

Tourismuskonzept Bernburg (Saale)

Endbericht



© BTE 2025

Tourismuskonzept Bernburg (Saale)

Endbericht

an

Stadt Bernburg (Saale)
Stadtplanungsamt
Schlossgartenstraße 16
06406 Bernburg (Saale)

Ansprechpartner:

Markus Senze
Telefon: 03471 659-626
E-Mail: markus.senze.stadt@bernburg.de

Lesehinweis „Gendergerechte Sprache“

Aus Lesbarkeitsgründen wird im vorliegenden Bericht die männliche Sprachform verwendet. Hiermit ist keine Benachteiligung des weiblichen Geschlechts verbunden. Die sprachliche Vereinfachung ist als geschlechtsneutral zu verstehen.

B T E Tourismus- und Regionalberatung

Kreuzbergstr. 30
10965 Berlin
Tel. +49 (0)30 32 79 310
berlin@bte-tourismus.de
www.bte-tourismus.de
Berlin, Mai 2026

Inhalt

1	Kurzfassung des Tourismuskonzepts für Bernburg (Saale)	1
2	Anlass, Aufgabenstellung und Vorgehen	5
3	Touristische Ausgangssituation und Potenzialbestimmung	8
3.1	Bernburgs touristische Ausgangslage auf einen Blick	8
3.2	Nachfrage und Marktstruktur	9
3.3	Abschätzung der wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus	12
3.4	Thematische Stärken und Schwächen	14
3.4.1	Tragfähige Themen, aber noch kein geschärftes Profil	14
3.4.2	Ortsteile mit ergänzender, nicht tragender Funktion	18
3.4.3	Beherbergung und Gastronomie	19
3.5	Räumliche Stärken und Potenziale	20
3.6	Sichtbarkeit, Kommunikation und Buchbarkeit	21
3.7	Zusammenarbeit und Zuständigkeiten	22
3.8	Zusammenfassende Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Analyse	23
3.9	Zentrale Entwicklungserfordernisse aus der Analyse	25
4	Strategischer Rahmen für die touristische Entwicklung	27
4.1	Leitbild der touristischen Entwicklung von Bernburg (Saale)	27
4.2	Ziele der touristischen Entwicklung von Bernburg (Saale)	28
4.3	Profilthemen für Bernburg (Saale)	30
4.4	Zielgruppen	33
5	Handlungsfelder und Maßnahmenprogramm	38
5.1	Handlungsfelder	38
5.2	Zentrale Erfordernisse in den Handlungsfeldern	39
6	Leitprojekte	41
6.1	Leitprojekt im Handlungsfeld „Organisation, Kooperation & Struktur stärken“	42
6.1.1	Leitprojekt 1: Touristische Steuerungs- und Umsetzungsstruktur verbindlich aufstellen	42
6.2	Leitprojekte im Handlungsfeld „Kultur- und Freizeitangebote stärken & verknüpfen“	46
6.2.1	Leitprojekt 2: Leitprodukte der familienfreundlichen Kultur- und Saalestadt entwickeln	46
6.2.2	Leitprojekt 3: Radfreundliches Bernburg (Saale) konsequent ausbauen	48
6.3	Leitprojekte im Handlungsfeld „Aufenthaltsräume, Wege und Saaleerlebnis entwickeln“	51
6.3.1	Leitprojekt 4: Erlebnisraum Saaleufer und Töpferwiese entwickeln	51
6.3.2	Leitprojekt 5: Schloss als touristischen Anker stärken und besser zugänglich machen	54
6.3.3	Leitprojekt 6: Neugestaltung des Saalplatzes	56
6.4	Leitprojekte im Handlungsfeld „Marketing, Kommunikation und digitale Sichtbarkeit verbessern“	57
6.4.1	Leitprojekt 7: Touristische Marke und Positionierung entwickeln und umsetzen	57
6.4.2	Leitprojekt 8: Digitalen Gesamtauftritt und Buchbarkeit professionalisieren	59
7	Erweiterter Maßnahmenkatalog	62
7.1	Maßnahmen im Handlungsfeld „Organisation, Kooperation & Struktur stärken“	62
7.2	Maßnahmen im Handlungsfeld „Kultur- und Freizeitangebote stärken & verknüpfen“	64
7.3	Maßnahmen im Handlungsfeld „Aufenthaltsräume, Wege & Saaleerlebnis entwickeln“	65

7.3.1	Gesamtstädtische Maßnahmen (raumübergreifend)	66
7.3.1	Teilräumliche Maßnahmen	67
7.4	Maßnahmen im Handlungsfeld „Marketing, Kommunikation & digitale Sichtbarkeit verbessern“	71
7.5	Perspektivische Entwicklungsoptionen (Prüfaufträge)	72
7.6	Auswirkung auf Flächennutzungsplan und Bebauungspläne	74
8	Umsetzung, Verstetigung und Monitoring	75
8.1	Umsetzung als gemeinsamer Prozess	75
8.2	Verstetigung und organisatorische Verankerung	75
8.3	Monitoring und Zielüberprüfung	75
8.4	Abschätzung der wirtschaftlichen Effekte und Standortwirkung	76
9	Anhang	77
9.1	Touristische Kennzahlen für Bernburg (Saale) im Zeitverlauf	77
9.2	Besucherzahlen in Freizeit- und Kultureinrichtungen in Bernburg (Saale) im Zeitverlauf	77
9.3	Entwicklung der Anzahl der Gästeführungen in Bernburg (Saale) im Zeitverlauf	77
9.4	Übernachtungen und Ankünfte nach Monaten, 2024	78
9.5	Übernachtungen und Ankünfte nach Monaten, 2024	78
9.6	Qualitäts-Bewertungen der Einrichtungen und Betriebe	79
9.7	Einzugsgebietsanalyse für Einwohner	81
9.8	Teilraumbetrachtung: Qualitäten und Entwicklungsziele	82
9.8.1	Teilraum Schlossbezirk	82
9.8.2	Teilraum Saaleufer unterhalb des Schlosses und Töpferwiese	84
9.8.3	Teilraum Saaleufer Tiergartenseite	86
9.8.4	Teilraum Saaleufer Alte Bibel, Alter Markt und „Am Werder“	88
9.8.5	Teilraum Gröna: Bereich um die Saalebrücke	90
9.8.6	Teilraum Campingplatz Neuborna	92
9.8.7	Teilraum Waldau: Flutbrücke, St. Stephani und Forschungsweinberg & Zickzackhausen	94
10	Glossar und Abkürzungsverzeichnis	96
10.1	Glossar	96
10.2	Abkürzungsverzeichnis	97

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1	Inhalte des Tourismuskonzeptes im Überblick	4
Abb. 2	Arbeitsschwerpunkte des Tourismuskonzeptes	6
Abb. 3	Touristische Kennzahlen im Überblick	9
Abb. 4	Besucherzahlen ausgewählter Attraktionen Bernburgs 2024 und Entwicklung seit 2015	11
Abb. 5	Abschätzung der Umsätze, Einkommens- und Arbeitsplatzeffekte und aus Übernachtungs- und Tagestourismus	12
Abb. 6	Bestandteile des strategischen Rahmens	27
Abb. 7	Leitbild der touristischen Entwicklung von Bernburg (Saale)	27
Abb. 8	Touristische Profilt Themen	31
Abb. 9	Übersicht der Handlungsfelder	38
Abb. 10	Übersicht der strategischen Handlungsfelder mit ihren Leitprojekten	41

1 Kurzfassung des Tourismuskonzepts für Bernburg (Saale)

Ausgangslage und Zielsetzung

Bernburg (Saale) befindet sich in einem touristischen Entwicklungsprozess. Die Stadt verfügt über ein gewachsenes Profil als Industrie- und Hochschulstandort mit zunehmend attraktiven Angeboten für Gäste. Prägend sind insbesondere das historische Stadtbild mit Berg- und Talstadt, das Schloss als zentrales Wahrzeichen sowie die Lage an der Saale mit Anschluss an vielfältige familienfreundliche Freizeitmöglichkeiten.

Das Tourismuskonzept dient als strategischer Kompass für die zukünftige Entwicklung. Es bündelt vorhandene Ansätze, definiert Ziele und legt prioritäre Maßnahmen fest. Mit Beschluss im Stadtrat erhält das Konzept verbindlichen Charakter als strategischer Orientierungsrahmen für Verwaltung, Politik und touristische Akteure und strukturiert zukünftige Investitionen sowie Maßnahmen.

Gute Angebotsbasis, aber Defizite bei Sichtbarkeit, Räumen und Zuständigkeiten

Die Analyse zeigt eine gute Ausgangsbasis mit kulturellen Ankern wie Schloss, Museum und historischer Altstadt sowie mit Rad- und wassertouristischen Angeboten an der Saale. Das familienorientierte Freizeitangebot (u.a. Tiergarten, Märchengarten, Parkeisenbahn, Schifffahrt) trägt zum Bild Bernburgs als Kultur- und Saalestadt mit Freizeitbezug bei.

Zentrale Entwicklungserfordernisse sind die Qualifizierung zentraler Räume, die stärkere touristische Verknüpfung vorhandener Angebote, sowie eine klarere organisatorische und kommunikative Aufstellung. Parallelstrukturen im Marketing und unklare Zuständigkeiten mindern die Durchschlagskraft im Wettbewerb.

Klare Positionierung als familienfreundliche Kultur- und Saalestadt

Das Leitbild definiert die künftige strategische Ausrichtung Bernburgs für die kommenden Jahre und beschreibt, wofür Bernburg (Saale) touristisch stehen soll: Die Stadt stärkt ihr Profil als familienfreundliche Kultur- und Saalestadt, in der Flusslandschaft, Geschichte und lebendige Kulturangebote zusammenwirken.

Strategische Ziele fokussieren Profil, Erlebnisqualität und Strukturen

Die strategischen Ziele konkretisieren das Leitbild und geben die inhaltliche und strukturelle Entwicklung vor.

Im Mittelpunkt stehen insbesondere folgende Ziele:

- die **Stärkung der räumlichen und erlebnisorientierten Qualitäten**,
- die **Schärfung des touristischen Profils und die Professionalisierung des Marketings**,
- sowie die **Verbesserung der organisatorischen Rahmenbedingungen**.

Die strategischen Ziele werden im Konzept mit weiteren quantitativen Zielen und pragmatischen Indikatoren untersetzt.

Profilthemen als verbindlicher Orientierungsrahmen

Die definierten Profilthemen „Kulturstadt mit der Krone Anhalts“, „Aktiv am Fluss und in der Natur“ sowie „Familienfreundliche Freizeit- und Erlebnisstadt“ bauen auf vorhandenen Stärken auf und sind mit Landes- und Regionalstrategien kompatibel. Sie strukturieren die zukünftige Angebotsentwicklung und -darstellung.

Fokus auf Kultur- und Familienorientierung mit Aktivbezug

Bernburg (Saale) ist Teil des Reisegebiets WelterbeRegion Anhalt-Dessau-Wittenberg. Die strategischen Zielgruppen – die Adaptiv-Pragmatische Mitte („Familien-Franzi“) und die Postmateriellen („kulturinteressierter Martin“) – werden übernommen, da sie marktfundiert, regional abgestimmt und überregional anschlussfähig sind. Dies ermöglicht eine enge Verzahnung mit dem Regionalmarketing und eine klare Ausrichtung der Produktentwicklung an konkreten Bedürfnissen. Geschäftsreisende, (Bus-)Gruppen und Tagesgäste bleiben relevant, die strategische Weiterentwicklung richtet sich jedoch prioritär auf Zielgruppen, die Profilbildung und Übernachtungszahlen stärken.

Vier Handlungsfelder und acht Leitprojekte als Umsetzungsgerüst

Die Umsetzung der Ziele erfolgt über vier strategische Handlungsfelder. Sie bündeln die zentralen Entwicklungsaufgaben und bilden die Grundlage für die acht Leitprojekte und die weiteren Maßnahmen. Als Schwerpunkte gelten:

- **Organisation, Kooperation & Struktur stärken:** Zentrale Ansatzpunkte sind die Klärung und Bündelung von Zuständigkeiten, der Aufbau verbindlicher Austauschformate sowie die strategische Einbindung in die WelterbeRegion.
 - Das Leitprojekt 1 „Touristische Steuerungs- und Umsetzungsstruktur verbindlich aufstellen“ schafft die strukturellen Voraussetzungen für die Umsetzung des Konzeptes.
- **Kultur- und Freizeitangebote stärken & verknüpfen:** Wesentliche Handlungserfordernisse sind die Produktentwicklung in den Profilthemen, die Angebotsverknüpfung in der Stadt und mit dem Umland sowie die Förderung individueller Entdeckungen in der Stadt.
 - Das Leitprojekt 2 „Leitprodukte der familienfreundlichen Kultur- und Saalestadt entwickeln“ zählt auf die profilstützende Produktentwicklung ein.
 - Das Leitprojekt 3 „Radfreundliches Bernburg (Saale) konsequent ausbauen“ fokussiert darauf, die Lagegunst an den Fernradwegen stärker zu nutzen.
- **Aufenthaltsräume, Wege & Saaleerlebnis entwickeln:** In diesem Schwerpunkt gilt es, die Schlüsselareale zu beleben, die innerstädtische Verknüpfung zu verbessern und die Service- und Informationssysteme zu verbessern.
 - Das Leitprojekt 4 „Erlebnisraum Saaleufer und Töpferwiese entwickeln“ schafft einen qualitätsvollen, klar strukturierten Aufenthaltsbereich am Wasser.
 - Das Leitprojekt 5 „Schloss als touristischen Anker stärken und besser zugänglich machen“ setzt auf die perspektivische Stärkung des kulturellen Kerns der Stadt.

- Das Leitprojekt 6 „Neugestaltung des Saalplatzes“ knüpft an die vorhandenen Planungen an und formuliert tourismusrelevante Erfordernisse.
- **Marketing, Kommunikation & digitale Sichtbarkeit verbessern:** Im Fokus stehen die strategische Positionierung, eine passende Zielgruppenansprache und Contenterstellung sowie die digitale Sicht- und Buchbarkeit.
 - Das Leitprojekt 7 „Touristische Marke und Positionierung entwickeln und umsetzen“ transferiert die theoretischen Grundlagen des Konzepts in die Sichtbarkeit.
 - Das Leitprojekt 8 „Digitalen Gesamtauftritt und Buchbarkeit professionalisieren“ legt die Schritte für eine stärkere, gebündelte digitale Sichtbarkeit dar.

Die Leitprojekte wirken als Impulsgeber für die weiteren vorgeschlagenen 46 Maßnahmen und schaffen sichtbare Fortschritte in Angebot, Infrastruktur und Kommunikation.

Verbindliche Strukturen und abgestimmtes Handeln

Die Leitprojekte und Maßnahmen bilden einen klaren Rahmen für die touristische Weiterentwicklung Bernburgs, ihre Wirkung hängt jedoch von einer konsequenten Umsetzung, organisatorischen Verankerung und regelmäßigen Zielüberprüfung ab.

Tourismus ist eine Querschnittsaufgabe und erfordert klare Zuständigkeiten, transparente Abläufe sowie eine enge Abstimmung zwischen Stadtverwaltung, BFG, Stadtmarketing, Leistungsträgern und regionalen Partnern. Die „Bernburger Tourismusrunde“ dient dabei als dauerhaftes Austausch- und Steuerungsformat.

Priorisierte und schrittweise Realisierung

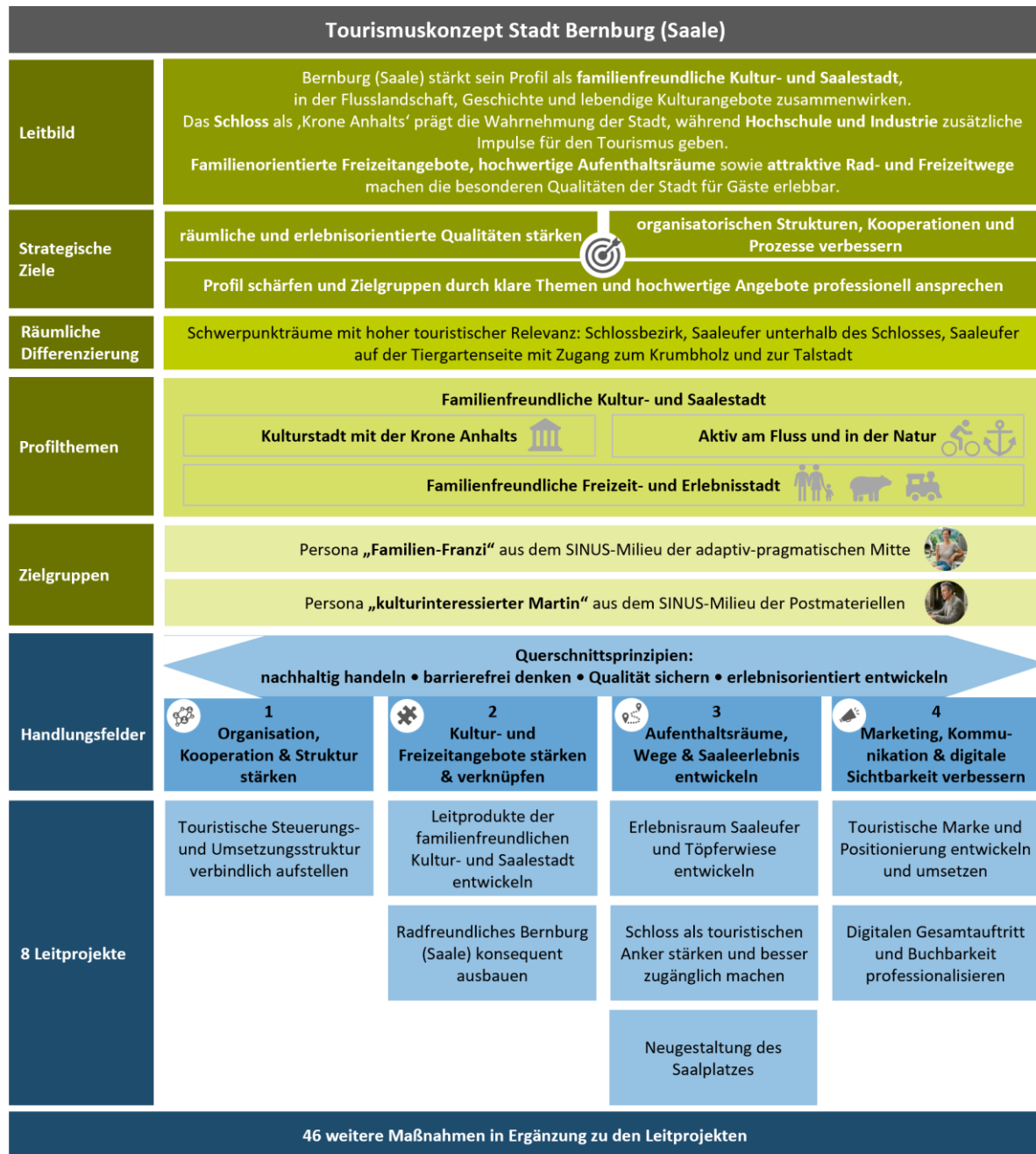
Die Umsetzung erfolgt priorisiert und schrittweise auf Basis realistischer Zeitpläne. Zur Verstetigung werden Marketing- und Maßnahmenpläne jährlich fortgeschrieben, investive Vorhaben mit der Finanzplanung abgestimmt und Fördermittel aktiv genutzt. Ein regelmäßiges Monitoring auf Grundlage der definierten Ziele und Indikatoren stellt die Fortschreibung und Anpassung sicher.

Wirtschaftliche Effekte und Standortwirkung

Die wirtschaftlichen Effekte beruhen vor allem auf qualitativen Verbesserungen und einer professionelleren Vermarktung des Bestands. Mittelfristig wird eine Steigerung der touristischen Nachfrage um bis zu 10 % als realistische Annahme zugrunde gelegt. Dies entspräche in einer überschlägigen Abschätzung rechnerisch zusätzlichen Umsätzen von rund 5 Mio. Euro brutto, rund 2,4 Mio. Euro zusätzlicher Wertschöpfung sowie etwa 60 weiteren Vollzeitarbeitsplätzen.

Darüber hinaus stärkt ein attraktives touristisches Angebot Image, Lebensqualität der Einwohnenden und Fachkräftebindung und wirkt damit als bedeutender Standortfaktor für die Gesamtstadt.

Abb. 1 Inhalte des Tourismuskonzeptes im Überblick



2 Anlass, Aufgabenstellung und Vorgehen

Bernburg (Saale) im touristischen Wandel

Bernburg (Saale) ist eine historisch gewachsene Industrie- und Hochschulstadt, die zunehmend auch für Gäste an Attraktivität gewinnt. Grundlage dafür sind das markante Stadtbild mit Berg- und Talstadt, das Schloss als überregional bedeutendes Wahrzeichen, die prägende Lage an der Saale sowie ein breites Spektrum an Kultur-, Freizeit- und Aktivangeboten.

Strategische Steuerungsfunktion des Tourismuskonzepte

Das Tourismuskonzept dient als fachliche Grundlage für die künftige touristische Entwicklung Bernburgs. Es macht Potenziale sichtbar, benennt Entwicklungsbedarfe und zeigt prioritäre Maßnahmen für die kommenden Jahre auf.

Am Ende steht eine klar geschärfte strategische Ausrichtung: Bernburg (Saale) verfügt über ein verbindliches Leitbild, definierte Ziele, priorisierte Leitprojekte und ein abgestimmtes Maßnahmenprogramm. Vorhandene Einzelansätze werden gebündelt, aufeinander abgestimmt und in eine gemeinsame Entwicklungsrichtung überführt.

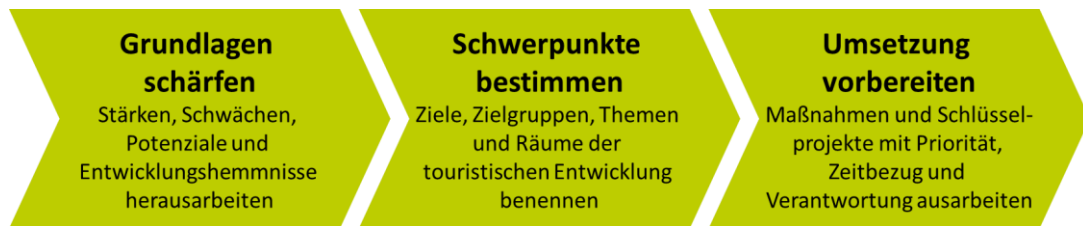
Mit dem Beschluss im Stadtrat erhält das Konzept verbindlichen Charakter als strategischer Orientierungsrahmen für Verwaltung, Politik und touristische Akteure. Es ersetzt keine Detailplanungen, bildet jedoch die maßgebliche Grundlage für künftige Investitionsentscheidungen, Förderanträge, Organisationsanpassungen und Marketingmaßnahmen.

Damit schafft das Tourismuskonzept Transparenz, Prioritätensetzung und Planungssicherheit für die nächsten Jahre und gibt der touristischen Entwicklung Bernburgs eine klare, abgestimmte Richtung.

Breite Aufgabenstellung, klare Schwerpunkte

Im Mittelpunkt der Erarbeitung stehen die Analyse der touristischen Ausgangslage, die Bestimmung künftiger Entwicklungsschwerpunkte sowie die Ausarbeitung eines umsetzungsbezogenen Maßnahmenprogramms. Dabei werden sowohl die touristischen Angebote und Nachfrageentwicklungen als auch räumliche, organisatorische und vermarktungsbezogene Fragen betrachtet. Ein besonderer Schwerpunkt liegt auf dem Saaleraum mit seinen Infrastrukturen, Nutzungen und Verbindungen zur Innenstadt. Zugleich werden Zielgruppen, Profilthemen, zentrale Räume und prioritäre Projekte so herausgearbeitet, dass daraus konkrete Maßnahmen für die weitere Entwicklung der Stadt abgeleitet werden können. Der Flächennutzungsplan ist dabei ein wichtiger Bezugspunkt.

Abb. 2 Arbeitsschwerpunkte des Tourismuskonzeptes



Beteiligung im Bearbeitungsprozess

Das Tourismuskonzept entstand in einem mehrstufigen Arbeitsprozess mit fachlicher und lokaler Beteiligung. In den Prozess waren eine Lenkungsgruppe, mehrere Expertengespräche, eine Zukunftswerkstatt und eine Maßnahmenwerkstatt eingebunden. Auf diese Weise flossen Einschätzungen aus Verwaltung, Tourismuswirtschaft, regionalen Einrichtungen, Politik und weiteren lokalen Akteuren in die Bearbeitung ein.

Die Zukunftswerkstatt diente dazu, die Analyse zu spiegeln, Ansätze zur Profilierung zu erarbeiten und Zielstellungen für die künftige Tourismusentwicklung zu formulieren. Die Maßnahmenwerkstatt knüpfte daran an und konkretisierte die Handlungsansätze in Form eines abgestimmten Maßnahmenprogramms. Die Ergebnisse der Beteiligungsformate bildeten damit eine wichtige Grundlage für den Bericht. Sie wurden im weiteren Verlauf geprüft, gebündelt und eingeordnet.

Grundlagen der Bearbeitung

Die Bearbeitung stützt sich auf mehrere Bausteine. Dazu gehören eine umfangreiche Materialsammlung des Auftraggebers, bestehende Planwerke und Konzepte, Stadtratsbeschlüsse zu touristischen Vorhaben, statistische Kennzahlen, Fachgespräche, eine Ortsbegehung sowie die Ergebnisse der Beteiligungsformate. In die Bearbeitung fließen unter anderem landes- und regionalplanerische Grundlagen, das Integrierte Stadtentwicklungskonzept, Beherbergungs- und Besucherzahlen, Informationen zum touristischen Angebot sowie Unterlagen zu relevanten Räumen und Infrastrukturen ein.

Einbettung in Planungen und touristische Konzepte

Das ISEK definiert mehrere städtische Leitbilder: Bernburg (Saale) als Stadt an der Saale, als Hochschulstadt, als Industriestadt und als Kulturstadt. Besonders betont werden das Schloss als identitätsprägender Ort, die städtebauliche Bedeutung des Flusses sowie die Verbindung von Geschichte, Kultur und Natur. Zugleich formuliert das ISEK klare Zielrichtungen für die Weiterentwicklung des Schlosses, der Uferbereiche und der touristischen Nutzungen an der Saale.

Auch auf Landes- und Regionalebene ist Tourismus als Entwicklungsaufgabe klar verankert. Der Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027 setzt den landesweiten Rahmen für die Weiterentwicklung des Tourismus und rückt insbesondere Profilschärfung, Servicequalität, Digitalisierung, Nachhaltigkeit und wirksame touristische Strukturen in den Vordergrund. Der Regionale Entwicklungsplan greift diese Ausrichtung auf und legt Bernburg (Saale), Gröna als Standort für Wassersport und wassertouristische Angebote fest;

zudem wird der Tiergarten als regional bedeutsame Freizeitanlage hervorgehoben. Zugleich wird eine bessere Verknüpfung touristischer Angebote mit Radwegen und ÖPNV angestrebt.

Ebenfalls anknüpfend an den Masterplan Tourismus betont der Landesentwicklungsplan die Weiterentwicklung touristischer Leitprodukte, die Stärkung kultur- und naturtouristischer Potenziale sowie den Ausbau zusammenhängender Radwege.

Bernburg (Saale) ist zudem in die Reiseregion WelterbeRegion Anhalt-Dessau-Wittenberg eingebunden. Für die Region wurde das Strategie- und Marketingkonzept von 2021 berücksichtigt und durch Aussagen im Expertengespräch aktualisiert.

Bereits vorliegende Stadtratsbeschlüsse zur touristischen Entwicklung decken ein breites Spektrum an Themen ab, reichen von Schloss und Saale über Freizeit- und Wassertourismus bis zu Besucherinformation und Vermarktung. In der Umsetzung blieb vieles bislang punktuell; zugleich fehlte eine Priorisierung der Vorhaben. Das vorliegende Tourismuskonzept ersetzt keine Einzelbeschlüsse, sondern bündelt, ergänzt, priorisiert und strukturiert sie neu.

3 Touristische Ausgangssituation und Potenzialbestimmung

Der Strategieentwicklung liegt eine fundierte Analyse der Ausgangssituation zugrunde. Die Bestandsaufnahme basiert auf einer umfassenden Desk Research, mehreren Gesprächsrunden mit lokalen Expertinnen und Experten sowie touristischen Leistungsträgern und einer Ortsbildanalyse.

3.1 Bernburgs touristische Ausgangslage auf einen Blick

Solide Basis, aber noch kein klares Gesamtbild

Prägend für Bernburg (Saale) sind das historische Stadtbild mit Schloss und Altstadt, die Lage an der Saale, die vielfältigen Freizeitangebote sowie die Einbindung in Natur-, Rad- und Wasserthemen. Hinzu kommen eine gute Erreichbarkeit im Straßenverkehr und eine insgesamt positive Entwicklung der touristischen Nachfrage. Gleichzeitig bleibt das touristische Profil bislang noch zu breit und in Teilen unscharf. Mehrere starke Einzelbausteine stehen nebeneinander, ohne bereits durchgängig als gemeinsames touristisches Gesamtbild wahrgenommen zu werden.

Vorhandene Qualitäten wirken noch nicht voll touristisch

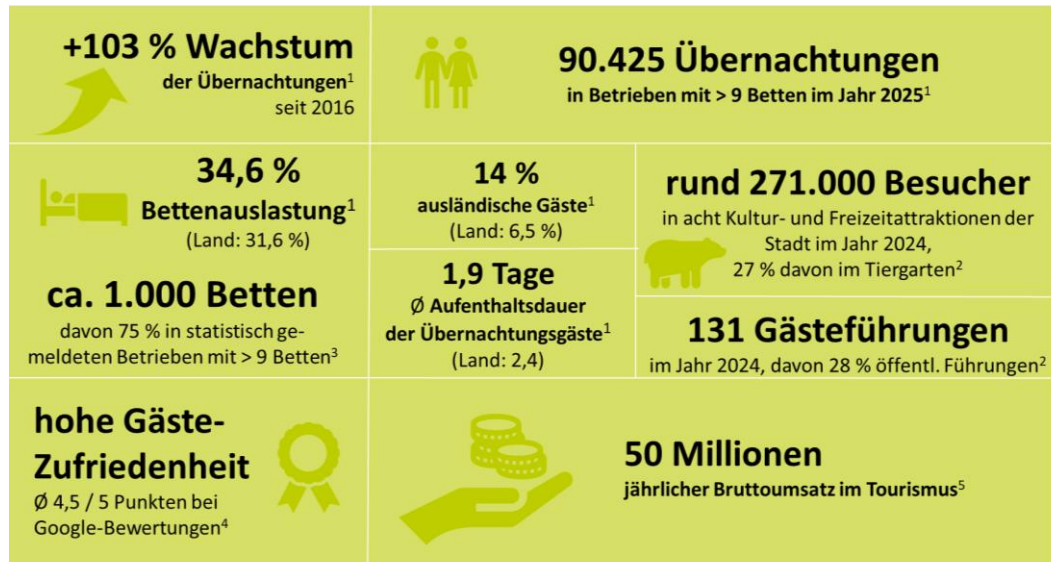
Auffällig ist die Diskrepanz zwischen vorhandenen Qualitäten und ihrer touristischen Wirkung. Bernburg (Saale) bietet ein attraktives Kultur-, Freizeit- und Naherholungsangebot, schöpft daraus aber bislang nur teilweise längere Aufenthalte und höhere touristische Wertschöpfung. Das gilt insbesondere für die Verbindung von Schloss, Saale, Freizeiteinrichtungen und Altstadt. Auch die Ortsteile und ergänzenden Ausflugsräume tragen bisher nur punktuell zum touristischen Profil bei. Die Analyse weist deshalb nicht auf ein Defizit an Themen hin, sondern vor allem auf Defizite in Verknüpfung, Sichtbarkeit, Service und räumlicher Inszenierung.

Vorhandene Stärken gezielt bündeln

Für die weitere Entwicklung ergibt sich daraus eine klare Richtung: Bernburg (Saale) muss nicht neue Themen erfinden, sondern vorhandene Stärken besser bündeln, räumlich besser erlebbar machen und konsequenter auf freizeittouristische Zielgruppen ausrichten. Die Analyse bildet damit unmittelbar die Grundlage für die spätere Profilierung und Maßnahmenentwicklung.

3.2 Nachfrage und Marktstruktur

Abb. 3 Touristische Kennzahlen im Überblick



© BTE 2026, Datenquellen und Hinweise: (1) Amtliche Statistik des Landes Sachsen-Anhalt, Zahlen des Jahres 2025, betrifft statistisch gemeldete Betriebe mit mehr als 9 Betten, (2) Zahlen der BFG und Bernburger Theater- und Veranstaltungs- gGmbH; Summe Besucher im Jahr 2024 für MS Saalefee, Museum mit Eulenspiegelturm und Kunsthalle, Fähre, Theater, Parkeisenbahn, Saaleperle, Schwimmhalle/Sauna und Tiergarten, (3) Recherche BTE von 51 online sichtbaren Unterkünften im Tourismusführer und auf Buchungs- und Vermittlungsportalen, (4) Recherche BTE von Google-Bewertungen von 36 Gastronomie- und Beherbergungsbetrieben sowie Freizeiteinrichtungen mit über 100 Bewertungen, (5) Berechnung siehe Kap. 3.3

Überdurchschnittliches Wachstum, unterdurchschnittliche Verweildauer

Mit 90.425 Übernachtungen und 46.922 Ankünften im Jahr 2025 hat sich die touristische Nachfrage seit 2016 mehr als verdoppelt (+103 % Übernachtungen) – ein Wachstum, das den Landesdurchschnitt (+5,7 %) deutlich übertrifft. Gleichzeitig zeigt sich eine strukturelle Schwäche: Mit durchschnittlich 1,9 Tagen liegt die Aufenthaltsdauer spürbar unter dem Landeswert von 2,4 Tagen. Die statistisch erfassten Beherbergungsbetriebe wiesen 2025 eine durchschnittliche Auslastung von 34,6 % auf, was leicht über dem Landesdurchschnitt liegt (31,6 %).

Die amtliche Statistik erfasst jedoch nur die Beherbergungsbetriebe ab zehn Betten, und unterscheidet nicht nach Reiseanlässen. Sie bildet den touristischen Beherbergungsmarkt damit nicht vollständig ab, stellt für Bernburg (Saale) aber dennoch eine belastbare Grundlage zur Einordnung der Nachfrageentwicklung dar.

Breiteres Angebot als statistisch sichtbar

Im Juni 2025 waren in Bernburg (Saale) 13 statistisch erfasste Beherbergungsbetriebe mit insgesamt 748 Betten gemeldet, darunter sechs Hotels, ein Gasthof, zwei Pensionen, zwei Ferienhäuser/-wohnungen, eine Jugendherberge und ein Campingplatz. Eine ergänzende Recherche aller online auffindbaren Unterkünfte kommt auf ein geschätztes Gesamtangebot von rund 1.000 Betten. Zwar gibt es damit eine Reihe zusätzlicher, statistisch nicht

erfasster Anbieter, vor allem mit einzelnen Ferienwohnungen oder kleineren Privatquartieren. Deren zusätzliches Kapazitätsvolumen fällt im Verhältnis zum amtlich erfassten Angebot jedoch vergleichsweise begrenzt aus. Die amtliche Statistik unterschätzt das Beherbergungsangebot damit, bildet dessen Größenordnung aber im Grundsatz ab.

Übernachtungsmarkt mit starkem Geschäftsreisebezug

Mehrere Kennzahlen sprechen dafür, dass das amtlich sichtbare Übernachtungsvolumen in Bernburg (Saale) nicht allein freizeittouristisch geprägt ist: Dazu zählen die vergleichsweise geringe Aufenthaltsdauer von 1,9 Tagen, die geringen Nachfrage-Einbrüche in Corona-Zeiten, die nur gering ausgeprägte Saisonalität, der hohe Anteil ausländischer Gäste-Übernachtungen im Landesvergleich (14 % versus 6,5 % im Land) sowie die Hinweise aus den Expertengesprächen mit örtlichen Hoteliers, die zum Teil einen unterwöchigen Anteil von Geschäftsreisenden an ihren Gästen von 60 – 90 % schätzen. Vieles deutet daher auf eine hohe Bedeutung geschäftlich veranlasster Aufenthalte hin.

Dies spricht dafür, dass Bernburg (Saale) im Übernachtungstourismus bislang in besonderem Maß von kurzzeitigen und häufig berufsbezogenen Aufenthalten (Geschäftsreisende der Industriestandorte, Monteure) geprägt ist, während freizeittouristische Aufenthalte mit längerer Dauer noch ausbaufähig sind.

Tagestourismus mit hoher Bedeutung

Hinzu kommen Tagesreisende, deren Erfassung auf kommunaler Ebene nicht vorliegt. Gerade für Bernburg (Saale) mit seinem breiten Freizeit- und Kulturangebot ist jedoch anzunehmen, dass der Tagestourismus eine wichtige Rolle spielt (vgl. Kap. 3.3). Bereits auf Landesebene zeigt sich, dass Tagesreisen mengenmäßig eine deutlich größere Rolle spielen als gewerbliche Übernachtungen: Auf eine Übernachtung im gewerblichen Sektor kommen im Landesschnitt neun Tagesreisen. Für Bernburg (Saale) unterstreicht dies, dass touristische Kennzahlen nicht allein aus der amtlichen Beherbergungsstatistik abgeleitet werden können.

Mittelfeld unter vergleichbaren Städten

Vergleicht man die offiziellen Übernachtungszahlen Bernburgs mit anderen Orten ähnlicher Einwohnerzahl, zeigt sich ein mittleres bis leicht überdurchschnittliches Niveau: Bernburg (Saale) lag 2024 mit 88.380 Übernachtungen über Städten wie Weißenfels, Stendal, Aschersleben und Zeitz, aber unter deutlich stärker touristisch geprägten Städten wie Schönebeck, Naumburg und insbesondere Wernigerode. Im Vergleichsfeld ist Bernburg (Saale) damit weder touristischer Spitzenstandort noch Nachzügler, sondern im erweiterten Mittelfeld einzuordnen.

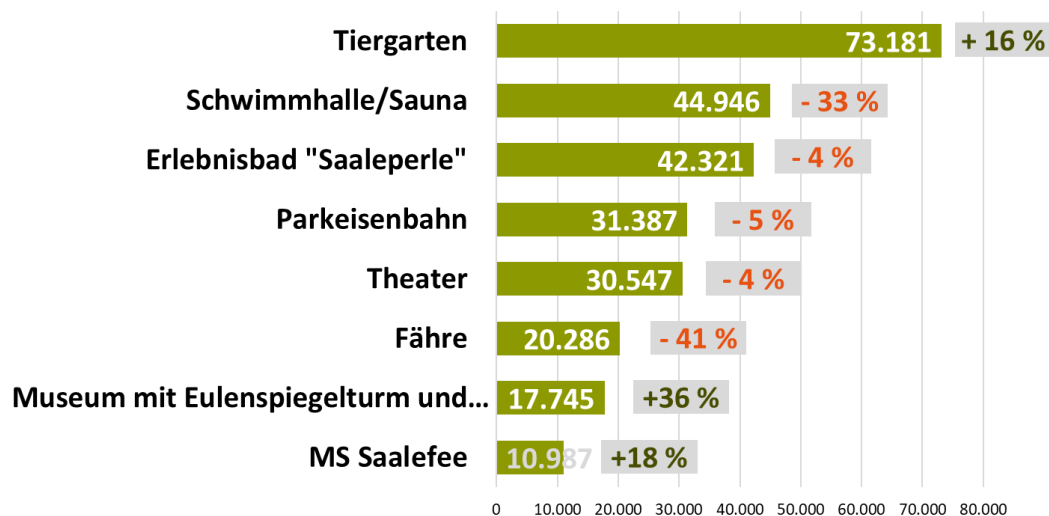
Freizeitangebote mit hoher Alltags- und Familienrelevanz

Ein vollständigeres Bild ergibt sich im Zusammenspiel mit den Besucherzahlen zentraler Attraktionen. Die acht betrachteten Einrichtungen verzeichneten 2024 zusammen rund 271.400 Besuche. Den größten Anteil hatte der Tiergarten mit 73.181 Besuchen. Gemeinsam mit Schwimmbhalle/Sauna und dem saisonal geöffneten Erlebnisbad „Saaleperle“

bündeln diese drei Einrichtungen knapp 60 % aller erfassten Besuche und unterstreichen die hohe Bedeutung alltagsnaher, familien- und freizeitorientierter Angebote für Bernburg (Saale).

Im Zeitvergleich seit 2015 zeigen sich deutliche Unterschiede: Positiv entwickelten sich vor allem Museum mit Eulenspiegelturm und Kunsthalle (+36 %), MS Saalefee (+18 %) und Tiergarten (+16 %), während Fähre (-41 %) und Schwimmhalle/Sauna (-33 %) deutlich unter den Ausgangswerten liegen.

Abb. 4 Besucherzahlen ausgewählter Attraktionen Bernburgs 2024 und Entwicklung seit 2015



© BTE 2025, Datenquellen: BFG und Bernburger Theater- und Veranstaltungs- GmbH

Geführte Stadterlebnisse gewinnen an Bedeutung

Auch die Entwicklung der Gästeführungen spricht für eine stabile und zuletzt wieder wachsende Nachfrage nach kulturbezogenen Angeboten in Bernburg (Saale). Nach dem pandemiebedingten Einbruch hat sich das Angebot deutlich erholt und lag 2024 mit 131 Führungen wieder leicht über dem Vorkrisenniveau. Besonders dynamisch entwickelten sich die öffentlichen samstäglichen Stadtführungen: Ihre Zahl stieg von 18 im Jahr 2019 auf 37 im Jahr 2024 und hat sich damit mehr als verdoppelt. Während individuell gestaltete thematische Führungen per Bus weiterhin besonders gefragt sind, gewinnt auch die historische Führung „Zeitreise ins mittelalterliche Bernburg“ erkennbar an Bedeutung. Insgesamt deutet dies auf ein belastbares Interesse an geführten Stadterlebnissen hin, das sowohl für Gäste als auch für Tagesbesucher und (Bus-)Gruppen relevant ist.

Fazit

Bernburg (Saale) verfügt über eine solide und gewachsene touristische Nachfragebasis. Der Übernachtungstourismus ist bislang vor allem durch kurze, häufig geschäftlich veranlasste Aufenthalte geprägt, während Tagestourismus, Freizeitangebote und Gästeführungen das touristische Bild wesentlich mitbestimmen. Insgesamt verfügt Bernburg (Saale) damit über eine tragfähige touristische Basis, deren freizeittouristisches Potenzial bislang jedoch noch nicht vollständig ausgeschöpft wird.

3.3 Abschätzung der wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus

Die überschlägige Abschätzung der wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus basiert auf den Erkenntnissen der Studie zum Wirtschaftsfaktor Tourismus auf Landesebene.¹ Folgender Rechenweg wird angewandt:

- Im ersten Schritt werden die Aufenthaltstage in den Segmenten abgeschätzt,
- im zweiten Schritt werden die durchschnittlichen Tagesausgaben ermittelt,
- im dritten Schritt werden die Brutto-Umsätze berechnet,
- im vierten Schritt wird die Wertschöpfung aus diesen Umsätzen ermittelt und der theoretisch mögliche Arbeitsplatzeffekt berechnet.

Die Berechnung führt zu folgendem Ergebnis:

- Die Ausgaben der Übernachtungs- und Tagestouristen summieren sich auf rd. 50 Mio. Euro pro Jahr, dabei überwiegen die Umsätze aus Tagestourismus.
- Nach Abzug der Vorleistungen verbleibt eine Wertschöpfung von knapp 24 Mio. Euro, mit der theoretisch rd. 600 höherwertige Arbeitsplätze finanziert werden können.

Abb. 5 Abschätzung der Umsätze, Einkommens- und Arbeitsplatzeffekte und aus Übernachtungs- und Tagestourismus

Segment	Aufenthaltstage	Ø Tagesausgaben	Brutto-Umsatz	Anteil
gewerbliche Betriebe	100.000	143,22 €	14.322.000 €	28,3%
Camping & Wohnmobilisten	4.000	44,44 €	177.760 €	0,4%
Privatvermieter	25.550	84,92 €	2.169.706 €	4,3%
Couch-Tourismus	179.793	29,04 €	5.221.191 €	10,3%
Tagesreisen	986.758	29,04 €	28.655.447 €	56,7%
Summe			50.546.104 €	100%

© BTE 2026, Datenquellen: Statist. Landesamt, dwif, eigene Erhebungen

Umsatz (brutto)		50.546.104 €
davon Mehrwertsteuer (entspricht 12,7 % MwSt. auf Netto-Umsatz)	11,3%	5.711.710 €
Umsatz aus Tourismus (netto) nach Abzug des Mehrwertsteuer-Anteils		44.834.394 €
Einkommen aus Tourismus in der 1. Umsatzstufe (abzügl. Vorleistungen)	33 %	14.705.681 €
Einkommen aus Tourismus in der 2. Umsatzstufe	30 %	9.038.614 €
Summe Einkommen aus 1. und 2. Umsatzstufe		23.744.295 €
Anzahl VZÄ bei durchschnittlichen Lohnkosten (inkl. AG-Anteil SV) von	40.000 €	593,6

© BTE 2026, Abkürzungen: VZÄ – Vollzeitäquivalent, AG – Arbeitgeber, SV – Sozialversicherung,

¹ Ministerium für Wirtschaft, Tourismus, Landwirtschaft und Forsten des Landes Sachsen-Anhalt (Hrsg.): Wirtschaftsfaktor Tourismus Sachsen-Anhalt, Magdeburg 2024 (Konzeption: dwif-Consulting GmbH)

Erläuterungen zur Abschätzung der Umsätze aus Tourismus

- Abschätzung der Anzahl an Aufenthaltstagen
 - Gemäß der Übernachtungsstatistik wurden 2025 in Bernburg (Saale) rd. 90.000 Übernachtungen in gewerblichen Betrieben (10 und mehr Betten) gemeldet. Der Wert wird auf 100.00 aufgerundet, um nichtgemeldete Übernachtungen zu berücksichtigen.
 - Für den einzigen Campingplatz in Bernburg (Saale) sind rd. 2.000 Übernachtungen aus dem Jahr 2021 bekannt. Der Wert wird verdoppelt, um Übernachtungen von Wohnmobiliten außerhalb des Platzes zu berücksichtigen.
 - Aus den eigenen Recherchen ergeben sich rd. 200 Betten bei privaten Vermietern. Bei einer Auslastung von 35 % ergeben sich ca. 25.000 Übernachtungen.
 - Hinsichtlich der Übernachtungen von/bei Verwandten und Freunden („Couch-Tourismus“) werden (analog zur Situation im gesamten Land) ca. 5,8 Übernachtungen pro Einwohnende unterstellt.
 - Hinsichtlich der Anzahl an Tagesreisen wird unterstellt, dass die Anzahl an „Einspendlern“ (Tagesausflüge nach Bernburg (Saale)) der Anzahl an „Auspendlern“ (Tagesausflüge der Bernburger) entspricht. Bei durchschnittlich rd. 31,8 Tagesausflüge pro Person ergeben sich rd. 990.000 Tagesaufenthalte.²
- Zur Berücksichtigung der Preissteigerung werden die Werte zu den Tagesausgaben in der o. g. landesweiten Studie im Jahr 2023 um 10 Prozent angehoben.

Erläuterungen zur Abschätzung der Einkommenseffekte (Wertschöpfung)

- Die angesetzten Faktoren für Mehrwertsteuer und Vorleistungen sind der o. g. landesweiten Studie übernommen.
- Die durchschnittlichen Lohnkosten entsprechen einem Bruttogehalt von rd. 2.780 Euro pro Monat (ohne SV-Abgaben der Arbeitgeber) für einen Vollzeitarbeitsplatz. Der Wert liegt deutlich über dem Mindestlohn, damit können auch qualifizierte Fachkräfte finanziert werden.
- Die Anzahl an ermittelten vollzeitäquivalenten Arbeitsplätzen ist ein rein theoretischer Wert. Er gibt an, wieviel Geld theoretisch für Löhne und Gehälter bereitsteht, sofern es nicht für Investitionen, Kapitaldienste oder Entnahmen der Unternehmer verwendet wird.

² Die Tagesreisen umfassen alle Ausflüge, die über die Gemarkung des Wohnstandorts hinausführen. Dazu zählen auch Einkaufsfahrten und Gastronomiebesuche der Einwohnenden in der näheren und weiteren Umgebung Bernburgs.

3.4 Thematische Stärken und Schwächen

3.4.1 Tragfähige Themen, aber noch kein geschärftes Profil

Bernburg (Saale) verfügt über mehrere tragfähige Angebotsbausteine mit guter Passfähigkeit zu einem künftigen touristischen Profil. Besonders stark sind die Felder Kultur und Geschichte, Saale und Wasser, Radfahren sowie familienorientierte Freizeitangebote.

Kulturtourismus

Das Schloss als „Krone Anhalts“, die Altstadt, das Museum, Theater, Kloster, die Anbindung an die Straße der Romanik und weitere Kulturorte bilden einen klaren kulturellen Kern. Die historische Altstadt präsentiert sich als geschlossenes, attraktives und gepflegtes Ensemble mit einer hohen Dichte an kulturhistorisch bedeutsamen Gebäuden. In der Bergstadt konzentrieren sich rund um das Schlossareal prägende Attraktionen wie Museum und Eulenspiegelturn, Kabarettarchiv, Kirchen, Theater, Kunsthalle und Metropol. Gleichzeitig wird das Schloss trotz seiner identitätsstiftenden Rolle als zu wenig belebt wahrgenommen. Nicht-touristische Nutzungen, Einschränkungen bei Veranstaltungsformaten, frühe Schließzeiten sowie das fehlende gastronomische Angebot mindern die Aufenthaltsqualität.

In der Talstadt sind die Kulturangebote räumlich stärker verstreut. Hierzu zählen das Kloster – aufgrund der Nutzung durch die Hochschule nur eingeschränkt zugänglich –, der städtebaulich hoch attraktive Alte Markt, das Kurhaus mit Kurpark, die Dorfkirche St. Stephani als Teil der Straße der Romanik sowie die Waldauer Brücke als technisches Denkmal. Hinzu kommen Nikolai- und Marienkirche, das Altstädter Rathaus und diverse Ackerbürgerhäuser. Insgesamt liegt der Schwerpunkt der touristisch relevanten Kulturangebote deutlich auf der Kernstadt; die Ortsteile verfügen überwiegend über einzelne kulturhistorische Anker wie Dorfkirchen, Gutshofanlagen oder Schloss Biendorf, die bisher nur punktuell touristisch geöffnet sind.

Die kulturelle Lebendigkeit der Stadt zeigt sich insbesondere im Veranstaltungsangebot. Über das Jahr verteilt finden zahlreiche etablierte Formate statt, darunter Stadt- und Rosenfest, Weinmarkt, Historisches Erntefest, Schlossbergfest, Orgelsommer, Klosterfest und Klosterweihnacht sowie der regelmäßig stattfindende Regionalmarkt. Diese Veranstaltungen stärken das kulturelle Profil, sind jedoch bislang nur begrenzt in ein übergeordnetes Besuchserlebnis eingebunden.

In Ansätzen bestehen Verknüpfungen kultureller Angebote, etwa durch den Historischen Stadtrundgang, die Eulenspiegel-Tour für Kinder mit Stempelsystem oder die Einbindung in regionale Kulturstraßen wie die Straße der Romanik und die „Salzige Tour“. Auch der Salzländer Kulturstempel schafft spielerische Anreize zur Erkundung einzelner Standorte.

Die Erlebbarkeit der kulturellen Angebote ist in den einzelnen Einrichtungen punktuell gegeben – etwa durch Führungen, Audioguides, Museumsnächte, Vorträge oder Gruppenangebote. Ergänzend bestehen regelmäßige Stadtführungen sowie ein digitaler Stadtrundgang. Insgesamt werden digitale Möglichkeiten zur vertieften Vermittlung von Geschichte und Geschichten bislang nur begrenzt genutzt. Da der Besuch von

Sehenswürdigkeiten das zentrale Motiv vieler Städtereisender bleibt, bietet eine stärkere Verknüpfung der Attraktionen und ihre Einbindung in kombinierbare Angebote ein erhebliches Entwicklungspotenzial.

Aktiv- und Naturtourismus

Im Aktivbereich profitiert Bernburg (Saale) von seiner Lage an mehreren überregional bedeutsamen Radwegen. Insbesondere der Saaleradweg sowie der Europaradweg R1 sorgen für eine gute Anbindung an den nationalen und internationalen Radreisemarkt. Ergänzt wird dieses Netz durch weitere überregionale Routen wie den Wipper-Radweg, den Fuhne-Radweg, den Radweg Deutsche Einheit sowie die Route Ostsee–Oberbayern (D11). Zudem ist Bernburg (Saale) in verschiedene kombinierte Radrouten und Tourenvorschläge eingebunden, darunter die Fuhne-Saale-Route, die 4-Flüsse-Radtour, die Wipper-Bode-Saale-Route, die „Radwege zu Luther“ sowie die Radrundreise „Anhaltische Residenzstädte“.

Die Qualität insbesondere des Saaleradwegs ist hoch; als 3-Sterne-Qualitätsradroute des ADFC verfügt er über eine starke Sichtbarkeit im Wettbewerb der deutschen Fernradwege. Auch namhafte Radreiseveranstalter bieten Pauschalangebote mit Übernachtungsort Bernburg (Saale) an, was die Bedeutung des Standortes im Radtourismus unterstreicht und zur Nachfrage beiträgt.

Gleichzeitig zeigt die Analyse strukturelle Entwicklungsbedarfe, insbesondere bei der Gepäckaufbewahrung, der Lenkung der Radfahrer ins Zentrum und der Ausweisung von Tagestouren ab Bernburg (Saale).

Die Herausforderung liegt weniger in der grundsätzlichen Anbindung als vielmehr in der stärkeren Profilierung als Aufenthalts- und Ausgangsort sowie in der qualitativen Weiterentwicklung von Service, Infrastruktur und innerstädtischer Verknüpfung.

Neben dem Radfahren bietet auch das Wandern Anknüpfungspunkte für den Aktivtourismus. Bernburg (Saale) liegt am überregionalen Lutherweg und ist damit in ein landesweit bekanntes Wanderprodukt eingebunden. Qualitätsprodukte wie zertifizierte Qualitätswege („Wanderbares Deutschland“) oder Premiumwege sind derzeit nicht ausgewiesen. Ein flächendeckendes Wanderwegenetz besteht nicht. In landschaftlich attraktiven Teilbereichen, insbesondere entlang der Saale und im Naturpark „Unteres Saaletal“, sind Rundwanderwege, Routenvorschläge und Lehrpfade vorhanden. Neben dem Naturpark-Infozentrum ist der Naturpark bislang nur punktuell touristisch aufbereitet und entfaltet seine Wirkung vor allem als ergänzender Erlebnisraum im Zusammenspiel mit Rad- und Wasserangeboten.

Insgesamt weist das Radfahren eine hohe Passfähigkeit zur landesweiten Markensäule „Aktiv sein in malerischer Kulisse / in grüner Landschaft und am Wasser“ auf. Die ADFC-Radreiseanalyse zeigt zudem, dass insbesondere Kurzreisen sowie Tagesausflüge mit dem Fahrrad hohe Nachfrage verzeichnen, was den Radtourismus als zentrales Trendthema im Aktivtourismus bestätigt.

Freizeitangebot

Für Familien und Tagesgäste besteht ein breites Freizeitangebot, das insbesondere Tiergarten, Märchengarten, Kesselturm, Parkeisenbahn, Bäder, Museum und Schifffahrt umfasst (vgl. Kap. 3.2). Diese Einrichtungen bilden einen wichtigen Baustein im Profil als familienfreundliche Kultur- und Saalestadt und werden durch zahlreiche familienorientierte Veranstaltungen im Jahresverlauf ergänzt.

Die Bündelung der Freizeitattraktionen über die FreizeitCard stellt dabei eine sinnvolle Option für Familien aus der Region dar, ist jedoch für auswärtige Gäste bislang weniger attraktiv positioniert. Positiv hervorzuheben sind die begleitenden Printmaterialien, die einen guten Überblick über die Verknüpfungsmöglichkeiten der Angebote sowie über Gehzeiten zwischen den Attraktionen geben und damit Orientierung und Kombinierbarkeit unterstützen.

Ergänzend bestehen thematisch ausgerichtete Wandertags- und Gruppenangebote der BFG und des Naturparks, etwa Geocaching-Formate oder die Eulenspiegel-Tour mit Stempelsystem. Diese Angebote stärken insbesondere die Ansprache von Schulklassen und Kindergruppen; Individual-Besucher werden nicht adressiert.

Insgesamt ist das Freizeitangebot vielfältig. Entwicklungspotenzial besteht vor allem in der stärkeren touristischen Bündelung und Vermarktung dieser Angebote als zusammenhängendes Familienerlebnis.

Wassertourismus

Hinzu kommt die Saale als landschaftsprägender Raum mit Fahrgastschifffahrt, Bootsverleih, Steganlagen und weiteren wassertouristischen Ansätzen. Der Standort verfügt über vielfältige Angebote rund um das Thema Wasser; insbesondere die Hausbootvermietung für führerscheinfreie Fahrten stellt eine Besonderheit im regionalen Vergleich dar. Über den Fluss sind kleine Städte der Umgebung wie Plötzkau und Wettin sowie reizvolle Landschaftsbereiche des Naturparks Unteres Saaletal erreichbar. Auch kleinere Flusskreuzfahrtschiffe halten in Bernburg (Saale). Ein wassertouristisches Leitsystem ist über das Netzwerk „Blaues Band“ vorhanden. Damit verbindet die Saale Naturerlebnis, Kulturlandschaft und Freizeitaktivitäten in besonderer Weise.

Als Standort für motorisierte Schifffahrt und Kanufahren bietet Bernburg (Saale) eine gute infrastrukturelle Ausgangsbasis. Vorhanden sind Steganlagen und Anleger am Schloss, an der Marktbrücke auf Talstadtseite, am Campingplatz sowie in Gröna, ergänzt durch Gastliegeplätze beim Motorbootsportverein Wasserwandern Bernburg e.V. Eine Treppe unterhalb der Alten Bibel bietet einen provisorischen Kanuein- und ausstieg. Eine Kanu-Ümtragemöglichkeit zum Vermeiden der Schleusung besteht jedoch nicht. Für die motorisierte Schifffahrt sind im Revier der Saale keine Bootstankstellen vorhanden, die Versorgung erfolgt meist indirekt über Landtankstellen. Niedrigwasser bei der Überfahrt in die Elbe sowie die fehlende Überleitung in die Leipziger Gewässer begrenzen die Anbindung des Reviers zusätzlich. Die saisonale Fahrgastschifffahrt mit der MS Saalefee (April bis November) wirbt gezielt mit der landschaftlichen Qualität des Naturparks Unteres Saaletal. Die Fähre „Einheit“ verkehrt ab März täglich außer dienstags, in den Wintermonaten an Wochenenden; eine E-Fähre ist geplant.

Ergänzend finden regelmäßig Wassersportveranstaltungen wie Ruderregatta, Kutterruderpokal, Saalepokal und Drachenbootregatta statt, die das Wasser als Erlebnisraum zusätzlich profilieren.

Insgesamt besteht eine hohe Passfähigkeit zur im Landestourismusmarketing verankerten Markensäule „Aktiv sein in malerischer Kulisse / in grüner Landschaft und am Wasser“. Die Lage an der Saale mit ihren wassertouristischen Aktivitäten bietet ein starkes Fundament. Weiteres Potenzial besteht vor allem in der verbesserten Ausstattung im Uferbereich und klaren Besucherlenkung vor Ort als zentrale Hebel für die Weiterentwicklung des Wassertourismus; flankierend sollte die Sichtbarkeit der wassertouristischen Angebote im städtischen und landesweiten Marketing erhöht werden.

Vor diesem Hintergrund ist auch die 2021 vorgelegte Plausibilitätsuntersuchung zur Wasserfrontentwicklung einzuordnen. Ein ins Gelände der Festwiese gebauter Stadthafen wurde aufgrund hoher Investitions- und Folgekosten sowie begrenzter nachhaltiger Effekte als nicht plausibel bewertet. Stattdessen empfiehlt die Studie einen vernetzten Entwicklungsansatz entlang der Saale, insbesondere die schrittweise Umsetzung einer „Maritimen Meile“, die bestehende land- und wasserseitige Angebote (Schloss, Schleuse, Fahrgastschiffahrt, Fährverbindung, Bootsverleih, Gastronomie und Vereine) stärker miteinander verknüpft und inszeniert.

Camping- und Caravaningtourismus

Der Wohnmobil-Tourismus stellt bundesweit einen Wachstumsmarkt dar und ist auch in Bernburg (Saale) stark nachgefragt. In der Tourist-Information gehen regelmäßig Anfragen nach Stellplätzen ein. Der Campingplatz „Saalecamper“ erreicht in der Hauptsaison wiederholt seine Belastungsgrenzen und weist zugleich infrastrukturelle Defizite auf. Damit zeigt sich ein klarer Handlungsbedarf im Segment Caravaning, das als reiselustiges, zahlungskräftiges Marktsegment (auch in der Nebensaison) zusätzliche Wertschöpfung für Gastronomie, Einzelhandel und Freizeitangebote generieren kann. Zudem liegt Bernburg (Saale) mittig auf der Durchreise für Caravaner von Dänemark und Österreich.

Mit dem „Konzept zur Förderung von Wohnmobilstellplätzen“ aus dem Jahr 2019 liegt bereits eine fachliche Grundlage vor. Geplante Transitplätze an der Bornstraße/ Töpferwiese) und am Weinberg wurden bislang nicht realisiert; ein Standort in Gröna wurde angelegt, später jedoch wieder abbeschilddert. Mehrere der im Konzept vorgeschlagenen Standorte – überwiegend als einfache Transitplätze vorgesehen – sind auf einschlägigen Plattformen wie park4night bislang nur eingeschränkt oder nicht gelistet. Teilweise könnte bereits eine klare Beschilderung und eine gezielte digitale Vermarktung dazu beitragen, diese Standorte sichtbarer zu machen. Aktuell bestehen offizielle Stellplatzangebote mit Service insbesondere beim Saalecamper und dem MBSV. Daneben sind an der Überfahrt drei beschilderte Kurzzeitstellplätze ohne Ver- und Entsorgungseinrichtungen ausgewiesen. Diese werden aufgrund ihrer Schräglage, der fehlenden Infrastruktur und der Nähe zur Durchgangsstraße laut Akteuren der Stadt ungern genutzt.

Vor diesem Hintergrund erscheint es sinnvoll, das bestehende Stellplatzkonzept weiterzuverfolgen und priorisiert umzusetzen. Dazu zählen insbesondere die erneute Prüfung geeigneter Standorte wie Bornstraße/ Töpferwiese, die klare Beschilderung bestehender Transitplätze und digitale Vermarktung. So kann das vorhandene Potenzial des

Caravaning-Marktes gezielt genutzt und besser in das touristische Gesamtprofil integriert werden.

Viele gute Einzelbausteine, aber begrenzte Bündelung

Die Schwäche liegt weniger im Fehlen von Angeboten als in deren begrenzter Bündelung und Erlebbarkeit. Das kulturelle Angebot ist räumlich verstreut, digital nur eingeschränkt aufbereitet und im Schlossbereich durch geringe Belebung, frühe Schließzeiten und fehlende Gastronomie geschwächt.

Die Saale ist ein starkes Motiv, wird aber bislang nur punktuell als zusammenhängender Erlebnisraum inszeniert; niedragschwellige Uferangebote und die Verbindung von Wasser und Innenstadt bleiben ausbaufähig.

Auch im Aktivbereich ist die Grundsubstanz gut, die Angebotsaufbereitung jedoch noch zu schwach. Es fehlen stärker sichtbare Tagestourenvorschläge, bessere Serviceinfrastruktur für Radfahrende und eine überzeugendere Verknüpfung von Kultur, Natur und Bewegung.

Die Freizeitangebote wiederum sind stark nachfragewirksam, zahlen aber bislang nur teilweise auf ein klares touristisches Außenprofil ein. Bernburg (Saale) ist damit nicht angebotsarm, sondern eher ein Ort mit vielen guten Einzelbausteinen, die noch nicht konsequent zu einem erkennbaren Gesamtangebot zusammengeführt sind.

3.4.2 Ortsteile mit ergänzender, nicht tragender Funktion

Einzelne Ortsteile wie Gröna, Biendorf, Wohlsdorf oder Baalberge verfügen über interessante Anknüpfungspunkte, etwa durch Saalebezug, Kirchen, architektonische Kleinode, den Mühlberg Crüchern, Schloss Biendorf, einzelne gastronomische und veranstaltungsbezogene Angebote oder archäologische Funde.

In Teilen entstehen zudem innovative Ansätze: So etabliert sich auf dem Mühlberg Crüchern die erste Straußwirtschaft mit einem kombinierten Veranstaltungsformat aus Musik und Wein und setzt damit neue Akzente im Bereich Genuss und Erlebnis. Perspektivisch kann im Zusammenspiel mit dem Weinberg der Hochschule in Waldau das Thema Wein und regionale Genusskultur weiter gestärkt werden. Auch die geplante Weiterentwicklung in Baalberge zum Archäopark Schneiderberg eröffnet zusätzliche Besuchsanlässe insbesondere für Tagesausflüge per Rad oder Pkw ab dem Zentrum.

Das Angebot des Forellenparadies Crüchern dient stärker der Naherholung für Angler aus dem regionalen Umfeld. Die Aderstedter Villa wird heute überwiegend für Angebote mit lokaler Ausrichtung genutzt und richtet sich in erster Linie an die Bevölkerung vor Ort.

Radwege mit Rastplätzen vor Ort binden Baalberge, Gröna und Biendorf ein. Wohlsdorf und Biendorf sind an den Lutherweg angeschlossen. Insgesamt fehlen dort jedoch klare und verlässlich geöffnete Besuchsanlässe mit Erlebnis, touristisch aufbereitete Stopps und eine stärkere Einbindung in buchbare oder vermarktete Angebote. Leitsystem und Objektbeschilderung in den Ortsteilen befinden sich im Aufbau und ermöglichen perspektivisch individuelle Entdeckungen, die im Rahmen von auszuarbeitenden Routenvorschlägen verknüpft werden können.

Die Ortsteile haben damit eher ergänzende Funktion und eignen sich vor allem als Zusatzbausteine im Rahmen der Naherholung sowie von Tagesausflügen oder thematischen Routen, nicht aber als eigenständige touristische Zugpferde.

3.4.3 Beherbergung und Gastronomie

Beherbergungssektor mit breiter Grundstruktur

Für eine Stadt der Größe Bernburgs ist das Beherbergungsangebot insgesamt breit aufgestellt. Es reicht vom 4-Sterne-Hotel über weitere Hotelbetriebe und Pensionen bis hin zu Jugendherberge, Campingplatz und zahlreichen Ferienwohnungen und deckt damit unterschiedliche Budgetklassen und Reiseanlässe ab. Positiv hervorzuheben ist, dass mehrere Hotels über Tagungsmöglichkeiten verfügen und damit auch für geschäftlich geprägte Aufenthalte, kleinere Veranstaltungen und Gruppenreisen anschlussfähig sind.

Mit drei Bett+Bike-zertifizierten Betrieben bestehen zudem erste, aber noch ausbaufähige Qualitätsbausteine für den Radtourismus. Zahlenmäßig gibt es mehr Ferienwohnungen als Hotels, die Hotels stellen jedoch weiterhin den deutlich größeren Teil der Bettenkapazität. Ferienwohnungen übernehmen dabei nicht nur eine freizeittouristische Ergänzungsfunktion, sondern werden auch für beruflich veranlasste Aufenthalte, z.B. von Monteuren, genutzt.

Insgesamt verfügt Bernburg (Saale) damit über eine vergleichsweise differenzierte Beherbergungsbasis, deren touristische Wirkung vor allem dann steigt, wenn sie noch stärker mit Profilthemen, Rad- und Wassertourismus sowie buchbaren Angeboten verknüpft wird.

Gastronomie mit solider Basis, aber noch wenig profilprägend

Auch die Gastronomie stellt in Bernburg (Saale) eine insgesamt solide Grundlage für Aufenthalt und Besuch dar. Die meisten Betriebe (einer Stichprobenuntersuchung von 17 Betrieben) sind mittags und abends geöffnet und schließen erst gegen 22 Uhr, sodass auch für Gäste am Abend in der Regel Einkehrmöglichkeiten bestehen. Einschränkungen zeigen sich vor allem zu Schließtagen am Wochenbeginn.

Inhaltlich reicht das Spektrum von deutscher Küche bis zu zahlreichen internationalen Angeboten. Gleichzeitig ist das gastronomische Profil bislang nur punktuell touristisch aufgeladen. Ein positives Beispiel ist das Kleine Brauhaus, das die lokale Brautradition aufgreift.

Besonders hervorzuheben sind die Gastronomiebetriebe entlang der Saale und am Saale-
radweg. Dazu zählen Angebote in Gröna, die Schifferklause, Bella Roma sowie weitere ausflugsorientierte Gastronomien mit Nähe zum Wasser; hinzu kommen die Gastronomie im Tiergarten und die beliebte Ausflugsgastronomie Reimann. Damit verfügt Bernburg (Saale) durchaus über einzelne attraktive gastronomische Standorte mit Wasserbezug. Allerdings sind diese Angebote überwiegend saisonal geprägt und vielfach eher auf Ausflugs- und Imbissgäste ausgerichtet; vollwertige, stärker profilierte Gastronomie besteht hier im Wesentlichen nur punktuell.

Zugleich fehlt unmittelbar im Schlossbereich und am Saaleufer unterhalb des Schlosses derzeit ein gastronomisches Angebot mit Aufenthaltsfunktion, obwohl gerade dort im Sommer ein besonders attraktiver Verweilort entstehen könnte. Aus touristischer Sicht ist die Gastronomie damit grundsätzlich tragfähig, ihr Beitrag zur Profilierung und Aufenthaltsqualität der Stadt bleibt aber noch ausbaufähig. Potenzial besteht insbesondere darin, vorhandene Gastronomien mit Saaleblick stärker in die touristische Kommunikation einzubinden und auf beiden Seiten der Fähre gastronomische Angebote mit klarem Aufenthalts- und Servicecharakter weiterzuentwickeln.

Qualität vorhanden, aber nicht immer sichtbar gemacht

Qualitativ hinterlässt Bernburg (Saale) insgesamt ein besseres Bild, als es die vergleichsweise geringe Zahl formaler Siegel vermuten lässt. Onlinebewertungen von Gastronomie, Freizeit- und Kulturanbietern sowie Übernachtungsbetrieben fallen mit einem Durchschnittswert von 4,5 von maximal 5 möglichen Bewertungspunkten bei Google überwiegend sehr positiv aus (vgl. Anhang 9.6).

Auch im Bereich Barrierefreiheit ist die Ausgangsbasis gut: Zehn Bernburger Angebote (Unterkünfte, Einrichtungen, barrierefreier Stadtrundgang) sind nach „Reisen für Alle“ geprüft. Gleichzeitig hat Bernburg (Saale) den Status als barrierefrei zertifizierter Tourismusort seit Juni 2024 nicht mehr verlängert.

Im Bereich Nachhaltigkeit sind öffentlich sichtbare touristische Zertifizierungen kaum vorhanden. Die Qualität der Angebote ist also vielfach existent, aber nicht immer in gleicher Weise nach außen sichtbar gemacht oder strategisch genutzt.

3.5 Räumliche Stärken und Potenziale

Schwerpunkträume mit hoher touristischer Relevanz

Die räumliche Perspektive ist für Bernburg (Saale) besonders wichtig, weil sich touristische Stärken und Schwächen stark in konkreten Räumen konzentrieren. Als touristische Schwerpunkträume mit hoher Attraktivität und Profilstärke zeichnen sich vor allem der Schlossbezirk, das Saaleufer unterhalb des Schlosses (einschließlich Töpferwiese) sowie das Saaleufer auf der Tiergartenseite mit Zugang zum Krumbholz und zur Talstadt ab. Diese Bereiche bündeln zentrale Sehenswürdigkeiten, Aufenthaltsqualitäten und Entwicklungsmöglichkeiten. Sie tragen wesentlich zur Wahrnehmung Bernburgs bei und bieten die größten Ansatzpunkte für zusätzliche Wertschöpfung und stärkere touristische Inszenierung.

Potenzialräume mit besonderem Qualifizierungsbedarf

Daneben gibt es Räume mit besonderem Handlungsbedarf, aber geringerer Themen- und Profilstärke. Dazu zählen vor allem der Bereich um die Saalebrücke in Gröna, der Campingplatz in Neuborna, das Saaleufer an der Alten Bibel sowie Waldau mit St. Stephani, Forschungsweinberg und Zickzackhausen. Diese Räume verfügen über eine grundsätzlich gute Ausgangsbasis, leiden aber unter infrastrukturellen Defiziten, fehlender Inszenierung, offener Nutzungsfrage oder begrenzter touristischer Sichtbarkeit.

3.6 Sichtbarkeit, Kommunikation und Buchbarkeit

Bereits breite Basis in Information und Vermarktung

Auf lokaler Ebene bestehen bereits zahlreiche Marketingaktivitäten. Dazu zählen der Betrieb der Tourist-Information durch die BFG, ein zweijähriger Tourismusführer, Orientierungsmaterialien, Messeauftritte, Programme für Individualgäste und Gruppen, Stadtführungen, Zimmervermittlung sowie der Kartenverkauf für touristische und kulturelle Angebote. Auch regional und auf Landesebene ist Bernburg (Saale) in Online-, Print- und Kartenmaterial eingebunden.

Ein positives Beispiel für eine abgestimmte Außendarstellung ist der gemeinsam von Stadt und BFG erarbeitete Tourismusführer. Er präsentiert Bernburg (Saale) in seiner Gesamtheit und vermittelt ein vergleichsweise geschlossenes Bild der touristischen Angebote, auch wenn in der thematischen Ausgestaltung und Erzählung der Angebote noch Handlungsbedarf besteht.

Online-Kommunikation zersplittert

Online zeigt sich dagegen ein deutlich weniger kohärenter Eindruck. Die Stadtverwaltung, die BFG und „Bernburg erleben“ stellen jeweils Informationen zum Tourismus- und Veranstaltungsangebot bereit, jedoch in sehr unterschiedlicher Tiefe, Breite und Struktur. Für Gäste entsteht dadurch kein klar geführter Zugang, sondern ein eher unübersichtliches Gesamtbild mit parallelen Informationswegen. Potenzial bieten die organisatorische Klärung der Außendarstellung des touristischen Angebots im Web und ein zentraler Webauftritt für Tourismus und Veranstaltungen.

Mit Blick auf die Digitalstrategie des Landes wird die strukturierte Bereitstellung und Pflege touristischer Daten über SAiNT als zentrales Datenmanagementsystem immer wichtiger. Hier sind in naher Zukunft die Zuständigkeiten für die Datenpflege zu klären.

Online-Buchungsoptionen und mehrsprachige Informationsangebote fehlen für fast alle touristisch relevanten Angebote, digital erzählte Führungsangebote sind kaum vorhanden, und Printmaterialien werden nur begrenzt digital verlängert. Im Socia-Media-Auftritt vermischen sich Bürger- und Gästeorientierte Informationen.

Die Stadt ist online damit zwar präsent, aus Besuchersicht aber nicht durchgängig aus einem Guss erlebbar.

Fehlende Botschaft und Zielgruppenansprache

Das touristische Marketing erfolgt damit über mehrere Online-Auftritte und Kanäle, ohne dass eine klare touristische Hauptbotschaft oder ein durchgängiger Wiedererkennungswert erkennbar wird. Eine eigenständige Marke oder ein Claim fehlen ebenso wie eine abgestimmte Zielgruppenansprache abseits der Freizeitangebote. Die Kommunikation an Individualgäste ist stark einrichtungs- und punktbezogen; verbindende Themen, Angebotsketten und emotionale Erzählmuster treten bislang zu wenig hervor.

Regionale Einbindung mit begrenztem Ertrag für Bernburg (Saale)

Bernburg (Saale) ist in die regionalen Marketingstrukturen der WelterbeRegion Anhalt-Dessau-Wittenberg und der Urlaubsregion Mittelelbe eingebunden und dort mit Online-, Print- und Kartenmaterial grundsätzlich präsent. Die Einbindung schafft Reichweite und thematische Anschlussfähigkeit, etwa in den Feldern Familie, Kultur, Natur und Aktiv (Rad).

Zugleich bleibt der konkrete Nutzen für Bernburg (Saale) bislang begrenzt. Die Stadt ist in beiden regionalen Zusammenhängen eher Randstandort; Umfang, Gewichtung und Sichtbarkeit der Bernburger Angebote bleiben unterschiedlich stark ausgeprägt. In der WelterbeRegion wird Bernburg (Saale) vor allem im Zielgruppen-Familienkontext in den Vordergrund gerückt. In die WelterbeCard ist Bernburg (Saale) (mit wenigen Leistungen) bereits integriert, die tatsächliche Nutzung vor Ort ist bislang jedoch gering. Dennoch wird im Rahmen des Tourismuskonzeptes von einer lokalen, kleinräumigen GästeCard-Lösung abgeraten, da Aufwand und Nutzen in keinem Verhältnis stehen. Mit der Einbindung in die regionale WelterbeCard liegt eine professionell vermarktete, zielgruppenspezifische und zentral gesteuerte Karte vor, in die Bernburg (Saale) bislang im Vergleich zu anderen Städten (Coswig, Köthen) nur eine geringe Anzahl von Leistungen eingespeist hat.

Insgesamt ist Bernburg (Saale) marketingseitig also nicht unterversorgt, sondern eher zu wenig zugespitzt, zu wenig digital anschlussfähig und noch nicht konsequent auf Zielgruppenbedarfe ausgerichtet. Zudem sollten die touristischen Anbieter transparenter über das Ebenenmodell der touristischen Vermarktung in Sachsen-Anhalt informiert werden. Eine klare Darstellung der Aufgabenverteilung zwischen Landes-, Regional- und lokaler Ebene trägt dazu bei, Zuständigkeiten nachvollziehbar zu machen und Erwartungen an die lokale Ebene realistisch einzuordnen.

3.7 Zusammenarbeit und Zuständigkeiten

Zusammenarbeit vorhanden, aber nicht klar genug strukturiert

Die Analyse zeigt, dass in Bernburg (Saale) zahlreiche Akteure mit touristischem Bezug tätig sind und in unterschiedlichen Konstellationen bereits zusammenarbeiten. Dazu gehören insbesondere die Stadtverwaltung mit mehreren Fachbereichen (Stadtmarketing, Planungsamt, Schul-, Kultur- und Sportamt, Amt 80 mit den Bereichen Liegenschaften, Stadterneuerung/-entwicklung und Wirtschaftsförderung), BFG, touristische Anbieter und regionale Partner. Austauschformate bestehen teilweise bereits, etwa im Kontakt mit Hoteliers, größeren Pensionen und Gästeführern.

Zugleich wird deutlich, dass die Aufgabenverteilung innerhalb der Stadt und zwischen den touristisch relevanten Akteuren bislang nicht immer trennscharf ist. Dies betrifft sowohl die Abstimmung zwischen einzelnen Fachbereichen als auch die Abgrenzung von Rollen und Aufgaben, etwa im Zusammenspiel von Stadtmarketing, touristischer Vermarktung und weiteren touristisch relevanten Aufgaben in Kultur, Planung und Wirtschaftsförderung.

Zudem bestehen unterschiedliche Auffassungen hinsichtlich des Vermarktungsumfangs der BFG – insbesondere darüber, ob ausschließlich BFG-eigene Einrichtungen oder das

gesamstädtische touristische Angebot durch die BFG strategisch entwickelt und vermarktet werden soll.

Im Kern geht es dabei weniger um zusätzliche Strukturen als um bessere Information, gemeinsame Planung und eine klare Aufgaben- und Rollenverteilung.

Breit vernetzt, bisher nur teilweise ausgeschöpft

Bernburg (Saale) ist in zahlreiche touristische Verbünde, Themenrouten und Vermarktungszusammenhänge eingebunden. Die Stadt ist direkt oder mittelbar in mehreren Verbands- und Vermarktungsstrukturen eingebunden, darunter WelterbeRegion, Urlaubsregion Mittelelbe und den Tourismusverband Salzlandkreis.

- Bernburg (Saale) ordnete sich im Jahr 2025 dem Reisegebiet Anhalt- Wittenberg („WelterbeRegion“) zu.
- Der umgebende Salzlandkreis ordnet sich der Reiseregion „Urlaubsregion Mittelelbe“ zu.
- Diverse Kommunen, Anbieter und Vereine sind im Tourismusverband Salzlandkreis organisiert.

Für Anbieter und lokale Akteure ist der konkrete Mehrwert dieser Ebenen jedoch nicht immer klar erkennbar. Hinzu kommt, dass die relevanten Produktlinien und Netzwerke – etwa Blaues Band, Straße der Romanik, Salzige Tour oder Europäische Route Historische Theater – zwar wichtige Anknüpfungspunkte für Angebotsentwicklung und Vernetzung bieten, ihre Außenwirkung aber begrenzt bleibt. Für die weitere Entwicklung kommt es daher weniger auf zusätzliche Strukturen als auf mehr Transparenz, klarere Zuständigkeiten und eine gezieltere Nutzung der bestehenden Netzwerke an.

3.8 Zusammenfassende Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Analyse

Lage und Erreichbarkeit	
Stärken ■ gute Erreichbarkeit über Autobahn und großes Einzugsgebiet für Tagesausflüge	Schwächen ■ kein IC-/ICE-Halt und nur funktionale Bahn-Anbindung
Chancen ■ anhaltender Trend zu Kurzreisen, Tagesausflügen und wohnortnahen Freizeitaktivitäten ■ zunehmende Nachfrage im Rad- und Caravaningtourismus	Risiken ■ starke Konkurrenz durch gut profilierte Reiseziele im Umland ■ veränderte Mobilitätsanforderungen bei begrenzter Schienenanbindung
Profil, Angebote und Erlebnisqualität	
Stärken ■ prägnantes Stadtbild mit Schloss, Altstadt sowie Berg- und Talstadt	Schwächen

■ Lage an der Saale und im Naturpark „Unteres Saaletal“, gepflegte Natur- und Parkräume ■ attraktive Kulturorte mit Schloss, Museum, Theater, Kloster und weiteren historischen Ankern ■ vielfältige Freizeit- und Naherholungsangebote, insbesondere für Familien ■ gute Anbindung an überregionale Radwege, vor allem Saaleradweg und Europaradweg R1 ■ führerscheinfreies Charterrevier mit neuen Steganlagen ■ Parkeisenbahn und Fähre als Erlebnismobilität	■ räumlich weit auseinanderliegende Sehenswürdigkeiten und lange Wege zwischen den Anziehungspunkten der Berg- und Talstadt ■ Schlossbereich wenig belebt, fehlende Gastronomie und eingeschränkte Aufenthaltsqualität ■ Saale und Uferbereiche bislang nur punktuell als zusammenhängender Erlebnisraum inszeniert ■ wenige Wellness- und Schlechtwetterangebote ■ kaum touristisch erlebbare Angebote in den Ortsteilen
Chancen ■ steigendes Interesse an Kultur-, Natur-, Wasser- und Aktivangeboten in Kombination ■ wachsendes Interesse an authentischen Stadterlebnissen, Führungen und regionalen Produkten ■ steigendes Bewusstsein für Nachhaltigkeit mit guter Anschlussfähigkeit an Aktiv-, Wasser- und Naturthemen ■ Entwicklungspotenziale im Wassertourismus an der Saale als Revier ■ Ausbau und Belebung touristischer Schlüsselstandorte wie Töpferwiese, Schloss und Saalepromenade	Risiken ■ starke Konkurrenz in Natur-, Kultur- und Aktivthemen durch Harz, Magdeburg und Halle ■ fehlende Differenzierung gegenüber benachbarten und profilierten Reisezielen ■ Hochwassergefahr, Wasserstände und naturschutzrechtliche Restriktionen an der Saale
Infrastruktur, Qualität und Service	
Stärken ■ breites Beherbergungsangebot vom 4-Sterne-Hotel über Jugendherberge und Camping ■ hohe Gästezufriedenheit in Übernachtung, Gastronomie sowie Freizeit- und Kultureinrichtungen	Schwächen ■ optimierungsbedürftiges Fußgängersystem sowie geringe Mehrsprachigkeit und Digitalität ■ teilweise veraltete Infrastrukturen in Freizeit- und Campingangeboten
Chancen ■ weitere Modernisierung der touristischen Erlebnis- und Beherbergungsinfrastruktur ■ Professionalisierung des Marketings, unter anderem durch bessere Online-Buchbarkeit	Risiken ■ defizitäre kommunale Haushalte erschweren Investitionen in die freiwillige Aufgabe Tourismus ■ angespannte wirtschaftliche Lage in Betrieben durch steigende Kosten und Fachkräftemangel

■ Ausbau digitaler Kompetenzen und aktive Mitgestaltung der Open-Data-Strategie von Region und Land	■ fehlende Investitionsbereitschaft bei privaten Anbietern ohne klare Perspektive ■ steigende Anforderungen an Qualität, Digitalisierung und Nachhaltigkeit bei begrenzten personellen und finanziellen Kapazitäten
Sichtbarkeit, Vermarktung und Zusammenarbeit	
Stärken ■ vorhandene touristische Präsenz über verschiedene Informations- und Vermarktungskanäle ■ Einbindung in regionale und thematische Netzwerke	Schwächen ■ fehlende klare touristische Hauptbotschaft, kein Claim und keine abgestimmte Zielgruppenansprache ■ parallele Online-Auftritte, zersplitterte Veranstaltungskommunikation und geringe Online-Buchbarkeit ■ unklare Aufgabenverteilung im örtlichen Tourismusmarketing ■ unübersichtliche Kooperationslage auf regionaler Ebene für Anbieter
Chancen ■ stärkere Nutzung regionaler Vermarktungsplattformen und Produktlinien ■ klarere Vermittlung des Ebenenmodells touristischer Vermarktung in Sachsen-Anhalt ■ gezieltere Nutzung bestehender Netzwerke für Angebotsentwicklung und Reichweite	Risiken ■ Tourismus trotz belegter wirtschaftlicher Bedeutung im politischen Diskurs nicht durchgängig verankert ■ anhaltende Dominanz geschäftlich veranlasster Kurzaufenthalte könnte die freizeittouristische Entwicklung überlagern ■ anhaltende Zersplitterung in Organisation und Marketing könnte Potenziale ungenutzt lassen ■ fehlende Transparenz über Zuständigkeiten und Mehrwerte regionaler Ebenen könnte die Mitwirkung lokaler Anbieter schwächen

3.9 Zentrale Entwicklungserfordernisse aus der Analyse

Die vorangegangene Analyse hat gezeigt, dass Bernburg (Saale) über eine attraktive touristische Basis mit klar erkennbaren Stärken verfügt, jedoch noch kein durchgängig wahrnehmbares Gesamtbild als Reiseziel entwickelt hat. Mehrere attraktive Einzelbausteine – Schloss, Saale, Altstadt und Freizeitangebote – stehen nebeneinander, ohne bereits konsequent als zusammenhängendes Erlebnis inszeniert zu sein. Daraus ergeben sich zentrale Entwicklungserfordernisse für die kommenden Jahre.

- **Erstens gilt es, die vorhandenen Stärken stärker zu bündeln und sichtbar zu machen.** Das Schloss als prägendes Wahrzeichen, die Lage an der Saale sowie die vielfältigen Freizeitangebote bilden ein tragfähiges Fundament. Diese Qualitäten müssen

räumlich, inhaltlich und kommunikativ enger miteinander verknüpft werden, um das Leitbild einer familienfreundlichen Kultur- und Saalestadt erlebbar zu machen.

- **Zweitens besteht Handlungsbedarf bei der Qualifizierung zentraler Räume und Schlüsselstandorte.** Insbesondere Schlossbereich, Saaleufer, Töpferwiese sowie weitere Ankunfts- und Übergangsräume weisen Potenziale auf, sind jedoch bislang nur punktuell inszeniert oder funktional ausgerichtet. Ziel ist eine höhere Aufenthaltsqualität und eine stärkere Verbindung der bislang teilweise getrennt wahrgenommenen Stadträume.
- **Drittens zeigt die Analyse Defizite in der Profilierung und Zielgruppenansprache.** Es fehlt eine klare touristische Hauptbotschaft, ein prägnanter Claim sowie eine abgestimmte Ausrichtung auf definierte Zielgruppen. Parallelstrukturen in Online-Auftritt und Veranstaltungskommunikation mindern die Sichtbarkeit im Wettbewerb. Eine stärkere Konzentration auf Profilthemen und eine professionelle, digitale Kommunikation sind daher erforderlich.
- **Viertens sind organisatorische Strukturen und Zuständigkeiten zu klären.** Tourismus ist eine Querschnittsaufgabe, derzeit jedoch ohne eindeutig definierte strategische Verantwortung und mit überlappenden Aufgabenbereichen. Eine klare Rollenverteilung zwischen Stadt, BFG und regionalen Partnern sowie verbindliche Austauschformate sind Voraussetzung für eine wirksame Umsetzung.

Zusammenfassend verdeutlicht die Analyse: Bernburg (Saale) verfügt über gute Voraussetzungen und attraktive Potenziale. Um diese nachhaltig in Wert zu setzen, bedarf es einer stärkeren Bündelung der Kräfte, einer klaren Profilierung, der Qualifizierung zentraler Räume sowie einer professionellen organisatorischen und kommunikativen Aufstellung. Diese Entwicklungserfordernisse bilden die Grundlage für den nachfolgenden strategischen Rahmen.

4 Strategischer Rahmen für die touristische Entwicklung

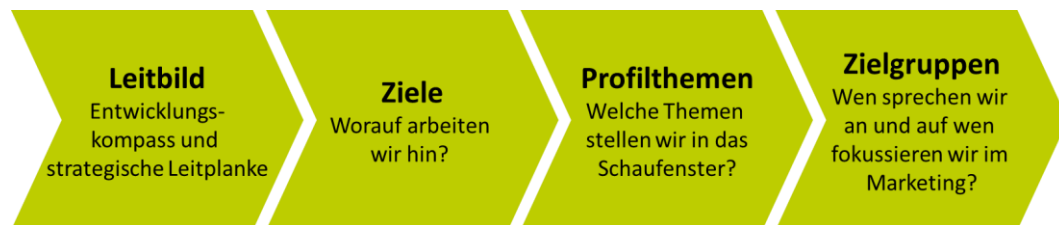
Die vorangegangene Analyse hat Stärken, Defizite und Entwicklungspotenziale des Tourismus in Bernburg (Saale) herausgearbeitet. Darauf aufbauend definiert dieses Kapitel die strategische Ausrichtung für die kommenden Jahre.

Die Strategie beantwortet vier zentrale Fragen: Wofür steht Bernburg (Saale) touristisch? Worauf arbeiten die touristischen Akteure hin? Welche Themen prägen das touristische Profil? Welche Gäste sollen gezielt angesprochen werden?

Leitbild, Ziele, Profilt Themen und Zielgruppen bilden gemeinsam den verbindlichen Orientierungsrahmen für Organisation, Marketing, Angebotsentwicklung und Infrastruktur.

Sie strukturieren die anschließenden Handlungsfelder und bilden die Grundlage für das Maßnahmenprogramm.

Abb. 6 Bestandteile des strategischen Rahmens



© BTE 2026

4.1 Leitbild der touristischen Entwicklung von Bernburg (Saale)

Das Leitbild ist der strategische Kompass der touristischen Entwicklung Bernburgs. Es bündelt die Stärken der Stadt, schafft Konzentration in der Positionierung und dient als verbindliche Leitplanke nach innen für künftige Entscheidungen in Marketing, Angebotsentwicklung, Infrastruktur und Organisation. Es beschreibt, wofür Bernburg (Saale) steht, wie die Stadt wahrgenommen werden soll und worauf die touristische Entwicklung ausgerichtet wird:

Abb. 7 Leitbild der touristischen Entwicklung von Bernburg (Saale)

Bernburg (Saale) stärkt sein Profil als **familienfreundliche Kultur- und Saalestadt**, in der Flusslandschaft, Geschichte und lebendige Kulturangebote zusammenwirken.

Das **Schloss** als ‚Krone Anhalts‘ prägt die Wahrnehmung der Stadt, während **Hochschule und Industrie** zusätzliche Impulse für den Tourismus geben.

Familienorientierte **Freizeitangebote**, hochwertige **Aufenthaltsräume** sowie attraktive **Rad- und Freizeitwege** machen die besonderen Qualitäten der Stadt für Gäste erlebbar.

4.2 Ziele der touristischen Entwicklung von Bernburg (Saale)

Die strategischen Ziele konkretisieren das Leitbild. Sie werden in qualitative und quantitative Ziele unterschieden.

Qualitative Ziele

Die qualitativen Ziele beschreiben die inhaltliche und strukturelle Entwicklung des Tourismus in Bernburg (Saale). Sie geben die Richtung vor.

Im Mittelpunkt stehen drei qualitative strategische Ziele:

Ziel 1 | Bernburg (Saale) stärkt seine räumlichen und erlebnisorientierten Qualitäten.

Bernburg (Saale) verfügt über attraktive Räume: Schloss, Altstadt, Saale, Parkanlagen und Freizeitbereiche. Diese Qualitäten sollen stärker miteinander verknüpft, inszeniert und touristisch erlebbar gemacht werden.

Ziel ist eine höhere Aufenthaltsqualität und eine stärkere Verbindung der bislang teilweise getrennt wahrgenommenen Stadträume.

Ziel 2 | Bernburg (Saale) schärft sein touristisches Profil und erreicht seine Zielgruppen durch klare Themen, hochwertige Angebote und professionelle Kommunikation.

Bernburg (Saale) soll auf einen Blick erkennen lassen, was Gäste hier erleben können. Statt Einzelattraktionen aufzuzählen, werden klar definierte Profilthemen in den Vordergrund gestellt und konsequent kommuniziert.

Angebote werden stärker miteinander verknüpft, zielgruppengerecht aufbereitet und als buchbare Erlebnisse entwickelt. Kommunikation und Marketing werden strategisch ausgerichtet und digital gestärkt.

Ziel ist ein klares, wiedererkennbares Profil mit höherer Reichweite und stärkerer Nachfrage im Freizeitsegment mit längerer Verweildauer.

Ziel 3 | Bernburg (Saale) verbessert seine organisatorischen Strukturen, Kooperationen und Prozesse für einen leistungsfähigen und zukunftsfähigen Tourismus.

Tourismus ist eine Querschnittsaufgabe. Für eine wirksame Umsetzung der Strategie braucht es klare Zuständigkeiten, transparente Abläufe und verlässliche Kooperationen.

Die Rollen zwischen Stadt, BFG und weiteren Partnern sind zu schärfen und dauerhaft abzustimmen. Gleichzeitig ist die Einbindung in regionale Strukturen aktiv zu nutzen.

Ziel ist eine handlungsfähige Organisationsstruktur mit klarer strategischer Verantwortung, effizienter Abstimmung und aktiver regionaler Vernetzung.

Die drei strategischen Ziele bilden gemeinsam den inhaltlichen Rahmen der weiteren Maßnahmenplanung. Sie greifen die zentralen Entwicklungsbedarfe aus Analyse und Beteiligungsprozess auf und übersetzen sie in klare Prioritäten für die kommenden Jahre.

Quantitative Ziele

Die quantitativen Ziele definieren messbare Orientierungswerte für Nachfrage, Aufenthaltsdauer, Buchbarkeit und Reichweite. Sie ermöglichen ein systematisches Monitoring der Umsetzung.

Die ausgewählten Indikatoren sind bewusst niederschwellig formuliert und stützen sich auf bereits verfügbare Datenquellen (amtliche Statistik, eigene Auswertungen, digitale Kennzahlen), sodass sie ohne zusätzliche Marktforschung erhoben werden können und dennoch eine erste belastbare Grundlage für ein schrittweise aufzubauendes Monitoring bieten.

zu Ziel 1 | Bernburg (Saale) stärkt seine räumlichen und erlebnisorientierten Qualitäten:

- Steigerung des Anteils **freizeittouristischer Übernachtungen**: +20 % Übernachtungen im Leisuresegment innerhalb von 3 Jahren
 - Stand 2025: 90.425 Übernachtungen mit einem nicht quantifizierten Anteil von Geschäftsreisen
 - Hinweis zur Datenerhebung: Gesamtzahl der Übernachtungen verfügbar im Statistischen Bericht „Tourismus, Gastgewerbe“ des Statistischen Landesamtes. Seitens der Stadt bzw. der BFG kann bei einer Auswahl von Hotels der konkrete Leisure- und Geschäftsreisen-Anteil erfragt werden, der dann als detaillierter Referenzwert dient.
- Steigerung der **durchschnittlichen Aufenthaltsdauer** auf 2,2 Tage in 3 Jahren
 - Stand 2025: 1,9 Tage
 - Hinweis zur Datenerhebung: Aufenthaltsdauer verfügbar im Statistischen Bericht „Tourismus, Gastgewerbe“ des Statistischen Landesamtes.
- **Steigerung der Besucherfrequenz** um 15 % an definierten Schlüsselorten innerhalb von 3 Jahren
 - Stand 2024: 142.599 Besucher als Summe der Besucherzahlen von Tiergarten, Fähre, Museum und Parkeisenbahn
 - Hinweis zur Datenerhebung: Die Besucherzahlen werden von der BFG erhoben.
- Weitere mögliche Indikatoren: Nutzung rad- und wassertouristischer Angebote über Auswertung der Radzählstelle am Saaleradweg und Vermietungen von Fundaboat.

zu Ziel 2: Bernburg (Saale) schärft sein touristisches Profil und erreicht seine Zielgruppen durch klare Themen, hochwertige Angebote und professionelle Kommunikation.

- Verdopplung der **Social-Media-Reichweite** innerhalb von 2 Jahren
 - Stand 03/2025: Facebook „Bernburger Freizeit GmbH“ mit 2.734 Followern, Instagram „bernburgerfreizeitgmbh“ mit 1.371 Followern, Facebook „Bernburg erleben“ mit 2.832 Followern, Instagram „bernburg_erleben“ mit 1.876 Followern
 - Hinweis zur Datenerhebung: Follower-Anzahl auf den Profilen öffentlich einsehbar.
- Steigerung der **gebuchten Erlebnisse** (+20 %) innerhalb von 3 Jahren

- Stand 2024: 131 Gästeführungen inkl. 37 öffentliche Stadtführungen, 10.987 Gäste auf der MS Saalefee
- Hinweis zur Datenerhebung: Die Buchungszahlen werden von der BFG erhoben. Wünschenswert wäre die Einbeziehung der gebuchten Tages- und Wochenendprogramme.

zu Ziel 3: Bernburg (Saale) verbessert seine organisatorischen Strukturen, Kooperationen und Prozesse für einen leistungsfähigen und zukunftsfähigen Tourismus.

- Mindestens zwei **strukturierte Austauschformate** (Tourismus-Workshops oder Netzwerktreffen) pro Jahr mit mindestens je 20 aktiven Akteuren, Inhalte: Jahresplanungen der BFG und der Anbieter, städtische Planungen mit touristischem Bezug, Umsetzungsstand Tourismuskonzept, Kooperationsmöglichkeiten
 - Stand 2024: Austauschrunden mit Beherbergungsbetrieben und Gästeführern
- ein jährlicher **Marketing- und Maßnahmenplan** mit Budget- und Erfolgskontrolle, für touristische Anbieter mit Anschlussmöglichkeiten zur Verfügung gestellt
 - Stand 2024: Marketingplan auf lokaler Ebene, situative Ansprache der Anbieter
- Hinweis zur Datenerhebung: Qualifizierungsangebote pro Jahr für Anbieter im Bereich Digitalisierung, Nachhaltigkeit und Qualität sind weitere mögliche Indikatoren.

Die Fortschritte bei der qualitativen und quantitativen Zielerreichung können in den Netzwerktreffen bewertet und weitere Indikatoren festgelegt werden.

4.3 Profilhemen für Bernburg (Saale)

Bernburg (Saale) verfügt über eine breite Themenvielfalt, Vielfalt allein ersetzt jedoch keine Profilierung. Ohne klare Schwerpunktsetzung bleibt das touristische Bild für den Gast unscharf. Profilhemen schaffen Konzentration. Sie bilden die Grundlage für Positionierung, Produktentwicklung und Marketing. Sie helfen, Angebote zu bündeln, Geschichten zu erzählen und Zielgruppen gezielt anzusprechen.

Gleichzeitig bedeutet Profilierung nicht, dass andere Themen entfallen. Bestehende Angebote bleiben Bestandteil des Gesamtportfolios. Die Profilhemen setzen jedoch die kommunikative und strategische Priorität. Sie geben die Richtung vor, in die investiert, entwickelt und vermarktet wird.

Drei Säulen des touristischen Profils

Auf Basis der Analyse sowie der strategischen Diskussionen ergeben sich die drei folgenden Profilhemen:

Abb. 8 Touristische Profilhemen



© BTE 2026

Diese drei Säulen greifen die identifizierten Stärken Bernburgs auf: Kultur und Geschichte, Saale und Wasser, Radfahren sowie familienorientierte Angebote. Wichtig dabei: Die Profilhemen stellen keine Marketing-Slogans dar. Sie sind inhaltliche Entwicklungsschwerpunkte, auf deren Basis prägnante Botschaften für externe Zielgruppen formuliert werden können.

a I Profilhema „Kulturstadt mit der Krone Anhalts“

Das Schloss als „Krone Anhalts“ bildet den identitätsstiftenden Mittelpunkt. Schloss, Kloster, Kirchen, Museum, Theater und weitere Kulturangebote machen Geschichte und Charakter der Stadt erlebbar.

Angebote und Points of Interest in diesem Profilhema sind:

Schloss mit Eulenspiegelturm, Museum, Schlossbezirk (Schlosskirche St. Aegidien, Rathaus mit Blumen-Uhr, Gymnasium Carolinum, Kunsthalle, Kabarettarchiv), Carl-Maria-von-Weber-Theater, Talstadt mit Kloster, Altem Markt und Flutbrücke, Bühnen für Kleinkunst- und Kulturformate, Capitol-Filmtheater, historischer Rundgang / Stadtführungen, Waldau (Straße der Romanik) und Zickzackhausen (Bauhaus), Ausstellung Luftfahrtgeschichte in Strenzfeld, Schloss Biendorf, Veranstaltungen, Aktionstage der „Salzigen Tour“, Gedenkstätte für Opfer der NS-„Euthanasie“, Ackerbürgerhäuser, Denkmäler und weitere Orte der Stadtgeschichte

Bernburg (Saale) knüpft damit unmittelbar an das Landesmarketing der Investitions- und Marketinggesellschaft an, das Sachsen-Anhalt als modernes Kulturreiseland positioniert. Das Profilhema zählt insbesondere auf folgende zwei Landesmotive ein: „Weltkultur und Geschichte an Originalschauplätzen erleben“ sowie „Orte im Wandel der Zeit“ entdecken.

Auch innerhalb der WelterbeRegion Anhalt-Dessau-Wittenberg ist dieses Thema anschlussfähig. Zwar verfügt Bernburg (Saale) selbst über kein UNESCO-Welterbe, ist jedoch in die WelterbeRegion eingebunden und kann von der Strahlkraft der Themen Luther, Bauhaus und Gartenreich profitieren. Gleichzeitig eröffnet die Neuausrichtung „Anhalt“

sowie das Thema Industriekultur/Strukturwandel Anknüpfungspunkte, die Bernburg (Saale) als historische Residenz- und Industriestadt eigenständig interpretieren kann.

b | ProfiltHEMA „Aktiv am Fluss und in der Natur“

Die Saale prägt Stadtbild und Landschaft. Rad- und Wassertourismus, Fahrgastschifffahrt, Bootsverleih sowie die Lage am Saaleradweg und Europaradweg R1 bieten eine klare Grundlage für ein aktivtouristisches Profil.

Dieses ProfiltHEMA passt unmittelbar zum Landesmotiv „Aktiv sein in malerischer Naturkulisse“. Auch auf Ebene der WelterbeRegion bestehen klare Schnittstellen, insbesondere zu Wasser- und Radtourismus.

Angebote und Points of Interest in diesem ProfiltHEMA sind:

Fernradwege (R1, Saaleradweg), Saale mit MS Saalefee, E-Fähre, Hausboot- und Kanuverleih, Wassersport-Events und Wasserwandern, Naturpark „Unteres Saaletal“ mit Wanderungen und Lehrpfad, Übernachten am und auf dem Wasser (Campingplatz, Hausboote), Parks und Aussichtspunkte (Alte Bibel, Krumbholz mit Kesslerturm, Kurpark, Rosenhag, Strenzfeld), Gletschergarten, Lutherweg, perspektivisch auch: Rund- und Spazierwege, Picknick- und Rastplätze, Naturbeobachtung und Weinberg

Bernburg (Saale) kann hier als Saale-Standort mit urbanem Bezug positioniert werden: Naturerlebnis und Stadterlebnis auf kurzen Wegen, mit gegenseitigen Ausblicken bzw. Sichtachsen und als Ausgangspunkt für radbezogene Ausflugsaktivitäten in die Umgebung des Naturparks und in die Ortsteile.

c | Familienfreundliche „Freizeit- und Erlebnisstadt“

Die vorhandenen Freizeitangebote bilden ein starkes Fundament im Familiensegment.

Angebote und Points of Interest in diesem ProfiltHEMA sind:

Tiergarten, Parkeisenbahn Märchengarten, Schwimmbad und Freibad, Bowling- und Kegelcenter; Geocaching-, Wandertags- und Projekttagsangebote von BFG und Naturpark, Spiel- und Bewegungsangebote ((z. B. Skateanlage, Calisthenics, Spielplätze), Bernburg (Saale) als Filmdreh-Standort mit digitaler Erfahrung per App, perspektivisch auch: (digitale) Stadt- und Naturparkführungen für Familien

sowie familienfreundliche Angebote aus den anderen ProfiltHEMEN, insbesondere Museum und Eulenspiegelturm, wassergebundene Angebote, Parks und Aussichtspunkte, Veranstaltungen.

Dieses ProfiltHEMA ergänzt die kulturelle und aktivtouristische Ausrichtung und stärkt die Ansprache von Tages- und Kurzurlaubsgästen. Es passt sowohl zu den Landesmotiven (Kultur und Natur erlebbar machen) als auch zu den Zielgruppenfamilien im Marketing der WelterbeRegion, für die das gebündelte familienfreundliche Freizeitangebot Bernburgs eine besonders hohe Bedeutung aufweist.

Begründung der Wahl der Profilt Themen

Aus gutachterlicher Sicht sprechen drei zentrale Argumente für diese Profilt Themen:

- **Stärkenorientierung:** Die Themen bauen auf vorhandenen, qualitativ gut bewerteten Angeboten auf. Es werden keine künstlichen Schwerpunkte gesetzt, sondern bestehende Potenziale gebündelt.
- **Markt- und Landesanschlussfähigkeit:** Die Profilt Themen sind kompatibel mit dem Landesmarketing sowie mit den strategischen Ausrichtungen der WelterbeRegion. Dadurch erhöht sich die Reichweite, ohne dass Bernburg (Saale) seine Eigenständigkeit aufgibt.
- **Kombinierbarkeit und Aufenthaltsverlängerung:** Kultur, Fluss/Natur und Familienangebote lassen sich miteinander verknüpfen. Genau diese Kombination bietet die Chance, die bislang kurze Aufenthaltsdauer zu erhöhen und mehr buchbare Erlebnisse zu schaffen.

Die drei Profilt Themen bilden damit einen klaren, realistischen und anschlussfähigen Rahmen für die weitere Produktentwicklung und Zielgruppenansprache.

4.4 Zielgruppen

Profilt Themen definieren, wofür Bernburg (Saale) steht. Zielgruppen definieren, für wen diese Themen entwickelt, aufbereitet und vermarktet werden.

Ohne klare Zielgruppen bleibt Kommunikation allgemein, Angebote bleiben zufällig kombiniert und Investitionen verlieren an Wirkung. Zielgruppen schaffen Fokus in Produktentwicklung, Marketing und Infrastruktur.

Bestandszielgruppen und räumliche Herkunft

Bernburg (Saale) spricht bereits heute ein breites Spektrum an Zielgruppen an, die sich grob in 3 Segmente einteilen lassen:

- **Freizeit- und Urlaubstourismus:** Städte- und Kulturreisende, Familien, Rad- und Wassertouristen, Wohnmobilisten
- **Organisierter Gruppen- und Bildungstourismus:** Schulklassen, Vereine, Busreisegruppen
- **Geschäfts- und Tagungstourismus:** Geschäftsreisende, Tagungen

Die Marktanalyse und Expertengespräche zeigen folgende Struktur der räumlichen Herkunft:

- **Internationaler Markt**
 - Camping stark international geprägt (insbesondere Niederlande, Skandinavien)
 - Wassertourismus überwiegend deutsch (ca. 85 %), ergänzend Schweiz, Österreich, Dänemark, Frankreich und Luxemburg

- Übernachtungen in gewerblichen Betrieben mit überdurchschnittlichem Auslandsanteil (14 %) im Landesvergleich (6,5 %)
- Herkunft ausländischer Übernachtungsgäste in der WelterbeRegion insbesondere aus Polen, Niederlande, Schweden, USA, Dänemark und Österreich
- Bundesdeutscher Markt
 - Wichtigste Herkunftsmärkte Sachsen-Anhalts 2024 im Übernachtungssegment waren Sachsen-Anhalt (13 %), Niedersachsen (13 %) und Sachsen (11 %), bei den Tagesreisen ebenso mit einem Fokus auf Sachsen-Anhalt (57%)³
 - Gruppenreisen mit Schwerpunkt Berlin, Thüringen, Sachsen, Brandenburg
 - Geschäftsreisende dominieren unter der Woche (60–95 % der Business-Hotelgäste)
- Regionaler Markt
 - Tiergarten mit stark regionalem Einzugsgebiet (in 2024 ca. 70 % aus Sachsen-Anhalt)

Insgesamt zeigt sich eine breit gefächerte Nachfragebasis mit starker regionaler und geschäftsreisegeprägter Komponente sowie erkennbaren Potenzialen im freizeittouristischen Übernachtungsmarkt.

Strategische Zielgruppen

Bernburg (Saale) ist Teil der WelterbeRegion Anhalt-Dessau-Wittenberg. Für die Region wurden auf Basis umfassender Marktforschung zwei Zielgruppen identifiziert, die mit Personas unterlegt wurden. Personas sind verdichtete, exemplarische Vertreter einer Zielgruppe. Sie machen Zielgruppen greifbar und helfen, Angebote konsequent aus Gästeperspektive zu entwickeln.

- Zielgruppe der Adaptiv-Pragmatischen Mitte mit der Persona „Die Familien-Franzi“
- Zielgruppe der Postmateriellen mit der Persona „Der kulturinteressierte Martin“

Aus strategischer Sicht ist es sinnvoll, diese Zielgruppen zu übernehmen, da sie auf fundierter Marktforschung basieren, regional abgestimmt und überregional anschlussfähig sind sowie eine klare Einbindung Bernburgs in das Marketing der WelterbeRegion ermöglichen.

³ Quelle: YouGov DestinationMonitor 2024

Charakteristika der Persona „Familien-Franzi“

Familien-Franzi ■ 35 Jahre alt ■ verheiratet ■ lebt in Bautzen ■ jüngere Kinder	 © KI-generiert mit Gemini
Charakteristika von „Familien-Franzi“	Familienurlauberin, die ein breites, gut strukturiertes Angebot schätzt ■ hohe Familienorientierung ■ sucht gemeinsame Erlebnisse, Abwechslung und Spaß ■ preisbewusst, aber qualitätsorientiert im Gesamtpaket ■ komfort- und praxisorientiert ■ bevorzugt klare Informationen und fertig geschnürte Angebote ■ legt Wert auf unkomplizierte Abläufe
Passende Profilthemen und -räume	■ Freizeit- und Erlebnisstadt auf der Tiergartenseite / im Krumbholz und im Schloss ■ Kulturstadt vor allem mit Events ■ Aktiv am Fluss und in der Natur (kurze, familieneignete Angebote) am Saaleufer und im Naturpark
Konsequenzen für Produkt- und Infrastrukturentwicklung	■ Familienführungen im Schloss und in der Stadt ■ kindgerechte Entdeckertouren im Naturpark ■ kurze, sichere Rad- und Spazierstrecken ■ familienfreundliche Gastronomieangebote ■ Kombi-Tickets und Familien-Packages ■ gut auffindbare, zentrale Online-Information ■ Serviceangebote für Komfort (Toiletten, Sitzgelegenheiten, Wickelmöglichkeiten)

Quellenangabe zu Soziodemografie und Charakteristika: Strategie- und Marketingkonzept Welterberegion Anhalt-Dessau-Wittenberg 2021

Charakteristika der Persona „Der kulturinteressierte Martin“

Kulturinteressierter Martin ■ > 50 Jahre alt ■ verheiratet ■ lebt bei Stuttgart ■ erwachsene Kinder	 © KI-generiert mit Gemini
Charakteristika vom „kulturinteressierten Martin“	Will entdecken und neue Anregungen einholen, sucht Ruhe, Erholung und Freiheit in der Natur. ■ hoher Qualitätsanspruch; bereit, für authentisches Ambiente und guten Service mehr zu bezahlen ■ umwelt- und nachhaltigkeitsbewusst ■ interessiert an Geschichte, Bildung, kultureller Tiefe ■ sucht sinnstiftende Angebote mit Substanz ■ nutzt besondere Kulturformate (z. B. Abendführungen, Konzerte) ■ kombiniert Kultur mit Naturerlebnis und individueller Erkundung
Passende Profilt Themen und -räume	■ Kulturstadt mit Schlossbezirk und Talstadt ■ Aktiv am Fluss und in der Natur am Saaleufer
Konsequenzen für Produkt- und Infrastrukturentwicklung	■ hochwertige Rad- und Kulturangebote (Kulturevents, Musik) ■ thematische Routen und Rundgänge (Residenzgeschichte, Askanier, verknüpft mit Kulinarik) ■ Vertiefungsangebote und Hintergrundinformationen zur Kulturgeschichte ■ Kombinationsangebote in der Region (z. B. Bauhaus Dessau, Anhalt-Orte) ■ Kanu- und Naturangebote im Naturpark ■ qualitätsorientierte Gastronomie- und Unterkunftsempfehlungen ■ mehrsprachige Informationen und digitale Buchbarkeit

Quellenangabe zu Soziodemografie und Charakteristika: Strategie- und Marketingkonzept Welterberegion Anhalt-Dessau-Wittenberg 2021

„Kulturinteressierter Martin“ mit stärkerem wirtschaftlichem Hebel

Im Beteiligungsprozess wurde deutlich, dass die Persona „Familien-Franzi“ nicht nur klassische Familien mit Kindern umfasst, sondern ebenso aktive Gäste, die Angebote wie Paddeln, Radfahren oder weitere Freizeitaktivitäten auf / an der Saale nutzen. Diese

Zielgruppe ist in Bernburg (Saale) bereits gut vertreten und prägt die aktuelle touristische Nachfrage spürbar.

Für die Persona „kulturinteressierter Martin“ wird dagegen ein höheres Entwicklungspotenzial gesehen. Insbesondere im Kontext des kulturellen Angebots und einer stärkeren Profilierung als Kulturstadt bestehen Chancen, zusätzliche Nachfrage zu generieren, die Aufenthaltsdauer zu erhöhen und höhere Wertschöpfung auch durch die Nutzung der Nebensaison zu generieren.

Strategische Ableitungen für Angebotsentwicklung und Kommunikation

Die Zielgruppenstrategie bedeutet:

- Konzentration auf Kultur- und Familienorientierung mit Aktivbezug
- stärkere Verknüpfung von Kultur, Natur und Erlebnis
- Entwicklung buchbarer, kombinierbarer Angebote
- Professionalisierung der Kommunikation entlang klarer Zielgruppenbedürfnisse

Gleichzeitig bleiben Geschäftsreisende, Gruppen und regionale Tagesgäste wichtige Bestandteile der Nachfrage. Die strategische Weiterentwicklung richtet sich jedoch prioritär auf jene Zielgruppen, die Aufenthaltsdauer, Wertschöpfung und Profilbildung stärken.

Bernburg (Saale) entwickelt sich damit vom breiten Angebotsstandort hin zu einer klar positionierten Kultur- und Saalestadt mit Fokus auf qualitätsorientierte Kulturreisende und familienorientierte Aktivgäste.

5 Handlungsfelder und Maßnahmenprogramm

5.1 Handlungsfelder

Die im strategischen Rahmen definierten Ziele, Profilt Themen und Zielgruppen bilden den verbindlichen Orientierungsrahmen für die touristische Entwicklung Bernburgs. Sie strukturieren die nachfolgenden Handlungsfelder und bilden die Grundlage für das Maßnahmenprogramm.

Die Umsetzung der Ziele erfolgt über **vier strategische Handlungsfelder**. Sie bündeln die zentralen Entwicklungsaufgaben der kommenden Jahre und leiten konkrete Maßnahmen und Leitprojekte ab. Die Handlungsfelder sind eng miteinander verknüpft und bauen teilweise aufeinander auf. Grundlage sind die Analyse, die Zukunfts- sowie die Maßnahmenwerkstatt, in denen Ansätze gespiegelt, geschärft und priorisiert wurden.

Abb. 9 Übersicht der Handlungsfelder



© BTE 2026

Neben den strategischen Handlungsfeldern, die die Inhalte strukturieren, gelten für alle Maßnahmen **übergreifende Querschnittsprinzipien**. Sie definieren den qualitativen Anspruch an Planung und Umsetzung und sind in sämtlichen Handlungsfeldern verbindlich zu berücksichtigen.

- **Nachhaltig handeln:** Touristische Entwicklung in Bernburg (Saale) erfolgt ressourcenschonend und langfristig tragfähig, insbesondere im sensiblen Natur- und Flussraum der Saale. Nachhaltigkeit wird dabei nicht nur praktiziert, sondern künftig auch sichtbar kommuniziert und, wo sinnvoll, durch anerkannte Zertifizierungen gestärkt.

- **Barrierefrei denken:** Barrierefreiheit wird bei Infrastruktur, Angeboten und Information konsequent mitgedacht, um möglichst vielen Gästen eine selbstbestimmte Nutzung zu ermöglichen. Die bereits geprüften Angebote bilden dafür eine solide Grundlage, die weiterentwickelt und wieder in ein klar erkennbares Gesamtprofil überführt werden soll.
- **Qualität sichern:** Bernburg (Saale) verfügt über eine insgesamt hohe Gästezufriedenheit, deren Niveau gesichert und systematisch weiterentwickelt werden soll. Verlässliche Servicequalität, klare Information und professionelle Umsetzung sind zentrale Voraussetzungen für eine stärkere touristische Wertschöpfung.
- **Erlebnisorientiert entwickeln:** Räume, Themen und Angebote werden so gestaltet und verknüpft, dass sie als stimmiges Gesamterlebnis wahrgenommen werden und längere Aufenthalte fördern. Ziel ist es, die vorhandenen Stärken stärker miteinander zu verbinden und emotional erlebbar zu machen.

Damit bilden die Querschnittsprinzipien den gemeinsamen Maßstab für die touristische Weiterentwicklung Bernburgs und sichern eine konsistente, zukunftsfähige Umsetzung der Strategie.

5.2 Zentrale Erfordernisse in den Handlungsfeldern

1 | Handlungsfeld Organisation: Organisation, Kooperation & Struktur stärken

Tourismus ist eine Querschnittsaufgabe, die nur mit klaren Zuständigkeiten, verbindlicher Abstimmung und aktiver regionaler Einbindung wirksam gesteuert werden kann. Die Analyse zeigt Unklarheiten in der Aufgabenverteilung sowie eine zersplitterte Struktur im Marketing und in der Kooperation. Daraus ergeben sich folgende zentrale Handlungserfordernisse:

- **Klärung und Bündelung der Zuständigkeiten**, indem die Aufgaben zwischen Stadt, BFG und weiteren Akteuren klar definiert, verbindlich abgegrenzt und dauerhaft abgestimmt werden – insbesondere in der Differenzierung von Tourismus- und Stadtmarketingaufgaben sowie in der Festlegung der strategischen Verantwortung für Profilentwicklung, Vermarktung und Angebotssteuerung
- **Aufbau verbindlicher Austauschformate**, insbesondere einer regelmäßigen Tourismusrunde, um Anbieter, Verwaltung und weitere Akteure kontinuierlich einzubinden.
- **Strategische Einbindung in die WelterbeRegion**, um Synergien im Marketing zu nutzen, Angebote abzustimmen und die regionale Sichtbarkeit zu erhöhen.

Ziel ist eine leistungsfähige, abgestimmte Struktur, die Umsetzung ermöglicht und Profilbildung dauerhaft sichert.

2 | Handlungsfeld Angebote: Kultur- und Freizeitangebote stärken & verknüpfen

Die Analyse zeigt kein Defizit an Themen, sondern vor allem Defizite in Verknüpfung und Profilierung der bestehenden Angebote. Kultur, Saale, Freizeit und Natur sollen stärker

als zusammenhängendes Erlebnis wahrgenommen werden. Daraus ergeben sich folgende zentrale Handlungserfordernisse:

- **Produktentwicklung in den Profilt Themen**, insbesondere in den Bereichen Kultur, Aktiv und familienorientierte Freizeitangebote.
- **Angebotsverknüpfung in der Stadt und mit dem Umland**, um Kultur-, Natur- und Wassererlebnisse stärker miteinander zu kombinieren.
- **Förderung individueller Entdeckungen**, etwa durch thematische Rundgänge, digitale Führungen oder eigenständig erlebbare Angebote.

Ziel ist ein klar strukturiertes, profilprägendes und miteinander vernetztes Angebot, das Aufenthaltsdauer und touristische Wertschöpfung steigert.

3 | Handlungsfeld Infrastruktur: Aufenthaltsräume, Wege & Saaleerlebnis entwickeln

Bernburg (Saale) verfügt über attraktive Räume wie Schloss, Altstadt und Saale, doch bestehen Defizite in der Verknüpfung, Inszenierung und Orientierung. Die räumlichen Qualitäten sollen stärker erlebbar gemacht und funktional aufgewertet werden. Daraus ergeben sich folgende zentrale Handlungserfordernisse:

- **Belebung von Schlüsselarealen**, insbesondere im Bereich Schlossumfeld, Töpferwiese und Saaleufer, um profilprägende Räume gezielt zu entwickeln.
- **Verbesserung der innerstädtischen Verknüpfung**, um Berg- und Talstadt sowie Innenstadt und Fluss besser miteinander zu verbinden.
- **Modernisierung der Service- und Informationssysteme**, einschließlich Wegweisung, Radinfrastruktur und Willkommenssituation am Bahnhof.

Ziel ist eine hohe Aufenthaltsqualität durch attraktive, gut verbundene und klar lesbare Stadträume, die die besonderen Qualitäten Bernburgs sichtbar machen.

4 | Handlungsfeld Marketing: Marketing, Kommunikation & digitale Sichtbarkeit verbessern

Bernburg (Saale) fehlt bislang eine klare touristische Botschaft, eine abgestimmte Zielgruppenansprache und eine gebündelte digitale Präsenz. Um im Wettbewerb wahrgenommen zu werden, braucht es eine klare Positionierung und eine konsistente digitale Kommunikation. Daraus ergeben sich folgende zentrale Handlungserfordernisse:

- **Strategische Positionierung**, um Profilt Themen, Alleinstellungsmerkmale und Kernbotschaften verbindlich zu definieren.
- **Zielgruppenansprache und Content**, um die definierten Personas gezielt mit passenden Inhalten, Bildwelten und Geschichten anzusprechen.
- **Digitale Sichtbarkeit und Buchbarkeit**, um einen zentralen Webauftritt, klare Informationsstrukturen im Open-Data-Bereich und verbesserte Online-Buchungsoptionen zu etablieren.

Ziel ist ein klar profiliertes, digital sichtbares und zielgruppenorientiertes Marketing, das Bernburg (Saale) als familienfreundliche Kultur- und Saalestadt erkennbar positioniert.

6 Leitprojekte

Für die operative Umsetzung der strategischen Handlungsfelder ist eine klare Struktur der anstehenden Schritte erforderlich. Angesichts begrenzter personeller und finanzieller Ressourcen sowie unterschiedlicher Prioritäten können nicht alle Vorhaben gleichzeitig realisiert werden.

Daher wird innerhalb der strategischen Handlungsfelder unterschieden zwischen

- **Leitprojekten** mit hoher strategischer Bedeutung und Signalwirkung sowie
- **weiteren Maßnahmen**, die die Entwicklung ergänzen und schrittweise umgesetzt werden (siehe Kap. 7).

Leitprojekte sind Maßnahmen von herausragender Bedeutung. Sie tragen in besonderem Maße zur Zielerreichung und Umsetzung der Strategie bei und treiben die Entwicklung maßgeblich voran. Teilweise besitzen sie eine Schlüsselfunktion, d.h. von ihrer Umsetzung profitieren viele weitere Projekte bzw. sind diese davon abhängig.

Abb. 10 Übersicht der strategischen Handlungsfelder mit ihren Leitprojekten

Nr.	Bezeichnung
Handlungsfeld Organisation: Organisation, Kooperation & Struktur stärken	
1	Touristische Steuerungs- und Umsetzungsstruktur verbindlich aufstellen
Handlungsfeld Angebote: Kultur- und Freizeitangebote stärken & verknüpfen	
2	Leitprodukte der familienfreundlichen Kultur- und Saalestadt entwickeln
3	Radfreundliches Bernburg konsequent ausbauen
Handlungsfeld Infrastruktur: Aufenthaltsräume, Wege & Saaleerlebnis entwickeln	
4	Erlebnisraum Saaleufer und Töpferwiese entwickeln
5	Schloss als touristischen Anker stärken und besser zugänglich machen
6	Neugestaltung des Saalplatzes
Handlungsfeld Marketing: Marketing, Kommunikation & digitale Sichtbarkeit verbessern	
7	Touristische Marke und Positionierung entwickeln und umsetzen
8	Digitalen Gesamtauftritt und Buchbarkeit professionalisieren

6.1 Leitprojekt im Handlungsfeld „Organisation, Kooperation & Struktur stärken“

6.1.1 Leitprojekt 1: Touristische Steuerungs- und Umsetzungsstruktur verbindlich aufstellen

Ausgangssituation und Handlungsbedarf

Die Analyse zeigt, dass die Aufgabenteilung im Tourismus auf lokaler Ebene innerstädtisch nicht klar abgegrenzt ist. Neben mehreren Fachämtern (Amt für Kultur, Amt für Wirtschaftsförderung, Planungsamt und weitere) sind insbesondere das Stadtmarketing und die BFG mit touristischen Aufgaben betraut.

- Das **Stadtmarketing** versteht sich als Schnittstelle zwischen Stadt und Tourismus und verbindet Innenstadtmarketing, Handel und touristische Themen. Zu seinen Aufgaben zählen u.a. die Organisation von Großveranstaltungen wie Sachsen-Anhalt-Tag oder Stadtfest, die touristische Objektbeschilderung, die Planung des Historischen Stadtrundgangs sowie die Vermarktung des Schlosshofes für Veranstaltungen.
- Die **BFG** ist als städtische Gesellschaft mit dem Betrieb von Sport-, Freizeit- und Kultureinrichtungen betraut und übernimmt dabei auch die Rolle als Verpächter. Darüber hinaus verantwortet sie die gezielte Vermarktung ihrer Einrichtungen, betreibt die Tourist-Information mit Ticket- und Souvenirverkauf, nimmt an Messen teil, erstellt touristische Publikationen, entwickelt Paketangebote für Gäste und organisiert thematische Veranstaltungen sowie Öffentlichkeitsarbeit.
- **Beide Institutionen** pflegen den Kontakt zu touristischen Leistungsträgern, sind in touristischen Dachmarken und im Regionalverband vertreten und wirken gemeinsam an der Erstellung des Tourismusführers mit.
- Ergänzend unterstützt insbesondere das Schul-, Kultur- und Sportamt die Organisation und Durchführung des Weinmarktes und verantwortet den städtischen Veranstaltungskalender.
- Das **Planungsamt** wiederum ist mit Anforderungen konfrontiert, die sich aus touristischer Nutzung und übergeordneten Vorgaben ergeben. Dies betrifft unter anderem Abstimmungen mit dem Landkreis zu Flächen- und Nutzungsfragen in touristisch sensiblen Bereichen wie Gröna oder Neuborna, in denen Belange von Tourismus, Naturschutz und kommunaler Entwicklung zusammenzuführen sind.
- Das Amt 80 mit den Bereichen **Liegenschaften, Stadterneuerung/-entwicklung und Wirtschaftsförderung** akquiriert Fördermittel und setzt unter anderem Maßnahmen zur Objektbeschilderung um.

Insgesamt bestehen damit funktionierende Strukturen und vielfältige Aktivitäten. Gleichzeitig führen parallele Zuständigkeiten, überlappende Aufgabenbereiche und fehlende verbindliche Abstimmungsstrukturen zu Unklarheiten in der strategischen Steuerung und Außendarstellung, was bereits als Schwäche identifiziert wurde.

Tourismus ist damit Querschnittsaufgabe, ohne eindeutig definierte Aufgabenverteilung und strategische Verantwortlichkeiten.

Nach dem landesweiten 3-Ebenen-Modell übernimmt die lokale Ebene die zentrale Rolle im direkten Gästekontakt, im Besuchermanagement sowie in der Angebots- und Qualitätsentwicklung. Die Landesebene im Tourismus steckt den Rahmen ab und die regionalen Reisegebiete sind für die Wahrnehmung und Positionierung am Markt zuständig. Speziell sind folgende Aufgaben auf der lokalen Ebene vorgesehen:

Aufgabe	Hinweis / Beispiel	Zuständigkeit*
Federführung auf lokaler Ebene		
Vertrieb und Vertriebsunterstützung	für alle angeschlossenen Anbieter	BFG
Gäste- und Besuchermanagement	Tourist-Information, Besucherlenkung	BFG und für Besucherlenkung/Leitsysteme: Stadt
Angebots- und Produktentwicklung	Angebotsentwicklung mit Betrieben, in lokalen und interkommunalen Netzwerken	BFG
Informierendes Marketing und Binnenkommunikation	Fokus auf Erlebnis vor Ort und Kundenbindung: z.B. Website, Social Media, Tourismusführer, Event-/Veranstaltungsmarketing, Contenterstellung, Austausch vor Ort	BFG und für Eventmarketing Stadt
Aktive Mitgestaltung (in Kooperation mit regionaler Ebene)		
Aktivierendes Marketing	Inspiration: Zuarbeit für überregionales Marketing (Messen, Kampagnen...)	BFG
Infrastruktur- & Mobilitätsmanagement	mit Landkreis und Schutzgebieten	Stadt
Strategie, Marke und Strukturentwicklung, Marktforschung	Übersetzung Landes- und regionaler Vorgaben, Umsetzung lokaler Strategie, Datenzulieferung	BFG
Qualitätsmanagement & Zertifizierung	Zuarbeit regionales Qualitätsmanagement, ggf. eigene Nachhaltigkeits-Zertifizierung	BFG
Zulieferung / Beteiligung		
Digitalisierung & Datenmanagement	aktive und kontinuierliche Einpflege lokaler Daten in die Datenbank SAI NT	zu klären
Netzwerk-, Wissens- & Kooperationsmanagement	Austausch auf lokaler Ebene und Vertretung in regionaler Ebene	BFG
Tourismusbewusstsein	Lobby, Beteiligung regionales Tourismus-Bewusstsein und -akzeptanz sowie Arbeits-/Fachkräfte	Stadt

Aufgabenmatrix: Vergleiche Konzeptgutachten Strukturentwicklungsprozess Tourismus Sachsen-Anhalt (project M, 2023) * Die Zuständigkeit stellt eine erste Einordnung von BTE ohne vertieftes Organisations-Gutachten dar; die endgültigen Zuständigkeiten und ggf. Differenzierungen innerhalb des Aufgabenbereichs sind im Rahmen der Maßnahme zu bestimmen.

Betrachtet man die BFG als lokale Tourismusorganisation mit wesentlicher Verantwortung für strategische und operative Tourismusarbeit, so entfällt der Großteil der Aufgaben auf die Gesellschaft. Ihre Rolle und ihr Aufgabenprofil sind jedoch im Verhältnis zu Stadtmarketing und Verwaltung zu schärfen.

Austauschrunden mit Hoteliers und Gästeführern sind bereits etabliert, die Tourist-Information der BFG steht zudem für Anliegen der touristischen Akteure jederzeit zur Verfügung und die BFG ist Ansprechpartnerin für ihre Pächter. Es fehlt jedoch bislang ein verbindliches, regelmäßig tagendes Austauschformat, das die verschiedenen touristischen Akteure zusammenführt, Transparenz über Aktivitäten und Planungen schafft und die Umsetzung des Tourismuskonzeptes begleitet.

Beschreibung des Leitprojekts

Ziel des Leitprojektes ist die klare Definition, Bündelung und Stärkung der touristischen Aufgaben auf lokaler Ebene.

Die BFG wird als zentrale Tourismusorganisation für Bernburg (Saale) positioniert. Sie steuert das touristische Tagesgeschäft, verantwortet Service am Gast, Produkt- und Qualitätsentwicklung und arbeitet eng mit der WelterbeRegion sowie weiteren regionalen Partnern zusammen.

Das Stadtmarketing konzentriert sich auf das gesamtstädtische Image, Innenstadt- und Veranstaltungsmarketing. Schnittstellen – insbesondere bei Veranstaltungen, Publikationen und Anbieteransprache – werden verbindlich geregelt.

Zugleich wird ein verbindliches Umsetzungsmanagement für das Tourismuskonzept eingerichtet, um Prioritäten, Ressourcen und Fortschritte transparent zu steuern. Mit der „Bernburger Tourismusrunde“ wird zudem ein dauerhaftes, strukturiertes Austausch- und Abstimmungsformat auf lokaler Ebene etabliert.

Stufenweise Umsetzung

1	Einrichtung eines Arbeitskreises Organisationsstruktur ■ kleiner, entscheidungsfähiger Kreis aus Verwaltungsspitze, BFG, Stadtmarketing ■ Ziel: Erarbeitung eines klaren Aufgaben- und Rollenmodells
2	Prüfung und Anpassung des Gesellschaftervertrages der BFG ■ Klärung: Vermarktung einzelner Einrichtungen oder des gesamtstädtischen Angebots ■ Verankerung der strategischen Weiterentwicklung des Tourismus als Aufgabe ■ Definition von Berichtspflichten und Zielvereinbarungen
3	Verbindliche Aufgabenverteilung ■ Abgrenzung der Rollen innerhalb der Stadtverwaltung bzgl. der Umsetzung des Tourismuskonzeptes ■ Abgrenzung Tourismusmarketing (außenorientiert) und Stadtmarketing (innen- und imageorientiert) ■ Zuordnung der Aufgaben (entsprechend Tabelle unter „Ausgangslage“)

4	Ableitung des Finanzbedarfs ■ Ressourcenprüfung entsprechend der definierten Aufgaben ■ transparente Mittelzuweisung im städtischen Haushalt
5	Klärung des Umsetzungsmanagements des Tourismuskonzeptes (als Lenkungsgruppe oder als einzelne Institution) ■ Aufgaben des Umsetzungsmanagements: ▪ Bildung einer Steuerungsgruppe „Umsetzung Tourismuskonzept“ (Klärung: Zusammensetzung, Moderation, Aufgaben, Vorgehensweise etc.) ▪ Beratung mit Akteuren zur weiteren Differenzierung, Priorisierung und Umsetzung der Maßnahmen; beginnend mit den Leitprojekten ▪ Begleitung und Impulsgebung zur Umsetzung der Maßnahmen ▪ regelmäßige Evaluierung und ggf. Anpassung des Konzeptes ▪ regelmäßige Information des Stadtrates über den Umsetzungsstand ▪ Einberufung der „Tourismusrunde Bernburg (Saale)“
6	Etablierung der „Bernburger Tourismusrunde“ ■ Festlegung von Ziel, Funktion, Zusammensetzung, Turnus und Organisation ▪ Funktion als fachliches Austausch- und Beteiligungsformat (Abgrenzung zu politischen Gremien / internen Verwaltungsrunden) ▪ Zusammensetzung aus BFG, Stadtmarketing, relevanten Fachämtern, touristischen Leistungsträgern, bei Bedarf regionalen Partnern (WelterbeRegion, TV Salzlandkreis, Urlaubsregion Mittelelbe, Landkreis, Straße der Romanik, Blaues Band) ▪ mindestens zwei Treffen pro Jahr (Empfehlung aus der Maßnahmenwerkstatt), Einladung und Moderation durch die BFG ■ empfohlene inhaltliche Ausrichtung der Treffen: ▪ Information über Umsetzungsstand des Tourismuskonzeptes ▪ Vorstellung geplanter Maßnahmen und Projekte aller Akteure ▪ Impulse zur Angebotsentwicklung ▪ Qualifizierungsmöglichkeiten für die touristischen Akteure (insbesondere Digitalisierung und Nachhaltigkeit) ▪ Abstimmung zu Marketingaktivitäten und Kampagnen sowie Beteiligungsmöglichkeiten ▪ Austausch zu Herausforderungen der Betriebe (z. B. Qualität, Digitalisierung, Fachkräfte) ▪ Impulse aus regionalen Vermarktungsstrukturen

Verantwortung, Priorität und Zeitrahmen

- Verantwortung: Stadt Bernburg (Saale) als Initiator der Schritte 1-2, dann das Umsetzungsmanagement als Hauptverantwortlicher
- Priorität: Hoch. Das Leitprojekt hat eine Schlüsselfunktion für die Koordination der Umsetzung des Tourismuskonzeptes und der gesamten Tourismusentwicklung.
- Zeitrahmen: Kurzfristig für Schritte 1 – 5 (innerhalb von 12 Monaten) und dauerhaft für Schritt 6

Weitere Maßnahmen des Handlungsfeldes sind in Kapitel 7 aufgeführt.

6.2 Leitprojekte im Handlungsfeld „Kultur- und Freizeitangebote stärken & verknüpfen“

6.2.1 Leitprojekt 2: Leitprodukte der familienfreundlichen Kultur- und Saalestadt entwickeln

Ausgangssituation und Handlungsbedarf

Insgesamt zeigt die Analyse weniger ein Defizit an Themen, sondern vor allem Defizite in Verknüpfung, Sichtbarkeit und angebotsübergreifender Darstellung. Mehrere starke Einzelbausteine stehen nebeneinander, ohne bereits als stimmiges Gesamtprodukt wahrgenommen zu werden.

Im Bereich organisierter Gruppenreisen bestehen bereits zielgruppen- und themenspezifische Angebote, etwa Wandertagsprogramme, Bauhaus-Führungen, Naturpark-Wandertage oder Fahrten mit der MS Saalefee. Der zielgruppengerechte Vertrieb dieser Formate wird seitens der BFG als grundsätzlich funktionierend eingeschätzt, ist jedoch primär auf Gruppen ausgerichtet und für Individualgäste nur eingeschränkt sichtbar oder selbst kombinierbar.

Zudem bindet die individuelle Zusammenstellung von Reisen durch die BFG personelle Ressourcen. Bepreiste, klar strukturierte und digital buchbare Pakete sind bislang nur eingeschränkt sichtbar. Zu berücksichtigen ist zudem, dass die BFG keinen Reiseveranstalter-Status besitzt, der erforderlich wäre, um mehrere Leistungen rechtssicher als Pauschalreise zu bündeln. Eine Kombination von mindestens zwei touristischen Hauptleistungen würde die Anwendung des Pauschalreiserechts erfordern. Alternativ bieten sich die gezielte Akquise externer Veranstalter an, die Bernburg (Saale) in ihr Programm integrieren. Die Kooperation mit dem Anbieter mobilReisen GmbH & Co. KG ermöglicht Busreisen und verschiedene Busführungen in der Stadt, u.a. Touren in die Ortschaften und die Zickzackhausen-Tour. Im Rahmen einer vertieften Kooperation mit der Hotellerie ist der Einkauf ausgewählter Leistungen der BFG durch Hotels denkbar, die diese eigenständig in ihre Angebote integrieren. Dieses Modell wurde bereits allen Hoteliers angeboten.

Ziel ist daher, Leitprodukte zu definieren, die Profilthemen konkretisieren, einfacher vermarktbar sind und interne Prozesse entlasten.

Beschreibung des Leitprojekts

Ziel des Leitprojektes ist die Entwicklung klar definierter, zielgruppenorientierter Leitprodukte, die das Profil Bernburgs als familienfreundliche Kultur- und Saalestadt erlebbar machen. Leitprodukte sind buchbare, thematisch gebündelte Angebote mit klarem Nutzenversprechen. Sie verbinden mehrere Bausteine – etwa Schloss, Saale, Naturpark, Freizeitangebote und Veranstaltungen – zu einem schlüssigen Gesamterlebnis.

Die Leitprodukte tragen dazu bei, die Aufenthaltsdauer zu erhöhen und zusätzliche Wertschöpfung zu generieren. Angesichts der bislang kurzen durchschnittlichen Aufenthaltsdauer besteht hier ein zentrales Entwicklungspotenzial.

Stufenweise Umsetzung

1	Profilthemen systematisch mit konkreten Produkten untersetzen Ausgehend von den definierten Profilthemen werden konkrete Angebotsformate entwickelt: ■ Tagesangebote für definierte Zielgruppen, z.B.: „Kulturtag in der Residenzstadt“ (Schloss-/Museumsführung, Altstadt, Gastronomiebaustein), „Familienzeit in Bernburg (Saale)“ (Tiergarten/Märchengarten, Parkeisenbahn, Schloss mit Mitmachangebot), „Aktiv am Fluss“ (Radtour, Schifffahrt, Picknickbaustein, Aussichtspunkt) ■ Wochenend- und Kurzreiseangebote (2–3 Tage), z.B. Kulturwochenende mit Übernachtung, Stadtführung und Veranstaltung, Familien-Kurzurlaub mit Freizeit- und Naturbausteinen, Aktiv-Paket Rad & Wasser mit Gepäckservice oder Leihrad ■ Eventbezogene Verlängerungsangebote: Ergänzungsbausteine zu Veranstaltungen (z. B. Stadtfest, Theaterpremiere, Sonderausstellungen), „Bleib länger“-Angebote mit rabattierten Zusatzleistungen
2	Durchführung von Produktworkshops mit Leistungsträgern ■ mindestens zwei moderierte Workshops zur Produktentwicklung ■ Identifikation kombinierbarer Leistungen (Gastronomie, Führungen, Beherbergung, Freizeitangebote) ■ Abstimmung von Qualitätsstandards und Verfügbarkeiten ■ Entwicklung gemeinsamer Vermarktungsbotschaften
3	Entwicklung standardisierter Pakete und Vertriebsstruktur Ziel ist eine Entlastung der Mitarbeitenden durch reduzierte Individualkalkulationen und eine höhere Skalierbarkeit des Angebots. ■ Definition von 5–8 klar kalkulierten Standardpaketen mit den Anbieterpartnern, um nicht unter das Pauschalreiserecht zu fallen ■ Festlegung verbindlicher Leistungsbausteine und Preismodelle ■ digitale Buchbarkeit über die zentrale Website und im Angebotsportal der WelterbeRegion ■ klare Zuständigkeit für Pflege und Aktualisierung ■ Mögliche Vertriebsmodelle: ▪ a) Vermittlung statt Veranstalter: Die BFG definiert Leitprodukte inhaltlich (Schritt 1) und stellt sie standardisiert dar (Schritt 2), verkauft aber keine Pauschalreise, sondern vermittelt Einzelleistungen getrennt, weist die jeweiligen Leistungsträger als Vertragspartner aus, stellt transparent dar, dass kein Gesamtvertrag mit der BFG zustande kommt. ▪ b) Leistungseinkauf durch Hotels: Ausbau des bereits angebotenen Modells, hier kaufen Hotels einzelne Leistungen (z. B. Führung, Schiffsticket) bei der BFG ein und integrieren diese in ihre eigenen Arrangements. ▪ c) Integration von Bernburger Angeboten durch externe Reiseveranstalter: Die BFG entwickelt klar strukturierte, standardisierte Programme (für Busreiseveranstalter, Spezialveranstalter (Kultur, Aktiv) und regionale Veranstalter), die leicht in deren Programme integriert werden können. Der Veranstalter bündelt und verkauft.

4	Darstellung von Kombinationsangeboten zur Verknüpfung der Profilt Themen im Rahmen der Produktentwicklung ■ Ziel ist eine stärkere Verbindung von Kultur & Saale, Familie & Geschichte, Aktiv & Naturpark, Veranstaltungen & Kurzurlaub ■ Beispiele: „Vom Schloss zur Saale (Führung und Schifffahrt), „Romanik und Natur“ (Waldau, Eulenspiegelturm und Naturparkerlebnis), „Familienabenteuer zwischen Berg- und Talstadt“
5	Kommunikations- und Vertriebsintegration ■ Integration der Leitprodukte in die Marketingstrategie ■ zielgruppenspezifische Darstellung auf der Website ■ Nutzung regionaler Plattformen und Produktlinien ■ Einbindung in die Produktdarstellung der WelterbeRegion bzw. dadurch in die mehrtägigen Tourentipps in Sachsen-Anhalt „Unsere Besten“

Verantwortung, Priorität und Zeitrahmen

- **Priorität:** Hoch. Das Leitprojekt zählt unmittelbar auf die Profilschärfung sowie auf die Verlängerung der Aufenthaltsdauer ein.
- **Verantwortung:** Planungsamt in Kooperation mit dem Stadtmarketing als Initiator der Schritte 1-2, dann das Umsetzungsmanagement als Hauptverantwortlicher
- **Zeitrahmen:** Kurzfristig für Schritte 1-2 (innerhalb von 12 Monaten) und mittelfristig (1-3 Jahre) für Schritte 3 - 6

6.2.2 Leitprojekt 3: Radfreundliches Bernburg (Saale) konsequent ausbauen

Ausgangssituation und Handlungsbedarf

Bernburg (Saale) verfügt über eine sehr gute Einbindung in das überregionale Radwegnetz. Die Stadt liegt am Europaradweg R1 sowie am Saaleradweg und ist darüber hinaus an weitere relevante Routen angebunden, darunter die Route Ostsee–Oberbayern (D11), Radweg Deutsche Einheit, Wipper-Radweg sowie Fuhne-Radweg.

Der Saaleradweg ist als 3-Sterne-Qualitätsradroute des ADFC zertifiziert und verfügt über hohe Sichtbarkeit im bundesweiten Wettbewerb der Radfernwege. Auch der R1 weist eine gute infrastrukturelle Qualität auf. Bernburg (Saale) ist zudem Bestandteil mehrerer kombinierter und thematischer Radrouten, die von Tourismusverbänden vermarktet werden, etwa der Fuhne-Saale-Route, der 4-Flüsse-Radtour, der Wipper-Bode-Saale-Route (3-Flüsse-Route), der „Radwege zu Luther“ sowie der Radrundreise „Anhaltische Residenzstädte“. Dies stärkt die überregionale Einbindung und Marktpräsenz. Auch namhafte Radreiseveranstalter wie Mecklenburger Radtour oder Augustus Tours bieten Pauschalangebote am Saaleradweg mit Übernachtungsort Bernburg (Saale) an. Dies unterstreicht die Bedeutung des Standortes im Radreisemarkt und trägt zur Nachfrage bei.

Radfahren im Urlaub ist von hoher Bedeutung, Fahrradtourismus ein stabiles Marktsegment (vgl. ADFC-Radreiseanalysen der vergangenen Jahre). Auch der Trend zum Caravan

und zum Wohnmobil ist für Bernburg (Saale) von Interesse: Hier werden häufig Fahrräder mitgenommen und am Urlaubsort genutzt.

Die größte Bedeutung im Radtourismusmarkt haben bei weitem die Tagestouren mit rd. 60 km Länge (ADFC, Radreiseanalyse 2025). Relevant für Bernburg (Saale) sind die Märkte „Radtouren am Urlaubsort“ und Sterntouren.

- Radtouren am Urlaubsort: Radfahren ist ein wichtiges Nebenmotiv einer Urlaubsreise: 2025 war das Fahrrad bei rd. 23 Mio. Urlaubsreisen dabei und wurde im Urlaub für Touren genutzt.
- Radurlaub mit Sterntouren: Beim überwiegenden Teil der Rad-Urlaubsreisen (Reisen mit dem Hauptmotiv Radfahren) werden vom festen Quartier ausgehend Tagestouren unternommen.

Die Lage am Saaleradweg und weitere Tourenmöglichkeiten geben Bernburg (Saale) eine gute Ausgangsposition im Fahrradtourismus. Um diese Position auszubauen, sollten Tagestouren entwickelt werden, die die Attraktionen rund um Bernburg (Saale) erschließen und die Bernburg (Saale) so als einen Standort für radfahrende Urlauber interessanter machen. Bislang fehlen regionale Rundrouten, die sternförmig von Bernburg (Saale) ausgefahren werden können. Diese sollten die bestehenden, bekannten Routen (wie den Saaleradweg) einbeziehen. Ebenfalls für Tagestouren nutzbar sind geeignete Startpunkte für eine Fahrrad-Tagestour, die von Bernburg (Saale) aus mit dem Zug (Fahrradmitnahme) erreicht werden.

Im Bereich Service und wegbegleitende Infrastruktur für Radfahrende bestehen ebenfalls Defizite: Zwar sind 3 Betriebe mit Bett & Bike zertifiziert, es gibt jedoch nur einen Fahrradverleih mit eingeschränkten Öffnungszeiten am Wochenende (Hinweis: rd. 40 % der Radfahrenden nutzen im Urlaub ein Mietrad, dies kann auch ein Angebot des Übernachtungsquartiers sein).

Informationen zu Gepäck-Aufbewahrungsmöglichkeiten sind für Radfahrer nur eingeschränkt einsehbar und verfügbar. Dies ist relevant v. a. für Tourenradler auf Radfernwegen, die in Bernburg (Saale) einen Zwischenstopp einlegen, um die Stadt zu erkunden. Für diese Gäste fehlt ein Hinweis auf einen geeigneten Abstellort der Fahrräder und Startort für die Stadtbesichtigung.

Beschreibung des Leitprojekts

Ziel des Leitprojektes ist es, Bernburg (Saale) als radfreundlichen Urlaubsort zu entwickeln. Im Mittelpunkt stehen:

- die Entwicklung attraktiver Rad-Tagestouren ab und bis Bernburg (Saale),
- die Verbesserung der Servicequalität für Radreisende,
- die Verknüpfung von Rad-, Kultur- und Saaleerlebnis,
- die gezielte Ansprache von Tourenradlern, Sternfahrern und Caravaning-Gästen.

Das Leitprojekt nimmt Bezug auf die infrastrukturelle Maßnahme Nr. 16, „Rad-Ankunftspunkte klar definieren und ausstatten“. Während dort die bauliche und orientierende Anbindung im Fokus steht, geht es hier um Angebotsentwicklung, Service, Produktbündelung und Vermarktung.

Stufenweise Umsetzung

1	Zielvereinbarung: Qualifizierung Bernburgs für den Radtourismus ■ Entwicklung Bernburgs als Etappen- und Mehrtages-Übernachtungsstandort am Saaleradweg und R1 ■ Zielgruppenfokus: Fahrradinteressierte Gäste, die im Urlaub Fahrrad fahren wollen (hoher Leihradanteil). Tourenradler, Sternfahrer, Caravaning & Rad ■ Abstimmung mit regionalen Vermarktungsstrukturen und Nutzung bestehender Netzwerke ■ Selbstverständnis als radfreundliches Bernburg (Saale) stärken, Tagestouren auf dem Saaleradweg mit ÖPNV-Hinfahrt
2	Entwicklung von Fahrrad-Halbtages- und Tagestouren ab/bis Bernburg (Saale) ■ Konzeption von 5–8 Touren (30–60 km) ■ Einbindung der Ortsteile und regionaler Highlights ▪ in Ortsteilen: Gröna und Schloss Biendorf mit touristischer Attraktivität; Abstecher vom Radweg zum Schneiderberg und nach Leau, weitere Kirchen und Gedenkorte der Ortsteile müssen stark aufgewertet werden, um einen Besuchsanlass zu bieten ■ Entwicklung einer Askanier-Route im Kontext der WelterbeRegion ■ Differenzierung nach Zielgruppen (Familie, Genuss, sportlich) ■ Entwicklung von Picknick- oder Genussbausteinen entlang der Strecken
3	Service- und Qualität des Angebotes für Radfahrende stärken ■ Definition von „Qualitätsorten für Radwanderer“, z. B. Ankunfts-, Rast-, Übernachtungsort, POIs mit Radservice-Grundausrüstung, Informationsangebot ■ Planungstreffen mit Hoteliers und Beherbergungsbetrieben zur Ausweitung radfreundlicher Standards ■ Aufbau eines sichtbaren Netzwerks radfreundlicher Betriebe (Abstellanlagen, Lademöglichkeiten, Gepäckaufbewahrung) ■ Ausbau von definierten Radankunftspunkten zum Besuch der Stadt: Radabstellanlage, Gepäckaufbewahrungsboxen, Lademöglichkeit, Infostele/-tafel, ggf. Trinkwasserbrunnen, weiterführendes Fußgänger-Leitsystem zur Lenkung in die Stadt (vgl. Maßnahme Nr. 16) ▪ Verortung bei radfreundlichen Betrieben ▪ Verortung an zentralen Ankunftspunkten für Radfahrer (Bahnhof, Fischer-gasse, Saalplatz, Eingang zur Fußgängerzone auf der Friedensallee bzw. am Karlsplatz) ■ Bündelung bestehender Servicepunkte in einer Übersicht (Reparatur, Rastplätze, Trinkwasser) und Bereitstellung der Information an Qualitätsorten
4	Digitale Sichtbarkeit und Vermarktung ausbauen ■ Pflege von Routenportalen (komoot, OutdoorActive) ■ Open-Data-Datenpflege für POIs und Route ■ Bereitstellung von GPX-Daten für die Sterntouren auf der Website ■ Integration in regionale Produktlinien und Vermarktungsplattformen

5	Monitoring und Weiterentwicklung ■ jährliche Abstimmung mit Betrieben und Partnern ■ Auswertung von Radzählstelle und Nutzungszahlen ■ kontinuierliche Anpassung der Angebote
---	--

Verantwortung, Priorität und Zeitrahmen

- Verantwortung: BFG als lokale Tourismusorganisation im Bereich Produktentwicklung, Mitwirkung durch Stadt Bernburg (Saale), Naturpark „Unteres Saaletal“, Salzlandkreis, AGFK, ADFC, Beherbergungsbetriebe, Campingplatz
- Priorität: Hoch. Rad- und Caravaningtourismus sind Wachstumssegmente, zudem stärkt das Leitprojekt das Profithema „Aktiv am Fluss und in der Natur“.
- Zeitrahmen: Kurzfristig für Schritte 1 – 3 (erste Sterntouren) (innerhalb von 12 Monaten) und mittelfristig (1-3 Jahre) für Schritte 4 – 5

Weitere Maßnahmen des Handlungsfeldes sind in Kapitel 7 aufgeführt.

6.3 Leitprojekte im Handlungsfeld „Aufenthaltsräume, Wege und Saaleerlebnis entwickeln“

6.3.1 Leitprojekt 4: Erlebnisraum Saaleufer und Töpferwiese entwickeln

Ausgangssituation und Handlungsbedarf

Die landschaftlichen Räume entlang der Saale sind bislang nur punktuell touristisch inszeniert und wirken stärker als ergänzender Erlebnisraum denn als eigenständiger Aufenthaltsort. Mit Fahrgastschiffahrt, Bootsverleih, Fähre, Veranstaltungsfläche der Töpferwiese, prägnanter Sichtbeziehung zum Schloss, Steganlage sowie der Lage am Saaleradweg stellt der Erlebnisraum am Saaleufer unterhalb des Schlosses einen zentralen Schlüsselraum dar.

Es besteht ein städtebaulicher Handlungsbedarf für die Töpferwiese; die Fläche erscheint derzeit wenig attraktiv und strukturlos. Gleichzeitig besteht Einvernehmen, die Fläche multioptional nutzbar zu halten und keine flächenscharfe Festlegung im Tourismuskonzept vorzunehmen. Zwischen den Teilnehmenden wurde Einigkeit über folgende künftige Nutzungen erzielt:

- Willkommenspunkt für Rad- und Wassertouristen inkl. Wegweisung und überdachter Sitzmöglichkeiten
- Sanitärhaus
- (Wasser-)Spielplatz
- reduzierte Kurzzeitplätze für Wohnmobile
- Spiel- und Sportangebote

- temporäre Nutzungen (Events, Regatten, Zirkus etc.)

Zugleich sind Nutzungskonflikte zu berücksichtigen (Regatten, Lärm, temporäre Veranstaltungen) und künftige Planungen des Wasserschifffahrtsamtes bzgl. der Berufsschiffahrt einzubeziehen, die ggf. die Durchführung von Wassersportevents beeinträchtigen. Grundsätzlich empfohlen wird zudem eine gastronomische Versorgung an dieser Uferseite.

Beschreibung des Leitprojekts

Ziel des Leitprojektes ist die Entwicklung eines qualitätsvollen, klar strukturierten Erlebnisraums am Saaleufer mit der Töpferwiese als multifunktionaler Freifläche.

Dabei sind Saaleufer und Töpferwiese funktional verbunden, aber planerisch zu differenzieren:

- Saaleufer: Ankunfts-, Aufenthalts- und Bewegungsraum für Radfahrer, Wassertouristen und Spaziergänger.
- Töpferwiese: flexibel nutzbare Veranstaltungs- und Freizeitfläche mit klarer räumlicher Gliederung.

Das Leitprojekt zählt direkt auf das qualitative Ziel ein, die räumlichen und erlebnisorientierten Qualitäten Bernburgs zu stärken und konkretisiert das Leitbild der familienfreundlichen Kultur- und Saalestadt.

Stufenweise Umsetzung

1	Beschilderung und Fußgängerleitsystem verbessern ■ klare Wegweisung vom Steg und vom Radweg in Richtung Schloss und Altstadt herstellen ■ Infotafel zum touristischen Angebot in Bernburg (Saale) ■ Kennzeichnung des Aufgangs zum Schloss, optional mit gestalterischer Inszenierung (gestalteter Treppenaufgang, Bodenmarkierung, Sitzmöglichkeit) ■ Hinweise zum Angebot auf der gegenüberliegenden Uferseite am Fähranleger
2	Beauftragung eines Landschaftsplanungsbüros zur Erstellung eines kompakten Freiraumkonzeptes für die Töpferwiese Ziele sind: ■ Sicherung der Multifunktionalität (Event, Sport, Aufenthalt, Caravan) ■ räumliche Gliederung und flächenscharfe Festlegung der Funktionsbereiche für: ▪ Willkommenspunkt (ufernaher Standort am Radweg und Fähranleger), ▪ Sanitärhaus (Standort nah an Willkommenspunkt und Spielplatz), ▪ Wohnmobil- und Caravanstellflächen (bevorzugt an den Rändern der Töpferwiese), ▪ Veranstaltungsfläche mit temporärer PKW-Nutzung, ▪ Sport- und Bewegungsangebote (inkl. Abstimmung mit Schulen, vorhandener Bolzplatz), ▪ Picknick-Bereiche (inkl. vorhandenem Feuerplatz),

	▪ Spiel- bzw. Wasserspielbereich (vorhandener Spielplatz, aufgewertet z.B. mit Saale- oder historischem Bezug), ▪ temporäre Abstellfläche für Wassersportevents unter Berücksichtigung der WSA-Planungen ■ Integration von Begrünung und ggf. mobilen Elementen zur flexiblen Nutzung ■ Berücksichtigung von Sichtbeziehungen zum Schloss ■ Berücksichtigung von Nutzungskonflikten in einem moderierten Abstimmungsgespräch: Zufahrten, Lärmbelastung sportlicher Anlagen, keine Konkurrenz zum Campingplatz Das Konzept bildet die Grundlage für alle gestalterischen und baulichen Maßnahmen. Abhängig von der Zonierung ist der B-Plan anzupassen und die Sondernutzung in die Fläche für den Gemeinbedarf (kulturelle Zwecke, zentraler Festplatz) auszuweiten – das betrifft insbesondere die Caravan-Stellflächen.
3	Willkommenspunkt als raumprägendes Element planen Auf Basis des Freiraumkonzeptes wird der Willkommenspunkt konkretisiert. Inhalte: ■ überdachter Rast- und Wartebereich für Rad- und Wassertouristen sowie Fahrgäste ■ integrierte Wegweisung und Information bzw. touristische Orientierung, mit Verweis auf digitale Zusatzinformationen ■ ein Inszenierungselement zur landschaftlichen Verbindung (z.B. Fernrohr mit Blick zur anderen Uferseite, Naturpark-Spielstation im Wartebereich) ■ Fahrradbügel und Fahrradservicestation
4	Umsetzung in Bauabschnitten Die Realisierung erfolgt gestuft: ■ Beschilderung und Besucherlenkung ■ Sanitärhaus ■ Willkommenspunkt ■ Gestaltung der Freifläche inkl. Begrünung und Kurzzeit-Caravanstellplätzen ■ optionale Ergänzungen (Spiel- und Sportelemente, mobile Module)

Verantwortung, Priorität und Zeitrahmen

- Verantwortung: Federführung durch Stadt Bernburg (Saale) (Planungsamt)
- Priorität: Hoch. Der Raum Saaleufer–Töpferwiese ist der sichtbarste Ort, an dem Rad, Wasser, Familie und Schlossblick zusammenkommen.
- Zeitrahmen: Kurzfristig (innerhalb von 12 Monaten) für Schritt 1 und mittelfristig (1-3 Jahre) für Schritte 2 - 4

6.3.2 Leitprojekt 5: Schloss als touristischen Anker stärken und besser zugänglich machen

Ausgangssituation und Handlungsbedarf

Das Schloss Bernburg ist das prägende Wahrzeichen der Stadt und als „Krone Anhalts“ zentraler Identifikationsort im touristischen Profil. Es bildet den kulturellen Kern Bernburgs und ist wesentlicher Bestandteil des Leitbildes als familienfreundliche Kultur- und Saalestadt. Gleichzeitig zeigt die Analyse, dass das Schloss in seiner touristischen Wirkung noch nicht ausgeschöpft ist. Es wird trotz Museum und Eulenspiegelturn als „zu wenig belebt“ wahrgenommen, gastronomische Angebote fehlen, die Zugänglichkeit ist abends nach Vandalismusvorfällen eingeschränkt, die Aussichtsplattform vor dem Schloss nicht inszeniert, die verschiedenen Nutzungsbereiche für Gäste nicht offenbar und die räumliche Verbindung vom Saaleufer zum Schloss ist bislang nicht ausreichend inszeniert.

Hinzu kommt eine institutionelle Besonderheit: Teile des Schlossensembles befinden sich im Eigentum der Kulturstiftung Sachsen-Anhalt, andere Teile im Eigentum der Stadt Bernburg (Saale). Daraus ergeben sich unterschiedliche Nutzungsvorstellungen und Abstimmungsbedarfe zwischen beiden Trägern. Eine einheitliche strategische Steuerung des Gesamtareals ist bislang nicht durchgängig gesichert.

Aktuell wirken zudem andauernde Bauarbeiten bremsend auf die Veranstaltungsnutzung des Schlosshofes. Mittelfristig sind größere Events dort nur eingeschränkt oder nicht gewünscht. Das Veranstaltungsangebot des Museums selbst ist jedoch umfangreich und wird gut angenommen. Die Aussagen des Tourismuskonzeptes beziehen sich nicht auf das Bärengehege, das anderweitig geplant wird. Die hier formulierten Maßnahmen zielen auf das Schlossensemble insgesamt ab.

Die Stärkung des Schlosses ist somit eine perspektivische, jedoch strategisch zentrale Maßnahme zur Profilierung Bernburgs und zur Umsetzung des qualitativen Ziels, die räumlichen und erlebnisorientierten Qualitäten zu stärken.

Beschreibung des Leitprojekts

Ziel des Leitprojektes ist die Entwicklung des Schlosses zu einem offen zugänglichen, multifunktionalen Kultur- und Erlebnisraum mit hoher Aufenthaltsqualität und klarer Anbindung an Saale und Altstadt.

Das Schloss soll:

- als sichtbarer Ankerpunkt im Stadtbild wirken,
- vielfältige kulturelle Nutzungen ermöglichen,
- ganzjährig erlebbar sein,
- räumlich und gestalterisch mit Saale und Innenstadt verbunden werden.

Dabei geht es nicht um eine reine Veranstaltungsfläche im Schlosshof, sondern um ein Ensemble mit klarer Zonierung, hoher Aufenthaltsqualität und eigenständiger touristischer Strahlkraft.

Stufenweise Umsetzung

1	Aussichtspunkt und Vorbereich aufwerten - gestalterische Aufwertung des Aussichtspunktes vor dem Schloss, z.B. durch Richtungsanzeiger am Aussichtspunkt - Inszenierung der Blickbeziehung zur Saale
2	Nutzungsperspektive klären - Nachverhandlung und Präzisierung der Zuständigkeiten zwischen Kulturstiftung Sachsen-Anhalt und Stadt Bernburg (Saale) - Abstimmung zur Nutzung des Schlosshofes und der Außenräume - Entwicklung eines gemeinsamen Zielbildes für das Gesamtareal
3	Zugänglichkeit und Offenheit erhöhen - Fertigstellung laufender Bauarbeiten - Prüfung erweiterter Öffnungszeiten am Abend (nach Wiedereröffnung der Gastronomie)
4	Nutzungskonzept „Schloss als Kultur- und Erlebnisraum“ entwickeln - Erarbeitung eines abgestimmten Nutzungskonzeptes - Zonierung des Schlosshofes - Entwicklung eines beispielbaren, rückbaubaren Hofraums - Einbindung einer gastronomischen Nutzung - kleine Wegweisung im Hof mit Verweis auf Nutzungen des Schlosses - Abstimmung zur perspektivischen Einbindung ergänzender Nutzungen (z. B. Tagungen oder familiengerechter Indoor-Angebote)
5	Inszenierte Wegeverbindung von der Saale zum Schloss und zur Altstadt - klare Kennzeichnung des Schlossaufgangs ab Ufer und Steg (vgl. Leitprojekt 4) - gestalterische Aufwertung des Treppen-/Rampenaufgangs (Freischnitt, Pflege, Pflasterzustand) - Bodenmarkierungen oder Storyelemente, z.B. durch kleine Infotafeln oder digitale Verlängerung („Der Weg zur Geschichte Anhalts“ o.Ä.) - Sitzmöglichkeit entlang des Weges
6	Aktivierung durch Veranstaltungen (perspektivisch) - schrittweise Aktivierung des Schlosshofes durch kulturelle Veranstaltungen - Einbindung bestehender Veranstaltungsformate - Entwicklung neuer, profilprägender Events - Abstimmung mit Museum und Kulturstiftung

Verantwortung, Priorität und Zeitrahmen

- Verantwortung: Federführung durch Stadt Bernburg (Saale) in enger Abstimmung mit der Kulturstiftung Sachsen-Anhalt
- Priorität: Hoch, jedoch perspektivisch. Die Maßnahme ist zentral für die Profilschärfung als Kulturstadt und für die Umsetzung des Leitbildes. Aufgrund der laufenden Bauarbeiten und der komplexen Eigentumsverhältnisse ist sie schrittweise und langfristig umzusetzen.
- Zeitrahmen: Kurzfristig (innerhalb von 12 Monaten) für Schritte 1 - 2 und mittelfristig (1-3 Jahre) für Schritte 3 – 4

6.3.3 Leitprojekt 6: Neugestaltung des Saalplatzes

Ausgangssituation und Handlungsbedarf

Im Jahr 2025 wurde ein Ideenwettbewerb zur Neugestaltung des nördlichen Saalplatzes durchgeführt. Ziel war es, den Charakter des Saalplatzes zu bewahren und zugleich neue Impulse für die städtebauliche Entwicklung zu setzen. Dabei wurden sowohl der Platzbereich an der Saale vor den Stufen am Flussufer als auch der angrenzende Stadtpark „Alte Bibel“ in die Überlegungen einbezogen. Im Mittelpunkt der Planungen steht eine neue städtebauliche Achse, die den Saalplatz mit dem idyllischen Stadtpark „Alte Bibel“ verbindet. Die barrierefreie Erreichbarkeit zwischen Uferpromenade, Saalplatz und Park ist ein zentrales Element der Entwürfe. Die im Wettbewerb eingereichten Vorschläge bilden die Grundlage für die weitere Konkretisierung der Planungen.

Zentrale Vorgaben für die Neubebauung sind unter anderem Gastronomie, Beherbergung (ausgestaltet als Fahrradpension), Fahrradabstellanlagen sowie eine öffentliche Toilette.

Gleichzeitig liegt der Saalplatz unmittelbar am überregionalen Radwegenetz sowie an einer Treppe zum Wasser, die als niederschwelliger Kanu-Ein- und -Ausstieg genutzt werden kann. Damit besitzt der Standort eine hohe Bedeutung als potenzieller Ankunfts- und Servicestandort für Rad- und Wassertouristen.

Der weitere Verlauf am Saaleufer unterhalb der „Alten Bibel“ ist bislang touristisch wenig attraktiv, ein Callisthenics Park nahe der Annenstraße ist der einzige Anlaufpunkt. Um die Neugestaltung des Saalplatzes auch im Sinne eines neuen Rundweges an der Saale (vom Saalplatz an der Saale entlang zur Annenbrücke und zurück an der Uferpromenade der Talstadt) zu nutzen, ist ein hoher Aufwand zur Attraktivierung des Weges zu leisten.

Beschreibung des Leitprojekts

Das Saalplatzprojekt ist ein bereits angestoßenes Vorhaben mit hoher städtebaulicher und touristischer Relevanz. Ziel für die touristische Entwicklung ist die Entwicklung des Saalplatzes zu einem qualitätsvollen Rad- und Wasserankunftspunkt mit Servicefunktion, hoher Aufenthaltsqualität und klarer Verknüpfung zwischen Saale, Berg- und Talstadt. Im Kontext der Leitprojekte Nr. 4 „Erlebnisraum Saaleufer“ und Nr. 5 „Radfreundliches Bernburg (Saale)“ besteht hier die Chance, einen echten Einstiegspunkt in die Innenstadt zu etablieren und damit die Stopprate sowie die touristische Wertschöpfung zu erhöhen.

Stufenweise Umsetzung

1	Touristische Funktionen verbindlich integrieren ■ Sicherstellung, dass Radwerkstatt, Fahrradpension und Gastronomie als profil-relevante Bausteine umgesetzt werden ■ Abstimmung mit dem Leitprojekt „Radfreundliches Bernburg (Saale)“
2	Wasserzugang (Treppe auf der Bergstadtseite) aufwerten ■ Prüfung, ob die Treppe als Kanu- Ein- und -Ausstieg weiterqualifiziert werden kann (Entkrautung, Klampen/ Ösen) ■ Regelmäßiger Freischnitt der Blauen-Band-Tafel

3	Stadtinterner Umsetzungsprozess ■ Planungsphase: Fortführung und Vertiefung der bereits begonnenen Anlaufgespräche ■ Bauantrag durch den Eigentümer ■ Konzepterstellung und räumliche Konkretisierung ■ Bauphase
---	--

Verantwortung, Priorität und Zeitrahmen

- Verantwortung: Eigentümer / künftiger Bauherr in enger Abstimmung mit der Stadt Bernburg (Saale) unter planerischer und touristischer Begleitung
- Priorität: Hoch. Als sichtbares Schlüsselprojekt am Übergang von Ufer, Innenstadt und Stadtpark trägt der Saalplatz wesentlich zur Profilbildung bei.
- Zeitrahmen: Kurzfristig (innerhalb von 12 Monaten) für Schritt 1 sowie Teile von Schritt 3, mittelfristig (1-3 Jahre) für Schritt 2 und langfristig (>3 Jahre) für Abschluss Schritt 3

Weitere Maßnahmen des Handlungsfeldes sind in Kapitel 7 aufgeführt.

6.4 Leitprojekte im Handlungsfeld „Marketing, Kommunikation und digitale Sichtbarkeit verbessern“

6.4.1 Leitprojekt 7: Touristische Marke und Positionierung entwickeln und umsetzen

Ausgangssituation und Handlungsbedarf

Die Stadt verfügt über ein eigenes Erscheinungsbild mit städtischem Logo, jedoch über keine eigenständige touristische Marke mit prägnanter Hauptbotschaft. Es fehlt ein prägnanter Claim sowie eine klar erkennbare Zielgruppenansprache und strategische Schwerpunktsetzung in der touristischen Außendarstellung.

Die BFG-eigenen Freizeiteinrichtungen treten im Print- und überwiegend im Social Media-Bereich in einem einheitlichen Corporate Design auf, mit dem BFG-Logo im Vordergrund. Auf der touristischen Website bernburger-freizeit.de und im Innenteil des Tourismusführer zeigt sich jedoch kein durchgängig konsistentes Erscheinungsbild.

Im landesweiten Vergleich nutzen zahlreiche Städte das bestehende städtische Corporate Design auch für den touristischen Auftritt und untersetzen dieses mit klar formulierten touristischen Botschaften. In Bernburg (Saale) ist eine solche einheitliche touristische Markenführung bislang nicht erkennbar.

Zahlreiche andere Städte in Sachsen-Anhalt (wie Dessau-Roßlau, Halle (Saale) und die Lutherstadt Wittenberg) nutzen im touristischen Auftritt die gleiche Wort-Bild-Marke wie die Stadt und untersetzen die Marke dann weiter mit touristischen Inhalten.

In der visuellen Außendarstellung Bernburgs existieren mehrere identitätsstiftende Elemente – insbesondere das Schloss als Wahrzeichen, der Bär als heraldisches Symbol sowie Till Eulenspiegel als erzählerische Figur mit lokalem Bezug. Eine klare touristische Markenführung, die diese Elemente strategisch bündelt oder priorisiert, ist bislang nicht erkennbar.

Mit dem im Tourismuskonzept formulierten Leitbild der familienfreundlichen Kultur- und Saalestadt liegt jedoch ein klarer strategischer Orientierungsrahmen vor. Darauf aufbauend kann eine Marke mit prägnanter touristischer Positionierung nach außen entwickelt werden.

Beschreibung des Leitprojekts

Ziel ist die Entwicklung einer klaren touristischen Marke und Positionierung auf Basis des Leitbildes mit prägnanter Hauptbotschaft und Claim, die die definierten Profilthemen zielgruppengerecht nach außen übersetzt, als verbindliche Grundlage für alle Marketingaktivitäten dient und pragmatisch innerhalb eines klar definierten Zeitraums umgesetzt wird.

Die touristische Marke Bernburg (Saale) baut auf dem strategischen Leitbild (vgl. Kap. 4.1) auf. Die Marke übersetzt dieses Leitbild in eine verständliche, emotionale und zielgruppenorientierte Botschaft nach außen. Im Mittelpunkt stehen: Schloss und Kultur als identitätsstiftender Kern, die Saale als prägender Erlebnisraum, familienfreundliche Angebote sowie Rad- und Aktivmöglichkeiten.

Die Marke fungiert als Dach für die touristische Kommunikation. Sie ersetzt keine bestehenden Institutionen, sondern bündelt Inhalte und schafft Wiedererkennbarkeit.

Stufenweise Umsetzung

1	Geltungsbereich und Zuständigkeit der Marke klären (vgl. mit Leitprojekt 1 „Lokale touristische Organisationsstruktur klären und stärken“) ■ Festlegen, dass sich die Markenstrategie ausschließlich auf den Tourismus bezieht ■ Klären, ob und in welcher Form die touristische Marke aus dem städtischen Erscheinungsbild abgeleitet wird ■ Federführende Stelle benennen (BFG als lokale Tourismusorganisation) ■ Klärung des Finanz- und Zeitrahmens der Markenentwicklung, ggf. Beauftragung einer Marketingagentur
2	Positionierung schärfen ■ Verdichtung des Leitbildes in eine klar formulierte Kernbotschaft nach außen ■ Bestätigung / Festlegung der touristischen Kernthemen (Kultur, Saale, Familie, Aktiv) ■ Definition der Zielgruppenansprache gemäß Persona-Profilen (vgl. Kap. 4.4) ■ Klärung, ob bzw. welche visuellen Identitätsanker strategisch im Vordergrund stehen
3	Markenidentität definieren ■ Formulierung von Markenkern und Werten ■ Festlegung von Tonalität, Bildsprache und Stil

	■ Ableitung von Themenstories (z. B. „Schloss und Fluss erleben“, „Familienzeit an der Saale“)
4	Entwicklung eines Claims ■ Erarbeitung mehrerer Claim-Optionen (verständlich, einprägsam, anschlussfähig) ■ Abstimmung mit Verwaltung und politischen Gremien
5	Gestalterische Konkretisierung ■ Entwicklung einer touristischen Wort-/Bildmarke (falls erforderlich) ■ Abstimmung mit bestehendem städtischen Corporate Design ■ Definition klarer Anwendungsregeln (Website, Social Media, Tourismusführer, Flyer der Freizeiteinrichtungen, Stadtplan)
6	Markenleitfaden erstellen ■ Kompakter Leitfaden mit Positionierung, Claim, Bildwelt und Anwendungsbeispielen ■ Bereitstellung für Verwaltung, BFG und Leistungsträger
7	Verankerung schaffen ■ Vorstellung der Marke in der Tourismusrunde ■ Sensibilisierung der Akteure für gemeinsame Botschaften ■ Verknüpfung mit Leitprodukten (z. B. Radangebote, Kulturpakete)

Verantwortung, Priorität und Zeitrahmen

- Verantwortung: Federführung durch BFG als lokale Tourismusorganisation im Bereich Tourismusmarketing unter Mitwirkung Stadt Bernburg (Saale) (Öffentlichkeitsarbeit), Stadtmarketing, Leistungsträger, Tourismusrunde
- Priorität: Hoch. Eine klare Marke schafft Orientierung, stärkt Wiedererkennung und bildet die Grundlage für zielgerichtete Kommunikation.
- Zeitrahmen: Kurzfristig (innerhalb von 12 Monaten) für Schritte 1 – 6, mittelfristig (1 – 2 Jahre) für Schritt 7

6.4.2 Leitprojekt 8: Digitalen Gesamtauftritt und Buchbarkeit professionalisieren

Ausgangssituation und Handlungsbedarf

Die Analyse zeigt eine stark zersplitterte Online-Kommunikation. Stadtverwaltung, BFG und weitere Plattformen stellen touristische Informationen in unterschiedlicher Tiefe, Struktur und Aktualität bereit; für Gäste entsteht kein klar geführter Zugang, sondern ein paralleles Informationsangebot bei gleichzeitig hohem Pflegeaufwand durch die städtischen Partner. Zudem fehlen Mehrsprachigkeit und Online-Buchbarkeit.

Hinzu kommt, dass touristische Inhalte bislang nicht systematisch als Open Data bereitgestellt werden. Damit fehlen die Voraussetzungen für eine automatisierte Ausspielung über bundesweite Plattformen, Routenportale oder Drittanbieter. Im Kontext der

landesweiten Digitalstrategie gewinnt die strukturierte Datenpflege über das System SAiNT als Datendrehscheibe zunehmend an Bedeutung. Open Data ermöglicht die Mehrfachauspielung identischer, qualitätsgesicherter Inhalte über verschiedene Kanäle und Portale und reduziert langfristig redundante Pflegeaufwände.

Die regionalen Tourismusverbände sind für diese Aufgabe federführend, die Region kann jedoch die flächendeckende Pflege aller Orte nicht allein leisten; zugleich liegt das Detailwissen über Angebote vor Ort. Mehrere Bernburger Sehenswürdigkeiten und Routen wurden bereits angelegt (durch Urlaubsregion Mittelelbe und WelterbeRegion), sind jedoch teils doppelt angelegt (z.B. Schloss, Theater) oder falsch verortet (Tourist-Information).

Beschreibung

Ziel ist der Aufbau eines zentralen, nutzerfreundlichen und auf Open Data basierenden digitalen Gesamtauftritts für den Tourismus in Bernburg (Saale), der die definierte touristische Marke und Positionierung transportiert, Inhalte zielgruppenorientiert bündelt und die Online-Buchbarkeit zentraler Angebote ermöglicht.

Das Leitprojekt bündelt alle Maßnahmen zur strukturellen, technischen und organisatorischen Professionalisierung des digitalen Tourismusmarketings.

Im Mittelpunkt stehen:

- die konsequente Einführung und Pflege von Open Data,
- die Bündelung bestehender Webauftritte zu einem zentralen touristischen Zugang,
- die Verbesserung der Nutzerführung entlang der Profilthemen und Zielgruppen,
- der Aufbau zentraler Online-Buchungsoptionen.

Das Leitprojekt ist die operative Umsetzung für die in Leitprojekt 7 entwickelte Marke und Positionierung.

Stufenweise Umsetzung

1	Verbindliche Open-Data-Struktur und Zuständigkeit klären ■ Abstimmung mit der WelterbeRegion zur Rolle und Aufgabenverteilung bei der Datenpflege in SAiNT bzw. OutdoorActive ■ Festlegung, welche Daten zentral durch die Region und welche Inhalte lokal durch die BFG gepflegt werden ■ Benennung einer verantwortlichen Stelle vor Ort (BFG) für touristische POIs, Veranstaltungen, Routen und Angebote ■ Schulung der zuständigen Mitarbeitenden im Umgang mit dem landesweiten Datenmanagementsystem (Nutzung der Schulungsangebote der WelterbeRegion)
2	Datenpflege ■ Prüfung vorhandener Daten zu Bernburg (Saale) in der Datenbank ■ Einpflege fehlender Daten, insbesondere mit Augenmerk auf Ausspielung auf Routenportale für Aktivgäste (komoot, OutdoorActive) ■ Einführung eines kontinuierlichen Aktualisierungsprozesses

3	Social Media strategisch ausrichten ■ Trennung bzw. klare Profilierung touristischer Inhalte (touristische Kommunikation klar von Bürgerkommunikation abgrenzen) ■ Aufbau eines redaktionellen Jahresplans ■ stärkere visuelle Inszenierung der Profilthemen ■ aktive Contenterstellung in Bild und Video ■ Nutzung der Social-Media-Aktivitäten der WelterbeRegion ■ Verknüpfung mit Open-Data-Inhalten und Webangeboten
4	Zentralen touristischen Webauftritt entwickeln ■ Bündelung der bestehenden touristischen Inhalte unter einer klar definierten Domain ■ Suchmaschinenoptimierung und Auffindbarkeit verbessern (Optimierung der Inhalte für Google, strukturierte Open Data, Pflege von Google Business Profilen) ■ Strukturierung nach Profilthemen und Zielgruppen unter Nutzung der Marke und Positionierung (vgl. Leitprojekt 7) ■ klare Nutzerführung (Erlebnisse, Veranstaltungen, Übernachten) ■ Hervorhebung der Leitprodukte und verknüpfter Erlebnisse ■ barrierearme und mehrsprachige Gestaltung ■ Kommunikation klimafreundlicher Anreiseoptionen (Rad, Bahn)
5	Online-Buchbarkeit ausbauen ■ Einführung zentraler Online-Buchungsoptionen für Führungen und Erlebnisse ■ Prüfung der Integration in etablierte Online-Buchungsportale (z.B. regiondo) in Absprache mit der Region
6	Monitoring und Weiterentwicklung ■ Definition digitaler Kennzahlen (Reichweite, Klickzahlen, Buchungen, eingepflegte Open-Datasätze) ■ jährliche Auswertung im Rahmen des Marketingplans ■ kontinuierliche technische Optimierung

Verantwortung, Priorität und Zeitrahmen

- Verantwortung: zu klären (vgl. Leitprojekt 1)
- Priorität: Hoch. Die Professionalisierung des digitalen Auftritts ist Voraussetzung für eine wirksame Umsetzung der touristischen Marke und für eine bessere Einbindung in regionale und landesweite Vermarktungsstrukturen
- Zeitrahmen: Kurzfristig (innerhalb von 12 Monaten) für Schritte 1 – 2, mittelfristig (1 – 3 Jahre) für Schritte 3 - 5

Weitere Maßnahmen des Handlungsfeldes sind in Kapitel 7 aufgeführt.

7 Erweiterter Maßnahmenkatalog

Der erweiterte Maßnahmenkatalog ergänzt die in Kapitel 6 dargestellten Leitprojekte. In der Übersicht der weiteren Maßnahmen wird eine grobe Zuordnung der Maßnahmen nach Priorität, Zeithorizont und Kosten vorgenommen:

- **Priorität A:** hoch, **Priorität B:** mittel, **Priorität C:** perspektivische Umsetzung
- **Zeithorizont:** kurzfristig (bis zu 12 Monaten) + + +, mittelfristig (1 bis 2 Jahre): + + +, langfristig (ab 3 Jahren): + + +, fortlaufend: ∞
- **Kosten:** nur Personalaufwand: € € €, unter 10.000 €: € € €, 10.000 € - 50.000 €: € € €, 50.000 - 250.000 €: € € €

7.1 Maßnahmen im Handlungsfeld „Organisation, Kooperation & Struktur stärken“

Die folgenden Maßnahmen sind ergänzend zum Leitprojekt 1 „Touristische Steuerungs- und Umsetzungsstruktur verbindlich aufstellen“ zu verstehen und nach Priorität A bis C abgestuft.

Priorität A: Maßnahmen als Zusatz zum Leitprojekt

Nr.	Bezeichnung	Ver- antw.	Zeit	Kos- ten
1	Tourismusrunde regelmäßig durchführen ■ mindestens zweimal jährlich ■ Inhalte: siehe Leitprojekt 1	Len- kungs- gruppe	+ + +	€ € €
2	Einbindung in die WelterbeRegion systematisch stärken ■ regionale Marketingstrategie lokal integrieren ■ zusätzliche Leistungen in die WelterbeCard einbringen ■ jährliche Vorstellung der WelterbeRegion in der Tourismusrunde ■ Nutzen und Mitgliedschaften durch zusätzliche Anbieter regelmäßig prüfen	BFG	+ + +	€ € €

Priorität B: Maßnahmen als Zusatz zum Leitprojekt

Nr.	Bezeichnung	Ver- antw.	Zeit	Kos- ten
3	Kooperationshandbuch für touristische Akteure erstellen ■ Überblick zu jährlichen Vertriebs-, Marketing- und Beteiligungsangeboten ■ Einbindung der Planungen / Informationen regionaler Netzwerke (WelterbeRegion, Straße der Romanik, Blaues Band) ■ jährliche Darstellung der Kennzahlen ■ klare Ansprechpartner und Zuständigkeiten benennen	BFG	+++	€ € €
4	Qualifizierungsangebote gezielt weitergeben ■ Schulungsangebote/Leitfäden der Landes- und Regionalebene zu Digitalisierung, Nachhaltigkeit, Barrierefreiheit und Qualität bündeln ■ Weiterleitung an touristische Betriebe ■ Teilnahme der Anbieter aktiv unterstützen	BFG	∞	€ € €

Priorität C: Maßnahmen als Zusatz zum Leitprojekt

Nr.	Bezeichnung	Ver- antw.	Zeit	Kos- ten
5	Interessen gegenüber Verkehrsunternehmen vertreten ■ bessere ÖPNV-Anbindung für Gäste einfordern ■ touristische Tarifoptionen prüfen (z. B. in Verbindung mit der WelterbeCard) ■ touristische Zusatzangebote wie Fahrradbus und ÖPNV-Tourismusplan unterstützen	Stadt	∞	€ € €
6	Prüfung eines Modells zur finanziellen Beteiligung von Gästen an touristischer Infrastruktur ■ Prüfung eines rechtssicheren Modells zur finanziellen Beteiligung von Übernachtungsgästen an der Finanzierung und Qualitätssicherung touristischer Infrastruktur gemäß den landesrechtlichen Rahmenbedingungen ■ Analyse von Erfahrungen und Umsetzungsmodellen vergleichbarer Städte in Sachsen-Anhalt (z.B. Tangermünde, Wittenberg, Naumburg, Halberstadt) ■ Abstimmung mit der Kämmerei zu rechtlichen, finanziellen und organisatorischen Voraussetzungen sowie zu Aufwand und Ertrag ■ Bewertung von Akzeptanz, administrativer Umsetzbarkeit und Auswirkungen	Stadt	+++	€ € €

7.2 Maßnahmen im Handlungsfeld „Kultur- und Freizeitangebote stärken & verknüpfen“

Die folgenden Maßnahmen sind ergänzend zu den Leitprojekten 2 und 3 („Leitprodukte der familienfreundlichen Kultur- und Saalestadt entwickeln“ sowie „Radfreundliches Bernburg (Saale) konsequent ausbauen“) zu verstehen und nach Priorität A bis C abgestuft.

Priorität A: Maßnahmen als Zusatz zu den Leitprojekten

Nr.	Bezeichnung	Ver- antw.	Zeit	Kos- ten
7	Modulare Angebote und Arrangements mit Anbietern ausbauen ■ Kombination von Hotel, Gastronomie, Museum, Schifffahrt und Naturpark ■ Entwicklung zielgruppengerechter Module (Familienführung, Ranger-Tour, Spezialführungen „Hinter den Kulissen“) ■ Verknüpfung von Veranstaltungen mit buchbaren Arrangements ■ Einpflege u.a. in das Angebotsportal der WelterbeRegion ■ Hinweis: Rechtliche Fragen zur Reiseveranstalterhaftung werden gemäß Leitprojekt 2 berücksichtigt.	BFG, Anbieter	+ + +	€ € €
8	Rundwege systematisch entwickeln ■ Spazier- und Rundwege (auch als Joggingstrecken) zur Verbindung von Saale, Berg- und Talstadt inkl. Rastpunkten und Gastronomie für die Zielgruppen entwickeln ■ empfohlene Routen im Stadtplan und online (Web, Aktivportale) sichtbar machen ■ Beispiele: Fähre-Tiergarten-Krumbholz-Waldau, Schloss-Neuborna-Gröna	BFG, in Koop. mit Naturpark, Hochschule	+ + +	€ € €
9	Thematische, digitale und interaktive Touren weiterentwickeln ■ Bauhaus- und Architekturgeschichte digital aufbereiten ■ Film-Drehorte und Eulenspiegel-Themen für Familien integrieren (Formate: Apps wie Actionbound und Mikroabenteuer in der Natur [z.B. Naturbingo]) ■ Digitalen Stadtrundgang erweitern (Bootsverleih, Radverleih, Parkanlagen und Routenvorschläge integrieren) und auf Aktivportalen integrieren	BFG	+ + +	€ € €

Priorität B: Maßnahmen als Zusatz zu den Leitprojekten

Nr.	Bezeichnung	Ver- antw.	Zeit	Kos- ten
10	Tagungstourismus gezielt weiterentwickeln - Hotels, ansässigen Unternehmen und Hochschule kulturelles oder naturnahes Rahmenprogramm anbieten - Landes-Initiative zu „Tagen in besonderen Locations“ durch perspektivisches Angebot im Kurhaus stärken	BFG, Hotels, Kurhaus	+++	€ € €
11	Saisonverlängernde Veranstaltungsformate entwickeln - Formate für Herbst und Winter etablieren - Verbindung mit Naturpark-, Wasser- oder Campingangeboten - kleinere, wiederkehrende Formate mit Aufenthaltsanlass schaffen	BFG, Anbieter	+++	€ € €

Priorität C: Maßnahmen als Zusatz zu den Leitprojekten

Nr.	Bezeichnung	Ver- antw.	Zeit	Kos- ten
12	Angebotsverknüpfung mit der Hochschule und Ausbau des Themas Wein - Öffnung von Weinberg, Kloster und Strenzfeld für touristische Formate - Verknüpfung mit privatem Weinberg in Crüchern (regelmäßige Öffnung, Einbindung in Pakete) - Entwicklung von Führungen, Mitmach-Angeboten und Events - Ausbau des Themas Wein als profilrelevantes Ergänzungsangebot	BFG, Hochschule	+++	€ € €
13	Thema Genuss profilieren - Entwicklung regionaler Produkte wie „Saale-Picknickbox“ - Einbindung lokaler Produzenten (Bier, Wein, Hofladenprodukte) - Verknüpfung mit Routen und Veranstaltungen	Stadt	+++	€ € €

7.3 Maßnahmen im Handlungsfeld „Aufenthaltsräume, Wege & Saaleerlebnis entwickeln“

Die folgenden Maßnahmen sind ergänzend zu den Leitprojekten 4, 5 und 6 („Erlebnisraum Saaleufer und Töpferwiese entwickeln“, „Schloss als touristischen Anker stärken und besser zugänglich machen“ sowie „Neugestaltung des Saalplatzes“) zu verstehen und nach Priorität A bis C abgestuft.

7.3.1 Gesamtstädtische Maßnahmen (raumübergreifend)

Priorität A: Maßnahmen als Zusatz zu den Leitprojekten

Nr.	Bezeichnung	Ver- antw.	Zeit	Kos- ten
14	Besucherlenkung und Fußgängerleitsystem modernisieren - Ergänzung der Wegweisung an zentralen Standorten (z. B. Lindenstraße, Fähranleger Schlossseite, Krumbholz) - Entfernungs- und Gehzeitangaben ergänzen - Mehrsprachigkeit und Bezug zu Profithemen berücksichtigen	Stadt	+++	€ € €
15	Orientierungstafeln an zentralen POIs ergänzen - Ergänzung an Standorten Campingplatz, Fähranleger, Tiergarten-Ufer, Gröna, Waldau, Am Werder, Alter Markt) - Hinweise zu Naturpark, Radangeboten, digitaler Verlängerung und Mehrsprachigkeit integrieren	Stadt	+++	€ € €
16	Rad-Ankunftspunkte klar definieren und ausstatten, um die Leitung der Radfahrenden in die Stadt zu erleichtern - Radabstellanlagen ausweiten - Schließfächer zur Gepäckaufbewahrung ergänzen - Infostelen als Übergang vom Rad- in den Fußgängerraum einsetzen, mit Informationen zu „Radfreundlichem Bernburg (Saale)“ - überdachte Rastmöglichkeit bei Bedarf ergänzen - Anbindung an das Fußgängerleitsystem sichern - Verknüpfung mit dem Leitprojekt 3 „Radfreundliches Bernburg (Saale)“	Stadt und BFG	+++	€ € €

Priorität B: Maßnahmen als Zusatz zu den Leitprojekten

Nr.	Bezeichnung	Ver- antw.	Zeit	Kos- ten
17	Bahnhofsumfeld als Ankunftsort aufwerten - Gleis-Unterführung gestalterisch verbessern - Vorplatz begrünen und als Willkommenstor inszenieren	Stadt	+++	€ € €

	■ Wegeführung Richtung Zentrum mit Anrainern erlebbar gestalten („Wussten Sie schon...?“-Info- tafeln, Schaufenstergestaltung, Illustrationen an Wänden/Stromkästen)			
18	Aussichtspunkte inszenieren ■ Ausweitung der bereits etablierten Fotopunkte am Rosenhag, Weinberg, ggf. Flutbrücke (zusätz- lich zur Aussichtsplattform am Schloss, siehe Leitprojekt 5) ■ Pflege der Punkte sichern (Freischnitt, Sitzmöbel, Entsorgung) ■ erläuternde Elemente integrieren	Stadt	+++	€ € €
19	Konzept zur Förderung von Wohnmobilstellplätzen weiter umsetzen ■ neben der Einrichtung von Wohnmobilstellplät- zen auf der Töpferwiese sollten im Konzept prio- risierte Plätze weiter beschildert bzw. ausgebaut werden ■ Datenpflege der online eingestellten Plätze auf Portalen (z.B. park4night)	Stadt	+++	€ € €

7.3.1 Teilräumliche Maßnahmen

Im Rahmen des Konzepts wurden mehrere Räume vertieft betrachtet. Die Räume wurden besucht, auf ihre Aufenthaltsqualität hin untersucht, eine Vision für ihre touristische Ent- wicklung und abgeleitete Maßnahmen definiert. Die einzelnen Schritte wurden in den Be- teiligungsformaten des Tourismuskonzeptes diskutiert. An dieser Stelle werden die Maß- nahmen aufgeführt, die weiteren Erkenntnisse sind dem Anhang zu entnehmen.

Die Teilräume

- Saaleufer unterhalb des Schlosses und Töpferwiese,
- Schlossbezirk sowie
- Saalplatz mit Übergang zur Alten Bibel

werden in den Leitprojekten betrachtet.

Teilraum Saaleufer Tiergartenseite

Nr.	Bezeichnung	Ver- antw.	Prio	Zeit	Kos- ten
20	Warte- und Aufenthaltsbereiche verbes- sern ■ Radabstellanlagen aufwerten ■ Wetterschutz an Sitzmöglichkeiten schaffen ■ öffentliches WC einrichten	Stadt und BFG	B	+++	€ € €

21	Thematisierten Einstiegspunkt „Abenteuer Krumbholz“ entwickeln ■ Kinderkarte / Abenteuer-Routenplan als Einstieg in den Krumbholz entwickeln und aufstellen ■ Bodenmarkierung vom Tiergarten Richtung Schloss prüfen	Stadt und BFG	B	+++	€ € €
22	Gastronomie ganzjährig (ggf. in reduziertem Maße) bespielen	BFG	C	+++	€ € €

Teilraum Campingplatz Neuborna

Nr.	Bezeichnung	Verantw.	Prio	Zeit	Kosten
23	Infrastruktur modernisieren und barrierearm gestalten ■ Sanitärtrakt, Beleuchtung und Elektro-Anlagen modernisieren	Stadt und BFG	A	+++	€ € €
24	Personalaufwand in der Gästeberatung reduzieren ■ Einrichtung einer Orientierungstafel mit digitaler Verlängerung zum städtischen touristischen Angebot und Veranstaltungen ■ Bereitstellung von mehrsprachigen Informationsmaterialien der Tourist-Information	BFG	A	+++	€ € €
25	Planungssicherheit erhöhen ■ Erarbeitung eines abgestimmten Entwicklungskonzepts für den gesamten Platz als Grundlage für Investitionen, Förderanträge und behördliche Abstimmungen	Pächter	B	+++	€ € €
26	Nutzungskonflikte mit dem Wassersport vermeiden ■ gemeinsames Uferkonzept mit dem WSV Empor Bernburg e.V. zur besseren Koexistenz von Sport, Camping und Naherholung ■ Option der Flächenabgrenzung und Nutzungsvereinbarung mit dem Wassersportverein prüfen (ggf. temporäre Teilnutzung von Flächen gegen Entgelt, Zugangsrechte, Stegnutzung)	Pächter, BFG	B	+++	€ € €
27	Wetterunabhängige Angebote für Radler schaffen	Pächter, BFG	B	+++	€ € €

	■ Anschaffung mobiler Miet-Wohnwagen oder leicht rückbaubarer Lösungen in Abstimmung mit Behörden				
--	---	--	--	--	--

Teilraum Gröna – Bereich Saalebrücke

Nr.	Bezeichnung	Ver- antw.	Prio	Zeit	Kos- ten
28	Regelmäßige Abstimmung mit Pächter, Stadt und Landkreis, Abstimmung zu Planungen, Vorgaben und Störgefühlen	BFG	∞		
29	Parkplatzsituation und öffentliche WC-Nutzung klären ■ Alternativen zum Parkraum an der Straße bei Events und Lösung zur öffentlichen WC-Nutzung diskutieren	BFG und Stadt	A	+++	€ € €
30	Gestalterische Abgrenzung des Gastronomiebereiches vom Umfeld ■ Grüneingrenzung ■ klare Zu- und Ausgangssituation schaffen	Stadt und BFG	B	+++	€ € €
31	Eintrittspunkt per Rad und Wasser signalisieren ■ Orientierungstafel installieren ■ Vielfalt an Schildern am Ausgang der Saalebrücke reduzieren und klare Wegweisung zum Ortskern und Saaleradweg ■ Prüfung der Sicherung und Inszenierung des Schlosses Gröna z.B. durch Illuminierung	Stadt und BFG	B	+++	€ € €
32	Spielgeräte zur Aufwertung des Rastpunktes einrichten ■ Machbarkeit und Bedarf mit dem Amt für Kinder- und Jugendförderung klären	Stadt	C	+++	€ € €

Teilraum Saaleufer Alte Bibel, Alter Markt & Am Werder

Nr.	Bezeichnung	Ver- antw.	Prio	Zeit	Kos- ten
33	R1-Eintrittspunkt „Am Werder“ gestalterisch aufwerten ■ Umsetzung der Raufe ■ Radservicestation und Infotafel ergänzen ■ Bodenbefestigung und Grüninszenierung verbessern	Stadt und BFG	C	+++	€ € €

34	Verweilbereiche am Ufer Alte Bibel gestalten (nach Fertigstellung Saalplatz) - Aussichtspunkte freischneiden - Sitz- und Picknickbereiche entwickeln - Weg „erzählen“, z.B. als Weg zwischen Historie und Industriegebiet (ggf. in Kooperation mit Firmen) mit digital gestützten Elementen an den Sitzbänken	Stadt	C	+++	€ € €
----	--	-------	---	-----	-------

Teilraum Waldau: Flutbrücke, St. Stephani & Forschungsweinberg / Zickzackhausen

Nr.	Bezeichnung	Ver- antw.	Prio	Zeit	Kos- ten
35	Willkommenssituation in Zickzackhausen verbessern - Absprache mit Einwohnern zu Planungen der touristischen Inwertsetzung - Infotafel und Digitalführung einrichten - perspektivische Aufwertung des Konsumgebäudes prüfen	Stadt	B	+++	€ € €
36	Weinberg WALADALA zugänglicher machen - vgl. Maßnahme im Handlungsfeld Angebotsentwicklung - temporäre Besuchsformate - Einbindung in eine thematische Tour (fiktiv: Wissensorte Bernburg), (digitale) Informationen zu Sorten	BFG, Hochschule	B	+++	€ € €
37	Offene Kirche St. Stephani sichern - Pflege des Areals, Öffnungszeiten langfristig sichern - digitale Verlängerung der Informationen auf der Tafel	BFG	B	∞	€ € €
38	Wegeverbindungen und Inszenierung stärken - Aufwertung der Wegeverbindung über den Rosinenberg - erlebbare Spazierverbindung ab Krumbholz oder Alter Markt nach Waldau - Wegweisung ab Hauptstraße nach St. Stephani optimieren - gesicherte Kirchenruine einbinden	Stadt	C	+++	€ € €
39	Gesicherte Kirchenruine „Neue Stephanuskirche“ Waldau - Nutzungskonzept erstellen - temporäre Illuminierung prüfen	Stadt	C	+++	€ € €

7.4 Maßnahmen im Handlungsfeld „Marketing, Kommunikation & digitale Sichtbarkeit verbessern“

Die folgenden Maßnahmen sind ergänzend zu den Leitprojekten 7 und 8 („Touristische Marke und Positionierung entwickeln und umsetzen“, „Schloss als touristischen Anker stärken und besser zugänglich machen“ sowie „Digitalen Gesamtauftritt und Buchbarkeit professionalisieren“) zu verstehen und nach Priorität A bis C abgestuft.

Priorität A: Maßnahmen als Zusatz zu den Leitprojekten

Nr.	Bezeichnung	Ver- antw.	Zeit	Kos- ten
40	Verbindende Themenstories entwickeln und einsetzen - Themenstories gehen über die Darstellung von Einzel-Angeboten hinaus, skizzieren das Gesamterlebnis zu einem Thema und geben dem Gast Orientierung - Themen wie Kultur, Saale und Familienzeit als Gesamterlebnis erzählen - Angebote, Gastronomie und Servicebausteine integrieren - Stories in Online- und Printkommunikation einsetzen	BFG, Anbieter	+++	€ € €
41	Zielgruppenspezifische Angebotsdarstellung ausbauen - Inhalte nach Familien, Aktiv-Gästen und Kulturinteressierten strukturieren - auch Angebote außerhalb der Leitprodukte einbinden - Schlechtwetter-Alternativen sichtbar machen	BFG	+++	€ € €
42	Veranstaltungskommunikation bündeln - Einigung auf ein zentrales technisches System - Integration in die touristische Website - touristisch relevante Veranstaltungen klar kennzeichnen - Akteure für Datenpflege sensibilisieren	BFG, Stadt	+++	€ € €

Priorität B: Maßnahmen als Zusatz zu den Leitprojekten

Nr.	Bezeichnung	Ver- antw.	Zeit	Kos- ten
43	Mehrsprachigkeit systematisch ausbauen englische Printmaterialien gezielt für Anbieter mit internationalen Gästen bereitstellen (lokaler DIN-lang-Flyer, regionale-/Landesinformationen)	BFG, Stadt, Anbieter	+++	€ € €

	■ Stadtplan in Neuauflage zweisprachig überarbeiten ■ Online-Informationen mindestens auf Englisch vertiefen ■ neue Informationstafeln zweisprachig gestalten ■ Fremdsprachenkompetenz in der Gästeberatung sichern			
44	Angebote in regionale Portale einpflegen ■ Stadtführungen, Schifffahrt, Wandertage und Spezialangebote im Angebotsportal der WelterbeRegion ergänzen ■ Sichtbarkeit über regionale Plattformen erhöhen	BFG	+++	€ € €
45	Hochschule und Unternehmen gezielt als Multiplikatoren ansprechen ■ Studierende und Eltern als Freizeit- und Kurzreisegäste adressieren ■ ortsansässige Unternehmen über Rahmenprogramme informieren ■ Verlängerungsaufenthalte bei Sport- und Großevents fördern	BFG, Hotels	∞	€ € €

Priorität C: Maßnahmen als Zusatz zu den Leitprojekten

Nr.	Bezeichnung	Ver- antw.	Zeit	Kos- ten
46	Online-Shop für regionale Produkte einrichten ■ regionale Genuss- und Souvenirprodukte digital anbieten ■ Verknüpfung mit Themenstories und Veranstaltungen herstellen	BFG	+++	€ € €

7.5 Perspektivische Entwicklungsoptionen (Prüfaufträge)

Ergänzend zu den prioritären Leitprojekten und weiteren Maßnahmen werden folgende langfristige Entwicklungsoptionen und ergänzende Infrastrukturmaßnahmen benannt, deren Umsetzung von veränderten finanziellen, planerischen oder förderrechtlichen Rahmenbedingungen abhängt:

Nr.	Bezeichnung
47	Fischergasse/Mühlstraße als Promenade stärken ■ Ziel ist die Entwicklung eines klar erkennbaren Rundwegs an der Saale. ■ Sichtbarmachung eines Rundwegs unter Einbindung der Fährfahrt ■ Inszenierung durch Informationselemente zu Saale, Schleuse und Saalemühle

	■ Aufwertung als Aufenthalts- und Verbindungsraum zwischen Saale und Innenstadt
48	Steganlage auf der Tiergartenseite bedarfsgerecht weiterentwickeln ■ Ziel ist eine an der Nachfrage orientierte Anpassung der wasserbezogenen Infrastruktur. ■ Beobachtung der Auslastung der bestehenden Steganlage ■ Abstimmung mit WSA, Berufsschiffahrt und Ruderverein ■ Prüfung einer funktionalen Erweiterung im betreffenden Saaleabschnitt
49	Alternativen Standort der Tourist-Information prüfen ■ Ziel ist eine höhere Sichtbarkeit und bessere Servicequalität für ankommende Gäste (Funktion als Welcome-Punkt für Busgruppen und Führungen) ■ Prüfung eines besser frequentierten Standortes ■ Bewertung organisatorischer und wirtschaftlicher Auswirkungen
50	Machbarkeitsstudie zu einem barrierearmen Verkehrssystem zwischen Berg- und Talstadt ■ Ziel ist die bessere Überwindung topografischer Distanzen und die Erleichterung des touristischen Entdeckens. ■ Bedarfsabschätzung (Frequentierung der Stadt, ohne Busgruppen) ■ Prüfung technischer Lösungen (z. B. autonomer Shuttle, „Bimmelbahn“) ■ Abstimmung mit Verkehrs- und Förderstellen ■ Bewertung von Wirtschaftlichkeit und Nutzbarkeit
51	Machbarkeitsstudie zu einer Fischtreppe mit Bootsrutsche (analog Fisch-Kanu-Pass in Fürstenberg/Havel) ■ Ziel ist die Verbesserung der Bedingungen für muskelbetriebenen Wassertourismus bei gleichzeitiger ökologischer Aufwertung des Flussraums. ■ Prüfung technischer und naturschutzrechtlicher Voraussetzungen ■ Abstimmung mit zuständigen Behörden ■ Bewertung der touristischen und wirtschaftlichen Effekte
52	Machbarkeitsstudie zur touristischen Nutzung des Saalespeichers ■ Ziel ist die Prüfung einer touristischen Nachnutzung des Saalespeichers als ergänzender Erlebnis-, Veranstaltungs- oder Ausstellungsort mit Bezug zur Saale und zur Industriegeschichte. ■ Analyse möglicher Nutzungsmodelle (Kunst/Kultur, Event, Ausstellung) ■ Prüfung baulicher und wirtschaftlicher Rahmenbedingungen ■ Einbindung in das Gesamterlebnis Saaleufer
53	Machbarkeitsstudie zu einer touristischen Attraktion am oder nahe dem Schlossberg ■ Ziel ist die Entwicklung eines zusätzlichen Freizeitimpulses zur Stärkung des Familien- und Aktivprofils unter Beachtung des Denkmalschutzes. ■ Prüfung geeigneter Standortoptionen unter Einbeziehung des Bärengeheges ■ Bewertung landschaftlicher und städtebaulicher Auswirkungen ■ Wirtschaftlichkeitsprüfung möglicher Modelle (z. B. Kletterpark, Kletterhalle, Sommerrodelbahn, Indoorspielplatz)

7.6 Auswirkung auf Flächennutzungsplan und Bebauungspläne

Im Rahmen der Erarbeitung des Tourismuskonzeptes wurden die vorgesehenen Maßnahmen mit dem geltenden Flächennutzungsplan (FNP) sowie den relevanten Bebauungsplänen abgeglichen. Ergebnis dieser Prüfung ist, dass **die im Konzept formulierten Leitprojekte und weiteren Maßnahmen den bestehenden planungsrechtlichen Festsetzungen nicht widersprechen und keine Anpassungen des Flächennutzungsplans bzw. der jeweiligen Bebauungspläne erforderlich machen.**

Die touristische Weiterentwicklung erfolgt im Rahmen ausgewiesener Nutzungen, etwa Sonderbau-, Grün-, Gemeinbedarfsflächen oder bestehenden Freizeit- und Kulturstandorten. Für die Potenzialräume mit besonderem Qualifizierungsbedarf – beispielsweise am Saalebrücke in Gröna, am Campingplatz Neuborna oder im Bereich Waldau und Zickzackhausen – bilden die bestehenden Festsetzungen im FNP einen geeigneten Rahmen.

Im Bereich der Töpferwiese gilt der Bebauungsplan Nr. 92 „Sondergebiet Freizeitnutzung am Saaleufer im Bereich der Töpferwiese“ (2017). Die im Tourismuskonzept vorgesehenen Nutzungen – insbesondere Aufenthaltsbereiche, ein Sanitärhaus, ein Willkommenspunkt sowie eine begrenzte Anzahl von Kurzzeit-Caravanstellplätzen – bewegen sich im Rahmen der dort festgesetzten Freizeitnutzung.

Die konkrete Verortung der Caravanstellplätze bleibt dem noch zu erarbeitenden Freiraumkonzept für die Töpferwiese vorbehalten. Auf Grundlage der räumlichen Zonierung und der abgestimmten Nutzungsverteilung kann geprüft werden, ob eine Anpassung oder Ausweitung der im Bebauungsplan festgesetzten Sonderfläche erforderlich ist.

8 Umsetzung, Verstetigung und Monitoring

Die vorliegenden Leitprojekte und weiteren Maßnahmen bilden einen klar strukturierten Rahmen für die touristische Weiterentwicklung Bernburgs. Entscheidend für ihren Erfolg ist jedoch nicht allein die inhaltliche Ausrichtung, sondern eine konsequente Umsetzung, eine dauerhafte Verankerung in den organisatorischen Strukturen sowie ein regelmäßiges Monitoring der Zielerreichung.

8.1 Umsetzung als gemeinsamer Prozess

Tourismus ist in Bernburg (Saale) eine Querschnittsaufgabe. Für die Umsetzung des Konzeptes braucht es daher klare Zuständigkeiten, transparente Abläufe und eine verlässliche Abstimmung zwischen Stadtverwaltung, BFG, Stadtmarketing, Leistungsträgern und regionalen Partnern. Ergänzend dient die „Bernburger Tourismusrunde“ als kontinuierliches Austauschformat. Sie schafft Transparenz, stärkt die Einbindung der Anbieter und fördert die gemeinsame Verantwortung für die touristische Entwicklung.

Umsetzung bedeutet dabei nicht, alle Maßnahmen gleichzeitig anzugehen. Vielmehr sind klare Prioritäten, realistische Zeitpläne und eine schrittweise Realisierung entscheidend.

8.2 Verstetigung und organisatorische Verankerung

Damit das Tourismuskonzept dauerhaft Wirkung entfaltet, müssen seine Inhalte in die bestehenden Verwaltungs- und Haushaltsprozesse integriert werden. Dazu gehören insbesondere:

- die jährliche Fortschreibung eines Marketing- und Maßnahmenplans mit Budget- und Erfolgskontrolle,
- die Abstimmung der investiven Vorhaben mit der Finanzplanung,
- die kontinuierliche Einbindung in regionale Strukturen wie die WelterbeRegion,
- die aktive Nutzung von Förderprogrammen auf Landes- und Bundesebene.

Ziel ist es, das Konzept nicht als einmaliges Projekt, sondern als langfristigen Orientierungsrahmen zu etablieren.

8.3 Monitoring und Zielüberprüfung

Die im Konzept definierten qualitativen und quantitativen Ziele bilden die Grundlage für ein regelmäßiges Monitoring. Die zugrunde liegenden Indikatoren wurden im Kap. 4.2 dargelegt und im Status quo festgehalten.

Mindestens einmal jährlich sollte im Rahmen der Tourismusrunde eine strukturierte Auswertung erfolgen. Auf dieser Basis können Maßnahmen angepasst oder neu priorisiert werden.

8.4 Abschätzung der wirtschaftlichen Effekte und Standortwirkung

Die identifizierten Leitprojekte umfassen keine großdimensionierten Neubauten mit klar prognostizierbaren Besucherzahlen. Im Mittelpunkt stehen vielmehr qualitative Verbesserungen, stärkere Verknüpfungen, organisatorische Klärungen und eine professionellere Vermarktung des vorhandenen Angebots.

Für die Prognose der wirtschaftlichen Effekte der vorgeschlagenen Maßnahmen kann daher nur der Effekt einer damit ausgelösten Steigerung der Anzahl an Übernachtungs- und Tagesgästen grob überschlägig abgeschätzt werden. Für diese Abschätzung werden folgende Thesen aufgestellt:

- Bernburg (Saale) weist einen vergleichsweise hohen Anteil geschäftlich veranlasster Übernachtungen (inkl. Monteure) auf; zugleich ist der Tagestourismus stark durch Besucher aus dem Umland geprägt. Die im Tourismuskonzept vorgesehenen Maßnahmen zielen insbesondere auf Freizeit- und Kurzurlaubsgäste. Auf Geschäftsreisende oder reine Einkaufs- und Gastronomiebesuche haben sie nur begrenzten Einfluss.
- Die Steigerung der Nachfrage beträgt mittelfristig maximal 10 %.⁴ Die Steigerung wirkt sich in allen Segmenten gleichermaßen aus. Es gibt keine Anhaltspunkte, um unterschiedliche Steigerungen zu begründen.

Auf Basis der Abschätzung der wirtschaftlichen Effekte im Status quo (vgl. Kap. 3.3) würde eine solche Steigerung rechnerisch zu folgenden Effekten führen:

- Zusätzliche Umsätze von rund 5 Mio. Euro brutto (Steigerung um 10 %) und
- zusätzliche Wertschöpfung von rund 2,4 Mio. Euro netto (Steigerung um 10 %).
- Damit könnten weitere rund 60 höherwertige Vollzeit Arbeitsplätze finanziert werden.

Neben den direkt messbaren Effekten besitzt der Tourismus eine wichtige Funktion als weicher Standortfaktor. Ein attraktives touristisches Angebot stärkt das Image der Stadt, erhöht die Lebensqualität für Einwohnende, verbessert die Bindung von Fachkräften und Studierenden und unterstützt die Ansiedlung von Unternehmen. Kultur, Freizeitangebote, Aufenthaltsqualität und ein lebendiger Stadtraum wirken damit weit über die reine Tourismusbranche hinaus.

⁴ Im strategischen Rahmen wurde als ambitioniertes Ziel eine Steigerung der Übernachtungen von Leisure-Reisenden um 20 % formuliert. Dieses Ziel bezieht sich ausschließlich auf den freizeittouristischen Bereich und soll eine strukturelle Verschiebung zugunsten von Kultur-, Aktiv- und Kurzurlaubsgästen bewirken. Die 10 % dienen als konservative Annahme für die wirtschaftliche Gesamtabeschätzung, da Geschäftsreisen nur begrenzt von den Maßnahmen profitieren.

Eine differenzierte Abschätzung analog zu Kap. 3.3, die sich nur auf den freizeittouristischen Bereich (ohne Geschäftsreisende inklusive Monteure) bezieht, ist nicht seriös möglich, weil die Anteile der Freizeittouristen in den einzelnen Segmenten (gewerbl. Betriebe, Privatvermieter etc.) nicht bekannt sind.

9 Anhang

9.1 Touristische Kennzahlen für Bernburg (Saale) im Zeitverlauf

Jahr	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Ankünfte	23.801	27.626	28.381	33.859	28.443	32.301	47.154	51.441	47.894	46.922
Übernachtungen	44.583	50.428	52.528	61.585	58.528	68.469	88.592	98.977	88.380	90.425
davon ausländische Übern.	6.495	8.379	8.577	8.896	8.943	14.065	15.120	16.809	11.145	12.397
Ø Aufenthaltsdauer	1,9	1,8	1,9	1,8	2,1	2,1	1,9	1,9	1,8	1,9
Betriebe	12	16	14	13	14	14	13	13	13	13
Betten	492	607	576	605	714	691	734	724	746	748
Bettenauslastung	27,8%	26,8%	29,6%	33,8%	30,0%	32,6%	36,7%	39,9%	34,6%	34,6%

Daten des Statistischen Landesamtes Sachsen-Anhalt, Daten inkl. Camping: 1 Stellplatz wird in 4 Schlafgelegenheiten umgerechnet

9.2 Besucherzahlen in Freizeit- und Kultureinrichtungen in Bernburg (Saale) im Zeitverlauf

Jahr	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
MS Saalefee	9.326	10.191	9.738	10.143	9.970	7.889	5.299	9.970	11.683	10.987
Museum mit Eulenspiegelturm und Kunsthalle	13.021	13.678	10.384	12.955	7.242	10.738	6.389	7.242	18.241	17.745
Fähre	34.113	36.072	40.220	38.205	36.235	23.960	19.916	36.235	18.028	20.286
Theater	31.720	31.487	30.273	30.936	30.986	14.600	16.000	21.400	27.495	30.547
Parkeisenbahn	33.113	29.727	33.855	35.274	34.597	37.768	35.179	34.597	33.246	31.387
Erlebnisbad "Saaleperle"	44.178	38.840	26.436	60.793	45.549	42.278	28.573	45.549	25.851	42.321
Schwimmbad/Sauna	67.504	62.379	61.732	59.395	65.211	44.514	21.683	65.211	41.404	44.946
Tiergarten	62.999	62.786	59.303	62.726	66.386	82.371	81.192	66.386	77.984	73.181

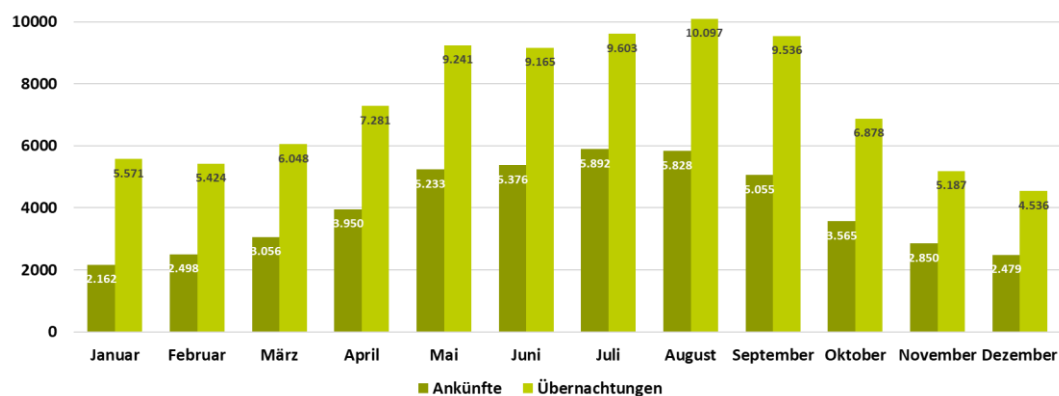
Daten der BFG

9.3 Entwicklung der Anzahl der Gästeführungen in Bernburg (Saale) im Zeitverlauf

Jahr	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Anzahl Stadtführungen	126	68	55	122	128	131
davon: Anzahl Öffentliche Stadtführungen (samstags)	18	20	19	34	35	37

Daten der BFG

9.4 Übernachtungen und Ankünfte nach Monaten, 2024



© BTE 2025; Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt 2024, Daten inkl. Camping

9.5 Übernachtungen und Ankünfte nach Monaten, 2024

	geöffnete Betriebe	Betten
Insgesamt	13	746
darunter:		
Hotels, Gasthöfe, Pensionen	9	.
Hotels	5	.
Hotels garnis	1	.
Gasthöfe	1	.
Pensionen	2	.
Ferienunterkünfte und ähnliche Beherbergungsstätten	3	.
Erholungs-, Ferien-, Schulungsheime	-	-
Ferienzentren	-	-
Ferienhäuser, Ferienwohnungen	2	.
Jugendherbergen und Hütten	1	.
Campingplätze	1	.

© BTE 2025; Daten Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, Auswertung 2025-0008, Zeichenerklärung:
 . Zahlenwert unbekannt oder geheim zu halten, - genau Null oder auf Null geändert

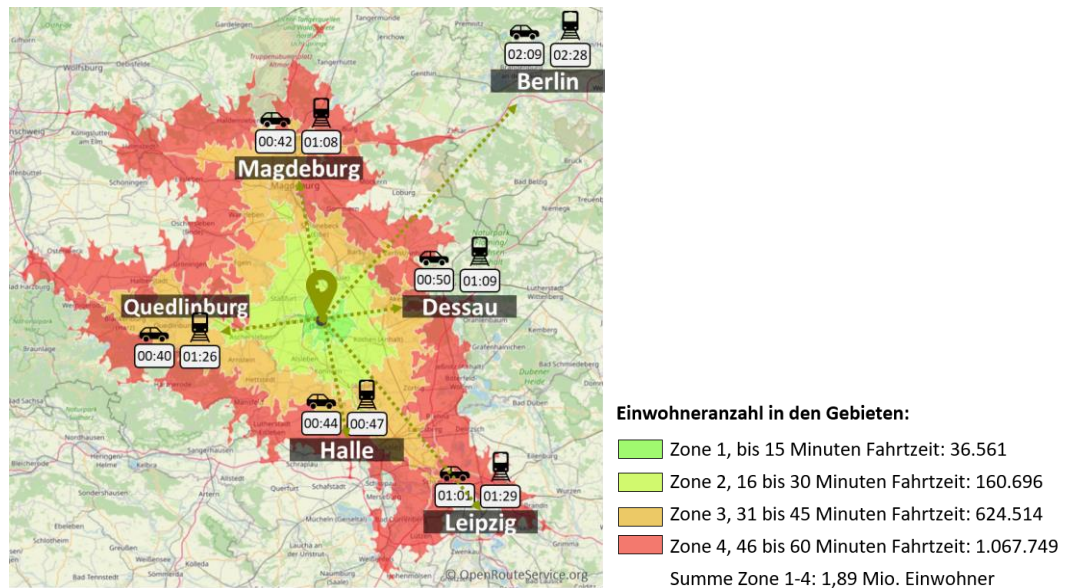
9.6 Qualitäts-Bewertungen der Einrichtungen und Betriebe

	Google (max=5)		Booking.com (max=10)	
	Anzahl Bewertungen	Durchschnitt	Anzahl Bewertungen	Durchschnitt
Gastronomie				
kleines Brauhaus "Viktor Amadeus"	415	4,7		
Bernburger Point	256	4,6		
Lindenhof - Traditionsgasthaus	829	4,6		
Gaststätte Reimann	257	4,8		
Schifferklausen	264	4,2		
Gasthof Waldau Bernburg	148	4,6		
Bella Roma Bernburg	728	4,1		
Ristorante Bella Roma Bernburg	182	4,0		
Restaurant im Hotel Wippertal	418	4,6		
Karl's Platz	716	4,1		
Sägewerk Bernburg	578	4,5		
Athen Bernburg	786	4,7		
Bella Napoli Bernburg	365	4,7		
Dionysos Bernburg	767	4,6		
Alter Markt Bernburg	563	4,3		
Restaurant im Parforcehaus	103	4,5		
Durchschnitt		4,5		
Points of Interest				
Theater Bernburg	244	4,6		
Museum Schloß Bernburg	1016	4,4		
Keßlerturm	185	4,4		
Tiergarten	3400	4,5		
Parkeisenbahn	616	4,6		
Märchengarten "Paradies"	1115	4,0		

	Google (max=5)		Booking.com (max=10)	
	Anzahl Bewertungen	Durchschnitt	Anzahl Bewertungen	Durchschnitt
MS Saalefee	222	4,6		
Erlebnisbad "Saaleperle"	803	4,4		
Bootsverleih Funda	154	4,8		
Durchschnitt		4,5		
Beherbergungsbetriebe				
Hotel Askania	560	4,6	734	8,0
Hotel Fürsteneck	339	4,5	928	8,6
Hotel SL´otel das Stadthotel	272	4,5	480	8,5
Hotel SL´otel Das Budget	336	4,4	381	8,4
Hotel SL´otel im Parforhaus	568	4,6	1463	8,8
City Hotel	295	4,4	851	8,5
Pension "Am Werder"	165	4,8	368	9,1
PensioNett	137	4,3	403	8,2
Pension Florion	145	4,6	572	8,3
Bernburger Saalecamper Campingplatz	475	4,7	-	-
Gasthof Bernburger Point	256	4,6	-	-
Durchschnitt		4,5		8,5

© BTE 2025, Abruf der Werte ausschließlich bei mehr als 100 Bewertungen bei Google und 300 Bewertungen bei booking.com, Stand: Juli 2025

9.7 Einzugsgebietsanalyse für Einwohner



© BTE 2025, Daten: openrouteservice.org / bahn.de / Google Maps

Erläuterung: 1,89 Mio. Einwohner im Einzugsbereich von 60 Minuten Fahrtzeit

Trotz günstiger Lage zeigt sich, dass das nähere Umfeld (bis 15 Minuten Fahrtzeit) nur einen kleinen Teil der Einwohnerschaft im Einzugsgebiet bis 60 Minuten Fahrtzeit darstellt und dass relevante Einwohnerzahlen erst in Zone 3 und 4 erreicht werden. Innerhalb von 60 Minuten Fahrtzeit lebt ein Einzugsbereich von rund 1,89 Mio. Einwohnern, hinzu kommen Urlauber im Einzugsbereich mit Bereitschaft für Tagesausflüge.

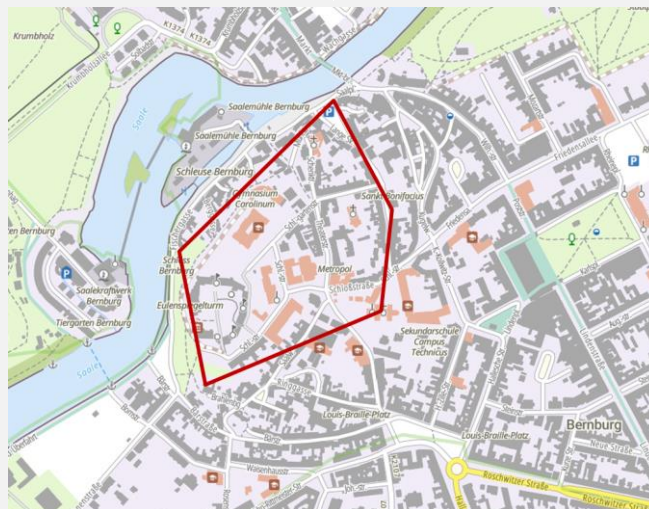
- Zone 1: bis 15 Minuten Fahrtzeit: entspricht den sehr häufigen, kleinen Ausflügen im Umfeld des Wohnstandorts.
- Zone 2: 16 bis 30 Minuten Fahrtzeit: entspricht den häufigen, kleinen Ausflügen in die nähere und weitere Umgebung des Wohnstandorts.
- Zone 3: 31 bis 45 Minuten Fahrtzeit: entspricht den gelegentlichen mittleren Ausflügen an die Ränder der Heimatregion und in benachbarte Regionen.
- Zone 4: 46 bis 60 Minuten Fahrtzeit: entspricht den gelegentlichen größeren Ausflügen in benachbarte Regionen.

Damit unterscheidet sich der Standort von Standorten im Randgebiet von großen Städten.

9.8 Teilraumbetrachtung: Qualitäten und Entwicklungsziele

9.8.1 Teilraum Schlossbezirk

Teilraum Schlossbezirk



Kartengrundlage: https://www.geodatenportal.sachsen-anhalt.de/mapapps/resources/apps/viewer_v40/index.html?lang=de

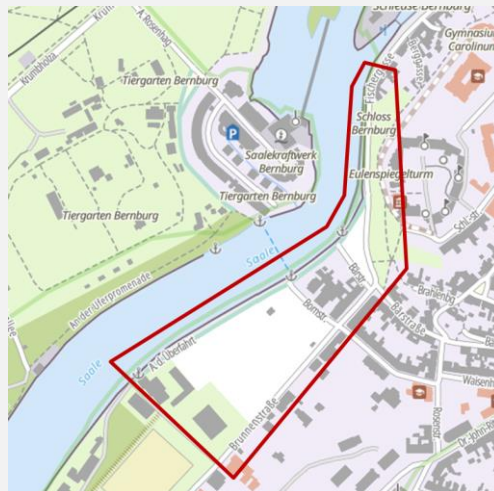
Aktuelle Nutzungen

- Museum und Eulenspiegelturn
- Deutsches Kabarettarchiv im Christiansbau (aktuell Bauphase)
- Kreismusikschule (keine touristische Nutzung)
- Schlosshof wird teilweise als Parkplatz genutzt
- Café „Schlossidylle“ im Hof wegen Bauarbeiten geschlossen
- 3-4 Veranstaltungen pro Jahr
- Aussichtsplattform vor dem Schlosseingang

Bewertung der Aufenthaltsqualität	
Stärken ■ Baulich attraktiver Schlossbezirk ■ Sehr sauber ■ Startpunkt vom Historischen Rundgang ■ Fußweg an die Saale hinab mit Wegeoptionen	Schwächen ■ Aussichtsplattform vor dem Schlossseingang ohne Aussichtsbänke/ ohne jede Inszenierung oder „Willkommen“ an Gäste vom Ufer ■ Schließung des Hofes um 19 Uhr (Juni 2025), von außen keine Informationen zum Schloss am offiziellen Eingang ■ Eingang zum Schloss nur für PKW gekennzeichnet
Flächenmerkmale und ggf. Nutzungskonflikte ■ Fläche für den Gemeinbedarf, öffentl. Verwaltung, Schule, Kulturellen Zwecken dienende Gebäude ■ Teile des Schlosses sind im Besitz der Kulturstiftung Sachsen-Anhalt und Teile sind im Besitz der Stadt Bernburg (Saale) ■ Unterschiedliche Nutzungsvorstellungen der 2 Träger Kulturstiftung Sachsen-Anhalt und Stadt ■ Vermittlung an Veranstaltungsmanager durch das Stadtmarketing	
wirtschaftliche Bedeutung der aktuellen Angebote (überschlägig) ■ Museum mit Eulenspiegelturm und Kunsthalle: 17.745 Besucher in 2024 ■ Theater: 30.547 Gäste in 2024	
Entwicklungsziel des Raumes Der Schlossbezirk wird als zentraler touristischer Identifikationsort der Stadt entwickelt – als historisch-kulturelles Ensemble, das sowohl für Einheimische als auch Gäste zugänglich, beispielbar und klar vermittelt wird. Das Ziel ist ein offenes Schloss, das vielfältige Nutzungen zulässt, zum Verweilen einlädt und über die Stadtgrenzen hinaus als Bühne für Kultur und Geschichte wahrgenommen wird.	

9.8.2 Teilraum Saaleufer unterhalb des Schlosses und Töpferwiese

Teilraum Saaleufer unterhalb des Schlosses und Töpferwiese



Kartengrundlage: https://www.geodatenportal.sachsen-anhalt.de/mapapps/resources/apps/viewer_v40/index.html?lang=de

Aktuelle Nutzungen

- Rad- und Fußweg am Ufer (Saaleradweg, D11, Lutherweg)
- (schlossnaher) Parkplatz, Raststätte mit Picknickbereich und Radabstellanlage „An der Überfahrt“
- Fähranleger der Fähre „Einheit“
- Öffentliche Steganlage (70m) mit Strom, Frischwasser und Kanurolle
- Töpferwiese als städtische Veranstaltungsfläche, angrenzender Bolzplatz und kleiner Spielplatz unter Bäumen
- 2 Caravanstellplätze mit leichtem Gefälle (ohne Infrastruktur)
- Bootsverleih Fundaboat; Bernburger Ruderclub e.V. (kein Zugang für Gäste)
- Digitaler Saale-Lehrpfad, Station „Stadt nah“
- Info-Schaukasten der BFG an der Fähre

Bewertung der Aufenthaltsqualität	
Stärken ■ Premium-Ausblick vom Steg auf Saale und Schloss ■ Sehr gute Wegbeschaffenheit ■ Attraktiver Anleger für den Besuch des Zentrums ■ Schlossnaher Parkplatz	Schwächen ■ Geringe Erlebbarkeit am Ufer ■ fehlende Wegweisung ab Steg ■ Fehlendes Verweil-Angebot mit Wertschöpfung, keine Gastronomie ■ Kein Wartebereich an der Fähre ■ Fehlende Hinweise auf „andere Uferseite“ ■ Raststätte unter dem Schloss mit geringer Aufenthaltsqualität ■ Leerstehende Fläche der Töpferwiese ■ Fähre dienstags nicht in Betrieb, Saisonschließzeit
Flächenmerkmale und ggf. Nutzungskonflikte ■ Bebauungsplan Nr. 92 „Sondergebiet Freizeitnutzung am Saaleufer im Bereich der Töpferwiese“ (2017) ■ Zielkonflikte im Zusammenhang einer Angebotsausweitung von Funda-boat hinsichtlich der gemeinsamen Nutzung des Stegs ■ Zufahrt für Funda-boat bei Regatten schwierig, wenn Töpferwiese als Abstellfläche genutzt wird ■ Nutzung und online Bewerbung der Töpferwiese als Caravanstellplatz ■ Keine direkte Verbindung von der Töpferwiese zum Schlossaufgang	
wirtschaftliche Bedeutung der aktuellen Angebote (überschlägig) ■ Funda-boat: 2.611 Übernachtungen von 373 Gästen in der Saison 2025 (Stand: Saisonbeginn) ■ Saalefähre: 20.286 Passagiere befördert in 2024 ■ MS Saalefee mit 10.987 Gästen in 2024 ■ Töpferwiese: 6 Veranstaltungen, Nutzung als Abstellfläche für Akteure/Dienstleister von Events	
Entwicklungsziele des Raumes Der Raum wird zur multifunktionalen Eingangs- und Aufenthaltszone an der Schnittstelle von Wasser, Rad und Stadtgeschichte entwickelt. Ziel ist es, die Uferseite als Ankunftsort, Verweilort und Erlebnisort zu profilieren – mit hoher Aufenthaltsqualität, Bezug zur Residenzgeschichte und Anbindung an Naturerlebnisangebote.	

9.8.3 Teilraum Saaleufer Tiergartenseite

Teilraum Saaleufer Tiergartenseite



Kartengrundlage: https://www.geodatenportal.sachsen-anhalt.de/mapapps/resources/apps/viewer_v40/index.html?lang=de

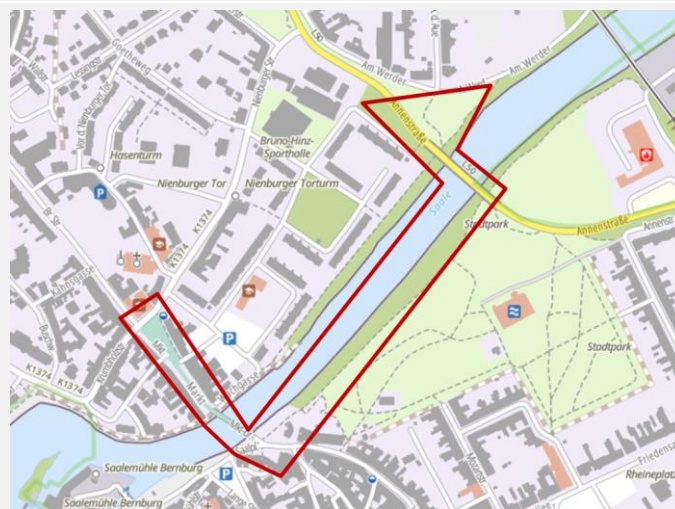
Aktuelle Nutzungen

- Startpunkt der MS Saalefee, Anleger Saalefähre
- Aufenthaltsbereich mit Bänken, Radabstellanlagen
- Gastronomie Tiergartenschenke
- Wipperradweg am Ufer
- Einstieg in Krummbühl mit Tiergarten, Parkeisenbahn, Kesselturm und Märchengarten
- Wegleitsystem am Ufer weist wichtige Attraktionen aus
- Aussichtspunkt im Rosenhag und am Saaleufer auf Höhe Reimann

Bewertung der Aufenthaltsqualität	
Stärken ■ Infotafel Blaues Band ■ Gastronomie Tiergartenschenke und Ausflugslokal Reimann ■ Einstiegspunkt in den Krumbholz und in das Freizeiterlebnis ■ Wipperradweg mit sehr guter Wegbeschaffenheit ■ Gutes Wegeleitesystem	Schwächen ■ Abzweig im Leitsystem Richtung Rosenhag/Kurhaus fehlt ■ Infotafel mit Orientierungsplan fehlt ■ Aussichtspunkt im Rosenhag ohne Inszenierung und Aufenthaltsqualität ■ Radabstellanlagen an der Fähre nicht ausreichend ■ Fehlendes öffentliches WC auf der Tiergarten-Seite ■ Tiergarten-Besucher setzen nicht mit der Fähre in die Bergstadt über (Einschätzung BFG)
Flächenmerkmale und ggf. Nutzungskonflikte ■ FNP: Tiergarten und Uferbereich vom Rosenhag als Parkfläche, durch Wohnbauflächen getrennt, Rosenhag und Saaleufer Richtung Reimann mit Anteilen von Flächen für Wald, Überschwemmungsgebiet ■ LSG: Uferweg Richtung Reimann tw. und Rosenhag	
wirtschaftliche Bedeutung der aktuellen Angebote (überschlägig) ■ MS Saalefee: 10.987 Passagiere befördert in 2024 ■ Saalefähre Einheit I: 20.286 Passagiere befördert in 2024 ■ Tiergarten: 73.181 Besucher in 2024	
Entwicklungsziele des Raumes Der Raum wird zu einem ganzjährig attraktiven Einstiegspunkt für Natur- und Familien erlebnisse entwickelt- mit funktional hochwertigen, barrierearmen und inszenierten Aufenthaltsorten entlang der Saale und an den Übergängen zu Tiergarten, Märchengarten und Parkeisenbahn	

9.8.4 Teilraum Saaleufer Alte Bibel, Alter Markt und „Am Werder“

Teilraum Saaleufer Alte Bibel, Alter Markt und „Am Werder“



Kartengrundlage: https://www.geodatenportal.sachsen-anhalt.de/mapapps/resources/apps/viewer_v40/index.html?lang=de

Aktuelle Nutzungen

- Treppenaufgang zum Stadtpark „Alte Bibel“ mit
 - Aussichtsplattform
 - großem Kinderspielplatz, Schwimmhalle angrenzend
 - Rasen- und Liegeflächen
 - QR-Codes mit Geschichtserklärungen für Gäste an Gebäuden im Park
- Saaletreppe mit Rampe, nutzbar als Kanu-Einstiegsstelle
- überdachter Rastplatz für Radler (Raupe) mit Mülleimer „Am Werder“
- Alter Markt mit Gastronomie, Einzelhandel und Wegweisung
- Übergang in die Talstadt als ältesten Teil der Stadt

Bewertung der Aufenthaltsqualität	
Stärken ■ Aussichtsplattform mit Blick auf Saale und Talstadt ■ Springbrunnen vor dem alten Friedhofswärterhaus ■ Neue Radbügel und Leitsystem zur Alten Bibel am Saalplatz ■ Alter Markt als Fußgängerzone, gepflegte Fassaden (mit wenigen Ausnahmen), attraktiv begrünt mit Außengastronomie	Schwächen ■ Geschlossene Ufer-Gastronomie, keine öffentliche Toilette ■ Fehlende Barrierefreiheit zwischen Saale-Ufer und Stadtpark „Alte Bibel“ ■ Saaletreppe ohne Befestigungsmöglichkeit für Kanus ■ Fehlende Verweilbereiche mit Ausblick entlang des Uferstreifens, fehlendes touristisches „Ziel“ ■ Annenbrücke stark befahren ■ „Am Werder“ durch Bauarbeiten (Stand 2025), Straßennähe und fehlende Radständer aktuell kein attraktiver Rastplatz ■ Leerstand in den Straßen vom Alten Markt Richtung Flutbrücke
Flächenmerkmale und ggf. Nutzungskonflikte ■ FNP: Park, Hallenbad, Feuerwehr, Abwasser ■ Überschwemmungsgebiet zwischen Saalplatz und Annenbrücke ■ B-Plan Nr. 76 (Nördlicher Saalplatz) vorliegend ■ Architektur-Ideenwettbewerb zum Saalplatz in 2025 durchgeführt	
wirtschaftliche Bedeutung der aktuellen Angebote (überschlägig) ■ keine Wertschöpfung entlang des Saaleufers unterhalb der Alten Bibel	
Entwicklungsziele des Raumes Das Saaleufer unterhalb der Alten Bibel wird zu einem erweiterten Erlebnis- und Aufenthaltsbereich der Innenstadt weiterentwickelt, es bietet eine weitere Rundweg-Option ab der Innenstadt. Es soll als attraktiver, barrierefreier Flussraum mit sportlich-aktiven, kulturhistorischen und naturnahen Qualitäten niedrigschwellig erlebbar gemacht werden – verbunden mit neuer Gastronomie, Ankunftspunkten für Rad- und Kanutouristen, einer stärkeren Verknüpfung zum Stadtpark „Alte Bibel“ und einer Inszenierung des Weges.	

9.8.5 Teilraum Gröna: Bereich um die Saalebrücke

Teilraum Gröna: Bereich um die Saalebrücke



Kartengrundlage: https://www.geodatenportal.sachsen-anhalt.de/mapapps/resources/apps/viewer_v40/index.html?lang=de

Aktuelle Nutzungen

- Ausflugsgastronomie Ahoi: MS Gröna mit Imbissmöglichkeiten und WC, Biergarten an der Saale
- 3 überdachte Rastplätze mit Radabstellanlagen und Mülleimern
- 20m Steganlage
- Festplatz für Osterfeuer
- Fuß- und Radbrücke „Saalebrücke“, Saaleradweg, Lutherweg, Radweg „Schlösser und Auenlandschaften“ des Naturparks
- Angebot des Motorbootverleihs am Ahoi Gröna (Stand: 2025)
- Gröna mit Kirche und Dorfplatz

Bewertung der Aufenthaltsqualität	
Stärken ■ Events (u.a. Osterfeuer, 1. Mai) ■ 3 überdachte, ufernahe Rastsitzplätze ■ Gröna mit attraktiver Kirche und Dorfplatz ■ Naturpark Rad- und Wanderorientierungsschilder ■ Infotafel des Saaleradweges	Schwächen ■ Häufiges Parken am Straßenrand ■ Geländeabgrenzungen des Gastronomie-Betriebs mit Werbeplanen tw. unpassend, „unstrukturierte“ Fläche ■ Lärmbelastung der Einwohner bei Events ■ Infoschild zur St. Petri Kirche verblichen
Flächenmerkmale und ggf. Nutzungskonflikte ■ FNP: Lage im LSG und Überschwemmungsgebiet, Fläche für die Landwirtschaft ■ Konflikthistorie mit der Einwohnerschaft (Veranstaltungslärm, zuvor auch: Parken an der Straße) sowie mit Ämtern zur Flächen- und Ufernutzung ■ WC-Nutzung und Müllentsorgung von Gästen, die nicht im Biergarten konsumieren ■ Wohnmobil-Stellplätze abbeschildert (nahm Überhand), Standort taucht jedoch teilweise online wieder auf	
wirtschaftliche Bedeutung der aktuellen Angebote (überschlägig) ■ Nicht bekannt	
Entwicklungsziele des Raumes Gröna wird als etappenfreundlicher Aufenthaltsort am Saaleradweg und Blauen Band positioniert – mit Anbindung an die Dorfstruktur, geschütztem Naturraum und den Erlebnissen rund um die Saalebrücke. Die Maßnahmen setzen auf kleine, wirksame Bausteine, die Besucher informieren, lenken und willkommen heißen – ohne Übernutzung oder zusätzliche Belastung für Anwohnende.	

Flächenmerkmale und ggf. Nutzungskonflikte

- FNP: Zeltplatz und Wassersport, Grünfläche, Grünzug nördlich
- Lage im Überschwemmungsgebiet
- Bedarf an Ausweitung der Beherbergungskapazität, jedoch land- und wasserseitige Raumbegrenzung durch angrenzendes Vereins-Gelände
- Irritationen in der Vergangenheit durch unbeabsichtigte Nutzung des Vereinsgeländes durch Campinggäste
- Bedarf an eigenständiger Informationsinfrastruktur, um Gästenachfrage zu bedienen
- Zufahrt zum Campingplatz über den Saaleradweg

wirtschaftliche Bedeutung der aktuellen Angebote (überschlägig)

- 2.014 Gäste im Jahr 2021 (letzte veröffentlichte Zahl)
- Einnahmen über Gastronomie, Events und Camping-/Caravanstellplätze

Entwicklungsziele des Raumes

Ziel ist eine sanfte, qualitätsorientierte Weiterentwicklung des Campingplatzes zu einem flusstouristisch attraktiven, radfreundlichen und hochwasserangepassten Übernachtungsstandort

9.8.7 Teilraum Waldau: Flutbrücke, St. Stephani und Forschungsweinberg & Zickzackhausen

Teilraum Waldau: Flutbrücke St. Stephani und Forschungsweinberg & Zickzackhausen



Kartengrundlage: https://www.geodatenportal.sachsen-anhalt.de/mapapps/resources/apps/viewer_v40/index.html?lang=de

Aktuelle Nutzungen

- Waldauer Dorfkirche St. Stephani als Teil der Straße der Romantik mit Rundweg, Bänke, Infotafeln
- Lehr- und Versuchsweinberg der HS Anhalt Waladala
- begehbare Flutbrücke als Teil des historischen Stadtrundgangs, Spielplatz unter der Flutbrücke
- Wegeverbindung in den Park ab Flutbrücke
- Gesicherte Kirchenruine „Neue Stephanuskirche“ Waldau

Bewertung der Aufenthaltsqualität

Stärken

- Gepflegte Grünfläche, Rundweg um die Kirche St. Stephani, buchbare Führungen
- Gelände der Kirche St. Stephani saisonal geöffnet
- Informationstafel des historischen Stadtrundgangs zum Weinberg

Schwächen

- Weinberg: nicht barrierefrei, nicht zugänglich für Gäste außer zu 2 jährlichen Events und Anmietungen
- Keine Radwegeanbindung
- Zum Teil fehlende Beschilderung
- Keine attraktive Wegeverbindung zwischen Waldauer Anger und Kirche

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ■ Vom Weinberg: leicht erhöhter Blick über Bernburg (Saale) ■ Bahnhof Bernburg-Waldau fußläufig erreichbar ■ Denkmalgeschützte Flutbrücke architektonisch attraktiv mit Weitblick | <ul style="list-style-type: none"> ■ Denkmalbereich Zickzackhausen ohne Wegweisung und ohne Informationen vor Ort ■ Gesicherte Kirchenruine „Neue Stephanuskirche“ Waldau als Baustelle, Lage an stark befahrener Straße |
|---|--|

Flächenmerkmale und ggf. Nutzungskonflikte

- B-Plan Nr. 91: Verkehrsgrün zwischen Kirche und Straße, SO3: Fläche für Stellplätze, Festwiese und Nutzung zur Erlebarmachung des Themas Wein
- FNP: Sonderbauflächen Hochschule, Kirche, gemischte und gewerbliche Baufläche, Zickzackhausen als Denkmalbereich
- Nutzungskonflikte sind keine bekannt, jedoch erforderliche Sensibilität hinsichtlich des Eindringens touristischer Aktivitäten in den Wohn- und Lebensbereich der Bevölkerung in Zickzackhausen

wirtschaftliche Bedeutung der aktuellen Angebote (überschlägig)

- Keine wertschöpfungsorientierten Angebote vor Ort vorhanden

Entwicklungsziele des Raumes

Waldau wird als ruhiges, kultur- und naturgeprägtes Kleinod mit lokalhistorischer Bedeutung gestärkt. Ziel ist es, diesen Ort besser erreichbar, erlebbarer und vernetzter zu machen ohne seine stille, ortstypische Atmosphäre zu gefährden.

10 Glossar und Abkürzungsverzeichnis

10.1 Glossar

Angebots- und Produktentwicklung: Systematische Entwicklung buchbarer, zielgruppenorientierter Angebote in Zusammenarbeit mit Leistungsträgern vor Ort sowie in regionalen Netzwerken.

Aufenthaltsdauer: Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer ist der Quotient aus der Anzahl der Übernachtungen und der Anzahl der Gästeankünfte.

Binnenkommunikation: Informations- und Kommunikationsmaßnahmen innerhalb der Stadt, insbesondere gegenüber Leistungsträgern, Partnern und Einwohnern.

Buchbarkeit: Möglichkeit zur direkten Online-Buchung von Unterkünften, Führungen, Tickets oder Pauschalen.

Claim: Prägnanter Leitsatz oder Kernbotschaft einer touristischen Marke.

Digitale Gesamtpräsenz: Inhaltlich und technisch abgestimmter Online-Auftritt (Website, Open Data, Buchungssysteme, Datenbanken), der die touristische Positionierung transportiert.

Erlebnismobilität: Fortbewegungsangebote mit Erlebnischarakter, z.B. Parkeisenbahn oder Fähre.

Geschäftsreisetourismus: Beruflich veranlasste Aufenthalte.

Gäste- und Besuchermanagement: Steuerung, Information und Lenkung von Gästen vor Ort (Tourist-Information, Leitsysteme, Serviceangebote).

Handlungsfelder: Thematische Arbeitsbereiche des Tourismuskonzeptes: Infrastruktur, Angebote, Marketing, Kooperation/Organisation.

Informierendes Marketing: Kommunikation mit Fokus auf Service, Information, Aufenthaltsqualität und Gästebindung (z.B. Website, Social Media, Tourismusführer).

Leitbild: Verdichtete inhaltliche Ausrichtung der touristischen Entwicklung. Es beschreibt Selbstverständnis, Profil und Entwicklungsrichtung.

Leitprojekt: Strategisch priorisierte Maßnahme mit hoher Bedeutung für Profilierung und Strukturentwicklung,

Open Data: Strukturierte, offen zugängliche touristische Daten (POI, Veranstaltungen, Routen), die in landesweiten Datenbanken gepflegt und ausgespielt werden.

Point of Interest (POI): Touristisch relevanter Ort oder Sehenswürdigkeit.

Profilthemen: Thematische Schwerpunkte (z. B. Kultur, Familie, Natur), die das touristische Angebot strukturieren.

Reiseregion: Räumliche Vermarktungseinheit auf regionaler Ebene (z.B. WelterbeRegion Anhalt-Dessau-Wittenberg).

Saisonalität: Verteilung der Nachfrage im Jahresverlauf.

Tourismusbewusstsein: Akzeptanz und Unterstützung des Tourismus durch Politik, Verwaltung, Wirtschaft und Bevölkerung.

Tourismusorganisation (lokale Ebene): Institution mit klar definierten touristischen Aufgaben.

Umsetzungsmanagement: Struktur zur Steuerung, Priorisierung, Fortschreibung und Erfolgskontrolle der Maßnahmen des Tourismuskonzeptes.

Vertriebsunterstützung: Unterstützung touristischer Anbieter bei Vermarktung und Buchung (z.B. Vermittlung, Pauschalen, Kooperationen).

10.2 Abkürzungsverzeichnis

ADFC	Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club
AG	Arbeitgeber
AGFK	Arbeitsgemeinschaft Fahrradfreundlicher Kommunen
BFG	Bernburger Freizeit GmbH
BTE	BTE Tourismus- und Regionalberatung
dwif	Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr
FNp	Flächennutzungsplan
IMG	Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH
ISEK	Integriertes Stadtentwicklungskonzept
LEADER	EU-Förderprogramm zur Entwicklung des ländlichen Raums
LSA	Land Sachsen-Anhalt
MS	Motorschiff (z. B. MS Saalefee)
MwSt	Mehrwertsteuer
ÖPNV	Öffentlicher Personennahverkehr
POI	Point of Interest
SAiNT	Sachsen-Anhalts intelligente Netzwerk-Technologie (zentrale touristische Datenbank Sachsen-Anhalt)
SV	Sozialversicherung
SWOT	Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Analyse
TI	Tourist-Information
ÜN	Übernachtungen
VZÄ	Vollzeitäquivalente
WiFö	Wirtschaftsförderung