

<b>Landeshauptstadt Magdeburg</b> – Der Oberbürgermeister –		<b>Drucksache</b> <b>DS0005/20</b>	<b>Datum</b> 08.01.2020
<b>Dezernat: III</b>	<b>Team 5</b>	<b>Öffentlichkeitsstatus</b> öffentlich	

<b>Beratungsfolge</b>	<b>Sitzung</b> <b>Tag</b>	<b>Behandlung</b>	<b>Zuständigkeit</b>
Der Oberbürgermeister	14.01.2020	nicht öffentlich	Genehmigung OB
Ausschuss für Wirtschaftsförderung, Tourismus und regionale Entwicklung	30.01.2020	öffentlich	Beratung
Stadtrat	20.02.2020	öffentlich	Beschlussfassung

<b>Beteiligungen</b>	<b>Beteiligung des</b>	<b>Ja</b>	<b>Nein</b>
	<b>RPA</b>		
	<b>KFP</b>		
	<b>BFP</b>		
	<b>Klimarelevanz</b>		

### **Kurztitel**

Tourismuskonzept der Landeshauptstadt Magdeburg

### **Beschlussvorschlag:**

Der Stadtrat beschließt das beigefügte Tourismuskonzept der Landeshauptstadt Magdeburg mit Stand vom Dezember 2019.

## Finanzielle Auswirkungen

<b>Organisationseinheit</b>	<b>Dez. III</b>	<b>Pflichtaufgabe</b>		ja	X	nein
<b>Produkt Nr.</b>	<b>Haushaltskonsolidierungsmaßnahme</b>					
57501		ja, Nr.			X	nein
<b>Maßnahmebeginn/Jahr</b>	<b>Auswirkungen auf den Ergebnishaushalt</b>					
2020	JA			NEIN		X

## A. Ergebnisplanung/Konsumtiver Haushalt

Budget/Deckungskreis:

I. Aufwand (inkl. Afa)					
Jahr	Euro	Kostenstelle	Sachkonto	davon	
				veranschlagt	Bedarf
20...					
20...					
20...					
20...					
<b>Summe:</b>					

II. Ertrag (inkl. Sopo Auflösung)					
Jahr	Euro	Kostenstelle	Sachkonto	davon	
				veranschlagt	Bedarf
20...					
20...					
20...					
20...					
<b>Summe:</b>					

## B. Investitionsplanung

Investitionsnummer:

Investitionsgruppe:

I. Zugänge zum Anlagevermögen (Auszahlungen - gesamt)					
Jahr	Euro	Kostenstelle	Sachkonto	davon	
				veranschlagt	Bedarf
20...					
20...					
20...					
20...					
<b>Summe:</b>					

II. Zuwendungen Investitionen (Einzahlungen - Fördermittel und Drittmittel)					
Jahr	Euro	Kostenstelle	Sachkonto	davon	
				veranschlagt	Bedarf
20...					
20...					
20...					
20...					
<b>Summe:</b>					

III. Eigenanteil / Saldo					
Jahr	Euro	Kostenstelle	Sachkonto	davon	
				veranschlagt	Bedarf
20...					
20...					
20...					
20...					
<b>Summe:</b>					

IV. Verpflichtungsermächtigungen (VE)					
Jahr	Euro	Kostenstelle	Sachkonto	davon	
				veranschlagt	Bedarf
<b>gesamt:</b>					
20...					
<b>für</b>					
20...					
20...					
20...					
<b>Summe:</b>					

V. Erheblichkeitsgrenze (DS0178/09) Gesamtwert	
<input type="checkbox"/>	bis 60 Tsd. € (Sammelposten)
<input type="checkbox"/>	> 500 Tsd. € (Einzelveranschlagung)
<input type="checkbox"/>	> 1,5 Mio. € (erhebliche finanzielle Bedeutung)
<input type="checkbox"/>	Anlage Grundsatzbeschluss Nr.
<input type="checkbox"/>	Anlage Kostenberechnung
<input type="checkbox"/>	Anlage Wirtschaftlichkeitsvergleich
<input type="checkbox"/>	Anlage Folgekostenberechnung

### C. Anlagevermögen

Investitionsnummer:

Buchwert in €:

Datum Inbetriebnahme:

Anlage neu

JA

Auswirkungen auf das Anlagevermögen					
Jahr	Euro	Kostenstelle	Sachkonto	bitte ankreuzen	
				Zugang	Abgang
20...					

federführendes(r) Amt/Fachbereich	Dez. III	Sachbearbeiter Birgit Marxmeier	Unterschrift AL / FBL
--------------------------------------	----------	------------------------------------	-----------------------

Verantwortliche(r) Beigeordnete(r) Rainer Nitsche	Unterschrift
--	--------------

Termin für die Beschlusskontrolle

## Begründung:

Erfolgreiche Tourismusdestinationen benötigen klare Zielvorstellungen, zukunftsweisende Richtungsangaben, marktgemäße Strategien und umsetzungsorientierte Maßnahmen-sogenannte Guidelines. Strategische Grundlagen sind essenziell, um die eigene Tourismusdestination bei den Gästen und auch der eigenen Bevölkerung zu positionieren. Tourismuskonzepte ermöglichen das Destinationsmanagement innovativ umzusetzen und die Zusammenarbeit mit lokalen Tourismusakteur\*innen und überregionalen Partnern zu verbessern.

Das zuletzt erstellte Tourismuskonzept für die Landeshauptstadt Magdeburg stammt aus dem Jahr 2000 und wurde von dem Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Institut für Fremdenverkehr e. an der Universität München (dwif) erstellt. Teilweise wurden die darin aufgeführten Maßnahmenvorschläge abgearbeitet bzw. umgesetzt. Aufgrund des mittlerweile vergangenen Zeitraumes von zwanzig Jahren sind die darin genannten Empfehlungen durch anderweitige Planungen und Entwicklungen auch überholt und nicht mehr zeitgemäß, so dass eine Fortschreibung des Konzeptes ausschied.

Mit dem neu erstellten Tourismuskonzept, das in Zusammenarbeit mit der MMKT erstellt wurde, wird die fundierte Grundlage für eine systematische und zielgerichtete Entwicklung des Wirtschafts- und Standortfaktors Tourismus in der Landeshauptstadt Magdeburg bereitet. Es analysiert die jeweilige Ausgangssituation, definiert die Ziele für die touristische Entwicklung für die kommenden Jahre, benennt die relevante Handlungsfelder und beinhaltet konkrete Empfehlungen und Maßnahmenvorschläge.

## Ausgangssituation

Die Übernachtungszahlen sind seit dem massiven Einbruch im Jahr 2013 bedingt durch das Hochwasser beständig in Magdeburg wieder angestiegen. So waren im Jahr 2018 gemäß dem statistischen Landesamt 405.777 Ankünfte zu verzeichnen. Das waren 3,4 Prozent mehr als im Jahr 2017. Von den Gästen kamen 359 591 aus Deutschland, davon der größte Teil aus den benachbarten Bundesländern von Sachsen-Anhalt, insbesondere aus Niedersachsen. Das waren 3,3 Prozent mehr als im Jahr zuvor. 46.186 Besucher und damit 4,1 Prozent mehr als im Vorjahreszeitraum kamen aus dem Ausland. Somit lag der Anteil der ausländischen Gäste in Magdeburg bei 11,4 Prozent. Die 52 Beherbergungsbetriebe, die in die Berechnung einfließen, verzeichneten gemäß Statistischen Landesamt im Jahr 2018 eine Auslastung von 36,2 Prozent. Bei 692.213 Übernachtungen, das waren 3,9 Prozent mehr als im Jahr 2017, wurde pro Gast eine durchschnittliche Übernachtungsdauer von 1,7 erreicht. Es wird eine weitere Steigerung der Übernachtungszahlen und der Verweildauer angestrebt.

## Geplante Infrastruktur

Um das erklärte Ziel, mehr Übernachtungsgäste sowie Tagesbesucher anzuziehen, ist die Förderung und Schaffung einer modernen touristischen Infrastruktur und damit verbunden, zusätzlicher Angebote zu schaffen, unabdingbar. So ist beabsichtigt, die auf der Rotehorninsel gelegene **denkmalgeschützte Stadthalle** aus dem Jahr 1927 zu modernisieren und zu einer multifunktionalen Veranstaltungsstätte auszubauen.

Die Multifunktionalität für die überwiegend kulturellen Veranstaltungen soll verbessert werden durch eine flexiblere Nutzung vorhandener Räume, Schaffung zusätzlicher Tagungsräume, Verbesserung von Sichtachsen und Akustik des Saals, ein Lichtkonzept in Analogie zum Lichtkonzept 1927, energetische Aufwertung der Gebäudehülle und Rekonstruktion gestaltprägender Elemente (in Anlehnung an 1927), moderne Telekommunikation etc.

Darüber hinaus sollen die Außenanlagen ertüchtigt und neu gestaltet werden, u. a. durch Schaffung zusätzlicher Stellplätze in Anpassung an die erwartete höhere Besucherzahl,

Herstellung von Erschließungsachsen einschließlich moderner Beleuchtung, Schaffung von Vorfahrtsmöglichkeiten für Reisebusse und Gestaltung der Haltestelle für Linienbusse, Verbesserung der Nutzungsmöglichkeit einer Event Plaza / Aktionsfläche im Außenbereich, neue Wege- und Flächenbefestigungen, Baumpflanzungen, Fahrradabstellanlagen etc.

Des Weiteren ist geplant, den **Elbauenpark** zu einem nachhaltigen Familien-Naturpark mit vielfältigen Bildungs- und Aktiv-Angeboten für alle Generationen zu entwickeln. Dabei sollen vorhandene Schwerpunkte und Angebote wie der weltweit einzigartige Jahrtausendturm wieder stärker touristisch positioniert und neue Angebote hinzugefügt werden. Hierzu wird das Gelände funktionell neu aufgeteilt, um einen Park der kurzen Wege zu schaffen. Das ist besonders im Interesse von Erwachsenen mit Kindern sowie von weniger mobilen Gästen.

Eines der Schlüsselprojekte zur Verbesserung der touristischen Infrastruktur am **Wasserstraßenkreuz stellt die Schaffung eines Besucherinformationszentrums** dar. Bereits in einem 2016 zwischen der Landeshauptstadt Magdeburg und der Wasserstraßen- und Schifffahrtsverwaltung (WSV) unterzeichneten Letter of Intent haben beide Seiten ihre grundsätzliche Absicht bekundet, ein solches Vorhaben zu realisieren. Im Zusammenhang mit einem anderen Neubauvorhaben der WSV gibt es dort nun grundsätzlich neue konzeptionelle Überlegungen zum Besucherinformationszentrum.

Vorgesehen ist demnach der Bau einer Großleitzentrale in Kombination mit einem Infozentrum. Ein Standort auf der sogenannten „Schleuseninsel“ zwischen der Sparschleuse und dem oberen Vorhafen des Schiffshebewerks gilt als Vorzugsvariante. Die diesbezüglichen Planungen der WSV befinden sich noch ganz am Anfang, und insofern sind zunächst die dortigen internen Abstimmungsprozesse abzuwarten.

Die 2006 aufgestellten Tafeln des „**Touristischen Orientierungs- und Leitsystems** für Fußgänger“ sind mittlerweile veraltet, sowohl vom äußeren Erscheinungsbild als auch vom Inhalt her. Hier besteht die Notwendigkeit einer grundlegenden Erneuerung. Dies betrifft nicht nur die touristische Beschilderung für Fußgänger, sondern geht im Sinne eines ganzheitlichen Ansatzes darüber hinaus. Insofern soll auch die Einbeziehung der touristischen Ortseingangsschilder / Willkommenstafeln, der Radwegweisung, des Hotelleitsystem etc. in das Vorhaben erfolgen.

Das Vorhaben „**Festungsradweg**“ setzt auf der seit vielen Jahren in der Diskussion befindlichen Projektidee „Grüner Ring“ auf. Zielsetzung ist es seither, das bereits vorhandene und die Innenstadt umschließende ringförmige System mit einer Abfolge aus barocken und preußischen Festungsanlagen, Parkanlagen und Zeugnissen der Eisenbahngeschichte verschiedener Epochen zu qualifizieren und zu entwickeln. Beabsichtigt ist insbesondere die stärkere touristische Inwertsetzung der entsprechenden Bereiche und Objekte. Mit dem geplanten Festungsradweg soll u.a. den zahlreichen Radtouristen, die auf dem Elberadweg unterwegs sind, ein zusätzliches, aufenthaltsverlängerndes Angebot gemacht werden.

Das historische Stadtquartier zwischen der katholischen Universitätskirche Sankt Petri und der evangelischen Wallonerkirche soll in den kommenden Jahren neu erschlossen werden, die sogenannten **Ökumenischen Höfe**. Größtes Bauprojekt ist der Neubau eines Klosters für die in Magdeburg lebenden Prämonstratenser-Mönche. Bei der Neugestaltung soll besonderer Wert darauf gelegt werden, das historische Erbe in die Umgebung einzubinden. Deshalb wird im öffentlichen Raum der zum Areal gehörende Lutherturm neu erschlossen und für die Öffentlichkeit zugänglich sein. Der wiederaufgebaute Lutherturm könnte sich in die Linie der bestehenden Türme (Stadtturm an der Bastion Cleve, Turm „Kiek in de Köken“) in die Stadtsilhouette als neues Element an historischer Stelle einreihen.

Eine in der Stadtmauer bestehende historische Wandöffnung mit Rundbogen soll genutzt werden, um die Ebene des Schleinufer (Altes Fischerufer) mit der „Oberstadt“, also der Ebene der Walloner- und St. Petri Kirche zu verbinden. Der beachtliche Höhensprung wird durch eine Freitreppe entlang der Stadtmauerachse vollzogen und mündet an der neuen Platzsituation zu den „Ökumenischen Höfen“, die somit vom Schleinufer erschlossen werden. Geplant ist zudem,

Verbindungen zwischen den Partnern der Ökumenischen Höfe zu schaffen. und mehrere Gärten als grüne Oasen zu etablieren. Schließlich soll es auf dem Gelände der „Ökumenischen Höfe“ einen evangelischen Klosterladen geben.

Insgesamt werden die geplanten Sanierungen und der Neubau das Stadtbild in einem bisher vernachlässigten Bereich aufwerten und die touristische Attraktivität dieser zentralen, elbnahen Lage erhöhen.

### **Säulen der Vermarktung**

Thematisch steht die touristische Vermarktung der Stadt auf vier Säulen, den **Kulturtourismus**, den **Aktivtourismus**, den Shopping- und **Genusstourismus** und den neu hinzugekommenen **Familieltourismus**. Der Kulturtourismus spielt für Magdeburg aufgrund seiner gut 1.200-jährigen Vergangenheit mit seinen Sehenswürdigkeiten, den Kulturbauten, den technischen Denkmälern und seinen Museen eine herausragende Rolle. Der Aktivtourismus umfasst vor allem die Zielgruppen der Radwanderer, die Camping- und Caravantouristen, die Wasserwanderer und Golfspieler Zum Genusstourismus zählen insbesondere die Tagestouristen, die einen Ausflug nach Magdeburg mit Shopping und einen Restaurantbesuch verbinden. In punkto Kulinarik plant die MMKT, die regionale- und ortstypische Gastronomie ausführlich vorzustellen. Konzepte hierzu liegen bereits vor und sollen in diesem Jahr umgesetzt werden. Einen noch stärkeren Schwerpunkt als bisher soll auf Familien mit Kindern als städteaffine Zielgruppe gelegt werden. So erhält seit Sommer 2019 jedes Kind einer ankommenden Familie in der Touristinformation und den Partnerhotels eine Willkommensbox, die u. a. eine Freizeitkarte „otto für Kinder“, einen kindgerechten Stadtplan mit spannenden Sehenswürdigkeiten und ein kleines Geschenk enthält.

### **Strategische Entwicklungsziele**

Magdeburg bewirbt sich um den Titel **Kulturhauptstadt 2025**. Entgegen ursprünglicher Prognosen hat sich Magdeburg in den letzten Jahren wirtschaftlich wie touristisch positiv entwickelt. Dieser Entwicklungssprung ist allerdings überregional in der öffentlichen Wahrnehmung noch nicht genügend deutlich geworden. Ihre Anziehungskraft, weit über die Stadt- und Landesgrenzen hinaus, könnte Magdeburg als Kulturhauptstadt 2025 enorm steigern. Bereits 2011 hatte der Magdeburger Stadtrat mit einem Beschluss den Weg für diese Bewerbung freigemacht. 2016 wurden dann die Kulturbeiräte und das Bewerbungsbüro Magdeburg 2025 berufen. Die Mitarbeiter initiieren seitdem Gesprächsrunden mit Kulturschaffenden, Akteuren verschiedener Institutionen und interessierten Bürgern, die zu einem Programm für das Jahr 2025 ausgearbeitet werden.

Das Magdeburger Bewerbungsbüro hatte im September 2019 die erste Bewerbungsschrift für den Titel „Kulturhauptstadt Europas 2025“ bei der Kulturstiftung der Länder in Berlin abgegeben. 38 Fragen wurden in dem sogenannten Bidbook beantwortet. Dabei ging es unter anderem um geplante Aktionen, deren Umsetzungsfähigkeit und die europäische Dimension. Nachdem im Dezember 2019 die Jury aus Mitgliedern der EU die erste Vorauswahl getroffen und Magdeburg in die zweite Runde gewählt hat, können die erfolgreichen Städte mit der Erarbeitung des zweiten Bidbooks beginnen.

In Magdeburg wurde der gläserne Kubus am Kunstmuseum Kloster Unser Lieben Frauen zum Ort des Austauschs für alle Magdeburger zum Thema Kulturhauptstadt-Bewerbung erklärt. Seit 2018 finden dort einmal im Monat sogenannte Kulturgespräche und Mitmachaktionen statt. Alle Magdeburger können den Bewerbungsprozess durch die Nutzung des „Machen!-Logos“ unterstützen.

Kulturhauptstadt Europas zu werden, wäre für die Stadt Magdeburg eine herausragende Möglichkeit an einer europaweiten Sichtbarkeit zu gewinnen. Noch dazu geht es bei diesem Projekt nicht allein um den Titel, sondern vor allem um ein nachhaltiges Stadtentwicklungskonzept. Im Herbst 2020 wird die finale Entscheidung fallen.

Wie bereits voran festgestellt, bleibt Magdeburg in der Wahrnehmung hinter den eigenen

Potenzialen zurück. Betrachtet man die ganze Stadt, fehlt es an einer konzeptionell zusammengeführten Strategie. In Bezug auf die Vermarktung arbeiten die verschiedenen Akteure in der Stadt Magdeburg mit unterschiedlichen, teils nicht aufeinander abgestimmten Konzepten. Dabei kommt es zu redundanten Effekten, zu Streuverlusten und dazu, dass einige Bereiche nicht oder nur unzureichend beworben werden.

Ein **gesamtstädtisches Marketingkonzept** soll das zukünftig ändern. Kick-off für das gemeinsame Konzept war im Februar 2019. Das Ziel: Eine gesamtstädtische Vermarktung soll Magdeburgs positive Entwicklung – sowohl im Bereich Wirtschaft als auch Tourismus – besonders überregional in der öffentlichen Wahrnehmung deutlicher werden lassen. Die verschiedenen Zielgruppen können dadurch entsprechend ihrer Motive möglichst optimal angesprochen werden. Langfristiges Ziel ist die Imageverbesserung der Ottostadt Magdeburg. Das Image einer Stadt bildet den Gesamteindruck ab, den eine Mehrzahl der Menschen von ihr haben. Dieser Ruf entsteht auf Basis einer Vielzahl von Informationen und wird auf Gefühlsebene erzeugt. Das bedeutet: Viele positive Informationen zu einer Stadt erzeugen einen guten und angenehmen Eindruck – und beeinflussen damit das Image positiv.

Im Rahmen des Konzepts soll deswegen geklärt werden: Wie kann die Stadtmarke gestärkt und das Stadtimage verbessert werden? Wie werden sowohl die Magdeburger als auch die regionalen Unternehmen zu Markenbotschaftern? Wie wird die Verwaltung zum Werbeträger?

Die relevanten Zielgruppen, auf welche das Marketingkonzept ausgerichtet werden soll, wurden bereits definiert. Hierbei geht es um das Thema Zuzug, da Magdeburg qualifiziertes Fachpersonal braucht. Des Weiteren sind Investitionen von großem Belang. Ein Standort, an dem investiert wird, gilt als ein positiv entwickelter Markt. Zudem würden Unternehmensansiedlungen den Standort Magdeburg enorm aufwerten. Eine weitere entscheidende Zielgruppe sind die Touristen. Darunter fallen auch Geschäftsreisende und Konsumenten.

Die Entwicklung des Internets bietet stetig neue Wege in der Kommunikation von Destinationen. Bereits heute hat sich die Homepage der Stadt Magdeburg mit dem Tourismusportal bei der Reisevorbereitung für Touristen zu einem der wichtigsten Kommunikationsinstrumente entwickelt. Hier informieren sich Besucher vorab über Unterkünfte, Sehenswürdigkeiten und Veranstaltungen.

Die Weiterentwicklung der **digitalen Infrastruktur** ist auch für die Tourismuswirtschaft ein herausragendes Ziel. Nur wenn das digitale Angebot weiter ausgebaut wird, kann Magdeburg Zielgruppen aller Altersklassen für die Stadt halten und neue erschließen.

Auf dem Tourismusportal sind bereits zahlreiche Onlinebuchungsmöglichkeiten möglich. Souvenirprodukte, Übernachtungen in Hotels und Pensionen sowie Stadtrundfahrten können bereits online gebucht werden. Doch um für die digitale Zukunft aufgestellt zu sein, muss Magdeburg die Online-Optionen für Touristen ausbauen. Dazu gehört die Buchungsmöglichkeit von touristischen Angeboten aller Art sowie stetig aktualisierte Informationen.

Ein Angebot der Magdeburg-City-Com GmbH (MDCC) macht möglich, dass Magdeburg-Besucher in der Stadt freies WLAN nutzen können. Vom Hasselbachplatz bis zum Universitätsplatz erstrecken sich die sogenannten Otto-Hotspots. Die kostenlosen Internetzugriffspunkte, die MDCC seit April 2014 entlang des Breiten Weges schrittweise installiert und freigeschaltet hat, können von jedem Besitzer eines Smartphones sechs Stunden pro Kalendertag kostenfrei genutzt werden.

Über das Stadtgebiet verteilt, unter anderem am Domplatz und im Bereich des Universitätsplatzes, gibt es außerdem mehrere Smartbenches, die nicht nur als WLAN-Hotspot, sondern auch zum Aufladen der Smartphones dienen können. Ein weiterer Ausbau solcher Hotspots sowie ein konstantes WLAN-Angebot in Magdeburgs Gastronomie- und Hotelbetrieben ist Voraussetzung für zufriedene Magdeburg-Besucher.

Freies WLAN wurde Ende 2019 sowohl an verschiedenen Magdeburger Standorten der Straße der Romanik als auch des Netzwerkes Gartenträume eingerichtet. Dazu gehören:

Herrenkrugpark, Elbauenpark, Stadtpark Rotehorn, Klosterberggarten, Gruson Gewächshäuser, Gesellschaftshaus Magdeburg, Dom zu Magdeburg – Domkirche St. Mauritius und St. Katharina,

Klostermuseum Kloster Unser Lieben Frauen, Katholische Universitätskirche St. Petri zu Magdeburg, Katholische Kathedrale St. Sebastian.

Auch die MMKT arbeitet im Tourismusbereich bereits mit modernen, digitalen Anwendungen. Mit der Funktion „Meilensteine der Stadtgeschichte“ können Interessenten Magdeburg auf einer Schnitzeljagd mit ihrem Smartphone erkunden. An sechs Magdeburger Sehenswürdigkeiten liefert die Internetseite, die per QR-Code freigeschaltet wird, interessante Informationen und spannende Rückblicke in die Geschichte der Stadt, während die Nutzer verschiedene Aufgaben lösen.

Derzeit bereitet die MMKT die Nutzung der App „Future History“ vor. Dabei werden Nutzer mit ihrem Handy kostenfrei die Möglichkeit einer virtuellen Zeitreise haben. Per Smartphone können aktuelle Stadtbilder mit denen von vor Hunderten Jahren verglichen werden.

### **Anlagen:**

Tourismuskonzept der Landeshauptstadt Magdeburg