

Landeshauptstadt Magdeburg

Stellungnahme der Verwaltung

öffentlich

Stadtamt	Stellungnahme-Nr.	Datum
Team 5	S0359/18	20.12.2018

zum/zur

A0158/18 der Fraktion CDU/FDP/BfM (Stadträte Stern, Heynemann, Rupsch)

Bezeichnung

Tourismuskonzept Herrenkrug

Verteiler

Tag

Der Oberbürgermeister	22.01.2019
Kulturausschuss	20.02.2019
Ausschuss für Wirtschaftsförderung, Tourismus und regionale Entwicklung	28.02.2019
Ausschuss für Bildung, Schule und Sport	05.03.2019
Stadtrat	21.03.2019

Zu dem in der Sitzung des Stadtrates am 06. Dezember 2018 gestellten Antrag, dem Stadtrat bis zum Sommer des Jahres 2019 ein Konzept für die gemeinsame Vermarktung des Herrenkrug-Areals vorzulegen, nimmt die Stadtverwaltung wie folgt Stellung:

In der Begründung des vorliegenden Antrages werden zutreffend die besonderen Qualitäten des Herrenkrug-Areals herausgestellt. Vielfältige Angebote in einer sehr abwechslungsreichen Parklandschaft machen in der Summe die außerordentliche Bedeutung dieses Gebietes für Freizeit, Erholung und Tourismus in Magdeburg aus.

Nach Auffassung der Antragsteller sind jedoch die Angebote der Betreiber der einzelnen Einrichtungen derzeit nur wenig vernetzt. Die Stadt solle deshalb die Betreiber und Verantwortlichen der Einrichtungen an einen Tisch holen und ein Gesamtkonzept für die gemeinsame Vermarktung des Herrenkrug-Areals erarbeiten lassen.

Bevor auf die aktuelle Situation und mögliche Handlungsbedarfe näher eingegangen wird, sei zunächst auf eine frühere Initiative hingewiesen, die gleichfalls das Ziel hatte, eine stärkere Zusammenarbeit der Akteure im Herrenkrug zu befördern:

Wenige Jahre nach Beendigung der Bundesgartenschau, die 1999 im Herrenkrug stattfand, war die wirtschaftliche Situation mancher dort tätigen Unternehmen nicht zufriedenstellend.

Auf Initiative des damaligen Wirtschaftsdezernates und unter maßgeblicher Beteiligung des Elbauenparks und der MMKT GmbH wurde deshalb im Juni 2002 ein Projekt mit dem Ziel gestartet, die gesamte Vielfalt der Angebote im Herrenkrug herauszustellen und gemeinsam zu vermarkten. Sämtliche dortigen Betriebe, Einrichtungen und Vereine beteiligten sich an diesem Projekt.

Die Bereitschaft und der Wille zur Zusammenarbeit war bei den Akteuren sehr ausgeprägt. Dies war im weiteren Projektverlauf sicherlich auch dem Umstand geschuldet, dass das verheerende Hochwasser im August 2002 besonders im Herrenkrug schwere Schäden verursacht hatte. So wurde das Projekt Ende 2004 nach Abschluss der meisten Instandsetzungsarbeiten an den hochwassergeschädigten Gebäuden und Einrichtungen fortgesetzt, und im Ergebnis gelang es schließlich, alle ansässigen Betriebe für ein gemeinsames Marketing unter einer Dachmarke zu gewinnen.

Mit finanzieller Beteiligung der Unternehmen wurde in einer Auflage von 50.000 Exemplaren ein Flyer herausgegeben. Darin wurde unter der Dachmarke „Herrenkrug – Die Magdeburger Sport-

und Freizeitmeile“ und mit dem Slogan „Aktiv und Grün“ das vielfältige Angebot beworben. Außerdem fand am 12. Juni 2005 ein „Herrenkrug-Tag“ als „Tag der offenen Tür“ mit Führungen in den Betrieben und einem Gewinnspiel statt.

2006 entfiel dann der „Herrenkrug-Tag“ mangels Beteiligung der Unternehmen, und auch die geplante Neuauflage des Flyers kam nicht mehr zustande. Weil zu konstatieren war, dass das anfänglich starke Engagement zurückging und nur noch wenige Partner bereit waren, das Projekt in seiner Gesamtheit weiter zu unterstützen, wurden die Aktivitäten Ende 2006 eingestellt.

Die seitherige Entwicklung bezüglich der touristischen Vermarktung des Herrenkruges in seiner Gesamtheit lässt sich wie folgt skizzieren:

- das im Jahr 2000 entstandene Netzwerk „Gartenräume – Historische Parks in Sachsen-Anhalt e.V.“ zählt inzwischen zu den etablierten touristischen Markensäulen des Landes Sachsen-Anhalt. Magdeburg ist neben dem Klosterbergegarten und dem Stadtpark Rotehorn mit dem Herrenkrugpark und dem Elbauenpark vertreten. Die genannten Parks und die dort ansässigen Betriebe profitieren sehr von den erheblichen Marketingaktivitäten, die seitens des Landes über die IMG (Investitions- und Marketinggesellschaft) für das touristische Schwerpunktthema „Gartenräume“ unternommen werden.
- insbesondere auch der Elbauenpark Magdeburg verfolgt in seiner strategischen Ausrichtung den von den Antragstellern erwünschten kooperativen Ansatz. Im „Konzept Elbauenpark 2015 Plus“ (Anlage zur DS0371/15 „Elbauenpark“) heißt es dazu auf Seite 5:

“Ein weiterer wesentlicher Baustein sind dabei angestrebte Kooperationen mit umliegenden Unternehmen und Vereinen, die den Standort Herrenkrug insgesamt stärken. Dazu zählen Hotel (Herrenkrughotel) sowie Sport- und Freizeiteinrichtungen (Schwimmbad Nautica, Sportpark Herrenkrug, Golfverein, Galopprennbahn). Auch sie sollen von der gesteigerten Attraktivität des Elbauenparks durch höhere Übernachtungszahlen, einer größeren Besucherfrequenz und einer Verlängerung der Aufenthaltsdauer profitieren.“
- das im Januar 2018 von der Dorint GmbH übernommene historische Herrenkrug Parkhotel verweist in seinem aktuellen Internetauftritt ausführlich sowohl mit eigenem Text als auch mit Links auf ergänzende Angebote in der nahen Umgebung wie z.B. das Fitnessstudio Life im Herrenkrug, den Kletterpark Magdeburg und den Elbauenpark
- die MMKT GmbH bietet in ihrem aktuellen Verkaufsführer „otto lädt ein“ zahlreiche 3-tägige Arrangements an, bei denen der Herrenkrugbereich mit seinen Attraktionen im Mittelpunkt steht und durch Stadtführungen etc. ergänzt wird. Mit entsprechenden buchbaren Angeboten vertreten sind u.a. das Sleep & Go Hotel, das H+ Hotel (jetzt Michel Hotel Magdeburg, zuvor Ramada), das Ratswaage Hotel Magdeburg und selbstverständlich als Anbieter direkt vor Ort das Herrenkrug Parkhotel.

Die Aufzählung zeigt nach Auffassung der Stadtverwaltung, dass eine Vermarktung des Herrenkruges, sei es nun durch Unternehmen innerhalb oder außerhalb dieses Gebietes, stattfindet und hier seit Jahren ein positiver Trend zu verzeichnen ist. Ein umfassendes touristisches Gesamtkonzept zur Vermarktung des Herrenkrugs zu erstellen, wird daher als nicht erforderlich angesehen. In dieser Hinsicht wäre es zielführender, dass im Rahmen einer notwendigen Fortschreibung des Tourismus-Leitkonzeptes Magdeburg (Stand Juli 2000) auch Vorschläge erarbeitet werden, wie die vier Magdeburger „Gartenräume“-Parkanlagen insgesamt stärker noch als bisher touristisch in Wert gesetzt werden können.

Dessen ungeachtet liegt die im Antrag gewünschte stärkere Kooperation und Vernetzung der Betriebe im Herrenkrug durchaus im Interesse der Landeshauptstadt. Das Wirtschaftsdezernat sieht sich hier im Rahmen der Tourismusförderung in der Rolle eines Impulsgebers und

Moderators. Der wesentliche Input muss dabei durch die touristischen Leistungsanbieter vor Ort erfolgen, da bei diesen zunächst ein unmittelbares wirtschaftliches Interesse an einer Zusammenarbeit vorausgesetzt wird.

Aus Sicht des Wirtschaftsdezernates liegt es nahe, unter den veränderten heutigen Bedingungen an die oben beschriebene Initiative wieder anzuknüpfen. Zur Verfahrensweise wird vorgeschlagen, zunächst bei den Betrieben, Einrichtungen und Vereinen anzufragen, inwieweit Interesse an einer neuen Initiative zur verstärkten Kooperation bis hin zu gemeinsamen Marketingaktivitäten besteht. Bei ausreichend positiver Resonanz sollten dann die weiteren Schritte mit den Akteuren erörtert und abgestimmt werden.

Nitsche