

Tourismus 4.0

Systemwechsel für den Tourismus in Sachsen-Anhalt



Ausgangssituation

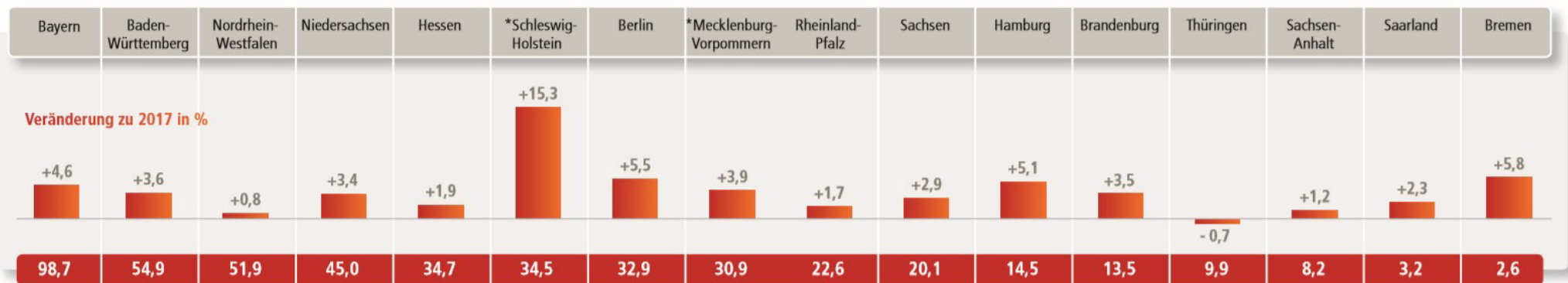




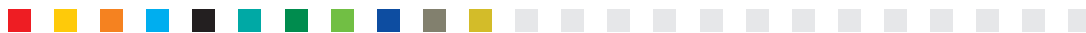
Ausgangssituation

Im Durchschnitt 4 Prozent Zuwachs

Übernachtungen 2018 in Beherbergungsbetrieben ab 10 Betten bzw. Stellplätzen

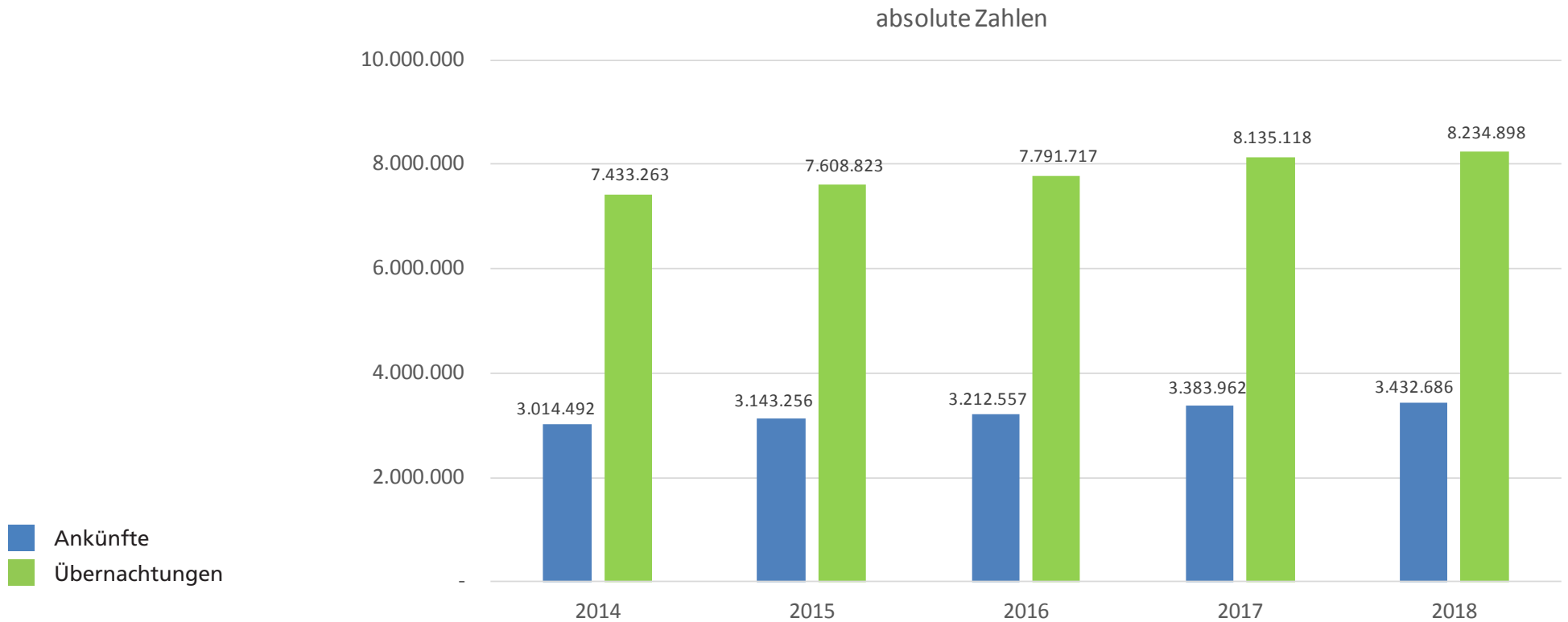


Übernachtungen in Mio.



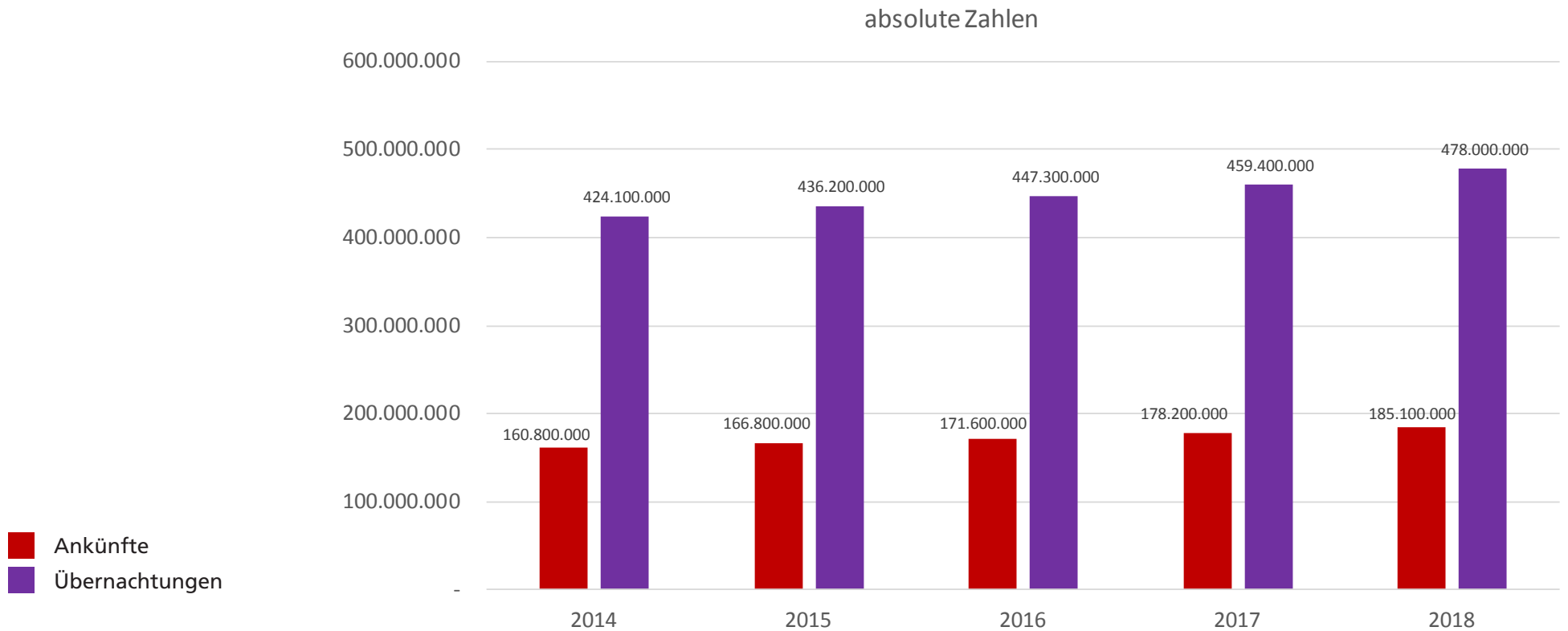
Ausgangssituation

Ankünfte und Übernachtungen in
Sachsen-Anhalt (Bilanz 2018)



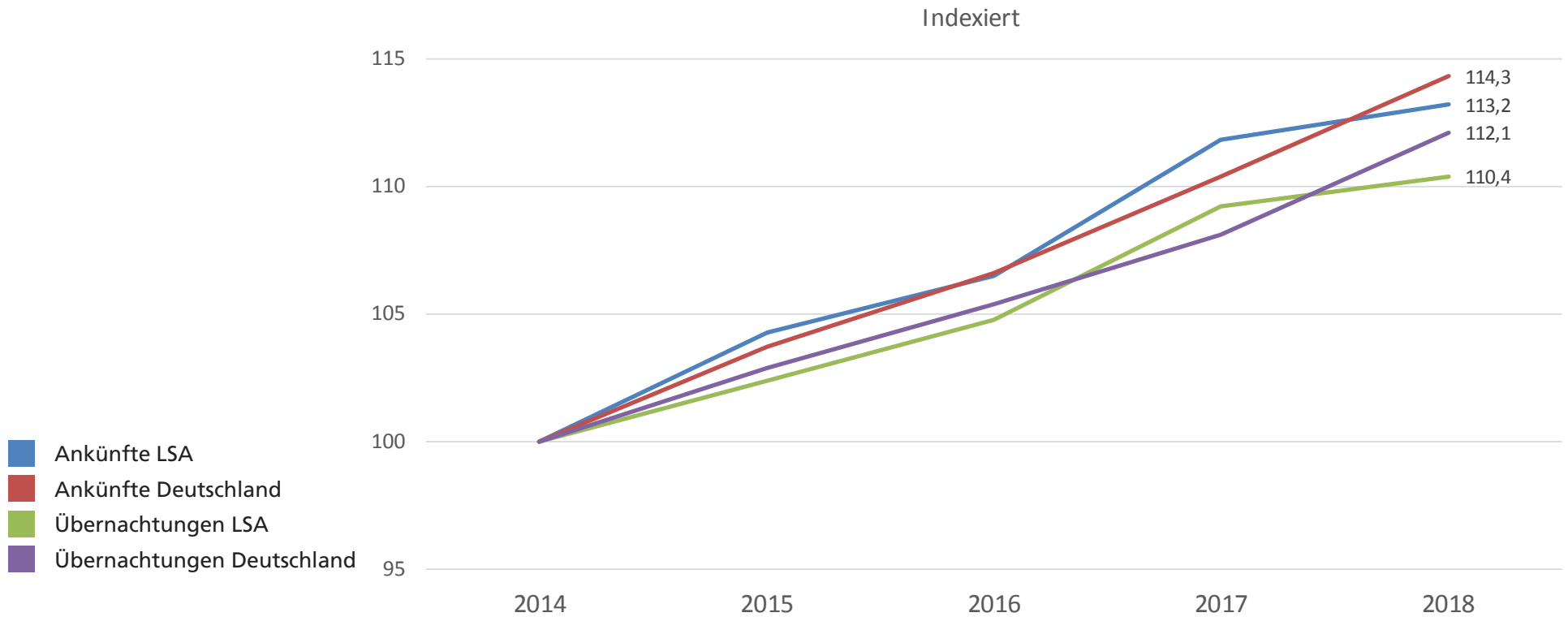
Ausgangssituation

Ankünfte und Übernachtungen in
Deutschland (Bilanz 2018)



Ausgangssituation

Bilanz 2018



Ausgangssituation

Bilanz 2018

Sachsen-Anhalt:

3,43 Mio. Gästeankünfte - Plus 1,4 Prozent gegenüber VJZ

8,23 Mio. Übernachtungen - Plus 1,2 Prozent gegenüber VJZ

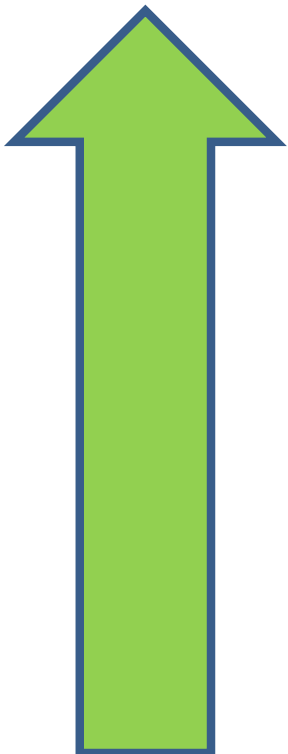
Deutschland:

185 Mio. Gästeankünfte - Plus 4,1 Prozent gegenüber VJZ

477,6 Mio. Übernachtungen - Plus 4,0 Prozent gegenüber VJZ

Ausgangssituation

Bilanz 2018

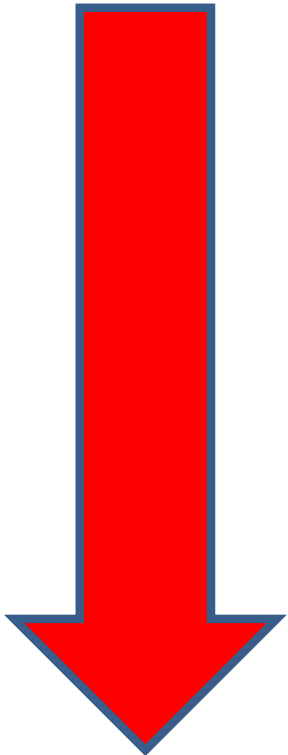


Gewinner:

- Jerichower Land: 155.273 Übernachtungen
Plus 8,7 % gegenüber VJZ
- Anhalt-Bitterfeld: 240.435 Übernachtungen
Plus 6,8 % gegenüber VJZ
- Harz: 2,7 Mio. Übernachtungen
Plus 5,8 % gegenüber VJZ
- Burgenlandkreis: 727.353 Übernachtungen
Plus 4,4 % gegenüber VJZ
- Salzlandkreis: 431.731 Übernachtungen
Plus 3,2 % gegenüber VJZ

Ausgangssituation

Bilanz 2018



Verlierer:

- Wittenberg: 704.767 Übernachtungen
Minus 13 % gegenüber VJZ
- Dessau-Roßlau: 202.800 Übernachtungen
Minus 12,2 % gegenüber VJZ
- Saalekreis: 422.542 Übernachtungen
Minus 10,4 % gegenüber VJZ
- Mansfeld-Südharz: 368.063 Übernachtungen
Minus 1,1 Prozent gegenüber VJZ

Ausgangssituation

Bilanz 2018



Warum ist der Tourismus für Sachsen-Anhalt so wichtig?

- weltweite Wachstumsbranche (Overtourism, Kreuzfahrt, Nachhaltigkeit)
- Querschnittsbranche als Trend- und Impulsgeber
- fördert regionale Wirtschaftskreisläufe und regionale Produkte
- schafft Ausbildungs- und Arbeitsplätze in dünnbesiedelten Regionen
- trägt erheblich zum Steueraufkommen aller staatlichen Ebenen bei
- schafft und erhält Infrastruktur im ländlichen Raum

Tourismus
braucht klare Botschaften.



Neue Synergien



Markensäulen Stärkung als tour. Netzwerke

- Werthaltigkeit der Marke durch Qualität und Werbung steigern
- zielgerichtetes Marketing zur Verbesserung des Markenerfolgs
- gezielte Fortentwicklung von „Straße der Romanik“ und „Elberadweg“
- Konzentration begrenzter finanzieller Mittel zur touristischen Qualitätssteigerung
- Intensivierung der Werbeaktivitäten im In- und Ausland



Zentrales Kompetenzzentrum



Neue Synergien



Leitprodukte Sachsen-Anhalts



Fazit



Tourismus 4.0

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

