

Landeshauptstadt Magdeburg - Der Oberbürgermeister -		Datum 22.04.2013
Dezernat III	Amt Team 5	Öffentlichkeitsstatus öffentlich

I N F O R M A T I O N

I0074/13

Beratung	Tag	Behandlung
Der Oberbürgermeister	30.04.2013	nicht öffentlich
Ausschuss für Regionalentwicklung, Wirtschaftsförderung und kommunale Beschäftigungspolitik	30.05.2013	öffentlich
Stadtrat	06.06.2013	öffentlich

Thema: Fortschreibung des Tourismuskonzeptes

Mit Beschluss Nr. 1105-41(V)11 hat der Stadtrat in seiner Sitzung am 17. November 2011 den Oberbürgermeister wie folgt beauftragt:

1. Der Oberbürgermeister wird gebeten, bezüglich der vorgesehenen Überarbeitung der Tourismuskonzeption (I0187/10 – Politische Schwerpunkte) einen Sachstandsbericht zur weiteren Diskussion vorzulegen.
2. Der Bericht soll die geplanten Schwerpunkte und Zielstellungen des Tourismuskonzeptes der Ottostadt Magdeburg sowie den Termin der Fertigstellung der Konzeption enthalten.
3. Darüber hinaus soll die Zusammenarbeit mit den regionalen ggf. auch überregionalen Partnern, evtl. auch mit Landeseinrichtungen, dargestellt werden.
4. Dieser Sachstandsbericht ist als Information bis spätestens zum IV. Quartal 2011 zur weiterführenden Diskussion in den Gremien vorzulegen.“

Dass eine Berichterstattung erst zum jetzigen Zeitpunkt erfolgt, ist verschiedenen Faktoren geschuldet, die im Folgenden dargelegt und begründet werden sollen.

Folgt man den Überlegungen, wie sie in der Begründung des zugrundeliegenden Antrages A0080/11 enthalten sind, ist es sinnvoll, zunächst einen Blick auf die Struktur des noch aus dem Jahr 2000 stammenden Tourismuskonzept zu werfen. Daran anschließend werden hier weitere, das ursprüngliche Konzept ergänzende, vertiefende und fortentwickelnde Strategiepapiere vorgestellt. Diese geben den Akteuren in Verwaltung und in der MMKT, die sich mit dem Tourismus befassen, eine verbindliche Orientierung für ihr Handeln. Zugleich wird im Folgenden deutlich, dass auch ohne eine formelle Fortschreibung des 2000 erstellten „Tourismus-Leitkonzeptes für die Landeshauptstadt Magdeburg“ seither eine fortwährende Anpassung der Inhalte an die sich wandelnden Rahmenbedingungen erfolgt ist:

➤ **„Tourismus-Leitkonzept für die Landeshauptstadt Magdeburg“ (2000)**

Dieses Konzept war vom Magdeburger Stadtrat in seiner Sitzung am 05. Oktober 2000 mit Beschluss-Nr. 800-20(III)00 als Grundlage und Leitlinie der zukünftigen Tourismusentwicklung beschlossen worden (s. Anlage 1).

Auftragnehmer der Stadt und Verfasser des Konzeptes war das DWIF (Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr e.V. an der Universität München). Das DWIF zählt im Bereich Tourismus zu den führenden deutschen Beratungsunternehmen und war bereits Anfang der 90`er Jahre in Magdeburg tätig.

Das Konzept ist so aufgebaut, dass nach einer Beschreibung und Analyse der damaligen Ausgangssituation Leitlinien für die Tourismusentwicklung formuliert werden. Empfohlen wurde, dass die Landeshauptstadt sich zukünftig mit zwei permanenten Kernthemen identifiziert, nämlich der „Straße der Romanik“ und dem „Blauen Band“. Beide Themen sollten eingebunden werden in das damalige Motto „Stadt mit Zugkraft“. Mit wechselnden Jahresthemen sollten darüber hinaus temporäre und thematische Schwerpunkte gesetzt werden.

Den Schwerpunkt des Konzeptes bilden detaillierte Maßnahmenvorschläge insbesondere zur Neuschaffung und Erweiterung der touristischen Infrastruktur. Sehr vieles von dem, was 2000 empfohlen wurde, konnte seither realisiert werden, wie an anderer Stelle noch kurz bilanziert wird.

➤ **„Städtebauliche Zielplanung zur Entwicklung touristischer Projekte“ (2007)**

Als Beitrag zur Aktualisierung des Tourismus-Leitkonzeptes wurde 2006 / 2007 in Zusammenarbeit von Dez. III und Amt 61 eine „Städtebauliche Zielplanung zur Entwicklung touristischer Projekte“ erarbeitet, die in Form einer Übersichtskarte des Innenstadtbereichs eine umfassende Darstellung touristisch-städtebaulicher Zusammenhänge in der Landeshauptstadt gibt (s. Anlage 2).

Mit ihren verdichteten touristisch-städtebaulichen Informationen leistete und leistet die vorliegende Übersicht nach wie vor eine wertvolle Argumentationshilfe bei Förderanträgen. Anschaulich kann die von Fördermittelgebern zumeist geforderte Vernetzung neu beantragter Vorhaben mit vorhandenen touristisch-städtebaulichen Strukturen anhand der Karte verdeutlicht werden.

Die Übersichtskarte enthält eine Vielzahl von Informationen. Zu nennen sind insbesondere jene herausragenden Objekte und Gebiete in der Landeshauptstadt, die zugleich auch Bestandteil der touristischen Markensäulen des Landes Sachsen-Anhalt sind, also

- für die „Straße der Romanik“ der Dom, das Kloster Unser Lieben Frauen, die St. Sebastianskirche sowie die Petrikerche
- für die „Gartenträume - Historische Parks in Sachsen-Anhalt“ der Herrenkrugpark / Elbauenpark, der Stadtpark Rotehorn sowie der Klosterberggarten
- für das „Blaue Band“ u.a. der Petriförder, die Marina im Winterhafen sowie der Sportboothafen des Wassersportvereins Buckau-Fermersleben.

Dargestellt sind in dem Plan die zahlreichen Straßen und Wege, die touristische Einzelobjekte und Schwerpunktbereiche miteinander verbinden. Berücksichtigung finden auch die Bereiche des touristischen Orientierungs- und Leitsystems für Fußgänger in der Magdeburger Innenstadt. Selbst jene baugeschichtlich bemerkenswerten Stadtbereiche, die für spezielle touristische Zielgruppen interessant sind, z.B. die Siedlungen der 20er Jahre

wie Siedlung Cracau, Angersiedlung, Hermann-Beims-Siedlung und Siedlung Farmersleben sind dargestellt. Der „Grüne Ring“ sei schließlich stellvertretend für jene Grünbereiche genannt, die sowohl für Freizeit und Naherholung als auch für den Tourismus von Bedeutung sind.

➤ **„Strategische Marketingplanung 2013 – 2016“ der MMKT (Februar 2013)**

Die MMKT orientiert sich in ihrer Arbeit schon seit vielen Jahren an einer langfristig ausgelegten Strategischen Marketingplanung. Im Februar 2013 wurde die „Strategische Marketingplanung 2013 - 2016“ der Öffentlichkeit vorgestellt (s. Anlage 3). Wie ihre Vorläufer, die „Strategische Marketingplanung 2009 – 2012“ und die „Strategische Marketingplanung 2005 - 2008“, dient diese Planung einerseits zur Kommunikation von Themen und Strategien nach innen, insbesondere für die Mitarbeiter der MMKT, gleichzeitig aber auch nach außen als Basisinformation für die touristischen Leistungsträger und politischen Entscheider.

Mit der Strategischen Marketingplanung analysiert und bewertet die MMKT die touristische Entwicklung Magdeburgs. Ausgehend von dieser Situationsanalyse unter Berücksichtigung gesellschaftlicher Trends und Rahmenbedingungen werden Strategien und Maßnahmen zur Erreichung der definierten Ziele definiert.

Abgeleitet aus der Angebotsstruktur der Landeshauptstadt, stehen die Kernthemen Kulturtourismus und Tagungen und Kongresse im Mittelpunkt. Die weitere thematische Auffächerung ist in dem beigefügten Papier ausführlich dargestellt und soll deshalb hier nicht wiederholt werden. Hingewiesen sei aber darauf, dass im Vorfeld des Reformationsjubiläums 2017 das Thema Luther einen besonderen Schwerpunkt bildet. Auch das Wasserstraßenkreuz rückt in der aktuellen Planung noch stärker als bisher in das Blickfeld der touristischen Marketingstrategie.

➤ **„Tourismuskonzept Wasserstraßenkreuz“ (März 2013)**

Mit Blick auf die geplante Wiederinbetriebnahme des Schiffshebewerks Magdeburg-Rothensee wurde in Umsetzung eines Stadtratsbeschlusses ein Gesamtkonzept für die touristische Vermarktung der alten und neuen Bauwerke des Wasserstraßenkreuzes erstellt. Das umfangreiche, 143 Seiten umfassende Konzept liegt als I0069/13 im Ratsinformationssystem vor und auf seine Hinzufügung als Anlage wurde deshalb hier verzichtet.

Das Gesamtensemble Wasserstraßenkreuz stellt bereits jetzt für Magdeburg und sein Umland einen wichtigen touristischen Schwerpunkt dar. Das im Dialog mit den regionalen Akteuren erstellte Tourismuskonzept Wasserstraßenkreuz definiert Schlüsselprojekte und Maßnahmen, deren Umsetzung diesen Bereich weiter touristisch aufwerten und zu einem attraktiven Gesamterlebnis entwickeln soll, z.B. Besucherinformationszentrum, Besucherinformations- und Leitsystem, Wasserwanderrastplatz, Erschließung der Besucherpotenziale Elberadweg, touristische Inszenierung Schiffshebewerk etc.

Mit dem touristischen Gesamtkonzept liegt nunmehr ein Leitfaden zur Entwicklung des Wasserstraßenkreuzes als Gesamterlebnis vor. Zur Einleitung und Begleitung der konkreten Umsetzung sind weitere Schritte erforderlich wie z.B. die weitere Detaillierung und Abstimmung der Schlüsselprojekte, vertiefende Gespräche zur Fördermittelbeantragung etc.

Im Zusammenhang mit der konzeptionellen touristischen Arbeit und Abstimmung der Prioritäten ist schließlich auf einen weiteren Umstand hinzuweisen. Das Dezernat für Wirtschaft, Tourismus und regionale Zusammenarbeit hat es sich seit einiger Zeit zur Aufgabe gemacht, die in seinem Aufgabenbereich als vordringlich definierten und im Verlaufe des Jahres zu realisierenden Projekte im dafür zuständigen Fachausschuss, dem Ausschuss für Regionalentwicklung,

Wirtschaftsförderung und kommunale Beschäftigungspolitik vorzustellen und darüber mit den Ausschussmitgliedern zu diskutieren. Dies schließt die touristischen Vorhaben mit ein. Hier besteht also für die politischen Akteure die unmittelbare Möglichkeit, bei Bedarf touristische Schwerpunkte und Projekte ggf. neu zu gewichten.

Wie zuvor dargestellt orientieren sich also die für den Tourismus verantwortlichen Akteure der Stadtverwaltung und der MMKT bei ihrer Arbeit an bewährten und aktuellen planerischen Konzepten, die eine Fortführung bzw. eine Ergänzung des aus dem Jahr 2000 stammenden Tourismus-Leitkonzeptes darstellen.

Tourismusförderung wird seitens des Wirtschaftsdezernates als Teil der kommunalen Wirtschaftsförderung gesehen, denn ein florierender Tourismus trägt erheblich zu den Steuereinnahmen der Stadt bei und ist ein wichtiger Wirtschaftsfaktor. Eine attraktive touristische Infrastruktur macht das Lebensumfeld lebenswert und hilft auch bei der Investorenakquisition, denn weiche Standortfaktoren spielen zunehmend eine wichtige Rolle bei der Standortentscheidung von Unternehmen.

Aus eben diesen Gründen wurde die Infrastruktur in den touristischen Schwerpunktbereichen Magdeburgs seitens der Stadt in den vergangenen Jahren grundlegend saniert bzw. neu geschaffen. Genannt seien beispielhaft das Klosterumfeld, der Petriförder, das Romanik-Infozentrum und das Touristische Informations- und Leitsystem für Fußgänger in der Innenstadt. Auch die Attraktivität des Elbufers für Touristen wurde und wird durch öffentliche und private Investitionen (z.B. Bastion Cleve, Fußgängerbrücke, Stadtplatz, Guericke-Zentrum, Gastronomiebetriebe) erheblich gesteigert.

Konzentration auf touristische Schwerpunkte

Touristische Schwerpunktthemen werden in Magdeburg auch weiterhin die landesweiten Markensäulen Straße der Romanik, Blaues Band (insbesondere Wasserstraßenkreuz mit Schiffshebewerk), Gartenträume sowie der Radtourismus sein.

Neben dieser Kontinuität und der Konzentration auf die genannten Kernthemen gilt es, weitere spezielle Inhalte zu befördern, die ebenfalls touristisches Potenzial aufweisen, z.B. Festungsanlagen, Lutherdekade / Reformationsjubiläum, Magdeburger Stadtrecht / Sachsenspiegel, Industrietourismus, Jakobus-Pilgerweg, um einige wichtige zu nennen.

Aus Gründen der Synergie ist eine inhaltliche Vernetzung der Themen anzustreben, soweit das möglich ist. Wegen der knappen zur Verfügung stehenden personellen und finanziellen Ressourcen und gleichfalls im Interesse eines klaren, unverwechselbaren touristischen Markenprofils der Stadt ist darauf zu achten, dass die Bandbreite der dargestellten Themenvielfalt nicht überdehnt wird. Die „Strategische Marketingplanung 2013 - 2016“ führt zu diesem Aspekt aus:

„Die Landeshauptstadt tut gut daran, ihre bisherige Strategie konsequent fortzusetzen und sollte nicht der Gefahr erliegen, immer wieder neue Themen am Markt platzieren zu wollen, so bedeutend diese Themen für sich genommen auch sein mögen. Das wäre nicht nur kommunikationspolitisch unklug, sondern verbietet sich angesichts zurückgehender Mittel für Stadt- und Tourismusmarketing im Grunde von selbst.“

Diese Aussage trifft nicht nur auf das touristische Marketing zu, sondern gilt gleichermaßen auch für die touristische Infrastruktur. Auch hier ist eine Konzentration der knappen finanziellen und personellen Ressourcen auf einige wenige zentrale Themen notwendig. Hierzu zählt bspw. in den nächsten Jahren der Ausbau der touristischen Infrastruktur am Wasserstraßenkreuz.

Die Schwerpunkte bei den touristischen Themen, Aufgaben und Projekten der nächsten Jahre sind somit aus Sicht der Verwaltung derzeit hinreichend gesetzt.

Sicherlich wäre eine zeitnahe Aktualisierung des im Jahr 2000 erstellten Tourismus-Leitkonzeptes wünschenswert. Zu bedenken ist, dass ein aussagekräftiges und in der Praxis handhabbares Tourismuskonzept eines aufwendigen, arbeitsintensiven Prozesses der Erstellung und Abstimmung bedarf.

Einen Ausblick zum erforderlichen Aufwand gibt bereits der Antrag A0080/11. Hier wird ausgeführt, dass vor der eigentlichen Konzepterstellung auf Grundlage des Sachstandsberichts zunächst ein breiter Diskurs geführt werden soll:

„Auf dieser Basis sollte dann ein breiter Diskurs erfolgen – unter Einbeziehung der Meinungen und Ideen der Branche(n) (regionale und ggf. überregionale) die davon ggf. tangiert werden: Gewerbetreibende aus Hotellerie, Gaststättenwesen und Handel, Stadtführer... Um zukunftsfähig zu sein, soll auch eine mögliche Vernetzung / Zusammenarbeit mit entsprechenden Landeskonzepten diskutiert werden. Die Bürgerbeteiligung soll sichergestellt werden. Die erarbeiteten und als konsensfähig ermittelten Rahmenkriterien und Schwerpunkte sollen dann für die zu erarbeitende Tourismuskonzeption der Ottostadt als Basis dienen.“

Für einen solchermaßen intensiven Beteiligungsprozess fehlen derzeit sowohl die personellen als auch – bei externer Konzepterstellung und Moderation - die finanziellen Ressourcen.

Die Verwaltung empfiehlt deshalb, die Fortschreibung des Tourismuskonzeptes zunächst zurückzustellen und dieses Vorhaben frühestens ab 2014 ff. durchzuführen. Folgende Gründe sprechen ebenfalls für ein solches Vorgehen:

- wie ausführlich dargestellt liegen derzeit ausreichend qualifizierte touristische Rahmenplanungen vor, die den für touristische Belange Verantwortlichen in Verwaltung und MMKT ausreichend Orientierung für ein zielgerichtetes Handeln geben
- die begrenzten Ressourcen erfordern eine Konzentration auf touristische Schwerpunkte; das Wasserstraßenkreuz mit Schiffshebewerk ist ein solcher Schwerpunkt, bei dem kurz- und mittelfristig auf Grundlage eines aktuell vorliegenden touristischen Gesamtkonzeptes wichtige Infrastrukturmaßnahmen umzusetzen sind
- auf Ebene des Landes Sachsen-Anhalt wird gegenwärtig der „Masterplan Tourismus 2020“ erarbeitet; es macht Sinn, dessen Ergebnisse und Erkenntnisse zu den künftigen thematischen Schwerpunkten und Förderstrategien des Landes abzuwarten und diese bei der Fortschreibung des Tourismuskonzeptes für die Landeshauptstadt zu berücksichtigen.

Nitsche