

Tourismusstrategie Naumburg (Saale)

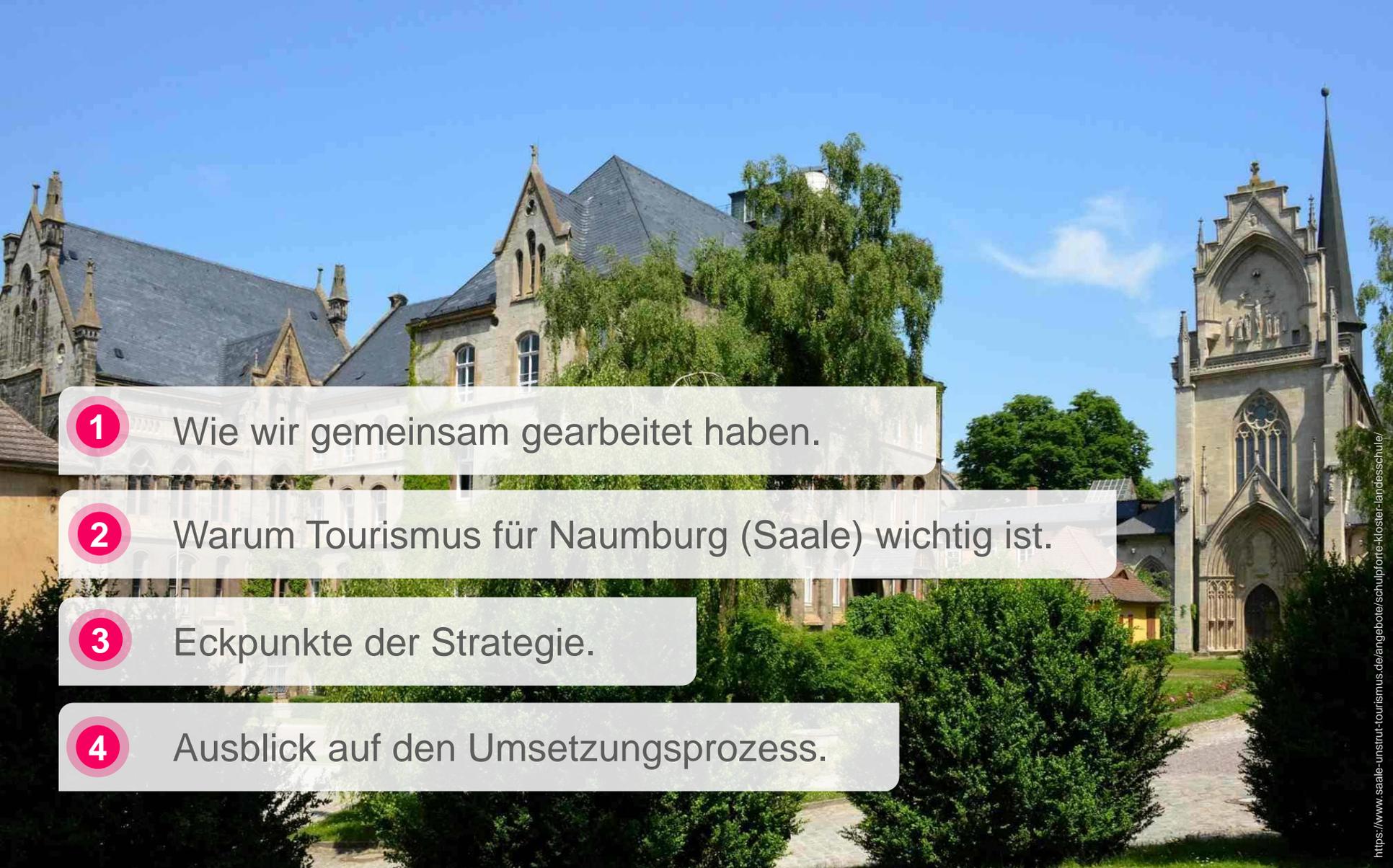
- Entwurf Oktober 2021 -

Ortschaftsrat Bad Kösen
05. Oktober 2021

PROJECT M | Maik Zießnitz

PROJECT 





1 Wie wir gemeinsam gearbeitet haben.

2 Warum Tourismus für Naumburg (Saale) wichtig ist.

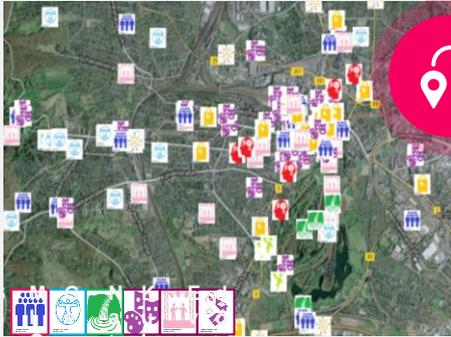
3 Eckpunkte der Strategie.

4 Ausblick auf den Umsetzungsprozess.

**Wie wir
gearbeitet haben.**

Über 20 Jahre intensivste Tourismuserfahrung & -beratung. **PROJECT^M**

DESTINATIONSENTWICKLUNG & -MARKETING



MARKTFORSCHUNG & ANALYSE



GESUNDHEITS- & MEDIZINTOURISMUS



Quelle

INFRASTRUKTURENTWICKLUNG & MASTERPLÄNE



Unternehmen:

- Seit 1998 im Tourismus
- über 2.300 Beratungsprojekte in Deutschland und BeNeLux

Team Naumburg (Saale):



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



Es wurden zwei Online-Befragungen durchgeführt, um die Perspektive der Bevölkerung und der Touristik in den Prozess mit einzubeziehen.

	BewohnerInnen	Touristische Akteure
 Methode	Online-Befragung	Online-Befragung
 Zielgruppe	BewohnerInnen der Stadt Naumburg (Saale)	Akteure aus den touristischen Strukturen und den tourismusnahen Bereichen aus Stadt und Region Naumburg
 Anzahl Befragte	301	111
 Laufzeit	11.-31. Januar 2021	11. Januar – 05. Februar 2021
 Verbreitung	Stadt Naumburg (Website, Social Media), lokale Medien	Stadt Naumburg
 Themenschwerpunkte	<ul style="list-style-type: none">▪ Touristisches Potenzial von Naumburg▪ Tourismusakzeptanz und Tourismusbewusstsein▪ Befragtenstruktur	<ul style="list-style-type: none">▪ Touristisches Produkt und Reisemotive▪ Image und Marketing▪ Nachfrage und Gästestruktur▪ Zusammenarbeitsstrukturen

Die Ergebnisse der Befragungen wurden in drei Expertengruppen aus verschiedenen Perspektiven vertieft und erweitert.

Gruppe Hotellerie / Gastronomie / Leistungsträger

24. Februar 2021

- Camping an der Rudelsburg
- Campingplatz Blütengrund
- Center Hotel Kaiserhof
- CK Domstadt-Hotels
- Euroville
- Felsenkeller
- Ferienwohnungen
- Fischhaus
- Gasthof Zufriedenheit
- Hotel Sonnekalb
- Jugendherberge
- Mutiger Ritter / Kösener
Spielzeug
- Villa Ilske
- Weingut Zahn

Gruppe Tourismusmanagement / Stadtentwicklung

26. Februar 2021

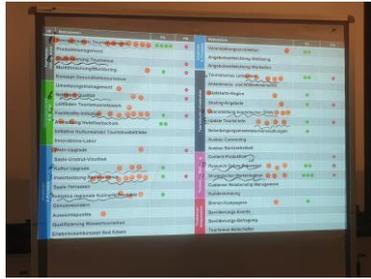
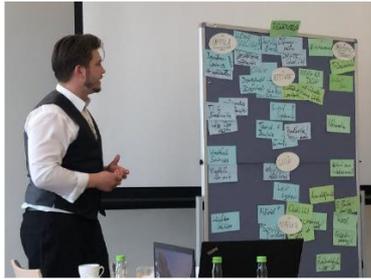
- Burgenlandkreis /
Wirtschaftsamt
- Bürgerverein Naumburg
- Heimatverein Bad Kösen
- Förderverein Welterbe
- PVG Burgenlandkreis
- Stadt Naumburg / Stadtplanung
- Stadt Naumburg / Museen
- Saale-Unstrut-Tourismus
- Stiftung Schulpforta
- The Black House
- Vereinigte Domstifter

Gruppe Gesundheit / Kur

12. März 2021

- bulabana
- Burgenlandklinik
- Driving Range Naumburg
- Euroville-Fitness
- feel pilates
- kösalina
- Kur- und
Fremdenverkehrsverein BK
- MEDIAN Kliniken
- Vital Lounge

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 Beherbergungsbetrieben



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
Ortschaftsrat Bad Kösen | Tourismusstrategie Naumburg (Saale) | © PROJECT M 2021

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



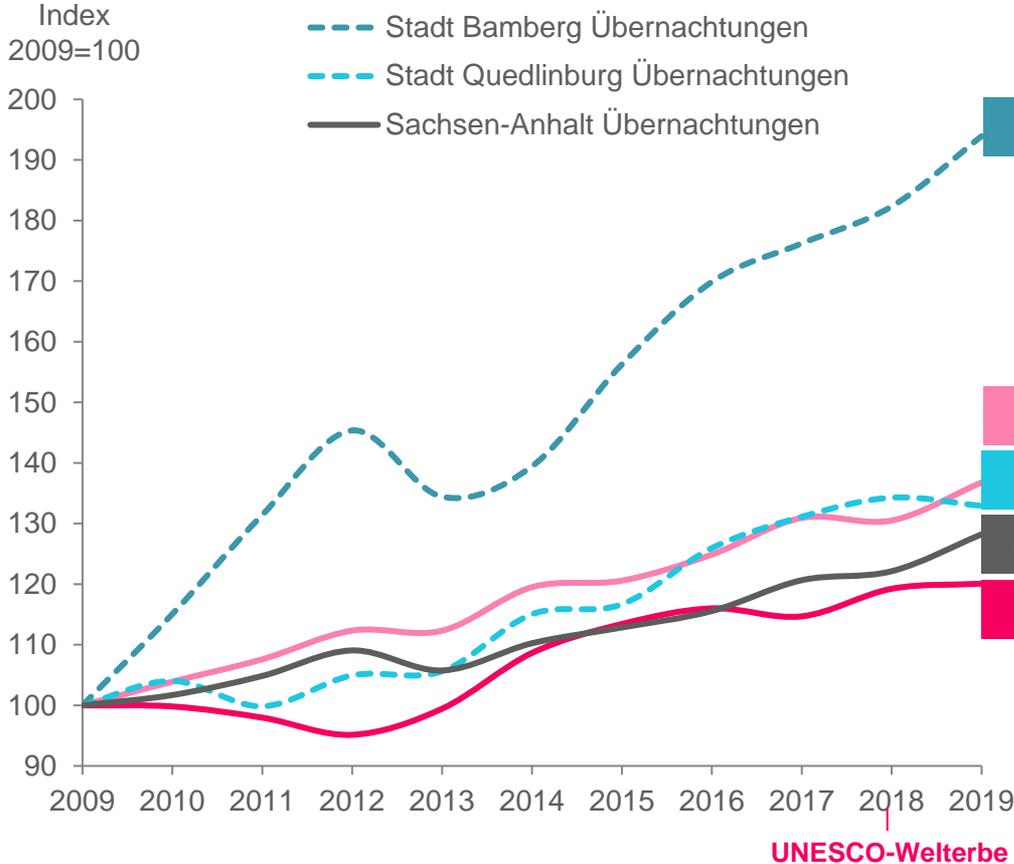
Wirtschaftsfaktor | Lebensqualität | Image



Eckpunkte der Strategie.

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

- Stadt Naumburg (Saale) Übernachtungen
- Region Saale-Unstrut Übernachtungen
- - - Stadt Bamberg Übernachtungen
- - - Stadt Quedlinburg Übernachtungen
- Sachsen-Anhalt Übernachtungen



Übernachtungsentwicklung 2009-2019¹

	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)

Schwächen

kaum internationale Gäste

Leerstände und Sanierungsbedarf
außerhalb der Zentren

fehlende

Sharing-Angebote (Mobilität) wenig

Fachkräftemangel

Neueröffnungen/Hotels

**Qualitätsdefizite/Mangel an
hochwertiger Gastronomie**

Angebot wenig teilw. wenig modern inszeniert

Kurarchitektur Brüche bei Wegeinfrastruktur

Angebot unzureichend verknüpft

**kein überregionales Profil &
Image/Erlebnisversprechen**

zu wenig Budget/Personal für Tourismus

**Tourismusmarketing nicht
zeitgemäß/wenig online**

geringe Binnennachfrage

Stärken

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

Tourismusakzeptanz

Starke Familienbetriebe

gute Qualitäts-
bewertung der
Beherbergung

**Historische Highlights
(Burgen, Schulpforta, etc.)**

Soleheilbad Bad Kösen

**UNESCO-
Welterbe**

**Authentische
Weinkultur**

**Naumburger
Dom**

Präsenz im
Landesmarketing

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

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

Mission für den Tourismus in Naumburg (Saale)

Der Tourismus in Naumburg (Saale) ist wichtigster Botschafter und Imagerträger 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

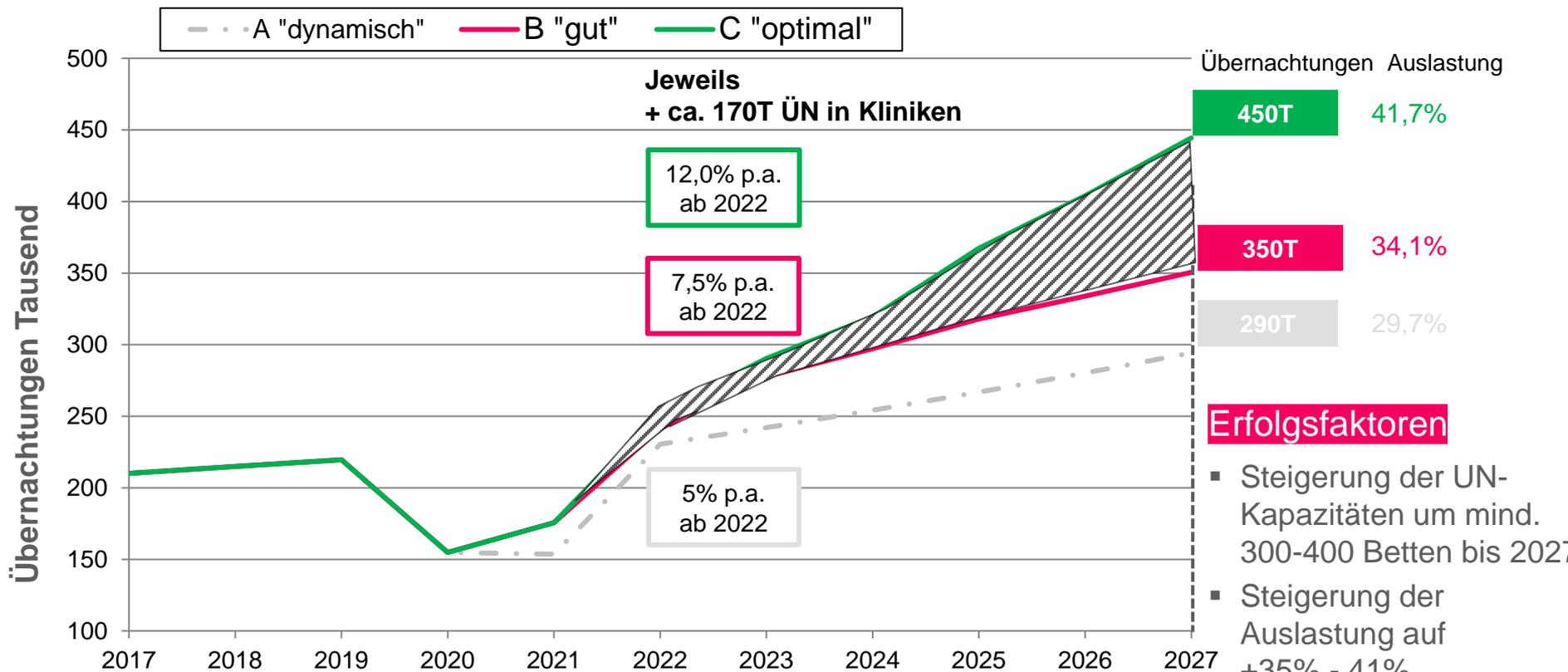
Ziel 1: Tourismus als wertschöpfungsstarke Leitbranche entwickeln



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.



Hinweis: Die dargestellten Szenarien bilden einen Zielkorridor ab, welcher nur bei stringenter Umsetzung der Strategie und der darin definierten Maßnahmen erreicht werden kann.

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

*Kloster Schulpforta, 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**



Erhebung, Evaluierung und Verdichtung von über 100 Ideen / Ansätzen auf
~40 konkrete Maßnahmen und 12 impulsgebende Schlüsselprojekte.

über 100 Ansätze
eingebracht durch
tourist. Akteure
Und die Bevölkerung

verdichtet zu
~ 40 Maßnahmen

14 Schlüsselprojekte



Einbindung der touristischen Akteure über

- Online-Befragung Tourismusnetzwerk (Februar 2021)
- Online-Befragung Bevölkerung (Februar 2021)
- Experten-Gruppen (Februar/März 2021)
- Fachgremium #2 (April 2021)
- Fachgremium #3 (Juni 2021)
- Fachgremium #4 (September 2021)

Am 16.09.2021 durch das Fachgremium beschlossene Schlüsselprojekte.

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

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

Kommende Schritte



Nächste Termine

	Wann
Sitzung Ausschuss für Wirtschaft und Tourismus	12.10.21
Sozial- und Kulturausschuss	19.10.21
Gemeinderat	03.11.21



Weitere Meilensteine

Bis Dez. 2021	Textliche Ausarbeitung Strategie
1 Q. 2022	Politischer Beschluss
...	Auftakt und Fortführung Fachbeirat

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.corona-navigator.de



www.kompetenzzentrum-tourismus.de



www.destinationquality.de



www.gesundheit-tourismus-blog.com



[PROJECTM.Tourismusinnovation](https://www.facebook.com/PROJECTM.Tourismusinnovation)



www.xing.com/companies/projectmgmbh



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
Gurlittstraße 29
20099 Hamburg



PROJECT^M

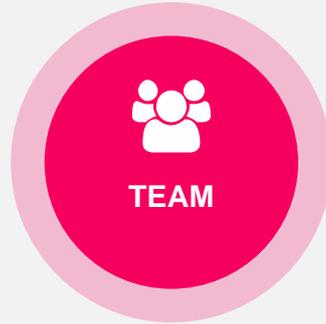
GRÜNDUNGSJAHR: 1998 · **GESCHÄFTSFÜHRUNG:** Dipl.-Kaufm. Cornelius Obier
Mitglieder der Geschäftsführung: Detlef Jarosch, Peter C. Kowalsky



TÄTIGKEIT

CONSULTING

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



TEAM

INTERDISZIPLINÄR

mit über 20 festen und 12 freien Mitarbeitern in einem praxisorientiertem Team (Betriebswirte, Touristiker, Marktforscher, Stadt- und Regionalplaner, Architekten...)



WISSEN

STARKE BASIS

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



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.