

Tourismusstrategie Naumburg (Saale)

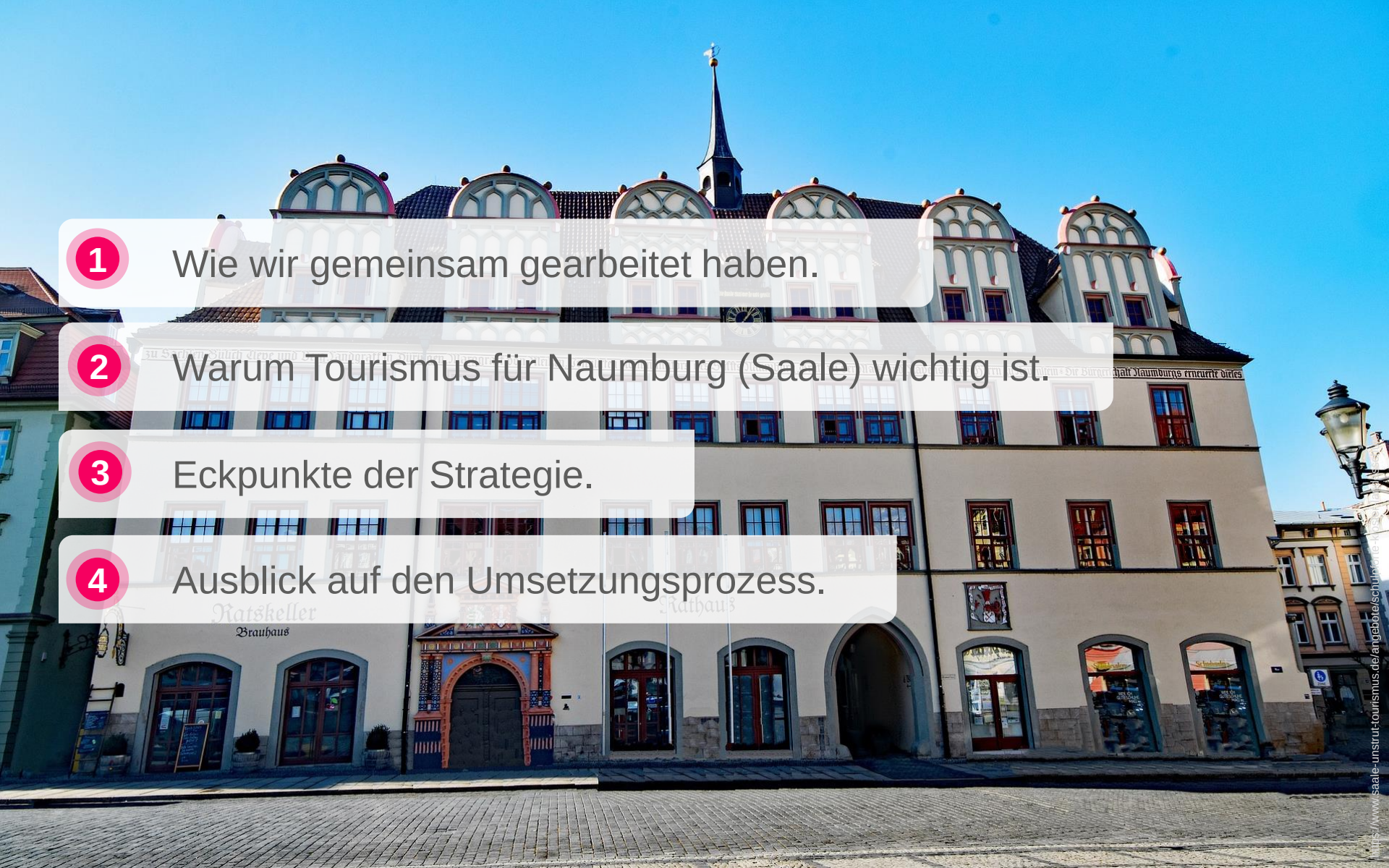
Präsentation im Gemeinderat der
Stadt Naumburg (Saale)

03. November 2021

PROJECT M | Maik Zießnitz

PROJECT 





1

Wie wir gemeinsam gearbeitet haben.

2

Warum Tourismus für Naumburg (Saale) wichtig ist.

3

Eckpunkte der Strategie.

4

Ausblick auf den Umsetzungsprozess.

**Wie wir
gemeinsam
gearbeitet haben.**

In drei Phasen zur Tourismusstrategie.



Analyse

Ausgangssituation in
Relation zum Wettbewerb

- **Kick-Off**
- Nachfrage-/Markt- und Trendanalyse
- Bewertung der Marktbearbeitung und des touristischen Angebots
- **Leistungsträger-Online-Befragung**
- **Bevölkerungs- Online-Befragung**
- **ExpertInnen-Gruppen**
- SWOT-Analyse
- **Fachgremium #1**

Konzeption

Ausarbeitung der
Positionierungsstrategie

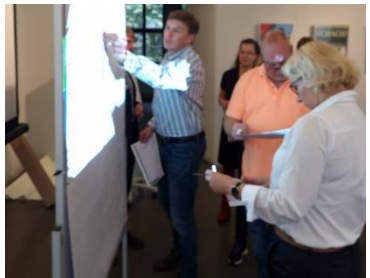
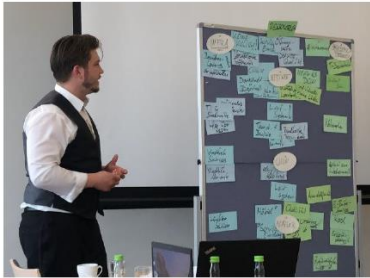
- Positions- & Potenzialbestimmung
- Definition der Vision und Leitziele
- Positionierungsstrategie
 - Leit-Zielgruppen
 - Erlebnisprofile
 - Zielmärkte für das Marketing
- **Fachgremium #2**

Umsetzungsplanung

Handlungsfelder
Maßnahmen
Umsetzungsstrategie

- **Fachgremium #3**
- Tourismusfahrplan: Maßnahmenkatalog mit Clusterung und Priorisierung von Kernaufgaben
- 5 Schlüsselmaßnahmen, Benennung erforderlicher Umsetzungsschritte
- Empfehlungen für Marketing und Vertrieb
- Umsetzungsfahrplan
- **Fachgremium #4**
- **Auftakt-Workshop**
- **Fertigstellung Tourismuskonzept**

Prozessbegleitendes Fachgremium.



Tourismusmanagement & Stadtentwicklung

1. Stadt Naumburg Fachbereichsleiter Tourismus
2. Stadt Naumburg Sachgebiet Tourismus
3. Stadt Naumburg Wirtschaftsförderung
4. Stadt Naumburg Sachgebiet Kultur
5. Stadt Naumburg Sachgebiet Stadtplanung
6. Kur- und Fremdenverkehrsverein Bad Kösen e.V.
7. Saale-Unstrut-Tourismus e.V.

Leistungsanbieter Hotellerie, Gastronomie und Einzelhandel

7. Vertretung Hotellerie / DEHOGA
8. Vertretung Hotellerie
9. Vertretung Gastronomie
10. Vertretung Einzelhandel

Leistungsanbieter Erlebnisangebote

11. Kurbetriebsgesellschaft Naumburg/Bad Kösen mbH
12. Vereinigte Domstifter zu Merseburg und Naumburg
13. Turbinenhaus Naumburg
14. GästeführerInnen
15. KulturAkademie Naumburg e.V.
16. Geo-Naturpark Saale-Unstrut-Triasland

Verkehrsträger

17. Naumburger Straßenbahn GmbH

Gemeinderat

18. Stadtrat

Warum Tourismus
für Naumburg
(Saale) wichtig ist.

PROJECT 



Tourismus ist wichtiger Wirtschaftsfaktor für die Stadt Naumburg (Saale).

Rechnung Übernachtungsgäste in statistisch erfassten Beherbergungsbetrieben (außer Kliniken)



Übernachtungen
2019*
220.000



Ø-Tages-
ausgaben 2019**
127,50 €



Bruttoumsatz
28.050.000 €

Direkte Profiteure des Tourismus**

Gastgewerbe
42%



Einzelhandel
37%



Dienstleistungen
21%



* Beherbergungsbetriebe mit mind. 10 Betten bzw. Stellplätzen in Naumburg (Stadt) sowie Hotelübernachtungen in Bad Kösen (exklusive Klinikaufenthalte), Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt / Stadt Naumburg (Saale), 2020

**Quelle: Eigene Berechnung auf Grundlage von Wirtschaftsfaktor Tourismus für das Reisegebiet Halle-Saale-Unstrut 2019, 2020
Gemeinderat | Tourismusstrategie Naumburg (Saale) | © PROJECT M 2021



Tourismus sichert Lebensqualität für die Bevölkerung und wirkt als Image-treiber und sichert lokale Kultur und Brauchtum.

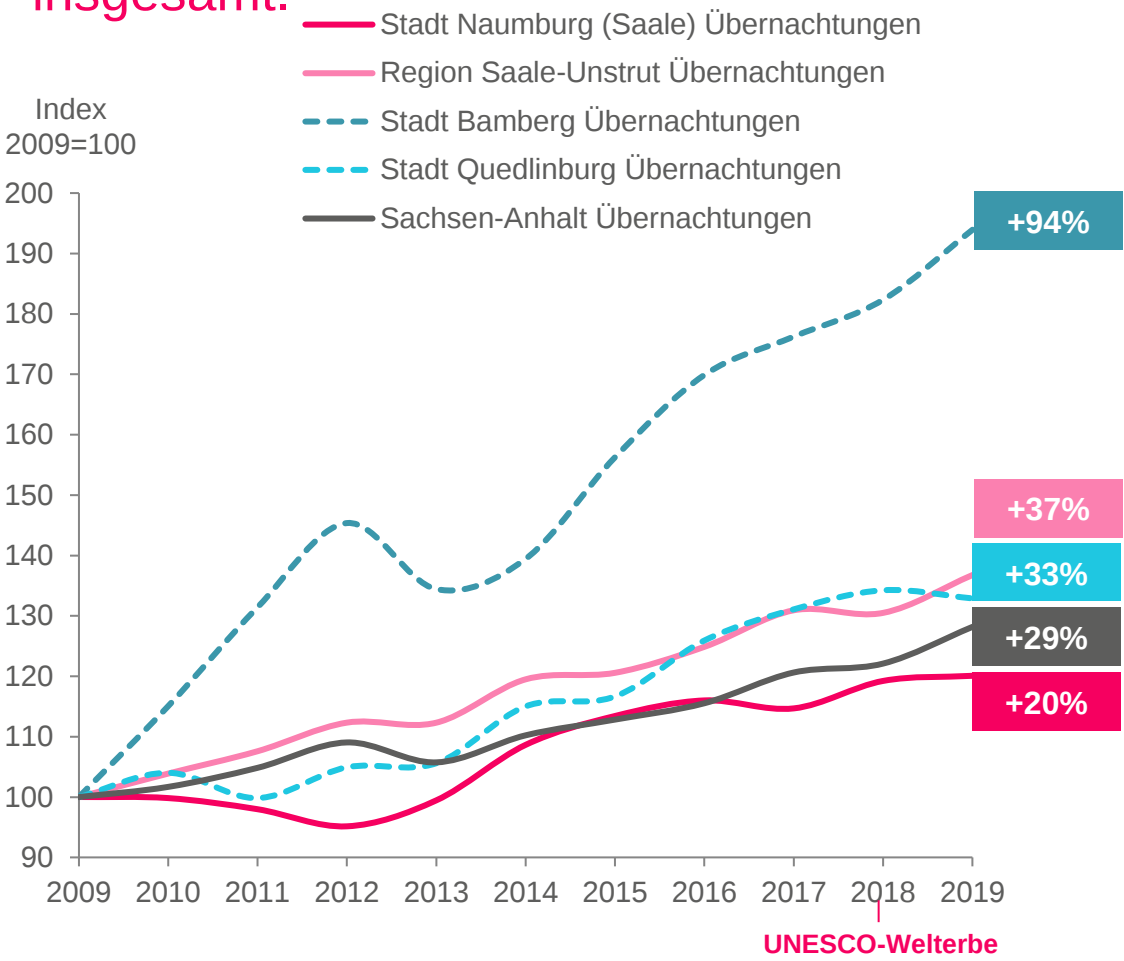


Wirtschaftsfaktor | Lebensqualität | Image



Eckpunkte der Strategie.

Übernachtungswachstum von Naumburg (Saale) entwickelt sich deutlich schlechter als die Marktentwicklung in Mittelstädten und in Deutschland insgesamt.



Übernachtungsentwicklung 2009-2019 ¹				
	2009	2019	Δ absolut	CAGR*
Stadt Naumburg (Saale)	392.943	471.906	+78.963	+1,8%
Region Saale-Unstrut	1.210.296	1.655.386	+445.090	+3,2%
Stadt Bamberg	388.416	753.220	+364.804	+6,8%
Stadt Quedlinburg	352.406	468.389	+115.983	+2,9%
Sachsen-Anhalt	6.743.135	8.645.180	+1.902.045	+2,5%

Hinweis: ¹ Beherbergungsbetriebe mit mind. 9 Betten bzw. mind. 3 Stellplätzen bis 2011, ab 2012 mit mind. 10 Betten bzw. Stellplätzen

*CAGR = durchschnittliche jährliche Wachstumsrate Übernachtungen in den 2010 durch Naumburg (Saale) bzw. 2014 durch Quedlinburg eingemeindeten Orte bereits ab 2009 berücksichtigt

Quelle: Statistisches Bundesamt (2010-2020)

**zentrale Lage und gute
Anbindung an die
Großstädte**

Tourismusakzeptanz

Starke Familienbetriebe

**Historische Highlights
(Burgen, Landesschule
Pforta, etc.)**

Soleheilbad Bad Kösen

**Authentische
Weinkultur**

**Lage im Naturpark
Saale-Unstrut-Triasland**

**Aktiverlebnisse
(Rad, Wandern, Wasser)**

gute Qualitäts-
bewertung der
Beherbergung

**UNESCO-
Welterbe
Naumburger
Dom**

Präsenz im
Landesmarketing

Stärken

ABER:

- Angebote müssen noch besser verknüpft werden
- Qualität muss stetig weiterentwickelt werden
- Kapazitäten müssen ausgebaut werden
- Image muss langfristig ausgebaut werden

Mission für den Tourismus in Naumburg (Saale)

Der Tourismus in Naumburg (Saale) ist wichtigster Botschafter und Imageträger der Stadt und für die Region.

Er ist die Leitbranche der Stadt Naumburg (Saale). Er fördert die lokale Kultur, stärkt die Winzer und Weintradition und begünstigt einen vitalen Einzelhandel und ein gesundes Handwerk in der Stadt und Region.

Er ist Impulsgeber für die moderne Inszenierung und Inwertsetzung der lokalen Geschichte(n), authentischer Traditionen und regionaler Kulinarik. Er sichert eine hochwertige und nachhaltige Qualität der öffentlichen Infrastruktur und eine hohe Lebens- und Erlebnisqualität.

Fokus auf gemeinsame Zielebenen in der Tourismusedwicklung.

Qualitatives Wachstum und Profilierung

Ziel 1:
**Tourismus als
wertschöpfungsstarke
Leitbranche
entwickeln.**



Ziel 2:
**Das Image über
ein klares
touristisches Profil
positiv aufladen.**



Innovation und Zusammenarbeit

Ziel 3:
**Service- und Erlebnis-
qualität durch
Innovation
steigern.**



Ziel 4:
**Zusammenarbeit im
Tourismus nachhaltig
verankern.**



Nachhaltigkeit

Ziel 5:
**Tourismus im
Einklang mit der
Umwelt entwickeln.**



Ziel 6:
**Lebensraum über den
Tourismus im
Einklang mit der
Bevölkerung
gestalten.**



Qualitatives Wachstum und Profilierung

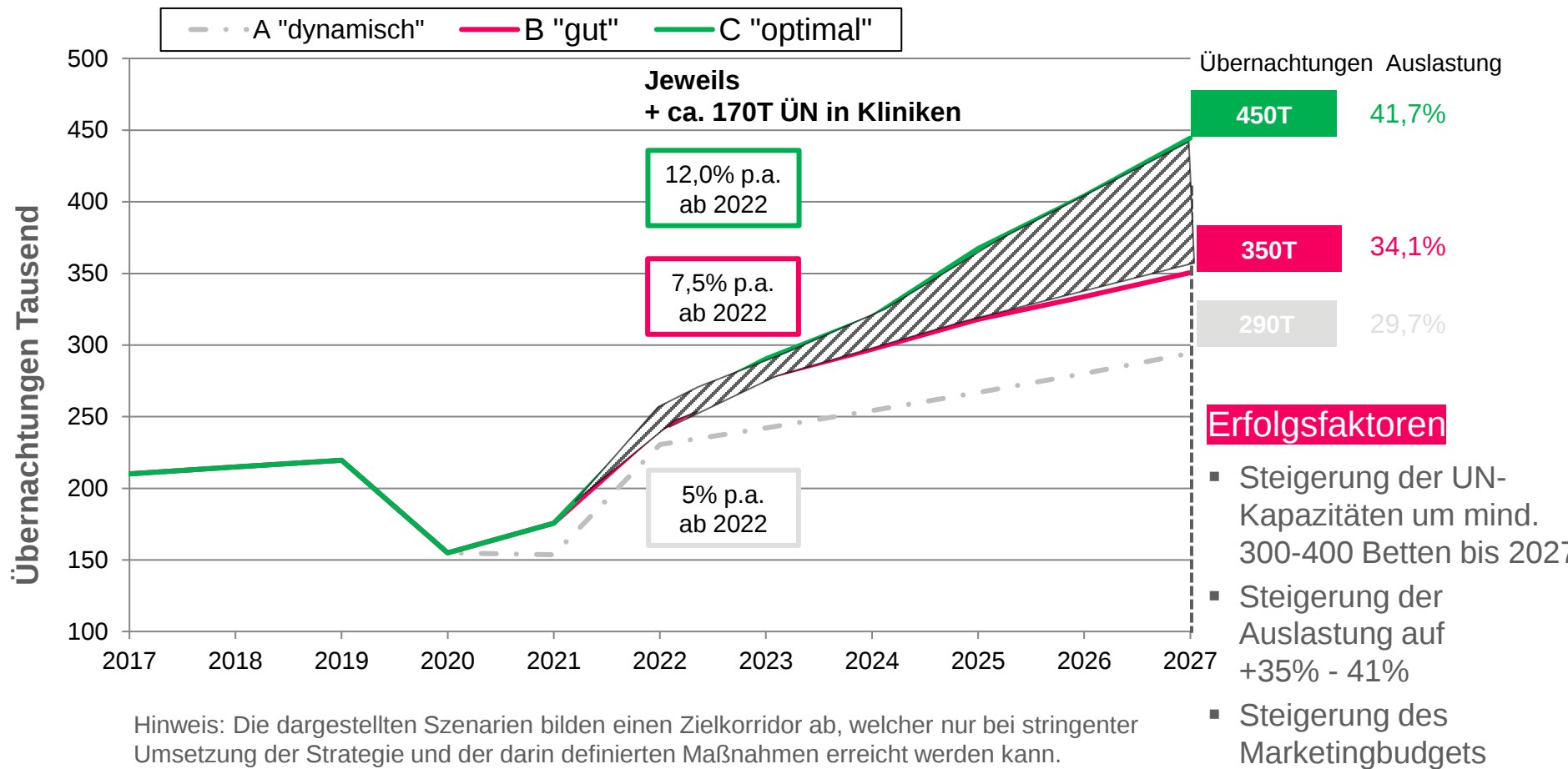
Ziel 1: Tourismus als wertschöpfungsstarke Leitbranche entwickeln



Indikatoren:

- 1) Steigerung der touristischen Wertschöpfung
über die Steigerung der Tagesausgaben
- 2) Steigerung der gewerblichen Übernachtungen
(außerhalb Kliniken)
auf mind. 350 (bis 450) Tausend im Jahr 2027
- 3) bessere Auslastung in den
Beherbergungsbetrieben
mind. 35% - 40% Auslastung der Hotels bis 2027
- 4) Steigerung der Bettenkapazität durch
Diversifizierung des Angebotes
über die Eröffnung neuer Beherbergungsformen

Mit stringenter Umsetzung, fokussierten Investitionen in Produkt, Qualität und Marketing sowie mehr Übernachtungskapazitäten zur optimalen Entwicklung.



Charaktermerkmale für den Tourismus in Naumburg (Saale) – Wie fühlt sich Urlaub hier an?

**innovativ
verwurzelt**



**naturnah
glücklich**



**echt
genuss-
freudig**



Positionierungsstrategie

Naumburg (Saale)

Charakterwerte

*innovativ
verwurzelt*

*echt
genussfreudig*

*naturnah
glücklich*

Kernbotschaft

„Herz der Weinregion Saale-Unstrut - Weltkultur- und Weingenuss in charmanter Altstadt- und Naturkulisse“

Erlebnis-
profilierung

**Charmantes Kulturstadt-Erlebnis
mit Welterbe-Prädikat**

Weingenuss an den malerischen
Weinhängen des Saale-Unstrut-Tals
und in hochwertiger Altstadt-Kulisse

**Natürlich glücklich entlang von
Saale und Unstrut**

Profilspitze

**UNESCO-Welterbe Naumburger
Dom in mittelalterlicher
Altstadtkulisse**

**Saale-Wein-Weg und
Weinerlebnis in der Altstadt**

**Saale-
Radweg**

**Paddeln auf
Saale/Unstrut**

Entwicklungs-
themen

**Landesschule Pforta, Saale-
Burgen, Stadtkirche St. Wenzel mit
Hildebrandt-Orgel**

**Weinerlebnisraum Blütengrund,
Weingüter und Weinberge an
Saale und Unstrut**

**Genusswanderwege im Stadtgebiet,
Erlebnisraum Saaleufer**

Weitere
Angebots-
highlights

**Historische Straßenbahn,
Gradierwerk, Saline-
Anlagen und Kurpark Bad
Kösen, Nietzsche-Haus...**

**Straußwirtschaften, Wein &
Sekt Manufaktur, regionale
Weine...**

**Radwege in der Region
(Saale-Unstrut-Elster Rad-
Acht, Unstrutradweg etc.),
Genusswanderwege
im Geo-Naturpark
Saale-Unstrut-Triasland...**



wichtige
Ergänzungs-
themen

**Gepflegtes Stadtbild & inwertgesetzte Architektur, Straßenbahn, breites Kulturangebot und Kulturevents,
Handgemacht-Erlebnisse, Wein-Gastronomie, regionale Kulinarik & Esskultur,
Wellbeing-Angebote, Wellness, Kurangebote, Workation/Incentives...**

Handlungsfelder zur Verdeutlichung der Aufgabenschwerpunkte und zur Bündelung der im Prozess erarbeiteten Maßnahmen.



**Tourismus-
management**



**Angebote &
Produkte**



**Tourismus-
Marketing**



**Zusammen-
arbeit & Wissen**



**Touristische
Infrastruktur**



**Tourismus-
bewusstsein**

Schlüsselprojekte Tourismusstrategie Naumburg (Saale)

Tourismus- management	Reorganisation Tourismusmanagement: Optimierung der Tourismus- und Kooperationsstrukturen, Abgleich mit Akteuren/Partnern
	Digitalisierung Tourismus: Digitalisierung von Zusammenarbeitsprozessen innerhalb des touristischen Netzwerks (z.B. digitaler Meldeschein)
	Marktforschung/Monitoring: Aufsetzen datengestützte Monitoring-Systematik zur kontinuierlichen Überwachung und Nachsteuerung
Zusammenarbeit & Wissen	Umsetzungsmanagement: Verstetigung Fachgremium als umsetzungsbegleitende Instanz zur Maßnahmen-Initiierung und Nachsteuerung
	Netzwerk Qualität: Aufsetzen eines Partner-Netzwerks mit Akteuren aus dem Gastgewerbe zum Erfahrungsaustausch sowie zur Impulsgabe
	Fachkräfte-Initiative: Formierung eines Netzwerks und Aufsetzen von Maßnahmen zur Akquisition von Fachkräften
Angebote & Produkte	Wein-Upgrade/ Reg. Produkte: binnengerichtete Qualitätsinitiative zur Steigerung von Qualität in der Gastronomie / für mehr Regionalität
	Kultur-Upgrade: Ausweitung und digitale Aufbereitung von Kultur-Erlebnissen (z.B. Altstadt Naumburg (Saale), Schulpforte, Bad Kösen)
	Inwertsetzung Radtourismus: Ausbau von Service-Einrichtungen für den Rad-Tourismus sowie Optimierung der Radwege-Infrastruktur
Touristische Infrastruktur	Touristisches Leitsystem: Aus-/Erweiterung des analogen & digitalen touristischen Leitsystems zur Verknüpfung/Hervorhebung der Ortsteile
	Überarbeitung touristischer ÖPNV: Überprüfung und Anpassung der Taktung und Service-Angebote (Radtransport ...) der ÖPNV-Anbindung
	Update Tourist-Info: Überarbeitung (inhaltlich/funktional, gestalterisch, digital) der Tourist-Informationen in Naumburg (Saale) und Bad Kösen .
Tourismus- Marketing	Content-Produktion und Relaunch Online-Präsenzen: Produktion Bild- und Videomaterial / Vermarktungsgeschichten.& Relaunch Web
	Strategischer Marketingplan: Aufsetzen eines jährlichen, beteiligungsfokussierten Marketingplans zur Abstimmung und Budgetbündelung
	Empfehlung Maßnahme in der Tourismusstrategie zu vertiefen
	Maßnahme bereits über laufendes Angebot / eingestellte Budgets abgedeckt

Ausblick auf die Umsetzung.

Voraussetzungen schaffen! ... für die erfolgreiche Umsetzung der Tourismusstrategie und die Erreichung der Leitziele.

1) Systematischer Umsetzungsprozess der Tourismusstrategie

- Gesamtkoordination durch die Stadt Naumburg / SG Tourismus beauftragt und legitimiert durch die Politik der Stadt
- operative Umsetzungssteuerung in gemeinsamer Verantwortung der Stadt Naumburg (Saale) sowie des „Fachgremiums der Tourismusstrategie“

2) Optimierung der touristischen Organisationsstrukturen

- Klarer Fokus auf die Positionierung
- Effektivitätsgewinne durch Abstimmung bei Aufgaben, Ressourcen und Budgets
- Marketing und Vertrieb in enger Abstimmung mit der Region Saale-Unstrut (Fokus Region: Inspiration/Buchung, Fokus Stadt Begleitung vor Ort/Bindung)
- Qualitäts- / Profilentwicklung durch konsequente Einbindung und Qualifizierung des Leistungsträger-Netzwerks

Voraussetzungen schaffen! ... für die erfolgreiche Umsetzung der Tourismusstrategie und die Erreichung der Leitziele.

3) verbindliche Zuständigkeiten bei der Angebots- & Profithemenentwicklung

- Führung der Erlebnisprofile (Themen) durch qualifizierte Produktmanager
- Bildung von Arbeitskreisen je Profil, mit Schlüsselakteuren zu jedem Thema
- Schlüsselprojekte in Eigenregie durch feste Verantwortlichkeiten
- Regelmäßige Einbindung externer Expertise (Benchmark) im Schulterschluss mit der Region / der Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt

4) Fortführung des Fachgremiums, als fachliches Beratungs- & Partnergremium mit Botschafter-Funktion nach innen

- regelmäßiger Umsetzungsbericht; mind. 2 Sitzungen p.a., fachliche, neutrale Moderation; externe Impulse / Expertise nach Bedarf
- 1 x p.a. Gesamtmonitoring der Umsetzung
- nach 3 Jahren Gesamtevaluation und ggf. Nachjustierung bei Bedarf

Vielen Dank für Ihre Zeit!

Ich freue mich auf Ihre Fragen und Anmerkungen!



Kontakt für Rückfragen.

PROJECT^M



www.projectm.de



www.tourismusperspektive.com



www.kompetenzzentrum-tourismus.de



www.eti-institut.de



www.destinationquality.de



www.gesundheit-tourismus-blog.com



PROJECTM.Tourismusinnovation



www.xing.com/companies/projectmgmbh



www.linkedin.com/company/project-m-gmbh



Peter C. Kowalsky
Tel. 040.419 23 96 16
peter.kowalsky@projectm.de



Maik Zießnitz
Tel. 040.419 23 96 20
maik.ziessnitz@projectm.de



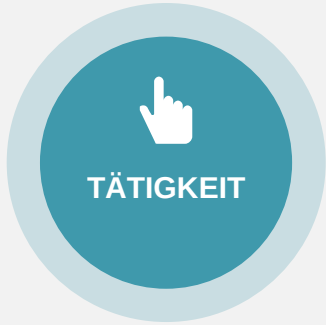
Alexander Arnold
Tel: 089.6 14 66 08 0
alexander.arnold@projectm.de

PROJECT M GmbH
Steinhöft 9
20459 Hamburg



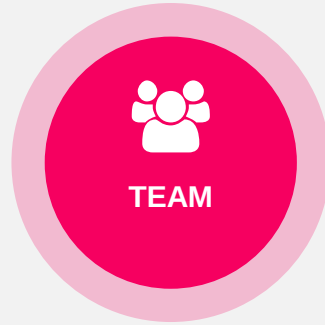
PROJECT^M

GRÜNDUNGSJAHR: 1998 · **GESCHÄFTSFÜHRUNG:** Dipl.-Kaufm. Cornelius Obier
Mitglieder der Geschäftsführung: Detlef Jarosch, Peter C. Kowalsky



CONSULTING

für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft: Strategie- und Markenmanagement, Organisationsentwicklung, Infrastrukturentwicklung, Marktforschung und Analyse, Gesundheitstourismus



INTERDISZIPLINÄR

mit über 25 festen und 12 freien Mitarbeitenden in einem praxisorientiertem Team (Betriebswirt:innen, Tourismusfachleute, Marktforscher:innen, Stadt- und Regionalplaner:innen, Architekt:innen...)



STARKE BASIS

Wissenschaftliche Verankerung über die Wissenschaftliche Leitung:
Prof. Dr. Heinz-Dieter Quack



STANDORTE

Hamburg
München



Disclaimer

Sämtliche von PROJECT M erarbeiteten Konzepte und sonstige Werke und damit auch sämtliche Nutzungsrechte erbrachter Leistungen bleiben bis zur Abnahme und Honorierung durch den Auftraggeber Eigentum von PROJECT M. Weitergabe und Vervielfältigung (auch auszugsweise) sind bis dahin lediglich mit schriftlicher Einwilligung von PROJECT M zulässig.

Soweit Fotos, Grafiken u.a. Abbildungen zu Layoutzwecken oder als Platzhalter verwendet wurden, für die keine Nutzungsrechte für einen öffentlichen Gebrauch vorliegen, kann jede Wiedergabe, Vervielfältigung oder gar Veröffentlichung Ansprüche der Rechteinhaber auslösen.

Wer diese Unterlage – ganz oder teilweise – in welcher Form auch immer weitergibt, vervielfältigt oder veröffentlicht, übernimmt das volle Haftungsrisiko gegenüber den Inhabern der Rechte, stellt die PROJECT M GmbH von allen Ansprüchen Dritter frei und trägt die Kosten der ggf. notwendigen Abwehr von solchen Ansprüchen durch die PROJECT M GmbH.