

REGIONALFORUM MITTELDEUTSCHLAND
unterstützt durch die Wirtschaftsinitiative Mitteldeutschland

mitte | deutschland

Lützen
Halle
Jena
Dessau

Dr. Mathias Feige
Martina Kirchhoff-Feil
Claudia Richter
dwif-Consulting GmbH

Workshop Infrastruktur
13.9.2006

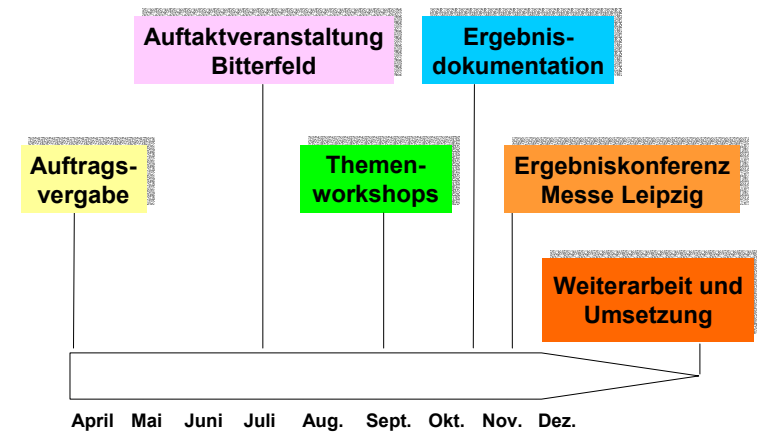


Tourismus in der Mitteldeutschen Seenlandschaft 2015 ?





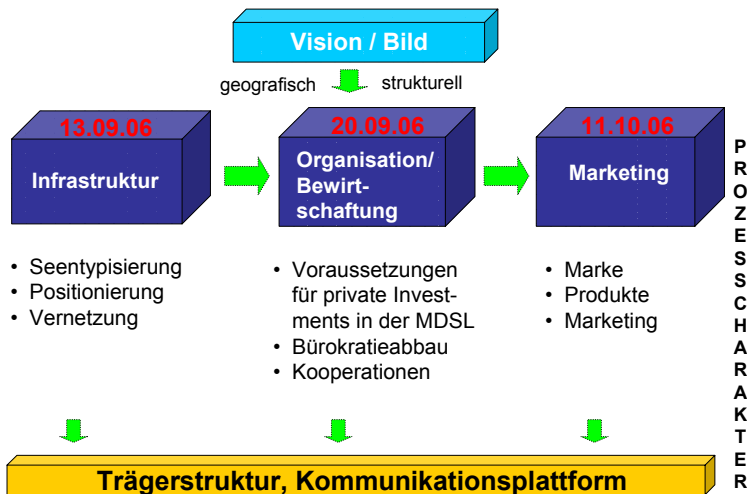
Mitteldeutsche Seenlandschaft: Meilensteine im Workshop-Prozess



Moderation: <i>dwif</i> -Consulting GmbH 	Graphische Gestaltung: b plus d 
---	---



Mitteldeutsche Seenlandschaft: Themen-Workshops





Ablauf Workshop Infrastruktur

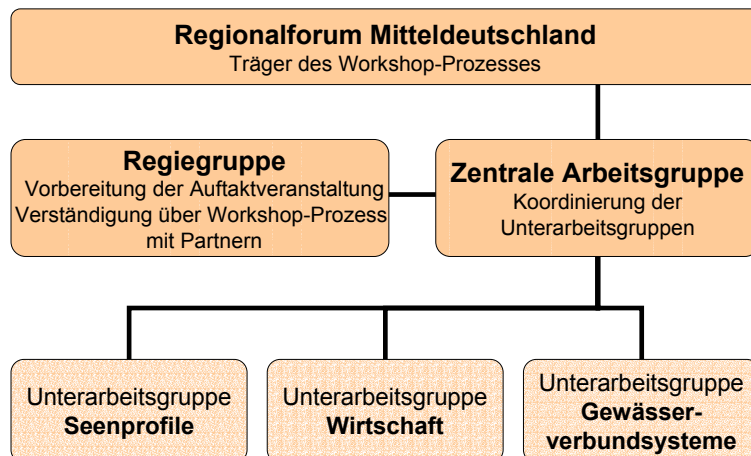
- 10:00 Uhr Begrüßung: L. Artmann
- 10:10 Uhr Fachliche Einführung: M. Feige
- 10:30 Uhr Erste Diskussion
- 11:00 Uhr Beginn Gruppenarbeit (jeweils Co-Moderatoren, Impulsgeber)
 - » Gruppe 1: Seentypisierung
 - » Gruppe 2: Positionierung
 - » Gruppe 3: Vernetzung
- 12:30 Uhr Mittagspause
- 13:15 Uhr Bericht aus den Arbeitsgruppen
- 14:00 Uhr Diskussion
- 14:50 Uhr Zusammenfassung M. Feige:
Konsens – Offene Fragen – Dissens
- 15:00 Uhr Ende

Mitteldeutsche
Seenlandschaft

Seite 5



Workshop-Prozess Mitteldeutsche Seenlandschaft: Akteure und Initiativen



Mitteldeutsche
Seenlandschaft

Seite 6



Wassertourismus hat vielfältige Facetten

Segmente im Wassertourismus



Quelle: dwif / BTE 2003, verändert 2006



Infrastruktur an den Mitteldeutschen Seen





Seentypisierung - Varianten

- **Typisierung nach Größe - Ausstrahlungskraft – Einzugsbereich - Ausstattungsgrad**

- **Typisierung nach Zielgruppen - „Thema“ - Aktivitäten**

Quelle: *dwif* 2006



Variante 1: Seentypen - Kriterien

Naherholungsseen	Freizeitseen	„Leuchttürme“
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kleinere Seen ▪ Einzugsbereich: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Lokal – Regional ▪ bis 30 Minuten ▪ Ausstattung: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Basisangebot ▪ Kaum Vernetzung 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ (Mittel-) große Seen ▪ Einzugsbereich: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Überregional ▪ - 60 Minuten ▪ Ausstattung: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Basisangebot ▪ Individuelle Angebote für spezielle Zielgruppen ▪ Regionale Events ▪ Geringer Vernetzungsgrad 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ I.d.R. große Seen ▪ Einzugsbereich: <ul style="list-style-type: none"> ▪ (Inter-) National ▪ > 60 Minuten ▪ Ausstattung: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Komplexer Freizeitstandort ▪ Herausragende Themen-/Zielgruppenangebote ▪ (Inter-) Nationale Events ▪ Hoher Vernetzungsgrad
<p>⇒ Regionales Marketing</p>	<p>⇒ (Über-) Regionales Marketing</p>	<p>⇒ (Inter-) Nationales Marketing</p>

Entwurf: *dwif* 2006



Variante 1: Zuordnung der bestehenden Seen

Naherholungsseen

- Auensee Granschütz
- Bockwitzer See
- Edderitzer See
- Großkaynaer See
- Großstolpener See
- Hainbergsee
- Harthsee
- Haselbacher See
- Hassesee
- Königsauer See
- Kretzschaer See
- Mondsee
- Naunhofer/
Ammelshainer See
- Pahnauer See
- Raßnitzer See
- Rattmannsdorfer Teich
- Runstedter See
- Wallendorfer See

• Hufeisensee/
Osendorfer See

• Schladitzer See

• Speicher Borna

Freizeitseen

- Bergwitzsee
- Kulkwitzer See
- Muldestausee
- Seelhausener See
- Süßer See

• Markkleeberger See

„Leuchttürme“

- Goitzsche
- Cospudener See

Entwurf: *dwif* 2006



Variante 1: Zuordnung der Seen in Flutung

Naherholungsseen

• Zwochauer/
Grabschützer See

• Neuhauser/
Pauptzcher/
Ludwigsee

• Kahnsdorfer See

• Gröberner See

• Werbeliner See

• Störmthaler See

• Hainer See

Freizeitseen

• Zwenkauer See

• Concordiasee

„Leuchttürme“

• Geiseltalsee

• Gremminer See

Entwurf: *dwif* 2006



Variante 2: Zielgruppenorientierte Seentypen

■ Kategorie „naturorientierter See“:

- Vorzugsweise Lage in der Nähe eines Naturschutzgebietes/Landschaftsschutzgebietes
- Ruhe, Erholung und Entspannung dominieren
- Umweltverträgliche Bauweise der Beherbergungseinrichtungen
- Ökologisch orientierte Angebote in den Beherbergungsbetrieben (Bio-Menüs, allergiefreie Einrichtung, Bio-Sauna, ...)
- Naturnahe Sport- und Freizeitaktivitäten: (geführte) Wanderungen, Naturbeobachtung, Walking, Radfahren, Hydrobike, Solarboot, Angeln etc.
- Umweltbildungsangebote, Fachexkursionen, Tagungen
- Naturinformationszentrum o. ä.

Quelle: *dwif* 2006



Variante 2: Zielgruppenorientierte Seentypen

■ Kategorie „Familiensee“:

- Umfassendes Freizeit-/Infrastrukturangebot (inkl. Schlechtwetter-Angeboten)
- Gute Erreichbarkeit mit PKW sowie öffentlichen Verkehrsmitteln
- Verkehrssichere Anlagen (30-Km/h-Zonen, Spielstraßen, ...)
- Kindergerechte Badestellen (flach abfallend, gesichert)
- Beherbergungsstruktur: v.a. Familotels, Appartements, Ferienwohnungen, Campingplätze, ...
- Vorwiegend preiswerte Unterkünfte
- Nach Altersstufen differenzierte, vielfältige Angebote für Kinder: Kindermenü, (Abenteuer-) Spielplätze, Kinderdisco, Sport- und Freizeitangebote (Basteln, Wettbewerbe etc.)
- Spezielle Angebote für Eltern: Baby-/ (Klein-) Kinderbetreuung, Wellness/Entspannungsangebote für Mütter/Väter

Quelle: *dwif* 2006



Variante 2: Zielgruppenorientierte Seentypen

■ Kategorie „spaßorientierter See“:

- Gute Erreichbarkeit mit PKW und öffentlichen Verkehrsmitteln
- Evtl. Freizeitpark in der Nähe
- Umfassende Angebote, auch für laute Sportarten und Extremsportarten (Kitesurfing, Jetboot, Rafting, ...)
- Umfangreiche Infrastruktur für sportliche Aktivitäten am Wasser (Skating, Mountainbiking, ...)
- Standardrepertoire an Wassersportangeboten: Segeln, Motorboot, Surfen, Tauchen, Angeln, ...
- Ausgefallene Unterkünfte (Bsp. Schwimmende Häuser, ...)
- Größere Beherbergungseinrichtungen mit umfassenden Animationsangeboten
- Disco, Konzerte, Grillplätze...



Variante 2: Zielgruppenorientierte Seentypen

■ Kategorie „spaßorientierter See“ (Fortsetzung):

- Attraktive Events auf, am und um den See
- „Junges“ Kulturangebot
- Regelmäßige Veranstaltungen und Wettbewerbe: Regatten, Motorbootrennen, Motocross u. ä.
- Spezielle Unterkünfte für Jugendliche und Junggebliebene (Zeltlager, Jugendherberge, ...)



Schwerpunkthemen - Entwicklungsstand

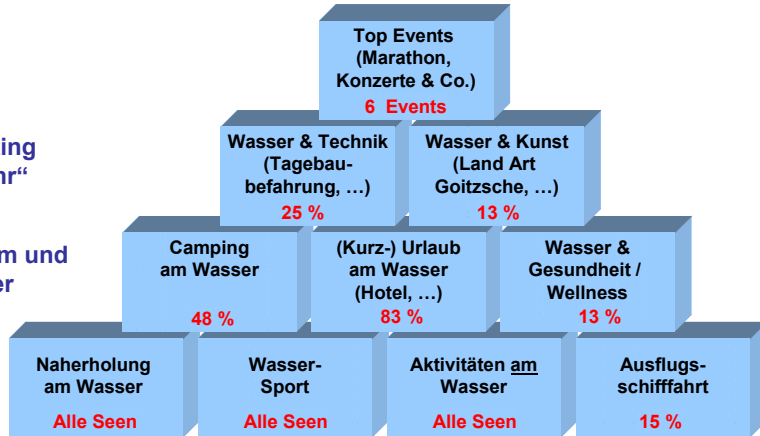
Anteil der Seen (-komplexe), die über dieses Angebot bereits verfügen

Highlights

Themenmarketing
„Wasser & mehr“

Übernachten am und
auf dem Wasser

Basisangebote
Wasser



Entwurf: dwif 2006; Zahlen auf Basis der IHK-Befragungen Leipzig und Halle-Dessau; Stand: 4.9.2006



Ergebnisse der IHKn Halle-Dessau und Leipzig

Aktiv am Wasser - Zusammenführung der Ergebnisse der Befragung der IHKn Halle-Dessau und Leipzig

* Auswertung dwif lt. Seenprofilen, Seenkompass und Internetrecherche in Planung oder Realisierung

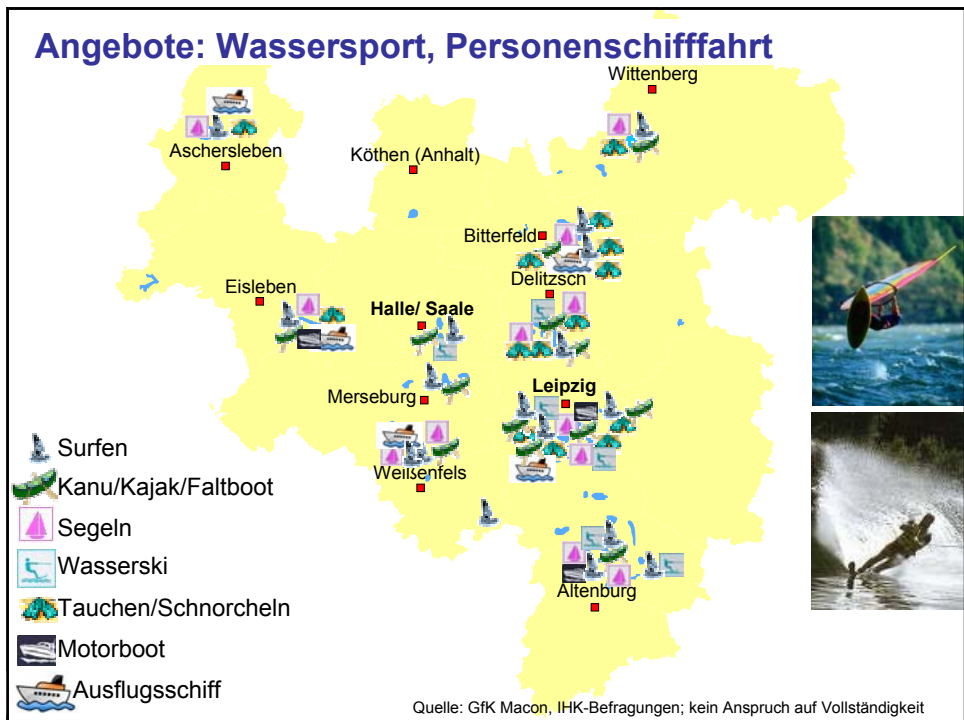
	Flutung	Aktiv am Wasser												Basisangebot IST	Basisangebot PLAN						
		+ häufig angeboten						selten angeboten -													
		Wandern/Timm Ditch	Jogging/Crosslauf	Rauffahren/Radwandern	Walking/Powerwalking	Mountainbiking	Reiten	Kremsen	Shakeboard/Follerskate	Drachentflug/Paragliding	Klettergarten/Hirngarten	Minigolf	Sommerrodeln	Modellfliegen	Motorsegeln	Golfen (9-Loch/18-Loch)	Golfschule	Faehschmmspringen			
Cospudener See	2000	X	X	X	X	X	X	X	X	X				X	X	X	X		13	0	
Hainen See	2006	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X									10	0
Seelhausener See	2002	X	X	X	X	X	X	X	X	X					X			X		10	0
Kahnsdorfer See	2006	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X									9	0
Großer Goitzschee	2002	X	X	X	X	X	X	X	X	X				X						9	0
Kulkwitzer See	1983	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X									9	0
Bergwitzsee	1960	X	X	X	X	X	X	X	X	X		X								8	0
Größtlopener See	1995	X	X	X	X	X	X	X	X	X										8	0
Muldestausee	1976	X	X	X	X	X	X	X	X	X										8	0
Schladitzer See	2005	X	X	X	X	X	X	X	X	X										8	0
Speicher Borna	1979	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X									8	0
Geiseltalsee	2008	X	X	X	X	X	X	X	X	X			X							7	1
Hasselbacher See	1999	X	X	X	X	X	X	X	X	X			X							7	0
Kretzschauer See	abgeschlossen	X	X	X	X	X	X	X	X	X										7	0
Naunhofer „Am melshainer See	1960/1940	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X									7	0
Runstedter See	2002	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X									7	1
Störmlithaler See	2011	X	X	X	X	X	X	X	X	X										7	0
Süßer See	natürlich	X	X	X	X	X	X	X	X	X										7	0
Werbeliner See	2007	X	X	X	X	X	X	X	X	X										7	0
Eddelitzer See	abgeschlossen	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X									6	1

Mitteldeutsche
Seenlandschaft

Angebote: Aktiv am Wasser



Angebote: Wassersport, Personenschifffahrt





Trends im Wassertourismus



- Segeln, Motorboot fahren, Surfen: **Konsolidierung auf hohem Niveau**
- Tauchen, Wasserski, Bootscharter, Angeln und Kanu fahren, Kreuzfahrtschiffahrt, Traditionsschiffahrt und Maritime Großveranstaltungen: auf Wachstumskurs
- „Die große Freiheit“: Angeln **ohne Angelschein** (z. B. in Meckl.-Vorpommern), Motorboot fahren **ohne Führerschein** (Brandenburg, Meckl.-Vorpommern)
- **Qualität** für den Gast („Gelbe Welle“ = bundesweit einheitliches Informationssystem für Sportboothäfen; „Blaue Sterne“-Klassifizierung für Sportboothäfen = bundesweit einheitliche Klassifizierung)
- **Höher, schneller, weiter** ... - Sportarten wie z. B. Kitesurfing, Parasailing, Jetski (Jetboot), Wakeboarding, Wellenreiten, Canyoning, Rafting im Trend

Zusammenstellung: *dwif* 2006

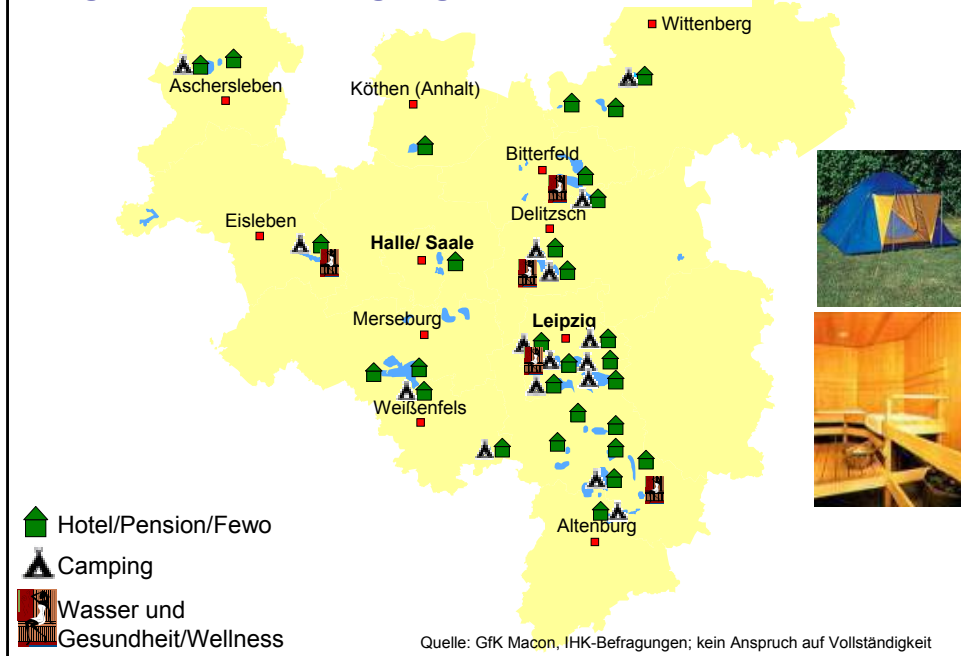


Trends im Wassertourismus

- **Stellenwert des Wassertourismus steigt** auf Bundes- und Länderebene: z. B. DZT-Themenjahr 2004, eigene Rubriken auf den Länderwebsites etc.
- **Vernetzung** von Wasserlandschaften: ein wichtiges Thema (Bsp. Berlin-Brandenburg-MV)
- **Innovative Produkte** bei Wassersportanbietern: Faltkanus mit Sonneninsel, zusammensteckbare Katamarans

Zusammenstellung: *dwif* 2006

Angebote: Beherbergung und Wellness



Trends im Campingtourismus



- Campingtourismus **im Aufwind**: rd. 148 Mio. Übernachtungen auf und außerhalb von Campingplätzen in D (2005), Tendenz steigend
- **Kurzreisen** (3,7 Tage): **dominieren** im Touristkamping
- **Imagewandel**: von „muffig und bieder“ zu Erlebniscamping/ Feriendörfern mit breiter Angebotspalette und komfortabler Urlaubsatmosphäre (z. B. Südseecamp Wietzendorf)
- Konzentration auf **individuelle Angebotssegmente**, Marktchancen und klar definierte Zielgruppen (z. B. Spiel-, Bastel- und Betreuungsangebote für junge Familien mit kleinen Kindern; Naturerlebnisangebote mit professionellem pädagogischen Ansatz etc.)
- **Themencamping**: im Aufwind (z. B. Erlebniscamping Auenfeld (A): Campingplatz mit besonderen Angeboten für Reitsportler, Familien mit Kindern bis 12 Jahre: Erlebnisfreizeitpark mit Goldwaschanlage, Saloon, Westernfort samt Reitstall, Pferdepenion etc.)





Trends im Campingtourismus

- **Wellnesscamping/Kurcamping:** „Zwischen Massage und Luftmatratze“: preiswert Urlaub machen und dennoch ausgiebiges Verwöhnprogramm genießen
- **Nachhaltigkeit:** wichtiger Stellenwert (Viabono-Gütesiegel; Umwelt- und Qualitätsmanagement: Ecocamping)
- **Qualitätssicherung und –Steigerung** auf Campingplätzen: wichtiges Thema (Wettbewerb „Vorbildliche Campingplätze“; Klassifizierung von Wohnmobilstellplätzen durch DTV ab 2007)
- Campingtourismus: profitiert von Trend zu Unabhängigkeit und Freiheit, **Naturverbundenheit** und **Individualität**
- Caravanning: in Ostdeutschland immer beliebter
- **Anbieterkooperationen** wie im Hotelbereich (z. B. The Leading Camping und Caravanning Parks in Europa)

Seite 25

Zusammenstellung: dwif 2006

Angebote: Wasser und Technik

■ Wittenberg

Aschersleben

Köthen (Anhalt)

Bitterfeld

Delitzsch


Halle/ Saale

Merseburg

Leipzig

Weißenfels

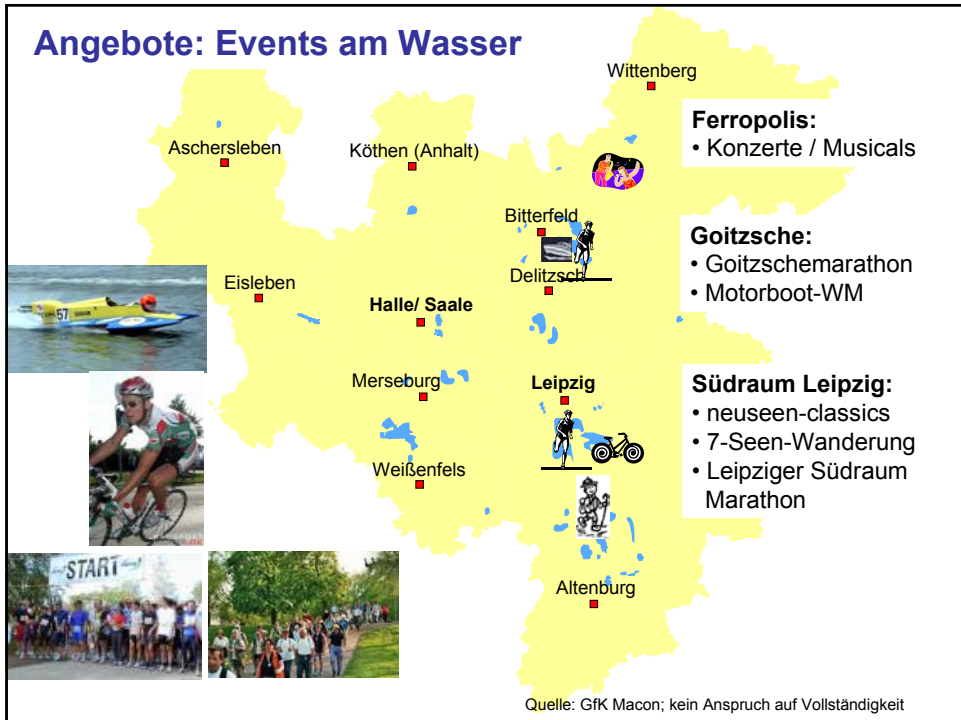
Altenburg

 **Technische Attraktionen**

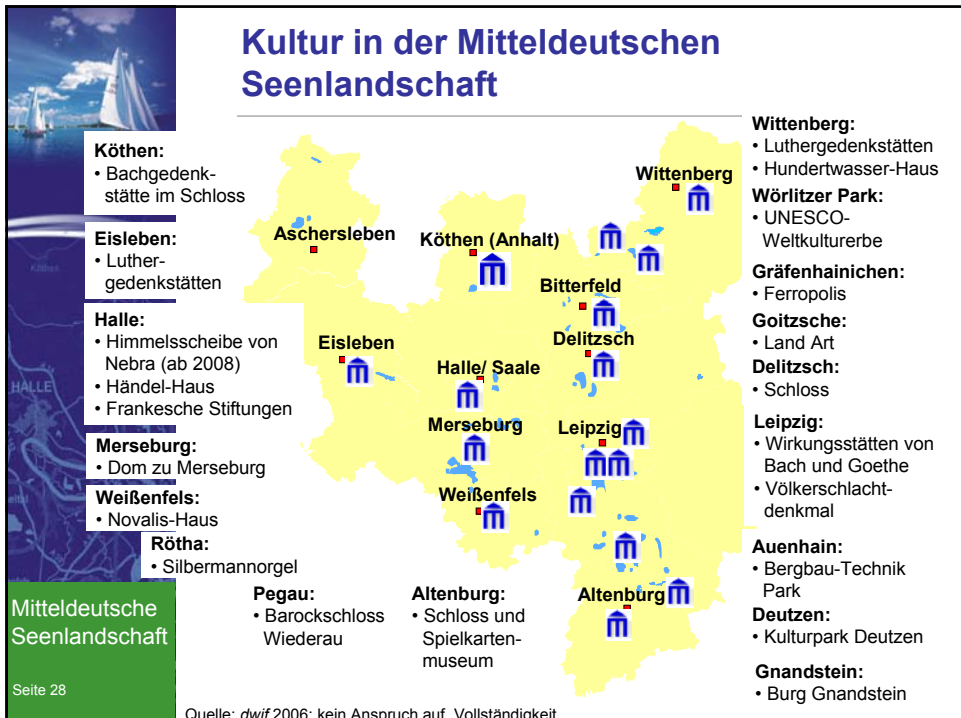
- Baggergiganten
- Museen
- Führungen
- Tagebau-Exkursionen
- Kohlebahn
- Schaufelrad

Quelle: GfK Macon, IHK-Befragungen; kein Anspruch auf Vollständigkeit

Angebote: Events am Wasser



Kultur in der Mitteldeutschen Seenlandschaft





Kultur in der Mitteldeutschen Seenlandschaft: Veranstaltungen

Köthen:

- Bach-Festtage
30.8 - 3.9.06
- Bach-Wettbewerb
17. - 21.10.07

Wörlitzer Park:

- Fest der Sinne
6.5. - 2.9.06

Halle:

- Händelfestspiele:
31.5-10.6.07
- 1200 Jahre Halle
- Sachsen-Anhalt-Tag

Wittenberg:

- Reformationsfest
29. - 31.10.06
- Luthers Hochzeit
8. - 10.6.07

Ferropolis:

- regelmäßige
Konzerte/Musicals

Leipzig:

- Bachfest
7. - 17.6.07
- Mendelssohn-Festtage
- Leipziger Jazztage

Altenburg:

- Musikfestival
25.8 - 3.9.06

Mitteldeutsche
Seenlandschaft

Seite 29

Quelle: dwif 2006; kein Anspruch auf Vollständigkeit

Kultur in der Mitteldeutschen Seenlandschaft: Kulturstraßen



Quelle: GfK Macon; kein Anspruch auf Vollständigkeit



Trends im Kulturtourismus



- **Kulturtourismus: einer der Megatrends** im weltweiten Reiseverhalten
- Urlaubsentscheidung abhängig vom Kulturangebot
- Destinationen, Städte oder Regionen nutzen verstärkt die Möglichkeit, auf ihr kulturelles Angebot hinzuweisen, um so die touristische **Vor- und Nachsaison** besser am Markt zu **platzieren**
- Kulturtourismus trägt entscheidend dazu bei, die touristische **Auslastung** zu **erhöhen**
- **Städtereisen**: wachsende Bedeutung im Kulturtourismus
- Auch für **ländliche Gebiete** bestehen Entwicklungspotenziale im Kulturtourismus

Zusammenstellung: *dwif* 2006



Trends im Kulturtourismus

- **Profilierung** durch hochkarätige Kulturevents, Themenjahre und Entwicklung von kulturtouristischen Produktlinien
- Kulturtouristen: **anspruchsvolle Kunden**, da i. d. R. finanzkräftig und ausgabefreudig, überdurchschnittlich gebildet, Singles oder Paare ohne Kinder, unter 30 oder 40 bis 60 Jahre
- **Wachstumstendenzen** bei Kulturtourismus in „**inszenierter Form**“ (z. B. Kulturreisen zu einem Event wie Festspiele, Konzerte): Wachstumstendenzen

Zusammenstellung: *dwif* 2006



Radwegenetz Sachsen-Anhalt



Quelle: www.dzt.de; Rubrik „Natur, Aktiv, Erholung“, Radfahren



Radwegenetz Sachsen



Quelle: www.dzt.de; Rubrik „Natur, Aktiv, Erholung“, Radfahren

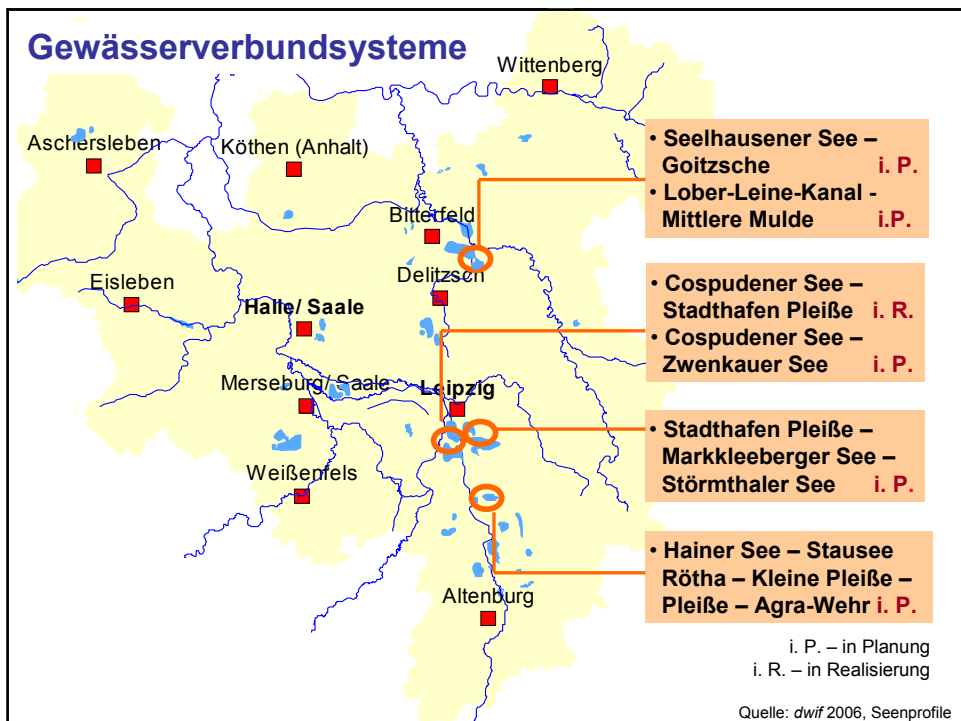


Trends im Radtourismus



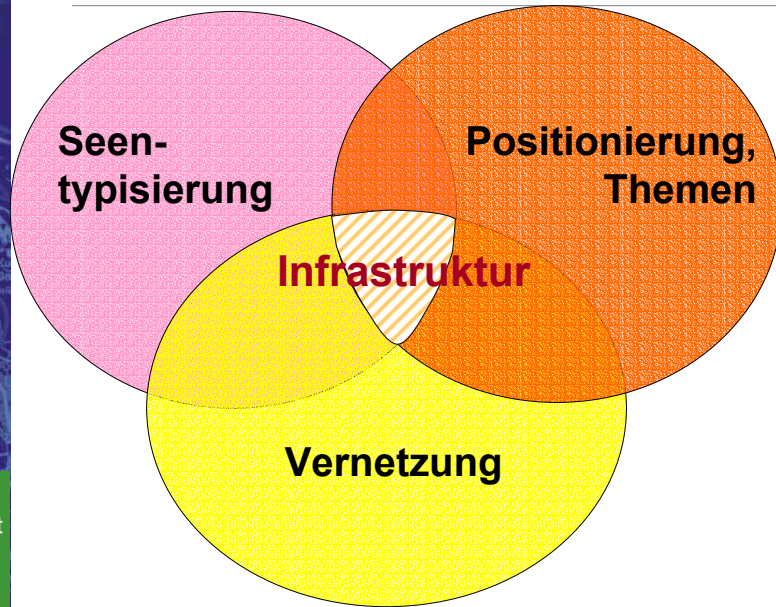
- Urlaubsform mit enormen **Nachfragezuwächsen**
- **Kombinierte Angebote** (z. B. Rad & Schiff, Paddel & Pedal, Radwandern & Wellness)
- Reiseveranstalter: **Individualreisen vor Gruppenreisen**
- Organisierte Reisen im Aufwind
- Mehrere und dafür kürzere Reisen
- **Services** (z. B. Reparaturmöglichkeiten u. ä.) werden zunehmend in Anspruch genommen
- Steigende Beliebtheit: Rundreisen mit **Gepäcktransfer**
- Kunden zunehmend **preisbewusster**
- **Steigende Ansprüche** an Quartier und Gastronomie (Qualitätsstandards)
- Radtourismus: geprägt von **technischen Neuerungen** der Fahrradbranche

Zusammenstellung: *dwif* 2006





Gruppenarbeit



Arbeitsgruppe 1: Seentypisierung



- Ist eine Typisierung der mitteldeutschen Seen sinnvoll?
- Wenn ja, eher nach Größe und Ausstrahlungskraft und/oder eher nach Zielgruppe?
- Wenn nein, wie sollen die vielen Seen(-verbünde) künftig in Bezug auf ihr Angebot strukturiert werden?
- Moderation: Dr. M. Feige
- Raum: Großer Saal



Arbeitsgruppe 2: Positionierung



- Sollten die Seen der MDSL unter ein Thema gestellt werden?
- Welche Themen/welches Thema ist/sind das?
 - Kultur
 - Natur
 - Industrie, Braunkohle
 - Sport
 - ...
- Welche Konsequenzen hat dies für die Prioritäten bei der Infrastrukturentwicklung an den Seen?
- Moderation: C. Richter**
- Raum: Zimmer 116**



Arbeitsgruppe 3: Vernetzung



- Welche sind die wichtigsten „Strecken“, die die MDSL verbinden können?
- Bei welchen Infrastrukturtypen (Schleusen, Rad-, Wander-, Reitwege etc.) sollten die Prioritäten gesetzt werden?
- Welche Organisationsstrukturen müssen dafür geschaffen werden?
- Moderation: M. Kirchhoff-Feil**
- Raum: „Das Tor“**

REGIONALFORUM MITTELDEUTSCHLAND
unterstützt durch die Wirtschaftsinitiative Mitteldeutschland

mitte | deutschland

Leipzig
Halle
Jena
Dessau

Vielen Dank.

