



*Herzlich Willkommen
bei uns in Sachsen-Anhalt*

18 THESEN FÜR DIE ZUKUNFT DES TOURISMUS IN SACHSEN-ANHALT



CDU



VORWORT

Sehr geehrte Damen und Herren,

der Tourismus in Sachsen-Anhalt hat sich zu einer Erfolgsgeschichte und zu einem wichtigen Wirtschaftsfaktor für das Land entwickelt. Mittlerweile erwirtschaften fast 50.000 Beschäftigte gut 3,8 Prozent des hiesigen Bruttoinlandsproduktes. Erstmals konnte im Jahr 2012 die Zahl von sieben Millionen Gästeübernachtungen erreicht werden. Im Jahr 2014 setzte sich diese Entwicklung mit einem weiteren Anstieg auf über 7,4 Millionen Übernachtungen fort. Dennoch muss man selbstkritisch erwähnen, dass Sachsen-Anhalt trotz enormer Anstrengungen und einer soliden Entwicklung seiner touristischen Aktivitäten weiterhin im hinteren Drittel der Bundesländer und noch weit unter dem Bundesdurchschnitt liegt. Das vorliegende Papier soll sich nicht unkritisch in die Reihe vielfältiger Konzepte, Leitlinien und Forderungskataloge in Sachsen-Anhalt einreihen. Festzustellen ist jedoch, dass der Tourismus in der politischen Diskussion selten über einen Nischenstatus hinaus kam.

Lassen Sie uns an dieser Stelle auch allen danken, die sich in den zurückliegenden Jahren für die Entwicklung der Branche



André Schröder Mdl
Fraktionsvorsitzender



Ulrich Thomas Mdl
Vorsitzender der Arbeitsgruppe
Wissenschaft und Wirtschaft



Lars-Jörn Zimmer Mdl
Tourismuspolitischer Sprecher

in Sachsen-Anhalt eingesetzt haben. Die Startbedingungen des Tourismus sind heute besser denn je. Egal, ob familiär geprägte Unternehmen, Politik, Kommunen und Regionen, Verbände, Kammern oder Vereine – sie alle haben an einem Strang gezogen und alle haben ihren Beitrag für die erfolgreiche Entwicklung geleistet. Dennoch zwingt uns der Wettbewerb dazu, neue innovative Wege zu beschreiten und unser eigenes touristisches Profil weiterzuentwickeln. Sachsen-Anhalts Tourismus ist kein Selbstläufer, er ist eine Herausforderung für die Zukunft! In diesem Zusammenhang wird die CDU-Landtagsfraktion den künftigen Entwicklungsprozess begleiten und voranbringen. Unsere Vorstellungen dazu finden Sie in diesem Papier und wir freuen uns schon heute auf interessante Vorschläge und Diskussionen mit Ihnen.

Es grüßen Sie herzlich

André Schröder Mdl

Vorsitzender der CDU-Fraktion
im Landtag von Sachsen-Anhalt

Ulrich Thomas Mdl

Vorsitzender der Arbeitsgruppe
Wissenschaft und Wirtschaft
im Landtag von Sachsen-Anhalt

Lars-Jörn Zimmer Mdl

Tourismuspolitischer Sprecher
der CDU-Fraktion im Landtag
von Sachsen-Anhalt

INHALT

Vorwort.....	1	9. Energie und Gebühren – Wettbewerbsfähige Preise	21
Einleitung – Unsere Vision	3	10. Energiewende – Schützt unsere historischen Städte und Landschaften	22
1. Tourismusprofil – Markenzeichen für das Land Sachsen-Anhalt	5	11. Luther in Sachsen-Anhalt – Beginn der Reformation und Aufklärung	25
2. Wirtschaftsfaktor – Tourismus als Beschäftigungs- und Ausbildungsmotor	6	12. Konzentration – Touristische Leuchttürme weiter stärken	26
3. Marketing – Standort Sachsen-Anhalt stärken	8	13. Wettbewerb – Vorfahrt für private Unternehmen	29
4. Infrastruktur – Basis für den Tourismus in Sachsen-Anhalt	10	14. Trends und Innovationen – Entwicklungen erkennen, neue Standards setzen	30
5. Harzer Schmalspurbahnen – Technisches Denkmal und touristischer Anziehungspunkt	13	15. Professionalität – Freundlichkeit als Produktmerkmal	31
6. Nachhaltigkeit – Umwelt und Klimaschutz als Qualitätsmerkmale	14	16. Rahmenbedingungen – Forderungen an EU, Bund und Land	32
7. Moderner Tourismus – Die Menschen mitnehmen	17	17. Förderpolitik – Tourismusregionen im Blick behalten	35
8. Geschichte – Herkunft nutzen, Zukunft gestalten	18	18. Weltoffenes Sachsen-Anhalt – Herzlich Willkommen bei uns	36

EINLEITUNG – UNSERE VISION

Sachsen-Anhalts Tourismus hat sich positiv entwickelt. Diese Entwicklung muss weitergeführt werden. Wir wollen bis zur Mitte dieses Jahrzehnts die Übernachtungszahl dauerhaft mit über sieben Millionen Gästeübernachtungen sichern.

Damit dieses Ziel erreicht werden kann, muss sich Sachsen-Anhalt auf seine Stärken besinnen. Das Land hat eine kulturelle Tradition, die ihresgleichen sucht! Wir wollen nicht mit Mecklenburg-Vorpommern, Bayern oder Tirol konkurrieren – wir wollen eigenständige und unverwechselbare Tourismusmarken für Sachsen-Anhalt!

Die CDU-Landtagsfraktion setzt auf eine Vorwärts-Strategie, basierend auf Dynamik und der Konzentration auf wesentliche Kernpunkte.

Dazu verfolgen wir Strategien:

- für eine höhere Wertschöpfung und damit verbundenerem Steueraufkommen,
- für den Erhalt und die Schaffung neuer Arbeitsplätze im Tourismus,
- für eine nachhaltige Entwicklung ohne wirtschaftliche Benachteiligungen,
- für neue Angebote, Innovationen und Produkte,
- für mehr Service und Kundenfreundlichkeit,
- die die Stärken im Tourismus nutzen, um sich auf Kernpunkte zu konzentrieren,
- die das Image von Sachsen-Anhalt weiter verbessern, um die Abwanderung junger Menschen einzudämmen und um neue Investitionen und neue Arbeitsplätze zu schaffen,
- für eine Wertschöpfungskette in strukturschwachen Regionen,
- für mehr Eigenkapital der touristischen Betriebe, um unabhängig von Dauer-Transferleistungen zu werden,
- für eine neue touristische Aufbruchsstimmung, die neugierig macht und Interesse bei Investoren und Gästen über die Landesgrenzen hinaus weckt,
- die auf Stolz, Erfahrung und Selbstbewusstsein setzen und
- für eine Willkommenskultur mit dem Ziel, breite Bevölkerungsgruppen als Fremdenführer zu gewinnen und die eigenen Gäste als Werbebotschafter einzusetzen.



1. TOURISMUSPROFIL – MARKENZEICHEN FÜR DAS LAND SACHSEN-ANHALT

Sachsen-Anhalt braucht ein klares und unverwechselbares Profil. Nach Jahren der Stagnation und „Jammerei“ ist das Land seit dem Regierungswechsel im Jahr 2002 wieder auf Wachstumskurs. Das wichtigste politische Ziel muss aus dem Anspruch resultieren, Sachsen-Anhalt wieder zu dem führenden Wirtschaftsstandort in den neuen Bundesländern zu machen. Dies setzt eine weiterhin verlässliche und kontinuierliche Landespolitik unter Führung der CDU voraus. Erfolg und Attraktivität eines Bundeslandes werden in hohem Maße durch ein vertrauensvolles Klima zwischen Wirtschaft und Politik bestimmt. Sachsen-Anhalt verfügt einschließlich des Tourismus über eine außerordentlich ermutigende wirtschaftliche Entwicklung. Diese Potenziale müssen noch stärker zu einem Markenzeichen entwickelt werden.

Wir wollen den Tourismus stärken:

- Tourismus ist Standort- und Investorenwerbung
- Sicherung der UNESCO-Standards
- UNESCO-Titel als Anziehungsmerkmal für Kulturtouristen stärker nutzen
- Weitere Profilierung von Themen und Regionen
- Frühzeitige Prüfung von touristischen Großprojekten auf Verträglichkeit und Nachhaltigkeit
- Verständigung auf einen Verhaltenskodex der politischen Parteien, um überschaubare Probleme nicht zum Nachteil des Landes zu skandalisieren
- Festschreibung des Tourismus als Teil der Landesplanung
- Maßvoller Einsatz von Evaluationen und Umstrukturierungen erst nach entsprechenden Bewährungszeiträumen
- Evaluierung und Weiterentwicklung der Straße der Romanik, incl. Transromanica, als bekannteste Markensäulen zu zentralen Kompetenzrouten für das Thema Mittelalter
- Bewerbung der Himmelscheibe von Nebra als weltweit einmaliges Kulturgut und verstärkte Einbindung in die Markensäule Himmelswege

2. WIRTSCHAFTSFAKTOR – TOURISMUS ALS BESCHÄFTIGUNGS- UND AUSBILDUNGSMOTOR

Der Tourismus ist einer der bedeutendsten Beschäftigungssektoren in Sachsen-Anhalt. Fast 50.000 Arbeitsverhältnisse sind hierzulande direkt vom Tourismus abhängig. Rechnet man die tourismusnahen Bereiche hinzu, so ergeben sich in Sachsen-Anhalt schon jetzt ca. 80.000 Arbeitsplätze, die unmittelbar von der künftigen touristischen Entwicklung beeinflusst werden. Der Tourismus ist Arbeitgeber und Einnahmequelle für viele Familienunternehmen und er ist vielerorts die wichtigste Beschäftigungsmöglichkeit in strukturschwachen Regionen. Für viele gering qualifizierte und langzeitarbeitslose Arbeitnehmer bietet die Branche oft die einzige Möglichkeit, über Zeit- und Saisonarbeitsverhältnisse einen Teil des Lebensunterhalts durch der eigenen Hände Arbeit zu verdienen. Vor diesem Hintergrund ist es besonders wichtig, den bestehenden und mühsam gewachsenen Arbeitsmarkt vor zu hohen Forderungen zu schützen. Eine Verbesserung der Lohnstrukturen kann dauerhaft nur über eine deutliche Verbesserung der Wertschöpfung in den touristischen Unternehmen gelingen. Die CDU-Landtagsfraktion ist daher für eine wettbewerbsorientierte Lohnpolitik.

Wir wollen den Tourismus stärken:

- Stärkung touristischer Ausbildungsberufe in Berufsschulen
- Beförderung der beruflichen Aus- und Weiterbildung in Zusammenarbeit mit den Verbänden, den IHKn, der Bundesagentur für Arbeit und des Landes Sachsen-Anhalt
- Evaluierung von touristischen Beschäftigungsmaßnahmen für ältere und gering qualifizierte Arbeitnehmer
- Faire und wettbewerbsorientierte Lohnpolitik für touristische Betriebe
- Modernisierung und Anpassung der Ausbildungsberufe im Tourismus und in tourismusnahen Branchen

- Enge Abstimmung mit klassischen Tourismusländern wie Mecklenburg-Vorpommern, Bayern oder Baden-Württemberg im Hinblick auf eine Harmonisierung der Ausbildungsberufe sowie Koordinierung einer gemeinsamen Verbundausbildung
- Leiharbeit als wichtige Unterstützung bei saisonalen Schwankungen im Tourismus erhalten
- Wiedereinführung des Saisonarbeitslosengeldes
- Aufhebung Beschäftigungsverbot jugendlicher Auszubildender am Wochenende für touristische Betriebe durch eine Anpassung des § 16 JArbSchG
- Nachwuchsprobleme in der Gastronomie und im Hotelgewerbe offensiv angehen



3. MARKETING – STANDORT SACHSEN-ANHALT STÄRKEN

Marketing und Tourismus sind untrennbar miteinander verbunden. „Tue Gutes und rede darüber“ ist nicht nur eine Binsenweisheit aus der Werbebranche. In der Tat erfordert der zunehmende europaweite Konkurrenzdruck auf die Tourismusregionen neue Methoden des Marketings und der Markterschließung. Immer anspruchsvoller werdende Kunden, immer älter werdende Gäste mit eigenen Bedürfnissen und Urlaubs-Verhaltensweisen sowie das verstärkte Auftreten künstlicher Anziehungsfaktoren fordern nach neuen Angeboten und Alleinstellungsmerkmalen für Sachsen-Anhalt. Dabei muss eine Konzentration auf die Bereiche Produktpolitik, Preispolitik, Distributionspolitik, Kommunikationspolitik und Servicepolitik im Fokus der Aktivitäten stehen. Modernes Marketing muss als strategischer Ansatz verstanden werden, das institutionell gut ausgeprägt ist, alle Instrumente einsetzt und diese optimal kombiniert.



Wir wollen den Tourismus stärken:

- Enger Kontakt zu Unternehmen mit dem Ziel, durch Meetings, Veranstaltungen und Messen Aufmerksamkeit für Sachsen-Anhalt zu erzeugen
 - Bündelung zahlreicher regionaler Initiativen und Einbindung in Markensäulen bzw. touristische Gesamtprojekte
 - Mitwirkung an den wichtigen nationalen und internationalen Einkäufermessen der Branche
 - Evaluierung bestehender Maßnahmen des Web-Tourismus und weiterer Aufbau sogenannter Web 2.0-Plattformen
 - Schaffung länderübergreifender, vernetzter Angebote, wie z. B. Harz-Card
 - Stärkere Zentralisierung der Marketingaufgaben und finanzielle Absicherung von IMG und Landestourismusverband
- „Willkommen-Dauerkampagne“ auf Großflächen in Sachsen-Anhalt (Themenbeispiele: Frühaufsteher, Land der Ideen, Investitionsstandort, Kernland deutscher und europäischer Geschichte, Mitteldeutschland)
 - Länderübergreifende Vermarktung von touristischen Regionen, wie dem Harz als Ganzes
 - Verstärkte Kooperation zwischen Wirtschaft und Tourismus mit dem Ziel, auf Produkten Sympathiewerbung für Sachsen-Anhalt zu platzieren
 - Nutzung der Kulturabteilungen des Auswärtigen Amtes der Bundesrepublik in Form von Wanderausstellungen, Vorträgen und Informationsveranstaltungen
 - Anpassung an neue Informationstechniken (iPhone, iPad) und Schaffung von neuen Marketinginstrumenten, wie Regional- Apps oder animierten Clips (Beispiel Altmark-App, Landes-App)

4. INFRASTRUKTUR – BASIS FÜR DEN TOURISMUS IN SACHSEN-ANHALT

Sachsen-Anhalt verfügt, im Herzen Europas gelegen, über eine erstklassige Infrastruktur. Diese ermöglicht es Gästen und Besuchern, das Bundesland bequem, zuverlässig und schnell zu erreichen. Ein ausgedehntes Autobahnnetz, gut ausgebauten Fernstraßen, die Nähe zu internationalen Flughäfen sowie ein dichtes Eisenbahnnetz sorgen dafür, dass Sachsen-Anhalt als Tourismusstandort immer attraktiver wird. Eine gute Infrastruktur und Erreichbarkeit müssen als Grundvoraussetzung für künftige Erfolge in der touristischen Entwicklung verstanden werden! Es gilt daher, die bestehenden Verkehrsnetze zu optimieren und weiter auszubauen. Für die CDU-Landtagsfraktion haben bei diesen Optimierungsprozessen auch ökologische Belange und Anliegen von Menschen mit Beeinträchtigungen einen hohen Stellenwert.

Wir wollen den Tourismus stärken:

- Schaffung von attraktiven Bahnangeboten in die touristischen Zentren
- gesicherte Mitnahme von Fahrrädern in Zügen und Bussen

- Verbesserung der regionalen Netzvertaktung, vor allem in Tourismuszentren
- Umsetzung vernetzter Verkehrskonzepte und kundenorientierte Fahrpläne
- Ausbau des Radwegenetzes im Rahmen des Landesradverkehrswegekonzeptes
- Verbesserung der Beschilderung und dauerhafte Erhaltung von Radwegen
- Gewährleistung einer barrierefreien Infrastruktur, insbesondere im unmittelbaren Umfeld touristisch bedeutsamer Sehenswürdigkeiten
- Schaffung und Erhalt attraktiver und kostengünstiger Nahverkehrstickets (Schönes Wochenende, Schüler-Ferien-Ticket)
- Beibehaltung der kostenfreien Mitnahme von Fahrrädern in Nahverkehrszügen der Deutschen Bahn AG
- Schienenfernverkehr als Direktverbindung von Magdeburg in die Metropolen sicherstellen





5. HARZER SCHMALSPURBAHN – TRADITIONSPFLEGE UND TOURISTISCHER ANZIEHUNGSPUNKT

Die Faszination technischer Denkmale ist seit Generationen ungebrochen. Es ist der Kontrast zwischen der aktuellen Moderne und der konservierten Vergangenheit, die immer wieder begeistert. Sachsen-Anhalt verfügt über zahlreiche technische Denkmale. Eines davon ist die Harzer Schmalspurbahn (HSB), die jährlich nicht nur die 1,2 Millionen Fahrgäste in ihren Bann zieht, sondern mit 140 km Gesamtlänge zu den größten zusammenhängenden Schmalspurbahnnetzen Europas gehört. Nach einer Studie der Fachhochschule Harz liegt allein der Wert dieser touristischen Wertschöpfung bei 37 Millionen Euro im Jahr. Trotz dieser Zahlen und trotz steigendem Fahrgastaufkommen ist der Erhalt der Bahn eine große Herausforderung für das Land und Anteilseigner, weil die touristische Wertschöpfung nicht im direkten Kontext zu den tatsächlichen Kosten der Bahn steht.

Wir wollen den Tourismus stärken:

- Festhalten am Dampfbetrieb
- Das Netz der HSB erhalten und dauerhaft betreiben
- HSB als technisches Denkmal verstehen, Modernisie-

rungen und Rationalisierungen nur in moderater Form und in sicherheitsrelevanten Bereichen

- Entwicklung eines langfristigen Betreiber- und Finanzierungskonzeptes
- Förderung der HSB als touristisches Verkehrsmittel
- Qualitätsverbesserung durch mehr Züge, Schaffung von zusätzlichen Kreuzungsmöglichkeiten auf der Brockenstrecke
- Zukunftssicherung des historischen Dampfbetriebes durch Schaffung eigener Werkstattkapazitäten (Gläserne Werkstatt)
- Finanzielle Unterstützung und Ausgleichszahlungen für langfristige Infrastrukturmaßnahmen
- Augenmaß bei Forderungen an die Barrierefreiheit – es gilt, die historische Substanz der Fahrzeuge zu erhalten
- Landesbevollmächtigter Bahn (LFB) muss in Landeshoheit verbleiben: Zentralisierung durch das Eisenbahnbundesamt (EBA) ist angesichts rückläufiger Fachkompetenzen im Hinblick auf künftige Zulassungsverfahren bei historischen Fahrzeugen zu vermeiden

6. NACHHALTIGKEIT – UMWELT UND KLIMASCHUTZ ALS QUALITÄTSMERKMALE

Angesichts globaler Klima- und Wetterveränderung ist das Thema Nachhaltigkeit zu einer der zentralen Aufgabenstellungen für alle Länderregierungen geworden. Damit steht dieses Thema auch im Gesamtkontext der weiteren touristischen Entwicklung in Sachsen-Anhalt. Den Mittelpunkt der Überlegungen bildet die Erkenntnis, dass es ohne eine intakte Natur auch keine erfolgreiche touristische Entwicklung gibt! Angesichts einer weltweiten Zunahme des Tourismus steht die Branche vor einer ihrer größten Herausforderungen. Dabei gilt es, sämtliche Bereiche, wie die An- und Abreise, die örtliche Reisetätigkeit, die Übernachtung sowie entsprechende regionale Angebote im Gesamtkomplex auf ökologische Nachhaltigkeit zu überprüfen. Dazu müssen neue und innovative Schritte gegangen werden.

Wir wollen den Tourismus stärken:

- Eine intakte Natur ist die Grundlage für einen erfolgreichen Tourismus
- Durchdachter Flächenverbrauch von Landschafts- und Tourismusräumen
- Historische Gebäude und „touristische Wohlfühlräume“ nicht durch Solar- und Windparks gefährden, d. h. keine weitere Flächenausweisung für Windenergieanlagen in touristischen Kern- und Naherholungsgebieten, wie z. B. Harz oder Saale-Unstrut-Region, und eine moderate Anwendung neuer Technologien, wie der Solarenergie in historischen Städten oder an historischen Gebäuden

- Tourismus nicht zu Lasten von Mensch und Natur entwickeln
- Förderung von energiesparenden Maßnahmen von Gaststätten, Kurhäusern und Hotels
- Regionale Initiativen und Vereine eng in die Gestaltung touristischer Räume einbinden (z. B. Wandervereine oder Harzklub)
- Erarbeitung alternativer Nutzungskonzepte für die Karstlandschaft Südharz (Stichwort „sanfter“ Tourismus)
- Enge Kooperation mit Landschafts- und Nationalparks im Hinblick auf die Schaffung von Wander- und Naturlehrpfaden zur Stärkung des Naturverständnisses und der Umweltbildung in der Bevölkerung
- Schutz und Pflege der Wälder
- Enge Einbindung der Landwirtschaft bei der Pflege attraktiver Erholungslandschaften und zur Einkommensverbesserung in strukturschwachen Regionen (Urlaub auf dem Bauernhof)





7. MODERNER TOURISMUS – DIE MENSCHEN MITNEHMEN

Touristische Entwicklung ist für viele strukturschwache Regionen eine der wirtschaftlichen Haupteinnahmequellen. Diesem Umstand geschuldet, fokussiert sich die dortige Regionalentwicklung oft ausschließlich auf die Verbesserung und den weiteren Ausbau der touristischen Infrastruktur. Dies gilt erst recht für jene Regionen und Kommunen, die aufgrund von Sehenswürdigkeiten oder ihrer landschaftlichen Attraktivität zu sogenannten „touristischen Selbstläufern“ gezählt werden. Auch wenn der Tourismus vielerorts saisonal und regional einen erheblichen Anteil auf die örtliche Wertschöpfung hat, darf das tägliche öffentliche Leben nicht ausgeblendet werden. Nachhaltigkeit im Tourismus bedeutet für die CDU-Landtagsfraktion nicht nur einen ressourcenschonenden Umgang mit der Umwelt, sondern auch die Einbeziehung der Menschen, die in den touristischen Regionen leben und arbeiten. Eine überzogene Einschränkung der Lebensräume führt automatisch zu Akzeptanzproblemen gegenüber dem Tourismus, die es zu vermeiden gilt.

Wir wollen den Tourismus stärken:

- Ständiger Dialog mit den Einwohnern
- Transparente Entscheidungen bei touristischen Maßnahmen
- Förderung von Schallschutzmaßnahmen durch die Kommunen
- Kanalisierung von Touristenströmen
- Mehr Park & Ride-Parkplätze an den Stadträndern
- Einbeziehung der Einwohner in die Stadtgestaltung, Bonussysteme für Grünpflege, Bepflanzung sowie für die Fassadengestaltung

8. GESCHICHTE – HERKUNFT NUTZEN, ZUKUNFT GESTALTEN

Es gibt keine Zukunft ohne Herkunft. Zur Identität eines Landes gehört ganz wesentlich das Bewusstsein um die eigene Geschichte. Die Geschichte Mitteldeutschlands fasziniert mit überragenden Persönlichkeiten und sie kennt zudem viele Orte, an denen man Weltgeschichte schrieb und Zeitenwenden markierte. Auch in Sachsen-Anhalt finden wir zahlreiche Traditions- und Herkunftslinien. Die Grundlagen von damals bestimmen uns noch heute - seien es die Anfänge der Trennung von Kirche und Staat, die Gründung erster Universitäten, die Entdeckung der Individualität des Menschen oder der Ursprung demokratischer Rechtssysteme. Diese humanistischen Traditionen waren hierzulande stets mit großen Namen verbunden. Egal ob Nietzsche, Bach, Händel, Telemann, Müntzer oder Luther, sie alle lebten und wirkten in Mitteldeutschland. Wir verstehen Geschichte als Brücke zwischen Vergangenheit und Zukunft. Dies gilt für den Tourismus genauso wie für die wirtschaftliche Entwicklung. Die Geschichte Sachsens-Anhalts ist Alleinstellungsmerkmal und touristischer Anziehungspunkt zugleich! Sie muss stärker denn je für den Tourismus genutzt und weiterentwickelt werden.

Wir wollen den Tourismus stärken:

- Weitere Vernetzung der Lutherstätten mit dem Ziel einer separaten Marketing- und Verwertungsstrategie
- Verknüpfung wissenschaftlicher und touristischer Kooperationsprojekte
- Verstärkte Präsentation von Geschichte und Einmaligkeiten in Sachsen-Anhalt in Form von Erlebniszentren (analog Arche Nebra) und Verknüpfung mit touristischen Markensäulen oder Sehenswürdigkeiten, z. B. Bitterfelder Bernstein
- Intensivere Vermarktung von Persönlichkeiten und Verknüpfungen mit touristischen Themen und Events (z. B. Bach/Händel-Musik, Junkers-Innovation, Eike von Repgow - Sachsenspiegel)



- Nutzung des öffentlich-rechtlichen Fernsehens und Rundfunks im Hinblick auf Informationssendungen zur Geschichte oder zu bedeutenden Persönlichkeiten des Landes Sachsen-Anhalt
- Unterstützung einer zentralen Dauerausstellung zur mitteldeutschen Industriegeschichte
- Nutzung des Internet-Landesportals Sachsen-Anhalt für Informations- und Geschichtsfilm (Downloads für mobile Player)
- Städteverbindungen (Magdeburger Stadtrecht, Hansebund, Rolandstädte) intensiver für den Tourismus nutzen
- Straße der Romanik optimal mit regionalen Themen, wie z. B. die Backsteingotik und den Altmärkischen Hansebund, verbinden



9. ENERGIE UND GEBÜHREN – WETTBEWERBSFÄHIGE PREISE

Der starke Anstieg von Energiepreisen sowie Wasser- und Abwassergebühren ist in den zurückliegenden Jahren zu einem wirtschaftshemmenden Kostenfaktor auch für die Tourismusbranche geworden. Nicht nur das Hotel- und Gaststättengewerbe leidet erheblich unter hohen Energiepreisen, sondern auch tourismusnahe Branchen. Hinzu kommen starke regionale Unterschiede in der Energiepreisstruktur und in der Struktur bei Wasser- und Abwassergebühren, die sich insbesondere in Grenzbereichen zu anderen Bundesländern negativ auf das Kostenverhältnis heimischer Unternehmen auswirken. Die CDU-Landtagsfraktion setzt daher auf einen fairen Wettbewerb und einen Energiemix, der sowohl die Kernenergie als auch die heimische und subventionsfreie Braunkohle beinhaltet.

Wir wollen den Tourismus stärken:

- Wettbewerbsfähige Gas- und Energiepreise
- Förderung von stromsparenden Geräten
- Nutzung alternativer Technologien, wie z. B. Geothermie (z. B. für Heilbäder) und Solartechnik (Dachflächen auf Hotels oder Kurhäusern)
- Unterstützung für die Anschaffung des Energiepasses
- Moderate Wasser- und Abwassergebühren
- Förderung bei der Umstellung auf energieeffiziente Heiztechnik und Wärmedämmung (CO₂-Gebäudeprogramm)
- Entwicklung und Förderung alternativer Antriebssysteme - insbesondere im Individualverkehr als dem Hauptverkehrsträger für den Tourismus, der unter hohen Kraftstoffpreisen leidet
- Förderung von „Energiezapfsäulen“ für E-Autos an Hotels und zentralen touristischen Punkten

10. ENERGIEWENDE – SCHÜTZT UNSERE HISTORISCHEN STÄDTE UND LANDSCHAFTEN

Die Energiewende wird es Deutschland ermöglichen, schon in wenigen Jahrzehnten große Teile seines Stroms aus umwelt- und klimafreundlichen regenerativen Energiearten zu gewinnen. Dennoch darf diese eigentlich positive Entwicklung nicht darüber hinwegtäuschen, dass eine ungehemmte und unstrukturierte Verbreitung von Windrädern, Biomasseanlagen, Dämmplatten und Solarpaneelen zunehmend zu einer ernsthaften Bedrohung für die historischen Städte und für touristisch genutzte Landschaften wird. Deutschlands Städte und Kulturlandschaften sind über die Jahrhunderte gewachsen. Ihr Erhalt ist nicht nur eine große monetäre Herausforderung, sondern es ist die Pflicht einer hoch entwickelten Nation wie Deutschland, diese Kulturgüter für künftige Generationen zu bewahren. Dazu gehört auch, dass das allgemeine Erscheinungsbild nicht durch technische Aberrationen zerstört wird.

Wir wollen den Tourismus stärken:

- Festhalten am Landesentwicklungsplan und an der 1-Prozent-Regelung, unter Beibehaltung der Freiraumstruktur (Vorbehaltsgebiete Tourismus und Erholung), keine Windräder in Tourismusgebieten
- Verstärkter Dialog zwischen kommunalen Spitzenverbänden und Landesregierung zum Schutz von Bauendenkmalen und historischen Innenstädten
- Schnellstmögliche Anpassung der EEG-Subventionen mit dem Ziel, einen weiteren Ausbau von regenerativen Energien nicht über die beschlossenen Ausbauziele (Deckelung des Solarausbaus) hinaus vorzunehmen
- Keine weitere Verschärfung der Denkmalschutzgesetze und Bauordnungen im Hinblick auf die Installation von technischen Anlagen sowie von Dämmstoffen
- Ausweisung von Verbotszonen für Wind-, Solar- und Biomasseanlagen, um Räume für eine touristische Nutzung freizuhalten





11. LUTHER IN SACHSEN-ANHALT – BEGINN DER REFORMATION UND AUFKLÄRUNG

Eines der ambitionierten Ziele der jüngsten Zeit sind die Organisation der Lutherdekade und die Vorbereitungen zum eigentlichen Jubiläumsjahr 2017. Sachsen-Anhalt rückt als authentischer Ort der Reformation und Aufklärung zwangsläufig in den Blickpunkt der Gläubigen und deren Interessengruppen. Die Lutherdekade soll das Wirken Martin Luthers vergegenwärtigen und seine Bedeutung für die Reformation, für die Gesellschaft sowie die Trennung von Staat und Kirche unterstreichen. Für Mitteleuropa und Sachsen-Anhalt bedeutet die kirchliche Zentralstellung im Reformationsjahr eine Herausforderung, aber auch eine große Chance, die es touristisch und marketingmäßig zu nutzen gilt.

Wir wollen den Tourismus stärken:

- Sicherstellung der Finanzierung für das Lutherjahr 2017 und stärkere Fokussierung der Organisation und monetären Ausrichtung auf das Jubiläum
- Bessere Verzahnung der einzelnen Akteure von Bund, Land, Kommunen und der kirchlichen Einrichtungen
- Stärkere Zentralisierung der finanziellen Mittel auf das Jahr 2017
- Evaluierung der aktuellen Konzepte, der Infrastruktur sowie der Gedenkstätten im Hinblick auf die Wirksamkeit, Attraktivität und den zukünftigen Kostenbedarf
- Engere Kooperation und Koordinierung der Lutherstätten
- Schaffung eines zentralen mitteleuropäischen Länderangebots und gemeinsame nationale und internationale Vermarktung
- Stärkere Einbeziehung des Hotelgewerbes, Schaffung eines eigenständigen und einheitlichen Labels „Luther Hotel“ mit festen Standards (z. B. Bibeln auf den Zimmern)
- Kostenloses und weltweites Marketing über geschichtliche Beiträge in Fachzeitschriften, Fernsehen oder Internet
- Schulung von Hotelpersonal zur Geschichte und über das Wirken Martin Luthers
- Herrichtung von öffentlichen Anlagen (Bahnhöfen, Busstationen) an den Lutherorten

12. KONZENTRATION – TOURISTISCHE LEUCHTTÜRME WEITER STÄRKEN

Es ist seit jeher eine alte Weisheit der Wirtschaft, dass man starke Produkte noch stärker macht, um schwache Produkte so weiterzuentwickeln, dass sie irgendwann auch stark werden. Angesichts knapper Finanzen müssen touristische Projekte künftig mehr denn je auf ihre Rentabilität und Rendite geprüft werden. Dies gilt für das Tourismusmarketing, für den künftigen Ausbau der touristischen Infrastruktur, für die Fortentwicklung der Markensäulen und für die touristischen Schwerpunktregionen. Der Tourismus in den neuen Bundesländern wurde in der Vergangenheit oft nach dem Gießkannenprinzip gefördert, da man vielfach über diese Branche versucht hat, artfremde regionale Projekte und Initiativen voranzutreiben. Dies führte in den Bereichen Regionalplanung, Stadtentwicklung und Denkmalschutz durchaus zu positiven Effekten, aber oft auch zu einem diffusen touristischen Erscheinungsbild.

Wir wollen den Tourismus stärken:

- Ausrichtung der Märkte und Konzentration auf wesentliche Schwerpunkte
- Erfolgsanalyse des regionalen und bereichsspezifischen Tourismus unter Wachstumsaspekten
- Fokus der Markensäulen des Landes auf interne Erfolgsprodukte setzen
- Markensäulen und die Rechte an den Markensäulen als Produkt vermarkten
- Erstellung eines Erfolgsregisters für Baudenkmale und Tourismusstandorte zur Steuerung von Marketing und Förderpolitik
- Neuzuschnitt der Tourismusregionen nicht nach Landkreisen und Orten, sondern nach touristischen Schwerpunktregionen

- Intensives Erfolgscontrolling der Markensäulen „Gartenräume“ und „Blaues Band“ mit dem Ziel der Ermittlung ihrer tatsächlichen Wertschöpfung, Evaluierung bereits bestehender Konzepte und Maßnahmen
- Bündelung regionaler Kompetenzen im Landestourismusverband
- Verstärkter Ausbau der Markensäulen „Straße der Romanik“ und „Himmelswege“ sowie der Urlaubs- und Tourismusregion Harz
- Gesamttouristische, gemeinsame Vermarktung des Weltkulturerbes Harz nicht ohne die UNESCO-Welterbestadt Quedlinburg.





13. WETTBEWERB – VORFAHRT FÜR PRIVATE UNTERNEHMEN

Spätestens seit Einführung der sozialen Marktwirtschaft in Deutschland wurde deutlich, dass privates Unternehmertum, Wettbewerb, freier Markt und Leistungsbereitschaft die Schlüssel für Wohlstand und soziale Sicherung sind. „Mehr Privat statt Staat“ propagierte einstmals der Vater von sozialer Marktwirtschaft und deutschem Wirtschaftswunder, Ludwig Erhard. Dieser Ansatz gilt auch für den Tourismus in Sachsen-Anhalt. Gerade in Zeiten einer weltweiten Vernetzung und einer globalisierten Wirtschaft stößt der Staat recht schnell an seine Grenzen und wird so zum „Bremser“. Die Tourismusbranche aber lebt von präzisen, schnellen und flexiblen Entscheidungen im internationalen Wettbewerb. Daher ist es folgerichtig, Aufgaben überall dort zu privatisieren, wo das Land diese Anforderungen nicht erfüllen kann. Staatliche Institutionen haben Lenkungsfunktionen, aber sie sollten weniger als Leistungsanbieter auftreten. Die Rückführung der Staatsquote hat daher für die CDU seit Jahrzehnten höchste Bedeutung.

Wir wollen den Tourismus stärken:

- Verkauf und Vertrieb touristischer Produkte weiter privatisieren
- Förderung des Privatisierungsprozesses der TMG und stärkere Einbindung in privatwirtschaftliche Aktivitäten
- Nutzung etablierter Buchungssysteme (HRS, booking.com usw.)
- Nutzung landestypischen Know-hows bei internationalen Auftritten und Werbung im Ausland
- Kontaktvermittlung über etablierte und professionell agierende Agenturen
- Leistung über international agierende Konzerne wie TUI, Neckermann etc.
- Ausbau unterschiedlichster Vertriebsformen
- Verstärkte Internationalisierung des Marketings durch private Partner
- Beteiligung an internationalen Cash-Card-Projekten
- Trend des Zubaus von Ketten- und Billighotels in B- und C-Lagen entgegnetreten: besserer Service, individualisiertere Angebote bei Bestandshotels

14. TRENDS UND INNOVATIONEN – ENTWICKLUNGEN ERKENNEN, NEUE STANDARDS SETZEN

Der Tourismusmarkt ist in Bewegung. Die alte Formel „Sonne, Strand und Wasser“ gilt nicht mehr uneingeschränkt. Seit langem gewinnt der sogenannte Nischentourismus kontinuierlich Marktanteile. Inzwischen haben sich nicht nur das Reiseverhalten und die Altersstruktur der Touristen verändert, sondern auch deren Anspruchspalette. Es werden immer öfter Zusatzangebote verlangt, die nicht nur bei schlechtem Wetter einen Mehrwert garantieren. Im Tourismusbereich hat inzwischen eine starke Individualisierung stattgefunden. Auch wird weniger lang, aber dafür umso öfter gereist. Der Erfolg der Tourismuswirtschaft wird in Zukunft stärker davon abhängen, neue Trends zu erkennen und zu offerieren, die von den klassischen Angeboten deutlich abweichen. Generell ist den wachsenden Qualitätsansprüchen eine hohe Aufmerksamkeit zu widmen. Die Innovationsfreudigkeit der Branche ist für die künftige touristische Entwicklung Sachsen-Anhalts entscheidend.

Wir wollen den Tourismus stärken:

- Enge Zusammenarbeit mit Trend- und Fachmagazinen mit dem Ziel, neue Entwicklungen schnell zu erkennen

und umzusetzen

- Inlandtourismus auf die Gegebenheiten des demografischen Wandels, des Kaufkraftverhaltens und auf die Veränderungen des Reiseverhaltens anpassen
- Weiterer Ausbau des Kongress-, Event- und Tagungsstandortes Sachsen-Anhalt vor dem Hintergrund des Ausgleichs saisonaler Schwankungen und angeschlossener Privatreisen und der strategischen Lage im Herzen Deutschlands und Europas
- Qualität als wichtiges Entscheidungskriterium erkennen
- Einstellung auf neue Preissegmente
- Fokus auf Generationentourismus (Familien + Großeltern)
- Kulturtourismus weiter ausbauen (historische Klein- und Mittelstädte gewinnen an Bedeutung)
- Profilierung zur Mitteldeutschen Event- und Festivalregion
- Die Familie als Trendsetter nutzen
- Attraktive Angebote für Kinder im Urlaub mit dem Ziel, das Kind ist der wiederkommende Kunde von morgen
- Verbesserung von technischen Standards: Schaffung von kostenlosen Internet-Zugängen in Hotels und Gaststätten im Rahmen der aktuellen rechtlichen Rahmenbedingungen (Siehe auch Punkt 16)

15. PROFESSIONALITÄT – FREUNDLICHKEIT ALS PRODUKTMERKMAL

Freundlichkeit gilt vielen leider immer noch als suspekt. Erzählt man einem Sachsen-Anhalter von der Freundlichkeit in anderen Ländern, folgt oft die abschätzende Bemerkung: „Die wollen doch bloß etwas verkaufen“. Stimmt! Die Empfangsdame in einem Hotel interessiert sich nur am Rande für mein tatsächliches Wohlbefinden, aber ich verlasse das Hotel mit einem guten Gefühl. Warum soll ich mich in meinem wohlverdienten Urlaub nicht verwöhnen lassen? Freundlichkeit und Dienstleistungsbereitschaft sind hierzulande nicht immer vordergründig ausgeprägt. Dies fällt nicht weiter auf, da man sich inzwischen daran gewöhnt hat. Wer jedoch im globalen Wettbewerb der Tourismusstandorte bestehen will, muss sich ein Beispiel an der Corporate Culture, der Unternehmenskultur in anderen Ländern nehmen. Freundlichkeit und Hilfsbereitschaft sind die Basis für einen erfolgreichen Tourismus! Der Kunde ist kein Bittsteller, er ist der König. Diese oberste Maxime gilt es wiederzubeleben, und sie ist als gesamtgesellschaftliche Aufgabe zu verstehen.

Wir wollen den Tourismus stärken:

- Servicequalität als entscheidenden Vorteil im Wettbewerb stärker vermitteln
- Stärkere Vermittlung von Fremdsprachen – Englisch als Pflichtfach in der touristischen Berufsausbildung
- Weiterer Ausbau der Kommunikationsinfrastruktur in Hotels und Pensionen
- Erlernen kultureller Unterschiede als Bestandteil der Ausbildung
- Zuvorkommendes Auftreten gegenüber Touristen an Flughäfen, Bahnhöfen u. ä.
- Freundlichkeit als gesamtgesellschaftliche Aufgabe der Deutschen - wir alle sind Verkäufer unseres Landes
- Sichere und rasche Abfertigung bei der internationalen Einreise (Schengen)
- Mehr zweisprachige Ausschilderungen und Werbekampagnen (Deutsch-Englisch)
- Zuvorkommender Umgang gegenüber Menschen mit Beeinträchtigungen

16. RAHMENBEDINGUNGEN – FORDERUNGEN AN EU, BUND UND LAND

Eine erfolgreiche Tourismuspolitik kann sich nur dann weiterentwickeln, wenn die Rahmenbedingungen stimmen. Der Tourismus in Sachsen-Anhalt steht daher vor großen Herausforderungen. Die Entwicklungen in den benachbarten östlichen EU-Beitrittsländern, die mit erheblichen Fördermitteln touristische Investitionen voranbringen, bedeuten neue, zusätzliche Konkurrenz. Die Internationalisierung erzeugt enormen Wettbewerbsdruck durch weltweit immer neue Anbieter. Preisdumping und eine sich weiter öffnende Preisschere zwischen sehr preisgünstigen sowie hochpreisigen und hochwertigen Angeboten bedrohen vor allem die Existenz kleinerer, familiengeführter Betriebe. Daher ist es von erheblicher Bedeutung für die Tourismusbranche, wie die Rahmenbedingungen durch EU, Bund und Länder gestaltet werden. Kaum ein Wirtschaftszweig reagiert dabei so empfindlich auf übergeordnete Ereignisse. Politische Entscheidungen, hohe Treibstoff- und Energiekosten, eine hohe Inflation oder sinkende Kaufkraft bilden sich stets unmittelbar in der Tourismuswirtschaft ab.

Wir wollen den Tourismus stärken:

- Pauschaltarife für GEMA und weitere Wettbewerbsverbesserung bei GEZ-Gebühren über das sogenannte Hotelprivileg
- Einheitliche bundesweite Standards und Klassifizierungen
- Prüfung eines ermäßigten Mehrwertsteuersatzes in klassischen tourismus- und tourismusnahen Bereichen
- Vorsteuerabzug für Geschäfts- und Kongressreisen sowie für Weiterbildung ermöglichen
- Stärkung der IMG und des Tourismusressorts im Ministerium für Wissenschaft und Wirtschaft vor dem Hintergrund wachsender tourismuspolitischer Aufgaben
- Stärkung des Deutschen Tourismusverbandes und seiner Landesverbände als wichtige Lobbyverbände und Qualitätshüter des Deutschlandtourismus

- Weitere Harmonisierung EU-weiter Rahmenbedingungen im Tourismus, z. B. Haftungs- und Insolvenzfragen für Reiseveranstalter, Umweltauflagen, Sicherheitsbestimmungen oder Wettbewerbsverzerrungen durch Subventionierung einzelner EU-Mitgliedsstaaten
- Bessere Entzerrung der Schulferien im Bereich der Sommerferienregelung, um eine gleichmäßige und höhere Auslastung der wichtigen Ferienregionen zu ermöglichen
- Einbindung und finanzielle Unterstützung der Bundesregierung im Rahmen der Luther-Dekade und des Reformationsjubiläums
- Ein klares Bekenntnis gegen eine Bettensteuer





17. FÖRDERPOLITIK – TOURISMUSREGIONEN IM BLICK BEHALTEN

Die Entwicklung des Tourismus in Sachsen-Anhalt ist eine Erfolgsgeschichte. Obwohl das Land keine klassische Urlaubsregion ist, konnten der Anteil am Gesamtumsatz, die Anzahl der Arbeitsplätze und der Umfang der Gästeübernachtungen stetig ausgebaut werden. Ein Teil des Erfolges ist zweifellos einer nachhaltigen Förderpolitik geschuldet. Diese hat dazu beigetragen, dass Sachsen-Anhalt heute eine zukunftsgerichtete und zukunftsstarke touristische Infrastruktur besitzt, die sich im Vergleich mit anderen Bundesländern messen kann. Von der Verzahnung mit Bundes-, Landes- und Regionalprojekten konnte besonders der Tourismus profitieren. Angesichts knapper werdender Finanzen wird es immer wichtiger, klare Prioritäten zu setzen.

Wir wollen den Tourismus stärken:

- Unterstützung von Spitzengastronomie
- Einführung von touristischen Leitsystemen (elektronisch für Ausstellungen und Museen, verkehrstechnisch für Kommunen und Sehenswürdigkeiten)
- Weitere Stärkung der Investitionsbank als Beraterinstitution für Tourismusprojekte und für touristische Unternehmen
- Förderpolitik im Sinne eines fairen Wettbewerbs gestalten, um fortschreitenden Konzentrationsprozessen in den Bereichen Hotelgewerbe und bei mittelständischen Reiseveranstaltern und Reisebüros entgegenzuwirken
- Unterstützung bei überregionalen Projekten, wie der BUGA 2015 in der Region Havelberg
- Kulturförderung ist auch Tourismusförderung
- Kommunalförderung ist auch Tourismusförderung – Vitalisierung von Innenstädten unterstützen
- Regional- und Kommunalpolitik mit Augenmaß, Entscheidungen bei örtlichen Investitionen trotz knapper Kassen nicht gegen touristische Betriebe vornehmen
- Förderung von Klassifizierungen und Standards, z. B. im Hotel-, Pensions- und Campingbereich
- Zusätzliche Förderung touristischer Projekte über die Vereins- und Stiftungsförderung

18. WELTOFFENES SACHSEN-ANHALT – HERZLICH WILLKOMMEN BEI UNS

Sachsen-Anhalt ist ein weltoffenes, sicheres und tolerantes Bundesland, das alle Gäste zu jeder Zeit herzlich willkommen heißt. Diese Toleranz schöpft das Land rückblickend aus seiner Jahrhunderte alten Geschichte, die durch frühe Zivilisation, eine beeindruckende Kultur und bahnbrechende Innovationen gekennzeichnet ist. Sachsen-Anhalt ist das Land der Reformation, der Musik, der Architektur und der Dichter und Denker. Humanismus, Freiheitsliebe, Wertebewusstsein und Weltoffenheit ziehen sich wie ein roter Faden durch die aufregende Geschichte des Landes. Sie sind bis heute der Maßstab für politisches, gesellschaftliches und wirtschaftliches Handeln. Der Tourismus ist eine der wichtigsten Brücken im Sinne von Völkerverständigung und dem Verständnis der Religionen. Toleranz und Weltoffenheit sind Markenzeichen für Sachsen-Anhalt.

Wir bedanken uns für Ihr Interesse und laden Sie ein, den Entwicklungen und Innovationen der Tourismusbranche in Sachsen-Anhalt am besten persönlich auf den Grund zu gehen.



IMPRESSUM

Herausgeber: André Schröder,
Vorsitzender der CDU-Fraktion im Landtag von Sachsen-Anhalt
Domplatz 6-9 · 39104 Magdeburg
Telefon: 0391 5602016 · Fax: 0391 5602028
E-Mail: presse@cdufraktion.de
www.cdufraktion.de

Stand: März 2015

Bei dieser Broschüre handelt es sich um eine Kurzversion.
Das ausführliche Papier erhalten Sie bei Bedarf auf Nachfrage
über die Pressestelle der Fraktion: presse@cdufraktion.de.

Herstellung: DRUCKHAUS SCHLUTIUS
Halberstädter Straße 37 · 39112 Magdeburg
Telefon: 0391 628570 · Fax: 0391 6285722
E-Mail: info@schlutiuss-magdeburg.de
www.schlutiuss-magdeburg.de

Bilderklärung und -nachweis:

(Umschl. 1) Blick ins Bodetal, Harz © aotearoa | *(Umschl. 2)* Burg Falkenstein, Harz © Uwe Graf |
(S. 4) Bauhaus, Dessau © ArTo | *(S. 7)* Stolberg, Harz © Erik Schumann |
(S. 8) Rathaus, Wemigerode, Harz © UwHoGe | *(S. 11)* Gothisches Haus, Wörlitz © Thomas Maiwald |
(S. 12) Selketalbahn, Harz © Daniel Kühne | *(S. 15)* Rudelsburg, Bad Kösen © autofocus67 |
(S. 16) Rosarium, Sangerhausen © Rosenstadt Sangerhausen GmbH |
(S. 19) Händel-Denkmal, Halle/Saale © ArTo | *(S. 20)* Magdeburger Dom © Uwe Graf |
(S. 23) Kloster Drübeck, Harz © Karina Baumgart | *(S. 24)* Lutherdenkmal, Eisleben © steschem |
(S. 27) Quedlinburg, Harz © anyaiavanova | *(S. 28)* Schloß, Bernburg © Karina Baumgart |
(S. 33) Marktplatz, Wittenberg © ArTo | *(S. 34)* Neuenburg, Freyburg © autofocus67 |
(S. 36) Brocken, Harz © Tatjana Balzer | *(Umschl. 3)* Roland Statue, Stendal © fotobeam.de |
(Umschl. 4) Rathaus, Tangermünde © Markus Dick | *(alle Bilder (außer Seite 16) - fotolia.com)*





CDU-Fraktion im Landtag
von Sachsen-Anhalt

www.cdufraktion.de