



Die aktuelle Situation des Tourismus im Landkreis Stendal

Dipl.-Betriebswirtin (FH)
Mandy Hodum
Geschäftsführerin

29. Sitzung des Ausschusses für Wirtschaftsförderung,
Landwirtschaft und Tourismus, Schönhausen,
21.04.2009



Der Tourismusverband

- 1990 gegründet
- Geschäftsstelle in Tangermünde / 3 Mitarbeiter
- 71 Mitglieder
- Finanzierung:
 - über Mitgliedsbeiträge
 - über Projektzuschüsse des Landes / EU
- Schaffung der touristischen Rahmenbedingungen in der Altmark



Die Tourismusprojekte/-produkte

- Altmärker Kulinarium / Reg. Spezialitäten / Altmarktüte
- Altmärkische Wandernester
- Strasse der Romanik
- Gartenlandschaft Altmark (Private Gärten öffnen)
- Wassertourismus – Blaues Band
- Hansestädte
- Familientourismus
- Schlösser und Herrenhäuser



Die Strategie

- Kompetenzen und Alleinstellungsmerkmale der Altmark stärker herausarbeiten und kontextualisieren
- Herausbildung einer zielgruppenorientierten Profilierung des touristischen Leistungsangebotes
- Kernthemen thematisieren, weiterentwickeln und ausbauen
- Integration der altmärkischen Markensäulen in die Landesstrategie



Die Strategie

- Schaffung neuer qualitätsgerechter Angebote
- Bewährte regionale Projekte miteinander vernetzen
- Benchmarking
- Stärkung und Ausrichtung des Innenmarketings
- Schaffung von Qualitätsrichtlinien für tour. Angebote
- Neuorientierung zu einer altmarkspezifischen Qualitätsoffensive



Die Markensäulen

- Die **AKTIV**mark
- Die **KULTUR**mark
- Die **GENUSS**mark



„ALTMARK – **AKTIV**mark“



- Altmärkische Wandernester
- Radlerland Altmark
- Reiten in der Altmark
- Blaues Band / Wassertourismus
- Altmärker Ferienzauber



„ALTMARK – **KULTUR**mark“



- Hanseerlebnis Altmark
- Gartenlandschaft Altmark
- Kunst und Kultur
- Museumslandschaft
- Schlösser und Herrenhäuser
- Straße der Romanik / Historische Persönlichkeiten / Ferienrouten
- Veranstaltungen



„ALTMARK – **GENUSS**mark“



- Altmärker Kulinarium
- Regionale Spezialitäten
- Gesundheit und Wellness
- Bier- und Hopfenpfad
- Naturerleben



Der Tourismus in der Altmark



- **solide Basis:**
 - rund 100 Hotels und Pensionen sowie ein großes Potential von Privatvermietern mit insgesamt rund 5 000 Gästebetten
 - rund 1 500 km Radwege
 - 700 km Wanderwege
 - ein Netz von 1.600 km Reitwegen, an das 40 Reiterhöfe angeschlossen sind
 - 500 Gastronomiebetriebe
 - Museen- und Kirchenlandschaft, Kulturorte, Naturlehrpfade
 - gut restaurierte Schlösser und Herrenhäuser
 - Wassertourismus
 - Direktvermarkter

Touristische Bilanz 2008

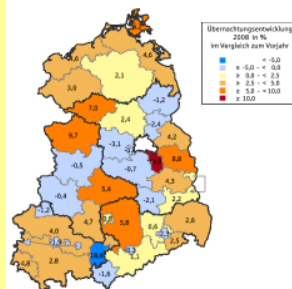


Übernachtungen 2008

- 512.810 (in Betrieben über 9 Betten + Camping)
 - 100.000 (ca. 20% in Betrieben unter 9 Betten)
 - Steigerung geg. Vorjahreszeitraum um 9,7 % (Hotellerie: +10,4%)
- (Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt)


Im Vergleich Sachsen-Anhalt :	2,1%
Elbe-Börde-Heide:	- 0,5%
Anhalt-Wittenberg:	5,4%
Saale-Unstrut:	4,7%
Harz:	- 0,4%

Touristische Bilanz 2008



Quelle: dwif 2009, Daten Statistisches Bundesamt

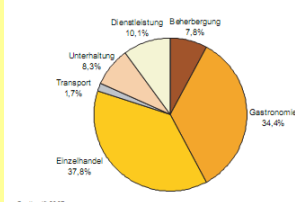
Touristische Bilanz 2008



Pro Übernachtung 86 € in Gewerblichen Betrieben = 44 Mio. € Umsatz

Pro Übernachtung 46 € in nicht-gewerblichen Betrieben = 6,5 Mio. € Umsatz

insgesamt ca. 50 Mio. € Bruttoumsatz



Quelle: IIT 2007

Touristische Bilanz 2008



Landkreis Stendal:
 50 Beherbergungsbetriebe mit 1.680 Betten
 durchschnittliche Auslastung Jan.-Dez. 2008: 31,4 %
 210.345 Übernachtungen (in Betrieben über 9 Betten + Camping) , + 6,9 % zu 2007
 durchschnittliche Aufenthaltsdauer 2008: 1,9 Tage

Altmarkkreis Salzwedel:
 52 Beherbergungsbetriebe mit 2.247 Betten
 durchschnittliche Auslastung Jan.-Dez. 2008: 33,4 %
 302.465 Übernachtungen (in Betrieben über 9 Betten + Camping), + 11,7 % zu 2007
 durchschnittliche Aufenthaltsdauer 2008: 3,8 Tage

Stand: Dezember 2008, Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt

Touristische Bilanz 2008



Ausgewählte Städte im Landkreis Stendal:

1. **Havelberg:**
 25.018 Übernachtungen (in Betrieben über 9 Betten + Camping) , + 11,8 % zu 2007
 durchschnittliche Aufenthaltsdauer 2008: 2,0 Tage
2. **Stendal:**
 38.984 Übernachtungen (in Betrieben über 9 Betten + Camping) , + 17,1 % zu 2007
 durchschnittliche Aufenthaltsdauer 2008: 1,9 Tage

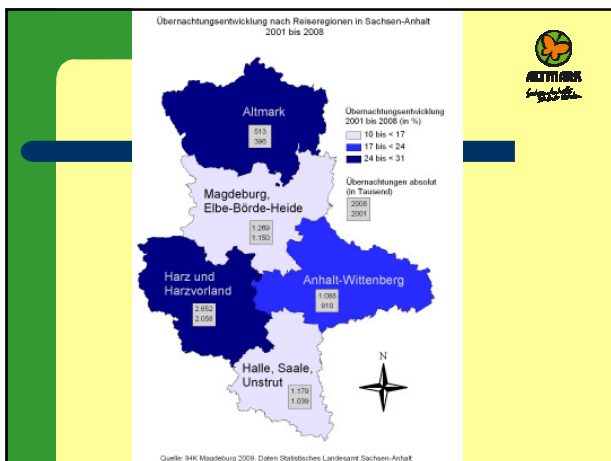
Stand: Dezember 2008, Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt

Touristische Bilanz



- Übernachtungsentwicklung in den Reiseregionen in Sachsen-Anhalt 2001-2008 (auf volle Tsd. gerundet)
- 2001: 396.000 Übernachtungen
- 2008: 513.000 Übernachtungen

Steigerung um ca. 30 % seit 2001



Projekte 2009



1. **Radlerland Altmark - AKTIVmark**
2. **Städte stärken - KULTURmark**
3. **Barrierefreie Altmark – AKTIVmark, KULTURmark, GENUSSmark**



1. „Radlerland Altmark“ - **AKTIV**mark

- Profilierung der Region Altmark als Radregion
- Altmark als „Destination für Radtouristen und Naturerlebnis“
- verbesserte regionale Wertschöpfung
- Umsetzung der regionalen Kooperationsbereitschaft
- Steigerung der Übernachtungszahlen / Verlängerung der Aufenthaltsdauer / Saisonverlängerung / Gewinnung von „Wiederholern“ / höhere Auslastung der Betriebe
- Erhöhung des Stammgästepotentials durch vielfältige Ideen- und Angebotslandschaft



1. „Radlerland Altmark“ - **AKTIV**mark

- gemeinsame Vermarktung und Marktauftritt nach innen und außen
- Schaffung authentischer Erlebniswerte
- vermehrte Kooperation zwischen den Anbietern durch Schnittstellen-Realisierung
- Qualifizierung der Anbieter zur Steigerung der Servicequalität
- Weiterentwicklung der gemeinsamen Tourismusidentität am Beispiel Altmarkrundkurs



1. „Radlerland Altmark“ - **AKTIV**mark

- Entwicklung von neuen thematischen Touren/Angeboten
- Nutzung der Schnittstellen zur weiteren touristischen Vermarktung
- Inszenierung von Erlebnissen / Events am Altmarkrundkurs
- Erstellung einer aktuellen Datenbank
- Marketingmaßnahmen
- Marktforschung
- Regionalkonferenz „Altmarkrundkurs: Die Altmark als Radlerregion“



2. „Städte stärken“ - **KULTUR**mark

- Profilierung als Destination für Städtetourismus
- Sicherung der Nachhaltigkeit des Hansethemas
- regionale Wertschöpfung
- Steigerung der Übernachtungszahlen / Verlängerung der Aufenthaltsdauer / Saisonverlängerung / Gewinnung von „Wiederholern“, Stammgästen / höhere Auslastung der Betriebe
- Erhöhung des Stammgästepotentials
- Weiterführung der erfolgreichen Hanse-Grundlagen




2. „Städte stärken“ - **KULTUR**mark

- gemeinsame Vermarktung und Marktauftritt nach innen und außen
- Schaffung authentischer Erlebniswerte durch Einbeziehung insbesondere des kulturellen touristischen Umfelds
- Qualifizierung der Anbieter zur Steigerung der Servicequalität und Entwicklung buchbarer Angebote/Bausteine
- Weiterentwicklung der gemeinsamen Tourismusidentität am Beispiel Städteplattform




2. „Städte stärken“ - **KULTUR**mark

- Erstellung eines Leitfadens
- Entwicklung von neuen thematischen Touren/Angeboten
- Konzipierung einer verbindenden „Hanse-Spar-Card Altmark“ zur Vernetzung kultureller Angebote und zur vermehrten Nachfrage
- Ausweitung des Hanse-Qualitätsmanagement-Systems
- Mögliche Marketingmaßnahmen
- Informationsveranstaltungen für Touristiker und Leistungsträger zur Qualitätssicherung und Schaffung der Nachhaltigkeit



3. „Barrierefreie Altmark“ – AKTIVmark, KULTURmark, GENUSSmark

- Profilierung der gesamten Region Altmark als mögliche Schwerpunkt-Region für barrierefreien Tourismus
- aktuelles Erfassen aller thematischen behindertengerechten „Bausteine“ der gesamten Region
- regionale Wertschöpfung durch zielgruppenorientierte „Bausteine“
- Steigerung der Übernachtungszahlen / Verlängerung der Aufenthaltsdauer / Saisonverlängerung / Gewinnung von „Wiederholern“
- Kooperation mit bereits tätigen Partnern des Behindertenverbandes
- Erhöhung des Stammgästepotentials durch spezialisierte Ideen- und Angebotslandschaft



3. „Barrierefreie Altmark“ – AKTIVmark, KULTURmark, GENUSSmark

- Weiterführung der Ansätze des Behindertenverbandes, in Zusammenarbeit mit Organisationen der Behinderten in der Region Altmark
- Konzipierung einer möglichen Vermarktung (Leitfaden)
- Qualifizierung der Anbieter zur Steigerung der Servicequalität und Entwicklung buchbarer Angebote/Bausteine
- Weiterentwicklung der gemeinsamen Tourismusidentität am Beispiel „Barrierefreier Tourismus“



3. „Barrierefreie Altmark“ – AKTIVmark, KULTURmark, GENUSSmark

- Erfassen von behindertengerechten / barrierefreien touristischen und kulturellen Sehenswürdigkeiten Angeboten/Bausteinen/Infrastruktur in Hotellerie und Gastronomie
- Entwicklung von geeigneten neuen thematischen Touren/Angeboten
- Entwicklung eines Leitfadens „Touristische Vermarktung der Altmark als barrierefreie Region“
- Marketingmaßnahmen
- Regelmäßige Koordinierungstreffen mit dem Behindertenverband und den Behindertenorganisationen zur Qualitätssicherung des Projektes



Ausblick ...


- Elberadeltag 3. Mai 2009
- Eröffnung Havelradweg 8. – 10. Mai 2009
 - länderübergreifender Radweg
 - Schnittstellen zum Altmarkrundkurs und zu anderen regionalen Radwegen



Ausblick ...

**Offene Gärten
in der Altmark**
Jeden dritten
Sonntag
Von Mai bis
September





Ausblick ...

- Grünes Band
 - 20 Jahre Mauerfall
- BUGA 2015
 - Vernetzung der regionalen und überregionalen Tourismusverbände
 - Entwicklung gemeinsamer, prospektiver touristischer Produkte
 - Sicherung der Nachhaltigkeit