternehmen kennen. Die Unternehmenspalette ist breit gefächert: von Großkonzern über Start Up bis zum Wellnesshotel und zur Metzgerei. Die drei Jobhopper teilen ihre Erfahrungen über verschiedene Websites sowie in Sozialen Medien der Allgäu GmbH. Mit der Job-WG setzt die Allgäu GmbH die 2019 mehrfach ausgezeichnete Fachkräfte-Kampagne „Jobchallenge Allgäu“ fort, mit der deutschlandweit ein herausragendes Fachkräftemarketing mit bundesweiter Aufmerksamkeit gelang. Das Format Job-WG zielt auch auf einen noch intensiveren Austausch über den Lebens- und Arbeitsraum Allgäu und das Kennenlernen der Region.

www.presse.allgaeu.de



M6: Betreuung touristischer Unternehmen weiter verstärken

Federführung: Landkreis

Beteiligte: Saale-Unstrut-Tourismus, Kommunen, IMG

Zeithorizont: dauerhaft

Erläuterung

Die Betreuung von touristischen Unternehmen durch den Landkreis wird künftig eine zentrale Rolle spielen. Die Betriebe im Saalekreis sollen sich darauf verlassen können, dass sie jederzeit auf das Know How und die Unterstützung des Kreises bei verschiedenen Fragen und Anliegen zählen können. Dabei gehören Fragen rund um das Thema Förderanträge und deren Weitervermittlung ebenso dazu wie solche zu den Bereichen Nachhaltigkeit, Qualität, Barrierefreiheit und Digitalisierung und entsprechenden Angeboten. Es handelt sich bei diesen Themen um gesellschaftliche Herausforderungen, denen sich der Saalekreis zusammen mit seinen Mitwirkenden auf regionaler, kommunaler und landesweiter Ebene stellen muss (s. auch Kapitel 2). Von großer Bedeutung ist es, dass der Fachbereich Tourismus des Saalekreises die Betreuung und Bestandspflege vor Ort durch regelmäßige Betriebsbesuche gewährleistet. Dies kann z. B. durch monatliche Besuche der touristisch Verantwortlichen erfolgen oder nach Bedarf. Wichtig ist es, als Landkreis ausreichend Präsenz zu zeigen, wofür es aber auch der entsprechenden personellen Ressourcen bedarf. Der Fokus liegt bei den touristischen Betrieben auf dem Gastgewerbe, d. h. Beherbergung und Gastronomie. Prioritär ist bei den Betrieben zunächst der Bedarf für Betreuung zu ermitteln.

Der Landkreis übernimmt zudem bei der Unterstützung und Weitervermittlung von Förderanträgen die Funktion eines Koordinators und Vermittlers zur Landesebene (Fachministerien, Investitionsbank Sachsen-Anhalt). Dies kann vielfältige Aspekte beinhalten, z. B. förderfähige Themen, Umfang (Förderanteil vs. Eigenanteil), Zeitraum etc. (Anmerkung: Eine Zusammenstellung von Fördermöglichkeiten findet sich im Anhang I). Die Rolle des Landkreises und die entsprechenden Informationen sollten den touristischen Betrieben gut kommuniziert werden, damit sie im Hinblick auf Fördermöglichkeiten und -angebote immer auf dem aktuellen Stand sind. Als ein passendes Kommunikationsmedium mit regionaler bzw. landkreisweiter Reichweite bietet sich der Newsletter von Saale-Unstrut-Tourismus an.

Darüber hinaus wird es notwendig, (vorhandene) Handreichungen, Angebote und Informationen zu den Themen Nachhaltigkeit, Qualität, Barrierefreiheit und Digitalisierung von Seiten der Destination und der Landesebene entsprechend zu kommunizieren und zu unterstützen. Die Betriebe benötigen Informationen, um zielgerichtet bestehende Angebote an aktuelle Erfordernisse für die genannten Themen anzupassen und neue passgenau zu entwickeln. Wichtig ist, dass der Landkreis dem Anspruch an qualitative Betreuung der Betriebe gerecht wird, d. h. er muss immer am Puls der Zeit sein bei wichtigen Trends, Entwicklungen und Herausforderungen im gesamtgesellschaftlichen und speziell touristischen Kontext. Auf diese Weise wird gewährleistet, dass die Betriebe auf den neuesten Stand gebracht werden.

Mögliche Bausteine

- **Interne Abstimmung zur Kommunikation ggü. bzw. zur Betreuung von Tourismusunternehmen (2023):** Vermittlung von Saale-Unstrut-Tourismus-/Landes-Handreichungen sowie Angeboten und Initiativen für zukunftsfähige und resiliente Betriebe im Landkreis; wichtig ist dabei die Aufnahme von Bedarfen auf Seiten der Betriebe.
- **IMG- und Saale-Unstrut-Tourismus-Informationen sowie Initiativen in Kommunikation und Beratung mit Verantwortlichen weitervermitteln:** Sammlung/Bündelung der vorhandenen Informationen auf Landes- und Regionalebene im Landkreis und Kommunikation, z. B. über die Website des Landkreises (Verlinkung etc.). Vermittlung von Informationen im Rahmen von Betriebsbesuchen der Zuständigen im Landkreis.

Projekt-/Themenspeicher

- Sensibilisieren für und Vorantreiben (nachhaltiger) Zertifizierungen in der Beherbergung
- Regionale Produkte/Erzeugerbetriebe stärker in touristisches Angebot einbinden

Praxisbeispiele

ServiceQ-ausgezeichnete Wirtschaftsförderung - Kreisverwaltung Ahrweiler: die Kreisverwaltung Ahrweiler ist die erste ServiceQ ausgezeichnete Wirtschaftsförderung in Rheinland-Pfalz und NRW - bundesweit gibt es lediglich fünf weitere Wirtschaftsförderungen mit diesem Zertifikat. Sie hat erfolgreich an der Zertifizierung „ServiceQualität Deutschland“ teilgenommen und ist für drei Jahre offizieller „QualitätsBetrieb“. Die Zertifizierung zielt darauf ab, nach intensiver Kunden- und Mitarbeiteranalyse Servicelücken zu ermitteln und diese durch Definition von Qualitätsbausteinen und die Umsetzung von erarbeiteten Maßnahmenkatalogen zu schließen. Für Unternehmen ist so auf Anhieb zu erkennen, dass deren Anliegen nicht nur sachgerecht, sondern auch qualitativ hochwertig bearbeitet werden. So bietet die Kreiswirtschaftsförderung eine eigene Servicestelle für die Inanspruchnahme von Förderprogrammen für Unternehmen sowie umfangreiche Beratungsdienstleistungen für Existenzgründende sowie Unternehmensnachfolgerinnen und -nachfolger an und bietet damit eine exzellente qualitative Betreuung. www.kreis-ahrweiler.de

Nachhaltigkeitshandbuch Saale-Unstrut: Handreichung für Gastgebende zur Umsetzung des Themas Nachhaltigkeit in ihren Betrieben. www.saale-unstrut.de

Digitalisierungsstrategie Saale-Unstrut: Leitfaden, der dabei helfen soll, die Digitalisierung in der Saale-Unstrut-Region stetig weiterzuentwickeln und fortlaufend anzupassen. Der Schwerpunkt liegt auf einer ganzheitlichen Strategie für alle im Tourismussegment Aktiven. www.saale-unstrut.de

5. Fazit und Ausblick

Der Tourismus im Saalekreis bringt gute Voraussetzungen mit, um sich zukunftsfähig aufzustellen. Die Einbindung in die dynamische DMO Saale-Unstrut-Tourismus, das vorhandene Potenzial im touristischen Angebot und der sichtbare Wille der Stakeholder und der Bevölkerung den Tourismus weiter zu fördern, bilden eine positive Ausgangslage. Nicht zuletzt haben die touristisch Agierenden in ihrer konstruktiven Zusammenarbeit in den Strategie- und Maßnahmenworkshops gezeigt, dass die gemeinsame Blickrichtung vorhanden ist. Die Herausforderungen der touristischen Zukunft können gemeinsam angegangen und gemeistert werden. Eine wichtige Aufgabe kommt dabei dem Landkreis zu, der sich künftig noch stärker als aktiver Botschafter und Treiber für touristische Belange und Themen profilieren will, um den Beiträgen des Tourismus als Faktor für Standort- und Lebensqualität Rechnung zu tragen.

Den Orientierungsrahmen für die künftige Tourismusedwicklung bietet das vorliegende partizipativ erarbeitete Tourismuskonzept. Mit den längerfristig angelegten Zielstellungen ist ein klar umrissenes Zukunftsbild für den Tourismus vorhanden. Neben den Schlüsselaktivitäten des Landkreises geben die drei Handlungsfelder den Rahmen vor und zeigen die ersten zentralen Schritte anhand der Schlüsselmaßnahmen auf. Auf dieser Basis kann der Tourismus als Wirtschaftszweig mehr Gewicht erlangen. Er fördert so die Attraktivität des Saalekreises als Wohn-, Arbeits-, Freizeit- und Urlaubsort und bringt dadurch Mehrwerte auch für andere Branchen.

Mit Blick auf die Umsetzung des Konzeptes ist ein zielgerichtetes und starkes Umsetzungsmanagement durch den Landkreis sowie das Engagement und Bekenntnis zum Tourismus aller Beteiligten unabdingbar. Im Hinblick auf die zunehmende Komplexität der Aufgaben auf allen Organisationsebenen und den Anspruch an eine erfolgreiche Tourismusedwicklung funktioniert die Umsetzung nur gemeinsam. Die Geschwindigkeit von Veränderungen in Tourismus und Gesellschaft erfordern zudem eine regelmäßige interne Prüfung des Konzeptes und seiner Umsetzung auf nötige Anpassungsbedarfe insbesondere auf Ebene der Maßnahmen.

Quellenverzeichnis

Konzepte

Europäische Metropolregion Mitteldeutschland (Hrsg.): Tourismusstrategie Mitteldeutschland, Leipzig, 2022

Landkreis Saalekreis (Hrsg.): Radverkehrskonzept für den Landkreis Saalekreis, Merseburg, 2022

Saale-Unstrut-Tourismus e.V. und Thüringer Tourismusverband Jena-Saale-Holzland e.V. (Hrsg.): Tourismus- und Marketingkonzept für die Region Saale-Unstrut, Naumburg/Bad Klosterlausnitz, 2021

Saale-Unstrut-Tourismus e.V. und Thüringer Tourismusverband Jena-Saale-Holzland e.V. (Hrsg.): Organisationsentwicklungskonzept Neuausrichtung Saale-Unstrut und Saaleland Tourismus, Naumburg/Bad Klosterlausnitz, 2021

Saale-Unstrut-Tourismus e.V. (Hrsg.): Marken- und Kommunikationskonzept Saale-Unstrut, Naumburg, 2022

Stadt Hohenmölsen (Hrsg.): Radverkehrskonzeption für die LEADER-Region Montanregion Sachsen-Anhalt Süd, Hohenmölsen, März 2019

Verein Dübener Heide e.V. (Hrsg.): LEADER-Entwicklungsstrategie (LES) Dübener Heide/Sachsen, Förderperiode 2014-2020, 5. Änderungsfassung vom 07.05.2019, Bad Dübener Heide, 2018

Darüber hinaus sind in die Analysen Daten der Statistikämter sowie diverse Strategien und Konzepte auf Landes- und Lokalebene sowie der angrenzenden Gebietskörperschaften eingeflossen.

Online-Quellen

difu.de

donaubergland.de

dresden.de

investieren-in-sachsen-anhalt.de

kreis-ahrweiler.de

naturpark.unteres-saaletal.de

naturpark-saale-unstrut.de

presse.allgaeu.de

rlp.tourismunetzwerk.info

ruhrtalradweg.de

saale-unstrut-tourismus.de

sinus-institut.de

velofracht.de

zukunftsinstitut.de

Hinweis: Die Links zu den verwendeten Online-Quellen sind jeweils in den Fließtext eingebettet.

Anhang

I ZUSAMMENSTELLUNG VON FÖRDERMÖGLICHKEITEN

LEADER und CLLD

Kommunen, Unternehmen

Förderung kulturelles und natürliches Erbe, Tourismus, kulturelle Infrastruktur, Radverkehr einschließlich Schnittstellen

Umfang: Je nach Förderkreis 30-60 %

Laufzeit: 2021-2027

www.leader.sachsen-anhalt.de

Bundesprogramm KoMoNa: Kommunale Modellvorhaben zur Umsetzung der ökologischen Nachhaltigkeitsziele in Strukturwandelregionen

Kommunen, kommunale Zusammenschlüsse (Landschafts-, Regional- und Zweckverbände), Unternehmen

Investive Maßnahmen zur Umsetzung der ökologischen Nachhaltigkeitsziele im Rahmen der Deutschen Nachhaltigkeitsstrategie; dazu zählen u. a. Beiträge zu umweltverträglichen Mobilitätskonzepten im nachhaltigen Tourismus

Umfang: Bis zu 75 %, Kommunen bis 80 %; Die Höhe der beantragten Zuwendung muss mindestens 50.000 EUR betragen

Laufzeit: Prozess für 2023 bereits laufend, nächste Förderrunde noch nicht kommuniziert

www.z-u-g.org

Landesrichtlinie „Sachsen-Anhalt Revier 2038“

Gebietskörperschaften und sonstige Träger soweit sie öffentliche, vor allem kommunale Aufgaben in diesen oder für diese Gebietskörperschaften erfüllen

Investive Maßnahmen, die der Umsetzung des Strukturentwicklungsprogramms unmittelbar dienen und 1. zur Schaffung und zum Erhalt von Arbeits- und Ausbildungsplätzen beitragen oder 2. die Diversifizierung der Wirtschaftsstruktur und Verbesserung der Attraktivität des Wirtschaftsstandortes unterstützen. Die Förderwürdigkeit des jeweiligen Investitionsvorhabens ist vor der Antragstellung durch die zuständige Gebietskörperschaft, unter Anwendung eines indikatoren-basierten Bewertungsverfahrens, zu bestätigen.

Umfang: Bis zu 90 %; ab einer Fördersumme von 25.000 EUR

Laufzeit: 1. Förderperiode 2022-2026; Vorhaben müssen bis zum 31.12.2038 abgeschlossen sein

www.ib-sachsen-anhalt.de

Förderung der Regionalentwicklung (Sachsen-Anhalt REGIO)

Kommune, öffentliche Einrichtung, Verbände

Zusammenarbeit von Gemeinden zur Stärkung teilträumlicher Entwicklungen, die Umsetzung der regionalen Entwicklungskonzepte und der Zusammenarbeit von Kommunen, Vorhaben zur Bündelung, Kombination und Nutzung raumbezogener Informationen. Tourismus (2.1.2d Richtlinie): Gefördert werden der „Aufbau und Stabilisierung eines regionaltypisch ausgeprägten Tourismus im Zusammenhang mit Naherholung, Naturerlebnis, Regionalkultur, Bildung oder Sozialfürsorge“

Umfang: Bis zu 80 %; maximal 80.000 EUR beziehungsweise für Projekte im Rahmen des EFRE maximal 16.000 EUR. *Laufzeit:* Beantragung bis 31.3. des jeweiligen Jahres

www.ib-sachsen-anhalt.de

Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ (GRW)

Kommune, Öffentliche Einrichtungen, Verbände

Maßnahmen zur Verbesserung der wirtschaftsnahen Infrastruktur. Tourismus: Geländeerschließungen für den Tourismus und die Errichtung und Erweiterung öffentlicher Einrichtungen des Tourismus

Umfang: 60 % bis 90 %; davon abweichend beträgt die Höhe des Zuschusses für Planungs- und Beratungsleistungen bis zu 75 % der zuwendungsfähigen Ausgaben, integrierte regionale Entwicklungskonzepte bis zu 75% der zuwendungsfähigen Ausgaben, maximal jedoch 50.000 EUR aus GRW-Mitteln; Regionalmanagement-Vorhaben bis zu 75 % der zuwendungsfähigen Ausgaben, maximal jedoch 200.000 EUR jährlich, bei interregionaler Kooperation maximal 250.000 EUR, für 3 Jahre; Regionalbudgets bis zu 80 % der zuwendungsfähigen Ausgaben, maximal jedoch 300.000 EUR jährlich.

www.ib-sachsen-anhalt.de

Nationale Klimaschutzinitiative

WEGWEISENDE MODELLPROJEKTE IM KOMMUNALEN KLIMASCHUTZ

Kommunen (Städte, Gemeinden und Landkreise) und Zusammenschlüsse von Kommunen sowie Betriebe, Unternehmen und sonstige Einrichtungen mit mindestens 25 % kommunaler Beteiligung Besonders förderwürdig sind Modellprojekte aus den Handlungsfeldern: Abfallentsorgung, Abwasserbeseitigung, Energie- und Ressourceneffizienz, Stärkung des Umweltverbands, grüne City-Logistik und Treibhausgas-Reduktion im Wirtschaftsverkehr, Smart-City (Vernetzung, Integration und intelligente Steuerung verschiedener umwelttechnischer Infrastrukturen).

Laufzeit: 2021 bis 31.10.2024

Umfang: 70-90 %

KOMMUNALRICHTLINIE

Kommunen und kommunale Zusammenschlüsse, Betriebe mit mindestens 25 % kommunaler Beteiligung sowie Zweckverbände mit kommunaler Beteiligung

Konzepte und Personal für die Umsetzung, Klimaschutzberatungen und Machbarkeitsstudien, Energie- und Umweltmanagement, kommunale Netzwerke, Beleuchtung und Belüftung, Radwege, Radabstellanlagen und Mobilitätsstationen

Laufzeit: 01. Jan. 2022 bis 31. Dez. 2027

Umfang: Anträge, die zwischen dem 1. Januar 2022 und dem 31. Dezember 2022 eingereicht werden, müssen Sie als antragstellende Person Eigenmittel in Höhe von mindestens 5 Prozent des Gesamtvolumens der zuwendungsfähigen Ausgaben einbringen. Finanzschwache Kommunen können während dieser Zeit ihren Eigenanteil komplett durch Drittmittel ersetzen. Ab 1. Januar 2023 müssen Sie Eigenmittel in Höhe von mindestens 15 Prozent (beziehungsweise 10 Prozent als finanzschwache Kommune) des Gesamtvolumens der zuwendungsfähigen Ausgaben aufbringen.

E-LASTENFAHRRAD-RICHTLINIE

private Unternehmen, Unternehmen mit kommunaler Beteiligung, Kommunen (Städte, Gemeinden, Landkreise), Körperschaften / Anstalten des öffentlichen Rechts (zum Beispiel Hochschulen), rechtsfähige Vereine und Verbände

E-Lastenfahrräder sowie E-Lastenfahrradanhänger

Laufzeit: 01. Mär. 2021 bis 29. Apr. 2024

Umfang: 25 Prozent der Ausgaben für die Anschaffung, maximal jedoch 2.500 EUR pro E-Lastenfahrrad oder Lastenfahrradanhänger mit E-Antrieb.

www.klimaschutz.de

II ERGEBNISSE DER BEVÖLKERUNGS- & STAKEHOLDERBEFRAGUNG

BEVÖLKERUNGS- UND LEISTUNGSTRÄGERBEFRAGUNG IM SAALEKREIS

Ergebnisbericht

Elena Schmidt
Martina Kirchhoff-Feil
Leonie Scherer

März 2022

Alle Bestandteile dieses Dokuments sind urheberrechtlich geschützt. © 2022 dwif
Dieses Dokument ist Teil der Präsentation und ohne die mündliche Erläuterung unvollständig.

Bevölkerungsbefragung

Methodik

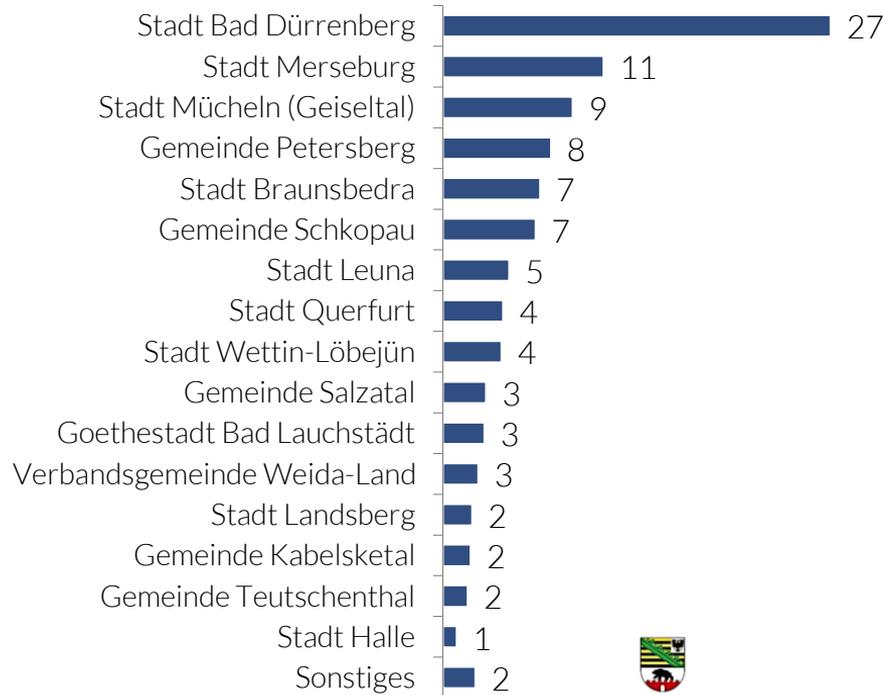
- Online-Befragung der Bevölkerung im Saalekreis
- Gesamtstichprobe: $n = 922$
- Gewichtung der Stichprobe nach der tatsächlichen Alters- und regionalen Verteilung der Bevölkerung im Saalekreis
- Befragungszeitraum: Februar 2022
- Fragebogenentwurf: dwif-Consulting GmbH in enger Abstimmung mit dem Saalekreis
- Durchführung der Befragung: dwif-Consulting GmbH

Soziodemographie

Regionale Verteilung der Stichprobe

In welcher Gemeinde/Stadt wohnen Sie?

(Angaben in %)

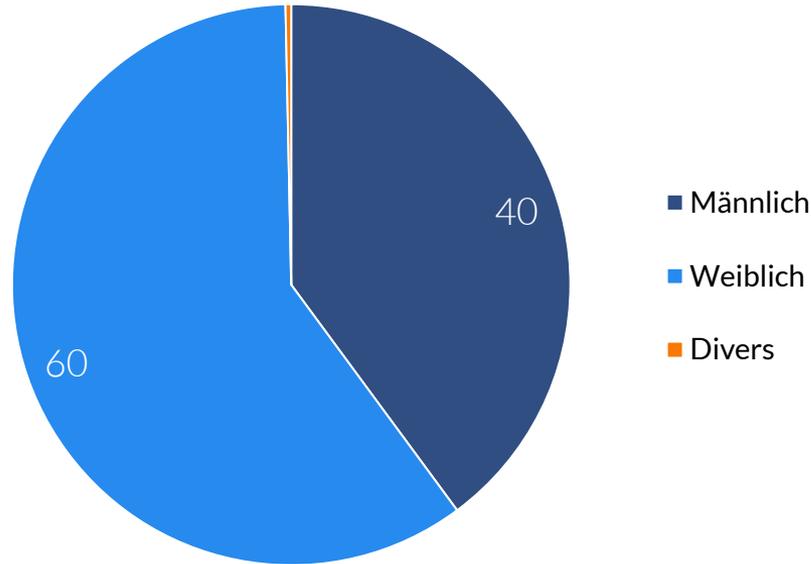


Quelle: dwif 2022, Datenbasis: Online-Befragung der Bevölkerung im Saalekreis, n = 913

Geschlecht

Welchem Geschlecht fühlen Sie sich zugehörig?

(Angaben in %)



Quelle: dwif 2022, Datenbasis: Online-Befragung der Bevölkerung im Saalekreis, n = 918



SACHSEN-ANHALT

Ministerium für
Infrastruktur und Digitales

#moderndenken

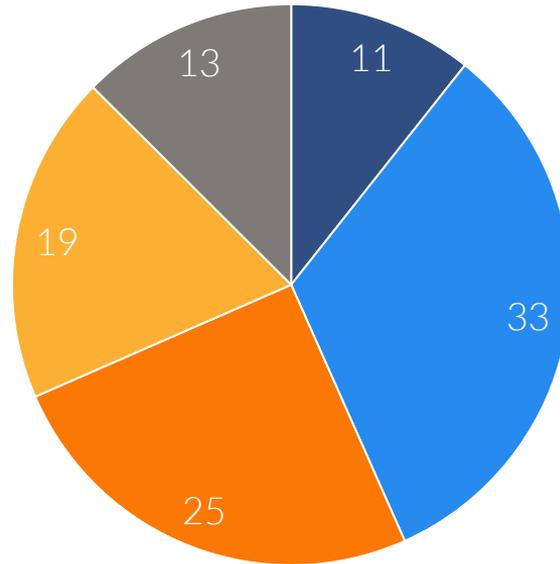


dwif

WEGWEISEND IM TOURISMUS

Alter der Befragten

(Angaben in %)



- 16 bis 29 Jahre
- 30 bis 39 Jahre
- 40 bis 49 Jahre
- 50 bis 59 Jahre
- 60 Jahre und älter

Ø

= 43,5 Jahre



SACHSEN-ANHALT

Ministerium für
Infrastruktur und Digitales

#moderndenken



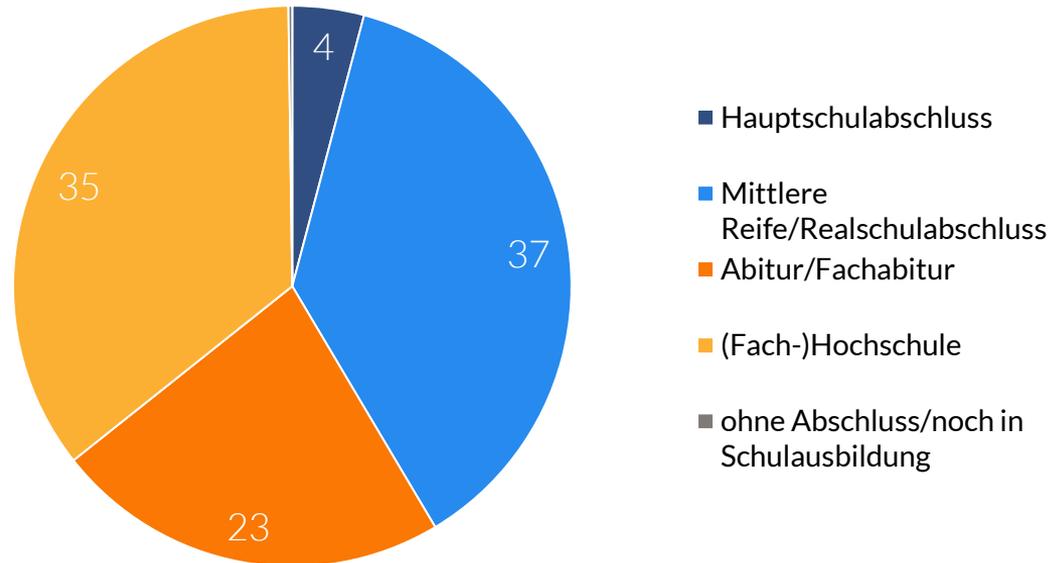
dwif

WEGWEISEND IM TOURISMUS

Bildungsabschluss

Was ist Ihre höchste abgeschlossene Schulbildung?

(Angaben in %)



SACHSEN-ANHALT

Ministerium für
Infrastruktur und Digitales

#moderndenken



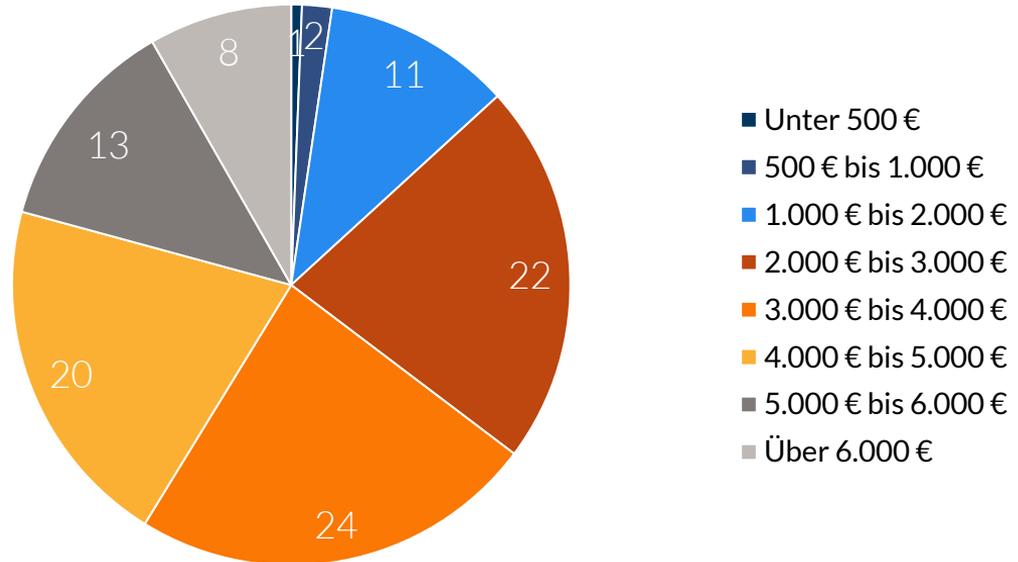
dwif

WEGWEISEND IM TOURISMUS

Haushaltseinkommen

Das gesamte Netto-Monatseinkommen in Ihrem Haushalt liegt bei... (alle Verdiener zusammengerechnet)

(Angaben in %)



SACHSEN-ANHALT

Ministerium für
Infrastruktur und Digitales

#moderndenken



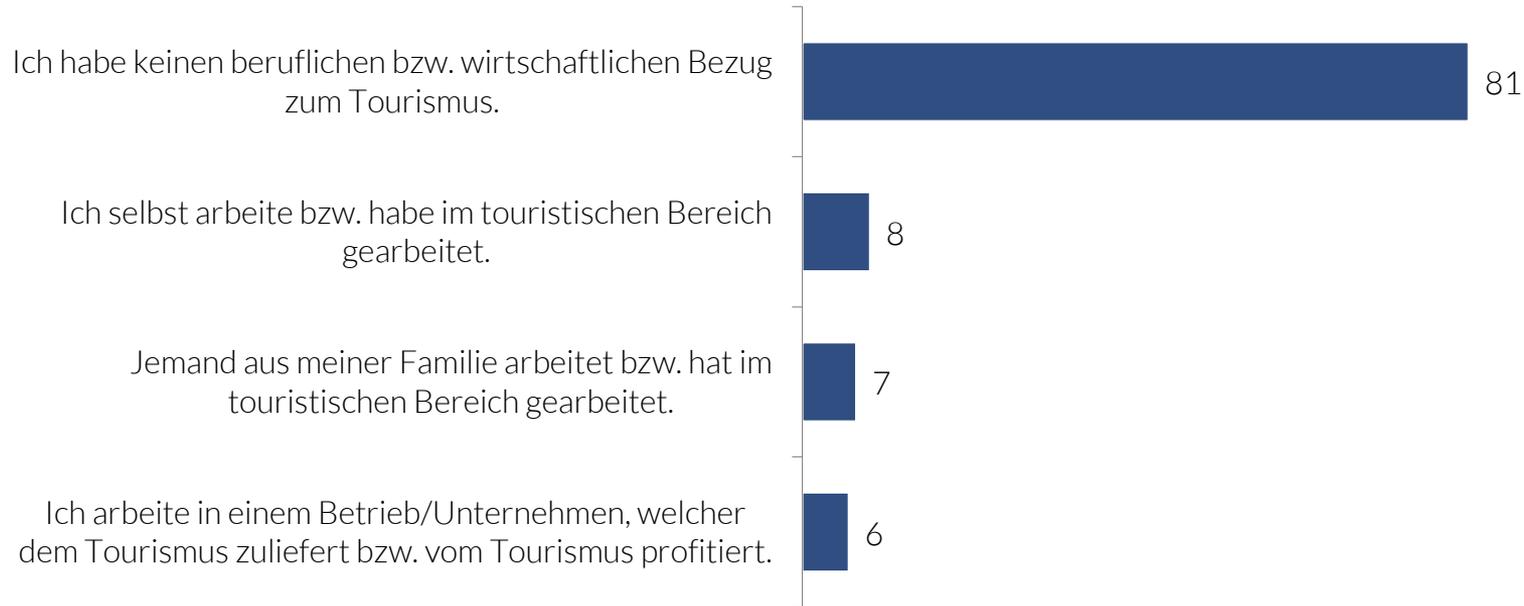
dwif

WEGWEISEND IM TOURISMUS

Mehrheit ohne beruflichen Bezug zum Tourismus

Arbeiten Sie oder jemand aus Ihrem engeren Familienkreis (Partner/Partnerin; Eltern, Kinder, Geschwister) bzw. haben Sie oder jemand aus Ihrem engeren Familienkreis (Partner/Partnerin; Eltern, Kinder, Geschwister) im touristischen Bereich gearbeitet?

(Mehrfachnennung möglich, Angaben in %)



SACHSEN-ANHALT

Ministerium für
Infrastruktur und Digitales

#moderndenken



dwif

WEGWEISEND IM TOURISMUS

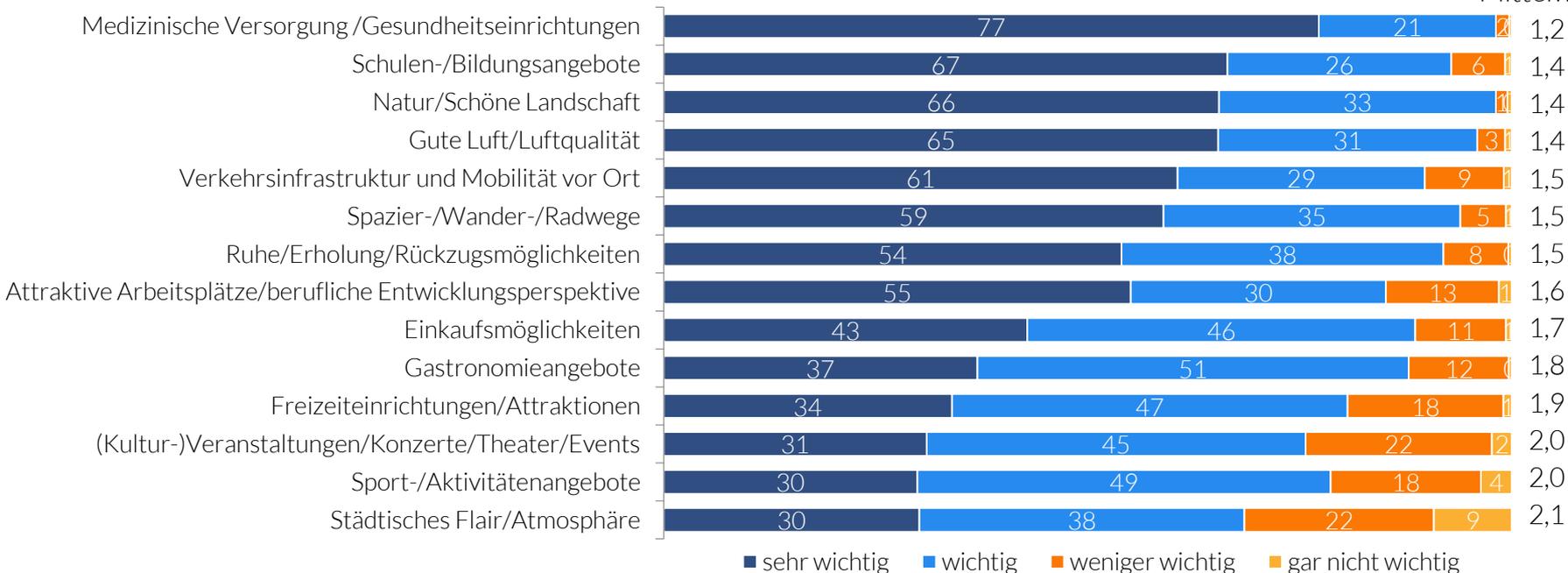
Saalekreis als Wohn- und Lebensraum

Gesundheit, Bildung und Natur sind im Saalekreis besonders wichtig

Welche Leistungen/Eigenschaften sind Ihnen im Saalekreis besonders wichtig?

(Angaben in %)

Mittelwert

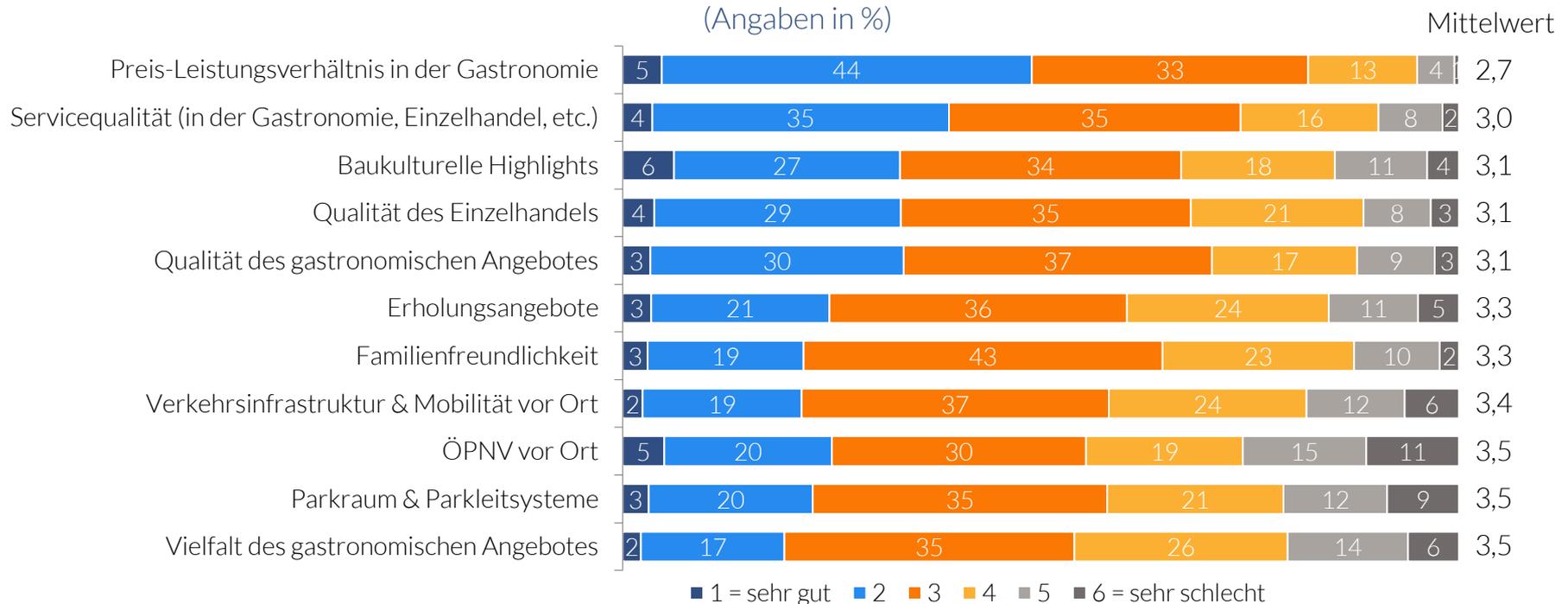


Sonstige Leistungen, die der Bevölkerung im Saalekreis besonders wichtig sind

- 
1. Angebote für Kinder und Jugendliche
 2. gute Infrastruktur/
Anbindung an den ÖPNV
 3. Internetausbau

Preis-Leistungsverhältnis in der Gastronomie schneidet am besten ab

Wie beurteilen Sie die folgenden Angebote und die Infrastruktur im Saalekreis? Teil 1



SACHSEN-ANHALT

Ministerium für
Infrastruktur und Digitales

#moderndenken



dwif
WEGWEISEND IM TOURISMUS

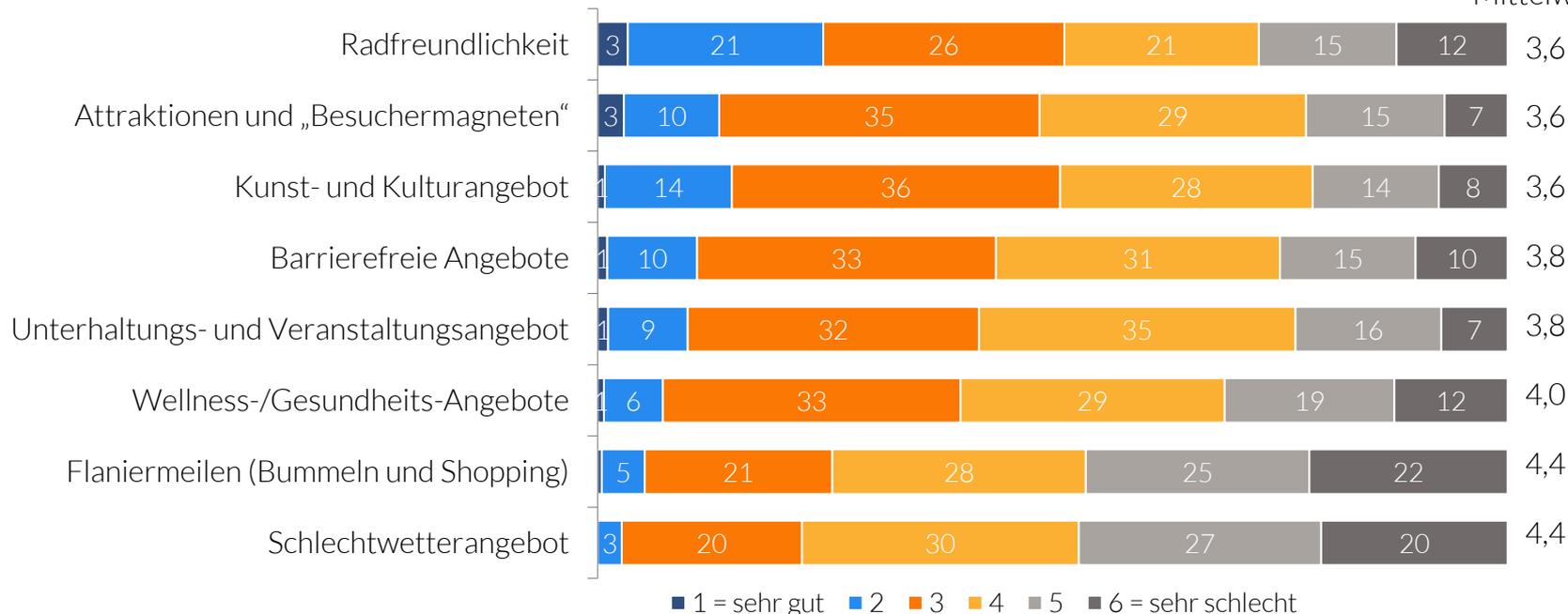
Quelle: dwif 2022, Datenbasis: Online-Befragung der Bevölkerung im Saalekreis, n = 889

Es mangelt im Saalekreis an Schlechtwetter- und Unterhaltungsangeboten

Wie beurteilen Sie die folgenden Angebote und die Infrastruktur im Saalekreis? Teil 2

(Angaben in %)

Mittelwert



SACHSEN-ANHALT

Ministerium für
Infrastruktur und Digitales

#moderndenken



dwif

WEGWEISEND IM TOURISMUS

Wie beurteilen Sie die folgenden Angebote und die Infrastruktur im Saalekreis?

Top 3



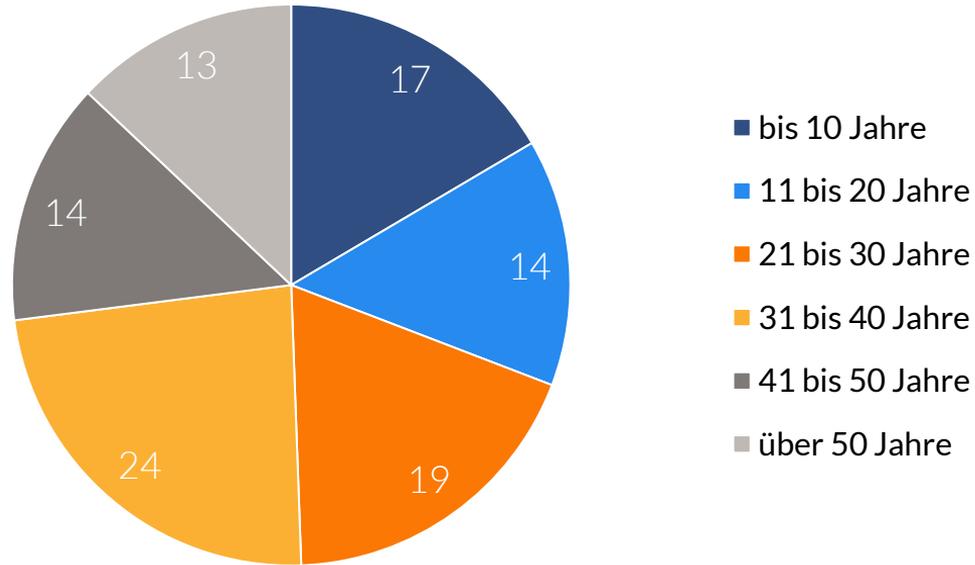
Flop 3



Wohndauer im Saalekreis sehr hoch, oft ein Leben lang

Wie lange leben Sie schon circa im Saalekreis?

(Angaben in %)



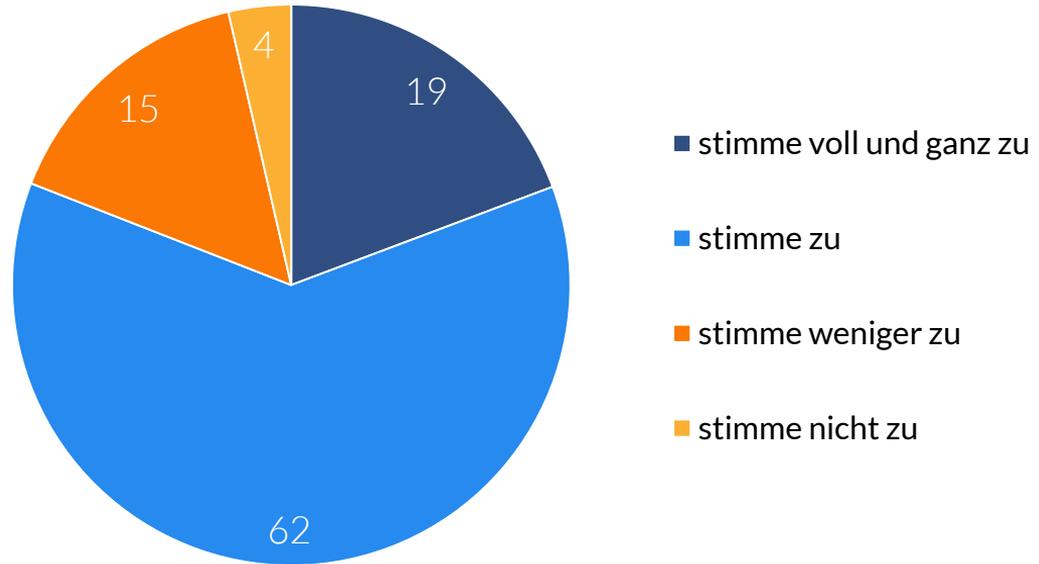
Ø
= 35,5 Jahre



81 % der Befragten leben gerne im Saalekreis

Inwieweit stimmen Sie der folgenden Aussage zu: „Ich lebe gerne im Saalekreis.“

(Angaben in %)



Quelle: dwif 2022, Datenbasis: Online-Befragung der Bevölkerung im Saalekreis, n = 852

Inwieweit stimmen Sie der folgenden Aussage zu: „Ich lebe gerne im Saalekreis.“

Wenn Sie möchten, können Sie Ihre Antwort hier erläutern:

(Auszüge aus den 163 offenen Nennungen)

„...bei allen Kritikpunkten sollte auch deutlich werden, dass der Saalekreis grundsätzlich viel zu bieten hat...“

„Angebot und Qualität passen nicht bezogen auf Freizeit- und Tourismus.“

„Der Saalekreis bietet kaum Möglichkeiten als junger Mensch, sich zu entfalten...“

„Alles ist weit genug weg und mit Fahrzeug dennoch erreichbar. Erholung und Arbeitsstelle liegen nah beieinander.“

„Bezahlbarer Wohnraum“

„Der Saalekreis ist meine Heimat.“

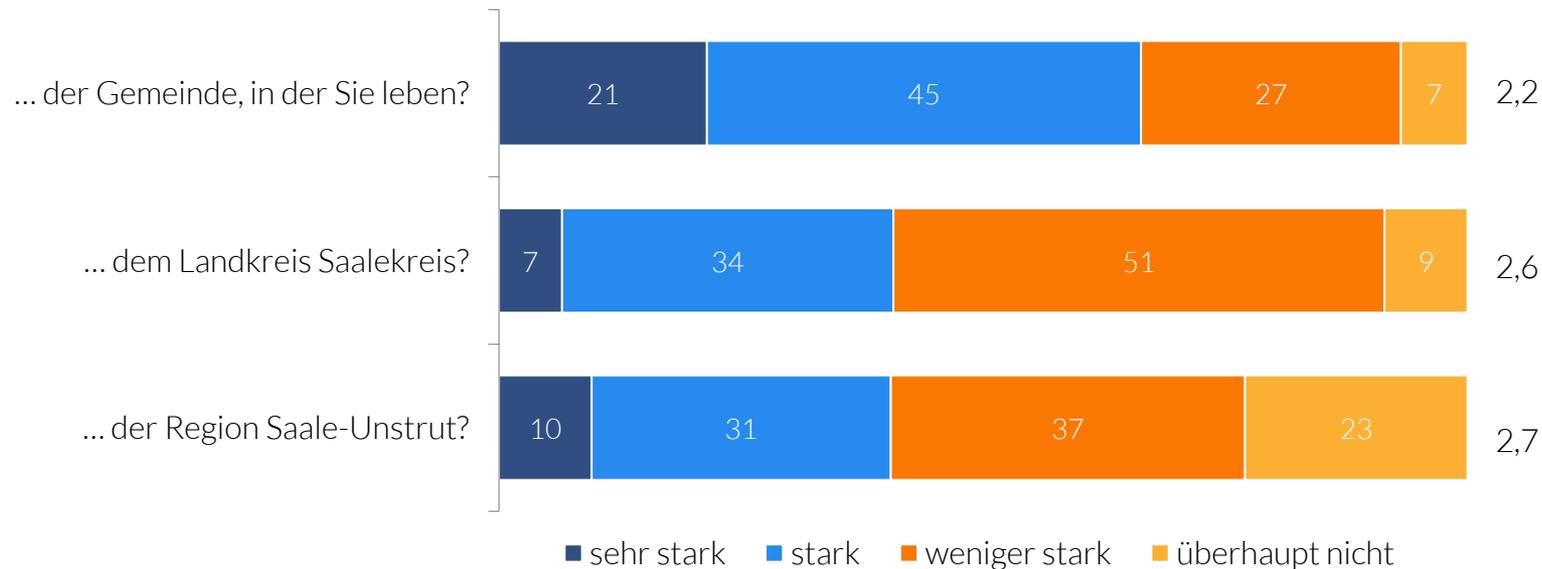
„Natur und ländlich, das ist sehr schön, aber die Infrastruktur auf dem Land wurde sehr vernachlässigt.“

Die Befragten identifizieren sich insbesondere mit ihrer Gemeinde

Inwieweit identifizieren Sie sich mit ...

(Angaben in %)

Mittelwert



SACHSEN-ANHALT

Ministerium für
Infrastruktur und Digitales

#moderndenken



dwif

WEGWEISEND IM TOURISMUS

Tourismusbewusstsein

Einstellung der Bevölkerung zum Tourismus ist positiv

Meiner Einschätzung nach ist der Einfluss des Tourismus für den Saalekreis...

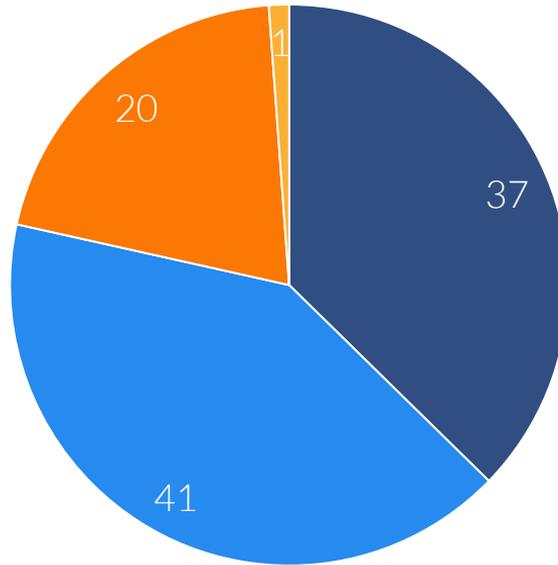
(Mittelwert, 0 = sehr negativ bis 100 = sehr positiv)



Dem Tourismus wird eine mittlere bis große Bedeutung zugeschrieben

Welche Bedeutung hat Ihrer Meinung nach der Tourismus für den Saalekreis?

(Angaben in %)



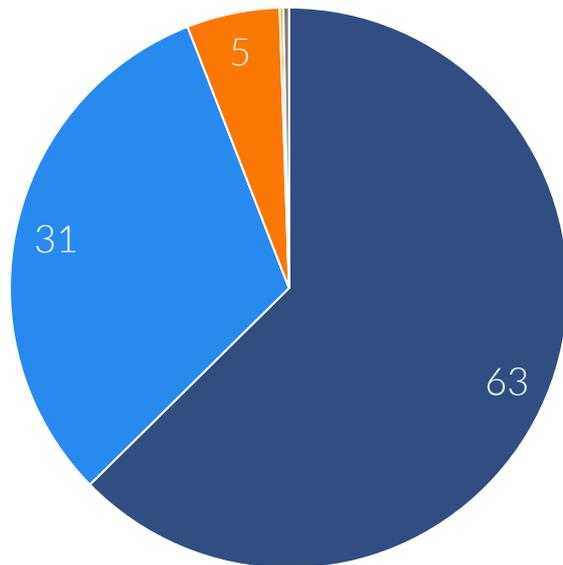
- Große Bedeutung – der Tourismus ist ein zentrales wirtschaftliches Standbein
- Mittlere Bedeutung – der Tourismus hat keine herausgehobene Bedeutung, ist zu sehen wie viele andere Themen/ Wirtschaftsbereiche
- Geringe Bedeutung – andere Branchen und Themen sind weitaus bedeutender
- Keine Bedeutung – der Tourismus hat keinerlei Bedeutung



94 % wünschen sich mehr Gäste im Saalekreis

Wie soll sich der Tourismus im Saalekreis aus Ihrer Sicht entwickeln?

(Angaben in %)

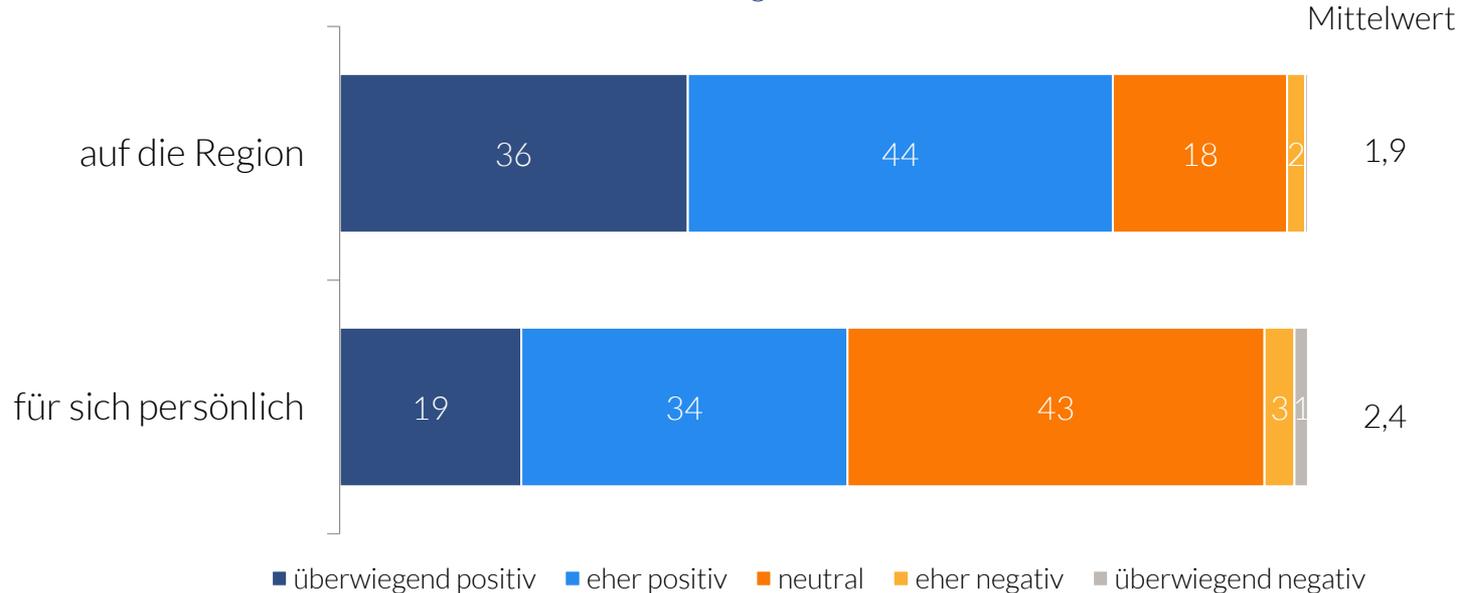


- Der Tourismus im Saalekreis soll deutlich wachsen.
- Der Tourismus im Saalekreis soll leicht wachsen.
- Der Tourismus im Saalekreis soll gleichbleiben.
- Der Tourismus im Saalekreis soll leicht sinken.
- Der Tourismus im Saalekreis soll deutlich sinken.

Tourismus hat insbesondere positive Auswirkungen auf den Saalekreis als Region

Nun würden wir gerne von Ihnen wissen, wie Sie die Auswirkungen des Tourismus im Saalekreis „auf die Region“ und „für sich persönlich“ sehen?

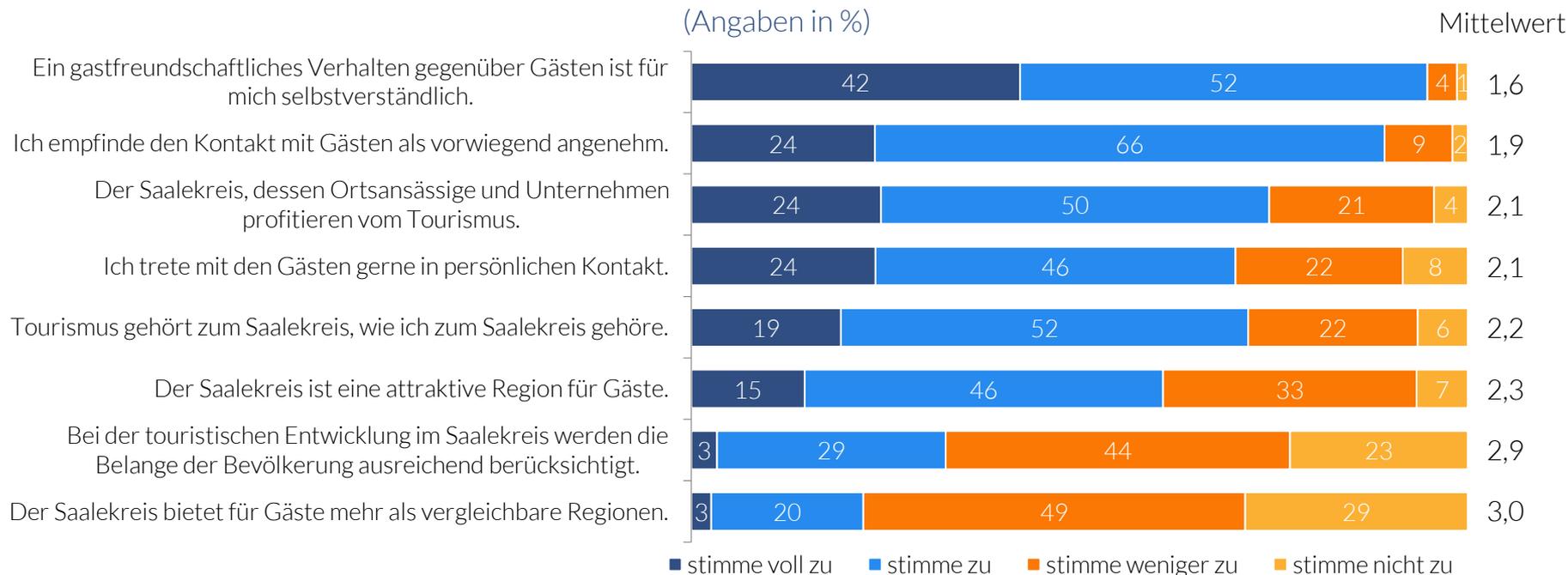
(Angaben in %)



Quelle: dwif 2022, Datenbasis: Online-Befragung der Bevölkerung im Saalekreis, n = 826

Befragte sind sehr offen gegenüber Gästen im Saalekreis, wollen bei der Entwicklung jedoch noch stärker eingebunden werden

Bitte bewerten Sie folgenden allgemeinen Aussagen über den Tourismus im Saalekreis aus Ihrer persönlichen Sicht!



SACHSEN-ANHALT

Ministerium für
Infrastruktur und Digitales

#moderndenken



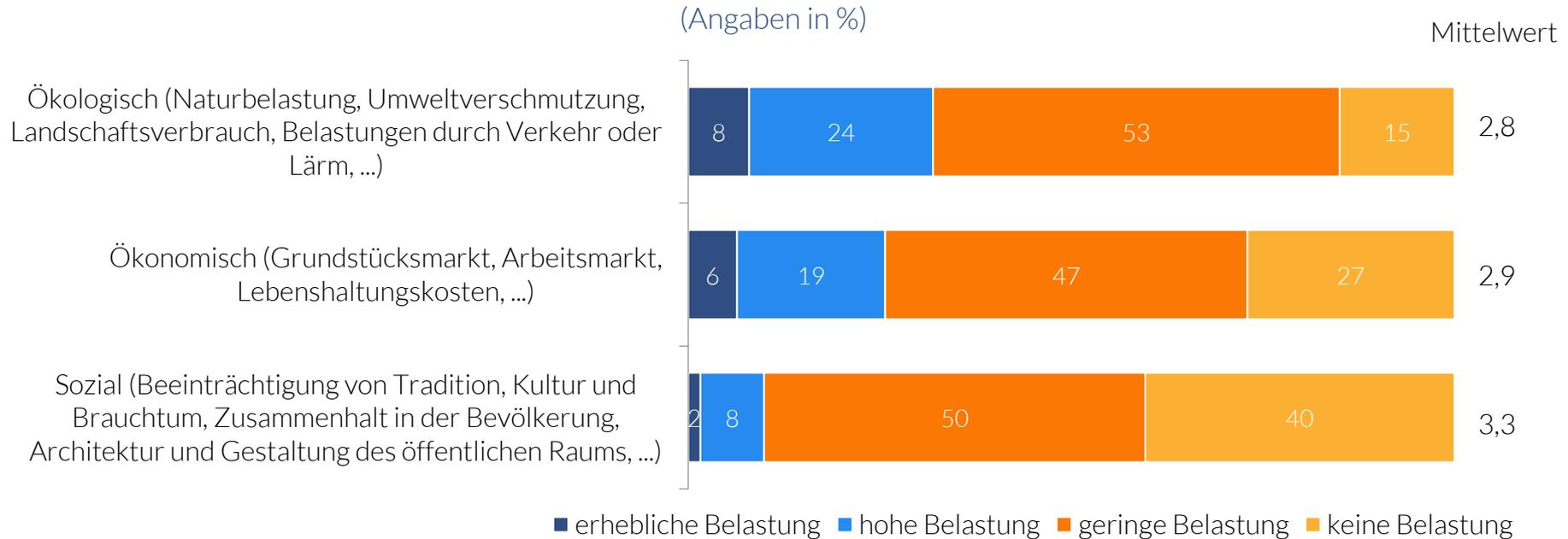
dwif

WEGWEISEND IM TOURISMUS

Quelle: dwif 2022, Datenbasis: Online-Befragung der Bevölkerung im Saalekreis, n = 810

Grundsätzlich geringe Belastung durch den Tourismus

Können Sie auch belastende Auswirkungen des Tourismus in Ihrer Region feststellen?



Quelle: dwif 2022, Datenbasis: Online-Befragung der Bevölkerung im Saalekreis, n = 724



„Da es nicht wirklich spürbar
Tourismus gibt, kann er sich
auch nicht negativ
auswirken“

„Es gibt leider kaum
Tourismus.“

„Der gegenwärtige Umfang des
Tourismus hat keine spürbaren
negativen Folgen.“

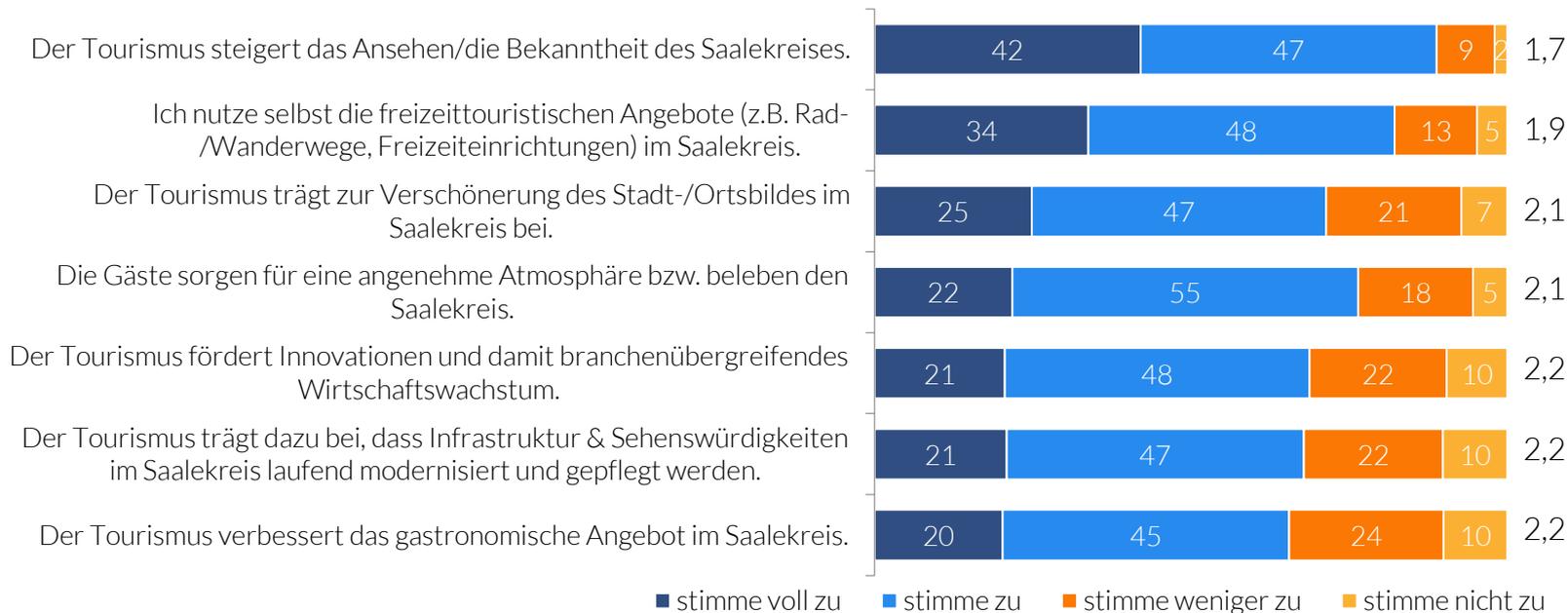
- Auszüge aus den offenen Nennungen

Bekanntheit und Freizeitangebote des Saalekreises profitieren vom Tourismus

Nachfolgend finden Sie einige POSITIVE Aussagen rund um den Tourismus im Saalekreis. Bitte bewerten Sie folgende Aussagen aus Ihrer persönlichen Sicht! Teil 1

(Angaben in %)

Mittelwert



SACHSEN-ANHALT

Ministerium für
Infrastruktur und Digitales

#moderndenken



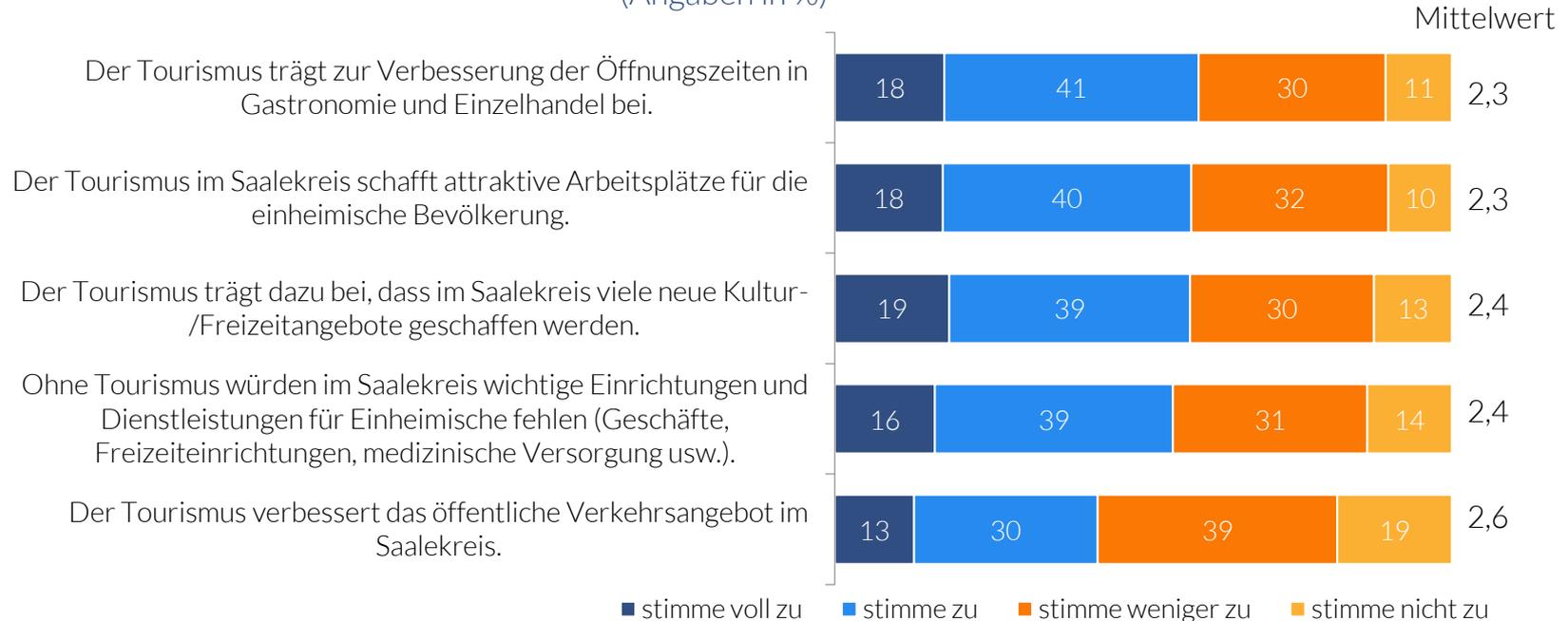
dwif

WEGWEISEND IM TOURISMUS

Zum öffentlichen Verkehrsangebot trägt der Tourismus weniger bei

Nachfolgend finden Sie einige **POSITIVE** Aussagen rund um den Tourismus im Saalekreis. Bitte bewerten Sie folgende Aussagen aus Ihrer persönlichen Sicht! Teil 2

(Angaben in %)



SACHSEN-ANHALT

Ministerium für
Infrastruktur und Digitales

#moderndenken



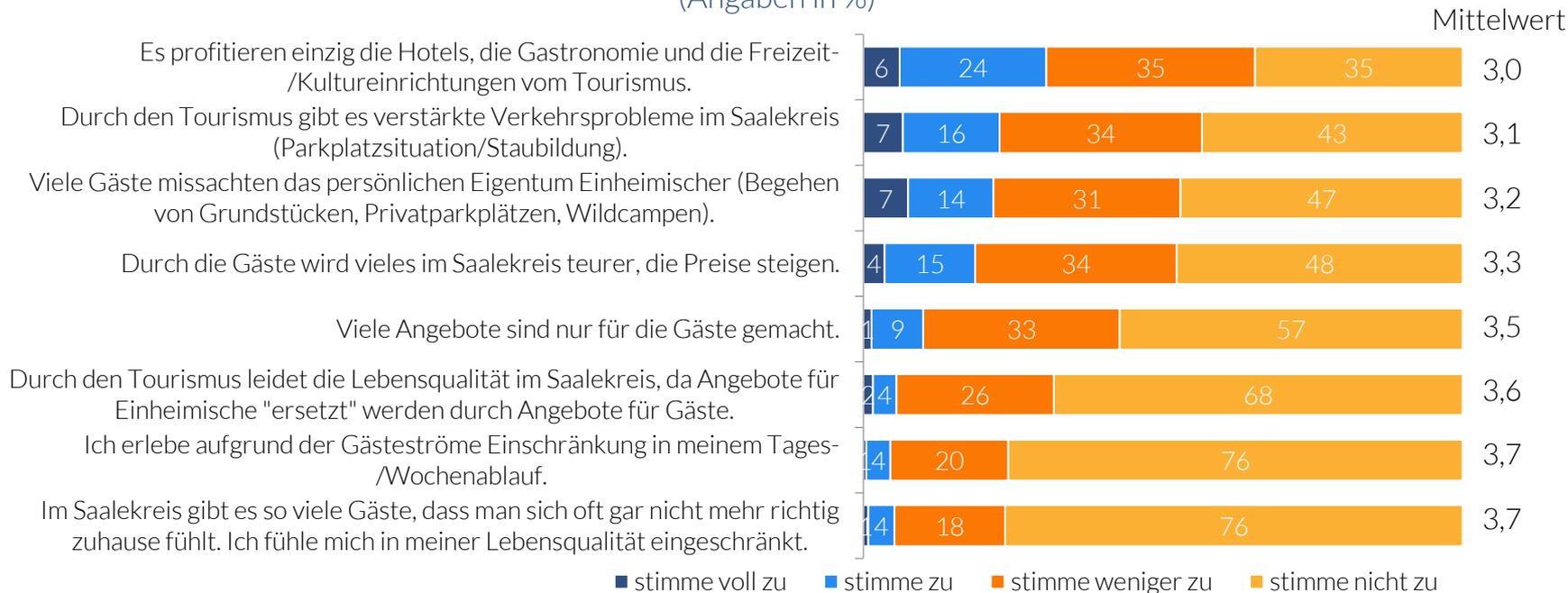
dwif

WEGWEISEND IM TOURISMUS

Wenig Zustimmung zu den kritischen Aussagen rund um den Tourismus

Nachfolgend finden Sie einige **KRITISCHE** Aussagen rund um den Tourismus im Saalekreis.
Bitte bewerten Sie folgende Aussagen aus Ihrer persönlichen Sicht!

(Angaben in %)



SACHSEN-ANHALT

Ministerium für
Infrastruktur und Digitales

#moderndenken



dwif

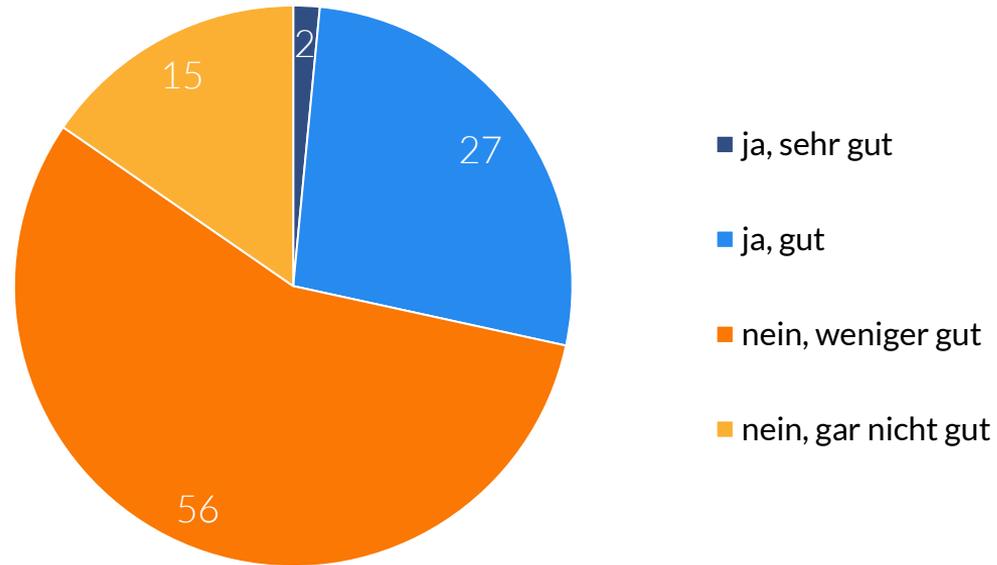
WEGWEISEND IM TOURISMUS

Informationen über die Bedeutung des Tourismus

71 % fühlen sich weniger gut über die Bedeutung des Tourismus informiert

Fühlen Sie sich über die Bedeutung des Tourismus für den Saalekreis gut informiert?

(Angaben in %)



Quelle: dwif 2022, Datenbasis: Online-Befragung der Bevölkerung im Saalekreis, n = 761

84 % der Befragten wünschen sich (mehr) Informationen über den Tourismus und seine Bedeutung für den Saalekreis. Diese Kanäle werden bevorzugt:

(Befragte, die sich mehr Informationen wünschen, Mehrfachnennung möglich, Angaben in %)



Leistungsträgerbefragung

Methodik

- Online-Befragung der touristischen Leistungsträger im Saalekreis
- Gesamtstichprobe: $n = 93$
- Befragungszeitraum: Februar 2022
- Fragebogenentwurf: dwif-Consulting GmbH in enger Abstimmung mit dem Saalekreis
- Durchführung der Befragung: dwif-Consulting GmbH

Einordnung des Betriebes

Erläuterung zur Segmentierung

34 Beherbergungsbetriebe (37 %)

- davon: 17 Privatzimmer/private Ferienwohnungen
5 Ferienhäuser/-wohnungen
5 Gästehäuser/Gasthöfe/Pensionen
3 Hotels/Hotels garni
3 Sonstige Beherbergungsbetriebe
1 Campingplatz

22 Sehenswürdigkeit/Attraktion/Freizeit- /Kultureinrichtung (24 %)

- davon: 7 Freizeit-/Erlebniseinrichtungen
6 Museen/Ausstellungen
6 Sonstige Freizeiteinrichtungen
3 Burgen/Schlösser/Klöster

STICHPROBENBAUM



6 Gastronomiebetriebe (7 %)

6 Verwaltung (7 %)

5 Politik (5 %)

4 regionale Tourismusorganisation (4 %)

2 Eventveranstalter/Eventbranche (2 %)

2 Tourist-Information (2 %)

2 lokale Tourismusorganisation (2 %)

10 Sonstige Betriebe (11 %)

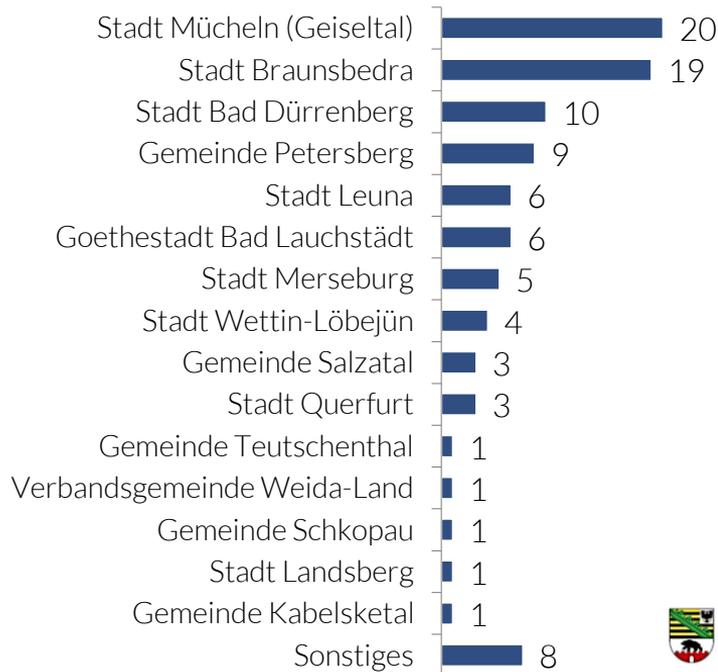
(z.B. Bootsvermietung, Heißluftballonfahrten,
Hofladen etc.)



Regionale Verteilung

Bitte geben Sie den Standort Ihrer Einrichtung bzw. den Zuständigkeitsbereich Ihrer Organisation an.

(Angaben in %)



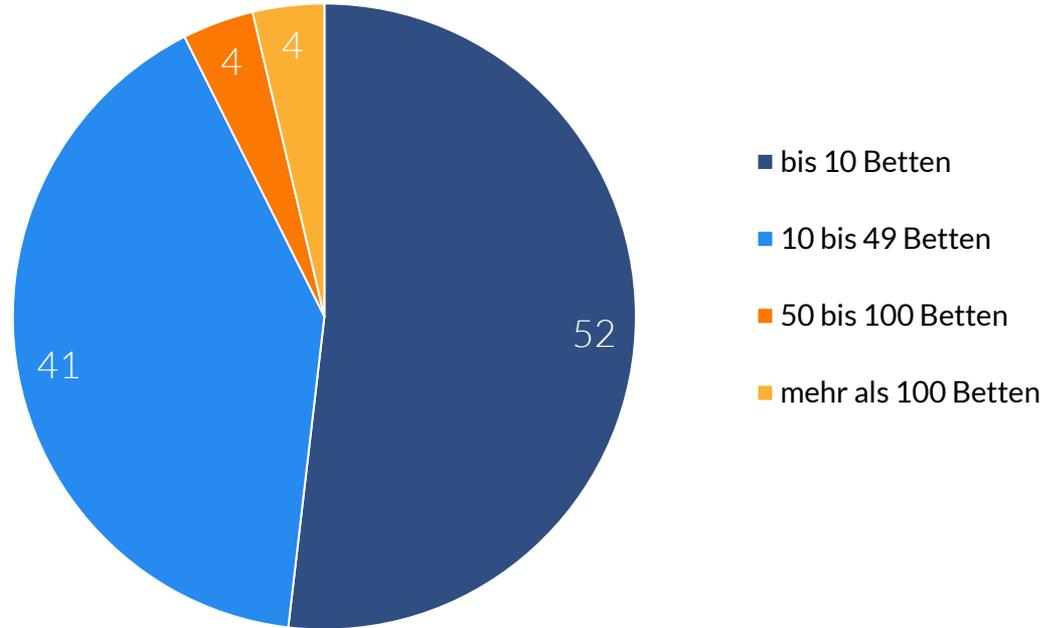
Quelle: dwif 2022, Datenbasis: Online-Befragung der Leistungsträger im Saalekreis, n = 93

Bettenanzahl der Beherbergungsbetriebe

Über welche Kapazitäten verfügt Ihr Betrieb?

(nur Beherbergungsbetriebe, außer Camping, Angaben in %)

Ø
= 18,7 Betten



SACHSEN-ANHALT

Ministerium für
Infrastruktur und Digitales

#moderndenken



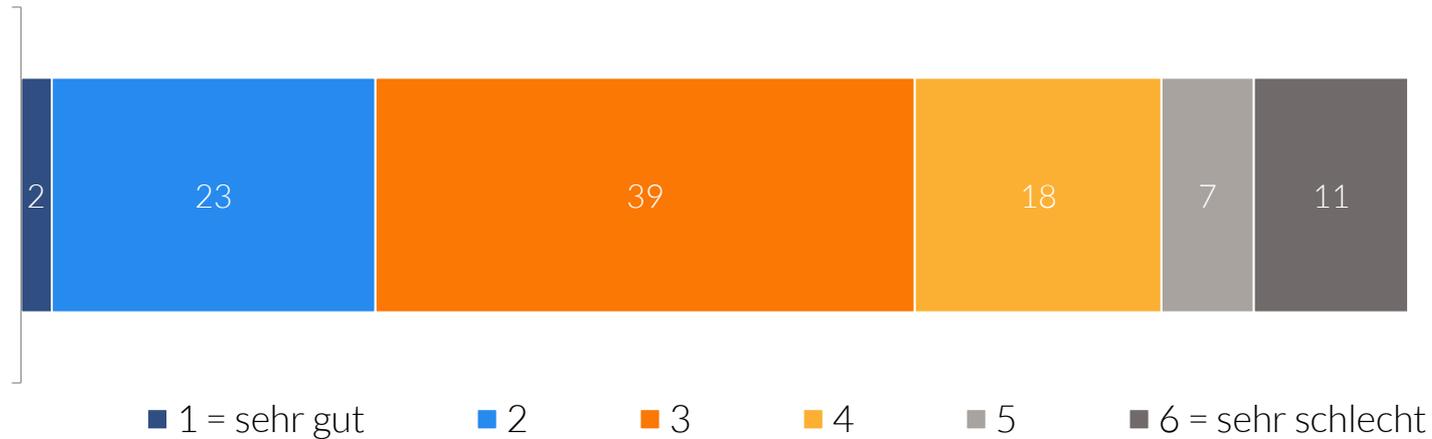
dwif
WEGWEISEND IM TOURISMUS

Stimmungslage im Betrieb und im Saalekreis

Derzeitige Geschäftslage wird nur mittelmäßig bewertet

Wie bewerten Sie Ihre derzeitige Geschäftslage?

(Angaben in %)



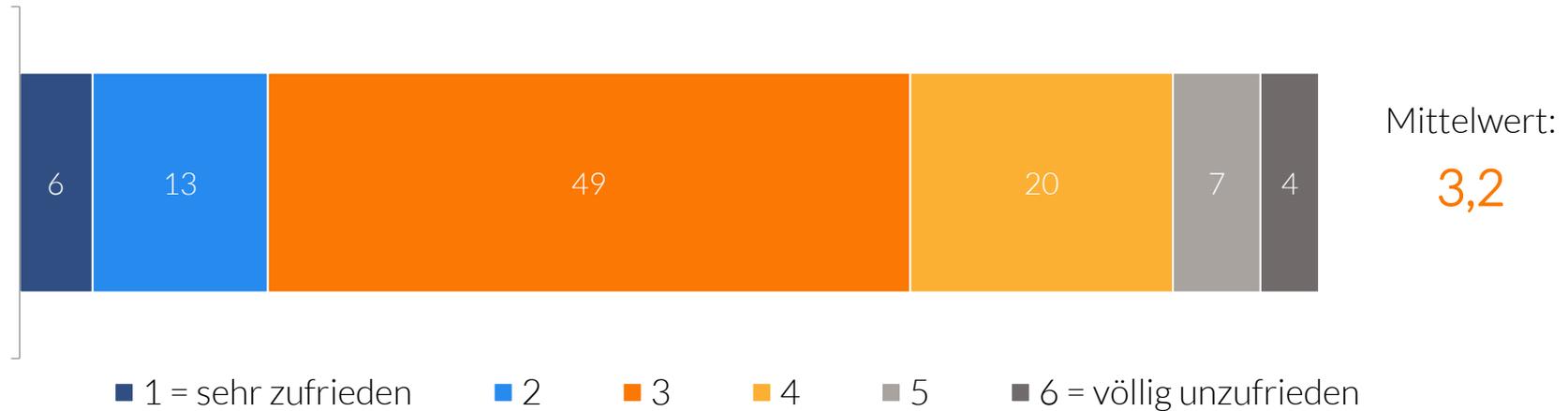
Mittelwert:

3,4

Auch die touristische Entwicklung im Saalekreis war nur befriedigend

Wie zufrieden waren Sie mit der touristischen Entwicklung des Saalekreises in den letzten fünf Jahren vor Corona (von 2014 bis 2019)?

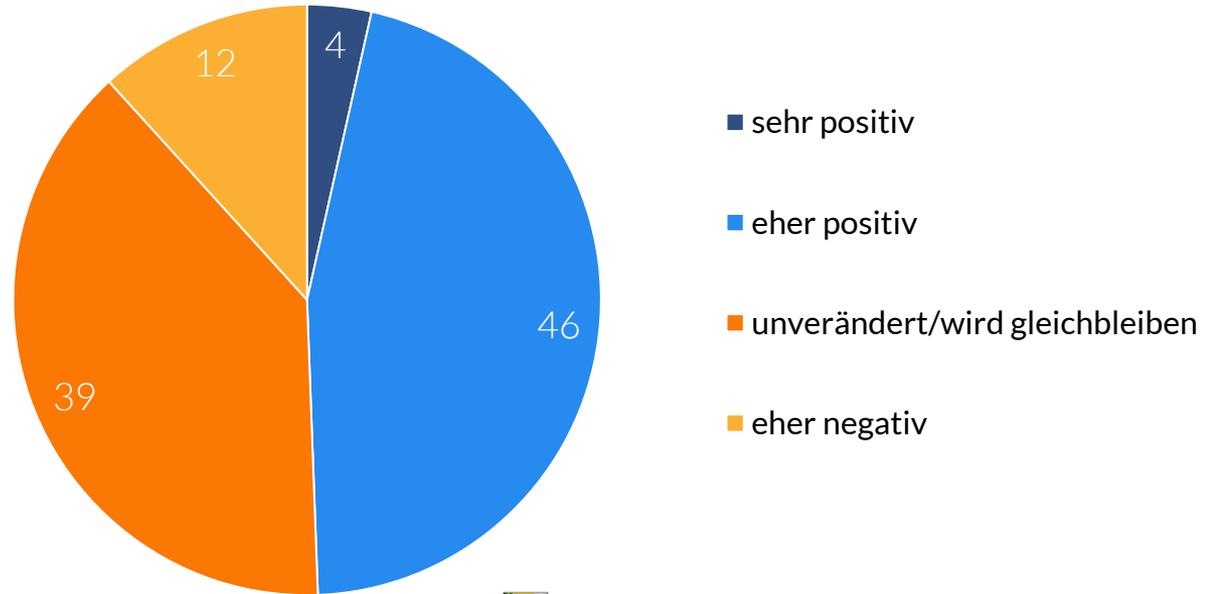
(Angaben in %)



ABER: Blick in die Zukunft deutlich optimistischer...

Wie schätzen Sie die zukünftige touristische Entwicklung des Saalekreises in den kommenden fünf Jahren (2022 bis 2026) ein?

(Angaben in %)

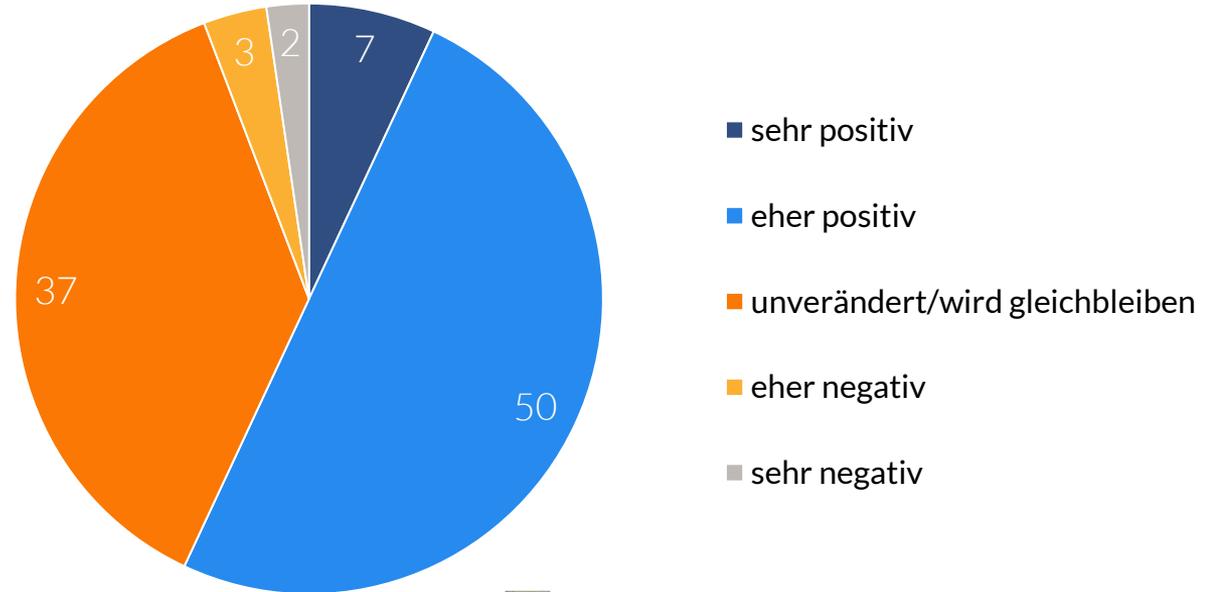


Quelle: dwif 2022, Datenbasis: Online-Befragung der Leistungsträger im Saalekreis, n = 85

... sowohl für den Saalekreis als auch für die Betriebe

Wie schätzen Sie die zukünftige Entwicklung Ihres Betriebes in den kommenden fünf Jahren (2022 bis 2026) ein?

(Angaben in %)



SACHSEN-ANHALT

Ministerium für
Infrastruktur und Digitales

#moderndenken



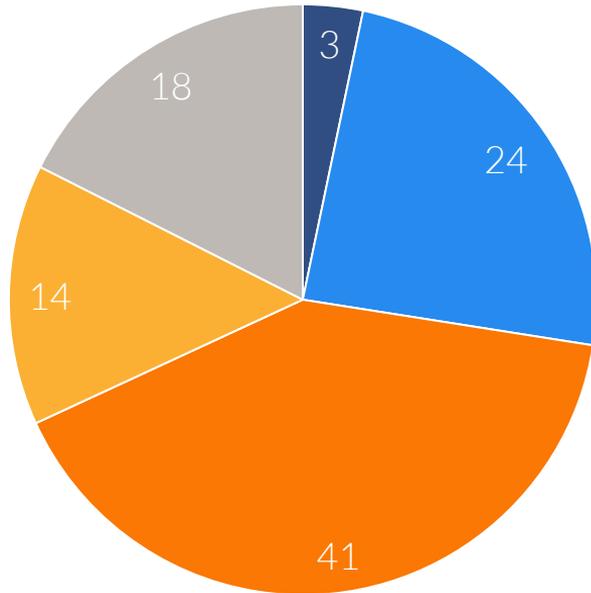
dwif

WEGWEISEND IM TOURISMUS

Drei Viertel der Betriebe sind für die Zukunft gesichert

Gibt es bei Ihnen bereits konkrete Planungen zur Zukunft Ihres Betriebs?

(Angaben in %)



- Der Betrieb wird in den nächsten 5 Jahren aufgegeben bzw. verkauft.
- Die Zukunftsfrage des Betriebs wird in den nächsten 5 Jahren relevant, wurde aber noch nicht aufgegriffen.
- Die Fortführung des Betriebs ist für die nächsten 5 Jahre gesichert.
- Die Fortführung des Betriebs ist für die nächsten 10 Jahre gesichert.
- Die Fortführung des Betriebs ist für länger als 10 Jahre gesichert.



SACHSEN-ANHALT

Ministerium für
Infrastruktur und Digitales

#moderndenken



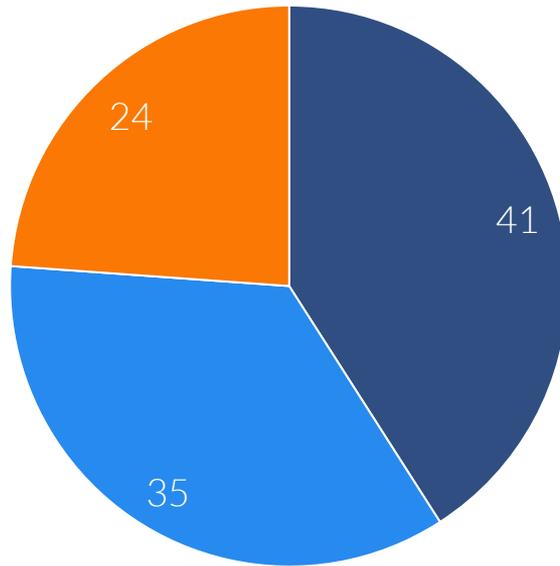
dwif

WEGWEISEND IM TOURISMUS

76 % schreiben dem Tourismus eine mittlere bis große Bedeutung zu

Welche Bedeutung hat Ihrer Meinung nach der Tourismus für den Saalekreis?

(Angaben in %)



- Große Bedeutung – der Tourismus ist ein zentrales wirtschaftliches Standbein
- Mittlere Bedeutung – der Tourismus hat keine herausgehobene Bedeutung, ist zu sehen wie viele andere Themen/ Wirtschaftsbereiche
- Geringe Bedeutung – andere Branchen und Themen sind weitaus bedeutender

Quelle: dwif 2022, Datenbasis: Online-Befragung der Leistungsträger im Saalekreis, n = 88

Rolle des Tourismus für Lebens- und Aufenthaltsqualität

Tourismus insbesondere für das Ansehen des Saalekreises wichtig

Wie nehmen Sie in Ihrer Rolle als Unternehmensleitung die folgenden POSITIVEN Aussagen rund um den Tourismus im Saalekreis wahr?

(Angaben in %)



SACHSEN-ANHALT

Ministerium für
Infrastruktur und Digitales

#moderndenken



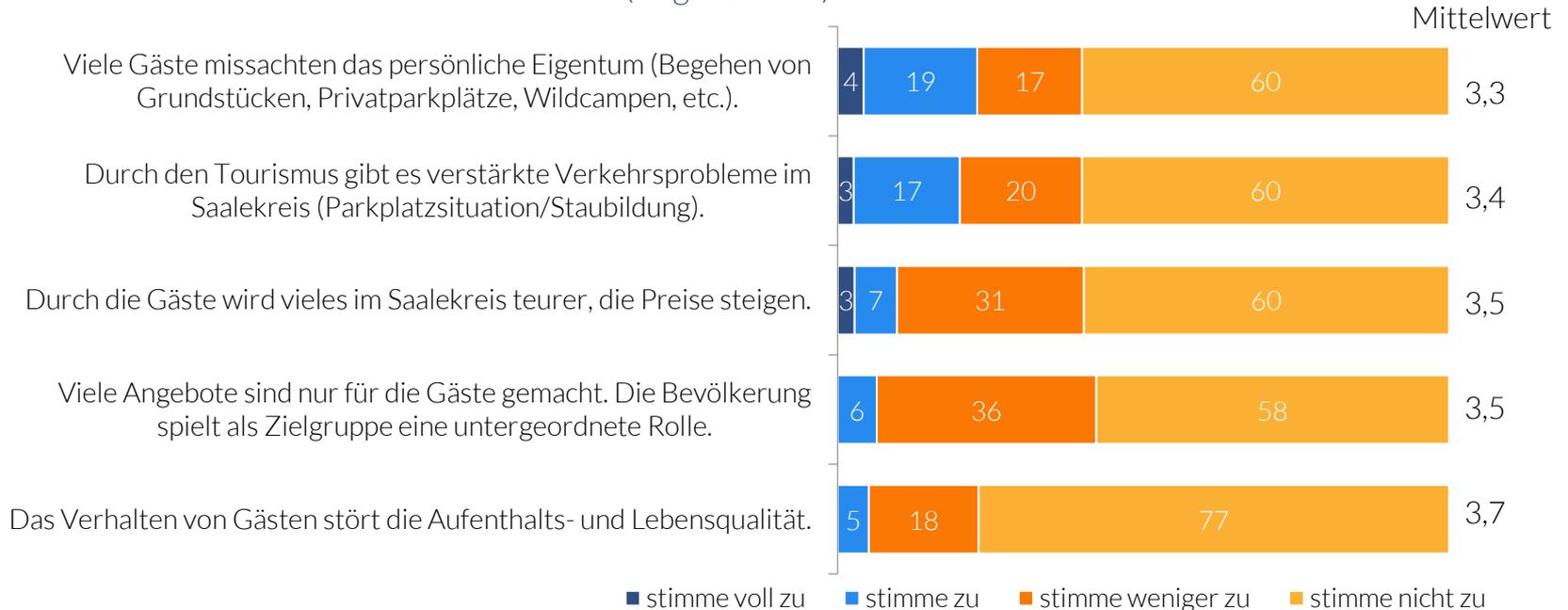
dwif

WEGWEISEND IM TOURISMUS

Kaum Zustimmung zu den kritischen Aussagen

Wie nehmen Sie in Ihrer Rolle als Unternehmensleitung die folgenden KRITISCHEN Aussagen rund um den Tourismus im Saalekreis wahr?

(Angaben in %)



SACHSEN-ANHALT

Ministerium für
Infrastruktur und Digitales

#moderndenken



dwif

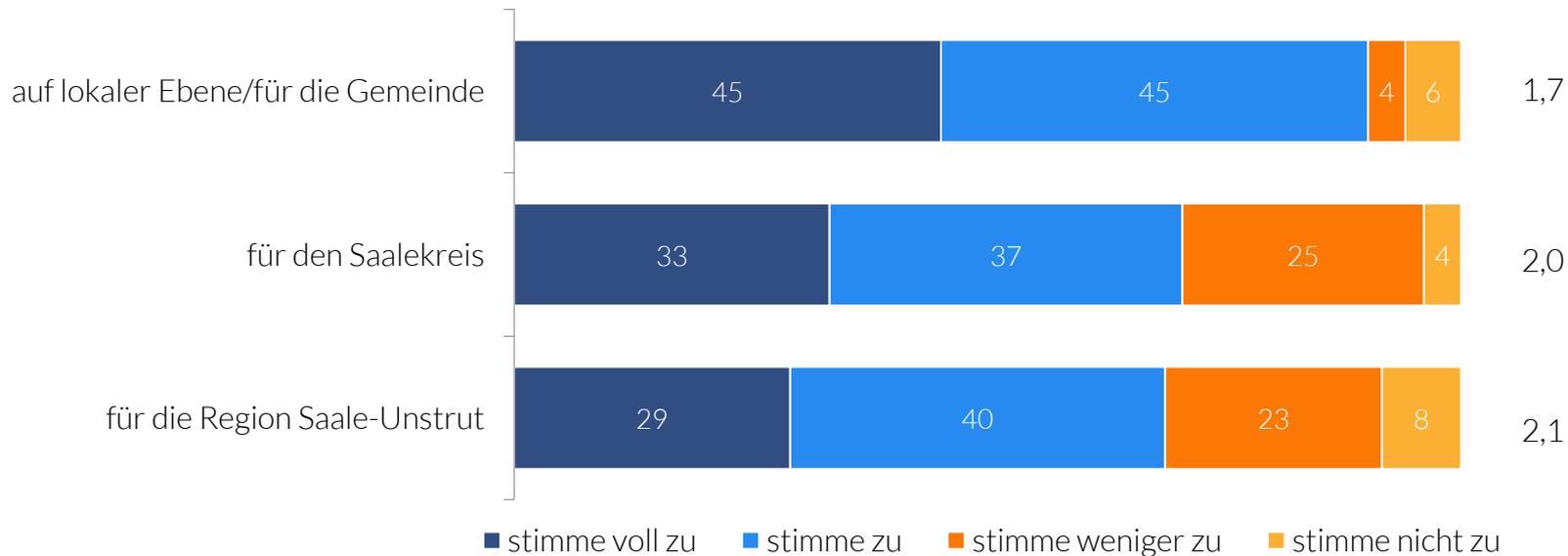
WEGWEISEND IM TOURISMUS

Hoher Beitrag zur Identifikation auf lokaler Ebene

Haben Sie das Gefühl, dass Ihr eigener Betrieb zur Identifikation mit der Region/zum Lebensgefühl beiträgt?

(nur Gastronomie, Beherbergung und Freizeiteinrichtungen, Angaben in %)

Mittelwert

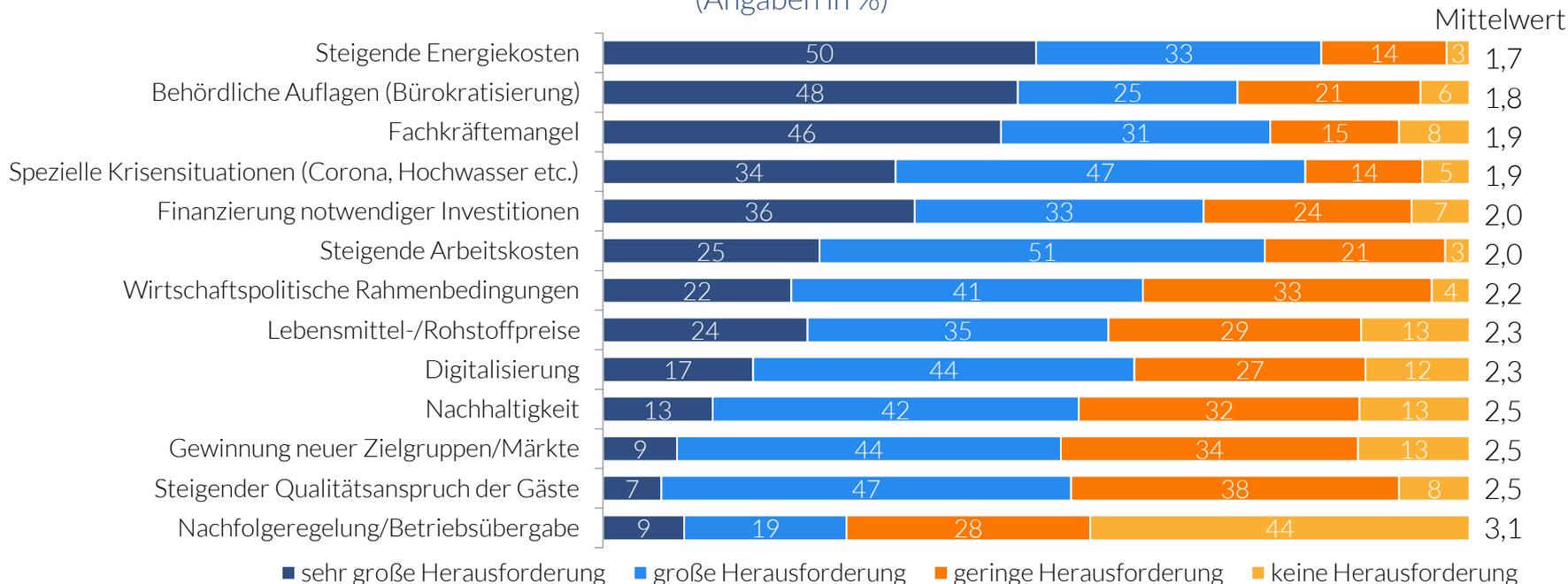


Quelle: dwif 2022, Datenbasis: Online-Befragung der Leistungsträger im Saalekreis, n = 51

Unterstützungsbedarf

Inwieweit stellen die folgenden Aspekte/Themen im Hinblick auf Ihren Betrieb in den kommenden Jahren eine Herausforderung dar?

(Angaben in %)



SACHSEN-ANHALT

Ministerium für
Infrastruktur und Digitales

#moderndenken

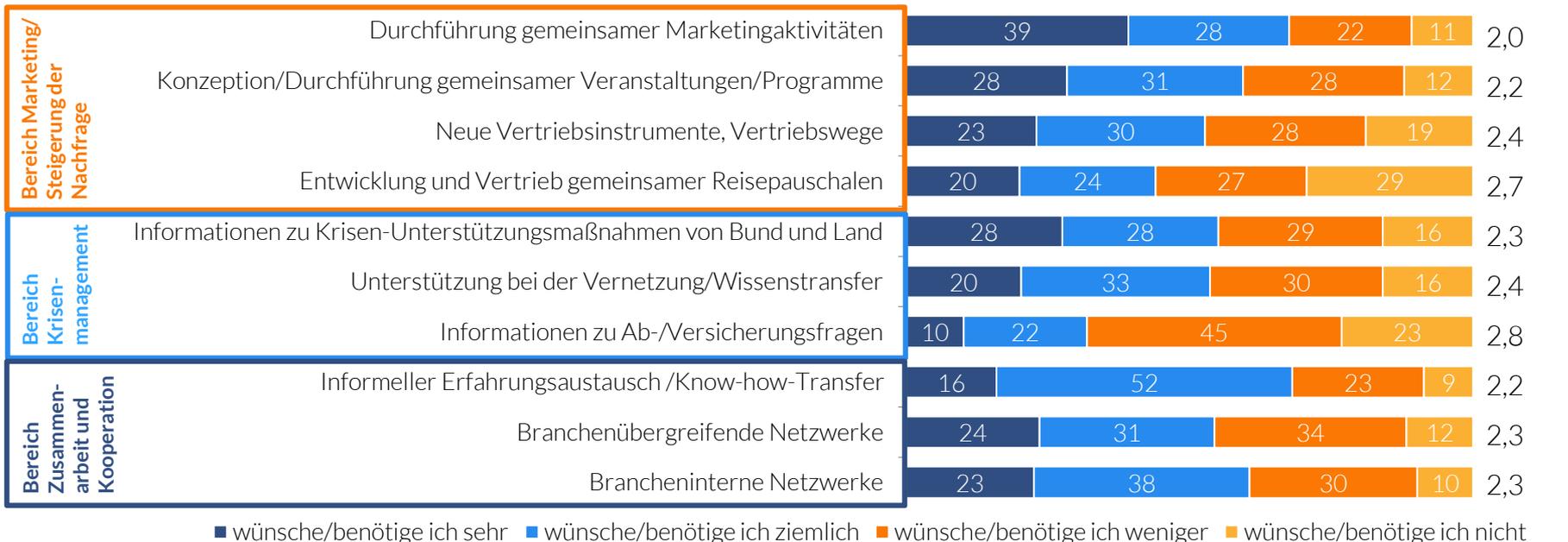


dwif

WEGWEISEND IM TOURISMUS

Gemeinsame Marketingaktivitäten werden besonders gewünscht

Inwieweit wünschen Sie sich bzw. benötigen Sie bei den folgenden Aspekten/Themen Unterstützung/Expertise (durch den Landkreis, Saale-Unstrut-Tourismus e.V., weitere Partner)? Teil 1
(Angaben in %) Mittelwert

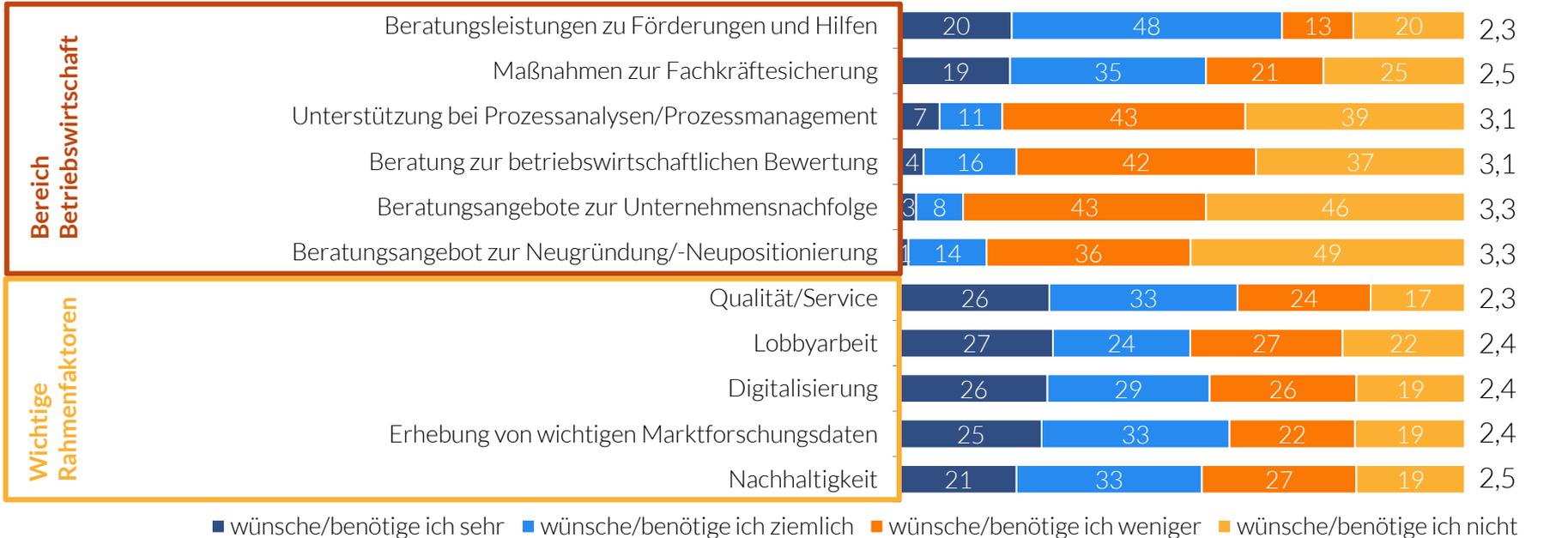


Quelle: dwif 2022, Datenbasis: Online-Befragung der Leistungsträger im Saalekreis, n = 75



Betriebswirtschaftliche Unterstützung wird weniger stark benötigt

Inwieweit wünschen Sie sich bzw. benötigen Sie bei den folgenden Aspekten/Themen Unterstützung/Expertise (durch den Landkreis, Saale-Unstrut-Tourismus e.V., weitere Partner)? Teil 2
(Angaben in %) Mittelwert



SACHSEN-ANHALT

Ministerium für
Infrastruktur und Digitales

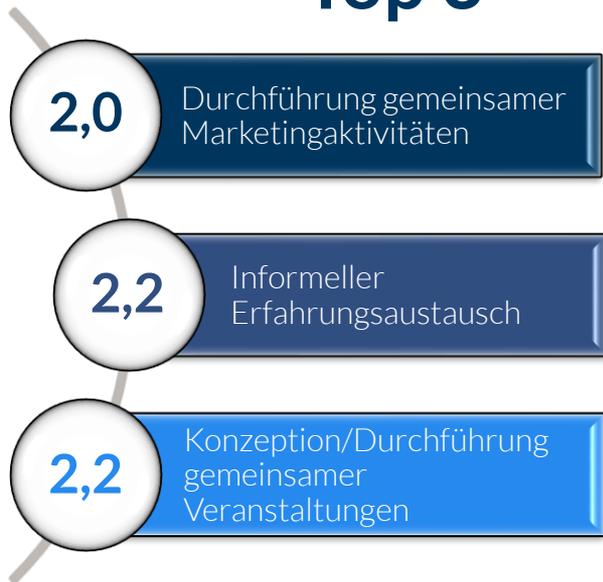
#moderndenken



dwif
WEGWEISEND IM TOURISMUS

Inwieweit wünschen Sie sich bzw. benötigen Sie bei den folgenden Aspekten/Themen Unterstützung/Expertise?

Top 3



Flop 3



Auszüge aus den offenen Nennungen

Gibt es sonst noch etwas, dass Sie uns in Bezug auf den Tourismus im Saalekreis mit auf den Weg geben wollen?

„Dass sich der Saalekreis deutschlandweit positiv als lohnenswertes Reiseziel darstellt und viele Besucher den Saalekreis kennen und schätzen lernen.“

„Die regionale Politik nimmt unseres Erachtens das Potential des Saalekreises nicht wahr (siehe Verwendung der Kohleausstieg-Fördermillionen). Der Tourismus-Verband Saale-Unstrut konzentriert sich leider sehr auf Wein und Romantik und nimmt dabei den überwiegenden Teil des Landkreises nicht wirklich mit...“

„Für uns erscheinen die Fachkräftesituation für Service und Gastronomie besonders angespannt. Hier müssen attraktive Angebote geschaffen werden.“

„Guter Ansatz, jetzt bitte Taten sprechen lassen! Runde lokale Tische bilden, mit Verantwortlichen aus Wirtschaft und Politik, insbesondere im Bereich Sponsoring, Zusammenarbeit fördern und kurze Dienstwege forcieren.“

„Der Tourismus im Saalekreis ist auf einem guten Weg. Leider sind es die Straßen und Wege im Saalekreis nicht. Vor allem die ländlichen Regionen leiden am schlechten Zustand der Straßen und des öffentlichen Verkehrs...“

Ihre Ansprechpartnerinnen



ELENA
SCHMIDT

Consultant

e.schmidt@dwif.de

+49(0)30 / 757 94 9-28



MARTINA
KIRCHHOFF-
FEIL

Senior Consultant

m.kirchhoff@dwif.de

+49(0)30 / 757 94 9-29



LEONIE
SCHERER

Junior Consultant

l.scherer@dwif.de

+49(0)89 / 237 028 9-26

dwif

WEGWEISEND IM TOURISMUS

Büro Berlin

Marienstraße 19-20
10117 Berlin

Büro München

Sonnenstraße 27
80331 München

www.dwif.de

URHEBERSCHUTZ

Alle Rechte vorbehalten. © 2022 dwif
Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes und des Vertrags zwischen auftraggebender und auftragnehmender Institution/Organisation ist ohne Zustimmung des dwif unzulässig und strafbar.