



Kleines Tourismuskonzept Gemeinde Hohe Börde

Angebots-, Markt- und Potenzialanalyse

Ziele, Strategien, Positionierung

Projekte, Maßnahmen

ift Freizeit- und
Tourismusberatung GmbH
Goltsteinstraße 87a
50968 Köln
Fon (02 21) 98 54 95 01
Fax (02 21) 98 54 95 50
info@ift-consulting.de

ift Freizeit- und
Tourismusberatung GmbH
Gutenbergstraße 74
14467 Potsdam
Fon (03 31) 2 00 83 40
Fax (03 31) 2 00 83 46

www.ift-consulting.de

Kleines Tourismuskonzept Gemeinde Hohe Börde

Angebots-, Markt- und Potenzialanalyse
Ziele, Strategien, Positionierung
Projekte, Maßnahmen

Potsdam, 22.9.2022

Ihre Ansprechpartner:

Katja Stefanis
Leiterin Büro Potsdam
(03 31) 2 00 83 43
stefanis@ift-consulting.de

Henrike Meyer
Projektassistenz
(03 31) 2 00 83 42
meyer@ift-consulting.de

ift Freizeit- und
Tourismusberatung GmbH
Gutenbergstraße 74
14467 Potsdam
Fon (03 31) 2 00 83 40
Fax (03 31) 2 00 83 46
potsdam@ift-consulting.de

www.ift-consulting.de



Inhaltsverzeichnis

Management Summary	5
1. Aufgabenstellung, Vorgehen	10
2. Aktuelle Situation	11
2.1 Lage, Anbindung, Struktur, Einzugsgebiet	11
2.2 Aktuelles touristisches Angebot, touristische Themen	15
2.3 Aktuelles Beherbergungsangebot	18
2.4 Entwicklung der gewerblichen Beherbergungsangebote	19
2.5 Entwicklung der gewerblichen Ankünfte und Übernachtungen	19
2.6 Touristische Vermarktung	21
2.7 Ausgewählte Trends und Marktpotenziale	23
2.8 Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Profil	25
3. Ziele, Strategien, Positionierung	27
3.1 Rahmenkonzepte	27
3.2 Touristische Entwicklungsziele und -strategien	28
3.3 Touristische Positionierung, künftige Themen und Zielgruppen	29
4. Handlungsfelder, Projekte, Maßnahmen	31
4.1 Überblick Leitprojekte und weitere Projekte	32
4.2 Leitprojekte	34
4.2.1 L1. Inszenierung und Bespielung touristischer Schwerpunkorte	34
4.2.1.1 L1a. Bismarckwarte auf dem Großen Wartberg, Niederndodeleben	35
4.2.1.2 L1b. Veltheimsburg in Bebertal	40
4.2.1.3 L1c. Schlossruine & Schlosspark Eichenbarleben	42
4.2.2 L2. Digital vernetztes „Holunderland“	44
4.2.3 L3. Touristisches „Holunderland“ Mobilitätsangebote	51
4.2.4 L4. Offensive Gastgewerbe	52
4.2.5 L5. Holunderland Produkte/ Shops/ Netzwerk	54
4.2.6 L6. Dorfkultur stärken, Kulturnetzwerk Hohe Börde	55
4.2.7 L7. Organisation, Tourismusmanagement	56

4.3	Bedeutende Projekte in den Ortschaften, Ortsteile	57
4.3.1	Ackendorf: Dorf- und Heimatmuseum	57
4.3.2	Groß Santerleben: Hopfen-Info-Haus	58
4.3.3	Bebertal: Veltheimsburg mit Schlosspark	59
4.3.4	Niederndodeleben: Bismarckwarte und Holunder-Kontor	60
4.3.5	Nordgermersleben: Ökobad	62
4.3.6	Eichenbarleben: Schlossruine und Schlosspark	63
4.3.7	Wellen: Wohnmobilstellplatz	64
4.3.8	Mammendorf: Steinhaus Mammendorf besser in die touristische Vermarktung einbinden	65
4.3.9	Rottmersleben: Stärkung St.-Jakobus-Kirche, Holundertal und Olbetal	66
4.4	Weitere Projekte und Maßnahmen	67
5.	Anhang	68
5.1	Tabellen „Points of Interest“ (erste Ergebnisse nach der Bereisung)	68
5.2	Workshop Dokumentation	76

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Lage und Anbindung Gemeinde Hohe Börde	11
Abbildung 2: Ortsteile und Gemeinde Hohe Börde	12
Abbildung 3: Einzugsgebiet Gemeinde Hohe Börde	13
Abbildung 4: Ausgewählte touristische Angebote, wichtige „Points of Interest“	17
Abbildung 5: Touristische Themen in der Gemeinde Hohe Börde	17
Abbildung 6: Entwicklung der gewerblichen Betriebe Gemeinde Hohe Börde 2012 - 2020	19
Abbildung 7: Entwicklung der Ankünfte, Übernachtungen Gemeinde Hohe Börde 2012 - 2020	20
Abbildung 8: Entwicklung der Ankünfte und Übernachtungen Landkreis Börde 2012 - 2019	20
Abbildung 9: Handlungsfelder Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027	27
Abbildung 10: Überblick Leitprojekte Gemeinde Hohe Börde	32

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Einwohnerpotenzial und Kaufkraft	14
Tabelle 2: Übersicht touristische Angebote Gemeinde Hohe Börde	15
Tabelle 3: Übersicht der Beherbergungsbetriebe in der Gemeinde Hohe Börde 2022	18
Tabelle 4: SWOT-Profil	25

Wichtiger Hinweis:

Diese Version ist nur zum internen Gebrauch. Weitergabe, Vervielfältigung und insbesondere Veröffentlichung (auch auszugsweise) sind lediglich mit schriftlicher Einwilligung der *ift* GmbH zulässig.

Soweit Fotos, Graphiken u. a. Abbildungen zu Layout-Zwecken 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 *ift* GmbH von allen Ansprüchen Dritter frei und trägt die Kosten der ggf. notwendigen Abwehr von solchen Ansprüchen durch die *ift* GmbH.

Auf Wunsch stellen wir Ihnen gern eine Version dieses Dokumentes zur Verfügung, die veröffentlicht werden kann.

Management Summary

Die Gemeinde Hohe Börde liegt in Sachsen-Anhalt im Landkreis Börde in der Magdeburger Heide. Mit der Landeshauptstadt Magdeburg vor der Tür leben im direkten Einzugsgebiet der Gemeinde Hohe Börde im 30-Minuten-Radius fast eine halbe Million Menschen.

Im „Tourismuskonzept für das Kooperationsgebiet Landkreis Börde, Landkreis Helmstedt und Gemeinde Cremlingen“ haben der Landkreis Börde bzw. die beteiligten Städte und Gemeinden gemeinsame Strategien, Projekte und Maßnahmen definiert und auch konkrete Projekte und Maßnahmen für die einzelnen Kommunen verankert. Für die Gemeinde Hohe Börde wurden angesichts der bereits gut entwickelten Rad- und Wanderwege, insbesondere der Holunderradwege und der Holunderentdeckungstour insbesondere Maßnahmen in den potenzialträchtigen Themenfeldern Radtourismus und Wandertourismus festgeschrieben. Darauf aufbauend wurde das hier vorliegende „Kleine Tourismuskonzept für die Gemeinde Hohe Börde“ entwickelt, in dem erste konkrete Umsetzungsschritte zum Ausbau dieser aussichtsreichen Tourismusthemen geplant bzw. vorbereitet werden. Der Fokus des kleinen Tourismuskonzeptes liegt dabei auf dem Thema Rad- und Wandertourismus, geht aber auch darüber hinaus und benennt Handlungserfordernisse und konkrete Projekte in den Bereichen Ortsbild, Mobilität, touristische Infrastruktur, touristische Attraktionen, Betriebe, (buchbare, nutzbare) Angebote sowie Vermarktung und Vernetzung.

Die Zahl der Übernachtungen und Ankünfte in gewerblichen Betrieben sowie die Zahl der gewerblichen Betten ist in 2019 (vor Corona) im Vergleich zu 2017 wahrnehmbar gesunken. In 2019 erfasste das Amt für Statistik Sachsen-Anhalt rund 12.000 Übernachtungen und rund 7.000 Ankünfte bzw. Gäste in gewerblichen Betrieben in der Gemeinde Hohe Börde (bei 110 gewerblichen Betten), 2017 waren es noch rund 15.000 Übernachtungen und rund 10.000 Ankünfte (bei 145 gewerblichen Betten). Während der Pandemie sind die Zahlen stark eingebrochen, aktuell ist aufgrund nicht veröffentlichter Daten der Amtlichen Statistik unklar, ob sich die Ankünfte und Übernachtungen bereits wieder erholt haben. Als Ziel wurde unabhängig von den Corona-Effekten definiert, die Beherbergungskapazitäten auszubauen, um die Zahl der Gäste und Übernachtungen langfristig zu erhöhen und so auch die Aufenthaltszeit in der Gemeinde Hohe Börde zu verlängern. Dabei geht es um mögliche Neuansiedlungen, aber auch um Investitionen in die Qualität und ggf. den Ausbau der Bestandsbetriebe. Dies gilt auch für die Angebote im Bereich der Kultur- und Freizeitangebote und Einkehr- und Einkaufsmöglichkeiten, die zwar punktuell vorhanden sind, aber häufig nicht zuverlässig geöffnet sind bzw. zu wenige wirklich nutzbare touristische Angebote bieten. Wenn künftig mehr Naherholer und Übernachtungstouristen angezogen werden sollen, die sich hier z. B. ganztägig auf dem Rad- und Wanderwegenetz bewegen sollen, dann müssen diese Angebote gestärkt, ausgebaut und noch besser kommuniziert werden. Dafür sind hier konkrete Projektideen für die kommenden Jahre dargestellt – die im Übrigen auch für die Einheimischen attraktiv sind.

Die Ziele und strategischen Ansätze und Maßnahmen wurden gemeinsam mit den verantwortlichen Akteuren in der Gemeindeverwaltung Hohe Börde in verschiedenen Arbeitsrunden erarbeitet, die Zwischenergebnisse im Rahmen einer öffentlichen Tourismuswerkstatt diskutiert und ergänzt.

Die wichtigsten Ergebnisse aus diesem Konzeptentwicklungsprozess sind:

Kernziel ist die weitere Profilierung und Positionierung der Gemeinde Hohe Börde als attraktives aktivtouristisches Ausflugsziel, Naherholungsziel und Kurzreiseziel für Gäste und Einheimische. Insbesondere über die qualifizierten Rad- und Wanderwege mit besonderen Erlebnispunkten und auch mehr gewerblichen Angeboten sollen die touristischen Image- und Wertschöpfungspotenziale gesichert bzw. deutlich ausgebaut werden.

Qualitative Ziele sind:

- ▶ die Potenziale in Tourismus und Naherholung besser ausschöpfen (Wertschöpfung, Image). Fokus: 60 Min.-Radius mit Magdeburg, Braunschweig, Wolfsburg.
- ▶ eine hohe Aufenthalts- und Lebensqualität für Gäste und Einheimische (Jüngere, Ältere) gewährleisten.
- ▶ einen nachhaltigen Tourismus entwickeln, sichtbare, aktivierende Projekte umsetzen.
- ▶ eine klare, starke Profilierung erreichen und damit mehr Bekanntheit. Dazu Trends nutzen.

Ökonomische und quantitative Ziele

- ▶ mehr Gäste, mehr Umsätze, mehr Wertschöpfung generieren (Löhne, Einkommen, Gewinne).
- ▶ längere Aufenthalte ermöglichen.
- ▶ Arbeitsplätze sichern, neue Arbeitsplätze schaffen.

grundsätzlich durch Steigerung ...

- ▶ der Zahl der Übernachtungen (geschäftlich, privat),
- ▶ der Zahl der Tagestouristen,
- ▶ der Höhe der Tagesausgaben,
- ▶ der Aufenthaltsdauer,
- ▶ der Auslastung der bestehenden Kapazitäten.

Strategische Ansätze

Um die oben genannten Ziele zu erreichen, werden folgende Strategien festgelegt:

1. vorhandene gute Infrastruktur und Angebote abrunden, noch besser inszenieren und bespielen.
2. drei, vier touristische Kristallisationspunkte mit bester Anbindung und breitem Angebot entwickeln („Cluster“), z. B. Bismarckwarte, Veltheimburg, Holunder-Kontor, Ökobad.
3. mehr regelmäßig verfügbare, nutzbare, buchbare Angebote schaffen. Dazu Kontinuität bei den Angeboten sicherstellen, zuverlässige Öffnung und Teilnahme gewährleisten, auch neue, ergänzende Angebote entwickeln.
4. neue, imageträchtige Mobilitätsideen, um die Gäste an die attraktiven Punkte zu bringen: mit neuen, „gebrandeten“ Mobilitätsangeboten, e-Mobilität.
5. Holunder-Radwege und touristische Wanderwege weiter stärken, Startpunkte, Aufenthaltsbereiche, „Hüttenkonzept“, auch mit Selfservice-Angeboten zur gastronomischen

Versorgung entlang der Route, e-Bike Ladestationen, Radboxen. Digitale Datengrundlage für die Wege schaffen bzw. abrunden.

6. Entwicklung der touristischen Achsen, entlang der regionalen und überregionalen Radwege, z. B. in Richtung Magdeburg, Haldensleben-Hundisburg (durch das Bebertal), nach Flechtingen.
7. Beherbergung und Gastronomie und Ausflugsgastronomie ausbauen: Bestand stärken, Neuansiedlung.
8. starkes Netzwerk in der Gemeinde Hohe Börde aufbauen und kommunizieren (Gastgewerbe, Produzenten, Kulturanbieter, Veranstaltungsorte, Events, Gästeführerinnen, -führer).
9. stärkere und stärker vernetzte Vermarktung - aufbauend auf dem guten Content, der Fokus liegt auf digitalem bzw. Online- und Social Media-Marketing, mehr Kooperationsmarketing mit dem regionalen Magdeburger Tourismusverband Elbe-Börde-Heide e. V., der MMKT Magdeburg Marketing Kongress und Tourismus GmbH, mit den Nachbargemeinden u.a.
10. Projekte in wichtigen Querschnittsthemen Barrierefreiheit, Nachhaltigkeit, Digitalisierung entwickeln.
11. personelle und finanzielle Ressourcen für die strategische und operative Tourismusarbeit, Projektentwicklung und Netzwerksarbeit sicherstellen (zusätzliche Stelle bei der Gemeinde).

Wichtige touristische Profilierungsthemen (und Identifikationsmerkmale) für die Gemeinde Hohe Börde sind:

- ▶ Holunder(-land)
- ▶ Rad und e-Bike fahren und Wandern
- ▶ die Themen „grün“, „regional“, „nachhaltig“
- ▶ (mentale) Gesundheit, Bewegung, gesunde Ernährung
- ▶ lebendiges, historisches, modernes Dorfleben, mit Traditionen, Heimat-, Kulturgeschichte.

Zukünftig wird sich die Gemeinde Hohe Börde in Verbindung mit attraktiven Rad- und Wanderangeboten wie dem Holunderradweg und der Holunderentdeckungstour noch stärker über das Alleinstellungsthema „Holunderland“ profilieren und daraus möglichst auch eine regionale Marke entwickeln, die auch die Akteure aus Gastgewerbe, Produzenten regionaler Produkte, Einzelhandel, Kultur und Freizeit nutzen können.

Um die Ziele erfüllen bzw. die Strategien umsetzen zu können und so die touristischen Potenziale in der Gemeinde Hohe Börde künftig besser ausschöpfen zu können, wurden hier im „Kleinen Tourismuskonzept für die Gemeinde Hohe Börde“ sowohl Projekte und Maßnahmen für die gesamte Gemeinde Hohe Börde entwickelt, aber auch für die einzelnen (touristisch relevanten) Ortschaften und Ortsteile definiert.

Abbildung: Leitprojekte und weitere Projekte Kleines Tourismuskonzept Hohe Börde

I. LEITPROJEKTE für die Tourismusentwicklung in der Gemeinde Hohe Börde (sehr hohe Bedeutung)		
L1. Entwicklung, Inszenierung und Bespielung touristischer Attraktionen bzw. Schwerpunkttorte		
L1a. Bismarckwarte als Wahrzeichen der Hohen Börde ●	L1b. Veltheimsburg und Schlosspark mit der Achse nach Hundisburg	
L1c. Schlossruine und Schlosspark Eichenbarleben		L1d. Ökobad Nordgermersleben als Qualitäts-Freizeit-hotspot ●
L2. Digital, vernetztes „Holunderland“ (aktuell Förderantrag) Abrundung Rad- & Wanderwege, Digitalisierung Wege (GPS), Ausschilderung der „Points of Interest“ einschließlich QR-Codes + Plattform digital vernetztes „Holunderland“ ●		L3. Touristische Mobilitäts- angebote „Holunderland“
L4. Offensive Gastgewerbe Bestandsbetriebe und Ansiedlung	L5. Holunderland Produkte Shops / Netzwerk	L6. Kulturnetzwerk Hohe Börde Dorfkultur stärken
II. Projekte in den Ortschaften, Ortsteile* (hohe bis sehr hohe Bedeutung, Hinweis: einige der Projekte sind auch Leitprojekte siehe oben)		
1. Ackendorf	2. Groß Santerleben	3. Bebertal
Ausstellungs-, Inszenierungs-, Be- triebskonzept für das Dorfmuseum Ackendorf entwickeln ●	Hopfen-Info-Haus stärken ●	Veltheimsburg Schlosshof, -park wei- terentwickeln, zusätzliche Angebote, Wanderweg nach Hundisburg stärken
4. Niederndodeleben, Schnarsleben	5. Nordgermersleben	6. Eichenbarleben
Bismarckwarte entwickeln (s. L1), Schnarsleben zum Kernort für Holunder machen, Holunder-Kontor stärken, Höfe, Feste	Ökobad zum grünen Qualitäts-Freizeit- hotspot machen; neue Angebote Gastro, Wohnmobiltourismus, Freizeit, Events.	Schlosspark weiter stärken, Info zu Schloss, Schlosspark vermitteln, Ent- wicklung Schlossruine vorantreiben
7. Wellen	8. Mammendorf	9. Rottmersleben
Bürgerhaus „Dorfscheune“ als regionalen Tagungsort stärken, Wohnmobilstellplatz am Teich	Steinhaus Mammendorf besser in die touristische Vermarktung einbinden	Stärkung St. Jakobus Rottmersleben und Holunderradweg, Holundertal Klein Rottmersleben, Olbetal zwi- schen Rottmersleben und Hundisburg

● Starter-Projekte

*Hinweis: Das Kleine Tourismuskonzept für die Gemeinde Hohe Börde konzentriert sich zunächst auf die hier ausgewählten Ortschaften und Ortsteile, für die im Rahmen der Konzepterarbeitung konkrete, touristisch relevanten Projekte identifiziert wurden. Selbstverständlich können auch z. B. für Hohenwarsleben, Warsleben, Hermsdorf oder Irxleben touristische und Freizeitprojekte entwickelt und hier integriert werden.

III. Weitere Projekte und Maßnahmen Gemeinde Hohe Börde
(hohe bis mittlere Bedeutung)

A. Ortsbilder, Infrastruktur, Mobilität	B. Betriebe, Einrichtungen	C. Angebote	D. Vermarktung und Vernetzung
A1 Abrundung der Basis-Infrastruktur, Ortsbilder, ÖPNV-Anbindung touristischer Punkte	B1 Einkaufsmöglichkeiten, touristisch relevante regionale Produkte	C1 mehr nutzbare, buchbare Angebote, Kombi-Angebote: Holunder-touren, Holunder-Picknick, Radfahr-, Wandertage u. v. m.	D1 digitale Holunderland Plattform (siehe L3), SEO, Vermarktung, Social-Media bespielen
A2 neue Indoor- & Outdoor Angebote prüfen für Jung und Alt (v.a. gewerbliche Angebote, aber auch öffentliche Sport-, Fitness-, Spielplätze)	B2 neue Konzepte in Beherbergung und Gastronomie (siehe auch L5/L6)	C2 Führungsangebot der Gäste- und Landschaftsführer stärken, kommunizieren	D2 Content Netzwerke MD, Region, Land, Tourenplaner bedienen
A3 touristische Beschilderung abrunden, Info-/Leitsysteme mit QR-Codes (in Kooperation mit Landkreis, Tourismus-Organ.)	B3 Ausflugsgastronomie: bestehende Angebote erweitern (z. B. Höfe, Produzenten, SB-Automaten), s. L5	C3 bestehende Veranstaltungen stärken, neue Formate an den Attraktionen, Musik-, Orgel-Veranstaltungen ausbauen	D3 einheitliches Design, Holunderland Marke entwickeln, Nutzung durch die Gemeinden und Betriebe
A4 Angebotserweiterung, Attraktivierung im Bereich Wohnmobilstellplätze	B4 Maßnahmen für digitale, nachhaltige, barrierefreie Betriebe	C4 besondere Rahmenprogramme, Incentives für Gruppen-, Vereinsfahrten, Tagungen, Seminare	D4 Kooperationsmarketing: mit touristischen Partnern, Landwirten etc.
A5 WLAN an wichtigen Hotspots bieten	B5 Holunder Produkte mit Verkaufspunkten (siehe L5)		D5 Rad- und Wanderkarte(n)
A6 barrierefreie touristische Infrastruktur schaffen			D6 Binnenmarketing-Maßnahmen entwickeln

Quelle: ift auf Basis Analysen, Arbeitssitzungen, Bürger-Werkstatt

1. Aufgabenstellung, Vorgehen

Im „Tourismuskonzept für das Kooperationsgebiet Landkreis Börde, Landkreis Helmstedt und Gemeinde Cremlingen“ haben der Landkreis Börde bzw. die beteiligten Gemeinden gemeinsame Strategien, Projekte und Maßnahmen definiert und auch gemeindespezifisch konkrete Projekte und Maßnahmen verankert. Für die Gemeinde Hohe Börde wurden insbesondere Maßnahmen in den potenzialträchtigen Themenfeldern Radtourismus und Wandertourismus festgeschrieben.

Darauf aufbauend wurde nun ein „Kleines Tourismuskonzept für die Gemeinde Hohe Börde“ entwickelt, in dem erste konkrete Umsetzungsschritte zum Ausbau dieser aussichtsreichen Tourismusthemen geplant bzw. vorbereitet werden. Der Fokus des kleinen Tourismuskonzeptes liegt dabei auf dem Thema Rad- und Wandertourismus, geht aber auch darüber hinaus und benennt Handlungserfordernisse und konkrete Projekte in den Bereichen Ortsbild, Mobilität, touristische Infrastruktur, touristische Attraktionen, Betriebe, (buchbare, nutzbare) Angebote sowie Vermarktung und Vernetzung.

Im Rahmen der Konzeptentwicklung fand im Januar 2022 eine ganztägige Bereisung der Gemeinde Hohe Börde und Besichtigung aller bedeutenden touristischen Ausflugs- und Naherholungsziele statt. An der Bereisung nahmen von der Gemeinde Hohe Börde Herr Maik Schulz, Pressesprecher/Referent/Engagement Beauftragter, Herr Rüdiger Schmidt, Bauamtsleiter und Herr Frederik Wierstorf, Sachbearbeiter Hoch- und Tiefbau teil.

Zur breiten Einbindung der Akteurinnen und Akteure aus Verwaltung, Politik, Tourismuswirtschaft, Kirche, Vereinen, Einwohnerschaft etc. fand am 24.2.2022 eine Tourismuswerkstatt statt, in der die Zwischenergebnisse der Konzeptentwicklung präsentiert. Anschließend wurden in vier Werkstattunden Handlungsbedarfe und konkrete Projektideen für die künftige Tourismusentwicklung entwickelt. Die Liste der Teilnehmenden und die wertvollen Hinweise und Werkstattergebnisse finden sich in der Anlage. Sie sind in die Strategien und in den Maßnahmenplan eingeflossen.

Abbildung 1: Vorgehen, Beteiligung



Quelle: ift GmbH

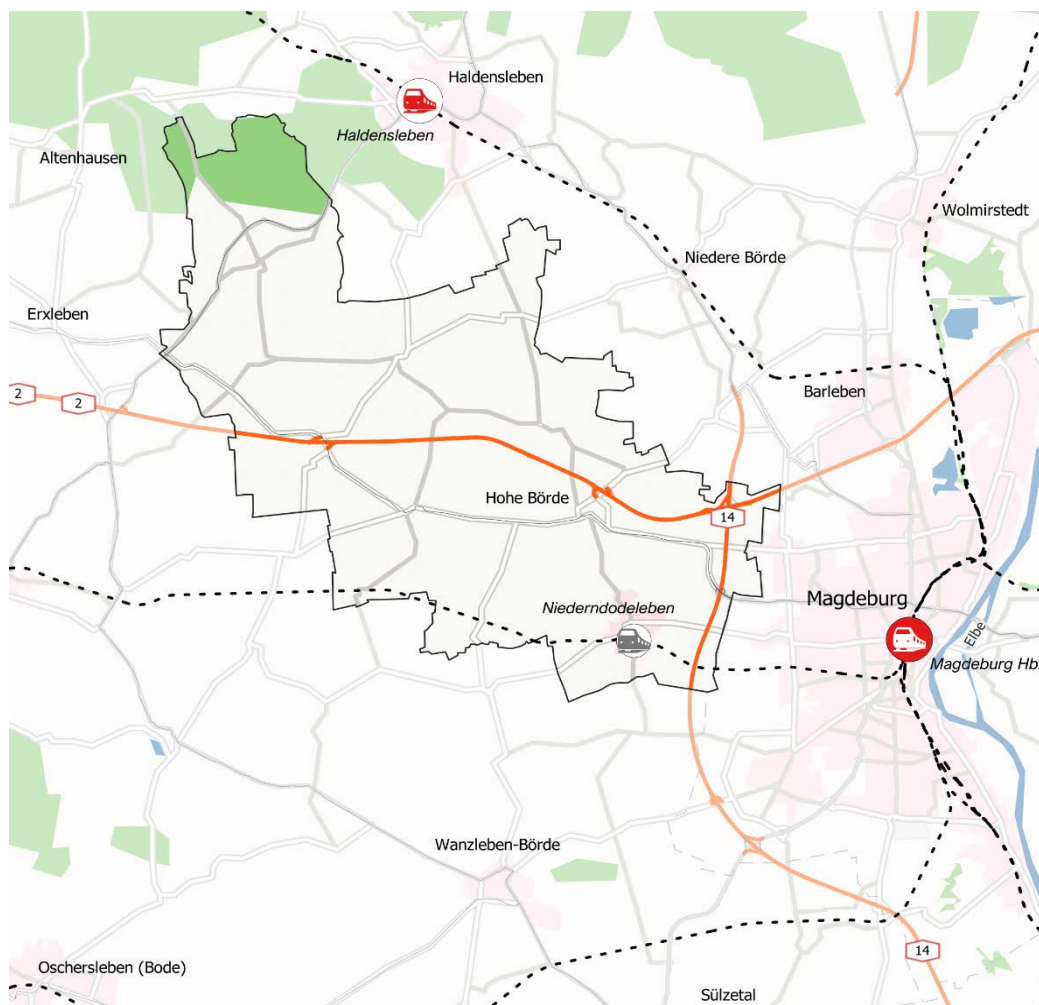
2. Aktuelle Situation

2.1 Lage, Anbindung, Struktur, Einzugsgebiet

Die Gemeinde Hohe Börde liegt in Sachsen-Anhalt im Landkreis Börde, westlich direkt angrenzend an die Landeshauptstadt Magdeburg. Große Teile des Gemeindegebietes liegen in der Magdeburger Börde, eine für ihre ertragreichen Schwarzerden sehr bekannte Bördelandschaft. Durch das Gebiet fließen die Bäche Schrote, Beber, Olpe, die kleine und Große Sülze und der Brumbyer Bach. Die höchste Erhebung der Magdeburger Börde ist mit 145,7 m der Große Wartberg bei Niederndodeleben. Von der Aussichtsplattform, der Bismarckwarte bietet sich hier ein einmaliger Blick in die Bördelandschaft und auf die Silhouette von Magdeburg.

Die Gemeinde Hohe Börde ist mit dem PKW über die Bundesautobahnen A2 und A14 zu erreichen sowie den Bundesstraßen 1, 71 und 245. Gegenwärtig ist die Nordverlängerung der A14 Magdeburg - Wittenberge - Schwerin im Bau. Das Zentrum Magdeburgs ist rund 10 km entfernt. Die Anbindung an die Regionalbahn ist durch den Bahnhof in Niederndodeleben und durch die Nähe zum Hauptbahnhof in Magdeburg gegeben. Verschiedene Buslinien fahren die Ortschaften an.

Abbildung 2: Lage und Anbindung Gemeinde Hohe Börde



Quelle: ift GmbH auf Basis Natural Earth 2021

Struktur der Gemeinde

Die Gemeinde Hohe Börde hat

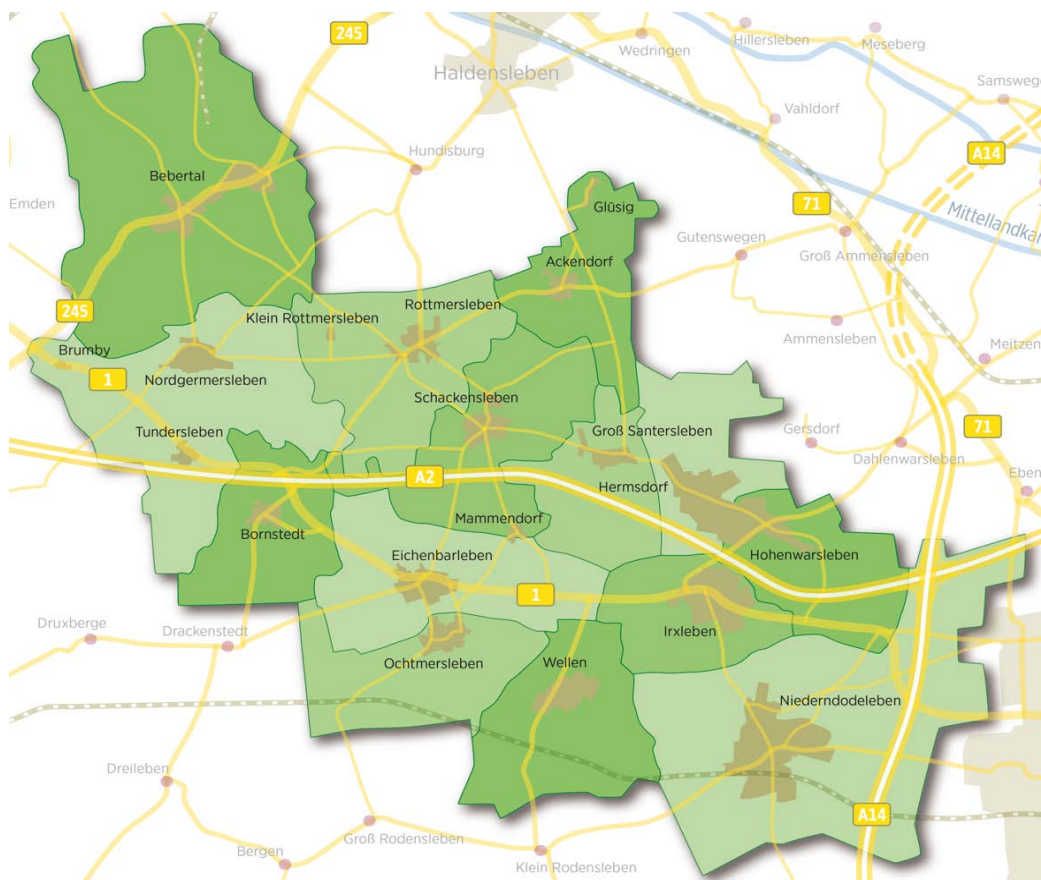
- ▶ 14 Ortschaften, nämlich Ackendorf, Bebertal, Bornstedt, Eichenbarleben, Groß Santerleben, Hermsdorf, Hohenwarleben, Irxleben, Niederndodeleben, Nordgermersleben, Ochtmersleben, Rottmersleben, Schackensleben, Wellen und
- ▶ fünf Ortsteile: Brumby, Glüsig, Klein Rottmersleben, Mammendorf und Tundersleben.

Die Einheitsgemeinde entstand am 1. Januar 2010 aus der Verwaltungsgemeinschaft Hohe Börde.

Die Ortschaften und Ortsteile bzw. das Dorfleben und die dörflichen Traditionen spielen für die Einheimischen nach wie vor eine sehr wichtige Rolle. Hier sind auch viele wichtige Akteure aktiv an der Weiterentwicklung der Gemeinde und Dörfer engagiert, wie z. B. die Ortschaftsräte, das Freiwilligenbüro, der Landfrauen-Verein „Holle-Holler“, viele weitere Vereine, die Kirchengemeinden und natürlich die Gastbetriebe und Produzenten. Die Identifikation der Bürgerinnen und Bürger mit der Gemeinde Hohe Börde ist sicherlich noch ausbaufähig bzw. kann gerade durch gemeindeweite Tourismus- und Naherholungsprojekte gestärkt werden.

Damit sich alle Ortschaften und Ortsteile sowie alle Akteurinnen und Akteure gut mitgenommen fühlen, wurde hier im Kleinen Tourismuskonzept für die Gemeinde Hohe Börde eine Gesamtvision entwickelt und bei den Projekten dann bewusst Maßnahmen für die gesamte Gemeinde Hohe Börde, aber auch für die einzelnen (touristisch relevanten) Ortschaften und Ortsteile definiert.

Abbildung 3: Ortsteile und Gemeinde Hohe Börde



Quelle: Gemeinde Hohe Börde

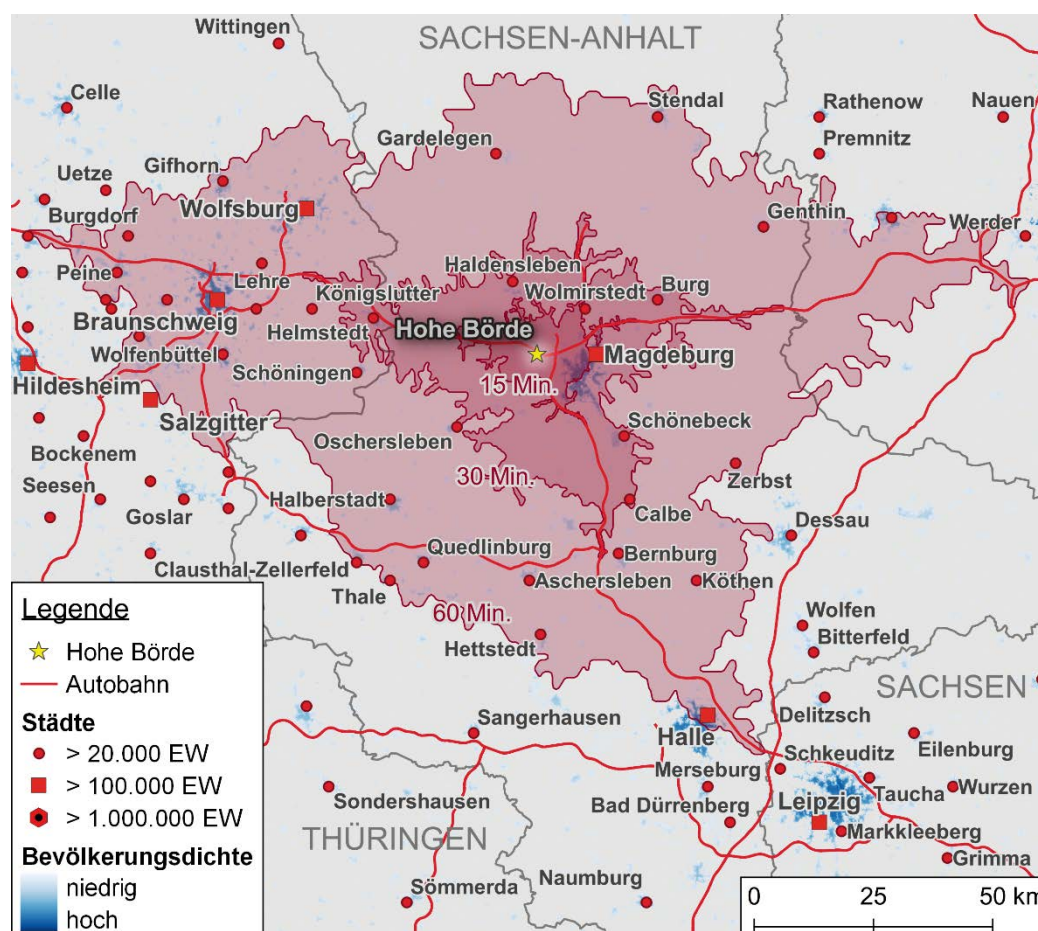
Die Nachbargemeinden sind Haldensleben, Niedere Börde, Barleben, Wanzleben-Börde, Eilsleben, Erxleben, Altenhausen und Süplingen. Mit ihnen ergeben sich viele thematische und räumliche Verknüpfungsansätze in der Region (z. B. zum Thema Wandern mit Hundisburg, dem Haldenslebener Ortsteil mit dem Schloss Hundisburg und der Ziegelei).

Einzugsgebiet für Tages- und Kurzreisen

Die Einwohnerzahlen im Einzugsgebiet sind der wichtigste Einflussfaktor für die Besucherpotenziale einer Region (insbesondere hinsichtlich Tages- und Kurzurlaubsreisen).

Das Einzugsgebiet für die Gemeinde Hohe Börde wird auf Basis durchschnittlicher PKW-Fahrtzeiten auf innerstädtischen Straßen, Landes- und Bundesstraßen sowie Bundesautobahnen bestimmt. Die Nachfrage für Tagesausflüge kommt in der Regel aus einem Umkreis von bis zu einer Stunde Fahrtzeit, Kurzreisen aus dem Einzugsgebiet bis zu zwei Stunden Fahrtzeit. Angesichts der aktuell sehr geringen Beherbergungskapazitäten in der Gemeinde Hohe Börde, aber auch der fehlenden überregionalen Anziehungskraft der überwiegend sehr kleinen Betriebe wird hier lediglich das Einzugsgebiet bis 60 Minuten dargestellt. Das heißt, bei außergewöhnlichen Beherbergungsangeboten oder Veranstaltungen und Besucherattraktionen mit besonderer Strahlkraft kann das Einzugsgebiet deutlich größer sein.

Abbildung 4: Einzugsgebiet Gemeinde Hohe Börde



Quelle: ift GmbH auf Basis QGIS 2021

Tabelle 1: Einwohnerpotenzial und Kaufkraft

Fahrtzeit	Einwohner	Einwohner kumuliert	Kaufkraft in Mio. €	Kaufkraft in Mio. € kumuliert	Haushalte	Haushalte kumuliert
15 Min.	208.628	208.628	4.417	4.417	114.723	114.723
30 Min.	260.070	468.698	5.466	9.882	136.722	251.446
60 Min.	1.549.146	2.017.844	35.381	45.263	807.019	1.058.465

Quelle: ift GmbH auf Basis QGIS, GfK und WorldPop 2021

Im Radius von ...

- ▶ ... 15 Minuten liegt u.a. die Landeshauptstadt Magdeburg,
- ▶ ... 30 Minuten liegen u.a. Haldensleben, Königslutter, Helmstedt, Schönebeck,
- ▶ ... 60 Minuten liegen u.a. Wolfsburg, Braunschweig, Wolfenbüttel.

Mit der Landeshauptstadt Magdeburg vor der Tür leben im direkten Einzugsgebiet der Gemeinde Hohe Börde im 30-Minuten-Radius fast eine halbe Million Menschen. Das Besucherpotenzial steigt dann im 60-Minuten-Radius stark an (weitere 1,5 Mio. Einwohner in Städten wie Wolfsburg, Braunschweig, Halberstadt) stark an, was vor allem die Potenziale für Tagesausflüge - bei attraktiven Beherbergungsbetrieben aber auch für Wochenend- und Kurzreisen - aus diesem Raum zeigt.

2.2 Aktuelles touristisches Angebot, touristische Themen

Diese Übersicht zeigt die aktuellen touristischen Angebote in der Gemeinde Hohe Börde:

Tabelle 2: Übersicht touristische Angebote Gemeinde Hohe Börde

Natur, Natur-Aktiv, Rad und Wandern	<ul style="list-style-type: none"> - „Hohe Börde“: besondere Topografie in der sonst ebenen Bördelandschaft: Großer Wartberg, sanfte Hügel, eiszeitlich geformte Täler, schroffe Gesteinsformationen - Landschaftsschutzgebiete (Wandergebiete): z. B. Landschaftsschutzgebiet Hauental bei Mammendorf, Wellenberge, Bebertal - Flechtinger Höhenzug (wird im Süden durch die Beber begrenzt) - überregionale Radwege: Aller-Elbe-Radweg, Quer durch die Börde, Grenzenlos kommunizieren - regionale Radwege: Großer Holunder-Radweg (Anbindung an den Börde-Radweg); Mittlerer und Kleiner Holunder-Radweg - Wanderrouten: Holunderentdeckungstour (Wanderwegenetz mit Stempelstationen), Tour der Romanik Haldensleben – Bebertal, Große Wartberg Runde - Führungen durch die neu ausgebildeten Gästeführer bzw. Kulturlandschaftsführer als Botschafter der Hohen Börde und ihrer kulturellen Werte - Natura 2.000 Gebiet
Orte, Kultur, Museen, Feste, Traditionen	<ul style="list-style-type: none"> - Bismarckwarte, Wartberg - Veltheimsburg, Bebertal - Holunder-Kontor, Niederndodeleben/Schnarsleben (Elfenwiese Brumby) - Schlosspark Eichenbarleben (Schlossruine Eichenbarleben) - Dorfmuseum Ackendorf - Hopfen-Info-Haus, Groß Santerleben - besondere, etablierte Feste, Veranstaltungen: Bördehoffest Niederndodeleben-Schnarsleben, Holunderblütenfest der Landfrauen, Tag der Regionen - Touren-Events: Süße Tour (September), Tour de Börde „Das Wir gewinnt“ - Schützen-, Heimatfeste, Weihnachtsmärkte - Ochtmersleber Rasentraktortreffen - Orgelsommer Niederndodeleben - Streuobstwiesen-Fest Bornstedt
Dorfgemeinschaftshäuser, Tagungsorte	<ul style="list-style-type: none"> - Bürgerhaus „Dorfscheune“, Wellen - Dorfgemeinschaftshaus, Bornstedt - Hopfen-Info-Haus, Groß Santerleben - Deutsches Haus Rottmersleben - Ökumenische Bildungsstätte Mauritiushaus, Niederndodeleben - Veltheimsburg, Bebertal
Weitere Freizeitangebote	<ul style="list-style-type: none"> - Ökobad Nordgermersleben - Familien-Sportfreibad Niederndodeleben - Am Alten Schwimmbad, Wellen - Steinhaus, Mammendorf, am Tagebau
Regionale Produkte, Hofläden	<ul style="list-style-type: none"> - Holunder-Kontor, Niederndodeleben/Schnarsleben (und Elfenwiese Brumby) - Leinenstube, Niederndodeleben - Trachtengruppe, Bördetrachten Nähstube, Niederndodeleben - Beyers Rinderhof, Rinderzucht (Verkauf am Freitag), Ochtmersleben - Kürbis Hof „Felgentreff“, Niederndodeleben

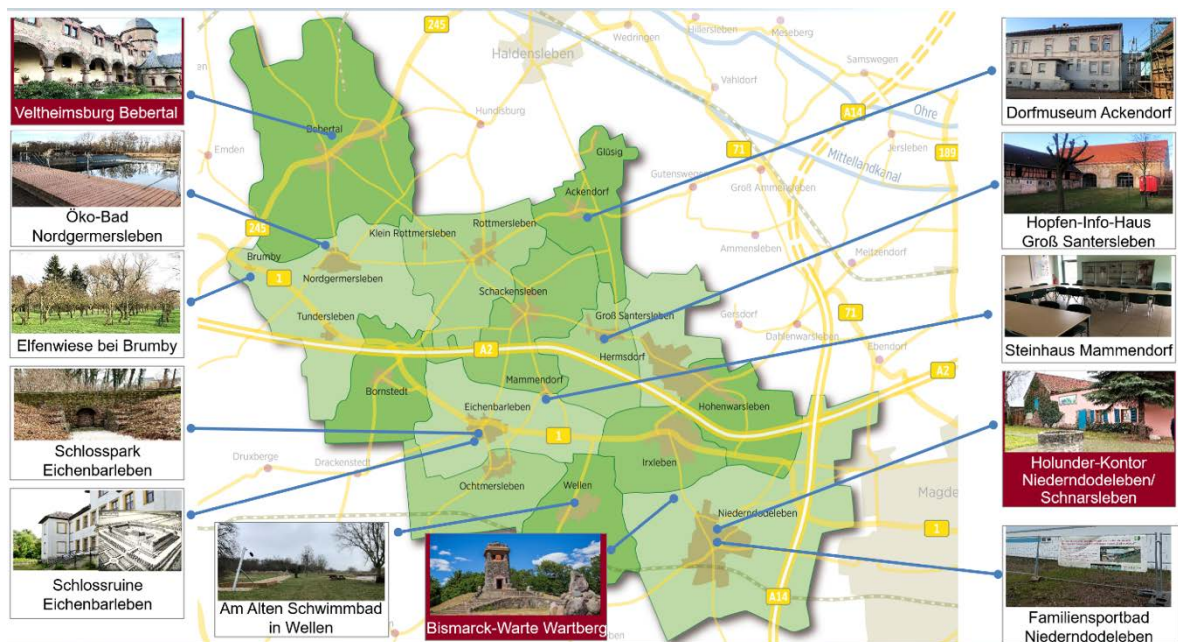
Kirchen mit besonderer touristischer Relevanz	<ul style="list-style-type: none"> - Radfahrkirche St. Godebert Bebertal mit dem Taufengel - Friedhofskapelle St. Stephanus Bebertal, Straße der Romanik - St. Nikolaikirche mit Gruft, Eichenbarleben - St. Bonifatiuskirche, Ackendorf - Autobahnkirche, Hohenwarsleben - St. Stephanuskirche, Niederndodeleben - Compenius-Hartmann Orgel in St. Peter und Paul, Niederndodeleben - Sankt-Petri-Kirche, Ochtmersleben - St. Ambrosius, Klein Santerlesleben (aktuell Entwicklung zur Eventkirche) - Kulturkirche St. Laurentius, Neue Dorfmitte Hermsdorf - St. Jakobuskirche Rottmersleben
Freizeitangebote im Umfeld/ Ausflugsziele	<ul style="list-style-type: none"> - Schloss und Barockgarten Hundisburg - Ziegelei Hundisburg - Haus des Waldes Hundisburg - Elbauenpark Magdeburg - Dom zu Magdeburg

Quelle: ift GmbH, Vor-Ort-Besichtigung, Zulieferung Gemeinde Hohe Börde, Desk-Research

Die Gemeinde Hohe Börde bietet eine Reihe touristischer sowie Naherholungsangebote und Aktivitäten, die vor allem für Ausflugsgäste aus der Region (Touristen und Einheimische) interessant sind. Es gibt attraktive Rad- und Wanderwege wie die Holunder-Radwege oder den überregionalen Aller-Elbe-Radweg. Für Wanderer, die auch gerne etwas Neues (kennen-)lernen, gibt es die beliebte Holunderentdeckungstour, ein Wanderwegenetz mit Stempelstationen und der Holunder Wandernadel an bis zu vier Sehenswürdigkeiten je Dorf. Niederndodeleben und Bebertal bieten eine Dorfschatzkarte „Schätze unseres Dorfes“. Das übergreifende Thema Holunder wird über die Holunder-Radwege, im Holunder-Kontor oder das Holunderblütenfest sichtbar und erlebbar.

Besondere Orte mit größerem touristischem Potenzial sind aktuell die Bismarckwarte auf dem Wartberg und die Veltheimsburg mit dem Schlosspark in Bebertal. Allerdings geht von diesen Orten aktuell nur temporär im Rahmen von Einzelevents eine besondere Anziehung für Gäste und Einheimische aus. Es fehlt an wichtiger Basis-Infrastruktur, nutzbaren bzw. buchbaren (gewerblichen) Angeboten und der damit verbundenen Wertschöpfung, umfassenden Öffnungszeiten und direkten Verkehrsanbindungen. Attraktive, emotional aufgeladene Angebote wie das Holunder-Kontor treffen zwar den Nerv der Ausflugsgäste aus Magdeburg und Wolfsburg – die Angebote sind aber nur nach Anmeldung bzw. im Rahmen der kleinen Holunder-Events erlebbar. Die Elfenwiese Brumby weckt mit ihrem schönen Titel besondere Erwartungen an eine Inszenierung, die aktuell nicht gegeben ist. Das Hopfen-Info-Haus können Ausflugsgäste und Radtouristen aktuell nicht spontan besuchen, da sie sich zu der kleinen Führung vorher anmelden müssen. Im Schlosspark Eichenbarleben sind neue Angebote entstanden, aber auch hier fehlt es an Gastronomieangeboten im Umfeld. Die Schlossruine Eichenbarleben könnte ein weiteres Wahrzeichen der Gemeinde werden, erfordert aber ein enormes finanzielles Engagement des privaten Eigentümers, auch vor dem Hintergrund der hohen Denkmalschutzaufgaben. Es gibt noch zu wenige Hofläden, nur wenig Ausflugsgastronomie und kaum Unter-Dach-Freizeitangebote für Schlechtwetter-Tage. So bietet die Gemeinde Hohe Börde zwar punktuell interessante Angebote, aber der Gast kann sie kaum nutzen, Umsätze tätigen bzw. ist die Dichte der (geöffneten) Angebote entlang der attraktiven Rad- und Wanderwege noch zu gering.

Abbildung 5: Ausgewählte touristische Angebote, wichtige „Points of Interest“

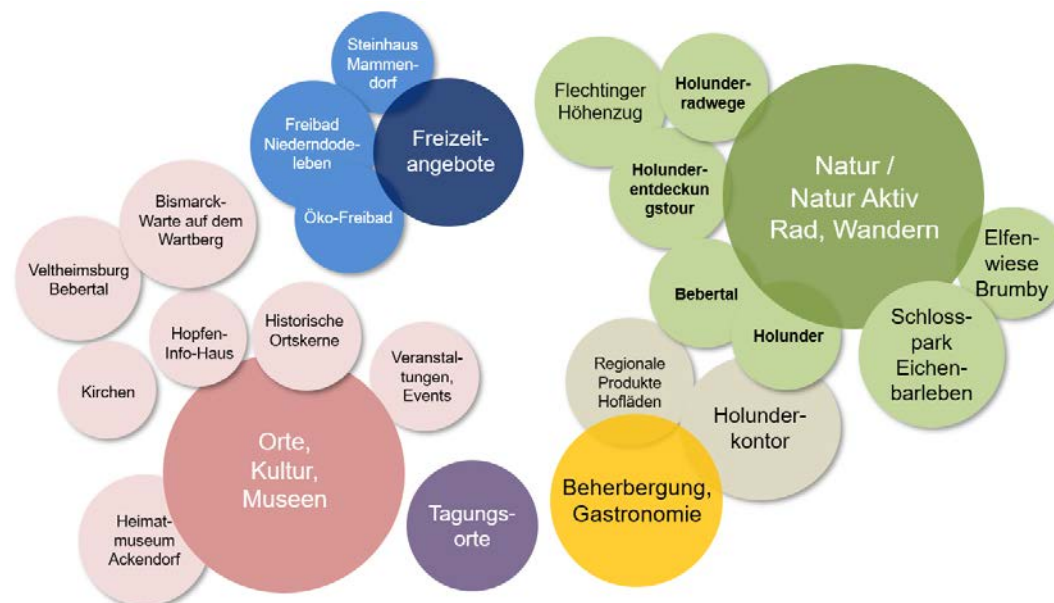


Quelle: ift GmbH, Karte ISEK 2018.

Erwähnenswert sind hier noch die Freibäder, insbesondere das Ökobad in Nordgermersleben, wo eine weitere Entwicklung in den Bereichen Gastronomie, Freizeit, Wohnmobiltourismus bzw. Zelten (für Gruppen) vorstellbar ist.

Abgeleitet aus den aktuellen touristischen Angeboten sind hier die touristischen Themen dargestellt, die in der Gemeinde Hohe Börde gespielt werden können:

Abbildung 6: Touristische Themen in der Gemeinde Hohe Börde



Quelle: ift GmbH

Zwischenfazit: Insgesamt hat die Gemeinde Hohe Börde ein breites Angebot an kleinen, besonderen Highlights, die aber aktuell nur eingeschränkt touristisch genutzt werden können.

2.3 Aktuelles Beherbergungsangebot

Es gibt in der Gemeinde Hohe Börde aktuell ein Hotel, die Veltheimsburg Bebertal. Daneben gibt nur kleine, familiengeführte Pensionen und Gasthöfe mit teilweise sehr geringen Bettenkapazitäten. Etwas größere Zimmer- und Bettenzahlen bieten die beiden Betriebe Euro-Rastpark „Zum Raukler“ direkt an der Autobahn (weniger auf Touristen ausgerichtet) und das Mauritiushaus, die Ökumenische Begegnungs- und Bildungsstätte in Niederndodeleben. Das Erscheinungsbild der Beherbergungsbetriebe ist meist traditionell und häufig in die Jahre gekommen. Einen großen Teil der Übernachtungsgäste machen Geschäftsreisende und da vor allem Monteure aus. Es gibt lediglich einen Betrieb mit einer Zertifizierung, den Bett-und-Bike Betrieb Vierzeit-Hof in Bebertal.

Tabelle 3: Übersicht der Beherbergungsbetriebe in der Gemeinde Hohe Börde 2022

Beherbergungsbetrieb	Profil, Ausrichtung	Zimmer, Betten	Gastronomie
Taubenturm Brumby	Ferienwohnung	1 Fewo	Kühlschrank Befüllung
Deutsches Haus Bebertal	Gaststätte & Pension, Familienbetrieb	3 DZ, 2 EZ, 8 Betten o. Aufbettung	Gaststätte
Veltheimsburg Bebertal	Hotel mit Veranstaltungsräumen	13 Zimmer + 1 Fewo	Kontinentales Frühstück, Frühstücksbuffet
Vierzeit-Hof Bebertal	Pension	6 Zimmer, 10 Betten	Hofcafé mit hausgebackenen Kuchen, Torten
Mauritiushaus Niederndodeleben	Bildungsstätte	18 Zimmer, 36 Betten	
Euro-Rastpark „Zum Raukler“ Hohenwarsleben	Rasthof Motel	32 Zimmer, 64 Betten	Restaurant mit Außenterrasse
FeWo Rilix-Wohnen Wellen	Ferienwohnung	1 Fewo	
Café Pension „Isi“ Niederndodeleben	Landgasthof	3 EZ, 3 DZ, 9 Betten o. Aufbettung	Gasthof, Biergarten
Pension „Olbeblick“ Rottmersleben	Pension	2 DZ	

Quelle: Webseiten Beherbergungsbetriebe, EZ = Einzelzimmer, DZ = Doppelzimmer, Fewo = Ferienwohnung

Mehrere Betriebe sind in den letzten Jahren vom Markt gegangen und stehen aktuell leer, wie z. B. das Hotel Kronprinz in Nordgermersleben oder das Deutsche Haus in Schackensleben. Hier gibt es auch noch keine Zukunftsperspektiven für einen Neustart, der auch zunächst große Investitionen erfordern würde.

Es gibt keinen Campingplatz auf dem Gebiet der Hohen Börde. Am Ökobad in Nordgermersleben können schon heute Wohnmobilisten stehen, allerdings gibt es dort noch keine entsprechende Infrastruktur (Ver- und Entsorgung etc.). Qualifizierte Angebote für dieses potenzialträchtige Tourismussegment sollen dort und auch an weiteren Standorten in der Gemeinde ausgebaut werden.

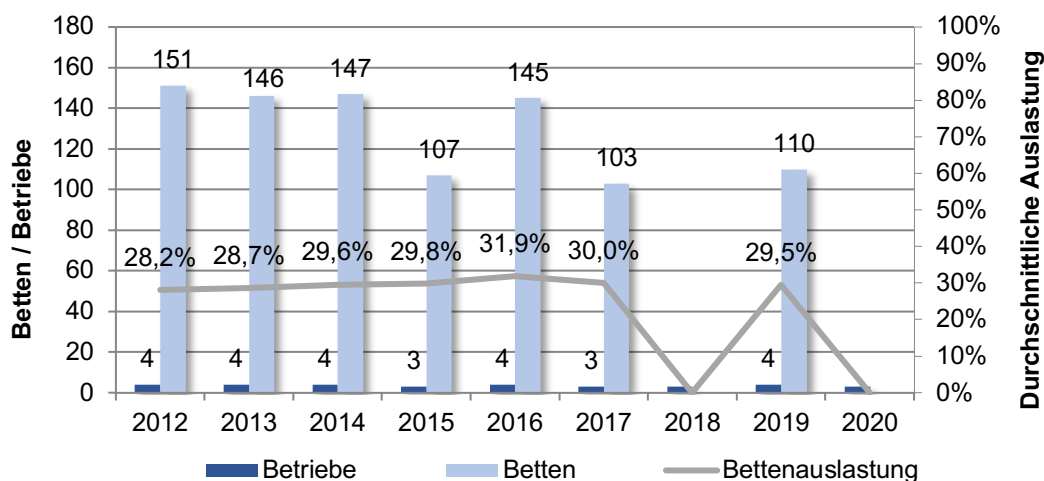
2.4 Entwicklung der gewerblichen Beherbergungsangebote

Hinweis: In 2018, 2020 und auch in 2021 wurden durch das Amt für Statistik Sachsen-Anhalt aus statistischen Geheimhaltungsgründen keine Betten- und Betriebszahlen ausgewiesen. Zu wenige Betriebe haben Daten gemeldet, so dass aus den Daten Rückschlüsse auf einzelne Anbieter gezogen werden könnten.

Die Zahl der in der amtlichen Statistik erfassten gewerblichen Beherbergungsbetriebe ist im Betrachtungszeitraum 2012 bis 2020 nahezu konstant geblieben. Die Zahl der Betten ist allerdings kontinuierlich zurückgegangen. In 2012 waren es noch 151 Betten, in 2019 (vor Corona) waren es nur noch 110 Betten in den vier gewerblichen Betrieben mit mehr als zehn Betten.

Die durchschnittliche Bettenauslastung ist in der Gemeinde Hohe Börde im Vergleich zu 2012 bis 2019 nur minimal auf 29,5 % gestiegen und befindet sich damit auf vergleichsweise niedrigem Niveau: In der Landeshauptstadt Magdeburg ist (bei zunehmenden Bettenzahlen) die durchschnittliche Bettenauslastung von 31,2% in 2012 auf 37,9% in 2019 gestiegen. In der Gemeinde Barleben, die über mehrere große inhabergeführte und Kettenhotels verfügt, lag die durchschnittliche Bettenauslastung in 2019 bei 34,5%.

Abbildung 7: Entwicklung der gewerblichen Betriebe Gemeinde Hohe Börde 2012 - 2020



Quelle: ift GmbH auf Basis Amt für Statistik Sachsen-Anhalt 2022 (gewerbliche Betriebe mit > 10 Betten), für 2018, 2020 und auch 2021 wurden aus Gründen der Geheimhaltung durch das Amt keine Daten ausgewiesen.

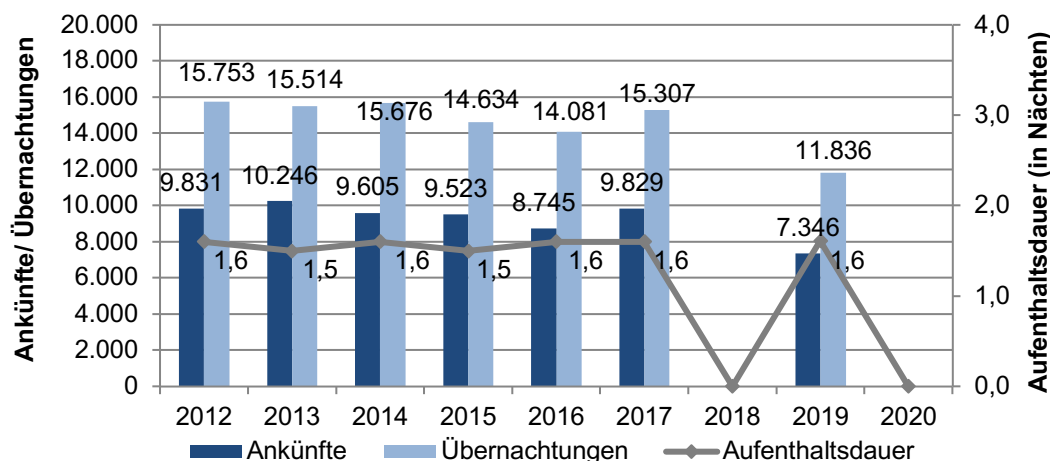
2.5 Entwicklung der gewerblichen Ankünfte und Übernachtungen

Entwicklung in der Gemeinde Hohe Börde

Das Amt für Statistik Sachsen-Anhalt erfasste 2019 rund 12.000 Übernachtungen und rund 7.000 Ankünfte bzw. Gäste in gewerblichen Betrieben in der Gemeinde Hohe Börde (bei 110 gewerblichen Betten). Bis 2017 waren es jährlich noch rund 15.000 Übernachtungen und 10.000 Ankünfte (bei 145 gewerblichen Betten). Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer lag im Vergleichszeitraum bei durchschnittlich 1,6 Nächten, was auf einen hohen Anteil von Geschäftsreisenden schließen lässt. Zum Vergleich: Während in der Gemeinde Hohe Börde aufgrund der Kapazitäten und der Qualität der Beherbergungsangebote die Zahl der Übernachtungen seit Jahren stagniert, konnten in der benachbarten Landeshauptstadt Magdeburg die Übernachtungen von rund 550.000 Über-

nachtungen in 2012 auf 730.000 in 2019 gesteigert werden (auch dank neuer Bettenkapazitäten). Von dieser positiven Entwicklung konnte die Gemeinde Hohe Börde bisher nicht profitieren.

Abbildung 8: Entwicklung der Ankünfte und Übernachtungen Gemeinde Hohe Börde 2012 - 2020

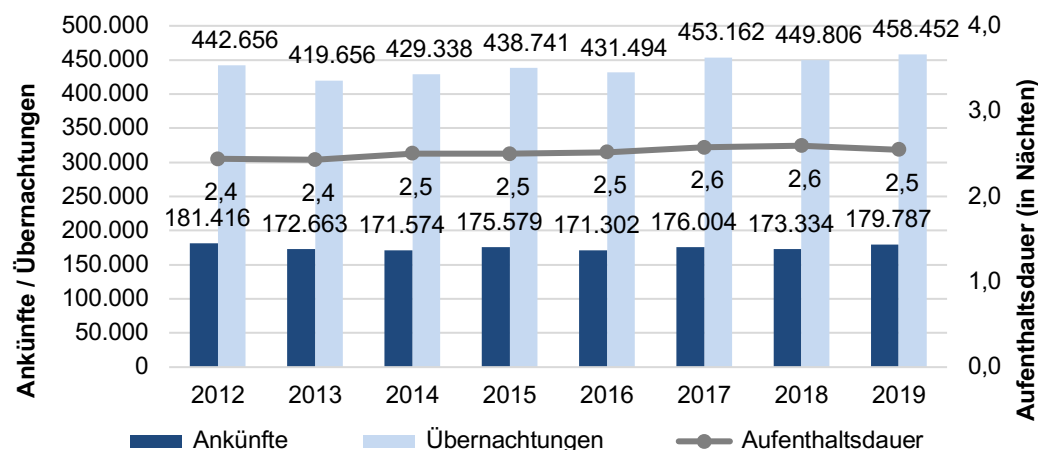


Quelle: ift GmbH auf Basis Amt für Statistik Sachsen-Anhalt 2022

Entwicklung der gewerblichen Ankünfte und Übernachtungen im Landkreis Börde

Die Zahl der Ankünfte und Übernachtungen im Landkreis Börde ist seit 2012 nahezu konstant geblieben. Der bisher höchste Wert wurde 2019 mit rund 460.000 Übernachtungen und 180.000 Ankünften erreicht. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer lag in den letzten Jahren bei 2,5 Nächten. Die Zahl der angebotenen Betten sowie die Zahl der geöffneten Betriebe ist seit 2012 gesunken. 2012 gab es 5.540 angebotene Betten und 68 geöffnete Betriebe, 2019 5.239 angebotene Betten und 54 geöffnete Betriebe. Die durchschnittliche Bettenauslastung lag 2019 bei 24 %.

Abbildung 9: Entwicklung der Ankünfte und Übernachtungen Landkreis Börde 2012 - 2019



Quelle: ift GmbH auf Basis Amt für Statistik Sachsen-Anhalt 2022

Zwischenfazit: Wenn die Gemeinde Hohe Börde künftig stärker am Übernachtungstourismus teilhaben will, dann müssen sich die Bestandsbetriebe weiterentwickeln und neue gewerbliche Beherbergungsangebote angesiedelt werden.

2.6 Touristische Vermarktung

Die touristische Vermarktung der Gemeinde Hohe Börde erfolgt über die Webseite der Gemeindeverwaltung www.hohe-boerde.de.

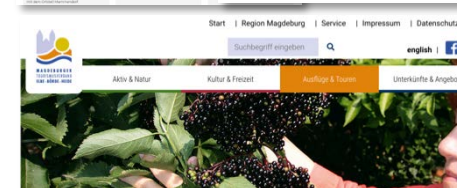
Auf der zeitgemäßen Webseite werden in der Rubrik „Tourismus, Freizeit, Dorfleben“ die Sehenswürdigkeiten mit großen, attraktiven Fotos und gutem Content dargestellt. Die Themen Holunder, Natur und Dorfleben stehen im Vordergrund. Auch die einzelnen Ortschaften und die Dorfgemeinschaftshäuser als wichtige Orte für Kultur, Dorfleben sowie die Themen Tagungen und Workshops werden hier vorgestellt. Es gibt eine digitale Karte zu den Holunderradwegen, allerdings ist diese noch nicht intergestellt und es gibt auch noch keine Rubrik und Karte zu den Wanderwegen.

Es werden hier noch keine buchbaren, nutzbaren Angebote dargestellt, so dass sich dem Gast nicht erschließt, was er oder sie an den besonderen Orten in der Gemeinde Hohe Börde tatsächlich tun und erleben kann.

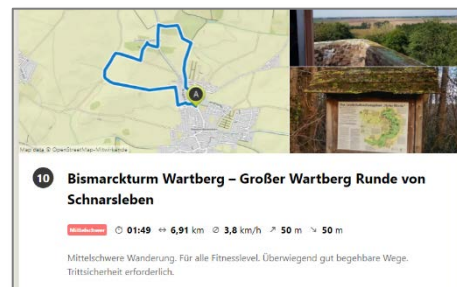
Die Beherbergungsbetriebe sind auf der Webseite gelistet, allerdings gibt es keine weiterführenden Informationen dazu. Ausflugs gastronomien oder Hofläden finden sich hier noch nicht.

Es gibt noch keinen Social Media Auftritt der Gemeinde Hohe Börde.

Auf der Website des Magdeburger Tourismusverbandes Elbe-Börde-Heide e.V. sind Informationen zu den Ausflugszielen in der Hohen Börde, vor allem zu den Holunderradwegen (mit Outdooractive-Karte), zum Holunder-Kontor und zum Hopfen-Info-Haus in Groß Santerleben (bei der „Süßen Tour“) dargestellt – allerdings auch hier ohne vertiefende Informationen zu Öffnungszeiten, buchbaren Angeboten. Auch Informationen zu attraktiven Wanderrouten in der Gemeinde gibt es hier noch nicht. Die stärkere Versorgung des Tourismusverbandes mit diesem wichtigen Content ist Aufgabe der Betriebe selbst, könnte jedoch über die Gemeinde unterstützt und immer wieder angeschoben werden.



In den interaktiven Tourenplanern Komoot und Outdooractive werden Rad- und Wander-Touren durch die Gemeinde Hohe Börde über die „Community“ kommuniziert (nicht über die Gemeinde). Die „Süße Tour“, die auch durch die Gemeinde Hohe Börde führt, ist ein Markenprodukt des Magdeburger Tourismusverband Elbe-Börde-Heide e.V. und wird über diesen auch in den Tourenplanern gepflegt.



Im Bereich der Print-Produkte bietet die Gemeinde aktuell verschiedene Wanderkarten zum Download oder vor Ort an. Auch gibt es Informationen und die Stempelkarte zur Holunderentdeckungstour. Die Karten und Flyer sind aktuell noch in unterschiedlichem Layout gestaltet. Nicht alle Medien sind tatsächlich für Touristen ausgerichtet bzw. geeignet. Zum Beispiel richten sich die Rad- und Wanderkarte „Wege ins Holunderland“ oder auch die Imagebroschüre „Unterwegs im Holunderland“ mit den umfassenden Informationen zu den Ortschaften und Ortsteilen eher an Einheimische (auch an einheimische Familien oder Schulklassen). Das Dorfleben ist auch ein sehr wichtiger touristischer Erfolgsfaktor, allerdings sind für Touristen eher Informationen zu den verfügbaren Angeboten und deren Kombinationsmöglichkeiten relevant. Das Kartenmaterial für Rad- und Wanderwege gibt es derzeit noch nicht in digitaler Form.

Zwischenfazit: Die Gemeinde Hohe Börde stellt ihre touristischen und Naherholungsangebote auf ihrer Gemeindef Webseite in attraktiver Weise dar und hat auch in das Netzwerk des Magdeburger Tourismusverbandes Elbe-Börde-Heide e.V. bereits guten Content eingespielt. Allerdings sind die Informationen zu Gastbetrieben und Einrichtungen, zu Öffnungszeiten und konkreten Angeboten noch ausbaufähig. Das Kartenmaterial für Rad- und Wanderwege gibt es derzeit noch nicht in digitaler Form bzw. wurden bestehende interaktive Tourenplaner noch nicht eingebunden.

2.7 Ausgewählte Trends und Marktpotenziale

Aus den aktuellen Trends und Marktentwicklungen lassen sich immer besondere Chancen und Handlungserfordernisse für die Tourismusentwicklung einer Destination ableiten. Nachfolgend ist eine Auswahl wichtiger Trends, die für die Gemeinde Hohe Börde relevant sind, aufgeführt.

Allgemeine Trends

- ▶ Klimawandel, gestiegenes Bewusstsein für Klimaschutz, Klimaanpassung, Nachhaltigkeit
- ▶ Gestiegenes Sicherheitsbedürfnis (COVID-19 Pandemie, weltweite Krisen, Krieg)
- ▶ Demographischer Wandel und Barrierefreiheit – gestiegene Anforderungen an Zugänglichkeit und Komfort für Ältere, Menschen mit Handicap, Familien mit Kleinkindern bzw. für alle.
- ▶ Digitalisierungsschub während der COVID-19 Pandemie – gestiegene Anforderungen an die digitale Verfügbarkeit von Daten, Fakten, aber vor allem auch Inspiration und zwar mobil und 24/7. Eng damit verbunden sind die technologischen Entwicklungen zum Aufbau von Content Netzwerken der touristischen Organisationen auf Landes- und Regionsebene.
- ▶ Wertewandel: Sinnhaftigkeit, Sehnsucht nach Frieden, Heimat, Bodenständigkeit, intakter Natur, Entschleunigung, Gesundheitsbewusstsein, Achtsamkeit, gesunde Ernährung, Bewegung, gemeinsame Zeit
- ▶ Erlebnisorientierung
- ▶ Geänderte Mobilitätsansprüche, bis zur letzten Meile, zunehmend auch als E-Mobilitätsangebote
- ▶ Änderungen im Reiseverhalten: Alles immer schneller und kürzer.
- ▶ Rationalisierungsdruck, steigende Kosten in privaten wie geschäftlichen Bereichen, Inflation, geringer werdende Budgets
- ▶ Fachkräftemangel in allen Branchen.

Hinzu kommen die Auswirkungen der Corona-Krise, die sich im Informations-, Buchungs- und Reiseverhalten der Deutschen niederschlagen. Potenzielle langfristige Auswirkungen sind:

- ▶ *Stärkung von Destinationen im Inland, naturbezogener Tourismus*
- ▶ *Steigendes Hygiene-, Sauberkeits-, Gesundheits- und Qualitätsbewusstsein der Gäste*
- ▶ *Wachsendes Bedürfnis nach Sicherheit und Flexibilität*
- ▶ *Zunahme Individualverkehr*
- ▶ *Erhöhte Preissensibilität durch ggf. niedrigeres verfügbares Einkommen (kurzfristig)*

Potenziale relevanter Marktsegmente

Nachfolgend werden die Potenziale der wichtigsten Segmente Rad- und Wandertourismus für die Gemeinde Hohe Börde skizziert.

Wandern

- ▶ 370 Mio. Tagesausflüge pro Jahr, 8,7 Mio. Wanderurlaube, 7,4 Mrd. Euro Bruttoumsatz
- ▶ Altersgruppe mit den meisten Wanderern: 50-59-Jährige (ca. 30 %)

- ▶ aktives Naturerlebnis, Förderung von Bewegung und Regeneration, genießen frischer Luft und Ruhe, Ich-Zeit, Neues entdecken, soziale Kontakte
- ▶ beliebteste Wanderregionen sind Mittelgebirge (65 %)
- ▶ Information vorab: online, persönliche Empfehlungen, Printmedien
- ▶ vor Ort wichtig: Karten, Wegweiser, digitale Angebote (Apps, Karten, Touchpoints)
- ▶ Angebotsfaktoren: Wegequalität, Wegeausstattung, besondere Landschaften – herausragende Ausblicke, Naturattraktionen, gute Beschilderung, spezialisierte Gastbetriebe und alternative Gastronomie- und Übernachtungsangebote an den Routen.

Radfahren

- ▶ 330 Mio. Radausflüge in der Freizeit, 63 Mio. im Urlaub; 34,3 Mio. Radausflügler (+5,5 %), 5,4 Mio. Radreisende
- ▶ 72 % Streckenradler, 28 % Regioradler
- ▶ wachsender Ausflugsradius (auch dank E-Bikes), 55 % fahren > 60 km zum Startpunkt
- ▶ 40 % der Radurlauber reisen mit der Bahn an.
- ▶ 29 % der Ausflügler nutzen Elektroräder (23% in 2018, 18% in 2017)
- ▶ Information: Wachsende Bedeutung von Apps (51%) und Tourenportalen (57%), Nachfrage nach Printmaterial bleibt konstant.

Quelle: *ift* auf Basis ADFC Radreiseanalyse, fitreisen.de, Statista 2019 GfK DestinationMonitor Deutschland 2019, Wandermonitor 2018/2019, Deutscher Wanderverband 2019, Wandertourismus Deutschland BTE 2018, F.U.R Reiseanalyse 2022.

2.8 Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Profil

Auf Basis der Analysen, der Vor-Ort-Bereisung, der Gespräche und der Tourismuswerkstatt wurden die Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken der Gemeinde Hohe Börde für die Tourismusentwicklung wie folgt zusammengefasst:

Tabelle 4: SWOT-Profil

Stärken	Schwächen
Lage, Anbindung, Ortsbilder, Natur, Freizeit	
<ul style="list-style-type: none"> + gute Verkehrsanbindung und Erreichbarkeit mit dem PKW (A2, A14, B71, B189) + Nähe zur Landeshauptstadt Magdeburg + gut ausgebaut Rad- und Wanderwege + saubere, gepflegte Ortsbilder + hohe Identifikation mit den Ortschaften und Ortsteilen, bestehende dörfliche Traditionen + viele aktive Akteurinnen und Akteure, aktives Vereinsleben + dörfliche Traditionen, attraktive etablierte Märkte, Feste, Trachten + attraktive Kirchen, teils mit einzigartiger Ausstattung, besonderen Veranstaltungen + ausgebildete Gästeführerinnen und Gästeführer bzw. Kulturlandschaftsführerinnen und -führer als „Botschafter der Hohen Börde“ und ihrer kulturellen Werte + Heimatgeschichte und Holunder im Holunder-Kontor (nur nach Anmeldung) + Anlagen mit besonderer Geschichte und besonderen Entwicklungspotenzialen 	<ul style="list-style-type: none"> - ÖPNV-Verbindung unter touristischen Aspekten optimierungsbedürftig (Fahrzeiten und Takte) - E-Mobilitätsangebote ausbaufähig - Nur wenige Kultur-, Freizeit-, Erlebnisangebote bzw. nur geringe Öffnungszeiten, kaum ständig nutzbare Angebote (Erlebnis erfordert immer die vorherige Anmeldung) - keine Outdoor- / Indoor-Freizeitangebote (besondere Erlebnisse, Spiel, Sport o. ä.)
Beherbergung, Gastronomie, Einkaufen	
<ul style="list-style-type: none"> + Gastbetriebe mit besonderen Entwicklungspotenzialen + attraktive Freibäder (auch als Anziehungspunkte für Tagestouristen) + gute regionale Produkte, Hofläden (weiter ausbaufähig) + frequenzstarker Elbauenpark 	<ul style="list-style-type: none"> - zu wenig Betriebe bzw. geringe Bettenkapazitäten, keine Hotels, keine gruppeneigneten Hotels. - keine besonderen Konzepte, viele Betriebe hinsichtlich Ausstattung und Anmutung in die Jahre gekommen - keine qualifizierten Wohnmobilstellplätze (in Planung), kein Camping/Zelten - zu wenig und zu wenig besondere Gastronomieangebote, Ausflugs-gastronomie, wenige neue Konzepte

Stärken	Schwächen
Touristische Aufgabenwahrnehmung, Marketing	
<ul style="list-style-type: none"> + Holunder bzw. „Holunderland“: Alleinstellungsmerkmal für die Vermarktung und Produktentwicklung + attraktiver Internetauftritt (über die Gemeinde), guter Content 	<ul style="list-style-type: none"> - keine Angebote, Öffnungszeiten etc. auf der Webseite, kein Online-, Social-Media Marketing, Printmedien nicht einheitlich und nicht immer für Touristen relevant, noch keine interaktiven Karten - kaum personelle und finanzielle Ressourcen für die Tourismusarbeit in der Gemeinde Hohe Börde, die Projektentwicklung und Netzwerkarbeit

Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> + Wachstumsmarkt Deutschlandtourismus im Allgemeinen (auch gerade durch die COVID-19 Krise) + Trendthema „Natur“ bzw. „Aktiv in der Natur“, Radtourismus und e-Bike Tourismus boomen + Steigendes Erholungsbedürfnis von gestressten Großstädtern, Entschleunigung, Achtsamkeit, Gesundheit, mentale Wellness, Heimat, gesunde Ernährung mit regionalen Produkten + Wachsende Bereitschaft zu nachhaltigem Handeln + Regionalität + Digitalisierung + Tagungen und Seminare im Grünen, an besonderen Orten, auch B- oder C-Standorten (mit besonderen Sicherheitskonzepten nach Corona und besonderen Erlebnis-Rahmenprogrammen) werden sich wieder erholen + Erfolgsfaktor: Größere Einheiten mit umfassendem Angebotsspektrum, Thematisierung und Clusterbildung + stärkere Vernetzung mit den Content Netzwerken der Tourismuspartner in der Region + Binnenwirkung eines Tourismusmarketings für das „Holunderland“ hinsichtlich Motivation, Identifikation der Gastgeberinnen und Gastgeber und der Einheimischen 	<ul style="list-style-type: none"> - Ängste, Existenznöte schränken Reisemöglichkeiten ein (COVID-19, Ukrainekrieg, steigende Kosten / Inflation) - geringe Bekanntheit der Region zwischen Magdeburg, Wolfsburg und Braunschweig als Ausflugs- und Kurzreiseregion - ohne weitere Angebote und ohne Weiterentwicklung der bestehenden Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe keine touristische Entwicklung möglich - Fachkräftemangel überall und in allen Branchen - regionaler Wettbewerb: andere Gemeinden rund um die Landeshauptstadt Magdeburg bauen die touristischen Angebote sowie Freizeitattraktionen weiter aus, touristisches Potenzial geht an der Hohen Börde vorbei - Tourismusmarketing für das Holunderland nur bedingt umsetzbar auf Gemeindeebene (Reichweite / Erfolgsaussichten bei potenziellen Gästen, Ressourcen)

3. Ziele, Strategien, Positionierung

3.1 Rahmenkonzepte

Berücksichtigt wurden diese Konzepte und Rahmenplanungen:

- ▶ Integriertes Städtebauliches Entwicklungskonzept (ISEK) der Gemeinde Hohe Börde, Dr. Bock & Partner GbR, Landschaftsarchitektur Westhus, 2018
- ▶ Leitbild des IGEK und Handlungsempfehlungen, Integriertes Gemeindliches Entwicklungskonzept (IGEK) der Gemeinde Hohe Börde, Dr. Bock & Partner GbR, Amtshof Eicklingen Planungsgesellschaft mbH & Co. KG, 2014
- ▶ Machbarkeitsstudie Digitales Dorf Hohe Börde, Dr. Kauer, 2018
- ▶ Anpassungsstrategie der Gemeinde Hohe Börde an den Demografischen Wandel, Dr. Bock & Partner GbR, 2011
- ▶ Regionales Tourismuskonzept Reiseregion Magdeburger Tourismusverband Elbe-Börde-Heide e.V., BTE, 2020
- ▶ Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027, Project M, 2020
- ▶ Tourismuskonzept Landeshauptstadt Magdeburg, Magdeburg Marketing Kongress und Tourismus GmbH, 2019
- ▶ Tourismuskonzept für das Kooperationsgebiet Landkreis Börde, Landkreis Helmstedt und Gemeinde Cremlingen, ift GmbH, 2019.

Wichtige Handlungsfelder im Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027 sind u.a.: mehr Betriebe im Gastgewerbe und im Bereich Freizeit, der Ausbau klimafreundlicher Mobilität, der Ausbau der digitalen Infrastruktur und des Daten-, Content-Managements sowie die Qualitätsentwicklung.

Abbildung 10: Handlungsfelder Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027



Quelle: Fortschreibung des Masterplans Tourismus Sachsen-Anhalt 2027, Ministerium für Wissenschaft und Wirtschaft des Landes Sachsen-Anhalt, PROJECT M GmbH

3.2 Touristische Entwicklungsziele und -strategien

Kernziel ist die weitere Profilierung und Positionierung der Gemeinde Hohe Börde als attraktives aktivtouristisches Ausflugsziel, Naherholungsziel und Kurzreiseziel für Gäste und Einheimische. Insbesondere über die qualifizierten Rad- und Wanderwege mit besonderen Erlebnispunkten und auch mehr gewerblichen Angeboten sollen die touristischen Image- und Wertschöpfungspotenziale gesichert bzw. deutlich ausgebaut werden.

Qualitative Ziele

- ▶ die Potenziale in Tourismus und Naherholung besser ausschöpfen (Wertschöpfung, Image). Fokus: 60 Min.-Radius mit Magdeburg, Braunschweig, Wolfsburg.
- ▶ eine hohe Aufenthalts- und Lebensqualität für Gäste und Einheimische (Jüngere, Ältere) gewährleisten.
- ▶ einen nachhaltigen Tourismus entwickeln, sichtbare, aktivierende Projekte umsetzen.
- ▶ eine klare, starke Profilierung erreichen und damit mehr Bekanntheit. Dazu gezielt die Trends nutzen.

Ökonomische und quantitative Ziele

- ▶ mehr Gäste, mehr Umsätze, mehr Wertschöpfung generieren (Löhne, Einkommen, Gewinne).
- ▶ längere Aufenthalte ermöglichen.
- ▶ Arbeitsplätze sichern, neue Arbeitsplätze schaffen.

grundsätzlich durch Steigerung ...

- ▶ der Zahl der Übernachtungen (Geschäftlich, privat),
- ▶ der Zahl der Tagestouristen,
- ▶ der Höhe der Tagesausgaben,
- ▶ der Aufenthaltsdauer,
- ▶ der Auslastung der bestehenden Kapazitäten.

Strategische Ansätze

Um die oben genannten Ziele zu erreichen, werden diese Strategien festgelegt:

1. Die vorhandene gute Infrastruktur und Angebote sollen abrundet, noch besser inszeniert und bespielt werden.
2. Es werden drei, vier touristische Kristallisationspunkte mit bester Anbindung und breitem Angebot entwickeln („Cluster“), z. B. Bismarckwarte, Veltheimsburg, Holunder-Kontor, Ökobad Nordgermersleben.
3. Es müssen mehr regelmäßig verfügbare, nutzbare, buchbare Angebote geschaffen werden. Dazu sind die Kontinuität bei den Angeboten sicherzustellen, zuverlässige Öffnungszeiten und die Teilnahme zu gewährleisten und neue thematische Angebote zu entwickeln.

4. Es werden neue, imageträchtige Mobilitätsansätze entwickelt, um die Gäste an die attraktiven Erlebnispunkte in der Gemeinde und an die Startpunkte der Rad- und Wanderwege zu bringen. Neben der Stärkung der ÖPNV (z. B. durch neue, touristisch relevante Fahrtzeiten, Takte, aber auch zusätzliche Haltepunkte an künftigen Attraktionen, sollen auch neue, besondere „Holunderland“ Mobilitätsangebote und e-Mobilitätsangebote entstehen.
5. Die Holunder-Radwege und touristischen Wanderwege werden weiter gestärkt, Startpunkte, Aufenthaltsbereiche, ein „Hüttenkonzept“, auch mit Selfservice-Angeboten zur gastronomischen Versorgung entlang der Route, e-Bike Ladestationen, Radboxen geschaffen. Auch wird eine lückenlose digitale Datengrundlage für die Wege entwickelt und kommuniziert.
6. Die touristischen Achsen entlang der regionalen und überregionalen Radwege und in die Nachbargemeinden werden ausgebaut, z. B. in Richtung Magdeburg, Haldensleben-Hundisburg (durch das Bebertal) oder nach Flechtingen.
7. Die Angebote im Bereich Beherbergung und Gastronomie (und dort vor allem der Ausflugs gastronomie) sollen ausgebaut werden. Neben der Weiterentwicklung bzw. dem Ausbau der Bestandsbetriebe muss es auch um ein, zwei Neuansiedlungen gehen.
8. In der Gemeinde Hohe Börde soll für und mit den engagierten Akteurinnen und Akteure vor Ort und in der Region ein starkes Netzwerk aufgebaut und kommuniziert werden (für das Gastgewerbe, lokale und regionale Produzenten, Kulturanbieter, Veranstaltungsorte und Events, Gästeführerinnen und -führer). Dieses Netzwerk soll nach außen in Richtung Gäste bzw. Besucherinnen und Besucher, aber vor allem auch nach innen wirken.
9. Geplant ist eine stärkere und stärker vernetzte Vermarktung - aufbauend auf dem guten Content, der Fokus liegt auf digitalem bzw. Online- und Social Media-Marketing. Dabei soll vor allem auch das Kooperationsmarketing mit dem regionalen Magdeburger Tourismusverband Elbe-Börde-Heide e. V., der MMKT Magdeburg Marketing Kongress und Tourismus GmbH und mit den Nachbargemeinden noch aktiver unterstützt werden.
10. In den wichtigen Querschnittsthemen Barrierefreiheit, Nachhaltigkeit, Digitalisierung sollen konkrete, wahrnehmbare Projekte entwickelt und möglichst viele Akteurinnen und Akteure eingebunden werden.
11. Es müssen personelle und finanzielle Ressourcen für die strategische und operative Tourismusarbeit, Projektentwicklung und Netzwerksarbeit sichergestellt werden (auch über eine zusätzliche Personalstelle bei der Gemeinde).

3.3 Touristische Positionierung, künftige Themen und Zielgruppen

Wichtige touristische Profilierungsthemen (und Identifikationsmerkmale) für die Gemeinde Hohe Börde sind:

- ▶ Holunder(-land)
- ▶ Rad und e-Bike fahren und Wandern
- ▶ die Themen „grün“, „regional“, „nachhaltig“
- ▶ (mentale) Gesundheit, Bewegung, gesunde Ernährung
- ▶ lebendiges, historisches, modernes Dorfleben, mit Traditionen, Heimat-, Kulturgeschichte.

Das Thema „Holunderland“ soll in Verbindung mit attraktiven Rad- und Wanderangeboten weiter gestärkt werden und so zunächst als kleine, feine Marke eine besondere regionale Strahlkraft in der Gemeinde selbst und im Einzugsgebiet Magdeburg – Wolfsburg – Braunschweig entfalten. Hier geht es einerseits um eine touristische Profilierung und andererseits um die Stärkung der Gemeinschaft vor Ort bzw. des Lebensraumes Hohe Börde.

Damit das Holunderland nicht nur inhaltlich, sondern auch räumlich in der Wahrnehmung der potenziellen Gäste verortet werden kann, muss sich in der künftigen Wort-Bild-Marke auch die Hohe Börde wiederfinden. Die Börde wird sicherlich von den meisten Deutschen mit der Magdeburger Börde als eine der fruchtbarsten Landschaften Deutschlands assoziiert und verfügt daher über einen hohen bundesweiten Bekanntheitsgrad. Die Hohe Börde verspricht hier in Teilbereichen besondere landschaftliche Attraktionen oder auch Ausblicke.

Holunderland
Hohe Börde

Das „Holunderland“ soll als regionale Marke auch durch die Akteure aus Gastgewerbe, Produzenten regionaler Produkte, Einzelhandel, Kultur und Freizeit genutzt werden können.

Künftige Zielgruppen

Wichtigste touristische Zielgruppen sind:

- ▶ Aktive ältere Menschen mit Interesse für Natur und Kultur(veranstaltungen)
- ▶ (künftig mehr) Genießerinnen und Genießer im mittleren Alter, die gerne regionale bzw. besondere Produkte kaufen, genießen, Veranstaltungen besuchen
- ▶ (künftig mehr) Schulklassen, Vereine, die die geschichtsträchtigen Erlebnisorte besuchen (z. B. Bismarckwarte, Veltheimsburg, Schlosspark Eichenbarleben, den Steinbruch in Mammendorf
- ▶ Naherholer und Freizeitgäste in jüngeren und mittleren Altersgruppen sowie Familien, die die Freibäder und ihre künftig noch umfangreicheren Sport-, Spiel-, Gastronomie- und Kulturangebote nutzen (und auch neue Indoor-Sport- und Spielangebote).

4. Handlungsfelder, Projekte, Maßnahmen

Um die Strategien umsetzen und so die touristischen Potenziale in der Gemeinde Hohe Börde künftig noch besser ausschöpfen zu können, wurden hier im „Kleinen Tourismuskonzept für die Gemeinde Hohe Börde“ verschiedene „Leitprojekte“ erarbeitet, die für die gesamte Gemeinde eine hohe Bedeutung haben. Im Fokus stehen dabei der Rad- und Wandertourismus, aber auch die Sicherung und Weiterentwicklung von kleinen und größeren Attraktionen, die tatsächlich verfügbaren betrieblichen Angeboten entlang der Routen und die noch bessere Kommunikation sowie Vermarktung der Angebote.

Damit sich alle Ortschaften und Ortsteile gut in das Kleine Tourismuskonzept der Gemeinde Hohe Börde eingebunden fühlen, sind in einem zweiten Schritt bedeutende „Projekte in den Ortschaften, Ortsteilen“ aufgeführt. Diese Übersicht kann um weiteren Maßnahmen ergänzt werden.

Zusätzlich werden in einem dritten Schritt „weitere Projekte und Maßnahmen“ dargestellt, die ebenfalls wichtig für die zukünftige touristische Entwicklung sind. Auch diese können selbstverständlich um weitere Maßnahmen ergänzt werden. Es wird an dieser Stelle auch auf die Dokumentation der Projektideen aus der Tourismuswerkstatt im Anhang verwiesen. Dort finden sich noch viele wertvolle Ansätze, die künftig in die Maßnahmenplanung einfließen können. Insofern stellen die weiteren Projekte und Maßnahmen aktuell eine erste Auswahl dar.

Hinweis: Die Leitprojekte und auch die Projekte in den Ortschaften und Ortsteilen sind im Folgenden ausführlich beschrieben, für die weiteren Projekte und Maßnahmen wurden zunächst nur Stichworte aufgeführt.

4.1 Überblick Leitprojekte und weitere Projekte

Abbildung 11: Überblick Leitprojekte Gemeinde Hohe Börde

I. LEITPROJEKTE für die Tourismusentwicklung in der Gemeinde Hohe Börde (sehr hohe Bedeutung)		
L1. Entwicklung, Inszenierung und Bespielung touristischer Attraktionen bzw. Schwerpunkttorte		
L1a. Bismarckwarte als Wahrzeichen der Hohen Börde ●	L1b. Veltheimsburg und Schlosspark mit der Achse nach Hundisburg	
L1c. Schlossruine und Schlosspark Eichenbarleben	L1d. Ökobad Nordgermersleben als Qualitäts-Freizeithotspot ●	
L2. Digital, vernetztes „Holunderland“ Abrundung Rad- & Wanderwege, Digitalisierung Wege (GPS), Ausschilderung der „Points of Interest“ einschließlich QR-Codes, Plattform digital vernetztes „Holunderland“		L3. Touristische Mobilitäts- angebote „Holunderland“
L4. Offensive Gastgewerbe Bestandsbetriebe und Ansiedlung	L5. Holunderland Produkte Shops / Netzwerk	L6. Kulturnetzwerk Hohe Börde Dorfkultur stärken
L7. Organisation, Tourismusmanagement		
II. Projekte in den Ortschaften, Ortsteile (hohe Bedeutung)		
1. Ackendorf	2. Groß Santerleben	3. Bebertal
Ausstellungs-, Inszenierungs-, Be- triebskonzept für das Dorfmuseum Ackendorf entwickeln ●	Hopfen-Info-Haus stärken ●	Veltheimsburg Schlosshof, -park wei- terentwickeln, zusätzliche Angebote, Wanderweg nach Hundisburg stärken
4. Niederndodeleben, Schnarsleben	5. Nordgermersleben	6. Eichenbarleben
Bismarckwarte entwickeln, bespielen (s. L1), Schnarsleben zum Kernort für Holunder machen, Höfe, Feste	Ökobad zum grünen Qualitäts-Freizeit- hotspot machen; neue Angebote Gastro, Wohnmobiltourismus, Freizeit, Events.	Schlosspark weiter stärken, Info zu Schloss, Schlosspark vermitteln, Ent- wicklung Schlossruine vorantreiben
7. Wellen	8. Mammendorf	9. Rottmersleben
Bürgerhaus „Dorfscheune“ als regionalen Tagungsort stärken, Wohnmobilstellplatz am Teich	Steinhaus Mammendorf besser in die touristische Vermarktung einbinden	Stärkung St. Jakobus Rottmersleben und Holunderradweg, Holundertal Klein Rottmersleben, Olbetal zwi- schen Rottmersleben und Hundisburg

● Starter-Projekte

*Hinweis: Das Kleine Tourismuskonzept für die Gemeinde Hohe Börde konzentriert sich zunächst auf die hier ausgewählten Ortschaften und Ortsteile, für die im Rahmen der Konzepterarbeitung konkrete, touristisch relevanten Projekte identifiziert wurden. Selbstverständlich können auch z. B. für Hohenwarsleben, Warsleben, Hermsdorf oder Irlxleben touristische und Freizeitprojekte entwickelt und hier integriert werden.

III. Weitere Projekte und Maßnahmen Gemeinde Hohe Börde
(hohe bis mittlere Bedeutung)

A. Ortsbilder, Infrastruktur, Mobilität	B. Betriebe, Einrichtungen	C. Angebote	D. Vermarktung und Vernetzung
A1 Abrundung der Basis-Infrastruktur, Ortsbilder, ÖPNV-Anbindung touristischer Punkte	B1 Einkaufsmöglichkeiten, touristisch relevante regionale Produkte	C1 mehr nutzbare, buchbare Angebote, Kombi-Angebote: Holunder-touren, Holunder-Picknick, Radfahr-, Wandertage u. v. m.	D1 digitale Holunderland Plattform (siehe L3), SEO, Vermarktung, Social-Media bespielen
A2 neue Indoor- & Outdoor Angebote prüfen für Jung und Alt (v.a. gewerbliche Angebote, aber auch öffentliche Sport-, Fitness-, Spielplätze)	B2 neue Konzepte in Beherbergung und Gastronomie (siehe auch L5/L6)	C2 Führungsangebot der Gäste- und Landschaftsführer stärken, kommunizieren	D2 Content Netzwerke MD, Region, Land, Tourenplaner bedienen
A3 touristische Beschilderung abrunden, Info-/Leitsysteme mit QR-Codes (in Kooperation mit Landkreis, Tourismus-Organ.)	B3 Ausflugsgastronomie: bestehende Angebote erweitern (z. B. Höfe, Produzenten, SB-Automaten), s. L5	C3 bestehende Veranstaltungen stärken, neue Formate an den Attraktionen, Musik-, Orgel-Veranstaltungen ausbauen	D3 einheitliches Design, Holunderland Marke entwickeln, Nutzung durch die Gemeinden und Betriebe
A4 Angebotserweiterung, Attraktivierung im Bereich Wohnmobilstellplätze	B4 Maßnahmen für digitale, nachhaltige, barrierefreie Betriebe	C4 besondere Rahmenprogramme, Incentives für Gruppen-, Vereinsfahrten, Tagungen, Seminare	D4 Kooperationsmarketing: mit touristischen Partnern, Landwirten etc.
A5 WLAN an wichtigen Hotspots bieten	B5 Holunder Produkte mit Verkaufspunkten (siehe L5)		D5 Rad- und Wanderkarte(n)
A6 barrierefreie touristische Infrastruktur schaffen			D6 Binnenmarketing-Maßnahmen entwickeln

Quelle: ift auf Basis Analysen, Arbeitssitzungen, Bürger-Werkstatt

Als Prüfaufträge für die Aufnahme und ggf. Einordnung als Leitprojekte werden festgelegt:

- ▶ Prüfung der Möglichkeiten und wirtschaftlichen Machbarkeit einer Landesgartenschau Bebertal – Hundisburg.

4.2 Leitprojekte

4.2.1 L1. Inszenierung und Bespielung touristischer Schwerpunkttorte

Name	L1. Inszenierung, Bespielung touristischer Attraktionen / Schwerpunkttorte		
Handlungsfeld	<input checked="" type="checkbox"/> Ortsbild, Infrastruktur, Mobilität	<input checked="" type="checkbox"/> Betriebe, Einrichtungen	
	<input checked="" type="checkbox"/> Angebote	<input checked="" type="checkbox"/> Vermarktung, Vernetzung	
Hintergrund	Die Gemeinde Hohe Börde bietet potenzialträchtige Orte, die künftig noch deutlich mehr Gäste aus Magdeburg und der Region anziehen und teilweise sogar überregional eine besondere Anziehungskraft entfalten können. Die hier ausgewählten Angebote sind schon heute besondere touristische Hotspots, aber auch Naherholungs- und Veranstaltungsorte für die Bürger in der Gemeinde Hohe Börde. Allerdings sind vor Ort (außerhalb von Veranstaltungen und Events) kaum nutzbare bzw. geöffnete Angebote vorhanden und der Zustand der vorhandenen touristischen Infrastruktur schränkt die stärkere Nutzung punktuell stark ein.		
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Attraktionen tatsächlich nutzbar machen: durch bessere Ausstattung, Inszenierung, Bespielung, Anbindung. Im Sinne touristischer Kristallisationspunkte bzw. „Cluster“ zusätzliche gewerbliche Angebote schaffen ▶ mehr Bekanntheit, längere Aufenthaltszeit in der Gemeinde, in den Betrieben. Mehr Gäste, mehr Umsätze, mehr Wertschöpfung bei allen direkt und indirekt am Tourismus beteiligten Akteuren ▶ mehr und besser vernetzte Angebote entlang der Rad- und Wanderrouten, auch als attraktive Start-, Stopp- und Zielpunkte ▶ Impulse für kulturtouristische Angebote, Bildungsangebote, auch in Kombination mit Natur-Aktiv-Angeboten; mehr Aufenthalts- und Lebensqualität. 		
Nächste Schritte, Meilensteine	<ul style="list-style-type: none"> ▶ drei bis vier echte, bestens angebundene touristische Kristallisationspunkte mit breitem Angebot entwickeln und vermarkten ▶ Entwicklungskonzepte, Nutzungskonzepte, Machbarkeitsstudien für die künftigen touristischen Schlüssel- und Kristallisationsorte (aktuelle Auswahl): <ul style="list-style-type: none"> - Bismarckwarte, Niederndodeleben - Veltheimsburg mit Schlosspark und Achse nach Hundisburg, Bebertal - Schlosspark und Schloss Eichenbarleben. <p>Besondere Potenziale als Leitprojekte werden auch beim Ökobad Nordgimmersleben gesehen. Überlegungen zu einer Weiterentwicklung zu einem grünen Qualitätsfreizeit-Hotspot für Gäste und Einheimische finden sich auf Seite 62. Und auch das Holunder-Kontor hat das Potenzial für ein Leitprojekt sein, da es das Profilierungsthema Holunder an einem attraktiven Ort erlebbar machen würde und mit seiner besonderen Ausstrahlung auch Kern eines „Holunder-Dorfes“ Schnarsleben sein kann (mit Holunderevents, Holunderprodukte-Shop und weiteren Höfe-Angeboten). Hinzu kommen weitere kleine Attraktionen an den Rad- und Wanderwegen.</p>		
Priorität	<input checked="" type="checkbox"/> hoch	<input type="checkbox"/> mittel	<input type="checkbox"/> niedrig
Zeitschiene	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig (1-2 Jahre)	<input checked="" type="checkbox"/> mittelfristig (2-4 Jahre)	<input type="checkbox"/> langfristig
verantwortlich	Gemeinde Hohe Börde, Ortschaftsräte, Freiwilligenbüro, Vereine, Betriebe		

Nachfolgend sind für das Leitprojekt Bismarckwarte hier vertiefende Informationen ausgearbeitet (als Input zum einem Förderantrag). Bei den ausgewählten Projekten in den Ortschaften und Ortsteilen gibt es dann nur noch einen entsprechenden Hinweise.

4.2.1.1 L1a. Bismarckwarte auf dem Großen Wartberg, Niederndodeleben

Name	L1a. Entwicklung, Inszenierung und Bespielung touristischer Attraktionen bzw. Kristallisationspunkte: Bismarckwarte auf dem Großen Wartberg	
Handlungsfeld	<input checked="" type="checkbox"/> Ortsbild, Infrastruktur, Mobilität <input checked="" type="checkbox"/> Angebote	<input checked="" type="checkbox"/> Betriebe, Einrichtungen <input checked="" type="checkbox"/> Vermarktung, Vernetzung
Hintergrund	<p>Die Bismarckwarte auf der höchsten Erhebung in der Gemeinde Hohe Börde, dem Großen Wartberg, ist das Wahrzeichen der Gemeinde und ein wichtiger Ort für die Einheimischen.</p>  <p>Quelle: googlemaps</p> <p>Der Turm mit der Aussichtsplattform, der einen herausragenden Blick bis nach Magdeburg ermöglicht und mit der großen Freifläche vor der Turmanlage sind schon heute ein besonderer Ort zum Verweilen und auch für besondere kleine und große Veranstaltungen. Hier gibt es verschiedene Spazierwege mit Ruhepunkten mit Bänken und besonderer Aussicht in die weite Landschaft. In der Nähe verlaufen Wander- und Radwege zwischen Niederndodeleben und Irxleben. Vor der Bismarckwarte</p>	

Name	L1a. Entwicklung, Inszenierung und Bespielung touristischer Attraktionen bzw. Kristallisationspunkte: Bismarckwarte auf dem Großen Wartberg
	<p>befindet sich eine Informationstafel zur Geschichte und den Hintergründen des Turmes¹.</p> <p>Darüber hinaus jedoch gibt es hier bislang keine weiteren Angebote an diesem Ort, die ihn zu einem echten Ausflugsort und Treffpunkt für Gäste und Einheimische qualifizieren würden:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Es gibt keine gastronomischen Angebote (vor Jahrzehnten existierte in der Nähe der Straße eine Ausflugsgastronomie), keine weiteren Bildungsangebote, Freizeit-, Spiel- oder Sportangebote. Es besteht lediglich die Möglichkeit, den Turm (jederzeit) zu besteigen und rund um dem Turm spazieren zu gehen. ▶ Der Turm selbst ist außen und innen, entlang der Treppe und auch oben auf der Aussichtsplattform stark von Vandalismusspuren (Graffiti) gezeichnet, die den Besucherinnen und Besuchern eher verunsichern. Der Verein Naturfreunde Wartberg e.V. ist ständig damit befasst, diese Spuren außen mit Hochdruckreinigern zu beseitigen – im Inneren ist dies aufgrund der empfindlichen Putzschicht nicht möglich. ▶ Oben gibt es aktuell keine Informationen zum Panorama-Rundblick und auch keines der vielfach üblichen Hilfsmittel wie Fernrohre oder auch einfache Beschriftungen zu den Orten und Sehenswürdigkeiten, die der Besucher am Horizont in den verschiedenen Himmelsrichtungen sehen kann. Der Verein hatte in der Vergangenheit schon einmal ein Fernrohr mit Ständer angeschafft – dieses wurde ebenfalls Opfer von Vandalismus und Diebstahl, ebenso wie die für viel Geld angeschaffte Eichentür am Turm. Das Turmerlebnis, das für so viele Besucherinnen und Besucher reizvoll ist, ist damit stark eingeschränkt. ▶ Es gibt einen großzügigen Parkplatz an der Zuwegung zur Bismarckwarte, der auch Bussen das Parken ermöglicht. Allerdings ist der Parkplatz nicht befestigt und an regnerischen Tagen kaum zu betreten. ▶ Die Buslinie, die zwischen Irxleben und Niederndodeleben-Schnarsleben verläuft, hat hier bislang keinen Haltepunkt. ▶ Zusätzlich zur Turmanlage existiert an der Bismarckwarte ein großer unterirdischer Bunker, der von den sowjetischen Truppen genutzt wurde. Seit Kriegsende gibt es hier keine Nutzung mehr – bis auch einige wenige Veranstaltungen (zuletzt für ein Lichtevent). Hintergrund ist hier auch der fehlende zweite Eingang bzw. Fluchtweg. ▶ Bei den Flächen handelt es sich um Restitutionsflächen. Die Flächen rund um die Bismarckwarte, der Turm selbst und auch der Bunker befinden sich im

¹ Das Denkmal für den ersten deutschen Reichskanzler ist (wie an jedem anderen Standort mit einem Bismarck-Turm) nicht unumstritten und der Umgang mit dem Wahrzeichen erfordert sicherlich eine kritische Auseinandersetzung mit Bismarck.

Name	L1a. Entwicklung, Inszenierung und Bespielung touristischer Attraktionen bzw. Kristallisationspunkte: Bismarckwarte auf dem Großen Wartberg
	<p>Eigentum eines privaten, nicht in der Gemeinde Hohe Börde ansässigen Eigentümers. Entwicklungspläne oder auch Nachfolgepläne sind nicht bekannt.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Die Flächen rund den Turm und der Turm selbst sind seit Jahren an den Verein Naturfreunde Wartberg e.V. verpachtet, die sich mit großem Engagement der Pflege und Entwicklung dieses für die Gemeinde wichtigen Geschichts-, Kultur- und Freizeitortes widmen. Aufgrund der begrenzten personellen und finanziellen Ressourcen ist eine umfassende Weiterentwicklung allerdings nicht möglich (zumal die Anlage immer wieder beschmutzt wird). ▶ In den letzten Jahren fanden an der Bismarckwarte größere Musikkonzerte (Techno) statt, die auf großes Interesse bei den Gästen aus der Region und Magdeburg stießen. Allerdings führte die Durchführung mehrerer Veranstaltungen in nur kurzen Abständen zu Widerstand einiger Anwohnerinnen und Anwohner, so dass zunächst die Zahl der Veranstaltungen in Absprache mit der Gemeindeverwaltung reduziert wurde (dies hätten die Anwohnerinnen und Anwohner mitgetragen) – die Veranstaltungen dann aber durch die Untere Naturschutzbehörde vollständig untersagt wurden. <p>Damit dieser Ort auch künftig ein Veranstaltungsort mit besonderer Strahlkraft sein kann, sollten hier noch einmal konkrete Regelungen getroffen werden, die die Wünsche von Veranstaltern, Besucherinnen und Besuchern und der Einheimischen und auch den Schutz der Natur besser in Einklang bringen.</p> <p>Wenn die Bismarckwarte das Wahrzeichen der Gemeinde Hohe Börde ist und ein wichtiger, identifikationsreicher Ort für Ausflugsgäste, Touristinnen und Touristen und Einheimische ist, dann braucht es ein stimmiges Gesamtkonzept mit Prüfung der Machbarkeit und künftiger Ressourcen für die Pflege und Bespielung des Areals.</p> <p>Grundvoraussetzung für die Weiterentwicklung ist ein Sicherheitskonzept gegen Vandalismus und Diebstahl.</p>
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Die Bismarckwarte zu einem echten touristischen und Naherholungs-Leuchtturm und zu einem attraktiven Geschichts-, Kultur-, Natur- und Freizeitort für die Gemeinde Hohe Börde, für die Magdeburger und für die Region entwickeln und etablieren. ▶ Mehr Qualität in und rund um die Anlage schaffen und das Angebot optimal in das touristische Rad- und Wanderwegenetz, in Touren und Führungen, in Rahmenprogramme für Firmen, Vereine, Bildungsgruppen einbinden ▶ Längere Aufenthaltszeit vor Ort generieren, Möglichkeiten für Betätigung, Kulinarik, für Umsätze und touristische Wertschöpfung schaffen ▶ Besondere Veranstaltungen mit Strahlkraft etablieren (auf der Basis von Vorgaben, die auch die Belange der Anwohnerinnen und Anwohner berücksichtigen)

Name	L1a. Entwicklung, Inszenierung und Bespielung touristischer Attraktionen bzw. Kristallisationspunkte: Bismarckwarte auf dem Großen Wartberg
Nächste Schritte, Meilensteine	<p><u>Entwicklungskonzept, Nutzungskonzept, Machbarkeitsstudie für die Bismarckwarte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Bewertung der aktuellen Situation aus baufachlicher und baurechtlicher, eigentums-, genehmigungsrechtlicher und tourismusfachlicher Sicht, dabei Einbindung Architekten und Landschaftsplaner. ▶ Attraktivierung, Renovierung der Bismarckwarte, neue Informationstafeln (mit Verbindung zum digitalen, vernetzten Holunderland) vor der Turmanlage, im Treppenbereich und auf der Aussichtsplattform. ▶ Entwicklung der touristischen Basis-Infrastruktur wie z. B. befestigter Parkplatz bzw. Willkommensareal mit Informationsangebot, Informations- und Wegeleitsystem, Picknick-Möblierung, Mülleimer, Radboxen, Hundeauslaufplatz mit Ausstattung, Beleuchtung ▶ Sicherheitskonzept gegen Vandalismus und Diebstahl (technische Ausstattung, Zugänglichkeit, Sicherheitskontrollen prüfen) ▶ Nutzungs- und Inszenierungskonzept: Entwicklung von zusätzlichen Nutzungen und Angeboten (ggf. Varianten), z. B. <ul style="list-style-type: none"> - Informations- und Veranstaltungspavillon mit kleiner Ausstellung zu Bismarck (wissenschaftlich fundiert), Veranstaltungsraum für die externe Vermietung, für Bildungsangebote, kleiner touristischer Info-Punkt - Ausflugslokal mit Biergarten (in einer ersten Variante ggf. zunächst temporäres Angebot, siehe L5 „Holunderland-Foodtrucks“; aber möglichst auch dauerhaftes Angebot – in der Machbarkeitsstudie mit prüfen), möglichst in Kombination mit dem Pavillon. - e-Bike Ladestation am Pavillon bzw. am künftigen Ausflugslokal. - Kinderspielplatz - Kletterangebot, Minigolf o. ä. - ausgeschilderte Spazierwege, ggf. kleiner Themenpfad - Veranstaltungen: neue Formate, Veranstaltungsreihen, qualitativ anspruchsvolle Veranstaltungen mittlerer Größe wie Musikkonzerte oder Sommertheater für bis zu 1.000 Personen (an einer festgelegten Zahl von Tagen im Jahr, unter Berücksichtigung der Naturschutzbelange, z. B. außerhalb der Brutzeiten), Lientheater, kleine Musikevents, Open-Air Sommerkino, Open-Air Kultur + Picknick Events, „digitales“ Höhenfeuerwerk, Lichterfeste, Lichtkunstevents o. ä. - Bunkernutzung als besonderen Veranstaltungs- und Bildungsort prüfen ▶ Potenzialanalyse, Investitionsbedarf, Machbarkeitsstudie ▶ Träger-, Betriebs-, Finanzierungsmodelle prüfen; Fördermöglichkeiten ermitteln, enge Abstimmung mit dem Eigentümer und dem Pächter Verein Naturfreunde Wartberg e. V.

Name	L1a. Entwicklung, Inszenierung und Bespielung touristischer Attraktionen bzw. Kristallisationspunkte: Bismarckwarte auf dem Großen Wartberg
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Abstimmungen mit der Unteren Naturschutzbehörde, weiteren Genehmigungsbehörden, Bauamt für hochwertige Veranstaltungen (festgelegte Zahl pro Jahr, Besucherzahlen etc.) ▶ Sicherheitskonzept, um künftig Vandalismus zu unterbinden ▶ Einbindung in das ÖPNV-Angebot: Haltepunkt der Buslinie, touristisch relevante Fahrzeiten und Takte prüfen ▶ Dazu sind verschiedene Teilnehmungsformate geplant: Öffentliche Werkstatt zur Beteiligung der Anwohnerinnen und Anwohner, weitere Werkstätten zur inhaltlichen Ausgestaltung einzelner Nutzungen, Informationsveranstaltung, Präsentation in den Gremien
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ <u>Angebots-, Marketing- und Vernetzungskonzept</u> <ul style="list-style-type: none"> - Marketing-, Kommunikationskonzept - Angebotskonzept: Entwicklung von Ideen für neue (buchbare) Angebote gemeinsam mit dem Naturfreunde Wartberg e.V., mit den Gäste- und Kulturlandschaftsführern, Gastgeberinnen und Gastgebern, mit der Gemeinde (besondere Bildungs-, Kultur-, Freizeitangebote und Erlebnisse für verschiedene Zielgruppen, Gruppengäste, Führungen, Veranstaltungsformate u. a. - Kooperations-, Vernetzungskonzept: Einbindung in die touristische Vermarktung des Holunderlandes und der regionalen Tourismuspartner sowie der Gastbetriebe in der Gemeinde - Einbindung in die touristische Beschilderung in der Gemeinde Hohe Börde - Auch dazu zwei Werkstätten oder Arbeitssitzungen
Priorität	<input checked="" type="checkbox"/> hoch <input type="checkbox"/> mittel <input type="checkbox"/> niedrig
Zeitschiene	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig (1-2 Jahre) <input checked="" type="checkbox"/> mittelfristig (2-4 Jahre) <input type="checkbox"/> langfristig
verantwortlich	Gemeinde Hohe Börde, Ortschaftsrat, Naturfreunde Wartberg e.V., Eigentümer

4.2.1.2 L1b. Veltheimsburg in Bebertal

Name	L1b. Entwicklung, Inszenierung und Bespielung touristischer Attraktionen bzw. Kristallisationspunkte: Veltheimsburg in Bebertal
Handlungsfeld	<input type="checkbox"/> Ortsbild, Infrastruktur, Mobilität <input checked="" type="checkbox"/> Betriebe, Einrichtungen <input checked="" type="checkbox"/> Angebote <input checked="" type="checkbox"/> Vermarktung, Vernetzung
Hintergrund, aktueller Zustand	<ul style="list-style-type: none"> ▶ ehemaliger Burgkomplex mit Landratsturm mit Aussicht bis zum Brocken, Hotelanlage, Heimatstube, Hochzeitszimmer und Schlosspark ▶ bedeutende Geschichte: im 12. Jahrhundert erbaut, mächtige Rundburg als Sitz der Ritter und Grafen von Veltheim ▶ heutige Angebote: Hotel und Ferienwohnungen (13 Gästezimmer, eine Ferienwohnung mit drei Doppelzimmern), Café, Räume für Veranstaltungen, Feiern, Trauungen ▶ beliebte Kultur-, Konzertveranstaltungen im Park ▶ Landratsturm kann nur unter Aufsicht bestiegen werden (Anmeldung über das Hotel – dies ist nicht jedem Besucher bewusst) ▶ Heimatstube im Schlosshof nicht mehr zeitgemäß und nur selten geöffnet ▶ Zustand Fassaden der Gebäude im Innenhof, Oberfläche Hof (Pflaster). Die weitere Sanierung und Attraktivierung ist mit sehr hohen Investitionen verbunden, die der private Eigentümer nicht leisten kann. <div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: flex-start;">    </div>
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Stärkung der Veltheimsburg als touristischer Leuchtturm der Region und Naherholungsziel - mit hoher Bekanntheit, sehr gutem Image, besonderen Angeboten, deutlich höheren Besucherzahlen ▶ mehr Wertschöpfung durch weiterentwickeltes Gastronomie-, Beherbergung-, Führungs-, Veranstaltungs- und Freizeitangebot ▶ die Veltheimsburg noch stärker als attraktives Aushängeschild der Hohen Börde positionieren
Nächste Schritte, Meilensteine	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Entwicklungskonzept Veltheimsburg: <ul style="list-style-type: none"> - Sanierungskonzept für den Schlosshof (Fassaden, Boden), Prüfung Fördermittelzugänge Bund, Land, Landkreis, Gemeinde - neue Nutzungen / Serviceangebote; sanitäre Anlagen, Möblierung, Bühne - Eventplatz für „historische Outdoor-Küche“ - Nutzungs-, Inszenierungskonzept für den Landratsturm, Angebote mit Führung und auf eigene Faust (Sicherheitsanforderungen) - Neues Konzept für die Heimatstube

Name	L1b. Entwicklung, Inszenierung und Bespielung touristischer Attraktionen bzw. Kristallisationspunkte: Veltheimsburg in Bebertal
	<ul style="list-style-type: none"> - Zusätzliche Beherbergungsangebote an der Veltheimsburg: <ul style="list-style-type: none"> - Blockhäuser/ Ferienhäuser („Lodges“, „Chalet“) - Wohnmobil- Stellplätze mit sanitären Anlagen, Wasser-, Stromanschlüssen - Bushaltestelle direkt an der Veltheimsburg - Ausbau der Parkplätze - Braune touristische Beschilderung an der Autobahn ▶ Vermarktung der Burganlage über alle Kanäle und Partner in der Gemeinde und in der Region ausbauen ▶ Entwicklung der attraktiven Wanderachse von der Veltheimsburg durch das Bebertal und das LSG Flechtinger Höhenzug bis nach Hundisburg <p><u>Weitere Projektidee in der Tourismuswerkstatt:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Landesgartenschau Bebertal – Hundisburg. Mögliche verfügbare, gestaltbare Flächen im Eigentum der Veltheimsburg (10 ha) und der Gemeinde (4-5 ha) - Radwegeverbindung Bebertal – Haldensleben
Priorität	<input checked="" type="checkbox"/> hoch <input type="checkbox"/> mittel <input type="checkbox"/> niedrig
Zeitschiene	<input type="checkbox"/> kurzfristig (1-2 Jahre) <input checked="" type="checkbox"/> mittelfristig (2-4 Jahre) <input checked="" type="checkbox"/> langfristig
verantwortlich	Eigentümer mit Unterstützung der Gemeinde bei der Konzeptentwicklung und bei Förderanträgen, Land, Landkreis, ggf. weitere

4.2.1.3 L1c. Schlossruine & Schlosspark Eichenbarleben

Name	L1c. Entwicklung, Inszenierung und Bespielung touristischer Attraktionen bzw. Kristallisationspunkte: Schlossruine & Schlosspark Eichenbarleben
Handlungsfeld	<input checked="" type="checkbox"/> Ortsbild, Infrastruktur, Mobilität <input checked="" type="checkbox"/> Betriebe, Einrichtungen <input checked="" type="checkbox"/> Angebote <input checked="" type="checkbox"/> Vermarktung, Vernetzung
Hintergrund, aktueller Zustand	<p><u>Schlosspark Eichenbarleben, Schlossgärtnerei</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Parkanlage auf dem Gelände der ehemaligen Schlossgärtnerei, ▶ Schlosspark Eigentum der Gemeinde, Denkmalschutz ▶ eine der wenigen Parkanlagen in der Börde; war ein besonderer Ausdruck von Reichtum, denn normalerweise war der Boden zu kostbar, um als Parkfläche genutzt zu werden ▶ erste Angebote im historischen Teil: Reitertunnel, Sängerbühne ▶ Veranstaltungsort z. B. für das Schützenfest, das Parkfest ▶ Zustand der Parkanlage weiter ausbaufähig ▶ keine Gastronomie-, Beherbergungs- oder weitere Freizeitangebote direkt vor Ort bzw. im direkten Umfeld.  <p><u>Schloss(ruine) Eichenbarleben</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Das Schloss selbst kann nur von außen betrachtet werden (Schlossruine, in privatem Eigentum) ▶ ehemals hochattraktive, sehr großzügige Schlossanlage mit besonderer Geschichte (zusammen mit dem Schloss und Park Hundisburg); ist heute nicht erkennbar bzw. erlebbar vor Ort (auch keine Informationstafeln oder digitale Information) ▶ Die besondere Herausforderung sind die Eigentumsverhältnisse der (gesamten) Schlossanlage: nach der Enteignung 1945 wurde der Gesamtbesitz im Zuge der Bodenreform in kleine Teile zerschlagen, die eine Gesamtentwicklung unmöglich machten. Heute gibt es kein stimmiges Gesamtbild mehr, wertschöpfungssträchtige Nutzungen fehlen. ▶ <i>Entwicklung von Teilen der ehemaligen Schlossgebäude (Wohnen) wegen hoher Denkmalschutzauflagen, Investitionen aktuell nicht gesichert</i> 
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Attraktives Parkangebot erhalten, bespielen; Aufenthaltsqualität erhöhen ▶ Entwicklung im Umfeld, insbesondere der Schlossruine unterstützen – weitere Initialzündung für den Ort und die Gemeinde Hohe Börde

Name	L1c. Entwicklung, Inszenierung und Bespielung touristischer Attraktionen bzw. Kristallisationspunkte: Schlossruine & Schlosspark Eichenbarleben
Nächste Schritte, Meilensteine	<u>Schlosspark Eichenbarleben:</u> <ul style="list-style-type: none"> ▶ weitere Attraktivierung des Schlossparks: Erscheinungsbild, Zustand der Wege verbessern, Plätze zum Verweilen; weitere kleine Kultur- und Freizeitangebote im Schlosspark ▶ Inszenierung von Schloss, Schlosspark, Schlossgärtnerei über Leitsystem, Informationstafel-Serie im Park und am Schloss zur historischen Anlage; mit Augmented-Reality Anwendungen, die historische Ansichten in die heutige Realität hineinmontiert und so ein besonderes Wissenserlebnis schafft. ▶ weitere Kulturangebote, -formate entwickeln (z. B. Lesungen im Park, Kultur-Kaffeetafel im Park) und anbieten ▶ kulinarische Angebote und Beherbergungsangebote im Umfeld schaffen, in der Sommersaison ggf. auch als mobile, temporäre Gastronomielösungen
	<u>Entwicklungskonzept Schlossruine Eichenbarleben:</u> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Umfassende Sanierung des Schlosses Eichenbarleben (bei Förderanträgen unterstützen) ▶ Künftige Nutzung: Luxus Bed + Breakfast Beherbergungsangebot (dies wäre einzigartig in der Gemeinde Hohe Börde bzw. auch mit Blick auf die Nachbargemeinden) ▶ Entwicklung weiterer Flächen und Gebäudeteile, die ursprünglich dem Gesamtensemble zugehörig waren. Auch wenn hier kein authentisches Erscheinungsbild der ehemaligen Schlossanlage wiederhergestellt werden kann, könnte durch die Attraktivierung der Nachbargebäude (und auch dort kleinerer Nutzungen neben dem Wohnen) ein neues attraktives Gesamtbild entstehen, das den gesamten Standort aufwertet und dabei auch die besondere Kulturgeschichte erhält und inszeniert.
Priorität	<input checked="" type="checkbox"/> hoch <input type="checkbox"/> mittel <input type="checkbox"/> niedrig
Zeitschiene	<input type="checkbox"/> kurzfristig (1-2 Jahre) <input checked="" type="checkbox"/> mittelfristig (2-4 Jahre) <input type="checkbox"/> langfristig
verantwortlich	Schlosspark/Info-Tafeln zum Schloss: Gemeinde Hohe Börde, Schloss: Eigentümer mit Unterstützung durch die Gemeinde bei Konzeptentwicklung und Förderanträgen, Land, Landkreis

Name	L2. Ausschilderung der POI mit QR-Code und Plattform digital vernetztes „Holunderland“
	<p>dort bereits sehr guten Content zu den Sehenswürdigkeiten, Touren, Veranstaltungen und Veranstaltungsorten mit attraktiven Bildern vor. Auch hat sie einen Teil ihrer touristischen Informationen bereits in den Online-Auftritt des Magdeburger Tourismusverbandes Elbe-Börde-Heide e. V. eingespeist. Allerdings</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ wird das Angebot der digitalen bzw. interaktiven Touren „Rad- und Wanderregion Holunderland“ aktuell noch nicht gerecht, weil die Routen noch nicht im GPS-Format vorliegen und auch die POI noch nicht digitalisiert sind und somit auch das Angebot in den interaktiven Tourenplanern nicht ausreicht, die auch auf der Gemeinde-Webseite integriert werden sollten. <p>gibt es auf der Tourismuseite der Gemeinde aktuell noch keine Angebote, die der Gast tatsächlich nutzen, kaufen oder buchen kann und die Informationen zu den Öffnungszeiten u. ä. sind ausbaufähig. Das Informationsangebot zu den Highlights in der Gemeinde bzw. in den Ortschaften und Ortsteilen richtet sich aktuell vorrangig an die Einheimischen (was auch wichtig ist, vor allem auch für „neue“ Einheimische), jedoch weniger an die Touristen bzw. Tagesgäste. Es kann allerdings generell davon ausgegangen werden, dass sich Touristen und Ausflügler nur selten auf einer offiziellen Gemeinde-Webseite informieren, sondern dafür andere Kommunikationswege nutzen. Das gilt im Übrigen auch für Webseiten der touristischen Regionen – gleichwohl ist es natürlich eine wichtige Aufgabe der Gemeinde Hohe Börde, die touristischen Inhalte in das Contentnetzwerk der touristischen Partner einzuspeisen.</p> <p>Vor dem Hintergrund der Ziele für die künftige digitale Gemeinde Hohe Börde² und der neuen Anforderungen an digitale, mobile Informationen im Tourismus soll nun im Rahmen des Kleinen Tourismuskonzeptes für die Gemeinde Hohe Börde eine umfassende digitale und digital vernetzte Kommunikation in Richtung der Ausflugs Gäste, Touristen und Touristinnen aufgebaut werden. Diese soll alle wichtigen Informationen, Daten, Angebote, Touren, regionalen Produkte abbilden und die über die Gemeinde Hohe Börde verteilten touristischen „Points of Interest“ besser zugänglich und „verfügbar“ machen. Neben dem reinen Daten & Fakten Content können hier</p>

² Die Gemeinde Hohe Börde hat bereits im April 2018 die unter öffentlicher Beteiligung entstandene „Sozialraumorientierte Machbarkeitsstudie zur Digitalisierung der Gemeinde Hohe Börde unter demografischen Aspekten“ vorgelegt, die auch auf dem Integrierten Gemeindliche Entwicklungskonzept (IGEK) aus dem Jahr 2014 beruht. Unter Berücksichtigung der besonderen Herausforderungen des Themas Digitalisierung für ältere Menschen, für die Jugend in ländlichen Räumen und auch die räumlichen Unterschiede in einer Gemeinde am Übergang zwischen einem urbanen und einem ursprünglichen ländlichen Raum wurden Ziele und auch konkrete Projekte definiert. Beispielhafte, auch touristisch relevante Projektkonzepte sind: Freies WLAN für alle Bürger (und Gäste), digitales Regionales Online-Shopping, ÖPNV online / Multi-Ride-App, Kommunikationsplattform (hier im Sinne eines Verwaltungsportals für Bürgerinnen und Bürger) und Social Media Kommunikation.

Name	<p>L2. Ausschilderung der POI mit QR-Code und Plattform digital vernetztes „Holunderland“</p>
	<p>aber auch die gemeindliche Heimat- und Kulturgeschichte und Geschichten im Sinne eines modernen emotionalen, bildstarken „Storytelling“ vermittelt werden.</p> <p>Dabei soll der nach außen wahrnehmbare Absender nicht die Gemeinde Hohe Börde sein, sondern das aufmerksamkeitsstärkere „Holunderland“ bzw. das „Holunderland Hohe Börde“ sein, das als Alleinstellungsmerkmal, touristische Positionierung bzw. möglichst als regionale Marke aufgebaut werden soll. Die Plattform wird damit nicht nur nach außen wirken, sondern auch nach innen, über die Gastgeber und Gastgeberinnen, Kultur- und Freizeitpartnerinnen und -partner, als Motor für die enge Vernetzung unter den touristischen und Kulturakteuren und zur Identifikation mit der Gemeinde Hohe Börde bzw. der Region.</p> <p>Dabei muss jedoch auch künftig sichergestellt werden, dass die digitalen Routendaten und die Inhalte und Geschichten zu den Attraktionen und Angeboten entlang der Routen über entsprechende Schnittstellen in die Contentnetzwerke der regionalen Tourismuspartner, interaktiven Tourenplaner und ggf. weitere Netzwerke ausgespielt werden. Auch müssen alle beteiligten Betriebe und Einrichtungen in der Gemeinde Hohe Börde motiviert werden, Schnittstellen und Links zur künftigen digital-vernetzten „Holunderland“-Plattform aufzubauen und ihre Inhalte zu pflegen (ggf. dann auch über eine landesweite Contentlösung), um so auch ihren Beitrag für eine hohe Reichweite der Holunderland-Plattform zu generieren.</p> <p>Wichtige Aufgabe wird außerdem sein, auch vor Ort, an den Routen und besonderen „Points of Interest“ über die Beschilderung und punktuell auch Informationstafeln mit QR-Codes den Zugang zu aktuellen, vertiefenden mobilen Informationen auf der künftigen Holunderland-Plattform zu ermöglichen.</p>
	<p>Modul 1: Abrundung Rad- und Wanderwegekonzept, Digitalisierung der Wege, Ausschilderung der POI mit Infotafeln einschließlich QR-Code</p>
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> ▶ die besonderen Image- und Wertschöpfungspotenziale des Rad- und Wandertourismus in der Gemeinde Hohe Börde noch besser ausschöpfen; dazu bestehende Wege stärken sowie die bestehenden Routen für die online-Kommunikation digitalisieren. ▶ mehr Rad- und Wandertouristen gewinnen (Touristen und Tagesausflügler in der Region, Naherholer, aber auch Verwandten- und Bekanntenbesuche der Einheimischen) ▶ das Holunderland als regionale Marke für Touristen und Ausflügler etablieren (und den Gastgeberinnen und Gastgebern, Produzentinnen und Produzenten, Kultur- und Freizeit Anbietern eine gemeinsame Plattform und Identifikationsmöglichkeit geben). ▶ touristische (betriebliche) Angebote entlang der Radwege besser einbinden und vernetzen

Name	L2. Ausschilderung der POI mit QR-Code und Plattform digital vernetztes „Holunderland“
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ die Auffindbarkeit und Informationen der rad- und wandertouristischen Angebote in der Gemeinde Hohe Börde verbessern, online-digital und vor Ort.
Nächste Schritte, Meilensteine	<p><u>Abrundung des (physischen) Wegenetzes (Rad + Wandern):</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Holunderradwege, Holunderentdeckungstour, bestehende Wanderwege stärken, instandhalten, pflegen (insbesondere Bebertal / NSG Wellenberge, Achse Bebertal-Hundisburg) – dabei auch die Anbindung an den überregionalen Aller-Elbe-Radweg stärker für Angebotsentwicklung und Vermarktung nutzen ▶ aktuellen Handlungsbedarf hinsichtlich Wegezustand und erforderlichen Lückenschlüssen ermitteln (regionale Wege, innerhalb der Ortschaften); Daten zum Zustand der Fahrradwege werden von der AG Fahrradfreundliche Kommunen e.V. und dem Land Sachsen-Anhalt zur Verfügung gestellt. ▶ einheitliches Beschilderungssystem ausbauen (aufbauend auf landkreis-, landesweiten Bestimmungen), einheitliche Informationstafeln in der Gemeinde ▶ Ruhe-, Rastplätze mit attraktiver (einheitlicher) „Holunderland“-Möblierung, Ausichts- und Erlebnispunkte, freie Sichtachsen, Etappenpunkte mit Service-Ausstattung (e-Bike Ladestationen, Reparaturpunkte etc. Bestehende Rastplätze wieder attraktivieren (z. B. an der Elfenwiese Brumby) ▶ Möglichkeiten Fahrradverleih / e-Bike Verleih prüfen (siehe auch L3). ▶ Ggf. thematische Erlebniswege, Lehrpfade, Aktivitätspfade prüfen, die das Rad- und Wanderwegenetz abrunden (dabei Pflegeaufwand berücksichtigen) ▶ Übernachtungsangebote, mehr Ausflugsgastronomie entwickeln (siehe auch L4), noch mehr Angebote der Höfe und Produzenten, „Selfservice-Angebote“ wie Automaten, Möglichkeiten digitaler Dorfläden prüfen (ohne Personal). Dazu bestehende gastronomische Betriebe an Radwegen ansprechen, in die Vermarktung einbinden (mit Öffnungszeiten, Kontaktadressen, Routenplaner), neue Partner gewinnen (auch Höfe, Bäckereien, Tankstellen). Zuverlässige Öffnungszeiten zu touristisch relevanten Zeiten sicherstellen. ▶ Wegewarte gewinnen (auch ehrenamtlich), betreuen, „managen“.
	<p><u>Digitalisierung der Daten des Rad- und Wanderwegenetzes</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ vollständige digitale, georeferenzierte Planungsgrundlagen schaffen: aus bestehenden Routen / Karten sowie aus den GPS-Daten, die der Landkreis Börde liefern wird. ▶ Bearbeitung der bestehenden Routen / GPS-Daten (Holunderradwege, Wanderwege Holunderentdeckungstour / Holunderwandernadel, Wanderwege in Bebertal, regionale und überregionale Radrouten, die durch die Gemeinde führen, veröffentlichte Routen in den interaktiven Tourenplanern etc. Einpflegen in Outdooractive und Komoot, Einbinden von Outdooractive (oder Komoot) auf der Holunderland-Seite.

Name	L2. Ausschilderung der POI mit QR-Code und Plattform digital vernetztes „Holunderland“
	<p><u>Ausschilderung der POI mit Infotafeln einschließlich QR-Code</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ die besonderen Orte („Points of Interest“) in den Dörfern durch einheitliche touristische Information in den Orten, an den Attraktionen kenntlich machen ▶ finale Ermittlung und Darstellung aller Einrichtungen/ „Points of Interest“ entlang der bestehenden Routen durch die Gemeinde Hohe Börde ▶ kleine Infotafeln einschließlich eines <u>QR-Codes</u> mit Verlinkung zur Holunderland-Plattform (auf Basis der bestehenden Leitsysteme in der Gemeinde Hohe Börde und unter Berücksichtigung von Vorgaben des Landkreises, der Tourismusregion bzw. des Landes). <i>Hinweis: die Contenterstellung für die Info-Tafeln (und die weiterführenden Informationen) ist in Modul 2 beschrieben.</i> ▶ Umsetzung der Beschilderung mit Infotafeln / QR-Codes: Planung, Gestaltung, Produktion, Transport, Aufbau
	<p><u>Ideen aus der Tourismus-Werkstatt:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Radwegeverbindungen zwischen den Ortschaften und Ortsteilen und in die Nachbargemeinden ausbauen (z. B. Radwegeanbindung Bebertal – Haldensleben, durch den Canyon von Bebertal, Anbindung Ökobad, Radwegeverbindung Hohenwarsleben – Dahlenwarsleben) ▶ „Panorama“-Radweg entlang der alten Bahntrassen Haldensleben – Erxleben ▶ neue Highlights an den Wegen schaffen (z. B. Aussichtsplattform Steinbruch) ▶ Holunderentdeckungstour ausbauen (z. B. Fischteiche Hohenwarsleben) ▶ Noch mehr Angebote der Produzenten (Einkaufsmöglichkeiten und Imbiss): z. B. Agro Bördegrün Niederndodeleben, Beyers Rinderhof) ▶ ADFC Kooperation mit den Höfen für Touren, zum Einkehren / Einkaufen ▶ konkreter Beschilderungsbedarf z. B. am Landratsturm Veltsheimsburg, zum Barfußpfad am Ökobad
	Modul 2: Plattform digital vernetztes „Holunderland“
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Stärken der digitalen bzw. Online-Kompetenz der Gemeinde Hohe Börde ▶ Qualifizieren der digitalen touristischen und Kultur-Informationen und Kommunikation; mehr Nutzerinnen und Nutzer, mehr Reichweite (als auf der touristischen Unterseite der Gemeinde) ▶ Gewinnen neuer Zielgruppen, Besucher, Gäste durch bessere digitale, mobile, vernetzte Kommunikation nach außen – mit Routen, Daten, Inspiration, konkreten Angeboten; mehr Umsätze ▶ mehr Transparenz der eigenen Angebote erreichen durch digitale Vernetzung der touristischen und Kulturanbieter, Gastgeber, Produzenten regionaler Produkte durch vernetzte Kommunikation und Austausch nach innen ▶ Stärken der Region durch enge Einbindung in bestehende Contentnetzwerke

Name	L2. Ausschilderung der POI mit QR-Code und Plattform digital vernetztes „Holunderland“
Nächste Schritte, Meilensteine	<p><u>Konzept Plattform „Digitales, vernetztes Holunderland“</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Festlegen und Beschreiben der künftigen Ziel- und Nutzergruppen und der Themen und Angebotsbereiche, künftige Organisation / Betrieb der Plattform (über die Gemeinde, gewerblichen Anbieter, Verein), erforderliche Ressourcen ▶ Positionierungsstrategie, Gestaltungskonzept, Content Strategie (dazu Abstimmung mit den touristischen Partnern auf Regions- und Landesebene, in deren Contentnetzwerke das Holunderland eng einzubinden ist). Erste Anforderungen an die künftige Plattform: responsive, mobilfähige Inhalte, interaktive Karte (über Outdooractive und weitere interaktive Tourenanbieter), Darstellung der „Points of Interest“ mit Kontaktdaten / Verortung, Öffnungszeiten, Angeboten, nicht nur Daten & Fakten, sondern vor allem auch Inspiration, emotionale Ansprache bzw. „Storytelling“, O-Töne der Gäste, Gastgeber und der Einheimischen; Schnittstellen zu bzw. Ausspielen der Einhalte in den bestehenden Content Netzwerken der Region / des Landes (keine doppelte Datenpflege). Weitere Anforderungen sind: Sicherer Umgang mit Datenschutz, Urheber-, Eigentumsrechten, Lizenzregeln für die Datennutzung, barrierefreie bzw. -arme Webseite. ▶ Wichtig: das Portal ist in erster Linie auf den Tages- und künftig noch stärker auf den Übernachtungstouristen ausgerichtet. <p>Abzubildende Informationen und Angebote sind u.a.:</p> <p><u>Im ersten Schritt:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Holunderland Hohe Börde, Holunderwege, Holunderprodukte, -Events etc. - Rad- und Wanderwege: Einpflegen der GPS-Daten z. B. in den interaktiven Tourenplaner Outdooractive, der in die Holunderland-Plattform eingebunden wird, siehe auch nächste Seite) - „Points of Interest“: Sehenswürdigkeiten, Beherbergungsangebote (Pensionen, Wohnmobilstellplätze etc.), Gastronomie, Außengastronomie, Ausflugsgastronomie, Höfe, Hofcafés, Hofläden u. ä. <p><u>Im zweiten Schritt:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Erlebnisangebote, Führungen - Präsentation / Profile der Gäste- und Kulturlandschaftsführer - regionale Produkte bzw. Produzenten - Veranstaltungen, Feste, Märkte, Events (dazu aktuellen Veranstaltungskalender ausbauen) - ggf. interner Bereich für die Partnerinnen und Partner: Netzwerktermine, Projekte, Beteiligungsmöglichkeiten etc. <ul style="list-style-type: none"> ▶ Content-Produktion zu den POI und ausgewählte Betriebe: Inhalte, Bilder, Videos (zum Start der Plattform, permanente Pflege s. u.): Termin-, Routenplanung, Interviews, Leistungen Fotograf, Verarbeitung der Informationen, Erstellen der Texte mit Storytelling

Name	L2. Ausschilderung der POI mit QR-Code und Plattform digital vernetztes „Holunderland“
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Marketing- und Vernetzungskonzept für das digitale, vernetzte Holunderland: Planung der Marketing- und Vernetzungsaktivitäten: Kommunikation entlang der Customer-Journey (vor der Reise / dem Ausflug, vor Ort, nach der Reise), zu beispielende Kanäle online, im Social Media Bereich, offline bzw. analog, über die Partnerinnen und Partner in der Gemeinde Hohe Börde, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit nach innen und außen ▶ dazu Arbeitssitzungen, Informationsveranstaltungen, Werkstätten mit Akteurinnen und Akteuren aus Verwaltung, Gastgewerbe, Kultur, Vereinen, Kirchen, die Gäste- und Kulturlandschaftsführer, Landwirte / Höfe / Produzenten.
	<p><u>Entwicklung, Programmierung der digitalen Plattform, Suchmaschinenoptimierung</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Entwickeln, Programmieren der mobilen, responsiven Webseite auf Basis der Gestaltungs- und Schnittstellenvorgaben (siehe Konzept) ▶ Einbinden der digitalen Routen und Verorten der „Points of Interest“, Einbinden eines Veranstaltungskalenders (bzw. Nutzung und Weiterentwicklung der bestehenden Veranstaltungsdatenbank) ▶ Erfassen der Daten und Angebote der Partnerinnen und Partner (über geeignetes digitales Tool, in das die Akteurinnen und Akteure ggf. auch selbst ihre Daten einspeisen können – Freigabe dann durch die Gemeinde Hohe Börde) ▶ Maßnahmen zur Suchmaschinenoptimierung (SEO) zum Start der Plattform und im ersten Jahr des Betriebes, Einbinden von Analyse-, Trackingtools ▶ SSL Verschlüsselung (HTTPS / HTTP), Hosting ▶ Sicherstellen der technischen Weiterentwicklung der Webseite, Support
	<p><u>Permanente Pflege der Plattform</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ permanente Pflege der Plattform und der Daten der Betriebe (hier die Betriebe direkt einbinden über entsprechende Zugänge, aber auch regelmäßig prüfen bzw. daran erinnern) ▶ regelmäßig neue Beiträge – auf durch Vernetzung mit einem noch zu schaffenden Social Media Auftritt der Gemeinde Hohe Börde (der auch touristisch relevanten Content produziert) ▶ regelmäßige Prüfung der Google-Sichtbarkeit und weiterer Schlüsselkriterien zur Messung des Erfolgs der Plattform <p><u>Dies ist zunächst Aufgabe der Gemeinde Hohe Börde als Betreiber der Plattform, sofern sich kein gewerblicher Betreiber dafür finden. Dafür sind entsprechende personelle Ressourcen einzuplanen.</u></p>
Priorität	<input checked="" type="checkbox"/> hoch <input type="checkbox"/> mittel <input type="checkbox"/> niedrig
Zeitschiene	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig (1-2 Jahre) <input type="checkbox"/> mittelfristig (2-4 Jahre) <input type="checkbox"/> langfristig
verantwortlich	Gemeinde Hohe Börde, Netzwerkpartnerinnen und -partner in der Gemeinde

4.2.3 L3. Touristisches „Holunderland“ Mobilitätsangebote

Name	L3. Touristisches „Holunderland“ Mobilitätsangebote
Handlungsfeld	<input checked="" type="checkbox"/> Ortsbild, Infrastruktur, Mobilität <input type="checkbox"/> Betriebe, Einrichtungen <input checked="" type="checkbox"/> Angebote <input type="checkbox"/> Vermarktung, Vernetzung
Hintergrund	Durch die eingeschränkte Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln sind die über die Gemeinde verstreuten Erlebnispunkte und Angebote häufig nur mit dem Pkw und dem Fahrrad zu erreichen. Die ÖPNV Angebote reichen für Touristinnen und Touristen noch nicht aus (eingeschränkte Fahrzeiten / Takte, fehlende Haltepunkte an (potenziellen) touristischen Attraktionen. Die Ladeinfrastruktur für e-Bikes und e-Cars ist als wichtiges Zukunftsangebot noch ausbaufähig. Neben dem Ausbau der Mobilitätsangebote lassen sich auch in diesem Bereich Ansätze für eine stärkere Profilierung des „Holunderlands Hohe Börde“ entwickeln.
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Mobilität für Touristinnen und Touristen, aber auch für Einheimische verbessern, bessere Anbindung der Ortsteile, bessere Erreichbarkeit der touristischen Angebote und POI ▶ auch durch <u>besondere</u> Mobilitätsangebote die Anziehungskraft erhöhen ▶ umweltfreundliche Mobilitätsangebote nutzen
Nächste Schritte, Meilensteine	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Ausbau, Abrundung ÖPNV: mehr Fahrzeiten, Takte – Planung auch unter touristischen Gesichtspunkten (Abendzeiten, Wochenenden, Ferien, Feiertage), Fahrradmitnahme im ÖPNV – dazu Abstimmung mit dem Landkreis und Verkehrsgesellschaften im Landkreis ▶ Weitere Haltepunkte an den touristischen Angeboten „Marken“-Konzept, Verleihsystem, Touren(-anbieter), mögliche Träger, Finanzierung prüfen ▶ aufmerksamkeitsstarke „gebrandete“, also mit einer neuen („jüngeren“) touristischen Marke versehene Holunderland-Mobilitätsangebote bzw. „Vehicle“ und Entdeckungstouren in Varianten schrittweise entwickeln: <ul style="list-style-type: none"> - Holunderland-Busse („VW Bulli“ im Holunderland-Design) für Touren - Holunderland-Fahrräder und e-Bikes, - Holunderland e-Cars - Holunderland „historische Autos“, Oldtimer - Ergänzend: Holunderland „Food-Trucks“, (auch für die temporäre gastronomische Versorgung an touristischen Attraktionen; dazu etablierte, aber auch gezielt junge Unternehmer einbinden) - Holunder Lunchpakete, Holunder-Produkte
Priorität	<input checked="" type="checkbox"/> hoch <input type="checkbox"/> mittel <input type="checkbox"/> niedrig
Zeitschiene	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig (1-2 Jahre) <input checked="" type="checkbox"/> mittelfristig (2-4 Jahre) <input type="checkbox"/> langfristig
Verantwortlich, Partner	- Gemeinde Hohe Börde, Landkreis, Verkehrsgesellschaften und potenzielle Betreiber für die Holunderland-Angebote

4.2.4 L4. Offensive Gastgewerbe

Name	L4. Offensive Gastgewerbe
Handlungsfeld	<input type="checkbox"/> Ortsbild, Infrastruktur, Mobilität <input checked="" type="checkbox"/> Betriebe, Einrichtungen <input checked="" type="checkbox"/> Angebote <input type="checkbox"/> Vermarktung, Vernetzung
Hintergrund	<p>Aktuell gibt es lediglich zwei Betriebe in der Gemeinde Hohe Börde, die als Hotel kategorisiert sind: die Veltheimsburg und den Euro Rastpark (der aufgrund der Lage und Ausstattung eher ein Motel ist). Die übrigen Betriebe sind kleine Gasthöfe und Pensionen, mit nur wenigen Betten und bis auf wenige Ausnahmen eher in die Jahre gekommen. Es gibt keine Hotelbetriebe, die für größere Gruppen geeignet sind (lediglich das Mauritiushaus, die Ökumenische Begegnungs- und Bildungsstätte in Niederndodeleben).</p> <p>Auch von den gastronomischen Betrieben, die für Rad- und Wandertouristen, aber auch für die Einheimischen und ihre Gäste wichtig sind, sind in den vergangenen Jahren mehrere Betriebe vom Markt gegangen. Es gibt in mehreren Dörfern sichtbaren Leerstand bzw. Verfall ehemaliger Gaststätten. Unter den Bestandsbetrieben gibt es wiederum nur wenige besondere Angebote, „neue“ Konzepte oder auch vegetarisch-vegane Spezialisten für die anspruchsvollen Städter gibt es aktuell in der Gemeinde Hohe Börde noch nicht.</p>
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Betriebe stärken: mehr Gäste, mehr Übernachtungen (längere Aufenthalte, größerer Einzugsbereich bei besonderen Angeboten), mehr Umsätze, damit mehr touristische Wertschöpfung ▶ vorhandene Angebote noch stärker thematisieren, inszenieren und qualifizieren, neue Konzepte entwickeln ▶ höhere Zufriedenheit der Gäste und Einheimischen durch neue, zeitgemäße Gastronomie-Angebote (vor allem an den Rad- und Wanderwegen und an den touristischen Schwerpunkttorten)
Nächste Schritte, Meilensteine	<p><u>Beherbergung:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Ausbau Beherbergungsbetriebe, neue, besondere Angebote ▶ kleinen Entwicklungsplan für Betten aufstellen (kleine Boutique Hotels, attraktive Pensionen, Bett + Breakfast, Bett und Bike) und für Wohnmobilstellplätze; dafür Flächen und Immobilien prüfen. ▶ Bestehende Planungen für neue Angebote: <ul style="list-style-type: none"> - Blockhäuser/ FeHa, WoMo-Stellplätze an der Veltheimsburg, WC Häuschen - Luxus Bett + Breakfast Pension im Schloss Eichenbarleben - Wohnmobilstellplätze am Ökobad und am Teich in Wellen ▶ Weitere Ideen: <ul style="list-style-type: none"> - Zusätzlich Zeltplatz am Ökobad (Gruppenzelte, für Jugendgruppen) - Hotel, Boutique-Hotel in einer gruppeneigneten Größe

Name	L4. Offensive Gastgewerbe
	<p>- Stelzenhäuser, Baumhäuser, Tiny Houses, Lodges</p> <p><u>Gastronomie:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Konzept / Initiative „Gastronomie / Probierstationen“ in den Hofläden, bei Produzenten, privates Engagement (Motivation, neue Businessmodelle) ▶ Ausbau Gastronomie-Angebote, Öffnungszeiten, örtliche Gastronominnen und Gastronomen und weitere passende Anbieterinnen und Anbieter gewinnen (Hofladen, Bäckerei etc.) ▶ Cafés mit regionalen Produkten, Restaurants, mehr Hofläden, auch neue Konzepte ▶ „Hütten-/Hof-Konzept“, Selfservice-Angebote z. B. Automaten mit Speisen und (Holunder-) Getränken, Digitale Betriebe (automatisierte Dorfläden 24/7) ▶ Barrierefreie Betriebe <p><u>Beherbergung und Gastronomie</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ neue Wege für die Ansiedlung oder auch ein zentrales Ansiedlungsmanagement für das Gastgewerbe entwickeln (zentraler Ansprechpartner in der Gemeinde Hohe Börde) ▶ verfügbare Flächen und Gebäude erfassen, beschreiben, für aussichtsreiche Standorte ggf. auch Potenziale und Machbarkeit prüfen, potenzielle Investoren und Betreiber ansprechen über: Branchenplattformen wie AHGZ, auf Gastgeber (Leerstand und „Problem-Immobilien“) spezialisierte Immobilienmakler einbinden ▶ mögliche Zusammenarbeit mit Nachbargemeinden beim Thema Ansiedlung mit Nachbargemeinden und dem Landkreis Börde prüfen. <p><u>Ideen aus der Tourismus-Werkstatt:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ <i>Gastronomen für Öffnung als „POI“ an den Routen gewinnen, örtliche Gastronomen gewinnen, Hofladen, Bäckereien; Fleischereien, Tankstellen, Automaten außerhalb Öffnungszeiten, als Nebengewerbe, auch saisonal / temporär</i> ▶ <i>Küche für Fahrradfahrer, mehr Biergärten</i> ▶ <i>Imbiss bei Beyers Rinderhof, weitere Erlebnis Bauernhöfe</i> ▶ <i>Landwirte mit in die Vermarktung einbeziehen, zu neuen Wegen motivieren (Erlebnisführungen, Schaufenster-, „Gläserne“ Produktion, Hoffeste)</i>
Priorität	<input checked="" type="checkbox"/> hoch <input type="checkbox"/> mittel <input type="checkbox"/> niedrig
Zeitschiene	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig (1-2 Jahre) <input checked="" type="checkbox"/> mittelfristig (2-4 Jahre) <input type="checkbox"/> langfristig
Verantwortlich, Partner	<p>- Betriebe Gemeinde Hohe Börde, Gemeinde Hohe Börde, Immobilienmakler</p>

4.2.5 L5. Holunderland Produkte/ Shops/ Netzwerk

Name	L5. Holunderland Produkte / Shops / Netzwerk		
Handlungsfeld	<input type="checkbox"/> Ortsbild, Infrastruktur, Mobilität	<input checked="" type="checkbox"/> Betriebe, Einrichtungen	
	<input checked="" type="checkbox"/> Angebote	<input checked="" type="checkbox"/> Vermarktung, Vernetzung	
Hintergrund	Die Gemeinde Hohe Börde besitzt mit dem Holunder ein besonderes Alleinstellungsmerkmal und kann daraus Entwicklungspotenziale als „Holunderland“ für sich ableiten. Allerdings ist das Produkt Holunder bisher nur punktuell und temporär (z. B. auf Anfrage im Holunder-Kontor) oder im Rahmen von Events erlebbar und auch nach der Reise für den Gast nicht mehr „greifbar“.		
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> ▶ das Holunderland für die Gäste an allen Kontaktpunkten erlebbar und konsumierbar machen ▶ damit das Alleinstellungsmerkmal und die regionale Marke „Holunderland“ (auch für das touristische Aktivangebot Rad und Wandern) stärken, mehr Bekanntheit, mehr Identifikation der Einheimischen und der regionalen Gastgeber und Produzenten, mehr Umsätze und Wertschöpfung 		
Nächste Schritte, Meilensteine	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Entwicklung von besonderen Holunder-Produkten bzw. Präsentation bestehender Holunder-Produkte zum Probieren und Kaufen ▶ Produkt- und Vertriebskonzept Holunderprodukte für das ganzjährige Erlebnis; ▶ In Ergänzung des Holunder-Kontors prüfen (siehe auch 4.3.4): gewerbliche regionale Partner, die in direkter Nachbarschaft in Niederndodeleben-Schnarsleben einen Holunder-Shop aufbauen können, der an möglichst vielen Tagen geöffnet ist. Dazu einen Online-Holunderland Shop aufbauen. Alternativ bzw. in einem ersten Schritt einen „Holunderland“ SB-Automaten aufstellen. ▶ Holunder-Produkte in allen Gastbetrieben und Einrichtungen der Gemeinde Hohe Börde anbieten ▶ Holunderland-Produkte noch stärker in Feste, Veranstaltungen integrieren ▶ Holunder-Rezepte, Geschichten kommunizieren (über eine künftige digitale, vernetzte Holunderland-Plattform) – in Kooperation mit dem Holunder-Kontor ▶ Partnergewinnung, Organisations-, Vertriebsmodell ▶ Produzenten vernetzen <p><u>Im Workshop gesammelt:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ <i>Verbindung mit weiteren Produkten / Angebote: Trachten, Honig, Käse, Zuckerrüben</i> 		
Priorität	<input checked="" type="checkbox"/> hoch	<input type="checkbox"/> mittel	<input type="checkbox"/> niedrig
Zeitschiene	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig (1-2 Jahre)	<input checked="" type="checkbox"/> mittelfristig (2-4 Jahre)	<input type="checkbox"/> langfristig
Verantwortlich, Partner	- Betriebe, Gemeinde Hohe Börde		

4.2.6 L6. Dorfkultur stärken, Kulturnetzwerk Hohe Börde

Name	L6. Dorfkultur stärken, Kulturnetzwerk Hohe Börde
Handlungsfeld	<input type="checkbox"/> Ortsbild, Infrastruktur, Mobilität <input checked="" type="checkbox"/> Betriebe, Einrichtungen <input checked="" type="checkbox"/> Angebote <input checked="" type="checkbox"/> Vermarktung, Vernetzung
Hintergrund	Die Kultur, die Traditionen, die Heimatgeschichte in den Ortsteilen und Ortschaften sind wichtig für die Identifikation der Einheimischen. Das spüren auch die Touristinnen und Touristen, die hier die dörfliche Kultur erleben und Teil der Gemeinschaft „auf Zeit“ sein möchten.
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Erlebbarkeit des Dorflebens, der Traditionen und Kulturgeschichte erhöhen ▶ mehr Ausflugs- und Übernachtungsgäste aus der Region und ggf. auch darüber hinaus durch etablierte Veranstaltungen mit hoher Strahlkraft, höhere Umsätze ▶ Motivation und Identifikation für die beteiligten Kulturanbieterinnen und -anbieter, Gastgeberinnen und Gastgeber und die Einheimischen
Nächste Schritte, Meilensteine	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Bestehende Veranstaltungen stärken und noch besser vermarkten können; zusätzliche Veranstaltungen /-formate entwickeln, Nutzung der bestehenden und neu hinzukommenden Veranstaltungsorte, Kirchen und Kirchhöfe / Wiesen, historische Ortskerne, Höfe für Kulturveranstaltungen ▶ Netzwerk der Kultur- und Veranstaltungsorte, Kunst- und Kulturschaffenden aufbauen: Plattform (auch über das „digitale, vernetzte Holunderland“) für Austausch, Abstimmung von Veranstaltungsterminen, Suchen und Finden von Kulturpartnern bei Veranstaltungen, Werkstätten für neue, gemeinsame Events. Das Netzwerk ist längerfristig für den gesamten Landkreis Börde denkbar (hier schon frühzeitig Interesse in den Nachbargemeinden und in der Kreisverwaltung wecken). ▶ Netzwerk der Gästeführer / „Kulturlandführer“ noch stärker kommunizieren, dabei die persönlichen Stärken und Geschichten herausstellen; Gäste- und Kulturlandführer mit den Gastgeberinnen und Gastgebern vernetzen. ▶ Dorf- und Heimatmuseum Ackendorf für die Gemeinde entwickeln (s. 4.3.1) ▶ Dorfgeschichte(n) in den Ortschaften und Ortsteilen erhalten, in die touristischen Infotafeln integrieren, neue Geschichte schreiben – dazu die Landwirte einbinden (z. B. „Erlebnishöfe“, Erlebnisdörfer, Angebote für Kinder und Jugendliche) <p><u>Ideen aus der Tourismuswerkstatt:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Feste wie offene Höfe stärken, z. B. in der Adentszeit ▶ Öffnungszeiten der Kirchen verlängern, Rufnummern an den Kirchen
Priorität	<input checked="" type="checkbox"/> hoch <input type="checkbox"/> mittel <input type="checkbox"/> niedrig
Zeitschiene	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig (1-2 Jahre) <input checked="" type="checkbox"/> mittelfristig (2-4 Jahre) <input type="checkbox"/> langfristig
verantwortlich	Gemeinde Hohe Börde, Vereine, Kulturschaffende, Veranstalter

4.2.7 L7. Organisation, Tourismusmanagement


Name	L7. Organisation, Tourismusmanagement		
Handlungsfeld	<input checked="" type="checkbox"/> Ortsbild, Infrastruktur, Mobilität	<input checked="" type="checkbox"/> Betriebe, Einrichtungen	
	<input checked="" type="checkbox"/> Angebote	<input checked="" type="checkbox"/> Vermarktung, Vernetzung	
Hintergrund	<p>Aktuell gibt es keine Stelle für die Tourismusentwicklung in der Gemeindeverwaltung Hohe Börde, alle Aufgaben in diesem Zusammenhang werden vom Büro der Bürgermeisterin geleistet – in enger Zusammenarbeit mit dem Bauamt und weiteren Verwaltungsbereichen. Um die vielfältigen Projekte und Maßnahmen, die in dem vorliegenden Kleinen Tourismuskonzept für die Gemeinde Hohe Börde schrittweise auf den Weg und in die Umsetzung zu bringen und auch die laufende touristische Vermarktung und Vernetzung in der Gemeinde und in der Tourismusregion zu leisten, ist neben finanziellen Ressourcen künftig auch eine feste Personalstelle wichtig.</p>		
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Zuverlässige Umsetzung der Projekte aus dem Kleinen Tourismuskonzept für die Gemeinde Hohe Börde und Sicherstellen der begleitenden permanenten Kommunikationsmaßnahmen nach innen und außen 		
Nächste Schritte, Meilensteine	<ul style="list-style-type: none"> ▶ künftige touristische Aufgaben definieren, erforderliche Ressourcen planen ▶ zusätzliche Stelle bei der Gemeinde Hohe Börde schaffen für <ul style="list-style-type: none"> - die strategische und operative Tourismusarbeit - die Projektentwicklung sowie -umsetzung, Fördermittelanträge; Unterstützung von Investitionsvorhaben im Rahmen von Genehmigungsverfahren - die Vernetzung und Kooperation, d. h. die Kommunikation, Begleitung und ggf. Koordination der bestehenden und noch neu zu entwickelnden Netzwerke und Kooperationen, nämlich <ul style="list-style-type: none"> - Netzwerk der Gäste- und Kulturlandführer - (neues) Netzwerk der Gastgeberinnen und Gastgeber - (neues) Netzwerk der Kulturanbieter / Kulturschaffende) - enge Kooperation mit dem Freiwilligenbüro und den Vereinen - neue bzw. vertiefende Kooperationen z. B. mit den Landwirten u. a. - enge Kooperation mit touristischen Partnern der Region, v.a. der Region Magdeburg Elbe-Börde-Heide, der Landeshauptstadt Magdeburg. <p>Die Netzwerke brauchen dabei neben Plattformen für Beteiligung und Austausch auch konkrete Projekte, die sie z. B. in Arbeitsgruppen gemeinsam bearbeiten.</p> <p>Wichtige Aufgabe ist auch die Einbindung des Ehrenamtes bei lokalen Angeboten und Events oder auch in das „Mängel-Monitoring“ der Rad- und Wanderwege in der Gemeinde Hohe Börde. Das Ehrenamt spielt eine wichtige Rolle, um touristisches Potenzial nutzen zu können. Hier ist allerdings zu prüfen, was das Ehrenamt leisten kann (dafür ehrenamtliche Strukturen nicht überfordern, Nachfolger finden, binden).</p>		
Priorität	<input checked="" type="checkbox"/> hoch	<input type="checkbox"/> mittel	<input type="checkbox"/> niedrig
Zeitschiene	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig (1-2 Jahre)	<input checked="" type="checkbox"/> mittelfristig (2-4 Jahre)	<input checked="" type="checkbox"/> langfristig
verantwortlich	Gemeinde Hohe Börde, Partner		

4.3 Bedeutende Projekte in den Ortschaften, Ortsteile

4.3.1 Ackendorf: Dorf- und Heimatmuseum

Name	Ackendorf: Dorfmuseum		
Handlungsfeld	<input type="checkbox"/> Ortsbild, Infrastruktur, Mobilität <input checked="" type="checkbox"/> Angebote	<input checked="" type="checkbox"/> Betriebe, Einrichtungen <input type="checkbox"/> Vermarktung, Vernetzung	
Hintergrund	<ul style="list-style-type: none"> - aktuell geschlossen, Sanierung Museumsdach abgeschlossen - beeindruckende Sammlung landwirtschaftlicher und Alltagsgegenstände - eingeschränkte Flächen im Innen-/Außenbereich - aktuell keine Angebote, keine Vermarktung - noch kein Ausstellungskonzept 	 	
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Qualifizierung des Museumsangebotes als <u>das</u> Museum zur Heimatgeschichte in der Gemeinde Hohe Börde ▶ Erlebbar Heimatgeschichte für Gäste und Einheimische, Kinder-, Schulgruppen ▶ damit Gewinnen neuer Zielgruppen, mehr Bekanntheit und Anziehungskraft 		
Nächste Schritte, Meilensteine	<ul style="list-style-type: none"> ▶ zukunftsfähiges Inszenierungs- und Ausstellungskonzept für das Dorf-, Heimatmuseum, Entwicklung Museums-, Ausstellungskonzept, aber auch Betriebskonzept (unter Einbindung Ehrenamt) ▶ fachkundige Unterstützung bei der Inventarisierung ▶ Angebote für Gruppen, Veranstaltungen, „historische Kaffeetafel“; Erlebnis historische Handwerksvorführungen (Böttcher, Schuster) ▶ Museumspädagogik ▶ kleiner Shop mit historisch anmutenden Dingen, regionalen Produkten ▶ ggf. auch ein landkreisweites „Kulturerbe-/ Heimatstubenprojekt“ initiieren (z. B. über den Heimatbund Sachsen-Anhalt) ▶ thematische Achse und Zusammenarbeit mit dem Bördemuseum Ummendorf <p>Das Freiwilligenbüro könnte hier eine koordinierende Rolle übernehmen.</p>		
Priorität	<input checked="" type="checkbox"/> hoch	<input type="checkbox"/> mittel	<input type="checkbox"/> niedrig
Zeitschiene	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig (1-2 Jahre)	<input checked="" type="checkbox"/> mittelfristig (2-4 Jahre)	<input type="checkbox"/> langfristig
verantwortlich	Gemeinde Hohe Börde, Ortschaftsrat, Freiwilligenbüro		

4.3.2 Groß Santerleben: Hopfen-Info-Haus

Name	Groß Santerleben: Angebote Hopfen-Info-Haus		
Handlungsfeld	<input type="checkbox"/> Ortsbild, Infrastruktur, Mobilität	<input checked="" type="checkbox"/> Betriebe, Einrichtungen	
	<input checked="" type="checkbox"/> Angebote	<input checked="" type="checkbox"/> Vermarktung, Vernetzung	
Hintergrund, aktueller Zustand	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Ausstellung im Obergeschoss, keine regelmäßigen Öffnungszeiten, Führungen auf Anfrage ▶ Saal für Vereinsfeste und Versammlungen im Hopfen-Info-Haus (Vorderhaus) ▶ attraktiv sanierte Hopfenscheune, schöner Hopfenhof für Veranstaltungen ▶ aktuell nicht als Hopfen-Info-Haus erkennbar, keine Ausschilderung ▶ unsanierte Mauer (Denkmalschutz) im Hinterhof 		
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Attraktivität des Dorfes für Gäste und Einheimische steigern, Angebote besser sichtbar machen, Verweildauer erhöhen ▶ neue Nutzungen, neue Angebote, neue Umsatz-, Wertschöpfungspotenziale 		
Nächste Schritte, Meilensteine	<ul style="list-style-type: none"> ▶ bessere Wahrnehmbarkeit: Schild oder (aus Denkmalschutzgründen) große Banner ▶ längere, häufigere Öffnung, regelmäßige Führungen, kleine Events. ▶ weitere Nutzungen für Hof und Scheune prüfen (kleines Nutzungskonzept für das Gesamtensemble Hopfen-Info-Haus, Hof, Scheune erarbeiten) ▶ Ideen für weitere Nutzungen: <ul style="list-style-type: none"> - Brauerei, Bierverkostung, Hopfenprodukte Probierstube und Verkauf (in Kooperation mit einem regionalen Anbieter) - Biergarten (zumindest temporär) - Ausstellungen, Veranstaltungen, „besondere Messen“ (nach Corona) <p><i>In der Tourismus-Werkstatt gesammelt: Gäste- und Kulturlandführer für das Hopfenhaus gewinnen, um dort häufiger Führungen anbieten zu können</i></p>		
			
Priorität	<input type="checkbox"/> hoch	<input checked="" type="checkbox"/> mittel	<input type="checkbox"/> niedrig
Zeitschiene	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig (1-2 Jahre)	<input type="checkbox"/> mittelfristig (2-4 Jahre)	<input type="checkbox"/> langfristig
verantwortlich	Hopfen-Info-Haus: Gemeinde Hohe Börde, Ortschaftsrat, Volkmann's Hofladen		

Für Groß Santerleben wurde auch die weitere Stärkung des „Volkmann's Hofladen“ als wichtiges Projekt angesehen. Der attraktive Hofladen in direkter Nähe zum Hopfen-Info-Haus mit regionalen Produkten ist zwischenzeitlich leider vom Markt gegangen. Als Alternative für die Versorgung (z. B. von Radtouristen, aber auch Einheimischen) wird aktuell der Einsatz von Automaten geprüft, an dem regionale Produkte gekauft werden können. Die Weiterentwicklung bzw. auch Neuansiedlung von Hofläden ist und bleibt allerdings auch künftig eine wichtige Aufgabe in der Gemeinde Hohe

Börde, um Rad- und Wandertouristen entlang der attraktiven Routen und an besonderen Erlebnispunkten auch die Versorgung und den Einkauf besonderer regionaler Produkte zu ermöglichen.

4.3.3 Bebertal: Veltheimsburg mit Schlosspark

Siehe Leitprojekt L1.b

4.3.4 Niederndodeleben: Bismarckwarte und Holunder-Kontor

Entwicklung der Bismarckwarte

Siehe Leitprojekt L1.a

Holunder-Kontor

Name	Niederndodeleben: Holunder-Kontor
Handlungsfeld	<input type="checkbox"/> Ortsbild, Infrastruktur, Mobilität <input checked="" type="checkbox"/> Betriebe, Einrichtungen <input checked="" type="checkbox"/> Angebote <input checked="" type="checkbox"/> Vermarktung, Vernetzung
Hintergrund	Das Holunder-Kontor in Niederndodeleben/Schnarsleben ist hochattraktiv, die Angebote ein echtes Erlebnis. Aktuell kann es jedoch nur nach Anmeldung an wenigen Tagen besucht werden. Rad- und Wandertouristen können auf ihrer Durchreise derzeit nicht spontan das Holunder-Kontor besuchen. Dadurch ist die Attraktivität stark eingeschränkt und das Angebot nicht für „Laufkundschaft“ nutzbar.
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Alleinstellungsmerkmal und Kristallisationspunkt zum Thema Holunder stärken ▶ noch mehr erlebbare, nutzbare Angebote; Impulse für weiteres gewerbliches Engagement in der Nachbarschaft, mehr Umsätze, Wertschöpfung ▶ Gewinnung neuer Zielgruppen
Nächste Schritte, Meilensteine	<u>Holunder-Kontor, „Holunder-Dorf“ (siehe auch L5)</u> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Wieder stärkere Öffnung des Holunder-Kontors nach Überwindung der Corona-Pandemie, mehr Angebote und kleine Veranstaltungen des Vereins ▶ Konzept für Ideen-Werkstätten entwickeln: Werkstätten, Stammtische für neue Ideen mit zukünftigen Kooperationspartnern durchführen. ▶ Aufgrund des Betreibermodells (gemeinnütziger Verein) sind ein regelmäßig geöffnetes Café, Shop bzw. Besichtigungen nicht möglich. Um Gästen hier mehr flexible Angebote zu bieten, soll ein Kooperationsmodell mit weiteren gewerblichen Partnerinnen und Partnern entwickelt werden. Aktuell gibt es eine Kooperation mit dem örtlichen Fleischer. Diese Kooperation sollte zukünftig mit weiteren Holunder-Produkten ausgebaut werden. Denkbar ist auch ein richtiger Holunder-Shop / Hofladen in direkter Nachbarschaft des Holunder-Kontors (in enger Kooperation). ▶ Holunder-Dorf: Verbindung der Holunder-Produkte mit den Traditionen in der Gemeinde Hohe Börde, Ausbau der bestehenden Kooperationen und entwickeln neuer Kooperationen mit ortsansässigen Betrieben wie Bäcker, Fleischer, Post und dem Kürbischhof. ▶ Bau neuer EDEKA ab 2023, Kooperation anstreben und Produkte im EDEKA frische Markt anbieten ▶ Geführte Wandertouren mit End- und Startpunkt an kleinen Geschäften mit Holunder-Produkten

Name	Niederndodeleben: Holunder-Kontor
	► Inszenierung Elfenwiese (Brumby); bessere Vernetzung der beiden Standorte
Priorität	<input type="checkbox"/> hoch <input checked="" type="checkbox"/> mittel <input type="checkbox"/> niedrig
Zeitschiene	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig (1-2 Jahre) <input checked="" type="checkbox"/> mittelfristig (2-4 Jahre) <input type="checkbox"/> langfristig
verantwortlich	Betriebe, Holunder-Kontor

4.3.5 Nordgermersleben: Ökobad

Das Ökobad in Nordgermersleben ist ein Leitprojekt aus den übergeordneten Leitprojekten „L1 Entwicklung, Inszenierung und Bespielung touristischer Attraktionen bzw. Schwerpunkorte“. Das Projekt wird hier nachfolgend beschrieben.

Name	Nordgermersleben: Ökobad		
Handlungsfeld	<input type="checkbox"/> Ortsbild, Infrastruktur, Mobilität <input checked="" type="checkbox"/> Angebote	<input checked="" type="checkbox"/> Betriebe, Einrichtungen <input type="checkbox"/> Vermarktung, Vernetzung	
Hintergrund	<ul style="list-style-type: none"> ▶ attraktives Naturbad-Schwimmbecken ▶ Barfußpfad, Spazier-, Wanderwege ▶ noch keine durchgängig attraktive und „Ökobad-/Naturbad-gerechte“ Anmutung (Zufahrts-, Parkplatzbereich, Funktionsgebäude) ▶ Einschränkung der Nutzung durch Anforderungen Rettungsschwimmer 		
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Qualitätsangebot für Baden, Wohnmobiltourismus, Zelten ▶ Stimmiges Gesamterlebnis (Öko-, Natur-, Nachhaltigkeitsaspekte) ▶ Neue Angebote für das Freizeiterlebnis für Gäste und Einheimische 		
Nächste Schritte, Meilensteine	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Entwicklungskonzept Ökobad, längerfristiges Gesamt-Nutzungs- und Gestaltungskonzept (Ausbau Gastronomie, Wohnmobilstellplatz, Zeltlager) ▶ Aufwertung Funktionsgebäude Öko- / Naturbad passend zum Natur-Thema gestalten (Holz, Stein, hochwertig), thematisch passendes Gastro-Angebot im Ökobad (grüne Küche, Abend Beachbar), besondere Events, befestigter Parkplatz, WoMo-Plätze ▶ Prüfen, wie die Anwesenheit eines Rettungsschwimmers gewährleistet werden kann (Voraussetzung für längere Öffnungszeiten und neue gewerbliche Nutzungen v. a. auch in den Abendstunden) ▶ Barfußpfad ausschildern, kommunizieren 		
Priorität	<input checked="" type="checkbox"/> hoch	<input type="checkbox"/> mittel	<input type="checkbox"/> niedrig
Zeitschiene	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig (1-2 Jahre)	<input checked="" type="checkbox"/> mittelfristig (2-4 Jahre)	<input type="checkbox"/> langfristig
Verantwortlich	Gemeinde Hohe Börde		

4.3.6 Eichenbarleben: Schlossruine und Schlosspark

Siehe Leitprojekt L1.c

4.3.7 Wellen: Wohnmobilstellplatz

Name	Wellen: Wohnmobilstellplatz		
Handlungsfeld	<input checked="" type="checkbox"/> Ortsbild, Infrastruktur, Mobilität <input checked="" type="checkbox"/> Angebote	<input checked="" type="checkbox"/> Betriebe, Einrichtungen <input type="checkbox"/> Vermarktung, Vernetzung	
Hintergrund	<p>Der Wohnmobiltourismus ist ein wichtiges, weiter wachsendes und damit potenzialträchtiges Tourismussegment. Wohnmobilstinnen und -touristen schätzen Natur, Kultur, Gastronomie und sind dabei sehr ausgabefreudig. Wichtig sind sehr gute Standorte in der Nähe von Besucherattraktionen oder an besonderen Orten in der Natur, am besten am Wasser.</p> <p>Aktuell gibt es in Wellen „am Alten Schwimmbad“ in schöner Lage einen Teich mit kleinem Strand und Bademöglichkeit sowie eine Seilrutsche und einen Beachvolleyballplatz, Sitzgelegenheiten. Hinter dem Beachvolleyballplatz sollen Wohnmobilstellplätze entstehen mit einer Grundausstattung (Strom, Müllentsorgung).</p>		
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Mehr Wertschöpfung durch mehr Gäste und längere Aufenthaltsdauer der Wohnmobil-Touristinnen und Touristen. 		
Nächste Schritte, Meilensteine	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Wohnmobilstellplatz hinter Teich und Beachvolleyballplatz, dazu mindestes Basis-Infrastruktur schaffen, Beleuchtung 		
Priorität	<input checked="" type="checkbox"/> hoch	<input type="checkbox"/> mittel	<input type="checkbox"/> niedrig
Zeitschiene	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig (1-2 Jahre)	<input checked="" type="checkbox"/> mittelfristig (2-4 Jahre)	<input type="checkbox"/> langfristig
Verantwortlich, Partner	- Gemeinde Hohe Börde		

Weitere wichtige Aufgabe in Wellen ist die Bespielung und Vermarktung der attraktiven Anlage des Bürgerhauses „Dorfscheune“ als Kultur-, Gemeinschafts- oder auch Tagungsort sowie die Prüfung, ob sich hier noch weitere (auch gewerbliche) Nutzungen ansiedeln lassen. Zum Beispiel könnte hier ein kleines, regelmäßiges gastronomisches Angebot für Radfahrer und Ausflugsgäste etabliert werden (ggf. auch als temporäres Angebot, z. B. als „Holunderland“-Foodtruck).

Heutige Angebote sind hier:


- ▶ Bürgerhaus und Heimatstube mit altdeutschem Backofen, in dem nach Tradition gemeinsam gebacken wird, Veranstaltungsort (Lesungen, Konzerte, Mundart)
- ▶ Stempelkastenort der Holunderentdeckungstour / Holunderwandernadel
- ▶ Ebenerdiger Zugang zur Scheune
- ▶ Parkplätze auf dem Innenhof des Geländes



4.3.8 Mammendorf: Steinhaus Mammendorf besser in die touristische Vermarktung einbinden

Name	Mammendorf: Steinhaus Mammendorf
Handlungsfeld	<input type="checkbox"/> Ortsbild, Infrastruktur, Mobilität <input checked="" type="checkbox"/> Betriebe, Einrichtungen <input checked="" type="checkbox"/> Angebote <input checked="" type="checkbox"/> Vermarktung, Vernetzung
Hintergrund	Die Cronenberger Steinindustrie betreibt in Mammendorf den Steinbruch. Zusätzlich zu den spannenden Führungen durch den Steinbruch wurde das Angebot um ein Informationszentrum „Steinhaus“ mit einer Dauerausstellung über Fossilien, Mineralgestein und archäologische Funde erweitert. Aktuell wird das Steinhaus Mammendorf noch nicht ausreichend vermarktet. Das neue multifunktionale Raumkonzept des Steinhauses kann jedoch auch gut für Veranstaltungen wie Workshops und kleine Privatfeiern genutzt werden
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> ▶ touristische Vermarktung der Angebote im Steinbruch auf der Gemeinde Webseite; damit die Wahrnehmung der Angebote im Steinbruch bei Touristinnen und Touristen, Einheimischen, Schulklassen, Firmen steigern ▶ Mehr Besucher gewinnen, mehr Wertschöpfung generieren
Nächste Schritte, Meilensteine	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Sichtbarkeit der Angebote des Steinhauses vor Ort erhöhen, z. B. mit Informationstafeln ▶ zeitgemäßen und innovativen Content für die Angebote im Steinhaus Mammendorf entwickeln und auf der Gemeinde-Webseite präsentieren ▶ Angebote in touristische Touren einbinden (abhängig von den Öffnungszeiten und verfügbaren personellen Möglichkeiten der Steinbruch-Gesellschaft; hier ggf. ehrenamtliche Akteure einbinden und die Gäste- und Kulturlandführer)
Priorität	<input type="checkbox"/> hoch <input checked="" type="checkbox"/> mittel <input type="checkbox"/> niedrig
Zeitschiene	<input type="checkbox"/> kurzfristig (1-2 Jahre) <input checked="" type="checkbox"/> mittelfristig (2-4 Jahre) <input type="checkbox"/> langfristig
Verantwortlich, Partner	Betreiber Cronenberger Steinindustrie, Gemeinde Hohe Börde

4.3.9 Rottmersleben: Stärkung St.-Jakobus-Kirche, Holundertal und Olbetal

Name	Rottmersleben: Stärkung St.-Jakobus-Kirche, Holundertal und Olbetal		
Handlungsfeld	<input type="checkbox"/> Ortsbild, Infrastruktur, Mobilität	<input checked="" type="checkbox"/> Betriebe, Einrichtungen	<input type="checkbox"/> Vermarktung, Vernetzung
	<input checked="" type="checkbox"/> Angebote		
Hintergrund	<p>Die Pilgerkirche St.-Jakobus-Kirche ist die Dorfkirche von Rottmersleben und liegt am Holunderradweg im Olbetal, am gleichnamigen Fluss Olbe. Vom romanischen Ursprungsbau ist der Turm erhalten geblieben, Kirchenschiff und Ausstattung sind barock. Unter dem Kirchenschiff gibt es ein Gruftgewölbe mit mehreren Grabkammern. Sie steht heute Pilgern als Meditationsraum zur Verfügung.</p> <p>Das Olbetal wird aktuell vor allem von den Einheimischen für Wanderungen und kleinere Radtouren genutzt. Die landschaftliche Schönheit und der besondere Ort der Pilgerkirche macht das Olbetal jedoch auch für Touristinnen und Touristen interessant.</p>		
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> ▶ touristische Wahrnehmung der St.-Jakobus-Kirche Rottmersleben stärken ▶ stärkere Verbindung der Angebote: St.-Jakobus-Kirche Rottmersleben und Holunderradweg sowie Holundertal Klein Rottmersleben und dem Olbetal zwischen Rottmersleben und Hundisburg ▶ stärkere Vermarktung des Olbetals als Ausflugsziel für Wanderer und Radfahrer 		
Nächste Schritte, Meilensteine	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Content für die Webseite der Gemeinde Hohe Börde entwickeln, Informationen zur Geschichte des Olbetals und der St.-Jakobus-Kirche Rottmersleben, Hinweise für Wanderer und Radfahrer ▶ Pflege, Ausstattung, Beschilderung der Wege ▶ Pflege des Landschaftsbildes und der Olbe, Renaturierung des Weihers („Bananteich“), Sichtachsen, Aussichtspunkte, Sitzgelegenheiten, Informationstafeln mit Hinweisen zu nahegelegenen POI schaffen 		
Priorität	<input checked="" type="checkbox"/> hoch	<input type="checkbox"/> mittel	<input type="checkbox"/> niedrig
Zeitschiene	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig (1-2 Jahre)	<input checked="" type="checkbox"/> mittelfristig (2-4 Jahre)	<input type="checkbox"/> langfristig
Verantwortlich, Partner	▶ Gemeinde Hohe Börde		

Weitere Projekte und Maßnahmen in den hier aufgeführten Ortsteilen und Ortschaften können ergänzt werden. Ansonsten wird auch hier nochmals dieser Hinweis gegeben: Das Kleine Tourismuskonzept Hohe Börde konzentriert sich zunächst auf die hier ausgewählten Ortschaften und Ortsteile, für die im Rahmen der Konzepterarbeitung konkrete, touristisch relevanten Projekte identifiziert wurden. Selbstverständlich können auch z. B. für Hohenwarsleben, Warsleben, Hermsdorf oder Irlleben touristische und Freizeitprojekte entwickelt und hier integriert werden.

4.4 Weitere Projekte und Maßnahmen

Die weiteren Projekte und Maßnahmen sind auf Seite 32 dargestellt. Sie sollen im nächsten Schritt weiter vertieft und ausgearbeitet werden. Hier werden abschließend auszugsweise die Daueraufgaben im Bereich Vermarktung und Vernetzung dargestellt. Allein dieses umfangreiche Aufgabenspektrum zeigt, dass dafür personelle Ressourcen eingeplant werden müssen, wenn sich die Gemeinde Hohe Börde künftig noch stärker im Bereich Tourismus profilieren und davon profitieren möchte. Wichtig dabei: die Entwicklung aktiv- und auch kulturtouristischer Angebote ist auch von großer Bedeutung für die Weiterentwicklung der Lebens- und Freizeitqualität der Einheimischen und zwar für alle Generationen und damit auch für die Arbeitsbedingungen der Menschen, die hier arbeiten und investieren.


Vermarktung und Vernetzung



- ▶ digitale und vernetzte Holunderland Plattform für Touren, Feste, Events, Gastgeber, Hofläden (für Gäste und Einheimische), dazu siehe Leitprojekt L3.
- ▶ Entwicklung eines durchgängigen Holunderland-Designs, dazu auch Entwicklung einer neuen zeitgemäßen Holunderland Marke, die auch für das Branding der Mobilitäts-Angebote genutzt werden kann und auch nach innen in Richtung Betriebe und Produzenten wirkt.
Wenn die Wort-Bild-Marke Holli-Holler des Holunder-Kontors auch künftig genutzt werden soll, dann wird eine „Verjüngung“ des Signets empfohlen, um hier moderner aufzutreten und auch Zielgruppen in jüngerem und mittlerem Alter noch stärker anziehen zu können.
- ▶ Social-Media, Online-Marketing für das Holunderland (Facebook, Instagram)
- ▶ Werbung vor Ort, in der Gemeinde, im Umfeld (z. B. im Elbepark)
- ▶ vorhandene Angebote noch stärker herausstellen – mit Kontaktdaten, Lage, Anbindung, Öffnungszeiten, Angeboten (z. B. Steinhaus in Mammendorf)
- ▶ enge Vernetzung bzw. Verlinkung der Akteure in der Gemeinde und in der Region mit dem Holunderland
- ▶ besondere Präsentation der ausgebildeten Gästeführer bzw. Kulturlandschaftsführer als Botschafter der Hohen Börde und ihrer kulturellen Werte.
- ▶ beste Einbindung in die regionale Vermarktung des Magdeburger Tourismusverbandes Elbe-Börde-Heide e. V. und in die interaktiven Tourenplaner (Content-, Technologienetzwerk); Sicherstellen der Datenpflege im Contentnetzwerk mit allen Partnern
- ▶ Kooperationsmarketing mit den regionalen Tourismuspartnern, aber auch mit branchenfremden Partnern wie z. B. Landwirten, Produzenten im Bereich Werbung, Öffentlichkeitsarbeit, Promotion.


5. Anhang



5.1 Tabellen „Points of Interest“ (erste Ergebnisse nach der Bereisung)



Betrieb / Einrichtung / Attraktion	Beschreibung	Öffnungszeiten, Eintritt	Parkplätze	Barrierefreiheit	Angebote, Zustand, erste Ansätze
<p>Bismarckwarte auf dem Wartberg Niederndodeleben/Schnarsleben</p> 	<p>Wahrzeichen der Gemeinde Hohe Börde und Denkmal für den ersten deutschen Reichskanzler mit Aussichtsplattform, Wichtiger Ort für die Einheimischen</p>	<p>ganzjährig und ganztäglich frei zugänglich kostenfrei</p>	<p>Ausreichend vorhanden (unbefestigt, nach Regen nicht mehr zu betreten) Ausweichparkplätze auf benachbarten privaten landwirtschaftlichen Flächen</p>	<p>Bismarckwarte und Aussichtsplattform nur über Treppen zu erreichen</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Spazierwege, Wander-, Radweg zwischen Niederndodeleben und Irxleben ✓ Aussicht, Ausblicke, Bänke × Müll, Vandalismus × Zustand des Turms innen und außen, keine Hinweise zum Panorama. Auch unten bis auf eine Infotafel keine weiteren Informations-, Bildungs-, Freizeitangebote × Keine Ausflugsgastronomie × Kein Haltepunkt Buslinie – Pacht/Engagement Naturfreunde Wartberg e.V. – Gestaltbarkeit der Flächen (Privateigentum, Restitutionsgrundstück) – Umgang mit dem „Wahrzeichen“ / kritische Auseinandersetzung mit Bismarck (Bezüge zu Nationalismus, Kolonialismus, Nationalsozialismus sowie zu Fragen von Verfolgung, Diskriminierung, sozialer Gerechtigkeit) – Unterirdischer Bunker (Sowjetische Truppen) – Künftig: Kultur-, Bildungs-, Ausflugsort, Sommerkino/-theater, Spielplatz, Minigolf, Kletterangebot o.ä. weitere Nutzungsideen



Betrieb / Einrichtung / Attraktion	Beschreibung	Öffnungszeiten, Eintritt	Parkplätze	Barrierefreiheit	Angebote, Zustand, erste Ansätze
					<ul style="list-style-type: none"> – Touristische Basisinfrastruktur: WC, Picknick-Möblierung, Radboxen, Hundenauslaufplatz etc.
<p>Veltheimsburg Bebertal</p> 	<p>ehemaliger Burgkomplex mit Landratsturm mit Aussicht bis zum Brocken, Hotelanlage, Heimatstube, Hochzeitszimmer und Schlosspark</p>	<p>Montag bis Sonntag 06:30 bis 20:00 Uhr</p>	<p>mehrere Parkplätze vor dem Burgeingang</p>	<p>Zugang zur Burg und Landratsturm über Treppen, Schlosspark barrierefrei zugänglich</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Bedeutende Geschichte: im 12. Jhd. Erbaut, mächtige Rundburg als Sitz der Ritter und Grafen von Veltheim ✓ Hotel, Café, Trauungen, Räume für Veranstaltungen, Feiern ✓ Kulturveranstaltungen im Park × Zu wenige Angebote × Öffnungszeiten Heimatstube (Zustand / Attraktivität Heimatstube, Zukunftspläne unklar) × Zustand Fassade Gebäude Innenhof × Öffnung Landratsturm nur auf Anfrage × Eingeschränkte Vermarktung der Burganlage – Möglichkeiten für neue Nutzungen, Angebote „unter Dach“ und im Park – Gestaltbarkeit der Flächen (Privateigentum) – bei Zugängen zu Fördermitteln unterstützen – Parkplätze


Betrieb / Einrichtung / Attraktion	Beschreibung	Öffnungszeiten, Eintritt	Parkplätze	Barrierefreiheit	Angebote, Zustand, erste Ansätze
<p>Holunder-Kontor Niederndodeleben/ Schnarsleben</p> 	<p>erste Dokumentationszentrum für die Holunder Pflanze mit Holunderschaugarten</p>	<p>Termine nach Vereinbarung</p>			<ul style="list-style-type: none"> ✓ Inszenierung der (Kultur-)Geschichte des Holunders mit viel Herzblut und Einsatz ✓ Besondere Angebote / Events, Atmosphäre, Gastfreundschaft für Familien, kleine Gruppen ✓ Aktivitäten bei Festen (z. B. Bördehoffest) ✓ Umfangreiche Öffentlichkeitsarbeit; jetzt auch digitale Kommunikation über YouTube × Möglichkeiten, finanzielle Ausstattung des Vereins, künftig ggf. Nachfolgeproblem × Aufgrund der Gemeinnützigkeit kaum Möglichkeiten z. B. für den Verkauf von Holunder-Produkten × Nur auf Anfrage, keine Öffnungszeiten für Radtouristen, Durchreisende; häufigere Öffnung nicht leistbar × Veraltete Anmutung der Webseite – Häufigere Öffnung nach Corona – Neue Holunder-Partnerschaften / privatwirtschaftliche Angebote (erste Kontakte da, – Modelle prüfen)
<p>Elfenwiese bei Brumby (Holunder-Kontor)</p> 	<p>Erste Holunder-plantage der Magdeburger Börde, Ernte, Produktion, Verkauf durch Holunder-Kontor Niederndodeleben</p>	<p>Ganztägig zu besichtigen (abgetrennt durch einen Bach)</p>	<p>kleiner natur-belasteter Parkplatz</p>	<p>nicht gegeben</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Idyllisch ✓ Spielplatz, Picknick-Platz × (im Winter) kein Hinweis auf Verkauf durch Holunder-Kontor × Zustand Picknick-Platz, Murbelbahn – Der schöne Name „Elfenwiese“ weckt Erwartungen (Inszenierung)

Betrieb / Einrichtung / Attraktion	Beschreibung	Öffnungszeiten, Eintritt	Parkplätze	Barrierefreiheit	Angebote, Zustand, erste Ansätze
<p>Hopfen-Info-Haus, Groß Santerleben</p> 	<p>Ausstellung zum Hopfenanbau im OG und Veranstaltungsort</p>	<p>Auf Anfrage, bei Veranstaltungen</p>			<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ausstellung im OG, kleine Führungen auf Anfrage ✓ Kultursaal für Vereinsfeste und Versammlungen ✓ Sanierte Hopfenscheune, Hopfenhof für Veranstaltungen × Nicht als Hopfen-Info-Haus erkennbar × unsanierte Mauer (Denkmalschutz) – Schild / Banner Hopfen-Info-Haus, Ausschilderung – Nutzungskonzept Hopfen-Info-Haus, Hof, Scheune – Brauerei, Bierverkostung, Hopfenprodukte Probierstube und Verkauf – Ausstellungen, Veranstaltungen, „besondere Messen“ (nach Überwindung Corona) – Interesse von Volkmanns, Räume für Aktionen (z. B. Marmeladen kochen) zu mieten

Betrieb / Einrichtung / Attraktion	Beschreibung	Öffnungszeiten, Eintritt	Parkplätze	Barrierefreiheit	Angebote, Zustand, erste Ansätze
<p>Dorfmuseum, Ackendorf</p> 	<p>Dorf-, Heimatmuseum</p> <p>Aktuell neues Dach</p>	<p>Aktuell geschlossen</p>	<p>5 Parkplätze (Hof)</p>	<p>nicht barrierefrei, viele schmale Treppen</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Beeindruckende Sammlung landwirtschaftlicher und Alltagsgegenstände × Ungeordneter Eindruck (aktuell Bauphase) × Eingeschränkte Vermarktung – Weiterentwicklung Museums-/Ausstellungs-konzept (fachkundige Unterstützung bei Inventarisierung, Konzept für Betreuung / Einbindung Ehrenamt) – Angebote für Gruppen, Veranstaltungen, „historische Kaffeetafel“; Erlebnis historische Handwerksvorführungen (Böttcher, Schuster) – Museumspädagogik – Kleiner Shop mit historisch anmutenden Dingen, regionalen Produkten – Ggf. auch ein landkreisweites „Kulturerbe-/ Heimatstubenprojekt“ initiieren (z. B. über Heimatbund Sachsen-Anhalt)
<p>Steinhaus, Mammendorf (Tagebau)</p> 	<p>Archäologie-Ausstellung</p> <p>Ausgleichsmaßnahme des Mammendorfer Hartgestein-tagebaus</p>	<p>Auf Anfrage</p>	<p>5 Parkplätze vor dem Gebäude</p>	<p>Barrierefrei</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Moderner Veranstaltungsraum und Nebenräume ✓ Fundstücke aus dem Tagebau (Siedlungsgegenstände, bronzezeitliches Kindergrab, Urmeer) × Eingeschränkte Vermarktung – geplant: Große LCD-Wand und digitale Ausstellung zur Dorfgeschichte (weitere Ausgleichsmaßnahme Steinbruch) – Vermarktung stärken, Vernetzung – Öffnungszeiten

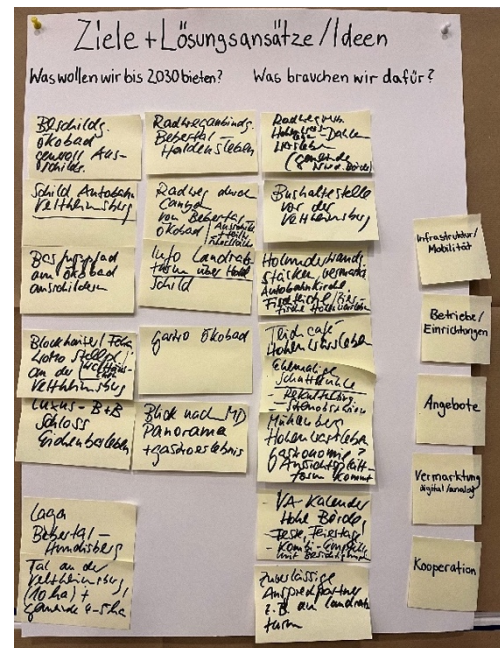
Betrieb / Einrichtung / Attraktion	Beschreibung	Öffnungszeiten, Eintritt	Parkplätze	Barrierefreiheit	Angebote, Zustand, erste Ansätze
<p>Schlosspark Eichenbarleben</p> 	<p>Parkanlage auf dem Gelände der ehemaligen Schlossgärtnerei, das Schloss selbst kann nur von außen angeschaut werden Eigentum der Gemeinde, Denkmalschutz</p>	<p>ganzjährig und täglich geöffnet</p>	<p>kleinere freie Parkfläche vor dem Schloss</p>	<p>Barrierefrei zugänglich</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Eine der wenigen Parkanlagen in der Börde (besonderer Ausdruck von Reichtum, denn normalerweise war der Boden zu kostbar, um als Parkfläche genutzt zu werden) ✓ Geschichte(n), einige Besonderheiten (Reitertunnel, ggf. besondere Fauna?) ✓ Sängerbühne, Schützen-, Parkfest × Zustand des Landschaftsparks und der Wege × Wenige Plätze zum Verweilen × Keine Angebote im Park und im Umfeld (Freizeit, Kultur, Gastronomie, Beherbergung) <ul style="list-style-type: none"> – Weitere Kulturangebote, -formate denkbar – Info-Tafel Serie im Park zum historischen Schloss, Schlosspark, Schlossgärtnerei
<p>Schloss(ruine) Eichenbarleben</p> 					<ul style="list-style-type: none"> ✓ Attraktive Anlage, besondere Geschichte (zusammen mit der Hundisburg) × Leerstand, Zustand der Anlage und Nachbargebäude × Problem: Eigentumsverhältnisse (nach der Enteignung 1945 wurde der Gesamtbesitz im Zuge der Bodenreform in kleine Teile zerschlagen, die eine Gesamtentwicklung unmöglich machten) × Entwicklung von Teilen der ehem. Schlossgebäude (Wohnen) wegen hoher Denkmalschutzauflagen, Investitionen gestoppt <ul style="list-style-type: none"> – Entwicklungskonzept, beim Zugang zu Fördermitteln unterstützen

Betrieb / Einrichtung / Attraktion	Beschreibung	Öffnungszeiten, Eintritt	Parkplätze	Barrierefreiheit	Angebote, Zustand, erste Ansätze
<p>Öko-Bad Nordgermersleben</p> 	<p>Erstes Ökobad Sachsen-Anhalts mit Sprungfelsen, Sandstrand, Wasserspielplatz, Gastronomie, Ausstellung zum Thema Wasser-aufbereitung</p>	<p>Dienstag bis Sonntag von 13:00 bis 19:00 Uhr (Mai bis September)</p>	<p>Direkt am Eingang</p>		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Attraktives Schwimmbecken ✓ Spazier-, Wanderweg × Keine durchgängig attraktive Anmutung (als Öko-/Naturbad, des Zufahrts-, Parkplatz-bereiches, des Funktionsgebäudes) × Einschränkung der Nutzung durch Anforderungen Rettungsschwimmer <ul style="list-style-type: none"> – Wohnmobilstellplätze – Aufenthaltsqualität, Angebote auch für (Abend-)Beachgastro – Sommerkino, Liederabende – Längerfristiges Gesamt-Nutzungs- und Gestaltungskonzept (Ausbau Gastronomie, Wohnmobilstellplatz, Zeltlager)
<p>Familien-Sportfreibad Schrotetal</p>  <p>Niederndodeleben</p>	<p>Sanierung, Umbau des Freibades zum Familien-Sportfreibad (Eröffnung 2023)</p>	<p>Aktuell Umbau</p>	<p>Aktuell Umbau</p>	<p>Aktuell Umbau</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Neues Funktionsgebäude bereits fertig ✓ Beckensanierung mit Förderung der Sanierung von Sport-, Jugend- und Freizeiteinrichtungen des Bundes ✓ Abend-Gastronomie, Veranstaltungen

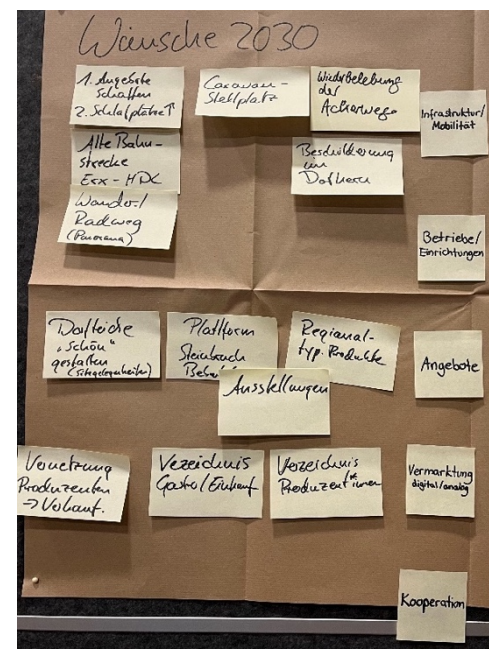
Betrieb / Einrichtung / Attraktion	Beschreibung	Öffnungszeiten, Eintritt	Parkplätze	Barrierefreiheit	Angebote, Zustand, erste Ansätze
<p>Am Alten Schwimmbad, Wellen, mit Teich, Beachvolleyball</p> 	Öffentlicher Platz mit Sitzgelegenheiten	24/7 Zugang	Natur-belassener Parkplatz vorhanden		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Seilrutsche, Sitzgelegenheiten × versteckt, für Touristen kaum aufzufinden, fehlende Beschilderung – Wohnmobilstellplatz (mit Grundausstattung: Stromversorgung, Müllentsorgung) – Beleuchtung Areal

5.2 Workshop Dokumentation

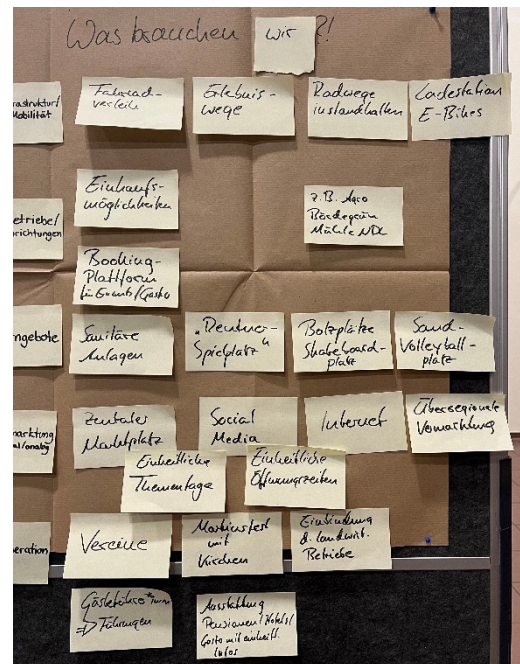
- ▶ Beschilderung Ökobad, generell Ausschilderung
- ▶ Schild Autobahn Veltheimsburg
- ▶ Barfußpfad am Ökobad ausschildern
- ▶ Blockhäuser/ Ferienhäuser, Wohnmobil-Stellplätze an der Veltheimsburg, WC Angebot
- ▶ Luxus – Bed+Breakfast Schloss Eichenbarleben
- ▶ Landesgartenschau LAGA Bebertal – Hundisburg
- ▶ Radweganbindung Bebertal - Haldensleben
- ▶ Radweg durch Canyon von Bebertal - Ökobad, Ausschilderung + teilweise Oberfläche
- ▶ Info Landratsturm über Hotel, Schild
- ▶ Gastronomie Ökobad
- ▶ Blick nach Magdeburg, Panorama + Gastroerlebnis
- ▶ Radwegverbindung Hohenwarsleben - Dahlenwarsleben
- ▶ Bushaltestelle vor der Veltheimsburg
- ▶ Holunderwanderung stärker vermarkten, Autobahnkirche, Fischteiche Hohenwarsleben
- ▶ Teichcafé Hohenwarsleben
- ▶ Ehemalige Schuttkuhle, Rekultivierung, Streuobstwiese
- ▶ Mühlenberg Hohenwarsleben Gastronomie Aussichtsplattform kommt
- ▶ Veranstaltungskalender Hohe Börde, Feste, Feiertage, Kombi-Empfehlungen mit Besichtigungen
- ▶ Zuverlässige Ansprechpartner z.B. am Landratsturm



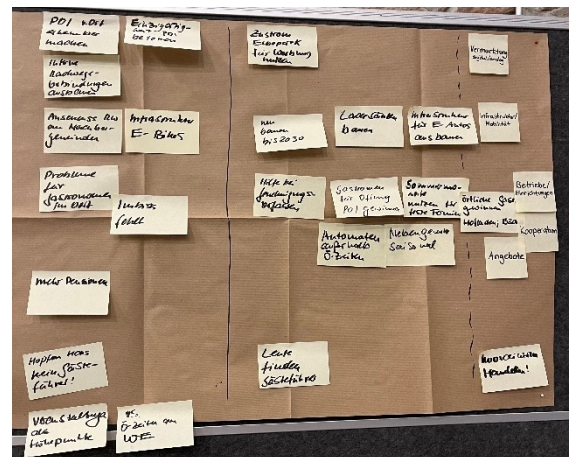
- ▶ Angebote schaffen, neue Schlafplätze / Betten
- ▶ Alte Bahnstrecke Erleben – Haldensleben als Radweg nutzen (Panorama)
- ▶ Dorfteiche gestalten, Sitzgelegenheiten
- ▶ Vernetzung Produzenten → mehr Verkauf
- ▶ Caravan-Stellplatz
- ▶ Plattform Steinbruch Bebertal
- ▶ Ausstellungen
- ▶ Verzeichnis Gastro/Einkauf, Produzent*innen
- ▶ Regionaltypische Produkte
- ▶ Wiederbelebung der Ackerwege



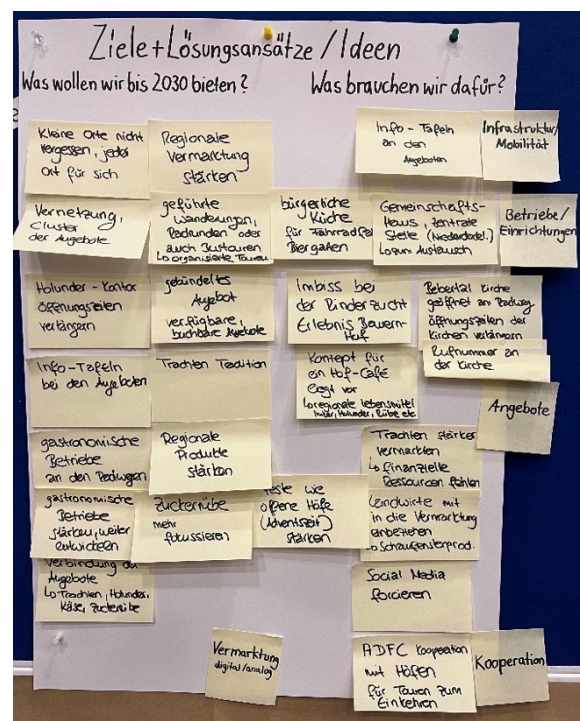
- ▶ Beschilderung im Dorfkern
- ▶ Fahrradverleih
- ▶ Radwege instand halten
- ▶ Ladestation E-Bikes
- ▶ Einkaufsmöglichkeiten
- ▶ z.B. Agro Bördegrün Mühle Niederndodeleben
- ▶ Booking-Plattform für Events, Gastro
- ▶ Sanitäre Anlagen
- ▶ Attraktive Angebote für Jung- und Alt schaffen: Senioren „Spielplatz“, Skaterbahn, mehr öffentliche Sport- und Bolzplätze, Sand-Volleyballplatz
- ▶ Zentrale Marktplätze gestalten
- ▶ Bessere Kommunikation über Social Media, Internet
- ▶ Überregionale Vermarktung
- ▶ Einheitliche Thementage, einheitliche Öffnungszeiten
- ▶ Vereine, Martinsfest
- ▶ Gästeführer*innen → Führungen
- ▶ Ausstattung Pensionen, Hotels, Gastro mit einheitlichen Infos
- ▶ Fahrradwege pflegen, ausbauen (z.B. Panorama-Weg entlang der alten Bahntrasse Haldensleben/Erleben)
- ▶ Erlebniswege schaffen und bewerben
- ▶ Mehr Highlights schaffen z.B. Aussichtsplattform Steinbruch Bebertal
- ▶ Einheitliche Öffnungszeiten für alle Kirchen, Holunderkontor, Käsestube und Co
- ▶ Gesammelte Infolyer zu verschiedenen Themen, welche zentral an Hotels, Gastro usw. verteilt werden
- ▶ Öffnungszeiten Kirchen und Kultur
- ▶ Übersicht gastronomische Angebote, Einkaufsmöglichkeiten
- ▶ Wander- und Radkarten für die Hohe Börde
- ▶ Vernetzung lokaler Erzeuger*innen „Hier aus der Region“
- ▶ Einbindung der landwirtschaftlichen Betriebe z.B. Erlebnishof -> Vermittlung wo Essen herkommt und wie Landwirtschaft funktioniert, insbesondere für Kinder und Jugendliche aus Städten
- ▶ Einbindung Ehrenamt in lokale Angebote und um touristisches Potenzial zu nutzen – ABER: was kann Ehrenamt leisten? Ehrenamtliche Strukturen nicht überfordern



- ▶ POI vor Ort erkennbar machen
- ▶ Interne Radwegeverbindungen ausbauen
- ▶ Anschluss Radwege an Nachbargemeinden
- ▶ Probleme für Gastronomen im Ort, Imbiss fehlt
- ▶ mehr Pensionen
- ▶ Hopfenhaus kein Gästeführer
- ▶ Veranstaltungen als Höhepunkte vs. Öffnungszeiten am Wochenende
- ▶ Zustrom Elbepark für Werbung nutzen
- ▶ neu bauen bis 2030
- ▶ Hilfe bei Genehmigungsverfahren
- ▶ Leute finden Gästeführer
- ▶ Ladesäulen bauen, Infrastruktur für E-Autos ausbauen
- ▶ Gastronomen für Öffnung POI gewinnen
- ▶ örtliche Gastronomen gewinnen, Hofladen, Bäcker
- ▶ Sommermonate nutzen für feste Termine
- ▶ Automaten außerhalb Öffnungszeiten, Nebengewerbe, saisonal
- ▶ koordiniertes Handeln



- ▶ kleine Orte nicht vergessen
- ▶ Vernetzung, Cluster der Angebote
- ▶ Holunder-Kontor Öffnungszeiten verlängern
- ▶ Info-Tafeln bei den Angeboten
- ▶ gastronomische Betriebe an den Radwegen
- ▶ gastronomische Betriebe stärken, weiterentwickeln
- ▶ Verbindung der Angebote → Trachten, Holunder, Käse, Zuckerrübe
- ▶ Regionale Vermarktung stärken
- ▶ geführte Wanderungen, Radrunden oder auch Bustouren → organisierte Touren
- ▶ gebündeltes Angebot, verfügbare, buchbare Angebote
- ▶ Trachten Tradition
- ▶ Regionale Produkte stärken
- ▶ Zuckerrübe mehr fokussieren
- ▶ Trachten stärker vermarkten → finanzielle Ressourcen fehlen
- ▶ Feste wie offene Höfe (Adventszeit) stärken
- ▶ Landwirte mit in die Vermarktung einbeziehen → Schaufensterproduktion



- ▶ Social Media forcieren
- ▶ ADFC Kooperation mit Höfen für Touren zum Einkehren
- ▶ Gemeinschaftshaus, zentrale Stelle (Niederndodeleben) zum Austausch
- ▶ Bebertal Kirche an Radweg geöffnet, Öffnungszeiten der Kirchen verlängern, Rufnummer an der Kirche