BÜNDNIS 90
DIE GRÜNEN
LANDTAGSFRAKTION
SACHSEN-ANHALT

DEN TOURISMUS ANS WASSER BRINGEN

Mehr Arbeitsplätze schaffen
in Sachsen-Anhalt

Sachsen-Anhalt schöpft sein touristisches Potenzial nicht aus, obwohl wir das Land der Superlative sind. Hier lebte zum Beispiel der erste deutsche Kaiser. Hier gibt es die höchste Dichte an UNESCO-Welterbestätten und hier befindet sich mit der Straße der Romanik eine der bedeutendsten Tourismusstraßen. Schließlich sind auch 25 Prozent der Landesfläche Großschutzgebiete. Vor allem gehört Sachsen-Anhalt flächenmäßig zu einem der wasserreichsten Bundesländer – ein Element von hoher touristischer Attraktivität und gleichzeitig prädestiniert als Bindeelement für einen integrierten Tourismus sämtlicher Art (Kultur-, Natur-, Erlebnistourismus etc.). Allerdings konzentriert sich der Tourismus bisher auf das Mittelgebirge Harz. Aus diesem Grund beschäftigt sich dieses Hintergrundpapier mit der Frage, wie in Sachsen-Anhalt mehr Tourismus ans Wasser gebracht werden kann. Dazu beschreibt es die hohe touristische Attraktivität vieler Regionen. Im folgenden Abschnitt wird erläutert, warum in dem Segment das Potenzial für 30.000 zusätzliche grüne Arbeitsplätze schlummert.

Anschließend präsentieren wir Ideen und Visionen für den Tourismus. Danach diskutieren wir die derzeitigen Hemmnisse des Tourismus am Wasser. Kurzum: Wir wollen den Tourismus am Wasser wieder stärker ins Bewusstsein von Politik und Gesellschaft bringen sowie neue Impulse geben.

„Neben dieser Broschüre haben wir im Jahr 2014 auch das Gutachten „Wassertourismuszukunft der Saale in Sachsen-Anhalt“ von einem renommierten Büro erstellen lassen. In diesem Gutachten wurde deutlich, dass die Saale in einem besonderen Maße über wassertouristische Potenziale verfügt, die teilweise bereits genutzt, aber gleichzeitig ebenso ausbaufähig sind.

Wir würden uns freuen, wenn Sie sich auch für dieses interessante Saaletourismusgutachten interessieren, welches auf unserer Fraktionsseite zum Herunterladen bereitsteht“.

Elbe, Saale und Co: Einfach schön…

Elbe und Saale sind weit mehr als Bundeswasserstraßen. Der Güterverkehr auf der Elbe mit statistisch etwa fünf Schiffen pro Tag ist so gering, dass die Sichtung eines Schiffes allein schon eine kleine Attraktion für den Ausflügler bildet.

Die Elbe prägt auf 302 Flusskilometern weite Teile des Landschaftsbildes in Sachsen-Anhalt. Sie gilt mit ihrer idyllischen Kulisse, den zahlreichen Natur-, Vogel- und Landschaftsschutzgebieten und dem Biosphärenreservat Mittelelbe als einzigartiger Strom innerhalb Deutschlands, mit dem nur wenige Ströme Europas mithalten können. Im Gegensatz zu anderen Flüssen, wie Donau oder Rhein, ist sie noch weitgehend unverbaut, sodass ihr noch viel Natürlichkeit mit Stränden, Flussauen, Mooren und Bruchwäldern bleibt. In diesen sind seltene Tierarten wie Schwarzstörche, Seeadler und Biber beheimatet. Besonders der Biber konnte im 20. Jahrhundert durch die Vielfalt der Lebensräume und die Naturnähe der Elbe vor seiner Ausrottung in Mitteleuropa geschützt werden.

Die Weinregion von Saale und Unstrut gehört zu den schönsten, abwechslungsreichsten und geschichtsträchtigsten Regionen Deutschlands. Dies bezeugen viele romanische Burgen, Schlösser und Weinhänge, welche ihre Ufer säumen. War die Unstrut vor wenigen hundert Jahren noch ein von kleinen Kähnen viel befahrener Fluss, so wird sie langsam von emsigen Kanuten aus ihrem Dornröschenschlaf geweckt.

Die Flüsse Sachsen-Anhalts durchfließen ein Land voll von Naturschauplätzen, die zum Erholen und Erleben einladen, voll von historischen Plätzen, die Geschichten von Martin Luther, Deutschen Kaisern und Erfindungen erzählen, sowie voll von berühmten Klängen sind, welche Melodien von Händel, Bach oder Telemann folgen. Somit bietet das Land allein in seiner Substanz schon eine hohe touristische Attraktivität, welche Urlaubsgästen viel Abwechslung ermöglicht. Abwechslung gibt es in, an und auf dem Wasser. Sachsen-Anhalt gehört zu den wasserreichsten Bundesländern Deutschlands. Das Land hat viel Potenzial im Tourismus am Wasser.

Schloss Bernburg

SACHSEN-ANHALT HAT NACHHOLBEDARF

Wassertourismus ist ein weiter und nicht exakt definierter Begriff. Der „Deutsche Tourismusverband“ versteht unter „Wassertourismus im engeren Sinne“ all jenen Tourismus, bei dem das Wasser ein Hauptmotiv für Tagesausflügler oder Übernachtungsreisende spielt. Dazu gehört unter anderem die Schifffahrt, das Wasserwandern (vor allem mit Kanus oder auch Hausbooten), Segeln, Bootstouren, Tauchen, Angeln oder Trendsport wie Wasserski. Im weiteren Sinne gehören auch der Badetourismus, das Campen am Wasser, Strandsportarten oder Tret-, und Ruderbootsverleih dazu sowie auch mit dem Wassertourismus verbundenen Segmenten wie maritime Großveranstaltungen oder Museen.[1]

Dieses Papier verwendet den Begriff „Tourismus am Wasser“ und versteht darunter all jenen Tourismus, der durch die Nähe zu Flüssen oder Seen befördert wird, entsprechend der Definition des Tourismusexperten Professor Dr. Freyer.[2] Dieser unterscheidet in drei Formen:

1. **Tourismus auf dem bzw. im Wasser, wie Kanufahren, Segeln, Surfen oder Tauchen usw.;**
2. **Tourismus am Wasser, wie der Badetourismus, der Urlaub am Wasser, wie Campen und auch Radfahren entlang von Flüssen sowie Strandsportarten, und**
3. **Tourismus durch das Wasser wie maritime Veranstaltungen.**

Fazit: das Wasser spielt in vielen Urlauben eine zentrale Rolle bei der Entscheidung für eine bestimmte Urlaubsregion. Es kann UrlauberInnen in vielfältiger Weise zu „WassertouristInnen“ machen, welche die Wirtschaft ankurbeln und somit den EinwohnerInnen nützt.

Trotz der guten Voraussetzungen für den Tourismus am Wasser in Sachsen-Anhalt nutzt das Land dieses Potenzial noch nicht. Die Infrastruktur ist zwar gegeben, doch ist das Marketing noch ausbaufähig. Zu den touristischen Attraktionen in Sachsen-Anhalt zählen u.a. die Straße der Romanik, die Welterbestätten wie die Lutherstätten oder das Gartenreich Dessau-Wörlitz, der Elberadweg und der Harz. Von den über sieben Millionen Übernachtungen[3] fanden fast 40 Prozent[4] allein im Harz und Harzvorland statt (im Jahr 2011). So berichtet das Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung, dass Sachsen-Anhalt im Vergleich mit allen Bundesländern die geringsten Tagestouristen im Verhältnis zur Einwohnerzahl empfängt.[5] Die gleiche Position belegt das Land im Übernachtungstourismus. So kamen 2010 auf einen Einwohner Sachsen-Anhalts nur knapp drei Übernachtungen, was die drittschwächste Tourismusintensität Deutschlands ist (immerhin vor Saarland und Nordrhein-Westfalen)[6]. In Brandenburg lag im Vergleich die Tourismusintensität schon bei gut vier und im Gebiet Mosel/Saar sogar bei fast 18 Übernachtungen pro Einwohner in 2005.[7] Im Tourismusbarometer der Finanzgruppe Ostdeutscher Sparkassenverband wird einerseits von jüngst sehr positiven Entwicklungen im Tourismus in Sachsen-Anhalt berichtet: Die Übernachtungsentwicklungen von plus 6,2 Prozent im ersten Halbjahr 2012 gegenüber dem Vorjahr haben das Land auf den vierten Platz im Bundesländervergleich innerhalb dieser Kategorie gebracht.[8] An anderer Stelle wird aber auch berichtet, dass innerhalb des gleichen Zeitraums die Umsätze aus dem Tourismus gesunken, während sie im Bundesdurchschnitt leicht gestiegen sind, was nicht für neue Arbeitsplätze spricht.[9]

1 DTV (2003) Grundlagenuntersuchung zum Wassertourismus in Deutschland

2 Freyer, W. (2006) Tourismus – Einführung in die Fremdenverkehrsökonomik, 8. Auflage, Oldenburg Wissenschaftsverlag GmbH, München, S. 200

3 Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt(2012) Ankünfte und Übernachtungen im Reiseverkehr Monatsdaten für das Berichtsjahr und Vorjahr, http://www.stala.sachsen-anhalt.de/Internet/Home/Daten_und_Fakten/4/45/455/45511/Ankuenfte_und_Uebernachtungen.html [13.09.2012]

4 IMG (2012) Tourismusbilanz 2011 auf der ITB 2012 vorgestellt, http://www.sachsen-anhalt-tourismus.de/xxl/de/presse_aktuell/_articleId/1643838/ [13.09.2012]

5 BMVBS (2007) Strategien zur Stärkung des Tourismus in den Neuen Bundesländern, Berlin, S. 15

6 Statistisches Bundesamt, Wiesbaden, 2011, Tourismus in Zahlen, S. 13, https://www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/BinnenhandelGastgewerbeTourismus/Tourismus/TourismusinZahlen1021500107004.pdf?__blob=publicationFile [15.08.2012]

7 IHK (2012) Die Wertschöpfung im Tourismus für die Ferienregion Mosel/Saar, online http://cms.ihk-trier.de/ihk-trier/Integrale?SID=CRAWLER&ACTION=ViewPage&MODULE=Frontend&Page.PK=976 [06.09.2012]

8 DWIF Consultings (2012) Ostdeutsche Bundesländer im Vergleich. Haldensleben, http://www.osv-online.de/fileadmin/osv/dateien/tourismus/LV_ST_28082012_Haldensleben-Hundisburg_Internet.pdf S.5

9 Ebenda S.18

Potenzial für zusätzliche Arbeitsplätze

Der Tourismus in Sachsen-Anhalt insgesamt und im Besonderen der Wassertourismus bieten noch erhebliche Arbeitsplatzpotentiale. So liegt die Tourismusintensität in Sachsen-Anhalt nach wie vor deutlich unter unserem Nachbarbundesland Brandenburg. Wenn wir „nur“ die Tourismusintensität von Brandenburg erreichen könnten, wäre dies mit der Schaffung von mehreren Tausend Arbeitsplätzen verbunden. Um die Potentiale des Wassertourismus erschließen zu können, müssen auf Bundesebene zunächst auch die Entscheidungen zur Kategorisierung der Wasserstraßen getroffen werden.

Grundsätzlich lassen sich die touristischen Chancen nur erschließen, wenn ein umweltverträgliches Wirtschaften im Einklang mit Mensch und Natur erfolgt. Die Chancen des Landes liegen im nachhaltigen Tourismus, welcher keine Massen an Touristen auf relativ kleinem Terrain anzieht, sondern die Touristenverteilung bewusst lenkt und somit Natur und Bevölkerung nicht schadet. Dies bedingt, dass Tourismus in Sachsen-Anhalt auf Hochwertigkeit setzen muss und nicht auf günstige Preise. Dazu ist eine Einbindung verschiedener Interessen notwendig. Gelingt dies, werden Konflikte vermieden und Synergien erzielt, da viele Interessensgruppen vom Tourismus am Wasser gewinnen können und so wiederum eher unterstützen als behindern werden. Eine Interessensgruppe bilden die touristischen Leistungsträger (Unternehmen) rund ums Wasser. Gerade in ihrem Interesse liegt es, die Natur, sozusagen ihre Verkaufsgrundlage, zu schützen und durch den Nachhaltigen Tourismus ihr Unternehmen langfristig zu stärken. Doch auch andere Gruppen werden vom Tourismus am Wasser beeinflusst. Dazu gehören Anwohner, Umweltverbände, Landwirtschaftsbetriebe und nicht zuletzt: die Politik.

Empirische Studien für die Landestourismuskonzeption Brandenburg versprechen Landwirten steigende Einnahmen, wenn vermehrt Touristen in ländliche Gebiete kommen. Eltern besichtigen der Studie nach gerne traditionelle landwirtschaftliche Betriebe, die Streichelzoos haben, eigenen Honig herstellen oder individuelle Attraktionen vorzeigen können und kaufen oftmals vor Ort die regionalen Produkte.[10] Auch die AnwohnerInnen sind Gewinner des Wassertourismus, da mehr TouristInnen auf dem Land neue Arbeitsplätze schaffen, was der Abwanderung gerade von jüngeren

10 Ministerium für Wirtschaft und Europaangelegenheiten des Landes Brandenburg (2011) Landestourismuskonzeption Brandenburg 2011-2015, Potsdam, S. 90f

Menschen entgegenwirkt sowie Gelder und Investitionen in die Gemeinden fließen lässt und somit die Lebensqualität erhöht. Der Naturschutz profitiert, wenn es mehr öffentliches Interesse an den Naturschätzen gibt und Gelder vom Wasserstraßenerhalt in die Verbesserung der ökologischen Qualität der Flüsse umgelenkt werden. Anlegerstellen mit entsprechenden Entsorgungs- und Versorgungseinrichtungen verhindern wildes Anlegen von Booten sowie die Verschmutzung von Gewässern und Uferzonen. Der Tourismus am Wasser birgt folglich für die meisten Interessen Gewinnpotenziale, was Grundvoraussetzung für eine kooperative Zusammenarbeit und erfolgreiches Wirtschaften ist.

Im Hinblick auf die Kategorisierung der Wasserstraßen ist aus Sicht des Bundesverkehrsministeriums zukünftig eine Konzentration des Ressourceneinsatzes auf Wasserstraßen mit hoher Verkehrsdichte die einzige Möglichkeit, um unter den haushaltsgesetzlichen Restriktionen zumindest die Funktionsfähigkeit wichtiger Teile des Wasserstraßennetzes zu gewährleisten. Die Umstrukturierung und Neuzuordnung von Verwaltungsaufgaben konzentriert sich dabei hauptsächlich auf die Gewährleistung einer geordneten Binnen- und Seeschifffahrt. Offen bleibt die Frage, welche Auswirkungen die neue Netzkategorisierung der Bundeswasserstraßen auf die Sport- und Freizeitschifffahrt haben wird.

Das Land Sachsen-Anhalt muss sich in Berlin nachdrücklich dafür einsetzen, dass sich der Bund nicht aus der Verantwortung für den Unterhalt der Schleusen und der Infrastruktur insgesamt zurückzieht. Denn an der Saale sind die Schleusen eine Voraussetzung für den Wassertourismus. Nur beim (weitgehenden) Erhalt der vorhandenen Schleuseninfrastruktur kann sich der Wassertourismus entlang der Saale weiterentwickeln und Wertschöpfung schaffen.

Sollte sich der Bund aus der Verantwortung für die Schleusen an der Saale zurückziehen, muss das Land Sachsen-Anhalt für den Unterhalt der für den Wassertourismus notwendigen Infrastruktur aufkommen. So wie das Land bereits bisher an Flüssen bzw. Flussabschnitten Sachsen-Anhalts (z. B. Unstrut oder Saale nördlich von Bad Dürrenberg) für die Infrastruktur verantwortlich ist.

11 BMWi (2012) Wassertourismus in Deutschland, http://www.bmwi.de/BMWi/Redaktion/PDF/Publikationen/wassertourismus-in-deutschland,property=pdf,bereich=bmwi2012,sprache=de,rwb=true.pdf [15.09.2012]

GRÜNE VISIONEN

Vision: Mehr Kanutourismus

Der Urlaub am Wasser erfreut sich großer Beliebtheit und innerhalb des Wassertourismus hat sich vor allem die Nachfrage nach Paddelurlaub vervielfacht. Die aktuelle Studie zum „Wassertourismus in Deutschland“ begründet, dass hier auch langfristig große Wachstumschancen liegen.[11] Zum einen ermittelt die Studie ein Interesse an Paddelurlauben von 2,87 Mio. Befragten im Alter zwischen 18 und 65 Jahren und zum anderen sieht sie eine große Chance für den Paddeltourismus auch in der Struktur der InteressentInnen: Für einen Paddelurlaub begeistern sich zunehmend Familien und jüngere Erwachsene. Sachsen-Anhalt hat gute Voraussetzungen, ein umfangreiches und erfolgsversprechendes Angebot „Wassertourismus in Sachsen-Anhalt“ bieten zu können. Dafür bedarf es an Kooperation von touristischen Unternehmen, Politik und Gesellschaft sowie innovative Angebote. Das Ziel sollte lauten, ein anerkanntes Kanu-Reiseland zu werden.

Dafür kann viel getan werden: Kanu- und Rudervereine am Wasser sollten gefördert werden sowie Angebote zur Nachwuchsförderung (beispielsweise Schulausfüge in Kanus mit Umweltbildung). Die touristische Infrastruktur sollte weiter ausgebaut werden, vor allem mit weiteren Zeltplätzen, Anlegestellen mit Tagesrastplätzen und Biwakplätzen, Aktualisierung der wasserseitigen Informationsbeschilderung und Ausrichtung auf den Bedarf von KanutInnen, flussspezifisches Werbematerial mit Karten und Erläuterung der Gegend, durch die man kommt sowie die Anbindung zu landseitigen touristischen Angeboten. Für das Marketing sollten die Politik und die Medien mehr an das Wasser geholt werden. Jens Bellmann von „OUTTOUR – Aktivreisen“ hat hier Sommergespräche auf dem Wasser im Blick, aber auch Reiseberichte rund um das Wasser wie über den Biber, der zurück an die Saale kommt, was man als Naturerlebnis sogar live vom Kanu aus erleben kann.

Konkret könnte Sachsen-Anhalt mit Angeboten für Paddelrundkurse punkten.[12] Die Evaluation zum Blauen Band hat die steigende Bedeutung von themenübergreifenden Reiseangeboten, besonders unter PaddeltouristInnen, hervorgehoben. Eine weitere Information lautet, dass viele Unternehmen im Wassertourismus sich ihre Einnahmen durch Zusatzgeschäfte aufbessern. So haben beispielsweise viele Paddelunternehmen einen zusätzlichen Fahrradverleih und organisieren Veranstaltungen. So können die Kanuunternehmen beispielsweise an einem Flussknick einen Rundkurs von bis zu mehreren Tagen organisieren und, anstatt die TouristInnen und Kanus am Ende der Flussstrecke mit Autos abzuholen, Fahrräder (oder anderen Fortbewegungsmitteln) abladen und dann die Kanus aufladen. Auf einem solchen Rundkurs können die Kanuunternehmen sämtliche Sporttrendarten sowie die kulturellen und kulinarischen Erlebnisse in ihr Angebot integrieren und somit viele verschiedene Zielgruppen erreichen.

Vision: Grüne Boote auf blauem Nass

Quelle: Solon http://www.schiffskontor.de/cms/solon-solarschiff-berlin.html

Das Leipzigboot ist eine Innovation aus unserem sächsischen Nachbarland, welches speziell angefertigt wurde, um das empfindliche Ökosystem der Leipziger Kanäle zu schützen. Mit einem emissionsarmen Antrieb und geringen Tiefgang wird die Wellenbildung gemindert und empfindliche Uferbereiche werden höchstens in geringem Maße beeinträchtigt. Somit ist es auch bei niedrigeren Wasserständen einsatzfähig. Auch in Magdeburg baut „Pontonboot“ Hausboote für IndividualistInnen mit den effizientesten Elektromotoren, die derzeit auf dem Markt sind. Im Bereich Solarantriebe gibt es Innovationen wie Solarhausboote, Solar-Wasser-Taxis und sogar Solar-Schlauchboote.[13] Ein konkretes Beispiel ist die Solarfähre auf dem Maschsee in Hannover. Auch in Hamburg fuhr schon ein Alsterdampfer mit Solarzellen auf dem Dach, dessen emissionsloser Antrieb die Alster allerdings nur bis zum Ende des Jahres – in der Hamburg den Titel „Umwelthauptstadt Europas“ besaß – fahren durfte. Der Aquabus C60 ist ein Beispiel für ein elegantes Schiff (siehe Abbildung links), welches sich nach Herstellerangaben für die Fahrgastschifffahrt und Tourismusunternehmen eignet. Es fährt ohne Lärm und weitgehend ohne die Umwelt zu beeinträchtigen.[14] Auf einem ähnlichen, allein durch Solarstrom betriebenen Boot, wurde sogar schon der Atlantik überquert[15]. Solche „Grünen Boote“ sind ideal für unsere naturnahen Flüsse und laden zu unternehmerischen Visionen auf Sachsen-Anhalts „blauem Nass“ ein.

Vision: Barrierefreier Tourismus

Flüsse verbinden Orte und Menschen. 8,7 Millionen Deutsche haben eine anerkannte Behinderung, wovon der überwiegende Teil körperlich eingeschränkt ist.[16] Somit ist eine barrierefreie, touristische Infrastruktur für fast sieben Prozent der BundesbürgerInnen von hoher Bedeutung. Mit besonderen Anstrengungen in die barrierefreie Infrastruktur könnte sich das Land besonders auch im Bereich Tourismus am Wasser als barrierefreies Wasserreiseland profilieren. Sachsen-Anhalt kann hier den Vorteil nutzen, dass es schon über eine Infrastruktur am Wasser (Blaues Band) verfügt, welche barrierefrei ergänzt werden muss. So könnte es einer Vielzahl körperlich behinderter Menschen einen unvergesslichen Urlaub ermöglichen.

Segelschule Sail away, Isabell Birgit Krüger, Am Scharmützeleck 29 (Wendisch Rietz)

12 Beispiel eines Rundkurses: Paddeln auf der Saale von Naumburg über Gosek (Observatorium und Schloss), Schönburg, Weißenfels, Burgwerben (Eindorf). Bad Dürrenberg (Gradierwerk und Kurpark), Merseburg (Dom, Schloss), Fahrradtour nach Bad Lauchstädt (historische Kuranlage und Goethetheater), entlang am Geiseltalsee (Marina Mücheln) und weiter zur Arche Nebra in Nebra und paddeln auf Unstrut zurück nach Naumburg über Freyburg (Sektkelterrei, Weinberge und Neuenburg)

13 Techno Consult (n.a.) Solar-Boote/Schiffe, http://www.solarship.de/solarbooteschiffe/index.html [28.09.2012]

14 SAS Nautic Expo (2012) Grove Boats, http://www.nauticexpo.de/prod/grove-boats/elektroboote-ausflugsboote-katamarane-solarbetrieben-21611-54217.html [28.09.2012]

15 Venn, A. (2007/08)Solare Mobilität auf dem Wasser ist in Berlin Realität geworden, http://www.cireview.de/grune-stadt/solare-mobilitaet-auf-dem-wasser-ist-in-berlin-realitaet-geworden/ [28.09.2012]

16 Presse und Informationsamt der Bundesregierung (2010) 7,1 Millionen schwerbehinderte Menschen in Deutschland, http://www.bundesregierung.de/Content/DE/Artikel/2010/09/2010-09-14-statistik-schwerbehinderte-menschen-in-deutschland.html [27.09.2012]

Vision: TransittouristInnen halten

Sachsen-Anhalt ist – auch wassertechnisch gesehen – ein Durchreiseland. Seit Jahrhunderten prägen Handel und Transitverkehr die Wirtschaft der Region im Herzen Europas.[17] Horst Klüber[18] vom Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e.V. berichtet, dass sehr viele BootseigentümerInnen mit dem Boot vom Westen über Sachsen-Anhalt und Brandenburg zur Mecklenburger Seenplatte fahren und später im Jahr wieder zurück. Daher sollte vor allem versucht werden, die durchreisenden BootsführerInnen von West nach Ost länger in den Häfen Sachsen-Anhalts zu halten. Von West nach Ost über den Mittellandkanal fuhren 2011 3.630 und 2012 (per 28.September 2012) 3.508 Schiffe.[19] Dabei kommt es darauf an, so berichtet Horst-Klüber weiter, dass verstärkt mit attraktiven, integrativen (mit landseitigen Angeboten) und qualitativ hochwertigen Angeboten gelockt werden müsse, um so die Aufenthaltsdauer zu verlängern. Dafür müssen die infrastrukturellen Bedingungen gegeben sein, entsprechende touristische Angebote konzipiert und vor allem jene an die BootstouristInnen kommuniziert werden. Für letzteres eignen sich besonders vom Wasser aus gut lesbare Schilder.

Zudem gibt es seit langem einen fortwährend steigenden Anspruch nach Qualität. Das erste Qualitätsempfinden, welches eine BootstouristIn von einer Region hat, ist abhängig vom jeweiligen Landungshafen. Besonders ist es hier wichtig, dass der Gast alles für sein Wohl vorfindet, der Hafen sauber und ansprechend ist. Viele BootstouristInnen benutzen das Boot „nur“ noch als angenehmes Fortbewegungsmittel im Urlaub, bevorzugen aber Hotels und Restaurants und nehmen gerne viele weitere Freizeitaktivitäten wahr. Doch damit der anspruchsvolle Gast überzeugt wird, auch in Sachsen-Anhalt mehrere Tage zu verweilen und touristische Angebote zu buchen, ist es wichtig, diesen von der hohen Qualität zu überzeugen. Dafür gibt es bundesweit viele bekannte Klassifizierungen wie beispielsweise Sterne. „Blaue Sterne“ klassifizieren Marinas und Sportboothäfen in Deutschland ähnlich wie die Sterneklassifizierungen vom „Deutschen Tourismusverband“ für Unterkünfte.

Vision: Bird-Watching im Biosphärenreservat

Im Bundesland Mecklenburg-Vorpommern ist die wirtschaftliche Bedeutung des Müritz-Nationalparks für die Region erkannt worden, was eine gleichnamige Studie des Landes belegt:

„Die Nationalparke sind ein besonderer Anziehungspunkt und in der Tourismuswerbung nicht mehr weg zu denken. Bei Besucherumfragen des Tourismusverbandes rangieren sie im Angebot „Naturtourismus“ auf Platz 1. Sie stellen inzwischen eine eigene hochwertige touristische Urlaubsdestination dar und fungieren als Qualitätsmarke unseres Landes. Beeindruckend ist die Zahl der in den drei Nationalparken von den Mitarbeitern betreuten Gäste. Seit einigen Jahren liegt sie bei etwa 1 Million pro Jahr. 2010 waren es wieder knapp 1,1 Millionen“, so der Umweltminister im Jahr 2011.“ [20]

Im Nationalparkamt Müritz konnte mit einer umsichtigen Besucherlenkung, die eine möglichst störungsfreie Naturbeobachtung ermöglicht, mit besonderen „Erlebnisgarantie“-Rezepten, wie Naturschauspiele „Kranichzug“ und „Rotwildbrunft“ sowie dem Engagement für einen barrierefreien Tourismus, eine Erfolgsgeschichte geschrieben werden. Der Netto-Umsatz ist von 11,9 Mio. Euro (2004) auf 18,2 Mio. Euro (2011) gestiegen und inzwischen finden hier 651 Menschen Arbeit. Vor allem belegt die Studie, „dass es im Müritz-Nationalpark gelungen ist, den Schutzzweck für Natur und

Dialog im Boot – organisiert von Iris Brunar und Ernst Paul Dörfler vom BUND-Elbeprojekt

Landschaft zu wahren und gleichzeitig eine positive touristische Entwicklung mit entsprechender Wertschöpfung für die Region zu erzielen."[21] Eine vergleichbare Entwicklung sollte im Biosphärenreservat Mittelelbe und den am Wasser gelegenen Naturschutzgebieten wie der Goitzsche-Wildnis angestrebt werden. Mit welchen „Erlebnisgarantien" und Naturschauspielen können wir locken?

Bird-Watching stärker touristisch zu nutzen, ist eine weitere Vision für den Tourismus am Wasser. Dafür müssen zwei Bedingungen gegeben sein: Zum einen muss es eine Nachfrage für Tourismus am Wasser in Verbindung mit der Beobachtung von Vögeln geben und zum anderen muss es möglich sein, dafür ein entsprechendes Angebot erstellen zu können.

„Vögel sind weltweit und in Deutschland die am besten untersuchte Artengruppe, sie begeistern viele Menschen und sind zur Vermittlung von Naturschutzzielen hervorragend geeignet: Mehrere 100.000 Menschen erfreuen sich in Deutschland an der Vogelbeobachtung; allein mehr als 5.000 Ehrenamtliche beteiligen sich derzeit regelmäßig an zeitaufwändigen Vogelerfassungen, leisten jährlich über 200.000 Stunden Arbeit und erbringen eine Wertschöpfung von 5 bis 10 Mio. Euro."[22]

Mit diesem Zitat bescheinigt das Bundesamt für Naturschutz das große Interesse an der Vogelbeobachtung im Allgemeinen. Speziell an der Elbe lassen sich rund 250 verschiedene Vogelarten beobachten, rund die Hälfte der in Europa existierenden, welche man besonders gut vom Wasser aus beobachten kann.[23] Das ganze Jahr über kann man den Seeadler oder, von Mai bis Juli, den brütenden Fischadler beobachten. Später im Jahr ziehen Gänse durch das Land und haben, je nach Wasserstand, bestimmte Schlafplätze auf dem Wasser. Mit der Verbindung von Tourismus am Wasser und Vogelbeobachtung können neue Zielgruppen für Sachsen-Anhalt gewonnen werden. Die Vogel-Fans und Ornithologen Deutschlands wissen schon längst, was Sachsen-Anhalt zu bieten hat. Sie sind aber zu klein an der Zahl. Wichtiger aber sind die WasserurlauberInnen, die ein vielfältiges Angebot mit weiteren Naturerlebnissen suchen. Nun muss noch die zweite Bedingung erfüllt werden. Für diese Vision bedarf es ein entsprechendes Angebot. Natur- und Vogelexperten wie Ernst-Paul Dörfler verraten, dass schon ein wenig Wissen ausreicht, um auf dem Fluss das Vogelparadies erkennen zu können. Eine geschickte Broschüre kann dies schon bieten, welche – in Zusammenarbeit mit den Bootsverleihunternehmen – an den Wassertourist gebracht werden kann. Jene Wassertourismusunternehmen können zudem die besonderen Vogelbeobachtungsorte in ihrem Revier benennen sowie eigene Vogelbeobachtungstouren im Kanu oder auf dem Floß anbieten.

---

17 Archaeomedia (2010) Fürsorge und Gewalt im Transitland Sachsen-Anhalt, http://www.archaeologie-online.de/magazin/nachrichten/fuersorge-und-gewalt-im-transitland-sachsen-anhalt-12146/ [28.09.2012]

18 Klüber, H. (2012) Telefonat am 22.08.2012

19 Klüber, H. (2012) E-Mail-Kontakt am 28.09.2012

20 Ministerium für Landwirtschaft, Umwelt und Verbraucherschutz Mecklenburg-Vorpommern (2011): Pressemitteilung: Backhaus: Müritz-Nationalpark sorgt für positive wirtschaftliche Impulse in der Region, Schwerin

21 Eben da.

22 C. Sudfeldt, R. Dröschmeister, T. Langgemach & J. Wahl (2010) Vögel in Deutschland 2010, http://www.bfn.de/fileadmin/MDB/documents/themen/monitoring/Voegel_in_Deutschland_2010.pdf, S.4 [28.09.2012] LUGV 2010: Klimagasinventur 2010 für das Land Brandenburg.

23 Dörfler, E. (2012) Telefonat am 09.08.2012

Vision: Mehr Kulturtourismus am Wasser

Städte und Kultureinrichtungen lotsen die TouristInnen nicht ans Wasser – und umgekehrt. Dabei könnte beidseitig voneinander profitiert werden und die Attraktivität der gesamten Urlaubsregion/Stadt deutlich erhöht werden. Gemeinsam sollten Kulturstätten und wassertouristische Attraktionen integrative Angebote schnüren und vermarkten. Diese können im Interesse bestimmter Zielgruppen liegen, z.B. für Eltern und Kinder oder für MusikliebhaberInnen, für NaturliebhaberInnen usw. Ein Beispiel wären Events, deren Attraktivität erhöht werden können, wenn sie ans Wasser gelegt werden und so gleichzeitig für die wassertouristischen Aktivitäten werben. Der Wörlitzer Park oder Dresden gehen hier mit gutem Beispiel voran und veranstalten Wasserkonzerte. Auf den Gewässern des Wörlitzer Parks werden für „Händels Wassermusik“ Gondeln zu Zuschauerreihen. Für Familien, die auf Städteentdeckung sind, könnten jene einen weitaus höheren Reiz bewirken, wenn sie ihre Wasserseiten attraktiv gestalten und vermarkten. Vor allem in Halle, um dieses Beispiel zu nennen, sollte die Peißnitz-Insel besser vermarktet werden. Allgemein ist die attraktive, wasserseitige Gestaltung – mit Uferpromenaden, Parks am Wasser, Spielplätzen sowie hübschen Brücken – wichtig. Magdeburg hat dies erkannt und nutzt seine Elbufer, während andere Städte, wie Wittenberg, ihre Wasserseite verstecken und dieses Potenzial nicht nutzen.

24 Metke, R. (2012) Zuschlagserteilung – Onlinemarketingmaßnahmen, http://www.sachsen-anhalt.de/index.php?id=26228 [28.09.2012]

25 FörderService GmbH der Investitionsbank Sachsen-Anhalt (2010) Blaues Band, http://www.label-eu.eu/uploads/media/Beyersdorfer.pdf [28.09.2012] S.6

26 dwif-Consulting GmbH (2010) Evaluierung der touristischen Markensäule „Blaues Band – Wassertourismus in Sachsen-Anhalt“, Berlin

HEMMNISSE

IMAGEKILLER – „SACHSEN-ANHALT – WIR STEHEN FRÜHER AUF“

Mit diesem Slogan vermarktet sich Sachsen-Anhalt und gleichzeitig hat es ein Vermarktungsproblem. Die Menschen in Deutschland denken bei Sachsen-Anhalt nicht an ein Reiseland, sondern verbinden mit dem Landesnamen genussfeindliche Assoziationen. Viele kennen den Frühaufsteher-Slogan – und lassen sich auch dadurch abschrecken. Die Landesregierung strebt keinen Imagewandel an und investiert in eine weitere Kampagne des Slogans, welche nun vor allem die jüngeren Generationen innerhalb Sachsen-Anhalts ansprechen soll.[24]

Der Slogan „Sachsen-Anhalt – wir stehen früher auf“ gehört zum Standortmarketing (z.B. mit dem Ziel, den EinwohnerInnen Sachsen-Anhalts ein Identitätsgefühl für ihr Land zu schaffen) und nicht direkt zum Tourismus-Marketing des Landes. Doch welcher Einwohner, Reisegast oder Durchreisender erkennt den Unterschied, wenn das Land beispielsweise an Autobahnen mit diesem Slogan für sich wirbt?

Wenn der Begriff „Sachsen-Anhalt“ aus touristischer Perspektive negative Assoziationen auslöst, muss er im Tourismusmarketing zurücktreten. TourismusmarketingexpertInnen setzen seit Jahren auf eindeutige Strategien für Themen und spezielle Reiseziele, was sinnvoll ist. Auf vielen Broschüren aber machen sie sich diese sinnvolle Strategie mit dem abgedruckten Frühaufsteher-Slogan und dem Begriff „Sachsen-Anhalt“ wieder kaputt. Markensäulen wie „Gartenträume“, Tourismus am Wasser am „Blaue[n] Band“, die „Straße der Romanik“ und „Himmelswege“ lösen hingegen positive Resonanz aus und sollten im Vordergrund stehen.

HEMMNIS – INFRASTRUKTURLÜCKEN AM WASSER

In die Infrastruktur für den Wassertourismus wurde im letzten Jahrzehnt investiert. Im Zeitraum von 1997 bis 2010 wurden beispielsweise im Rahmen des „Blauen Bandes“ etwa 95 Millionen Euro aus privater und öffentlicher Hand in 69 Projekte investiert.[25] Inzwischen gibt es vielerorts Marinas (Sportboothäfen), Bootsanleger an den Flüssen und mit dem Blauen Band verfügt Sachsen-Anhalt, wie kaum ein anderes Bundesland, über ein Leitsystem für WassertouristInnen.[26] Dennoch gibt es noch Lücken im Netz der Bootsanleger und auch die landseitige Infrastruktur wie Zufahrtswege, Promenaden, Gastronomie, Versorgungsmöglichkeiten am Wasser oder die Ausschilderung auf dem Land, beispielsweise von den Innenstädten aus.

Sachsen-Anhalt leidet an der Förderitis. Wo immer Fördergelder angeboten werden, versuchen das Land oder die Kommunen, diese „zu binden“. Dies geschieht oft ohne Berücksichtigung der Folgekosten und die knappen freien Mittel werden in Projekten gebunden, mit dem Argument, man habe das Geld ja vervielfacht. Dabei wird häufig unkoordiniert vorgegangen, wie das Beispiel der Fernradwanderwege zeigt. Die Wege haben extrem unterschiedliche Qualität, je nach Engagement der Kommune vor Ort. Selbst dort, wo mit Landesförderung die Wege ausgebaut wurden, verfallen diese zusehends, weil die Kommunen für die Unterhaltung nicht ausreichend aufkommen. Eine Kontrolle der Landesregierung, ob die FördermittelempfängerInnen ihre Unterhaltsverpflichtungen einhalten, findet entweder nicht statt oder bleibt ergebnislos. Wir setzen uns daher in einem ersten Schritt dafür ein, dass das Land für den Elberadweg, den Saaleradweg und am Fernradweg R1 eine durchgehend hohe Wegequalität sicherstellt. Dies sollte durch Fordern und Fördern geschehen. Das Land sollte anbieten, bei vorhandenen Wegen die Unterhaltung zu übernehmen. Bei geförderten kommunalen Wegen, sollte die Pflicht zum Unterhalt dagegen konsequent eingefordert werden.

Mancher Anbieter und manche Kommune wünscht sich die Integration in die wassertouristischen Bemühungen, etwa für den Kanutourismus an der Bode oder durch den Bau eines Saale-Elster-Kanals. Das ist verständlich. Solange aber die bereits bestehende Infrastruktur so wenig genutzt wird, wie dies zurzeit der Fall ist, müssen sich solche Pläne gedulden. Das Land Sachsen-Anhalt sollte darauf setzen, Angebote von hoher Qualität sicher zu stellen und konsequent zu vermarkten.

HEMMNIS: MANGELNDE ZUSAMMENARBEIT

Mau sieht es im Bereich der Zusammenarbeit der (wasser-)touristischen Anbieter aus. Die Evaluation[27] über das „Blaue Band“ (Anfang 2010) spricht von einem sehr schwachen Vernetzungsgrad, welcher wesentlich dazu beiträgt, dass das touristische Potenzial nicht ausgeschöpft wird. Konkret wird zum einen das Potenzial von wettbewerbsstarken Urlaubsangeboten, nämlich integrierte Angebote vieler Anbieter, nur selten genutzt und zum anderen verschenken die Unternehmen Potenziale aus effektiven Vermarktungskooperationen.

Zu der mangelhaften Koordination trägt auch die Streuung der Zuständigkeit für Tourismusfragen auf fünf Ministerien und eine Reihe nachgeordneter Behörden und landeseigener Unternehmen bei.

Inzwischen vermarktet der Verein „Blaues Band e.V.“ nun auch wassertouristische Nicht-MitgliederInnen in der Broschüre und gab dieses Jahr eine Broschüre mit themenübergreifenden Reiseangeboten seiner MitgliederInnen heraus. Eine solche Vermarktung ist wichtig, um durch vielseitige Angebote schnell das Interesse potenzieller Urlauber zu gewinnen. Doch viele UrlauberInnen reisen individuell und informieren sich selbst über die Angebote und Möglichkeiten in einer Region und somit spielen gebündelte Informationsplattformen in Ergänzung und mit Links zu den Angeboten der einzelnen touristischen Anbieter eine bedeutende Rolle. Der Verein „Blaues Band“ bietet ein großes Potenzial, der Name steht aber als Marke durch die Fixierung auf ganz Sachsen-Anhalt im Gegensatz zu einer gezielte Vermarktung von Urlaubszielen mit attraktiven Klang (vgl. „Hemmnis Imagekiller“). Zudem ist der Name geografisch zu wenig aussagekräftig. Das „Blaue Band“ sollte als touristische Dachmarke des Landes daher durch revierspezifische Marken, etwa für Elbe und Saale, abgelöst werden. Die Arbeit des Vereins muss hingegen finanziell besser ausgestattet werden.

Kooperationen über die Ländergrenzen hinaus bieten große Potenziale, die Attraktivität zu erhöhen. Der Verein „Blaues Band“ gibt beispielsweise an, dass öfters Anfragen über Touren von Magdeburg bis nach Prag, über Elbe und Moldau, gestellt werden. Gleiches gilt für länderübergreifende Touren mit Thüringen, Sachsen und Niedersachsen. Besonders eine gemeinsame Vermarktung der Elbe würde dem Elbetourismus neue Potenziale ermöglichen. Dabei trifft Sachsen-Anhalt allerdings mitunter auf das Problem, der kleinere Partner von Nachbarbundesländern zu sein. Eine gemeinsame Vermarktung des „Blauen Bandes“, beispielsweise mit Brandenburg oder Mecklenburg-Vorpommern, trägt die Gefahr, dass die eigenen Angebote kaum zum Vorschein kommen.

Eine große Chance haben auch die Landkreise und Städte. Einige gehen mit einzelnen Beispielen voran, ihr wassertouristisches Potenzial in das Stadtbild zu integrieren. Magdeburg revitalisiert seinen heutigen „Wissenschaftshafen“ oder integriert die Elbe in das Stadtleben mit modernen Brücken wie der Sternbrücke, dem Elb-Brücken-Lauf oder der Elbuferpromenade. Andere Regionen und Städte, wie zum Beispiel Dessau und der Landkreis Anhalt-Bitterfeld, haben die Schönheit und das Potenzial ihrer Flüsse und Seen noch nicht entdeckt. So ist es vielerorts nicht möglich, den Fluss in unmittelbarer Nähe per Fahrrad oder zu Fuß zu begleiten. Es gibt keine Aufenthaltsbereiche, Beobachtungsplattformen oder ähnliches. Oftmals gibt es einzelne touristische Angebote am Wasser, die aber noch nicht von den Kommunen vermarktet werden.[28]

27 Eben da

28 dwif-Consulting GmbH (2010) Evaluierung der touristischen Markensäule „Blaues Band – Wassertourismus in Sachsen-Anhalt“, Berlin

FAZIT: FÜNF GRÜNE FORDERUNGEN FÜR DEN TOURISMUS AM WASSER

1. **Infrastrukturförderung vom Kopf auf die Füße stellen:** Sachsen-Anhalt braucht eine Infrastrukturförderung, die im Tourismus klare Ziele setzt und die Wechselwirkungen einzelner Bausteine im Auge hat. Ziele, wie die Etablierung eines Kanuwandertourismus, müssen benannt und systematisch umgesetzt werden. Infrastrukturlücken müssen identifiziert und geschlossen werden. Besonders für die Fernradwanderwege muss das Land hier ähnlich Verantwortung übernehmen, wie das bei Landesstraßen der Fall ist. Die Förderung nach dem Antragsverfahren ist dabei weiter sinnvoll, sollte aber im Rahmen von Masterplänen erfolgen und nicht nach dem Gießkannenprinzip.
2. **Markensäulen für die Elbe und für die Saale etablieren:** Dass Sachsen-Anhalt sich unter seinem Landesnamen als Tourismusziel vermarktet, ist eine Verschwendung von Ressourcen. Erfolgreich ist die Vermarktung von Zielen unter thematischen Schwerpunktsetzungen, die bestimmte Zielgruppen ansprechen. Neben die bisherigen Markensäulen sollten die Elbe und Saale treten, da die Flüsse bundesweit bekannt sind und einen guten Klang haben. Die Aktivitäten des „Blauen Bandes“ bieten zwar eine gute Grundlage, sie sollten aber nicht auf die Vermarktung aller (im engeren Sinne) wassertouristischen Angebote in Sachsen-Anhalt, sondern auch auf bestimmte Reiseziele ausgerichtet werden und dabei thematisch vom Wassertourismus gelöst werden. Ein gutes Beispiel und Beitrag ist dabei der Elbebadetag, der inzwischen als „Big Jump“ europaweite Verbreitung gefunden hat.
3. **Gesamtkonzept für Elbe und Saale erarbeiten:** Bundesregierung, Naturschutzverbände, Fischereiverbände, Tourismusprofis – sie alle treten dafür ein, in Elbe und Saale mehr zu erkennen als nur eine Wasserstraße. Die Landesregierung muss aufhören, diese Arbeiten zu ignorieren, sondern sich aktiv einbringen. Die Fixierung auf die Funktion der Flüsse als Wasserstraße muss beendet werden. Vielmehr ist es notwendig, ein Konzept für Elbe und Saale zu erarbeiten, das die touristischen Aspekte ebenso berücksichtigt, wie die Interessen der AnglerInnen und FischerInnen, des Naturschutzes, des Verkehrs und des Hochwasserschutzes.
4. **Grüne Boote als Markenzeichen:** Das geringe Niveau des Bootstourismus in Sachsen-Anhalt bietet auch die Chance, sich innovativ aufzustellen. Die zunehmende Verbreitung von Elektromotoren und Photovoltaik-Modulen auf Booten bietet diese Chance. Durch eine Konzentration auf solche Motortechnik können die Lücken im Tankstellennetz an den Wasserstraßen überwunden werden. Die größere Ruhe und geringere Geschwindigkeit sollte durch ein Tempolimit auf Sachsen-Anhalts Wasserstraßen und Seen unterstrichen werden. So können KanutInnen und andere Erholungssuchende besser auf ihre Kosten kommen.
5. **Naturschätze sichtbar machen:** Heute verstecken viele Städte und Kreise ihre Naturschätze. Radfahren und Verweilen am Fluss wird damit etwas für Insider, Vogelbeobachtung ist den gut informierten Ornithologen vorbehalten. Sachsen-Anhalt muss das Wasser zum Menschen bringen. Das geht auch in ökologisch sensiblen Bereichen durch gezielte Wegeführung und Beobachtungsplattformen. Aber es gilt auch, die bereits hier reisenden Menschen aufmerksam zu machen. Sei es durch Hinweise an Kulturstädten, sei es durch Hinweise an Transitreisende. Besonders gut eignen sich Kooperationen zwischen verschiedenen touristischen Attraktionen: So können beispielsweise Eintrittskarten von Museen auf der Rückseite als Rabatt- und Informationskärtchen für wassertouristische Angebote dienen und andersherum.

Die Flüsse und Wasserflächen Sachsen-Anhalts bieten ein großes Potenzial für den Tourismus und neue Arbeitsplätze – nutzen wir es!

FÜR SIE IM LANDTAG VON SACHSEN-ANHALT

Dietmar Weihrich
Verkehrspolitischer Sprecher

Telefon: 0391 560 4021
Fax: 0391 560 4006
Mail: dietmar.weihrich@gruene.lt.sachsen.anhalt.de

Olaf Meister
Wirtschaftspolitischer Sprecher

Telefon: 0391 560 4021
Fax: 0391 560 4006
Mail: olaf.meister@gruene.lt.sachsen.anhalt.de

Die Landtagsfraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN erreichen Sie

auf Facebook: http://www.facebook.com/GrueneFraktionLSA
auf Youtube: **http://www.youtube.com/user/GrueneFraktionLSA**
auf Flickr: **http://www.flickr.com/people/gruenefraktionlsa**
per E-Mail: fraktion@gruene.lt.sachsen-anhalt.de

BLEIBEN SIE INFORMIERT! ABONNIEREN SIE UNSEREN NEWSLETTER:

www.gruenlink.de/rs1

PARLAMENTARISCHE INITIATIVEN/AKTIVITÄTEN

Die Flusspolitik bildet einen Arbeitsschwerpunkt der Bündnisgrünen Landtagsfraktion. In diesem Zusammenhang bietet vor allem der sanfte Tourismus eine nachhaltige Alternative zum sehr umweltschädigenden Eingriff der Güterschifffahrt. Auf parlamentarischer Ebene hat sich die Bündnisgrüne Landtagsfraktion dem Thema durch den Antrag „Kein Ausbau der Elbe“ (Drs. 6/1027) gewidmet. Dieser Antrag wurde leider von den Regierungskoalitionen abgelehnt. Ferner wurden mehrere Kleine Anfragen – „Schifffahrt an Elbe und Saale“ (Drs. 6/301); „Voraussetzungen für den dreilagigen Containerverkehr“ (Drs. 6/1980); „Investitionen in Häfen Sachsen-Anhalts“ (Drs. 6/2171) – gestellt, welche sich mit der Problematik Schifffahrt und damit auch dem Wassertourismus beschäftigen.

Dem Tourismus am Wasser widmen sich darüber hinaus mehrere Kleine Anfragen – zum Concordia-See (Drs. 6/1635), zum Elbe-Radweg (Drs. 6/2155) und zum Radroutenplaner der Landesregierung (Drs. 6/2157). Wassertourismus war zudem Gegenstand eines Selbstbefassungsantrags der Bündnisgrünen Fraktion im Ausschuss für Landesentwicklung und Verkehr am 11.05.2012. Der Concordia See wird am 29.08.2013 Thema im Ausschuss für Wissenschaft und Wirtschaft sein.

Auch in Zukunft wird sich die Bündnisgrüne Landtagsfraktion auf parlamentarischer Ebene dafür einsetzen, dass einerseits die Güterschifffahrt in Sachsen-Anhalt nur flussangepasst realisiert werden kann und andererseits vor allem dem Wassertourismus die Möglichkeiten eingeräumt werden, seine Potentiale zu entfalten.

Diese Veröffentlichung dient der Information über unsere parlamentarischen Initiativen. Sie darf nicht zu Wahlkampfzwecken verwendet werden.

IMPRESSUM

Herausgeberin:
Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN
im Landtag von Sachsen-Anhalt
Domplatz 6-9
39104 Magdeburg

Verantwortlicher (V.i.S.d.P.):
Udo Mechenich (Pressesprecher)

Gestaltung:
www.buero-ix.de

Fotonachweise:
Umschlag: Schloss Coswig (Anhalt)
Seite 1-5: Steffi Heger/buero-ix.de
Seite 7: Fotofreundin/Fotolia.com
Seite 8: www.schiffskontor.de
Seite 9: Isabell Birgit Krüger
Seite 10: isb/Fotolia.com
Seite 11: Ernst Paul Dörfler

Stand:
März 2015