

Inhaltsverzeichnis

	Seite
Grußwort	I
Vorwort	III
Altmark 2000: Fremdenverkehrsentwicklungskonzeption im Überblick	IV
0 Einleitung	1
1 Reiseland Altmark - Eine Vision	3
2 Warum eine Fremdenverkehrsentwicklungskonzeption?	10
2.1 Aufgabenstellung	10
2.2 Begründung	11
2.3 Projektziel	13
2.4 Sanfter Tourismus	13
3 Ausgangssituation: Wie ist die Region zu aktivieren?	16
3.1 Demokratische Planung: Strategien	16
3.2 Qualität trotz Zeitdruck	16
3.2.1 DDR-Tourismus	16
3.2.2 Vorhandene Infrastruktur	17
3.2.3 Erforderliche Maßnahmen	18
3.2.4 Problemfelder	19
3.3 Touristische Grundannahmen (Potential-Hypothesen)	21
3.4 Bürgerbeteiligung: Bürger für den Tourismus	24
3.5 Offene Foren	24
3.6 Tourismustage	24
3.7 Workshops	25
3.8 Experten-Gespräche	25
3.9 Reiseanalysen	25
3.10 Empirische Erhebungen	26
3.11 Innovative Projekte	26
3.12 Methoden-Verbund	27
4 Gästebefragung - Zielgruppenanalyse (1990 - 1992): Wer besucht die Altmark? - Wer sollte sie besuchen?	28
4.1 Analyse der Quellgebiete: Sekundäres Reiseland	28
4.2 PKW-Kennzeichen	31
4.3 Gästebefragungen	35
4.3.1 Entstehung	35
4.3.2 Was ist eine Gästebefragung?	35
4.3.3 Befragungsmethoden	36
4.3.4 Altersgruppen	37

4.4	Zeitpunkte und Orte der Befragung	40
4.4.1	Zeitpunkte	40
4.4.2	Orte der Befragung	40
4.4.3	Soziodemographie der Befragten	42
4.4.4	Reisevolumen der Altmark	43
4.5	Quellgebiete	43
4.6	Herkunftsorte	47
4.7	Informationsmedien	47
4.8	Verkehrsmittel	51
4.8.1	Verkehrsmittel der Anreise	51
4.8.2	Autofreie Innenstädte	55
4.9	Personenzahl	56
4.9.1	Anzahl der angereisten Personen	56
4.9.2	Anzahl der mitreisenden Kinder	56
4.10	Zeitpunkt der Reiseentscheidung	58
4.11	Erst-Besucher und Standorttreue	60
4.12	Aufenthaltsdauer und Haupturlaub	61
4.12.1	Aufenthaltsdauer	61
4.13	Unterkunft	70
4.14	Reiseausgaben	76
4.15	Bewertung von Teilaspekten	78
4.16	Reisemotive	81
4.17	Reiseaktivitäten	87
5	Zielgruppen	91
5.1	Zielgruppenbestimmung	91
5.2	Zielgruppen der Altmark	96
5.2.1	Nur-Erholer	98
5.2.2	Junge Alte	100
5.2.3	Familien	102
5.2.4	Kulturorientierte	105
5.2.5	Naturorientierte	107
5.2.6	Gesundheitsorientierte	108
5.2.7	Aktive	111
5.2.8	Tagesausflügler	113
5.2.9	Städtetourismus	114
5.2.10	Urlaub auf dem Lande	114
5.2.11	Tagungs-, Kongreß- und Schaltungstourismus	115
5.2.12	Kur	116
5.2.13	Weitere Zielgruppe	117
6	Ein Image für die Altmark	118

8	Camping in der Altmark	332
8.1	Campingplätze in der Altmark	335
8.2	Ausstattung	335
8.3	Bewertung	336
8.4	Standort	337
8.5	Touristisches Umfeld	337
8.6	Verkehrsanbindung	338
8.7	Camper	339
8.8	Ausrüstung	340
8.9	Urlaubscamper	340
8.10	Dauercamper	341
8.11	Entwicklung	341
9	Radreisen in der Altmark. Möglichkeiten und Perspektiven	345
9.1	Sanft Reisen? RadReisen!	345
9.1.1	Umweltfreundlichkeit	345
9.1.2	Kulturfreundlichkeit	346
9.1.3	Sozialverträglichkeit	347
9.2	Fremdenverkehrsentwicklung per Rad:	
	Eine Frage der Infrastruktur	348
9.3	Die fahrradtouristische Infrastruktur der Altmark: Eine Studie	350
9.3.1	Die Arbeitshypothesen	350
9.3.2	Die Methode	350
9.3.3	Der Fragebogen	351
9.3.4	Die Stichprobe	352
9.4	Ergebnisse der Studie	352
9.4.1	Vorhandene Radreisewege	355
9.5	Radwanderrundkurs Altmark	360
9.6	Geplante Radreisewege	362
9.6.1	Konkret geplante Radreisewege	362
9.6.2	Allgemeine Planunginitiativen	366
9.7	Auf dem Weg ins "Radwunderland Altmark"?	370
9.7.1	Zusammenfassung der Ergebnisse	370
9.8	Marketing für das Radwunderland Altmark	371
9.8.1	Anwendungsphase	372
9.8.2	Ziel und Strategiephase	376
9.8.3	Gestaltungsphase	378
9.8.4	Evaluation	379

10 Busreisen für die Altmark	381
10.1 Busreisen am Ende?	381
10.2 Der "glückliche" Tourist:	
Busreisen als ein aktives Marketing	381
10.3 Der Busreisemarkt	382
10.4 "Sanfte" Busreisen	383
10.5 Wie sicher ist der Bus tatsächlich?	384
10.6 Boom im Osten - Konkurrenz im Westen	385
10.7 Neue Alte: Hauptzielgruppe für den Bustourismus	387
10.8 Trend zur Kurzreise	388
10.9 Busreisen als Lebensstil	389
10.10 Vom PKW zum Bus?	389
10.11 Hotelbetten fehlen	390
10.12 Straßen, Beschilderungen, Parkplätze sind schlecht	391
10.13 Geselliges Erlebnis	392
10.14 Reisemotive und Reiseprogramm	392
10.15 Der Busreisemarkt differenziert sich	393
10.16 Kriterien für die Entwicklung des Bustourismus	395
11 Mit dem Boot durch die Altmark	396
12 Maßnahmenkatalog für die Altmark	402
12.1 Wie wird die Altmark als Reiseland bekannt?	
Ein Marketingkonzept für die Altmark	404
12.1.1 Analysephase	405
12.1.2 Ziel- und Strategiephase	406
12.1.3 Gestaltungsphase	410
12.1.3.1 Die Produktpolitik	411
12.1.3.2 Die Preispolitik	412
12.1.3.3 Vertriebswege	414
12.1.3.4 Kommunikationskonzept	418
12.1.4 Durchführungs- und Kontrollphase	426
12.2 Innenmarketing: Steigerung der Kreativität	430
12.2.1 Öffentlichkeitsarbeit	431
12.2.2 Information	432
12.2.3 Koordination und Kooperation	432
12.2.4 Beratung und Kontaktvermittlung	433
12.2.5 Aus- und Weiterbildung	434
12.3 Räumliche Tourismusedwicklung - Vernetzung der touristischen Zentren	435

12.4	Steigerung der Attraktivität	437
12.4.1	Verbesserung des Beherbergungswesens	437
12.4.1.1	Privatunterkünfte	440
12.4.1.2	Ferienhäuser und Ferienwohnungen	441
12.4.1.3	Hotels	442
12.4.1.4	Reiterhöfe	444
12.4.1.5	Urlaub auf dem Lande	445
12.4.1.6	Tagungs- und Kongreßhäuser	446
12.4.2	Kur- und Erholungstourismus	446
12.4.3	Gastronomie	446
12.4.4	Verbesserung der touristischen Infrastruktur - Freizeitinfrastruktur	452
12.4.5	Städtebau- und Ortsentwicklung	454
12.4.6	Landschaftsplanung und -entwicklung	458
12.4.7	Museumslandschaft Altmark	460
12.4.8	Historiker-Tage	463
12.4.9	Persönlichkeiten der Altmark	463
12.4.10	Die Altmark als Kulturzentrum	464
12.4.11	Festkultur in der Altmark	465
12.4.12	Energiepark	465
12.4.13	Straße der Romanik	465
12.4.14	Marinas	466
12.5	Spezialtourismus	466
12.5.1	Wandertourismus	466
12.5.2	Radtourismus	468
12.5.3	Reittourismus	470
12.5.4	Kultur- und Städtetourismus - Bustourismus	470
12.6	Verkehrskonzept	472
12.7	Natur- und Umweltschutz	473
12.7.1	Luftverschmutzung	474
12.7.2	Wasserverschmutzung	474
12.7.3	Bodenqualität	474
12.7.4	Waldschäden	475
12.7.5	Abfallbeseitigung	475
12.7.6	Trinkwasser	475
12.8	Gästebetreuung - Gästeservice	476
12.9	Tourismusförderung	477
12.10	Organisation	477
13	Literaturverzeichnis	480
14	Verzeichnis der Abbildungen	483
15	Tabellenverzeichnis	486