



## Machbarkeitsstudie / Innovatives Konzept für nachhaltigen Tourismus in der Gemeinde Barleben

Analysen

Ziele, Strategien, Positionierung

Projekte, Maßnahmen

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

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

[www.ift-consulting.de](http://www.ift-consulting.de)

# Machbarkeitsstudie / Innovatives Konzept für nachhaltigen Tourismus in der Gemeinde Barleben

Analysen

Ziele, Strategien, Positionierung

Projekte, Maßnahmen

Potsdam, 29.7.2021

Ihre Ansprechpartner:

**Katja Stefanis**

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

**Henrike Meyer**

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

**ift Freizeit- und  
Tourismusberatung GmbH**

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

**[www.ift-consulting.de](http://www.ift-consulting.de)**

## Inhaltsverzeichnis

<b>1.</b>	<b>Aufgabenstellung, Vorgehen</b>	<b>5</b>
<b>2.</b>	<b>Kernergebnisse</b>	<b>7</b>
<b>3.</b>	<b>Aktuelle Situation</b>	<b>11</b>
3.1	Lage, Anbindung, Einzugsgebiet	11
3.2	Aktuelles touristisches Angebot, touristische Themen	13
3.3	Beherbergungs- und Tagungsangebot in der Gemeinde Barleben	15
3.4	Entwicklung des gewerblichen Beherbergungsangebotes	16
3.5	Entwicklung der gewerblichen Ankünfte und Übernachtungen	17
3.6	Touristische Entwicklung in der Region	18
3.7	Touristische Vermarktung, touristische Aufgabenwahrnehmung	21
3.8	Besondere Potenziale: Campingtourismus in Deutschland, in Sachsen-Anhalt	22
3.9	Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Profil	24
<b>4.</b>	<b>Ziele, Strategien, Positionierung</b>	<b>26</b>
4.1	Ausgewählte Grundlagen und Rahmenkonzepte	26
4.2	Touristische Entwicklungsziele und -strategien	29
4.3	Touristische Positionierung der Gemeinde Barleben	30
4.4	Künftige Zielgruppen	32
<b>5.</b>	<b>Handlungsfelder, Projekte, Maßnahmen</b>	<b>36</b>
5.1	Überblick Projekte und Maßnahmen	36
5.2	<b>Projekte, Maßnahmen: A. Ortsbilder, Infrastruktur, Mobilität</b>	<b>37</b>
5.2.1	A1. Premium-Natur-Aktiv Tourismus- und Naherholungszentrum Jersleber See mit Campingplatz	37
5.2.2	A2. Bessere Mobilität vor Ort: ÖPNV, e-Mobilität	42
5.2.3	A3. Radtourismus-Angebot: Radwege, Ausstattung, Touren	44
5.2.4	A4. Natur + Hightech Natur- und Technologiepark Ostfalen: Innovativer „Smart-Pfad“	48
5.2.5	A5. Digitale Infrastruktur, weitere Maßnahmen für mehr Lebens- und Aufenthaltsqualität	52
5.3	<b>Projekte, Maßnahmen: B. Betriebe, Einrichtungen</b>	<b>54</b>
5.3.1	B1. Indoor Freizeitattraktion mit Strahlkraft	54

5.3.2	B2. Ausbau bestehender Beherbergungsbetriebe, neue, besondere Angebote	56
5.3.3	B3. Innovative Betriebe: Coaching, Fördermittelberatung, Innovationsworkshops, Ideenwettbewerbe, „Pop-up“ Business	58
5.3.4	B4. Infocenter Domäne Groß Ammensleben	59
<b>5.4</b>	<b>Projekte, Maßnahmen: C. Angebote</b>	<b>61</b>
5.4.1	C1. Veranstaltungen mit Strahlkraft, in den Ortsteilen, in der Mittellandhalle	61
5.4.2	C2. Buchbare, vernetzte Angebote für Individualgäste, Gruppen, Tagungsgäste (Erlebnisse, Touren u. ä.)	63
5.4.3	C3. „Süße Angebote“, Angebote Radfahrer	65
5.4.4	C4. Kultur-, Bildungsangebot: Weiterentwicklung der Heimatstuben	66
<b>5.5</b>	<b>Projekte, Maßnahmen: D. Vermarktung, Vernetzung</b>	<b>68</b>
5.5.1	D1. Weiterentwicklung der (touristischen) Website, Content-Netzwerk	68
5.5.2	D2. Social-Media-Kanäle	69
5.5.3	D3. Ausbau der Touren in interaktiven Tourenplanern	70
<b>5.6</b>	<b>Organisation, Kooperation</b>	<b>71</b>
5.6.1	E1. Ressourcen und Strukturen für die künftige Tourismusarbeit in der Gemeinde Barleben	71
5.6.2	E2. Stärkung der touristischen Kooperationen (in der Gemeinde mit den Nachbargemeinden und der Region), Kooperationsmarketing	72
5.6.3	E3: Innovations- und Nachhaltigkeitsmonitor Gemeinde Barleben	73

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Vorgehen und zeitlicher Ablauf	6
Abbildung 2: Lage und Anbindung der Gemeinde Barleben	11
Abbildung 3: Aktuelle touristische Themen der Gemeinde Barleben	14
Abbildung 4: Gewerbliches Beherbergungsangebot Gemeinde Barleben 2012 - 2019	16
Abbildung 5: Gewerbliche Ankünfte/Übernachtungen Gemeinde Barleben 2012 - 2019	17
Abbildung 6: Saisonale Nachfrage im Beherbergungsgewerbe Gemeinde Barleben 2019	18
Abbildung 7: Entwicklung der Übernachtungen ausgewählter Wettbewerber 2012 - 2019	18
Abbildung 8: Tourismusintensität Gemeinde Barleben / ausgewählte Wettbewerber 2019	19
Abbildung 9: Entwicklung der Ankünfte und Übernachtungen Landkreis Börde 2012 - 2019	19
Abbildung 10: Ankünfte und Übernachtungen Campingplätze in Sachsen-Anhalt 2011 - 2019	22
Abbildung 11: Handlungsfelder Masterplan Sachsen-Anhalt 2027	28
Abbildung 12: Räumliche touristische Schwerpunkt-Areale und -Achsen	31
Abbildung 13: SINUS-Milieus in Deutschland 2020 und Personas	33
Abbildung 14: Personas für die Gemeinde Barleben	34
Abbildung 15: Überblick Projekte und Maßnahmen Tourismuskonzept Gemeinde Barleben	36

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Einwohnerpotenziale und Kaufkraft	12
Tabelle 2: Kurzübersicht touristische Angebote Gemeinde Barleben	13
Tabelle 3: Übersicht der Beherbergungsbetriebe in der Gemeinde Barleben 2020	15
Tabelle 4: Übersicht der Camping-/Standplätze 2017 - 2019 Reisegebiete Sachsen-Anhalt	23
Tabelle 5: Sport-, Spiel- und Freizeitangebote Magdeburg und Umgebung	74

## 1. Aufgabenstellung, Vorgehen

Die Gemeinde Barleben will die zukünftige touristische Entwicklung erfolgreich und systematisch vorantreiben. Grundlage dafür ist das vorliegende innovative Tourismuskonzept für nachhaltigen Tourismus, das die Möglichkeiten der touristischen Entwicklung der Gemeinde sowie Maßnahmen zur Verbesserung der touristischen Infrastruktur, Angebote und Vermarktung aufzeigt.

Wie der Titel des Tourismuskonzeptes bereits ausdrückt, geht es dabei ausdrücklich um ein:

- ▶ **Innovatives** Mit echten technischen Neuerungen (digitale, e-Lösungen) oder auch organisatorischen Neuheiten bzw. deren erfolgreiche Durchsetzung.
- ▶ **Tourismuskonzept** Als abgestimmter Orientierungsrahmen, Entscheidungsgrundlage und Handlungsprogramm für die künftige Entwicklung von Tourismus (und Naherholung).
- ▶ **für nachhaltigen Tourismus** Unter Berücksichtigung des Handlungsprinzips zur Ressourcennutzung für ökologische, ökonomische und soziale Nachhaltigkeit.
- ▶ **in der Gemeinde Barleben.** Für Tourismusentwicklung, aber immer auch zur weiteren Stärkung der Lebensqualität für die Einheimischen.

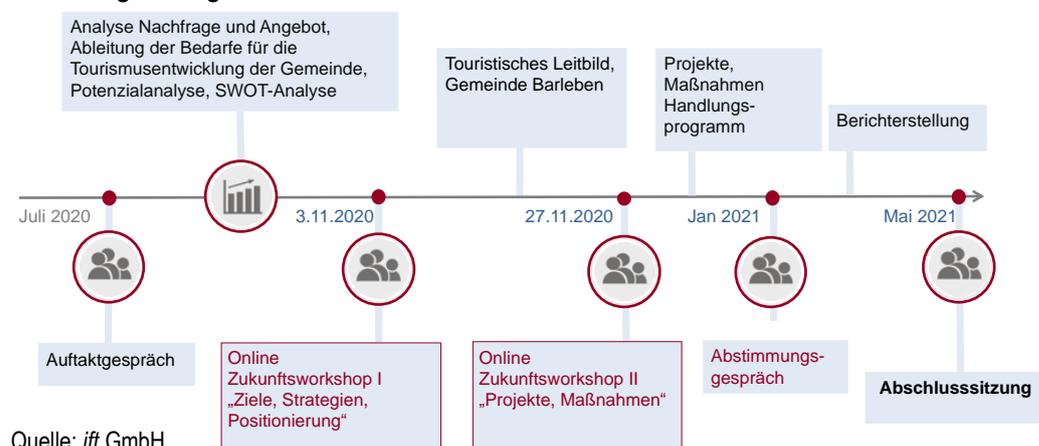
Die Gemeinde Barleben hat in den letzten Jahren eine ganze Reihe von Maßnahmen, Projekten und Konzepten auf den Weg gebracht, die die Themen Innovation und Nachhaltigkeit vorantreiben. Dazu gehören zum Beispiel wichtige geförderte Vorhaben wie „Smart City“, 5G Breitbandausbau und ein „Digitalisierungs-Zentrum Barleben – Digitales Kompetenzzentrum für Smart Village bzw. Smart Country Lösungen für Sachsen-Anhalt“.

Die vorliegende Machbarkeitsstudie bzw. das vorliegende Innovative Konzept für nachhaltigen Tourismus in der Gemeinde Barleben soll die Entwicklung der Themen Innovation und Nachhaltigkeit in Barleben nun auch in Hinblick auf den Tourismus fördern und die strategische Ausrichtung mit konkreten Maßnahmen stärken.

*Hinweis: Parallel wurde durch ift auch die Machbarkeitsstudie Jersleber See mit Potenzial-, Wirtschaftlichkeits- und Investitionsbetrachtungen erarbeitet und damit die Grundlagen für die Erschließung der besonderen Natur- und Campingtourismus-Potenziale (und auch für die Weiterentwicklung der touristischen Organisationsstrukturen am Jersleber See bzw. in der Gemeinde Barleben) gelegt.*

Die Einbindung der Akteure aus Tourismus, Politik und Verwaltung erfolgte über Expertengespräche, zwei digitale Workshops sowie weitere Arbeitssitzungen. Die wertvollen Hinweise sind direkt in das Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Profil, in die Strategien und Projekte eingeflossen.

**Abbildung 1: Vorgehen und zeitlicher Ablauf**



## 2. Kernergebnisse

Der Tourismus ist in der Gemeinde Barleben schon heute ein wichtiger Wirtschaftsfaktor und die Gemeinde hat gerade in jüngster Zeit wichtige Entscheidungen getroffen, um die touristische Entwicklung maßgeblich voranzutreiben.

Aktuell ist der Tourismus in der Gemeinde Barleben vor allem durch Geschäftsreisende geprägt. Über diese auch künftig wichtige Zielgruppe gehört Barleben mit rund 100.000 Übernachtungen in gewerblichen Betrieben pro Jahr zu den übernachtungsstarken Gemeinden im Landkreis Börde bzw. in der Reiseregion Magdeburg Elbe-Börde-Heide. Durch neue Schwerpunkte in den Bereichen Naturtourismus, Campingtourismus am Jersleber See, Radtourismus und Freizeit sollen nun künftig noch mehr privat motivierte Tages- und Übernachtungsgäste nach Barleben kommen. Dafür sollen Investitionen in das Ortsbild, einzelne Teilräume, Aufenthaltsbereiche und die touristische Infrastruktur getätigt werden, die dabei nicht nur die Attraktivität für die Gäste und die touristische Wertschöpfung erhöhen, sondern auch die Qualität der Gemeinde Barleben und ihrer Ortschaften als Lebens- und Arbeitsraum für Einheimische, Fachkräfte und Unternehmen weiter verbessern.

Damit die Gäste länger bleiben, muss es mehr touristische und Freizeitangebote in der Gemeinde Barleben geben und die vorhandenen und neuen Angebote noch besser mit den regionalen Angeboten entlang der touristischen Achsen vernetzt werden, z. B. entlang des Mittellandkanals zur Schleuse und Schiffshebewerk Rothensee bis zur Elbe, in die Landeshauptstadt Magdeburg und in Richtung der Stadt Wolmirstedt und in den Naturpark Colbitz-Letzlinger Heide. Damit das Übernachtungsaufkommen künftig weiter steigt (und nicht nur wie seit Jahren auf einem guten Niveau verharrt) müssen die Bestandsbetriebe für Touristen weiter profiliert, ausgelastet oder auch für bestimmte Segmente wie Familien, Radtouristen oder (Jugend-)Gruppen ausgebaut werden und können punktuell auch neue Beherbergungskapazitäten geschaffen werden. Denkbar sind z. B. besondere, aufmerksamkeitsstarke Mietangebote am Jersleber See oder auch ein „smartes“ Green Design Boardinghouse am Steinbruch Barleben bzw. am Technologiepark Ostfalen.

Abgestimmt mit den übergeordneten Tourismusstrategien der Region und des Landes werden zur Profilierung Barlebens als lohnenswertes Tages- oder Übernachtungsziel und zur nachhaltigen Tourismusentwicklung in der Gemeinde Barleben diese Ziele und Strategien festgelegt:

### Kernziel, Mission

**Die Gemeinde Barleben wird sich künftig nicht nur als attraktiver Lebens- und Arbeitsort, sondern auch als beliebtes und bekanntes Ausflugs- und Übernachtungsziel im Raum Magdeburg – Wolfsburg – Braunschweig profilieren und die damit verbundenen Image- und Wertschöpfungspotenziale gezielt ausschöpfen.**

**Dafür wird sie die Entwicklung innovativer und nachhaltiger Angebote mit Strahlkraft aktiv vorantreiben wie auch die touristische Vermarktung und Vernetzung mit den Nachbargemeinden und der Region.**

### Ökonomische und quantitative Ziele

- ▶ **Bereits vorhandene besondere Angebote besser erschließen, inszenieren und qualifizieren**, bestehende Kapazitäten noch besser auslasten.
- ▶ **Verträgliche zusätzliche touristische Angebote entwickeln**, die die thematische Profilierung unterstützen (Infrastruktur, Betriebe, Freizeit).

- ▶ **Die Betriebe stärken: durch mehr Gäste und Übernachtungen** (geschäftlich, privat), mehr Umsätze (auch durch mehr Angebote) und damit auch **mehr touristische Wertschöpfung** (Löhne, Einkommen, Gewinne).
- ▶ **Arbeitsplätze sichern und Perspektiven für zusätzliche Arbeitsplätze schaffen.**

### Strategische Ansätze

Um die oben genannten Ziele zu erreichen werden diese strategischen Ansätze festgeschrieben:

- ▶ Das **touristische Profil ausarbeiten** und kommunizieren, **Image und Bekanntheit ausbauen**. Touristische Information dabei stärker in die touristischen Netzwerke und Datenbanken einbringen.
- ▶ Die **Wahrnehmung Barlebens als touristisches Ziel stärken** – nicht nur bei den auch künftig wichtigen Geschäfts- und Tagungstouristen, sondern auch bei privat motivierten Reisenden.
- ▶ Im ersten Schritt auf den Einzugsbereich Magdeburg, Braunschweig, Wolfsburg als Quellmärkte fokussieren, für ausgewählte Segmente auch deutlich darüber hinaus (Camping-, Wohnmobiltourismus).
- ▶ Nachhaltigen Tourismus wahrnehmbar entwickeln: umweltgerecht – ökonomisch – sozial.
- ▶ Digitalisierung und e-Mobilität im Tourismus mit konkreten, sichtbaren Projekten vorantreiben.
- ▶ Gezielt Innovationen im Tourismus bei Betrieben und bei der Gemeinde initiieren und umsetzen (helfen)
- ▶ Neue „indoor“ und „outdoor“ Angebote mit Strahlkraft für die Region (prüfen).
- ▶ Neue Angebote an bestehende Angebote in der Region anbinden.
- ▶ Die bestehenden touristischen Kooperationen in der Gemeinde, mit den Nachbargemeinden und in der Region stärken und mitgestalten.
- ▶ Ressourcen und Strukturen für die künftige Tourismusarbeit prüfen.

### Touristische Positionierung der Gemeinde Barleben

Das touristische Profil, das über alle Kanäle und Partner kommuniziert wird, lautet:

**Die Gemeinde Barleben wird zu dem „Natur + Hightech“ Ausflugs- und Kurzreiseziel vor den Toren Magdeburgs mit besonderen und besonders nachhaltigen Freizeit-, Natur Aktiv- und Mobilitätsangeboten für Gäste und Einheimische, bestens vernetzt mit der Region.**

Das erarbeitete Profil (das hier vor allem die inhaltlich-thematische Ausrichtung meint, die es weiter zu entwickeln gilt und das noch in einen Marketingansatz überführt werden muss) lässt sich im Umfeld und in der Region Magdeburg – Wolfsburg - Braunschweig grundsätzlich gut vermarkten, wenn es mit besonderen und innovativen Angeboten aufgeladen wird. Künftig sollen so noch mehr Tagesgäste und auch tendenziell mehr privat motivierte Übernachtungsgäste angezogen werden. Zugute kommt Barleben dabei, dass es aktuell im Umfeld nur eine geringe Dichte von Attraktionen gibt.

Wichtigste profilstärkende Angebote sind dafür künftig:

- ▶ das grüne Areal (Touristisches Sondergebiet) mit Premium-Natur-Aktiv-Campingplatz am und um den Jersleber See
- ▶ das „Natur + Hightech“ Cluster am „Natur- und Technologiepark Ostfalen“ mit SmartPfad und weiteren Angeboten
- ▶ die weiterentwickelte, erlebbare Achse Domäne Groß Ammensleben – Mittellandkanal – Schleuse Rothensee und Schiffshebewerk – Elbe
- ▶ neue (digitale) Freizeitwelten
- ▶ die ausgewiesenen Zwischenstopps auf dem Weg in die Colbitz-Letzlinger-Heide (oder auch auf der Süßen Tour)
- ▶ (neue) Veranstaltungen mit besonderer Strahlkraft.

Außerdem tragen diese Angebote und Services zur weiteren Profilierung bei:

- ▶ starke, gerne auch weiterentwickelte, thematisierte, innovative Betriebe
- ▶ optimale und nachhaltige Mobilität und e-Mobilität
- ▶ umfassende digitale Information und Kommunikation.

### **Zielgruppen**

Neben den auch künftig wichtigen Geschäftsreisenden und Tagungsgästen sollen diese privat motivierten Zielgruppen verstärkt mit bestehenden und neuen Qualitätsangeboten erreicht werden (*Hinweis: Im Konzept sind auch Ansätze zu den Lebensstilgruppen bzw. Personas aufgeführt*):

#### **Nach der Reiseart bzw. Aufenthaltsdauer:**

- ▶ Tagesgäste, Ausflügler aus Magdeburg bzw. aus der Region
- ▶ Mehr Kurz- bzw. Wochenendreisende (Besuch Magdeburg und Region)
- ▶ Auf dem Campingplatz Jersleber See künftig auch mehr Urlauber (Touristikcamper, Gäste in neuen Mietangeboten).

#### **Nach soziodemografischen Aspekten und Lebensphasen:**

- ▶ Aktive Best Ager
- ▶ Aktive Familien mit Kindern
- ▶ Erlebnisorientierte junge Erwachsene, Jugendgruppen.

#### **Nach Interessen und Motiven:**

- ▶ Campingtouristen und Wohnmobiltouristen, auch Stop-Over-Gäste
- ▶ Radtouristen (auf dem Aller-Elbe-Radweg, Elberadweg, am Mittellandkanal, aber auch „Sternradler“ aus der Gemeinde und aus der Region)
- ▶ Besucher der Freizeitangebote (Jersleber See, neue Freizeitangebote) im Rahmen eines Ausfluges oder Kurzaufenthaltes, Einheimische, deren Verwandten- und Bekanntenbesuche, Jugendgruppen aus Barleben und der Region, Touristen, die in Magdeburg übernachten
- ▶ Veranstaltungsbesucher (Feste, Märkte, besondere Events)
- ▶ Gäste bei Tagungen und Firmen- oder privaten Feiern.

## Projekte und Maßnahmen

Nachfolgend sind die Projekte dargestellt, die im Rahmen der Konzeptentwicklung erarbeitet wurden. Es handelt sich um größere Projekte mit Leitprojektcharakter (hellblau eingefärbt) und auch kleinere, niederschwellige Projekte. Diese Übersicht ist nicht abschließend, sondern soll in den kommenden Monaten und Jahren weiter ergänzt werden. Die Tourismusprojekte der Gemeinde Barleben und auch der Betriebe müssen dabei immer auch gezielt unter den Aspekten Nachhaltigkeit und Innovationen geplant und umgesetzt werden.

A. Ortsbilder, Infrastruktur, Mobilität	B. Betriebe, Einrichtungen	C. Angebote
A1 <b>Premium-Natur-Aktiv Tourismus- und Naherholungszentrum Jersleber See mit Campingplatz</b> ●●●	B1 <b>(Digitale) Indoor Freizeitattraktion mit Strahlkraft</b> ●●	C1 Veranstaltungen mit Strahlkraft (Mittellandhalle, Ortsteile, Jersleber See) ●
A2 <b>Bessere Mobilität vor Ort:</b> ÖPNV, E-Mobilität, „besondere Mobilität“ ●●●	B2 Ausbau Beherbergungsbetriebe, neue, besondere Angebote ●●	C2 Buchbare, vernetzte Angebote für Individualgäste, Gruppen, Tagungsgäste (Erlebnisse, Touren u. ä.)
A3 <b>Radtourismus-Angebot:</b> Radwege, innovative Radwege, Beschilderung, e-Bike-Verleih, Ladestationen ●●	B3 <b>Innovative Betriebe:</b> Coaching, Innovationsworkshops, <u>Ideenwettbewerb</u> , „Pop-up“ Business ●●	C3 „Süße Angebote“, Angebote / Zwischenstopps für Radfahrer ●
A4 <b>Natur + Hightech Natur- und Technologiepark Ostfalen mit „Smart-Pfad“</b> ●●●	B4 <b>Infocenter</b> Domäne Groß Ammensleben	C4 Kultur-, Bildungsangebot: Weiterentwicklung der Heimatstuben
A5 <b>Digitale Infrastruktur, Lebens- und Aufenthaltsqualität</b>	D. Vermarktung	E. Organisation, Kooperation
	D1 Weiterentwicklung Webauftritt, Stärkung Content-Netzwerk ●	E1 Ressourcen & Strukturen für die Tourismusarbeit ●
	D2 Social-Media-Kanäle ●	E2 Stärkung der Kooperationen, Kooperationsmarketing ●
	D3 Ausbau Touren in aktiven Tourenplanern ●	E3 <u>Innovations- &amp; Nachhaltigkeitsmonitor</u> ●●●

● Smart City Gemeinde Barleben ● Nachhaltigkeit, Naturverbundenheit ● Innovative Angebote

Quelle: ift GmbH

## Touristische Strukturen

Um die anstehenden Aufgaben zur Tourismusentwicklung umsetzen zu können, muss die Tourismusarbeit in der Gemeinde Barleben auf eine feste personelle und finanzielle Basis gestellt werden, die mehr Planungssicherheit für Tourismusprojekte und deren permanente Weiterentwicklung sichert. Im ersten Schritt kann dies über eine Projektförderung für hier enthaltene Infrastruktur- oder Netzwerkprojekte erfolgen (dabei auch Förderung einer Personalstelle für einen Projektentwickler). Im nächsten Schritt soll diese befristete Projektstelle dann fest in der Gemeinde Barleben verankert und auch mit entsprechenden Haushaltsmitteln ausgestattet werden.

### 3. Aktuelle Situation

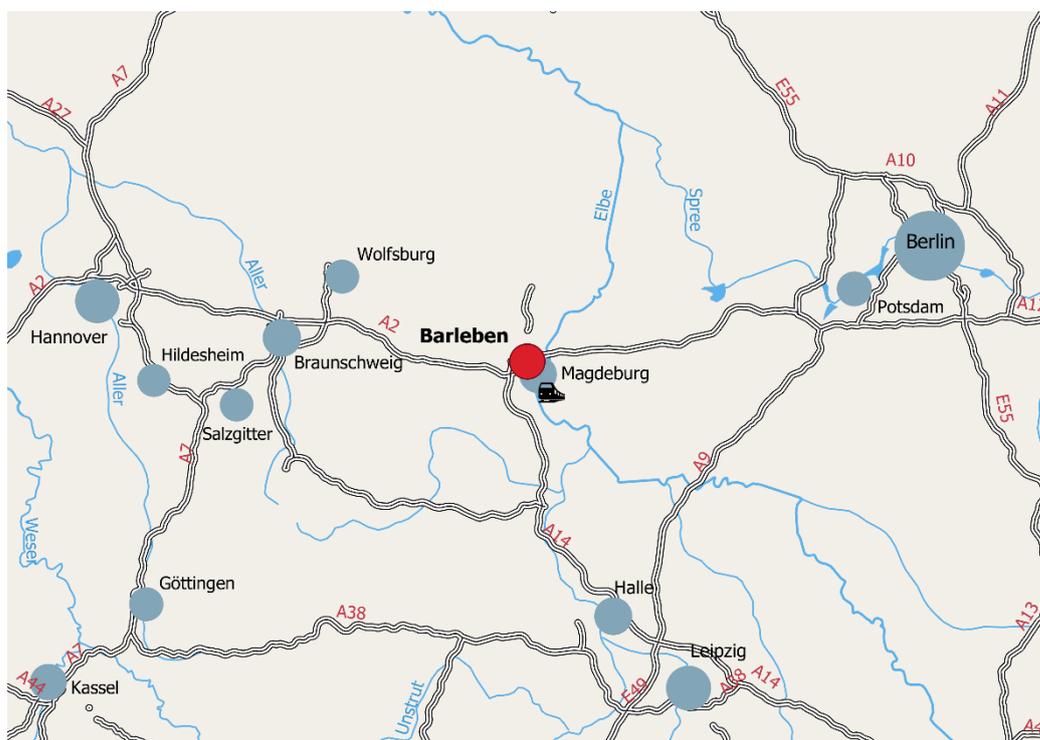
#### 3.1 Lage, Anbindung, Einzugsgebiet

Die Einheitsgemeinde Barleben liegt in Sachsen-Anhalt im Landkreis Börde, nördlich angrenzend an die Landeshauptstadt Magdeburg und südlich der Stadt Wolmirstedt. Barleben hat drei Ortsteile mit eigenständigem Charakter: Barleben, Ebendorf und Meitzendorf. In Jersleben befindet sich der Jersleber See, das wichtigste Tourismus- und Freizeitangebot der Gemeinde.

Wichtige Wasserwege sind der Mittellandkanal und die nahegelegene Elbe östlich von Barleben mit dem Elberadweg. Die Schleusen Rothensee und Hohenwarthe und das historische Schiffshebewerk Rothensee (gebaut 1936) überbrücken den Höhenunterschied von etwa 15 Metern zwischen Elbe und Mittellandkanal. Sie sind beliebte Ausflugsziele für Einheimische und Gäste.

Barleben ist mit dem PKW über die Bundesautobahnen A2 und A14 zu erreichen sowie den Bundesstraßen 71 und 189. Gegenwärtig ist die Nordverlängerung der A14 Magdeburg - Wittenberge - Schwerin im Bau. Das Zentrum Magdeburgs ist rund 10 km entfernt. Die Erreichbarkeit mit der Bahn (RE, RB, IC) ist durch die Nähe zum Hauptbahnhof Magdeburg gegeben. Vor Ort gibt es Buslinien, die die Ortsteile Barlebens verbinden. Unter touristischen Gesichtspunkten sind Fahrzeiten und Taktung der Verbindungen sowie die Anbindung touristischer Ziele ausbaufähig.

**Abbildung 2: Lage und Anbindung der Gemeinde Barleben**



Quelle: ift GmbH auf Basis Natural Earth 2021

## Einzugsgebiet für Tages- und Kurzreisen

Die Einwohnerzahlen im Einzugsgebiet sind der wichtigste Einflussfaktor für die Besucherpotenziale einer Region (insbesondere hinsichtlich Tages- und Kurzurlaubsreisen). Das Einzugsgebiet für die Gemeinde Barleben wurde auf Basis durchschnittlicher PKW-Fahrtzeiten auf innerstädtischen Straßen, Landes- und Bundesstraßen sowie Bundesautobahnen bestimmt.

Die Nachfrage für Tagesausflüge kommt in der Regel aus dem Umkreis von bis zu einer Stunde Fahrtzeit, Kurzreisen aus dem Einzugsgebiet bis zu zwei Stunden Fahrtzeit. Bei besonderen Angeboten, wie Veranstaltungen oder Besucherattraktionen mit hoher Strahlkraft kann das Einzugsgebiet deutlich größer sein.

**Tabelle 1: Einwohnerpotenziale und Kaufkraft**

Fahrtzeit	Einwohner	Einwohner kumuliert	Kaufkraft in Mio. €	Kaufkraft in Mio. € kumuliert	Haushalte	Haushalte kumuliert
30 Min.	468.154	468.154	10.627	10.627	270.942	270.942
60 Min.	1.477.492	1.945.646	34.667	45.294	793.123	1.064.065
90 Min.	5.834.313	7.779.959	144.316	189.610	3.475.235	4.539.299
120 Min.	4.560.207	12.340.167	102.553	292.163	2.491.078	7.030.377

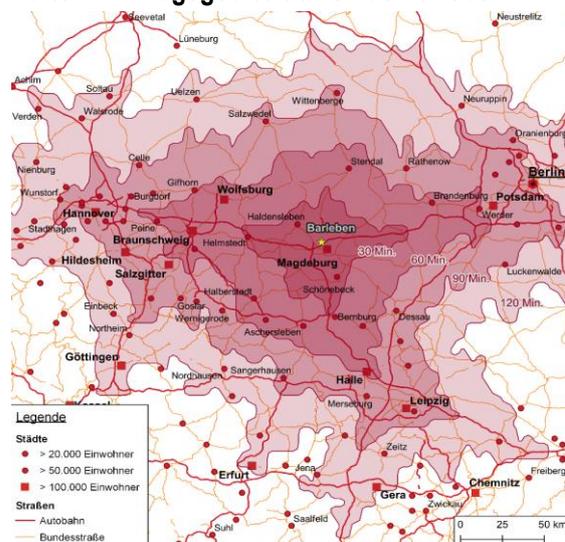
Quelle: ift GmbH auf Basis QGIS, GfK und WorldPop

Im Radius von ...

- ▶ ... 30 Minuten liegen u.a. Magdeburg, Stadt Burg, Haldensleben,
- ▶ ... 60 Minuten liegen u.a. Wolfsburg, Braunschweig,
- ▶ ... 90 Minuten liegen u.a. Potsdam, Leipzig, Hannover,
- ▶ ... 120 Minuten liegen u.a. Berlin, Hildesheim, Göttingen.

Insgesamt ist das direkte Einzugsgebiet von Barleben mit rund 470.000 Einwohnern im 30-Minuten-Radius eher bevölkerungsarm. Das Besucherpotenzial steigt im 90-Minuten-Radius (weitere 5,8 Mio. Einwohner in Städten wie Hannover, Leipzig und Potsdam) stark an, was die Potenziale für Kurzurlaube aus diesem Bereich zeigt.

**Karte 1: Einzugsgebiet Gemeinde Barleben**



Quelle: ift GmbH auf Basis QGIS

### 3.2 Aktuelles touristisches Angebot, touristische Themen

Die Gemeinde Barleben bietet verschiedene touristische Angebote und Aktivitäten. Wichtigstes Angebot ist das Touristische Sondergebiet Jersleber See mit dem Campingplatz, der zeitnah zu einem Premium Natur & Aktiv Campingplatz ausgebaut werden soll. Weitere Besonderheiten sind die Nähe zur Colbitz-Letzlinger Heide, der Aller-Elbe-Radweg entlang des Mittellandkanals (Blaue Band) mit Anbindung der Rothensee-Schleuse und die Achse bis zur Elbe. Zusätzlich gibt es im Technologiepark Ostfalen und der Mittellandhalle verschiedene Veranstaltungen. Das Beherbergungsangebot ist geprägt von Hotelbetrieben mit Ausrichtung aus Businessgäste, es gibt zwei Kettenhotels mit konstanter Nachfrage durch Geschäftsreiseturismus. Auch die Klosterdomäne Groß Ammensleben in der Nachbargemeinde Niedere Börde hat Potenzial, neue touristische Zielgruppen anzusprechen, was sich auch positiv auf die Entwicklung der Gemeinde Barlebens auswirken kann.

Aktuell gibt es diese touristischen Angebote in Barleben und Umgebung (Auswahl):

**Tabelle 2: Kurzübersicht touristische Angebote Gemeinde Barleben**

<b>Natur, Seen, Flüsse, Radwege</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Jersleber See</b></li> <li>- Barleber See (Stadt Magdeburg)</li> <li>- Mittellandkanal (Blaues Band)</li> <li>- Naturpark Colbitz-Letzlinger Heide, Colbitzer Lindenwald, der größte geschlossene Lindenwald Mitteleuropas</li> <li>- Aller-Elbe-Radweg</li> <li>- Elbe, Elberadweg</li> </ul>
<b>Camping, Caravanning</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Campingplatz Jersleber See</li> <li>- In der Nachbarschaft: Campingplatz Barleber See (Stadt Magdeburg)</li> </ul>
<b>Freizeitangebote</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Baden, Angeln, Spazierengehen</li> <li>- Radfahren, e-Bike</li> <li>- Sport- und Spielangebote</li> <li>- Vereinssport</li> </ul>
<b>Orte/Ortschaften, Kultur, Veranstaltungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- (Natur- und) Technologiepark Ostfalen</li> <li>- Mittellandhalle</li> <li>- Feste, Märkte</li> <li>- Events: Schlittenhunderennen (künftig regelmäßig), Familienevent „Blaulichttag“, Tag der Region, Weihnachtsmärkte in den Ortschaften, Feuer zum Tag der Einheit in Ebendorf, Osterfeuer, künftiges Ehrenamtsfest, Bürgermeister-Grillen, Barleben „Putzt sich“ Frühjahrsputz, künftiges Street-Food-Festival, Oktoberfest, Schützenfest, große Sportevents (Deutsche Europameisterschaften) in den Bereichen Schach, Karate, Tischtennis, mehr Generationen Sport-Event, „Ostwestfalen-Tage“ (Verbrauchermesse, Gewerbetag)</li> <li>- Kirchen (u. a. Sankt-Peter-und-Paul-Kirche)</li> <li>- Drei Heimatstuben: Heimatverein Barleben e.V., Geschichtskreis e.V. Meitzendorf, Kultur- und Geschichtsverein Ebendorf e.V.</li> </ul>
<b>Freizeitangebote im Umfeld/ Ausflugsziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Domäne Groß Ammensleben Gemeinde Niedere Börde</li> <li>- Kreismuseum Wolmirstedt</li> <li>- Museumshof Colbitz</li> <li>- Blockwindmühle Lindhorst</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fähre Rögatz</li> <li>- Paddeln auf der Ohre (Wolmirstedt)</li> <li>- „Kalimandscharo“ Bergtour (Zielitz)</li> <li>- Wasserstraßenkreuz, Schleuse Rothensee, Schiffshebewerk</li> <li>- Angebote in Magdeburg: Elbauenpark Magdeburg (u.a. mit Kletterpark, Riesen-seilrutsche am Jahrtausendturm), Zoologischer Garten, Magdeburger Dom, „Grüne Zitadelle“ von Hundertwasser u. v. m.</li> <li>- Schloss Hundisburg, Ziegelei Hundisburg</li> <li>- „Süße Tour“ / „Salzige Tour“ des Magdeburger Tourismusverbandes Elbe-Börde-Heide (führen aktuell an Barleben vorbei)</li> </ul>
--	---

Quelle: ift GmbH, Gemeinde Barleben

### Touristische Themen

Die besonderen touristischen Themen der Gemeinde Barleben sind aktuell „Natur-Aktiv“ mit „Camping, Wohnmobiltourismus“ sowie „Freizeitangebote“.

**Abbildung 3: Aktuelle touristische Themen der Gemeinde Barleben**



Quelle: ift GmbH

Hinzu kommt das aktuell stark dominierende Segment Geschäftstourismus, das selbstverständlich auch künftig eine sehr hohe Bedeutung für die Gemeinde Barleben hat.

### 3.3 Beherbergungs- und Tagungsangebot in der Gemeinde Barleben

Auf den nachfolgenden Seiten sind die heutigen Beherbergungsbetriebe dargestellt. Es lässt sich zum heutigen Beherbergungs- und Tagungsangebot festhalten:

In der Gemeinde Barleben gibt es zwei Kettenhotels: eines im Budgetbereich (Hotel Ibis Budget Magdeburg Barleben) mit 67 Zimmern und im 4\*-Bereich (NH Hotel Magdeburg mit 142 Zimmern). Hinzu kommt das kapazitätsstarke Hotel Sachsen-Anhalt mit 118 Zimmern sowie das Hotel Bördehof mit 50 Zimmern im ländlichen Charme. Außerdem gibt es mehrere kleine Hotel Garnis, Pensionen und Gasthöfe, so dass die Gemeinde Barleben sowohl für den Business-Bereich als auch für den privat motivierten Tourismus grundsätzlich gut aufgestellt ist.

Die Anmutung der Häuser ist eher traditionell. Die meisten sind Businesshotels, Ausnahme ist das Hotel Bördehof mit seinem ländlichen Charme. Einige Häuser haben konkrete Planungen für einen Kapazitätsausbau (z.B. Hotel Sachsen-Anhalt) oder auch zur Weiterentwicklung von Tagungen und Veranstaltungen (z. B. Hotel Bördehof).

Tagungsräume gibt es in verschiedenen Häusern: Das Hotel Sachsen-Anhalt und das NH Hotel haben je 9 Tagungsräume (maximal 70 Personen bzw. 200 Personen im größten Raum). Das Hotel Bördehof hat ein modernes Veranstaltungszentrum mit sechs Räumen für Feiern und Tagungen für bis zu 200 Personen.

Mit der **Mittellandhalle** hat Barleben eine der modernsten, barrierefreie Multifunktionshallen im Landkreis Börde für Sport-, Kultur-, Gesellschafts- und Tagungsveranstaltungen (Gemeindesaal bis 100 Personen in Stuhlreihen, aber auch kleinere Räume für Vereinsitzungen, Firmen u. ä.).

**Tabelle 3: Übersicht der Beherbergungsbetriebe in der Gemeinde Barleben 2020**

Beherbergungs- betrieb	Profil, Aus- richtung	Zimmer DZ/EZ	Anzahl Tag- räume	Max. Pers größter Raum	Res- taur- ant	Bewertungen 0-10	
						Booking. com	Trivago
<b>Hotel Sachsen-Anhalt</b>	Familienbetrieb	114 DZ 4 EZ	9	70	✓	8,6	8,5
<b>Hotel ibis Budget Magdeburg Barleben</b>	Kettenhotel, Budget	67 DZ	-	-	-	6,1	6,8
<b>Hotel Bördehof Barleben-Ebendorf</b>	Familienbetrieb	50	6	200	✓	7,8	8,0
<b>NH Hotel Magdeburg</b>	Kettenhotel, Businesshotel	142	9	200	✓	8,3	8,3
Pension Neubert, OT Meitzendorf	Pension	-	-	-	-	-	-
Pension Gutshof OT Meitzendorf	Monteurzimmer	-	-	-	-	-	-
Pension Zur Tenne	Pension	15 DZ/EZ	-	-	✓	-	-
Pension Zur Sülze	Pension	-	-	40	-	-	-
Gasthof und Pension Goldene Kugel	Pension	-	-	-	✓	-	-
Pension Fanty	Monteurzimmer	5 DZ	-	-	-	-	-
Zum Urstromtal	Monteurzimmer	2 DZ, 3 EZ	-	-	✓	-	-
Der Köselhof	Ferienwohnung	-	-	-	-	-	-

Quelle: Websites Hotels, abgerufen am 16.9.2020, DZ = Doppelzimmer, EZ = Einzelzimmer

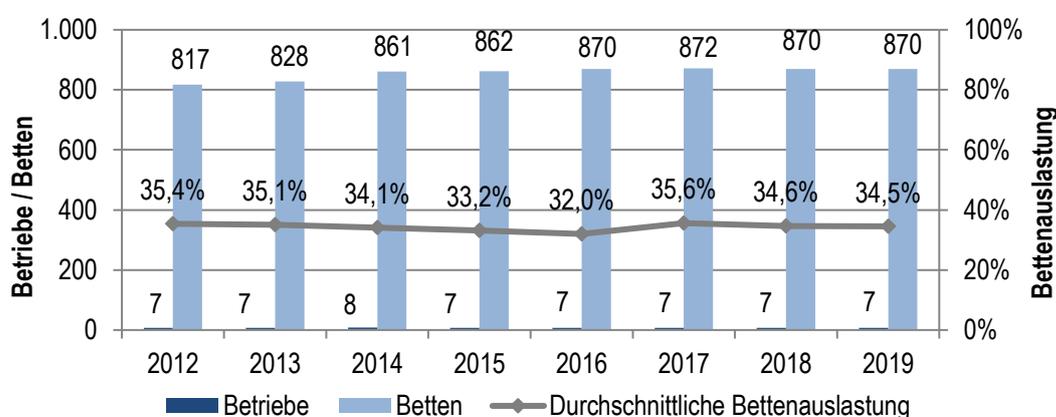
## Klassifizierungen und Zertifizierungen

Die Qualität der Beherbergungsbetriebe wird anhand verschiedener Klassifizierungs- und (thematischen bzw. zielgruppenspezifischen) Zertifizierungsinitiativen für Gäste sichtbar gemacht. Anhand der Einstufungen lassen sich Rückschlüsse auf das Qualitätsniveau der Betriebe einer Region ziehen. Aktuell ist nur das NH Hotel Magdeburg\*\*\*\* im Ortsteil Ebendorf DEHOGA klassifiziert (4 Sterne). Thematische und zielgruppenspezifische Zertifizierungen (Bett + Bike, Reisen für alle) gibt es aktuell in der Gemeinde Barleben nicht, kein Betrieb hat sich der Qualitätsinitiative „ServiceQualität Deutschland“ angeschlossen. Insgesamt ist das Qualitätsniveau der Beherbergungsbetriebe in Barleben somit ausbaufähig, künftig sollten sich mehr Betriebe für Klassifizierungs- und Zertifizierungsmaßnahmen öffnen.

### 3.4 Entwicklung des gewerblichen Beherbergungsangebotes

Die Zahl der in der amtlichen Statistik erfassten gewerblichen Beherbergungsbetriebe (mit mehr als 10 Betten) und Schlafgelegenheiten ist im Zeitraum 2012 bis 2019 nahezu konstant geblieben. 2012 gab es sieben gewerbliche Betriebe mit 817 angebotenen Betten, in 2019 waren es sieben Betriebe mit 870 Betten. Die durchschnittliche Bettenauslastung ist im Vergleichszeitraum leicht auf 34,5% gesunken. Zum Vergleich: In der Landeshauptstadt Magdeburg ist (bei zunehmenden Bettenzahlen) die durchschnittliche Bettenauslastung von 31,2% in 2012 auf 37,9% in 2019 gestiegen.

**Abbildung 4: Gewerbliches Beherbergungsangebot Gemeinde Barleben 2012 - 2019**

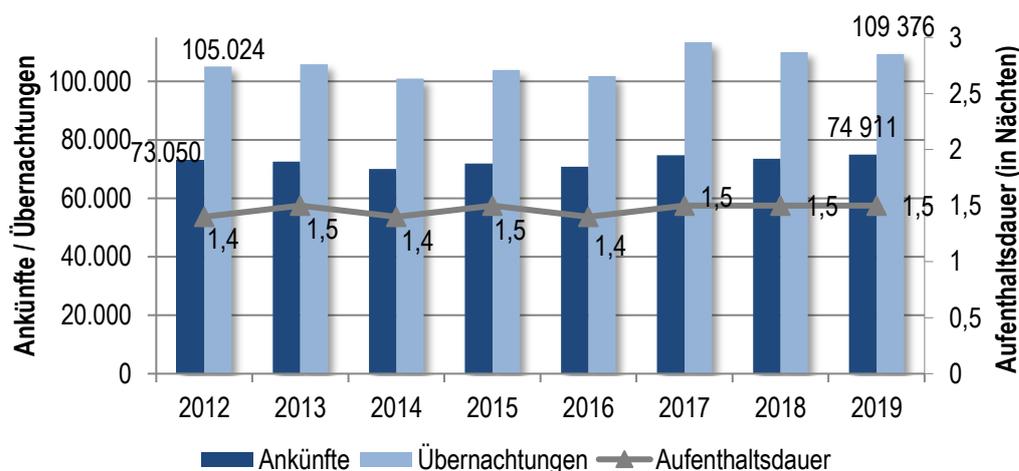


Quelle: ift GmbH auf Basis Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt 2020, ohne Camping

### 3.5 Entwicklung der gewerblichen Ankünfte und Übernachtungen

Insgesamt erfasste das statistische Landesamt 2019 rund 110.000 Übernachtungen und 75.000 Ankünfte in gewerblichen Betrieben in Barleben. Die meisten Übernachtungen wurden bisher in 2017 mit 113.334 Übernachtungen gezählt, in den Folgejahren sank die Zahl der Übernachtungen leicht ab, war aber dennoch höher als vorher. Die Zuwächse gegenüber 2012 sind gering: plus 1.861 Ankünfte (2,5%) bzw. plus 4.352 Übernachtungen (4,1%). Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer lag in den letzten Jahren bei 1,5 Nächten.

**Abbildung 5: Gewerbliche Ankünfte/Übernachtungen Gemeinde Barleben 2012 - 2019**



Quelle: ift auf Basis Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, gewerbliche Betriebe >10 Betten (ohne Camping)

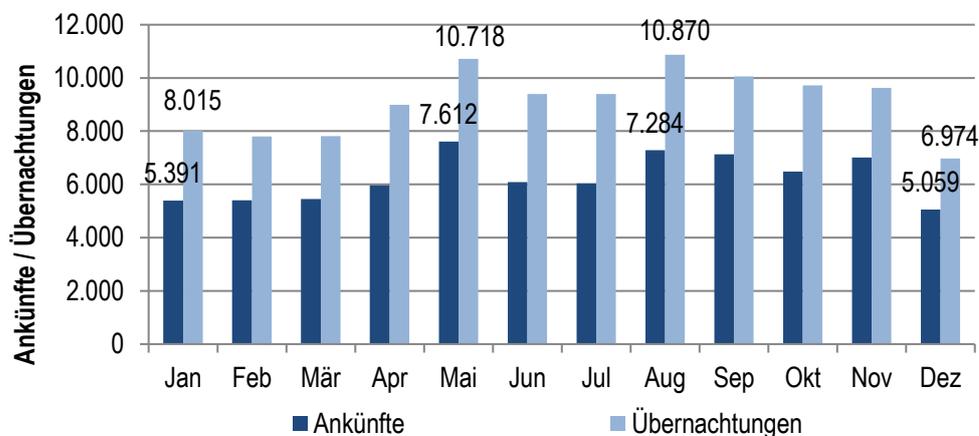
Der Übernachtungstourismus war somit – vor allem auch dank der großen Hotel(ketten)betriebe – ein stabiler Wirtschaftsfaktor für die Gemeinde Barleben. Investitionen im Tourismus erzielen nachhaltige Wirkungen für die Wirtschaft als Standort- und Imagefaktor und als Treiber für mehr Lebensqualität für die Einheimischen.

Im Vergleich mit der Nachbarstadt Magdeburg ist die Entwicklung der Zahl der Ankünfte und Übernachtungen in Barleben jedoch noch ausbaufähig. In Magdeburg konnten die Ankünfte und Übernachtungen deutlich stärker gesteigert werden von rund 550.000 Übernachtungen und 320.000 Ankünften auf 690.000 Übernachtungen (+25,5%) und 405.000 Ankünfte (26,6%). Grund ist der Zuwachs im Bettenangebot. Ein Indiz dafür, dass auch die Gemeinde Barleben ihre Gästezahlen durch den Ausbau der Beherbergungskapazitäten steigern kann.

#### Touristische Nachfrage im Jahresverlauf

Die touristische Nachfrage in Barleben ist kaum saisonal geprägt. Der hohe „Sockel“ bei den Ankünften und Übernachtungen lässt sich auf einen hohen Anteil Geschäftsreisender und Tagungsgäste zurückführen. Nachfragespitzen im Sommer bzw. im (feiertagsreichen) Mai sowie im August und September (vorrangig auch nach den Schulferien) sind eher privat motiviert.

**Abbildung 6: Saisonale Nachfrage im Beherbergungsgewerbe Gemeinde Barleben 2019**



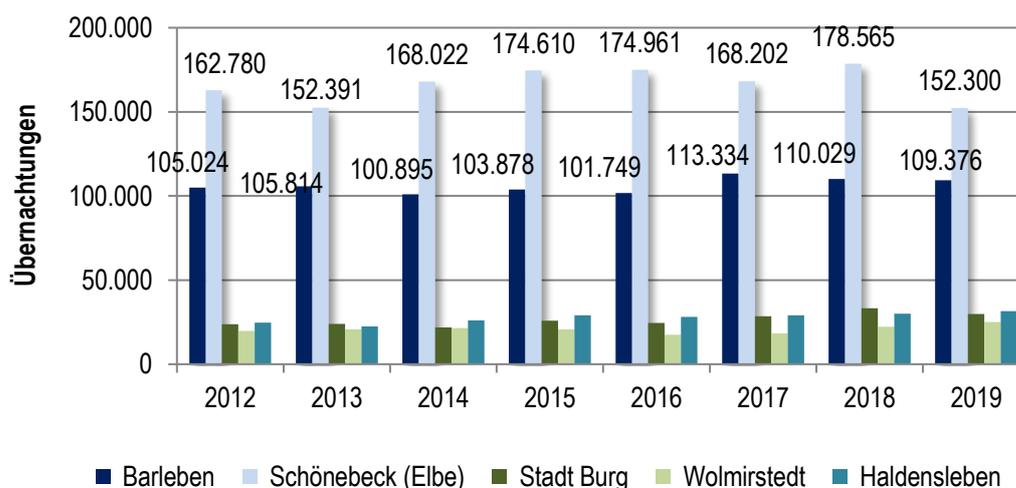
Quelle: ift auf Basis Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, gewerbliche Betriebe >10 Betten (ohne Camping)

### 3.6 Touristische Entwicklung in der Region

#### Vergleich mit ausgewählten Destinationen, Tourismusintensität

Um die Entwicklung des Tourismus in der Gemeinde Barleben einordnen zu können, wurden die Übernachtungszahlen mit ausgewählten Wettbewerbern mit ähnlicher Lage (Nähe zu Magdeburg) und Einwohnerzahl verglichen. Die Zahl der Übernachtungen in der Gemeinde Barleben (hellblaue Säule) war im Vergleichszeitraum jeweils deutlich höher als die Zahl der meisten Wettbewerber, nur in Schönebeck (Elbe) wurden mehr Übernachtungen generiert (2019: rund 150.000 Übernachtungen). Während Barleben in besonderer Weise vom Geschäftstourismus profitiert, lassen sich die hohen Übernachtungszahlen in Schönebeck (Elbe) auf den Ortsteil Bad Salzelmen zurückführen, der als Soleheilbad mehrere Kliniken und ein klares (gesundheits-)touristisches Profil hat.

**Abbildung 7: Entwicklung der Übernachtungen ausgewählter Wettbewerber 2012 - 2019**

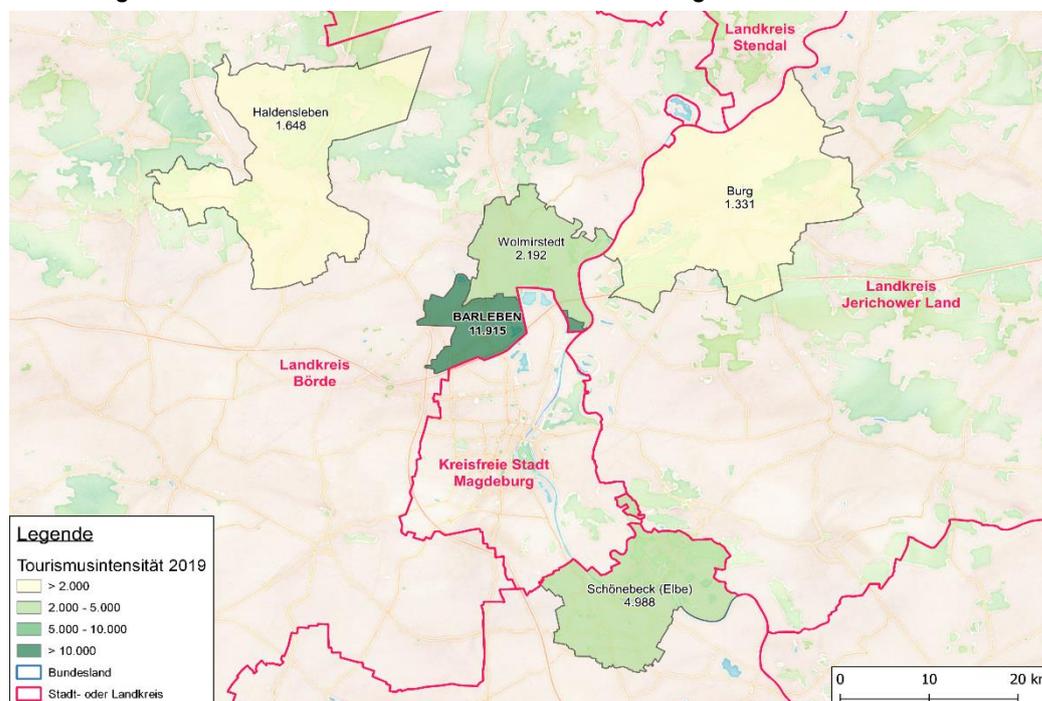


Quelle: ift GmbH auf Basis Landesamt für Statistik Sachsen-Anhalt, Regionalstatistik auf Bundesebene

Die Gemeinde Barleben hat mit 11.915 Übernachtungen je 1.000 Einwohner die höchste Tourismusintensität unter den hier ausgewählten Vergleichsstandorten. Die Tourismusintensität zeigt die

relative Bedeutung des Tourismus in einer Kommune. Bei Bad Salzelmen liegt die Tourismusintensität bei 4.988 Übernachtungen je 1.000 Einwohner, in Wolmirstedt bei 2.192, in Haldensleben bei 1.648 und in Burg bei Magdeburg lediglich bei 1.331 Übernachtungen je 1.000 Einwohner.

**Abbildung 8: Tourismusintensität Gemeinde Barleben / ausgewählte Wettbewerber 2019**

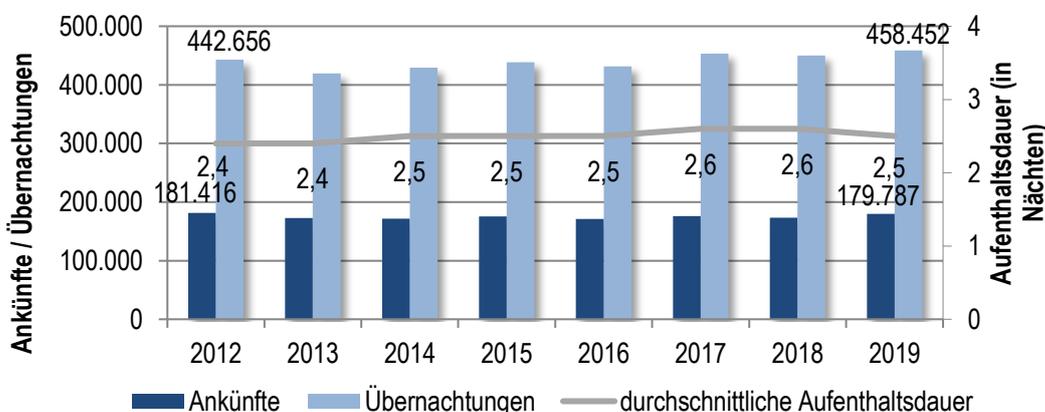


Quelle: ift GmbH auf Basis QGIS, WorldPop 2019

### Entwicklung im Landkreis Börde

Die Zahl der Ankünfte und Übernachtungen im Landkreis Börde ist seit 2012 kontinuierlich gestiegen. Der bisher höchste Wert wurde 2019 mit rund 830.000 Ankünften und 1.750.000 Übernachtungen erreicht. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer lag in den letzten Jahren bei 2,2 Nächten, in 2019 zuletzt bei 2,1 Nächten. Die Gemeinde Barleben hat einen beachtenswerten Anteil von rund 24% am Übernachtungsaufkommen des Landkreises.

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



Quelle: ift GmbH auf Basis Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt 2020, Betriebe mit < 10 Betten

### **Besucherzahlen in der Gemeinde Barleben**

*Besucherzahlen zu touristischen und Freizeiteinrichtungen liegen aktuell lediglich für den Campingplatz Jersleber See vor (neue, besucherstarke Einrichtungen müssen zunächst einmal geschaffen werden). Die Analyse dazu ist in der parallel erarbeiteten Machbarkeitsstudie Jersleber See erfolgt.*

*Im Jahr 2019 wurden beispielsweise auf den aktuell 150 Touristkamping-Standplätzen 2.331 Gästeankünfte und 5.690 Übernachtungen registriert. Über die im Rahmen der ift Machbarkeitsstudie erarbeiteten (und im Gemeinderat Barleben verabschiedeten) Qualitätsmaßnahmen in den Bereichen Infrastruktur, Campingangebote, Gastronomie-, Freizeit- und Veranstaltungsangebote, Vermarktung und Betrieb/Management soll dieser Anteil der Touristkcamper nun deutlich gesteigert werden und damit auch eine Verlängerung der Saison am Jersleber See bzw. in der Gemeinde Barleben erreicht werden.*

*Eine genaue Zählung der Tagesausflügler am Jersleber See erfolgt noch nicht (über die Parkgebühren bzw. die so erfassten Pkw lassen sich zwar grob Entwicklungen ableiten, allerdings sind die Parkflächen außerhalb der Saisonzeiten des Strandbades und des Campingplatzes kostenfrei nutzbar und die in 2017 eingeführte Personengebühren fallen bislang nur an den Tagen an, an denen Rettungsschwimmer vor Ort sind.*

### 3.7 Touristische Vermarktung, touristische Aufgabenwahrnehmung

#### Aktuelle touristische Vermarktung

Die aktuelle touristische Vermarktung erfolgt durch die Gemeinde Barleben in Kooperation mit den regionalen Tourismuspartnern.

Auf der Gemeinde Website unter [www.barleben.de/tourismus/region](http://www.barleben.de/tourismus/region) gibt es einen knappen Überblick über die aktuellen touristischen Angebote am Jersleber See und in der Region. Einen eigenständigen Tourismusauftritt der Gemeinde mit besonderen Bildergalerien, Bewegtbildern, Tourenvorschlägen oder buchbaren Angeboten gibt es (noch) nicht.



Es gibt einen offiziellen Facebook Auftritt der Gemeinde, der nicht nur für touristische Zwecke genutzt wird und sich vorrangig an Bürger richtet.

Auf der Website des **Magdeburger Tourismusverbandes Elbe-Börde-Heide e.V.** wie auch auf der touristischen Website der **Tourist-Information der Landeshauptstadt Magdeburg** gibt es aktuell lediglich einen Kartenausschnitt des Jersleber Sees mit Campingplatz. Weitergehende touristisch relevante Informationen werden noch nicht dargestellt. Die Verlinkung zur Webseite der Gemeinde oder zum Internetauftritt des touristischen Sondergebietes Jersleber See gibt es nicht. Grund hierfür ist aktuell die mangelnde Zulieferung von Content und Bildmaterial durch die Gemeinde Barleben.

In den **interaktiven Tourenplanern Komoot und Outdooractive** werden Rad-, Wander-, Inliner-Touren durch die Gemeinde Barleben angeboten und zwar meist über den Tourismusverband oder über die „Community“ – nicht aber über die Gemeinde Barleben. Der überregional bedeutende Elberadweg und der Aller-Elbe-Radweg führen aktuell noch an der Gemeinde Barleben vorbei. Die Themenwege „Süße Tour“ & „Salzige Tour“ (Produkte des Magdeburger Tourismusverbandes Elbe-Börde-Heide e.V.) führen derzeit an Barleben vorbei.



Quellen Routen: [www.outdooractive.com](http://www.outdooractive.com), [www.regionmagdeburg.de](http://www.regionmagdeburg.de)

### Aktuelle touristische Organisation

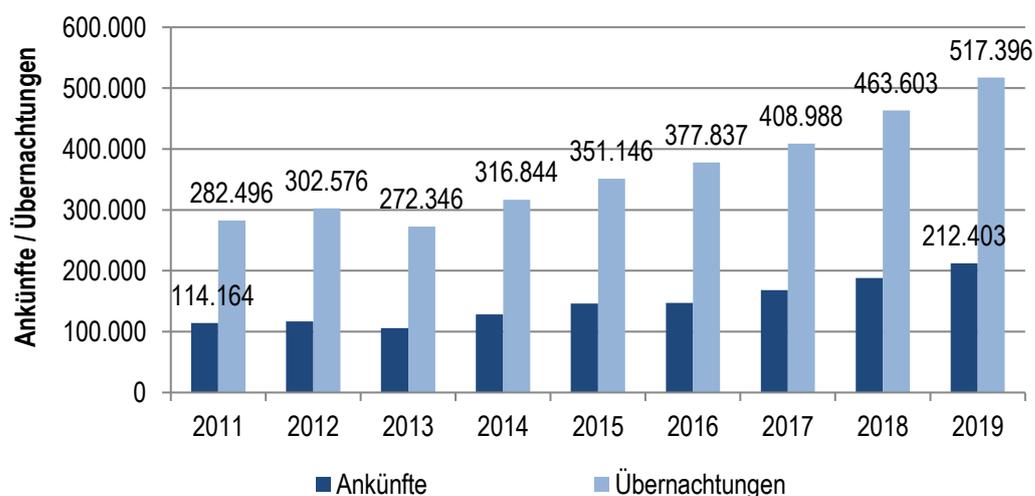
Die strategischen und operativen Tourismusaufgaben werden aktuell über das Bürgermeisterbüro, in Kooperation mit den Fachbereichen abgewickelt. Eine „Tourismusstelle“ im engeren Sinne zur Umsetzung der operativen Tourismusaufgaben mit eigenen Ressourcen gibt es in der Gemeindeverwaltung nicht.

### 3.8 Besondere Potenziale: Campingtourismus in Deutschland, in Sachsen-Anhalt

*Aufgrund der hohen Bedeutung des Themas Campingtourismus am Jersleber See für die künftige touristische Profilierung der Gemeinde Barleben wird hier vor allem auf dieses Tourismussegment eingegangen. Weitere Potenziale werden im SWOT-Profil bei den Chancen benannt.*

Der Campingtourismus in Sachsen-Anhalt hat sich in den vergangenen Jahren positiv entwickelt. Die Gästezahlen stiegen kontinuierliche, zuletzt gab es 2019 rund 520.000 Übernachtungen auf Campingplätzen in Sachsen-Anhalt. Im Corona-Jahr 2020 war der Campingtourismus eher ein Gewinner der Krise. Es wird sich zeigen, ob sich dieser Trend nachhaltig bleibt und die Nachfrage weiter gesteigert werden kann.

**Abbildung 10: Ankünfte und Übernachtungen Campingplätze in Sachsen-Anhalt 2011 - 2019**



Quelle: ift GmbH auf Basis Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt 2020

Im Vergleich der absoluten Werte aller Bundesländer wird allerdings deutlich, dass Sachsen-Anhalt im Bereich Camping trotz sehr hoher Steigerungsraten seit 2011 (+ 83%) eher zu den Schlusslichtern gehört (auf dem vorletzten Platz vor dem Saarland, nur Flächenländer).

Die **Reiseregion Magdeburg Elbe-Börde-Heide** bietet im Landesvergleich der Regionen die meisten Campingplätze und Standplätze. Der Campingtourismus hat somit eine besondere Bedeutung für die Region.

**Tabelle 4: Übersicht der Camping-/Standplätze 2017 - 2019 Reisegebiete Sachsen-Anhalt**

	2017		2018		2019	
	Camping-plätze	Stand-plätze	Camping-plätze	Stand-plätze	Camping-plätze	Stand-plätze
Sachsen-Anhalt	75	4.834	76	4.801	80	5.177
<b>MD Elbe-Börde-Heide</b>	<b>20</b>	<b>1.401</b>	<b>20</b>	<b>1.391</b>	<b>22</b>	<b>1.581</b>
Anhalt-Wittenberge	15	570	15	575	16	655
Halle, Saale, Unstrut	14	1.040	14	998	14	1.048
Altmark	14	707	15	709	15	744
Harz, Harzvorland	12	1.116	12	1.128	13	1.149

Quelle: ift GmbH auf Basis Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt 2020

*Hinweis: Eine ausführliche Analyse der Campingplätze rund um Barleben sowie der aktuellen Trends im Campingtourismus wie z. B. mehr Touristik-, weniger Dauercamping, höhere Qualität, Wintercamping, Glamping etc. finden sich in der Machbarkeitsstudie für das Touristische Sondergebiet Jersleber See (2020, ift GmbH).*

### 3.9 Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Profil

Auf Basis der Analysen, Vor-Ort-Besuche, Expertengespräche und Workshops wurde das SWOT-Profil für die Gemeinde Barleben erarbeitet.

Stärken	Schwächen
Lage, Anbindung, Ortsbilder, Natur	
<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Gute Verkehrsanbindung und Erreichbarkeit mit dem PKW (A2, A14, B71, B189)</li> <li>+ Nähe zur Landeshauptstadt Magdeburg</li> <li>+ Lage am Mittellandkanal (Blaues Band), Nähe zum Wasserstraßenkreuz Magdeburg, Nähe zum Elberadweg (Radtouristen); lokale Radwege in und um Barleben</li> <li>+ Jersleber See: Badegewässer mit höchster Wasserqualität, Landschaftsschutzgebiet, künftig qualitativvolles Freizeitangebot – für Touristen und Ausflügler und als Ausdruck von hoher Lebensqualität (<i>Beschluss Gemeinde Barleben über Investitionen</i>)</li> <li>+ Attraktive Ortsbilder, sauber, gepflegt</li> <li>+ Aktives Vereinsleben</li> <li>+ Attraktive Märkte, Feste</li> <li>+ Flächenentwicklungspotenziale in der Nachbargemeinde Niedere Börde (Domäne Groß Ammensleben), ggf. auch neue touristische Nutzungen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ÖPNV-Verbindung unter touristischen Aspekten optimierungsbedürftig (Fahrzeiten und Takte), besonders zu touristisch attraktiven Orten wie Jersleber See</li> <li>- Eher geringer Einzugsbereich</li> <li>- Rad-, Wanderwege auf Gemeindegebiet bzw. in der Region ausbaufähig (insbesondere auch an der Achse zum Schiffshebewerk)</li> <li>- Keine Radwegeverbindung der 3 Ortsteile der Gemeinde Barleben</li> <li>- Kaum touristisch relevante kulturelle Sehenswürdigkeiten, wenige Baudenkmale / Areale mit herausragenden (historischen) Profilen und Entwicklungspotenzial</li> <li>- Kaum touristische Angebote, insbesondere keine „Indoor“ Freizeitangebote</li> <li>- Keine etablierten, regelmäßig wiederkehrenden Veranstaltungen und Events mit überregionaler Strahlkraft</li> </ul>
Beherbergung, Gastronomie, Freizeitanbieter	
<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Starke Stadthotellerie mit größeren Zimmer- und Tagungskapazitäten</li> <li>+ Beherbergungsbetriebe mit besonderen Profilierungs- und Ausbaupotenzialen</li> <li>+ Campingplatz mit Ausbauplänen (auch im Bereich „besondere Vermietangebote“)</li> <li>+ Solide Nachfrage im Bereich „Tagen &amp; Feiern“</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Einige Betriebe hinsichtlich Ausstattung in die Jahre gekommen bzw. wenige Betriebe mit wirklich besonderen Konzepten</li> <li>- Zu wenig und zu wenig besondere Gastronomieangebote</li> <li>- Keine gewerblichen Freizeitanbieter (Verleihe, besondere Sport-, Spielangebote, geführte Erlebnistouren o. ä.)</li> </ul>

Touristische Aufgabenwahrnehmung, Marketing	
<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Neue Impulse für die touristische Vermarktung durch die beschlossene Entwicklung am Jersleber See</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aktuell keine personellen und kaum finanzielle Ressourcen für die touristische Vermarktung</li> <li>- Kooperation mit den touristischen Verbänden ausbaufähig. Schlagkraft der Partner eher eingeschränkt aufgrund der Ressourcen und auch der Wahrnehmung auf Landesebene (müssen gestärkt werden).</li> </ul>

Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Wachstumsmarkt Deutschlandtourismus im Allgemeinen und Camping im Besonderen (auch gerade durch die COVID-19 Krise)</li> <li>+ Weitere Zunahme im Wohnmobiltourismus</li> <li>+ Trendthema „Natur“ bzw. „Aktiv in der Natur“, Radtourismus und e-Bike Tourismus boomen</li> <li>+ Steigendes Erholungsbedürfnis von gestressten Großstädtern, Entschleunigung, Achtsamkeit, Gesundheit, mentale Wellness, gesunde Ernährung</li> <li>+ Tagen im Grünen, an besonderen Orten (mit besonderen Sicherheitskonzepten nach Corona) wird sich wieder erholen</li> <li>+ Zunehmendes Nachhaltigkeitsdenken</li> <li>+ Zunehmende Erlebnisorientierung, Entwicklungen im Indoor Freizeitmarkt: neue Trendangebote: Gaming / virtuelle Realität, Spiel- &amp; Sport Challenge, Klettern etc.</li> <li>+ Potenziale (wenige Wettbewerber) im Umfeld von Magdeburg (Freizeit, Camping)</li> <li>+ Digitalisierung</li> <li>+ Demographischer Wandel, Anforderungen an Komfort und Barrierefreiheit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fachkräftemangel</li> <li>- Zunehmender Wettbewerb</li> <li>- Ohne weitere Angebote und ohne Weiterentwicklung der Beherbergung keine touristische Entwicklung möglich.</li> <li>- Region zwischen Magdeburg, Wolfsburg und Braunschweig als Ausflugs- und Kurzreiseregion noch zu wenig bekannt; notwendige Maßnahmen in den Bereichen Ortsbilder, Infrastruktur, Mobilität und Freizeit zwar in regionalen Konzepten verankert, aber Umsetzung höchstens langfristig.</li> </ul>

## 4. Ziele, Strategien, Positionierung

### 4.1 Ausgewählte Grundlagen und Rahmenkonzepte

Bei der Erstellung des vorliegenden Tourismuskonzeptes wurden Aspekte aus dem Regionalen Tourismuskonzept Reiseregion Magdeburg Elbe-Börde-Heide (BTE 2020) berücksichtigt (Auszüge aus dem Konzeptentwicklungsprozess, bereitgestellt durch den Tourismusverband):

- **Profil:** Die Reiseregion Magdeburg-Elbe-Börde-Heide profiliert sich als:

<p><b>... die Elb-Region Magdeburg</b></p> <p><i>Relevanz für Barleben: Elberadweg, Aller-Elbe-Radweg, Naturpark Colbitz-Letzlinger-Heide, Ausflugsangebote für die Magdeburger und ihre Gäste.</i></p> <p><i>Leicht ausbaufähiges Potenzial für die Gemeinde Barleben, setzt Ausbau Angebot / Vermarktung voraus</i></p> 	<p><b>... Familienregion im Herzen Deutschlands</b></p> <p><i>Relevanz für Barleben: Spiel-, Sport-, Erlebnisangebote, Events, familienfreundliche Gastgeber</i></p> <p><i>Ausbaufähiges Potenzial für die Gemeinde Barleben setzt Ausbau Angebot / Vermarktung voraus</i></p> 
<p><b>... eine Zeitreise</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– durch die Jahrtausende</li> <li>– wo Geschichte auf Moderne trifft</li> <li>– von Steinzeit bis deutsche Teilung</li> </ul> <p><i>Relevanz für Barleben: Kaum relevant für Barleben aufgrund fehlender Geschichtszeugnisse und kulturhistorischer Sehenswürdigkeiten.</i></p> <p><i>Wenig Potenzial für Barleben</i></p> 	<p><b>... Tradition erlebbar machen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– lebendige Dörfer und Städte</li> <li>– Entschleunigung</li> <li>– Erlebbar sein (digital, virtuell, authentisch)</li> <li>– nachhaltig mobil sein</li> </ul> <p><i>Relevanz für Barleben: Entschleunigung am Jersleber See, lebendige Ortsteile mit erkennbaren Ortskernen, Veranstaltungen. Innovationen im Bereich digital und virtuell. E-Mobilität.</i></p> <p><i>Ausbaufähiges Potenzial für die Gemeinde Barleben setzt Ausbau Angebot / Vermarktung voraus</i></p> 

Quelle: Regionales Tourismuskonzept Reiseregion Magdeburg Elbe-Börde-Heide (BTE 2020), Ergänzung ift

Das Thema „Süß und Salzig“ bleibt wichtiges Thema für den Tourismusverband. Die Gemeinde Barleben ist aktuell nicht Bestandteil der Touren, verfügt aber möglicherweise über ausbaufähige Angebote in den Bereichen Landwirtschaft, regionale Produkte, Höfe, Schauwerkstätten.

- **Ausgewählte Schlüsselmaßnahmen sind:**

- Prüfung der vorhandenen Radwege, Zustandserfassung und Pflege, Ausbau der Radwege zwischen den 3 Ortsteilen, Einbindung von Ebendorf und Meizendorf in das Radwegenetz
- Ausarbeitung eines regionalen Mobilitätskonzeptes
- Investitionsstrategie und Impulsinvestition in infrastrukturelle Angebotshighlights

- Organisation eines moderierten Angebots- und Produktentwicklungsprozesses zur stärkeren Sichtbarkeit und Erlebarmachung der Profithemen Zeitreise/ Süß und Salzig/ Elberadweg & Co
- Entwicklung einer gemeinsamen Corporate Identity für die Reiseregion im Rahmen einer Markenstrategie
- Kontinuierliche Einpflege in das Landes-CMS
- Aufbau einer wettbewerbsfähigen und zukunftsorientierten Organisationsstruktur, Sensibilisierung der politischen Entscheidungsträger für ein neues Organisationsmodell

Weitere wichtige Grundlagen und Rahmenkonzepte sind:

► **Integriertes Gemeindeentwicklungskonzept (IGEK) für die Gemeinden Barleben und Niedere Börde**, FUTOUR GmbH (2020)

- Vorantreiben der touristischen Entwicklung des Jersleber Sees und Umgebung,
- Qualitative Verbesserung und Bewerbung der touristischen Attraktionen,
- Entwicklung einer gemeinsamen Tourist-Information bzw. Weiterentwicklung des Informationscenters Domäne Groß Ammensleben,
- Wiederaufnahme von interkommunalen Kooperationen,
- Profilierung touristischer Potenziale

► **Klimaschutzkonzept für die Gemeinde Barleben**, Hochschule Magdeburg-Stendal, ITG Energieinstitut UG (2011)

- Photovoltaikanlage auf der Dreifeldhalle als Genossenschaftsmodell geplant,
- Schulungen und Informationsveranstaltungen zum Thema Energiesparen für Mitarbeiter der kommunalen Einrichtungen und der Verwaltung,
- Modernisierung der Straßenbeleuchtung auf LED-Technik,
- Einsatz von Elektro-Kleinbussen für den Schüler- und Pendlerverkehr, dazu Ausbau Infrastruktur (E-Ladestationen, Solartankstellen),
- Entwicklung von Klimaschutzkampagnen zum Einsatz erneuerbarer Energien.

*Hinweis: Es wird empfohlen das Klimaschutzkonzept von 2011 fortzuschreiben, um neue marktaktuelle Anforderungen (z. B. in den Bereichen erneuerbare Energien, E-Mobilität und Solar-Technik) zu berücksichtigen.*

► **Tourismuskonzept Landeshauptstadt Magdeburg**, Landeshauptstadt Magdeburg, Magdeburg Marketing Kongress und Tourismus GmbH (2019)

- **Künftige Schwerpunkte**
  - **Familientourismus** (Relevanz für die Gemeinde Barleben),
  - Kulturtourismus,
  - **Aktivtourismus** (Relevanz für die Gemeinde Barleben)
  - Genusstourismus
- Ausgewählte, auch für die Gemeinde Barleben relevante Projekte:
  - Sanierung Stadthalle

- Weiterentwicklung Elbauenpark
- Mehr Online-Angebote
- Besucherzentrum am Wasserstraßenkreuz
- Neue Tourismus-Wegweiser

Quelle: <https://www.mdr.de/sachsen-anhalt/magdeburg/magdeburg/>

► **Tourismuskonzept für das Kooperationsgebiet Landkreis Börde, Landkreis Helmstedt und Gemeinde Cremlingen, ift GmbH (2019)**

(viele der Masterprojekte wiederum im Regionalen Tourismuskonzept Reiseregion Magdeburg-Elbe-Börde-Heide berücksichtigt)

► **Fortschreibung des Masterplans Tourismus Sachsen-Anhalt 2027, PROJECT M (2020)**

- **Positionierung**
  - Weltkultur & Geschichte an Originalschauplätzen erleben
  - Faszinierend schöne Orte entdecken/Orte im Wandel der Zeit erleben
  - Aktiv sein in malerischer Naturkulisse
- **Handlungsfelder Masterplan Sachsen-Anhalt 2027**

**Abbildung 11: Handlungsfelder Masterplan Sachsen-Anhalt 2027**



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

Alle hier nachfolgend dokumentierten Ziele, Strategien, Handlungsfelder und Maßnahmen der Gemeinde Barleben zahlen auch auf die Tourismusstrategie des Landes Sachsen-Anhalt ein.

## 4.2 Touristische Entwicklungsziele und -strategien

### Kernziel, Mission

Die Gemeinde Barleben wird sich künftig nicht nur als attraktiver Lebens- und Arbeitsort, sondern auch als beliebtes und bekanntes Ausflugs- und Übernachtungsziel im Raum Magdeburg – Wolfsburg – Braunschweig profilieren und die damit verbundenen Image- und Wertschöpfungspotenziale gezielt ausschöpfen.

Dafür wird sie die Entwicklung innovativer und nachhaltiger Angebote mit Strahlkraft aktiv vorantreiben, wie auch die touristische Vermarktung und Vernetzung mit den Nachbargemeinden und der Region.

### Ökonomische und quantitative Ziele

- ▶ **Bereits vorhandene besondere Angebote besser erschließen, inszenieren und qualifizieren**, bestehende Kapazitäten noch besser auslasten.
- ▶ **Verträgliche zusätzliche touristische Angebote entwickeln**, die die thematische Profilierung unterstützen (Infrastruktur, Betriebe, Freizeit).
- ▶ **Die Betriebe stärken: durch mehr Gäste und Übernachtungen** (geschäftlich, privat), mehr Umsätze (auch durch mehr Angebote) und damit auch **mehr touristische Wertschöpfung** (Löhne, Einkommen, Gewinne).
- ▶ **Arbeitsplätze sichern und Perspektiven für zusätzliche Arbeitsplätze schaffen.**

### Strategische Ansätze

Um die oben genannten Ziele zu erreichen, werden diese strategischen Ansätze festgeschrieben:

- ▶ **Das touristische Profil ausarbeiten** und kommunizieren, **Image und Bekanntheit ausbauen**. Touristische Information dabei stärker in die touristischen Netzwerke und Datenbanken einbringen.
- ▶ Die **Wahrnehmung Barlebens als touristisches Ziel stärken** – nicht nur bei den auch künftig wichtigen Geschäfts- und Tagungstouristen, sondern auch bei privat motivierten Reisenden.
- ▶ Im ersten Schritt auf den Einzugsbereich Magdeburg, Braunschweig, Wolfsburg als Quellmärkte fokussieren, für ausgewählte Segmente auch deutlich darüber hinaus (Camping-, Wohnmobiltourismus).
- ▶ Nachhaltigen Tourismus wahrnehmbar entwickeln: umweltgerecht – ökonomisch – sozial.
- ▶ Digitalisierung und e-Mobilität im Tourismus mit konkreten, sichtbaren Projekten vorantreiben.
- ▶ Gezielt Innovationen bei touristischen Betrieben und bei der Gemeinde initiieren und umsetzen (helfen)
- ▶ Neue „indoor“ und „outdoor“ Angebote mit Strahlkraft für die Region (prüfen).
- ▶ Neue Angebote an bestehende Angebote in der Region anbinden.
- ▶ Die bestehenden touristischen Kooperationen in der Gemeinde, mit den Nachbargemeinden und in der Region stärken und mitgestalten.
- ▶ Ressourcen und Strukturen für die künftige Tourismusarbeit prüfen.

### 4.3 Touristische Positionierung der Gemeinde Barleben

Für ein klares touristisches Profil, das über alle Kanäle und Partner kommuniziert werden soll, wird vorgeschlagen:

**Die Gemeinde Barleben wird zu dem „Natur + Hightech“ Ausflugs- und Kurzreiseziel vor den Toren Magdeburgs mit besonderen und besonders nachhaltigen Freizeit-, Natur-Aktiv- und Mobilitätsangeboten für Gäste und Einheimische, bestens vernetzt mit der Region.**

Das erarbeitete Profil lässt sich im Umfeld und in der Region Magdeburg – Wolfsburg - Braunschweig grundsätzlich gut vermarkten, wenn es mit besonderen und innovativen Angeboten aufgeladen wird. Künftig sollen so noch mehr Tagesgäste und auch tendenziell mehr privat motivierte Übernachtungsgäste angezogen werden. Zugute kommt Barleben, dass es aktuell im Umfeld eine geringe Dichte von Besucherattraktionen gibt.

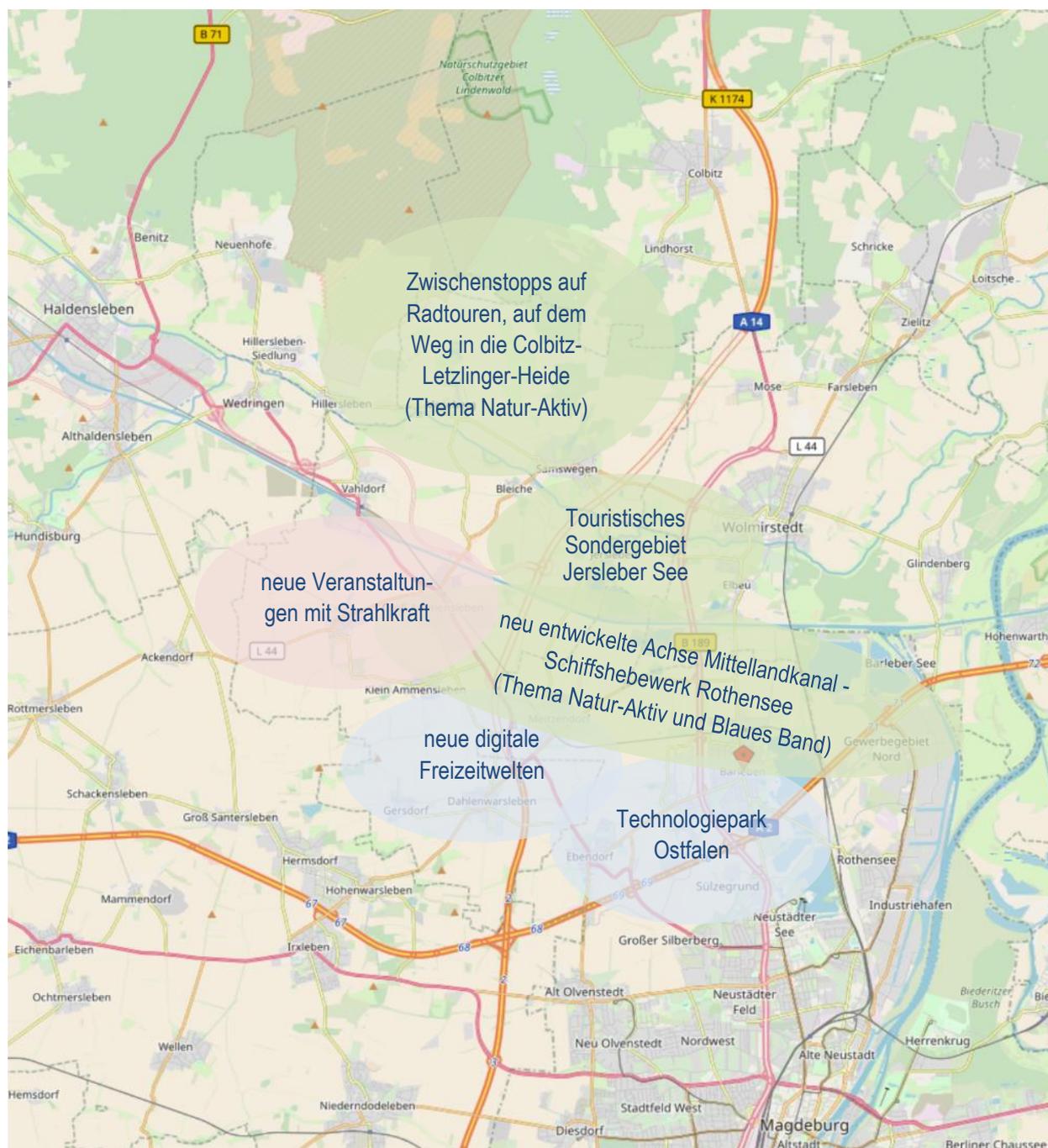
#### **Wichtigste profilstärkende Angebote sind künftig**

- ▶ das grüne Naherholungs- und Tourismusareal mit Premium-Natur-Aktiv-Campingplatz am und um den Jersleber See
- ▶ das „Natur + Hightech“ Cluster am „Natur- und Technologiepark Ostfalen“ mit SmartPfad und weiteren Angeboten
- ▶ die weiterentwickelte, erlebbare Achse Domäne Groß Ammensleben – Mittellandkanal – Schleuse Rothensee und Schiffshebewerk – Elbe zur Stärkung der Themen Natur-Aktiv und Blaues Band
- ▶ neue (digitale) Freizeitwelten
- ▶ die ausgewiesenen Zwischenstopps auf dem Weg in die Colbitz-Letzlinger-Heide (oder auch auf der Süßen Tour)
- ▶ (neue) Veranstaltungen mit besonderer Strahlkraft.

Außerdem tragen diese Angebote und Services zur weiteren Profilierung bei:

- ▶ Starke, gerne auch weiterentwickelte, thematisierte, innovative Betriebe
- ▶ Optimale und nachhaltige Mobilität und e-Mobilität
- ▶ Umfassende digitale Information und Kommunikation.

**Abbildung 12: Räumliche touristische Schwerpunkt-Areale und -Achsen**



Quelle: ift auf Basis Karte openstreetmap

## 4.4 Künftige Zielgruppen

Künftig sollen sich – neben den Geschäftsreisenden und Tagungsgästen - diese Zielgruppen in besonderer Weise von den touristischen Angeboten der Gemeinde Barleben angezogen fühlen:

### **Nach der Reiseart bzw. Aufenthaltsdauer:**

- ▶ Tagesgäste, Ausflügler aus Magdeburg bzw. aus der Region
- ▶ Mehr Kurz- bzw. Wochenendreisende (Besuch Magdeburg und Region)
- ▶ Auf dem Campingplatz Jersleber See künftig auch mehr Urlauber (Touristikcamper, Gäste in neuen Mietangeboten).

### **Nach soziodemografischen Aspekten und Lebensphasen:**

- ▶ Aktive Best Ager
- ▶ Aktive Familien mit Kindern
- ▶ Erlebnisorientierte junge Erwachsene, Jugendgruppen.

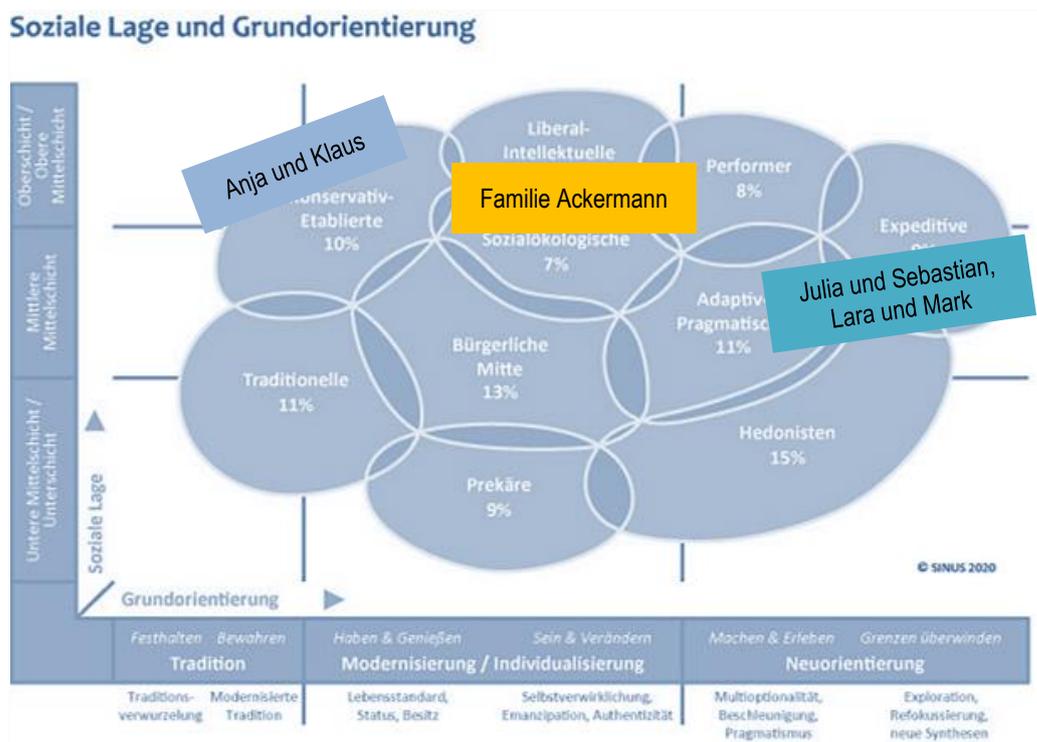
### **Nach Interessen und Motiven:**

- ▶ Campingtouristen und Wohnmobiltouristen, auch Stop-Over-Gäste
- ▶ Radtouristen (auf dem Aller-Elbe-Radweg, Elberadweg, am Mittellandkanal, aber auch „Sternradler“ aus der Gemeinde und aus der Region)
- ▶ Besucher der Freizeitangebote (Jersleber See, neue Freizeitangebote) im Rahmen eines Ausfluges oder Kurzaufenthaltes, Einheimische, deren Verwandten- und Bekanntenbesuche, Jugendgruppen aus Barleben und der Region, Touristen, die in Magdeburg übernachten
- ▶ Veranstaltungsbesucher (Feste, Märkte, besondere Events)
- ▶ Gäste bei Tagungen und Firmen- oder privaten Feiern.

### **Nach Lebensstilgruppen, Personas:**

Um mit touristischen Angeboten und Marketing tatsächlich die Bedürfnisse der Zielgruppen zu treffen, werden Zielgruppen heute nicht mehr allein nach soziodemographischen Merkmalen oder Lebensphasen differenziert, sondern zusätzlich auch nach ihrer Zugehörigkeit zu Lebensstilgruppen bzw. sozialen Milieus. Der sogenannte Sinus Milieu-Ansatz soll hier nur angerissen werden – er sollte aber bei der Weiterentwicklung der Angebote und Produkte in der Gemeinde Barleben berücksichtigt werden.

**Abbildung 13: SINUS-Milieus in Deutschland 2020 und Personas**



Quelle: Sinus Markt- und Sozialforschung GmbH, *ift* ergänzt um die angenommenen „Personas“

Die Sinus-Milieus bzw. Lebensstilgruppen, die im Masterplan Sachsen-Anhalt 2027 als Kernmilieus definiert wurden, sind die „**Liberal-Intellektuellen**“ (aufgeklärte Bildungselite, Wunsch nach Selbstbestimmung und Selbstentfaltung, geprägt durch kosmopolitisches Denken und Interesse an Kunst und Kultur) und die „**Sozialökologischen**“ (gebildet, besonderes Interesse an Nachhaltigkeit, Entschleunigung, Freiheit, Natur als Leitmotiv). Im regionalen Tourismuskonzept für die Reiserregion Magdeburg Elbe-Börde-Heide wurde anlassbezogen zusätzlich das Sinus-Milieu der „**Expeditiven**“ identifiziert.

Zu Barleben und der künftigen (erlebbarer) Profilierung der Gemeinde passen insbesondere die „Sozialökologischen“ und auch die „Expeditiven“. Gerade für die offenen, multioptionalen „Expeditiven“ gibt es aktuell in und um Magdeburg bzw. in der gesamten Region zwischen Magdeburg, Wolfsburg und Braunschweig noch zu wenige besondere Angebote. Hier kann die Gemeinde Barleben ansetzen, innovative Angebote entwickeln, die bestehenden Angebote der Region ergänzen und so eine neue Wettbewerbspositionen besetzen.

Um diesen eher abstrakten Lebensstilgruppen ein „Gesicht“ und eine persönliche Geschichte zu verleihen und sie optimal mit maßgeschneiderten Angeboten und Botschaften ansprechen zu können, hat sich die Entwicklung von sogenannten „**Personas**“ bewährt.

Für die Gemeinde Barleben bieten sich diese Personas an:

Abbildung 14: Personas für die Gemeinde Barleben

Familie Ackermann			
		<p><b>Familie Ackermann mit den Kindern Leo (7) und Sina (5) lebt in Braunschweig und macht Urlaub gern in der Nähe. Sie bevorzugen die Unterbringung in Ferienwohnungen, auf Campingplätzen oder in geeigneten Hotels mit einem breiten Angebot an Aktivitäten in der näheren Umgebung.</b></p>	
<p><b>Aktive Familien mit Kindern: Gemeinsam erleben und entdecken</b></p> <p><u>Werte, Motive:</u> Freiheit, Aufgeschlossen für Neues, Selbstbestimmte Leistung, Authentizität, Kunst und Kultur, Lebenskunst, Nachhaltiger Konsum.</p>			
<p><b>Zielgruppe: Aktive Familien mit Kindern: Gemeinsam erleben und entdecken</b></p>			
<p><b>Welche bevorzugten Angebote? (Auswahl)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Spielen &amp; Entdecken</li> <li>- Freizeitangebote, Attraktionen</li> <li>- Radfahren</li> <li>- Baden</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Naturerlebnis-, (Bildungs-)Angebote Events</li> <li>- Stadtbummel, Einkaufen</li> <li>- Familienfreundliche Gastgeber</li> </ul>	
<p><b>SINUS-Milieus</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Liberal-Intellektuelle, sozioökologisches Milieu</li> </ul>		
<p><b>Wie erreichen wir unsere Zielgruppe?</b></p> <p>... vor der Reise</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- online Suchmaschinen, Hotel-, Reiseportale</li> <li>- Bewertungsportale</li> <li>- Facebook</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Persönliche Empfehlung bzw. Empfehlung im Netzwerk, Verein</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Familien Freizeitplattformen, -zeitschriften</li> </ul>
<p>... während der Reise</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Website</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Instagram</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- WhatsApp Info</li> </ul>
<p>... nach der Reise</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Newsletter, persönlicher Brief der Unterkunft</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Instagram</li> </ul>	

Anja und Klaus			
		<p><b>Anja und Klaus sind Freunde der Naturerholung. Ihr Lebensmittelpunkt ist der eigene und sehr gepflegte Garten in Tangermünde. Sie sind lebensfroh, aktiv und bodenständig. Am liebsten gehen sie wandern. Sie suchen stets nach neuen Wanderregionen für einen kurzen Wochenendausflug. Sie bevorzugen Hotels mit einem guten gastronomischen Angebot.</b></p>	
<p><b>Die Aktiv-Best Ager - Wandern und Wohlbefinden</b></p> <p><u>Werte, Motive:</u> Bodenständigkeit, Geselligkeit, Ruhe, Sicherheit, Bewahrtes, Natur, Gesundheit, gutes Preis-Leistungsverhältnis, Tradition, Heimat. Wünscht sich persönlichen Service.</p>			
<p><b>Zielgruppe: Anspruchsvolle über 50-Jährige</b></p>			
<p><b>Welche bevorzugten Angebote? (Auswahl)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Radfahren</li> <li>- Wandern in der Gruppe</li> <li>- Naturerlebnisangebote</li> <li>- Camping, WoMo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sehenswürdigkeiten, Museen</li> <li>- Veranstaltungen</li> <li>- Wellness</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bürgerliche Küche</li> </ul>
<p><b>SINUS-Milieu</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Konservativ-etabliertes Milieu</li> </ul>		
<p><b>Wie erreichen wir unsere Zielgruppe?</b></p> <p>... vor der Reise</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Persönliche Empfehlung</li> <li>- Internet Suchmaschinen, Hotel-, Reise-, Ortsportale, Apps</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Zeitungen, Zeitschriften (print, online)</li> <li>- Reiseberichte TV</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Broschüren, Flyer</li> <li>- Facebook</li> <li>- Tripadvisor</li> </ul>
<p>... während der Reise</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Internet und App</li> <li>- Tourist-Info</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gastgeber</li> <li>- andere Gäste</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Flyer</li> <li>- in der Unterkunft</li> <li>- Stelen im Ort</li> </ul>
<p>... nach der Reise</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- E-Mail, Newsletter</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Facebook</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Post-Mailing</li> </ul>

**Julia & Sebastian, Lara & Mark und Kristin & Leon**



Die Erlebnisorientierten sind junge Erwachsene, die gerne aktiv sind und sich für alles interessieren, was mit Spaß und Action verbunden ist. Besonderen Fokus legen sie bei der Wahl des Urlaubsziels auf Events, außergewöhnliche Unterkünfte und Aktivitäten für den „Kick“. Genieß den Augenblick mit Deinen besten Freunden: Chillen, Grillen, Zocken, Relaxen und genießen.

**Die Erlebnisorientierten: Die Welt ist ein Spielfeld**

Werte, Motive: unternehmenslustig sein, Spaß haben, Geselligkeit, Action, Trendsetter sein, sich ausprobieren, auch in der Natur, Vielfalt, Nachhaltigkeit, Leistung, Freiheit, technologische Innovationen ausprobieren.

**Zielgruppe: junge Erwachsene, Jugendgruppen, Fitness- Communities, Cliques**

<b>Welche bevorzugten Angebote?</b> (Auswahl)	- Fitness - Gaming, „Zocken“, E-Sports, „Chillen“	- Indoor-Sport - Kletter-, Boulderhallen - Challenges	- Coole Events - Gesunde Küche, neue Konzepte
<b>SINUS-Milieus</b>	- Expeditives Milieu, Hedonisten		
<b>Wie erreichen wir unsere Zielgruppe?</b> ... vor der Reise	- Internet, Special Interest Plattformen - Instagram, TikTok	- immer wieder Neues - besondere Reiseanlässe	
... während der Reise	- persönliche Empfehlung von Freunden	- Instagram - Google	
... nach der Reise	- Facebook, Instagram		

**Die Workaholics**



Geschäftsreisende wollen eine Unterkunft, die gut erreichbar ist, zu einem guten Preis-Leistungsverhältnis, mit Gastronomie oder Versorgungsmöglichkeiten in der Nähe hat. Sie bevorzugen je nach Budget Hotels im 2\*, 3\* oder 4\* Segment oder auch den einfachen Gasthof. Viele Geschäftsreisende reisen mit dem PKW an. Wer mit der Bahn unterwegs ist, der will ohne längere Umwege vom Bahnhof zur Unterkunft kommen. Der digitale Check-in und Check-out ist sehr willkommen, um Zeit zum Arbeiten oder Erholen zu gewinnen.

**Die Workaholics**

Werte und Motive: Leistung, Zeit, Flexibilität, Technik, Sauberkeit, Sicherheit, Ruhe, Kulinarik, Networking.

**Zielgruppe: Geschäftsreisende**

<b>Welche bevorzugten Angebote?</b> (Auswahl)	- Online Check-In / Out - Mobiles Bezahlen - WLAN - Gute Arbeitsbedingungen	- Meeting- und Konferenzräume - Incentive - Rahmenprogramm - Co-Working Space	- Loungebereich - bequemes Bett - Ruhe
<b>Wie erreichen wir unsere Zielgruppe?</b> ... vor der Reise	- Internet, Hotelportale - Facebook, Instagram - Mailings	- Persönliche Empfehlung	- Empfehlung besuchte Firma vor Ort
... während der Reise	- Facebook, Instagram	- Google	- Tripadvisor
... nach der Reise	- Facebook, Instagram	- Newsletter	

Quelle: ift GmbH

## 5. Handlungsfelder, Projekte, Maßnahmen

### 5.1 Überblick Projekte und Maßnahmen

Für die Handlungsfelder werden nachfolgend konkrete Maßnahmen festgelegt und dann vertiefend vorgestellt. Die Schlüsselprojekte, die für die touristische Entwicklung und Profilierung der Gemeinde Barleben eine besonders hohe Bedeutung haben, sind hellblau unterlegt.

Abbildung 15: Überblick Projekte und Maßnahmen Tourismuskonzept Gemeinde Barleben

A. Ortsbilder, Infrastruktur, Mobilität	B. Betriebe, Einrichtungen	C. Angebote
<b>A1 Premium-Natur-Aktiv Tourismus- und Naherholungszentrum Jersleber See mit Campingplatz</b> ●●●	<b>B1 (Digitale) Indoor Freizeitattraktion mit Strahlkraft</b> ●●	<b>C1</b> Veranstaltungen mit Strahlkraft (Mittellandhalle, Ortsteile, Jersleber See) ●
<b>A2 Bessere Mobilität vor Ort: ÖPNV, E-Mobilität, „besondere Mobilität“</b> ●●●	<b>B2</b> Ausbau Beherbergungsbetriebe, neue, besondere Angebote ●●	<b>C2</b> Buchbare, vernetzte Angebote für Individualgäste, Gruppen, Tagungsgäste (Erlebnisse, Touren u. ä.)
<b>A3 Radtourismus-Angebot:</b> Radwege, innovative Radwege, Beschilderung, e-Bike-Verleih, Ladestationen ●●	<b>B3</b> Innovative Betriebe: Coaching, Innovationsworkshops, Ideenwettbewerb, „Pop-up“ Business ●●	<b>C3</b> „Süße Angebote“, Angebote / Zwischenstopps für Radfahrer ●
<b>A4 Natur + Hightech Natur- und Technologiepark Ostfalen mit „Smart-Pfad“</b> ●●●	<b>B4</b> Infocenter Domäne Groß Ammensleben	<b>C4</b> Kultur-, Bildungsangebot: Weiterentwicklung der Heimatstuben
<b>A5 Digitale Infrastruktur, Lebens- und Aufenthaltsqualität</b>	<b>D. Vermarktung</b>	<b>E. Organisation, Kooperation</b>
	<b>D1</b> Weiterentwicklung Webauftritt, Stärkung Content-Netzwerk ●	<b>E1</b> Ressourcen & Strukturen für die Tourismusarbeit ●
	<b>D2</b> Social-Media-Kanäle ●	<b>E2</b> Stärkung der Kooperationen, Kooperationsmarketing ●
	<b>D3</b> Ausbau Touren in aktiven Tourenplanern ●	<b>E3</b> Innovations- & Nachhaltigkeitsmonitor ●●●

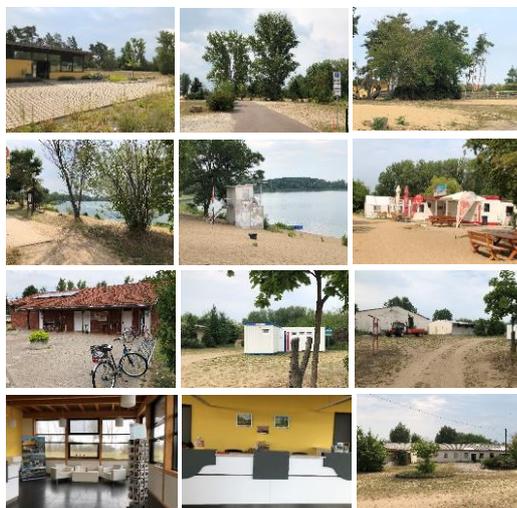
● Smart City Gemeinde Barleben ● Nachhaltigkeit, Naturverbundenheit ● Innovative Angebote

## 5.2 Projekte, Maßnahmen: A. Ortsbilder, Infrastruktur, Mobilität

Nachfolgend werden Projekte und Maßnahmen zur Weiterentwicklung der Ortsbilder, Infrastruktur und Mobilität vorgestellt. Besonderes Augenmerk wird auf die Weiterentwicklung der Angebote am Jersleber See gelegt. Dazu liegt mittlerweile eine Machbarkeitsstudie vor, die im Dezember 2020 im Gemeinderat von Barleben beschlossen wurde.

### 5.2.1 A1. Premium-Natur-Aktiv Tourismus- und Naherholungszentrum Jersleber See mit Campingplatz

<b>Name</b>	<b>A1: Premium-Natur-Aktiv Tourismus- und Naherholungszentrum Jersleber See mit Campingplatz</b>	
<b>Handlungsfeld</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Ortsbild, Infrastruktur, Mobilität <input checked="" type="checkbox"/> Angebote	<input checked="" type="checkbox"/> Betriebe, Einrichtungen <input checked="" type="checkbox"/> Vermarktung, Vernetzung
<b>Hintergrund</b>	<p>Der Jersleber See mit dem Campingplatz ist aktuell das wichtigste, potenzialträchtigste Angebot für den Tages- und Übernachtungstourismus in der Gemeinde Barleben.</p> <p>Die Gemeinde Barleben ist Betreiber und Träger des Touristischen Sondergebietes Jersleber See mit Dauer- und Touristikingcampingplatz, den dazugehörigen Servicegebäuden, einer weitläufigen Ufer- und Strandfläche und einer Bungalowsiedlung. Der Betrieb des Campingplatzes und des Naherholungsbereiches ist freiwillige Aufgabe der in der Haushaltskonsolidierung befindlichen Gemeinde und muss aktuell durch die Gemeinde bezuschusst werden (der Campingbereich arbeitet kostendeckend, die Bereiche Naherholung und Bungalowsiedlung jedoch mit finanziellem Verlust). Ohne größere Investitionen in bestehende und neue Angebote ist die Zukunft des Campingplatzes wirtschaftlich nicht mehr gesichert.</p> <p>Im Rahmen der Machbarkeitsstudie „Jersleber See Gemeinde Barleben“ wurden durch <i>ift</i> in 2020 die besonderen Entwicklungspotenziale des Gebietes auch für den Tourismus herausgearbeitet, künftige Nutzungs- und Profilierungsmöglichkeiten aufgezeigt und auch die dafür erforderlichen Investitionen und die wirtschaftliche Machbarkeit abgeschätzt. Für die künftige Entwicklung wurden verschiedene Varianten hinsichtlich Betrieb und Investitionen in das Areal erarbeitet. Am 15.12.20 hat der Gemeinderat die Umsetzung der Variante 1a entschieden. Diese sieht vor, dass die</p>	



<b>Name</b>	<b>A1: Premium-Natur-Aktiv Tourismus- und Naherholungszentrum Jersleber See mit Campingplatz</b>
	<p>Gemeinde Barleben in das Touristische Sondergebiet Jersleber See und in den Campingplatz investiert und diese auch weiterhin selbst betreibt. Die Bereiche Gastronomie/Veranstaltungen und kostenpflichtige Freizeitangebote werden ggf. an einen privaten Betreiber verpachtet.</p>
<b>Ziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Jersleber See zu einem echten <b>Kristallisationspunkt</b> für Einheimische und Touristen in der Region weiterentwickeln</li> <li>▶ Campingplatz zum <b>Premium-Natur-Aktiv-Campingplatz</b> entwickeln und im Markt positionieren – sichtbares Bekenntnis zur Natur und Nachhaltigkeit, attraktive Natur-Aktiv-, Sport-, Spiel-Angebote, inhaltlicher und gestalterischer „Grüner Faden“, regionale Produzenten einbinden, ressourcensparende Lösungen bei Strom, Wasser, im Bereich Mobilität etc.</li> <li>▶ Deutlich höhere Qualität bieten, Profil und Innovationen entwickeln, Image und Bekanntheit stärken</li> <li>▶ Einnahmen durch <b>mehr Angebote</b> vor Ort stabilisieren, <b>mehr Wertschöpfung</b> generieren</li> <li>▶ <b>Touristische Ausrichtung des Campingplatzes stärken:</b> mehr Kurz- bzw. Touristikcamper, Familien, Camping-, Wohnmobiltouristen Stop-over-Gäste auf dem Weg nach Süden/Norden</li> <li>▶ Aber auch mehr Tagesgäste durch beste Angebote anziehen, dabei auch mehr Jüngere und Familie gewinnen, neue Potenziale im Bereich Events und Familienevents erschließen</li> <li>▶ <b>Nachhaltige Entwicklung und Barrierefreiheit sicherstellen</b></li> <li>▶ Beste Einbindung in den regionalen und überregionalen Tourismus</li> <li>▶ Zukunftssicheres Organisations-Modell, das jedoch auch eine markt- und wettbewerbsfähige Entwicklung sicherstellt</li> </ul>
<b>Nächste Schritte, Meilensteine</b>	<p>Ausgewählte Projekte und Maßnahmen (<i>siehe Machbarkeitsstudie – aktuell bereits weitere Detailplanung durch die Gemeinde Barleben</i>):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>Campingplatz:</b> Neuordnung der Camping-Standflächen, leichte Reduzierung der Kapazitäten – dafür größere, attraktivere Parzellen, teils mit eigenen Sanitäranlagen; Sanierung / Attraktivierung der Sanitär- und Küchenanlagen  Ausbau der Mietangebote wie z.B. im ersten Schritt hochwertige Mietwohnwagen und -zelte, Glamping-Angebote und Gruppenzelte / Tipis (räumlich getrennt)  Im zweiten Schritt ggf. auch Tiny Houses, Baumhäuser und Ferienhäuser (privater Betreiber - prüfen).</li> <li>▶ <b>Attraktive Gastronomie mit Außengastronomie:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– neue Beachgastronomie (Innenbereich, Außengastronomie / Biergarten, ggf. Roof-Top-Bar, Multifunktionsraum für Feiern, Hochzeiten u. ä.)</li> </ul> </li> </ul>

<b>Name</b>	<b>A1: Premium-Natur-Aktiv Tourismus- und Naherholungszentrum Jersleber See mit Campingplatz</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Festplatz neben der Gastronomie, Business-Events; im Sommer ergänzende mobile Gastronomieangebote wie Foodtrucks.</li> <li>– moderne, stylische Gestaltung (Beispiele Machbarkeitsstudie)</li> <li>▶ Minimarkt mit Angeboten regionaler Partner (wieder-)aufbauen</li> <li>▶ Strandbereich weiterentwickeln (Erneuerung Sand, neues Angebot für Sanitär/Dusche/Umkleiden, Wasserrutsche am Strand), Vermietung von Strandkörben, Sonnenschirmen oder auch Solar-Sonnenschirmen</li> <li>▶ Attraktive Grillplätze mit entsprechender Ausstattung</li> <li>▶ Spielplätze neuordnen (Verlagerung Spielplatz auf dem Campingplatz/am Ufer an die Gastronomie)</li> <li>▶ Indoor und outdoor Spiel-, Sport- und Freizeitangebote schaffen: <ul style="list-style-type: none"> <li>– Kleines Kinderspielhaus</li> <li>– Fitnessangebote, Yoga am Strand, Nordic-Walking</li> <li>– Neue Beachvolleyball, Beachsoccer-Angebote, neuer Minigolfplatz, Tennisplatz, Squash</li> <li>– (eintrittspflichtige) Wasserspiellandschaft, kleiner „Fun-Wasserpark“</li> <li>– Paddelboot-, Tretbootverleih</li> <li>– Rad- und e-Bike-Verleih</li> </ul> </li> <li>▶ neue, besondere Veranstaltungsformate etablieren, dafür nachhaltiges Veranstaltungskonzept entwickeln, Freilichtbühne für Kleinkunst-Veranstaltungen, Musikveranstaltungen, Tanzkurse</li> <li>▶ In einer möglichen Ausbaustufe niederschwellige Wellness- und Gesundheitsangebote entwickeln wie See Sauna, Saunafässer, schwimmende Sauna.</li> <li>▶ Ggf. ergänzende Naturbildungsangebote wie Naturlehrpfad entwickeln, durchgängiger Rundweg um den See, mit attraktiver Möblierung</li> <li>▶ Solar-Sonnenschirme, Solar-Carports</li> <li>▶ Für das direkte Umfeld prüfen: kleine Multifunktionshalle für Ballsportarten, Hochseilgarten-Elemente / „Kletterfelsen“ o. ä.</li> </ul>

<p><b>Name</b></p>	<p><b>A1: Premium-Natur-Aktiv Tourismus- und Naherholungszentrum Jersleber See mit Campingplatz</b></p>
	<p><b>Aktuelle Flächennutzung</b></p>  <p><b>Zukünftige Flächennutzung</b></p>  <p>Quelle: Machbarkeitsstudie Jersleber See Gemeinde Barleben, ift 2020</p>

<b>Name</b>	<b>A1: Premium-Natur-Aktiv Tourismus- und Naherholungszentrum Jersleber See mit Campingplatz</b>
	<u>Nächste Schritte:</u> vertiefende Prüfung und Planung durch die Gemeinde Barleben, Prüfung Finanzierung und Fördermöglichkeiten, Betreiberkonzept / Organisationsmodell, Genehmigungsverfahren, Umsetzung, Vermarktungskonzept
Leitmotiv	● ● ●
Priorität	<input checked="" type="checkbox"/> hoch <input type="checkbox"/> mittel <input type="checkbox"/> niedrig
Zeitschiene	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig (1-2 Jahre) <input checked="" type="checkbox"/> mittelfristig (2-4 Jahre) <input type="checkbox"/> langfristig
Verantwortlich, Partner	- Gemeinde Barleben - Für einzelne Nutzungen privater Investor/ Betreiber

● Smart City Gemeinde Barleben    ● Nachhaltigkeit, Naturverbundenheit    ● Innovative Angebote

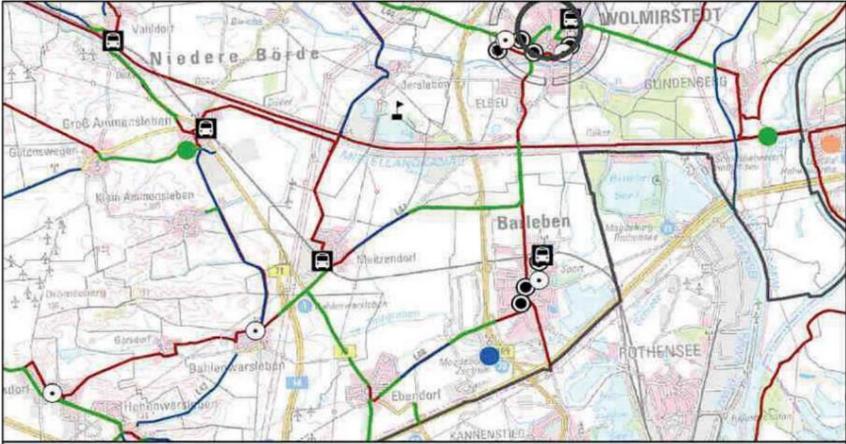
## 5.2.2 A2. Bessere Mobilität vor Ort: ÖPNV, e-Mobilität

<b>Name</b>	<b>A2: Bessere Mobilität vor Ort: ÖPNV, e-Mobilität</b>
Handlungsfeld	<input checked="" type="checkbox"/> Ortsbild, Infrastruktur, Mobilität <input checked="" type="checkbox"/> Betriebe, Einrichtungen <input checked="" type="checkbox"/> Angebote <input type="checkbox"/> Vermarktung, Vernetzung
Hintergrund	Aktuell sind die ÖPNV-Angebote innerhalb der Gemeinde Barleben unter touristischen Gesichtspunkten eingeschränkt. Die Fahrzeiten bzw. Takte sind ausbaufähig, wichtige touristische Standorte wie der Jersleber See werden mit öffentlichen Verkehrsmitteln nicht direkt angefahren.
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Verbesserung der Mobilität für Einheimische und Touristen: Bessere Anbindung der Ortsteile und bessere Erreichbarkeit der touristischen Angebote</li> <li>▶ Umweltfreundliche, nachhaltige Nutzung des öffentlichen Nahverkehrs in der Gemeinde Barleben</li> <li>▶ Weiterentwicklung im Bereich „Smart City“ auch durch den Einsatz neuer, innovativer und nachhaltiger Mobilitätstechnologien</li> </ul>
Projekte, Schritte, Meilensteine	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>Ausbau ÖPNV-Anbindung der Ortschaften:</b> mehr Fahrzeiten, Takte – Planung auch unter touristischen Gesichtspunkten (Abendzeiten, Wochenenden, Ferien, Feiertage), Fahrradmitnahme im ÖPNV</li> <li>▶ <b>Ausbau alternative Nutzfahrzeuge, „Smart City“:</b> Eine flächendeckende E-Ladeinfrastruktur ist Grundvoraussetzung für die Etablierung von elektrisch betriebener Mobilität. Die <b>Umstellung eines Teils der kommunale KFZ-Flotte auf E-Fahrzeuge</b> sollte dabei Ziel sein.</li> <li>▶ <b>Rufbussystem zur Stärkung des Technologieparks</b> zur Ergänzung des Individualverkehrs und des ÖPNVs (Gewerbegebiets-Shuttle).</li> <li>▶ <b>Weiterer Bahnhofpunkt im Technologiepark als geografisches Zentrum der drei Ortschaften der Einheitsgemeinde Barleben.</b> Zusammen mit dem Einsatz von hochmodernen Wasserstoff-Zügen könnte die synergetische Situation entstehen, dass sich („grüner“) Wasserstoff mit nachhaltiger Mobilität und nachhaltigem Tourismus koppeln (dazu Machbarkeitsstudie)</li> <li>▶ <b>In Verbindung von zusätzlichem Bahnhofpunkt und Rufbus</b> (Gewerbegebiets-Shuttle) inkl. der entsprechenden Energieaufnahmepunkte einen modernen Park + Ride Knotenpunkt entwickeln, für Touristen, Gäste, Unternehmen und Anwohner.</li> <li>▶ <b>Ausbau der touristischen e-Mobilität für die Gemeinde Barleben und ihre Gäste:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– E-Bike Ladestationen an zentralen Punkten (Barleben Ortszentrum, Hotels, Jersleber See, TPO, IGZ, Bürgerhäuser)</li> <li>– Fahrrad-/ e-Bike-Verleih mit Verleihstationen etablieren</li> </ul> </li> </ul>

<b>Name</b>	<b>A2: Bessere Mobilität vor Ort: ÖPNV, e-Mobilität</b>
Nächste Schritte, Meilensteine	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Angebot e-Car / e-Roller prüfen (in Kooperation mit Verleihunternehmen in Magdeburg oder Wolfsburg).</li> <li>– Photovoltaik Radweg zwischen Meitzendorf und Barleben entwickeln, umsetzen und gegebenenfalls für weitere Strecken prüfen. Neben innovativen Ideen, wie die eines PV-Radweges, könnte zudem auch die Überspannung von Straßen mit PV-Installationen die e-Mobilität stärken.</li> <li>– Ergänzend dazu wäre zur ganzjährigen Nutzung von e-Bikes und Pedelecs auch der Einsatz von „beheizbaren“ Straßenmaterial denkbar. Eine sogenannte Power Road könnte die ganzjährige Nutzung von alternativen Fortbewegungsmitteln stärken und vielleicht auch erst gefahrlos ermöglichen. <i>Hinweis: Eine Power Road speichert die Sonnenenergie und gibt diese über Wärme an den Asphalt ab, zusätzlich kann die gewonnene Energie in Gebäuden genutzt werden.</i></li> </ul> <p>▶ Fördermöglichkeiten prüfen</p>
Leitmotiv	<span style="color: blue;">●</span> <span style="color: green;">●</span> <span style="color: purple;">●</span>
Priorität	<input type="checkbox"/> hoch <input checked="" type="checkbox"/> mittel <input type="checkbox"/> niedrig
Zeitschiene	<input type="checkbox"/> kurzfristig (1-2 Jahre) <input checked="" type="checkbox"/> mittelfristig (2-4 Jahre) <input type="checkbox"/> langfristig
Verantwortlich, Partner	- Verkehrsunternehmen, Landkreis Börde, Gemeinde Barleben, Nachbarkommunen

● Smart City Gemeinde Barleben    ● Nachhaltigkeit, Naturverbundenheit    ● Innovative Angebote

### 5.2.3 A3. Radtourismus-Angebot: Radwege, Ausstattung, Touren

<p><b>Name</b></p>	<p><b>A3: Radtourismus-Angebot: innovative Radwege, Touren, Achsen, Beschilderung, Ausstattung</b></p>
<p><b>Handlungs- feld</b></p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> Ortsbild, Infrastruktur, Mobilität      <input type="checkbox"/> Betriebe, Einrichtungen <input type="checkbox"/> Angebote      <input type="checkbox"/> Vermarktung, Vernetzung</p>
<p><b>Hintergrund</b></p>	<p>Es gibt eine Reihe von Radwegen in der Gemeinde Barleben, die allerdings noch ausbaufähig sind – im Hinblick auf die Anbindung touristisch interessanter Punkte und auf die Beschaffenheit, Durchgängigkeit, Qualität, Beschilderung und Ausstattung. Auch ist die Anbindung an die regionalen und Fernradwege nicht immer gegeben.</p> <p>In 2018 wurde ein Radwegekonzept für den Landkreis Börde entwickelt (BTE). Dieses Konzept ist langfristige interne Arbeitsgrundlage des Landkreises, wird bei künftigen Planungen berücksichtigt und so schrittweise umgesetzt. Eine durchgängige Knotenpunktwegweisung im gesamten Landkreis ist aktuell nicht konkret geplant.</p> <p>Im Konzept wurden z. B. das Schiffshebewerk Rothensee, der Mittellandkanal oder die Domäne Groß Ammensleben explizit berücksichtigt. Der Jersleber ist als „Frequenzbringer“ definiert. Dafür muss er noch besser angebunden werden.</p> <p>Im IGEK Niedere Börde und Barleben 2030 sind konkrete Maßnahmen zur Stärkung des Radverkehrs und Radtourismus aufgeführt. Diese sind vor dem Hintergrund der hier vorgeschlagenen touristischen Schwerpunkte und Achsen noch zu vertiefen.</p>  <p><b>Zentralörtliche Gliederung</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Mittelzentrum</li> <li>Grundzentrum mit Teilfunktion eines Mittelzentrums</li> <li>Grundzentrum</li> </ul> <p><b>Einstiegspunkte/Zielpunkte</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Schnittstellen des ÖPNV</li> <li>Standorte für Industrie und Gewerbe</li> <li>Standorte für Kultur- und Denkmalpflege</li> <li>Standorte für Erholung und Freizeit</li> <li>Grundschulen</li> <li>Oberschulen</li> <li>Frequenzzeiger</li> </ul> <p><b>Planungsraum</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Gemeindegrenzen</li> <li>Kreisgrenze</li> </ul> <p><b>Netzkonzept</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Bestand</b>: Zusammengefasster Bestand befahrbarer Radwege an Kreis-, Landes- und Bundesstraßen im Landkreis Börde</li> <li><b>Bauplanung</b>: Zusammengefasste Bauplanungsvorhaben an Kreis-, Landes- und Bundesstraßen im Landkreis Börde</li> <li><b>Netzplanung</b>: Festgelegte Netzführung an Straßen und ländlichen Wegen im Landkreis Börde</li> </ul> <p><b>Radwegekonzept Landkreis Börde</b> (Kartographische Darstellung)</p> <p>Quelle: Radwegekonzept für den Landkreis Börde, BTE, 2018 (veröffentlicht im IGEK Niedere Börde und Barleben 2030)</p>

<b>Name</b>	<b>A3: Radtourismus-Angebot: innovative Radwege, Touren, Achsen, Beschilderung, Ausstattung</b>
<b>Ziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ die besonderen Potenziale im Radtourismus in der Gemeinde Barleben noch besser ausschöpfen; dazu bestehende Radwege stärken, neue touristische Achsen und Routen entwickeln</li> <li>▶ Verbindungen zwischen den Ortschaften der Gemeinde Barleben verbessern</li> <li>▶ touristische Angebote entlang der Radwege besser einbinden und vernetzen</li> <li>▶ Auffindbarkeit und Informationen der radtouristischen Angebote in der Gemeinde Barleben verbessern; Vermarktung stärken, Einbindung in bestehende Routen und in interaktive Tourenplaner stärken</li> <li>▶ innovative Technologien zur ganzjährigen Nutzung der Radwege einsetzen (siehe A2)</li> </ul>
<b>Nächste Schritte, Meilensteine</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>Entwicklung Radwege und Rad-Infrastruktur</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Radwege-Lücken identifizieren, priorisieren und schließen</b> (Alltags- und Freizeit- bzw. touristischer Radverkehr)</li> <li>– <b>Touristisches Radwegekonzept entwickeln</b> (LEADER-Förderung prüfen) <ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Anbindung Jersleber See an den Elberadweg / Aller-Elbe-Radweg</b></li> <li>– <b>Entwicklung eines attraktiven „Mittellandradswegs“</b>: Hier geht es vor allem um die Wegweisung bzw. Beschilderung (weniger um Radwegbau, wobei hier ggf. entstandener Handlungsbedarf geprüft werden muss). Ziel ist es, ein neues Angebot für Einheimische und Gäste zu schaffen und dabei alle Ortschaften der Gemeinde sichtbar miteinander zu verbinden. Weitere Maßnahmen dafür: <b>gemeindeübergreifende Ausweisung</b> (gemeinsam mit der Gemeinde Niederen Börde) <b>zum Jersleber See erfolgen</b> (Jersleber Chaussee auf Höhe Kanalüberführung) und <b>Anbindung an den Elberadweg über den neuen „Mittellandradsweg“</b> (Beschilderung am Kanal auf Höhe Hohenwarthe). Dazu LEADER Förderung prüfen.</li> <li>– Radwegführung vom Technologiepark Ostfalen bis nach Ebendorf entlang der Kleinen Sülze prüfen ggf. ausbessern, beschildern etc.</li> <li>– Radweg Barleben – Ebendorf entlang der Ebendorfer Chaussee, Ergänzung des fehlenden Abschnittes von 900 m</li> <li>– <b>Radweg Barleben - Magdeburg</b> entlang der Rothenseer Straße - vor allem für den Alltagsverkehr, aber auch für touristische Verkehre entwickeln (in Umsetzung des Magdeburger Radschnellwege-Projektes)</li> <li>– <b>Radweganbindung Barleben und Barleber See</b> (Gemarkung Landeshauptstadt Magdeburg) entwickeln. Entlang der Straße „Zum Adamsee“, über die beiden Bahnübergänge (jeweils ohne Ausbau eines separaten Radweges). Der Ausbau war und ist aufgrund der HH-Situation erst einmal zeitlich nach hinten geschoben. Die Landeshauptstadt Magdeburg plant, einen ihrer vielen touristischen Radwege über die</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>

<b>Name</b>	<b>A3: Radtourismus-Angebot: innovative Radwege, Touren, Achsen, Beschilderung, Ausstattung</b>
	<p>Stadtgrenzen hinaus auszuschildern (von MD-Olvenstedt über Ebendorf nach Barleben sowie die Anbindung des Barleber Sees bis zur Schleuse und zum Schiffshebewerk).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Ausbau des <b>Radweges von Barleben nach Groß Ammensleben</b> (wenn das Konzept der Radschnellwege umgesetzt wird und die Domäne in Groß Ammensleben künftig mehr Frequenz anzieht).</li> </ul> <p>▶ <b>Weitere Maßnahmen zur Weiterentwicklung der Rad- und e-Bike-Angebote, Ausstattung:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Neubau bzw. Aufwertung von Radwegen: zum Beispiel als nachhaltige „Power-Road“ Plusenergie-Radweg (siehe A2).</li> <li>– Photovoltaik Radweg zwischen Meitzendorf und Barleben entwickeln und umsetzen, ggf. für weitere Strecken prüfen</li> <li>– Radwege zu den großen Beherbergungsbetrieben in Ebendorf erweitern (NH Hotel und Hotel Bördehof mit vorhandenem Fahrradverleih)</li> <li>– weitere Verbesserung der Radwegeausstattung, Rastplätze: u. a. e-Bike-Ladestationen, öffentliche WC, Parkplätze, Fahrradboxen, Fahrradständer, Erlebnispunkte, mit WLAN-Hot-Spot, Sitzgelegenheiten mit Smartphone Ladestationen bzw. -anschlüssen</li> <li>– touristische Attraktionen und (fahrradfreundliche) Betriebe stärker in Radtouren einbinden</li> <li>– flächendeckende, einheitliche Beschilderung an den Radwegen</li> </ul>
	<p>▶ für alle konzeptionellen / baulichen Maßnahmen <b>Fördermöglichkeiten prüfen</b></p>
	<p>▶ <b>Angebotsentwicklung und bessere Vermarktung der Radangebote:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Angebote für „Abstecher“ / Zwischenstopps der „Süßen Tour“ und „Salzigen Tour“ (C3: „Süße Angebote“, Angebote Radfahrer) entwickeln</li> <li>– den Mittellandkanal (Blaue Band) stärker vermarkten, Bekanntheit Blaue Band zukünftig mehr nutzen mit z.B. besonderen Veranstaltungen am Mittellandkanal in Verbindung mit dem Blauen Band</li> <li>– Entwicklung von kleineren, halbtägigen, ganztägigen Touren, Gastronomie einbeziehen</li> <li>– Sinnvolle Rundtouren entwickeln: Dabei z. B. einbinden Domäne Groß Ammensleben - Jersleber See - Schiffshebewerk Magdeburg-Rothensee oder Schiffshebewerk Magdeburg-Rothensee - Adamsee - Technologiepark Ostfalen/Steinbruch</li> </ul>

<p><b>Name</b></p>	<p><b>A3: Radtourismus-Angebot: innovative Radwege, Touren, Achsen, Beschilderung, Ausstattung</b></p>
	<div style="text-align: center;">  <p>www.outdooractive.de</p> </div> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Einbindung der neuen Achsen und Touren in interaktive Tourenplaner wie Outdooractive und Komoot</li> <li>– Ausbau und Kommunikation der Point-of-Interests (POI) an den Radwegen (Gastronomie, Einkaufsmöglichkeiten, Höfe)</li> <li>– Radtouren über die Gemeinde, Betriebe, Tourismusverbände vermarkten</li> <li>– Geführte Radtouren</li> <li>– Radevents für Einheimische und Gäste</li> </ul>
<p>Leitmotiv</p>	<p>● ●</p>
<p>Priorität</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> hoch                      <input checked="" type="checkbox"/> mittel                      <input type="checkbox"/> niedrig</p>
<p>Zeitschiene</p>	<p><input type="checkbox"/> kurzfristig (1-2 Jahre)    <input checked="" type="checkbox"/> mittelfristig (2-4 Jahre)    <input type="checkbox"/> langfristig</p>
<p>Verantwortlich, Partner</p>	<p>Radwegbau / Beschilderung: Je nach Zuständigkeit Land Sachsen-Anhalt / Bund / Landkreis Börde / Gemeinde Barleben. Touristisches Radwegkonzept: Gemeinde Barleben, mit Nachbargemeinden. Unterstützung durch Koordinierungsstelle Elbe-radweg beim Tourismusverband Magdeburg Elbe-Börde-Heide e. V.</p>

● Smart City Gemeinde Barleben    ● Nachhaltigkeit, Naturverbundenheit    ● Innovative Angebote



<b>Name</b>	<b>A4: Natur + Hightech Natur- und Technologiepark Ostfalen: Innovativer „Smart-Pfad“</b>
	<p>Landschaftspark ist idyllisch und ruhig, es gibt landwirtschaftlich genutzte Flächen, die ggf. in eine Gesamtplanung einbezogen werden können.</p> <p>Der Zweckverband Technologiepark Ostfalen, der Landkreis Börde (untere Naturschutzbehörde) und der NABU Barleben e.V. haben hier ein gemeinsames Projekt zur Erhöhung der Biodiversität auf den Grünlandflächen im Technologiepark Ostfalen initiiert.</p> <p>Der Technologiepark Ostfalen wiederum zieht Unternehmen und Forschungseinrichtungen an, von denen einige (künftig gerne noch mehr) ihre innovative, zukunftsorientierte Ausrichtung auch durch eine besondere Architektur zeigen. Der Kontrast zwischen modernen Technologieunternehmen und Natur- und Artenschutz ist spannend und inspirierend und passt zur modernen, nachhaltigen Smart City Modellgemeinde Barleben.</p>
<b>Ziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Behutsame Nutzung des Landschaftsparks am Steinbruch Barleben für Tourismus und Naherholung</li> <li>▶ Erhalt und Weiterentwicklung des Landschaftsparks</li> <li>▶ Neue, innovative Ansätze, um Natur + Hightech zu erleben / zu verstehen</li> <li>▶ Neues Angebot für Begegnung, Veranstaltungen, Natur und Kultur</li> </ul>
<b>Nächste Schritte, Meilensteine</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>Ganzheitliches Entwicklungskonzept und touristisches Nutzungskonzept für den „Natur- und Technologiepark Ostfalen“</b>, Einbindung bestehender und neuer Partner</li> </ul> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>Stärkung des Projektes Artenschutz- und Biodiversität</b>, neue Impulse, neue Partner, ggf. Ergänzung um weitere Zukunftsthemen wie z. B. klimaresistente Pflanzen</li> </ul> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>Innovativer „Smart-Pfad“ bzw. „Outdoor Science Center“ als Erlebnis- und Erkenntnispfad durch den Landschaftspark</b> (<i>Projektskizze entwickelt, bei der LAG Colbitz-Letzlinger-Heide eingereicht für die kommende LEADER-Förderperiode</i>).</li> </ul> <p>Entwicklung gemeinsam durch den Technologiepark / Innovationsgründerzentrum (künftiger Träger), die Gemeinde Barleben und den NABU Barleben e.V. Als Natur- und Landschaftserlebnispfad mit analogen und digitalen Mitmachstationen für Kinder und Erwachsene, mit verschiedenen Erlebnisstationen zu den Themen Natur Physik und Technologie, App-Nutzung mit digitalen Informationen zu den Stationen, Online Scoring-Möglichkeiten für den Lerneffekt.</p> <p><u>Beispiel: MINT-Erlebnispfad – Smart Pfad Odenwald:</u> Am Main-Neckar-Radweg, Smart Pfad 15 km, sechs Erlebnisstationen: Knobeln &amp; Experimentieren, Beobachten &amp; Bestimmen, Wasser erforschen, Wald erleben, Kriechen &amp; Krabbeln; 45 Exponate zu den Themen, Naturwissenschaften und Technik. Zielgruppen: Kinder, Jugendliche, Erwachsene</p>

<b>Name</b>	<b>A4: Natur + Hightech Natur- und Technologiepark Ostfalen: Innovativer „Smart-Pfad“</b>
	<p><u>Beispiel: Nieheim – Naturerlebnispfad</u>: 5,7 km langer Wanderweg, 18 Stationen zu biologischen und physikalischen Prozessen und den Eigenheiten der Natur</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Geocaching-Angebote für Jüngere und Junggebliebene oder auch als Incentive für die Firmen im TPO</li> <li>▶ Nächste Schritte: Prüfen von Fördermöglichkeiten läuft (Projektskizze LEADER), Ideenentwicklung, Konzeptentwicklung, Machbarkeit, Ermittlung Investitionen, künftiger Pflegeaufwand.</li> </ul> <p><i>Hinweis: Passt zu dem im IGEK genannten barrierefreien Natur-Parcours mit digitaler Unterstützung am Adamsee.</i></p> <p><b>Weitere Ideen / „Natur + Hightech“ Ergänzungsangebote:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>Outdoor-Fitness-Pfad am Steinbruch</b> bzw. Bereichen des Technologieparks, Teil bzw. Ergänzung des Smart-Pfads, Verknüpfung zu Sportevents am Jersleber See oder Sportveranstaltungen in der Mittellandhalle oder Crossfit-Box</li> <li>▶ <b>Natur + Hightech Campus mit Veranstaltungen und „grüner“ Übernachtungsmöglichkeit</b> (Green Design Motel, Green Business Apartments im Technologiepark o. ä.)</li> <li>▶ Kleiner „GreenTower“ Aussichtsturm mit besonderer Perspektive auf den Steinbruch und den Landschaftspark und implementierter Kletterwand und Zipline (aus Naturmaterialien, mit besonderer Form, mit Naturausstellung), Gewächshaus-Pavillon o. ä. (alternativ attraktive Aussichtsplattform eines Technologieunternehmens)</li> <li>▶ Weitere (ruhige) Natur-Aktiv-Angebote im Landschaftspark, z. B. Kletterelemente</li> <li>▶ Verbesserte Anbindung (zusätzlicher Bahnhofpunkt, ggf. auch für Wasserstoff-Züge, Rufbus-System, siehe auch A2), e-Ladeinfrastruktur.</li> </ul> <p>▶ <b>Event-Pavillon</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Möglichkeiten für die Ansiedlung eines nachhaltig-innovativen Pavillon für Veranstaltungen, Events, Ausstellungen und kleine Tagungen direkt am Steinbruch-Ufer</li> <li>– Gelebte Naturverbundenheit und Nachhaltigkeit durch natürliche Materialien aus der Region, besondere (Stelzen-)Architektur; lichtdurchflutete Räume, große Fenster und Terrasse mit Blick in die Landschaft</li> <li>– Multifunktionale Raumnutzung für besondere Anlässe wie private Feiern, Hochzeiten, Firmen-, Vereinsevents, kleine Tagungen oder auch Ort für besondere Ausstellungen.</li> <li>– Gastronomie bzw. Catering-Küche mit regionalen Produkten, Servicebereiche, Sanitäranlagen</li> <li>– Nachhaltige, ressourcensparende Bauweise und Betrieb</li> </ul>

<b>Name</b>	<b>A4: Natur + Hightech Natur- und Technologiepark Ostfalen: Innovativer „Smart-Pfad“</b>
	<i>Zu prüfen: Genehmigungsrechtliche Hürden, Eigentum, FNP und B-Plan. Flächen, Grad Flächenversiegelung, Erschließung, Zuwegung, An-, Ablieferung, Parkplätze.</i>
Leitmotiv	● ● ●
Priorität	<input checked="" type="checkbox"/> hoch <input checked="" type="checkbox"/> mittel <input type="checkbox"/> niedrig
Zeitschiene	<input type="checkbox"/> kurzfristig (1-2 Jahre) <input checked="" type="checkbox"/> mittelfristig (2-4 Jahre) <input type="checkbox"/> langfristig
Verantwortlich, Partner	- Zweckverband Technologiepark Ostfalen, NABU Barleben e.V., Pavillon: Privater Investor, Betreiber (oder über Zweckverband / Gemeinde), Gemeinde Barleben

● Smart City Gemeinde Barleben   ● Nachhaltigkeit, Naturverbundenheit   ● Innovative Angebote

### 5.2.5 A5. Digitale Infrastruktur, weitere Maßnahmen für mehr Lebens- und Aufenthaltsqualität

<b>Name</b>	<b>A5: Digitale Infrastruktur, Lebens- und Aufenthaltsqualität</b>
Handlungsfeld	<input checked="" type="checkbox"/> Ortsbild, Infrastruktur, Mobilität <input type="checkbox"/> Betriebe, Einrichtungen <input type="checkbox"/> Angebote <input type="checkbox"/> Vermarktung, Vernetzung
Hintergrund	<p>Die Gemeinde Barleben entwickelt sich als Modellstadt zur „Smart City“ und baut dafür innovative, digital-vernetzte Strukturen in allen relevanten öffentlichen Bereichen auf. Neben der modernen digitalen Infrastruktur als ein wesentlicher Aspekt zur Profilierung der Gemeinde Barleben auch im Tourismus sind aber auch weitere Maßnahmen zur Verbesserung der Lebens- und Aufenthaltsqualität in den Ortschaften wichtig. Am besten wird es sein, wenn Einheimische und Gäste attraktive öffentliche Räume zur Kommunikation und Begegnung und zur Erholung vorfinden – und auch dort digitale Angebote nutzen können.</p>
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Unterstützung des Smart City-Modellansatzes der Gemeinde Barleben im Tourismus - Weiterentwicklung zur nachhaltigen, innovativen Destination</li> <li>▶ Verbesserung der Aufenthaltsqualität an öffentlichen Plätzen für Einheimische und Touristen, höhere Zufriedenheit bei Einheimischen und Touristen</li> </ul>
Nächste Schritte, Meilensteine	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Breiter Einsatz von Photovoltaikanlagen mit Solar-Speichern zur Energieversorgung</li> <li>▶ kostenfreies WLAN an ausgewählten touristisch relevanten Orten wie dem Ortskern, TPO, Jersleber See, an wichtigen Erlebnispunkten an Radwegen</li> <li>▶ digitale Infostelen mit Content zu den Angeboten in der Gemeinde Barleben bzw. im gesamten Landkreis und in der Reiseregion. QR-Code-Scanner für weiterführende Informationen zu den Angeboten</li> <li>▶ Dabei neue digitale Funktionen integrieren zum Aufzeigen von Wetterdaten, Wassertemperatur, aber auch aktuellen Wartezeiten, Besucheraufkommen, aktuelle Auslastung von Parkplätzen oder Strandflächen (Beispiel „Strandampel-App“ in der Lübecker Bucht) – als besondere Dienstleistung für den Besucher, aber auch zur stärkeren zeitlichen und räumlichen Lenkung der Besucher.</li> <li>▶ „City-Trees“ zur Verbesserung der Luftqualität: hier sind neben großen Moosflächen auch Bewässerungssysteme, Ventilatoren und Sensoren integriert. Ergänzung durch Infostele, -screen, Gestaltung als Rückzugsorte, mit Sitzgelegenheiten, auch als kleine Outdoor-Arbeitsbereiche (W-LAN)</li> </ul>
Leitmotiv	
Priorität	<input checked="" type="checkbox"/> hoch <input checked="" type="checkbox"/> mittel <input type="checkbox"/> niedrig
Zeitschiene	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig (1-2 Jahre) <input checked="" type="checkbox"/> mittelfristig (2-4 Jahre) <input type="checkbox"/> langfristig

<b>Name</b>	<b>A5: Digitale Infrastruktur, Lebens- und Aufenthaltsqualität</b>
Verantwortlich, Partner	- Gemeinde Barleben

● Smart City Gemeinde Barleben ● Nachhaltigkeit, Naturverbundenheit ● Innovative Angebote



<b>Name</b>	<b>B1: Indoor Freizeitattraktion mit Strahlkraft</b>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>Ideen eine neue, innovative Indoor Sport- / Spielhalle:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Spiel-, Sport-, Challenge Halle, „Ninja Warrior Halle“, wo auch Gruppen, Vereine, Firmenteam gegeneinander antreten können</li> <li>– Woodward Halle: Indoor BMX Freestyle Camp, Indoor Skatepark (außen mit Pumptrack- und Skater-Anlage)</li> <li>– Thematisierte virtuelle Indoor-Schwarzlicht-Adventuregolf-Anlage</li> <li>– Indoor-Welle am Jersleber See, stehende Welle zum Surfen</li> <li>– Beispiele: glowingrooms.com, „Ninja Warrior Trainingshalle“ Erlangen, Rye Airfield Indoor Skate Park, Pumptrack.de</li> </ul> </li> <li>▶ Weitere eher niederschwellige Ideen: <ul style="list-style-type: none"> <li>– Fußballgolf</li> <li>– Natur-Bogenschießen-Parcours</li> <li>– Besondere Kletterelemente am Jersleber See</li> <li>– Kutschfahrten</li> </ul> </li> <li>▶ Weitere Outdoor-Ideen: <ul style="list-style-type: none"> <li>– „Crossfit-Box“: Standorte Campingplatz Jersleber See, Areal Technologiepark Ostfalen (CrossFit ist eine Wettkampfsport und eine Fitnessstrainingmethode, die unter anderem Gewichtheben, Sprinten, Eigengewichtsübungen sowie Turnen miteinander verbindet – als fester Raum oder „Pop-up Einheit)</li> </ul> </li> </ul>		
	<p>Dazu</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Prüfung möglicher Standorte: für größere digital-virtuelle E-Sportanlage z. B. im bzw. am Technologiepark Ostfalen, leerstehende Gebäude</li> <li>▶ Kleinere zusätzliche Freizeitangebote am Jersleber See</li> <li>▶ Freizeitanlagen-Potenzialstudie, Machbarkeitsstudie, Prüfen von möglichen Standorten; Finanzierungs- und Fördermöglichkeiten (privates Investment), Ansprache potenzieller Investoren</li> </ul>		
Leitmotiv	● ● ●		
Priorität	<input checked="" type="checkbox"/> hoch	<input checked="" type="checkbox"/> mittel	<input type="checkbox"/> niedrig
Zeitschiene	<input type="checkbox"/> kurzfristig (1-2 Jahre)	<input checked="" type="checkbox"/> mittelfristig (2-4 Jahre)	<input type="checkbox"/> langfristig
Verantwortlich, Partner	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gemeinde Barleben</li> <li>- Private Investoren</li> </ul>		

● Smart City Gemeinde Barleben ● Nachhaltigkeit, Naturverbundenheit ● Innovative Angebote

### 5.3.2 B2. Ausbau bestehender Beherbergungsbetriebe, neue, besondere Angebote

Name	<b>B2: Ausbau bestehender Beherbergungsbetriebe, neue, besondere Angebote</b>
Handlungsfeld	<input type="checkbox"/> Ortsbild, Infrastruktur, Mobilität <input checked="" type="checkbox"/> Betriebe, Einrichtungen <input type="checkbox"/> Angebote <input type="checkbox"/> Vermarktung, Vernetzung
Hintergrund	<p>Die Gemeinde Barleben verfügt über ein breites Beherbergungsangebot und dabei auch über große Kettenhotels und bedeutende familiengeführte Einzelhotels. Einige Hotels wollen (oder müssen) sich weiterentwickeln, wenn sie sich zukunftssicher aufstellen wollen. Dabei geht es vor allem auch um Angebote für privat motivierte Reisende (nicht nur Geschäftsreisende). Sie brauchen attraktive Übernachtungs-, Gastronomie-, Veranstaltungs- und auch Freizeitangebote – im Haus oder aber im Umfeld durch zuverlässige Kooperationspartner.</p>
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ mehr Umsätze und mehr Wertschöpfung im Übernachtungstourismus, Saisonverlängerung, längere Aufenthalte (auch privat motivierter Gäste)</li> <li>▶ mehr Auswahl, mehr Angebote für neue Zielgruppen</li> <li>▶ höhere Zufriedenheit der Gäste und auch die Einheimischen, die z. B. die Gastronomie oder Veranstaltungsangebote nutzen</li> <li>▶ innovative Ideen für mehr Attraktivität, Image stärken</li> </ul>
Nächste Schritte, Meilensteine	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>Ausbau der Bestandsbetriebe bzw. Abrundung der Angebote.</b> Konkrete Planungen sind, z. B.             <ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Hotel Sachsen-Anhalt:</b> zusätzliche Apartments, Außengastronomie, Biergarten mit Spielplatz</li> <li>– <b>Hotel Bördehof:</b> Streuobstwiese, Saffherstellung mit einer mobilen Mosterei für alle Interessierten der Region anlässlich der Süßen Tour, Entwicklung neuer Eigenveranstaltungen im Innen- und Außenbereich z.B. Sommerfest mit Live-Musik, Ausstellung landwirtschaftlicher Geräte.</li> </ul> </li> <li>▶ <b>Aufzeigen der Entwicklungspotenziale der bestehenden Betriebe</b> (Coaching, Unterstützung bei Förderanträgen): Ausbau Bettenkapazitäten, weitere Thematisierung, Erlebnisangebote schaffen</li> <li>▶ <b>Entwicklung von neuen besonderen Beherbergungsangeboten:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Besondere Mietangebote auf dem Campingplatz Jersleber See (bzw. angrenzenden Flächen, die geprüft werden können): Glamping-Angebote, Baumhäuser, Tiny Houses, Safari-/Tipi-Zelte</li> <li>– Kleines „Green Motel“ oder „Green Business Apartements“ am Natur- und Technologiepark Ostfalen (auf dem Gelände des Technologieparks Ostfalen).</li> <li>– Hausboot auf dem Jersleber See als „Honey Moon-Suite“ mit Solarpanel auf dem Dach zur Energiegewinnung</li> </ul> </li> </ul>

<b>Name</b>	<b>B2: Ausbau bestehender Beherbergungsbetriebe, neue, besondere Angebote</b>
Leitmotiv	● ●
Priorität	<input type="checkbox"/> hoch <input checked="" type="checkbox"/> mittel <input type="checkbox"/> niedrig
Zeitschiene	<input type="checkbox"/> kurzfristig (1-2 Jahre) <input checked="" type="checkbox"/> mittelfristig (2-4 Jahre) <input type="checkbox"/> langfristig
Verantwortlich, Partner	- Betriebe

● Smart City Gemeinde Barleben    ● Nachhaltigkeit, Naturverbundenheit    ● Innovative Angebote

### 5.3.3 B3. Innovative Betriebe: Coaching, Fördermittelberatung, Innovationsworkshops, Ideenwettbewerbe, „Pop-up“ Business

<b>Name</b>	<b>B3: Innovative Betriebe: Coaching, Fördermittelberatung, Innovationsworkshops, Ideenwettbewerbe, „Pop-up“ Business</b>
Handlungsfeld	<input type="checkbox"/> Ortsbild, Infrastruktur, Mobilität <input checked="" type="checkbox"/> Betriebe, Einrichtungen <input type="checkbox"/> Angebote <input type="checkbox"/> Vermarktung, Vernetzung
Hintergrund	Hotels und Pensionen müssen sich dem Thema Digitalisierung stellen. Dieses umfasst nicht mehr nur den Online-Kommunikation und Online-Vertrieb, sondern zieht sich heute durch alle betrieblichen Bereiche (digitale Zugangssysteme bzw. Smart-Zimmer, digitale Bezahlssysteme, Online Tischreservierung, digitale Warenwirtschaftssysteme, digitale Zeiterfassung bzw. Human Resources). Die Corona-Pandemie hat der Digitalisierung besonderen Schub gegeben, den es jetzt zu nutzen gilt, denn in jedem Bereich sind Kosteneinsparungspotenziale vorhanden. Dazu können auch Förderprogramme genutzt werden. Betriebe können sich über innovative Angebote profilieren.
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ neue Erlebnisse für den Gast schaffen</li> <li>▶ digitale touristische Betriebe und Gastbetriebe fördern</li> <li>▶ neue Ideen für mehr Nachhaltigkeit entwickeln und erkennbar umsetzen</li> <li>▶ durch neue innovative digitale Angebote neue Potenziale erschließen</li> </ul>
Nächste Schritte, Meilensteine	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ neue innovative Betriebe, z. B. im Einzelhandel: „digitaler Tag &amp; Nacht Supermarkt“ mit Auswahl an regionalen Produkten, 24/7 Einkaufsmöglichkeit mit digitalem Zahlvorgang (aktuelle Überlegungen)</li> <li>▶ neue Ideen durch die Leistungsanbieter in Ideenwerkstätten entwickeln, an außergewöhnlichen Veranstaltungsorten mit Fachbeiträgen von Experten zu neuen innovativen Möglichkeiten (hier Tourismusregionen einbinden)</li> <li>▶ neue smarte, nachhaltige Ideen in der (Außen-)Gastronomie einsetzen: z. B. Solar-Sonnenschirme</li> <li>▶ Neues erfinden - aus der „Ideenschmiede Barleben“, die auch in anderen Destinationen gut ankommen: z. B. ein selbstreinigenden Strandroboter</li> <li>▶ Preis für Nachhaltige, innovative Tourismusprojekte: Wettbewerbsaufruf, Preise ausloben (z. B. Design Thinking Workshop für das Unternehmen), Jury benennen, „Tourismuspreis“-Vergabe im Rahmen des Kreiswirtschaftsballs</li> <li>▶ Fördermöglichkeiten zur Digitalisierung von Betrieben kommunizieren.</li> </ul>
Leitmotiv	<span style="color: blue;">●</span> <span style="color: green;">●</span> <span style="color: purple;">●</span>
Priorität	<input type="checkbox"/> hoch <input checked="" type="checkbox"/> mittel <input type="checkbox"/> niedrig
Zeitschiene	<input type="checkbox"/> kurzfristig (1-2 Jahre) <input checked="" type="checkbox"/> mittelfristig (2-4 Jahre) <input type="checkbox"/> langfristig
Verantwortlich, Partner	- Gemeinde Barleben in enger Kooperation mit den Betrieben („Innovations- und Nachhaltigkeitsbeauftragter“ der Gemeinde)

● Smart City Gemeinde Barleben    ● Nachhaltigkeit, Naturverbundenheit    ● Innovative Angebote

### 5.3.4 B4. Infocenter Domäne Groß Ammensleben

<b>Name</b>	<b>B4: Infocenter Domäne Groß Ammensleben (Gemarkung Nedere Börde)</b>	
Handlungsfeld	<input type="checkbox"/> Ortsbild, Infrastruktur, Mobilität <input type="checkbox"/> Angebote	<input checked="" type="checkbox"/> Betriebe, Einrichtungen <input type="checkbox"/> Vermarktung, Vernetzung
Hintergrund	<p>Die Domäne Groß Ammensleben, in der Nachbargemeinde Nedere Börde, entstanden aus dem ehemaligen Wirtschaftshof des einstigen Benediktiner Klosters, wurde zum Festplatz des Ortes gestaltet und die Alte Schmiede zum touristischen Info-Center und zur Begegnungsstätte umgebaut. Die zum Ensemble gehörende ehemalige Klosterkirche St. Petrus und Paulus ist Teil der bedeutenden „Straße der Romanik“ und zieht auch überregionale sowie ausländische Gäste an.</p> <p>Durch die weitere Bespielung des Areals mit besonderen Veranstaltungen oder auch neue touristische Nutzungen in den aktuell noch leerstehenden Gebäuden könnte die Gemeinde Nedere Börde hier besondere Image- und Wertschöpfungspotenziale für sich erschließen - und so auch noch stärker zu einem wichtigen Ausflugsziel für die Barleber bzw. zum touristischen Ziel der Region werden. Im gemeinsamen IGEK wurde die Weiterentwicklung der Tourist-Information auf dem Domänen-Gelände zu einer gemeinsamen Tourist-Information dokumentiert. Dieses Ziel soll nun auch im vorliegenden Tourismuskonzept der Gemeinde Barleben explizit verankert werden.</p>	
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ neue Aufenthaltsqualität im Informationscenter Domäne Groß Ammensleben und mehr Möglichkeiten, die besonderen touristischen Themen zu präsentieren</li> <li>▶ beste Vernetzung mit den Ortschaften der Gemeinde Barleben, mit der Region</li> <li>▶ damit Unterstützung der Weiterentwicklung der Domäne Groß Ammensleben</li> </ul>	



<b>Name</b>	<b>B4: Infocenter Domäne Groß Ammensleben (Gemarkung Nedere Börde)</b>
Nächste Schritte, Meilensteine	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Entwicklung zu einer gemeinsamen Tourist Information bzw. Weiterentwicklung Informationscenter Domäne Groß Ammensleben (IGEK)</li> <li>▶ Gestaltung des Innenbereichs: Aufenthaltsbereich, Shop; Gestaltung des Außenbereichs: Sitzgelegenheiten, Beleuchtung; Zertifizierung mit i-Marke des Deutschen Tourismusverbandes</li> <li>▶ Info-Stelen zur Bereitstellung von Infos außerhalb der Öffnungszeiten; längere Öffnungszeiten an touristisch relevanten Tagen prüfen</li> <li>▶ Entwicklung der Radwegeverbindung zwischen Barleben und Groß Ammensleben (wenn das Konzept der Radschnellwege umgesetzt wird und die Domäne in Groß Ammensleben künftig mehr Frequenz anzieht). Einbindung des Standortes in die touristischen Routen und Achsen der Gemeinde Barleben</li> </ul>
Leitmotiv	●
Priorität	<input type="checkbox"/> hoch <input checked="" type="checkbox"/> mittel <input type="checkbox"/> niedrig
Zeitschiene	<input type="checkbox"/> kurzfristig (1-2 Jahre) <input checked="" type="checkbox"/> mittelfristig (2-4 Jahre) <input type="checkbox"/> langfristig
Verantwortlich	- <b>Gemeinde Nedere Börde</b> , Gemeinde Barleben, Domäne Groß Ammensleben

● Smart City Gemeinde Barleben ● Nachhaltigkeit, Naturverbundenheit ● Innovative Angebote

## 5.4 Projekte, Maßnahmen: C. Angebote

Nachfolgend werden Projekte und Maßnahmen vorgestellt, über die konkrete buchbare bzw. nutzbare Angebote entwickelt werden sollen.

### 5.4.1 C1. Veranstaltungen mit Strahlkraft, in den Ortsteilen, in der Mittellandhalle

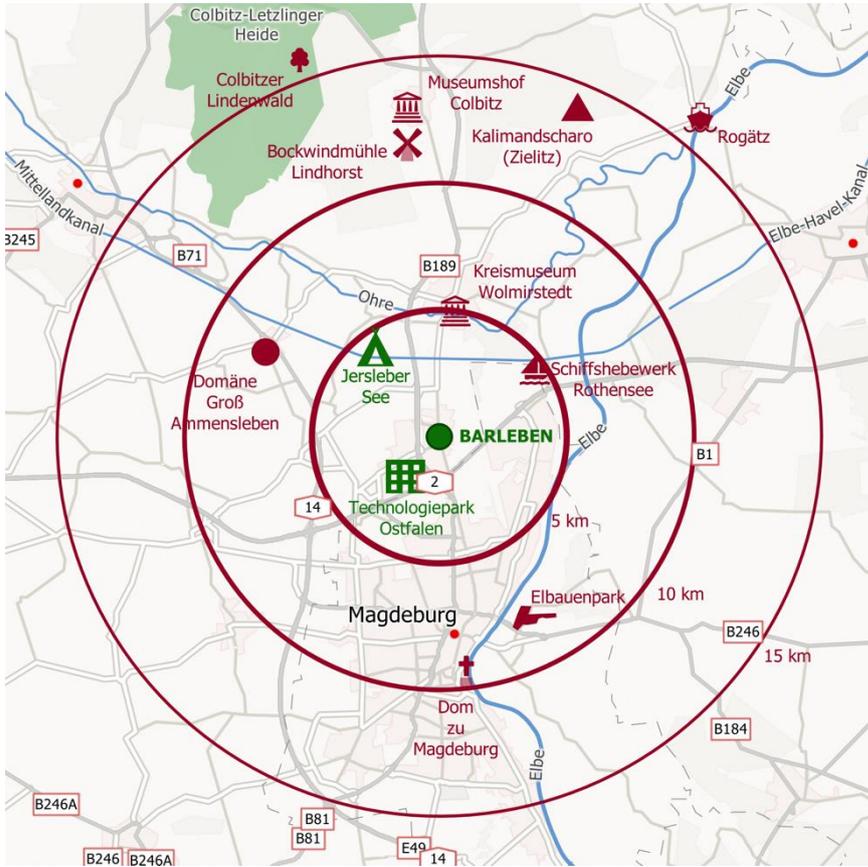
<b>Name</b>	<b>C1: Veranstaltungen mit Strahlkraft, in den Ortsteilen, in der Mittellandhalle</b>
<b>Handlungsfeld</b>	<input type="checkbox"/> Ortsbild, Infrastruktur, Mobilität <input type="checkbox"/> Betriebe, Einrichtungen <input checked="" type="checkbox"/> Angebote <input checked="" type="checkbox"/> Vermarktung, Vernetzung
<b>Hintergrund</b>	Aktuell gibt es in der Gemeinde Barleben kleinere Sport- und Vereinsveranstaltungen. Besondere Veranstaltungen wie das Schlittenhunderennen am Jersleber See wurden einmalig durchgeführt. Die Mittellandhalle wird als Sport- und Kulturzentrum für Events und als Mehrzweckhalle für Schul- und Freizeitsport, nationale und internationale Wettkampf- und Spielbetrieb genutzt. Die Multifunktionsräume sowie die beiden Besucherräume sind für Vereinssitzungen und Seminare geeignet.
<b>Ziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ bestehende Veranstaltungen stärken, mehr Zusammenarbeit und Aufgabenverteilung zwischen den Leistungsanbietern und Ortsteilen</li> <li>▶ mehr Ausflugs- und Übernachtungsgäste, höhere Umsätze, mehr Wertschöpfung generieren</li> <li>▶ die Mittellandhalle als regional und überregional bedeutsamen Veranstaltungsort etablieren</li> <li>▶ Reiseanlässe schaffen, neue Zielgruppen ansprechen, höhere Bekanntheit</li> <li>▶ touristischen Themen aufgreifen (Aktiv, Rad, Nachhaltigkeit „Smart City“), die Außenwahrnehmung verbessern und ein positives Image aufbauen</li> </ul>
<b>Nächste Schritte, Meilensteine</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>Veranstaltungen, Feste, Märkte:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Prüfen, welche bestehenden Events ausgebaut werden können</li> <li>– Weiterentwicklung besonderer, medienwirksamer Veranstaltungen (z. B. Schlittenhunderennen, besondere Sport- oder künftig auch Gaming-Events, Ostwestfalen-Tage 2.0)</li> </ul> </li> <li>▶ <b>Ideen für neue Events</b> (Konzepte entwickeln, Partner einbinden):             <ul style="list-style-type: none"> <li>– Barleber Kulturfestival</li> <li>– Kunst-Tage, Kunst-Wochen für Jugendclubs und Schulen zum Aufwerten des Ortsbildes, bemalen von Mauern, Stromkästen etc.</li> <li>– „Barleben leuchtet“, neues Format zur Darstellung der besonderen Orte in Barleben durch Lichtilluminationen</li> <li>– Regional-Markt, Wochenmarkt, regionale Produkte (Nachhaltigkeit)</li> </ul> </li> </ul>

<b>Name</b>	<b>C1: Veranstaltungen mit Strahlkraft, in den Ortsteilen, in der Mittellandhalle</b>
	▶ <b>Veranstaltungskonzept für Qualität und Nachhaltigkeit für alle Beteiligten</b>
	▶ <b>Veranstaltungen in der Mittellandhalle:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Weitere Wettkampfformate und große Turniere entwickeln und durchführen: z. B. Wettkämpfe für Kinder, Jugendgruppen, Fußball Turniere „Barleben Pokal“, Anmeldung auch von privaten Mannschaften, Firmen</li> <li>– Ideen für neue Formate: besondere Sport- oder Gaming-Events, Ninja-Warrior Events in Verbindung mit dem Trimm-Dich-Pfad (Wettbewerb mit Preis und Siegerehrung)</li> <li>– Multifunktionsräume für Business Events und Tagungen stärker vermarkten</li> </ul>
Leitmotiv	●
Priorität	<input type="checkbox"/> hoch <input checked="" type="checkbox"/> mittel <input type="checkbox"/> niedrig
Zeitschiene	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig (1-2 Jahre) <input checked="" type="checkbox"/> mittelfristig (2-4 Jahre) <input type="checkbox"/> langfristig
Verantwortlich, Partner	- Gemeinde Barleben, Betriebe, Vereine

● Smart City Gemeinde Barleben    ● Nachhaltigkeit, Naturverbundenheit    ● Innovative Angebote

#### 5.4.2 C2. Buchbare, vernetzte Angebote für Individualgäste, Gruppen, Tagungsgäste (Erlebnisse, Touren u. ä.)

<b>Name</b>	<b>C2: Buchbare, vernetzte Angebote für Individualgäste, Gruppen, Tagungsgäste (Erlebnisse, Touren u. ä.)</b>
Handlungsfeld	<input type="checkbox"/> Ortsbild, Infrastruktur, Mobilität <input type="checkbox"/> Betriebe, Einrichtungen <input checked="" type="checkbox"/> Angebote <input type="checkbox"/> Vermarktung, Vernetzung
Hintergrund	Um künftig nicht nur für Geschäftsreisende, sondern auch für Touristen, Gruppen oder Tagungen interessant zu sein, sind neue Angebotsideen wichtig, die allerdings auch schnell und unkompliziert organisiert werden können.
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ neue Reiseanlässe für Erst- und Wiederholungsbesuche schaffen</li> <li>▶ neue Zielgruppen- und Umsatzpotenziale erschließen</li> <li>▶ Zusammenarbeit zwischen den Gastgebern / Freizeitanbietern vor Ort stärken</li> </ul>
Nächste Schritte, Meilensteine	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>für die Freizeitgestaltung oder Rahmenprogramme gemeinsam mit Partnern neue buchbare bzw. „organisierbare“ Angebote für kleine und größere Gruppen und Tagungsgäste</b> – auch gemeinsam mit Partnerbetrieben entwickeln</li> <li>▶ Beispiele für gebündelte Angebote, Incentives, Pakete: <ul style="list-style-type: none"> <li>– Team-Building Angebote (z. B. gemeinsam Kochen und Grillen für Firmen, Vereine, Gruppen, im Hotel Bördehof: Outdoor-Kitchen / Open Air Barbecue)</li> <li>– Firmen-/Gruppen Sport-Events / „Olympiade“ mit ganz besonderen Sportarten, gastronomischen Angeboten wie Barbecue, Lagerfeuer</li> <li>– Rad-Touren mit Lunch-/Picknick-Paket von regionalen Erzeugern und besonderen Erlebnissen unterwegs</li> <li>– spezielle Thementouren mit Einbindung der Betriebe der Routen (regionale Produkte, Höfetour, „Natur + Hightech“)</li> <li>– gemeinsame Herstellung von Produkten zum Mitnehmen (Säfte, Marmeladen, Handwerksarbeiten)</li> <li>– besondere thematische Feste mit Musik und Tanz</li> </ul> </li> <li>▶ Entwicklung z. B. im Rahmen eines Tourismusstammtisches oder einer Produktwerkstatt: Ideenentwicklung, Ausarbeitung der Pakete, Vermarktungs Ideen, Festlegung der Preise, Buchungsbedingungen, regelmäßige Treffen zur Abstimmung neuer Ideen, gemeinsame Vermarktung (Betriebe, Gemeinde)</li> <li>▶ Kombi-Angebote mit besonderen Zusatzleistungen erstellen wie z.B. bei Anmietung eines e-Bikes gibt es einen Getränkegutschein im Hotel / Ausflugslokal</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>Entwicklung von Thementouren, Paketen</b> für Individualgäste und kleinere Gruppen (auch im Zusammenhang mit dem Projekt „A3: Radtourismus-Angebot: innovative Radwege, Touren, Achsen“)</li> </ul>

<p><b>Name</b></p>	<p><b>C2: Buchbare, vernetzte Angebote für Individualgäste, Gruppen, Tagungsgäste (Erlebnisse, Touren u. ä.)</b></p>
	<p>▶ Mit und ohne Übernachtung, mit Natur- und Kulturerlebnissen bzw. besonderen Ausflugszielen und immer auch mit Einbindung von Ausflugsgastronomie. Die unten dargestellte Karte soll die Planung solcher Touren und Pakete erleichtern (und kann selbstverständlich durch weitere interessante „Point of Interest“ ergänzt werden). Wichtig ist, dass die neu entwickelten Angebote wiederum in die Plattformen der Tourismuspartner und die interaktiven Tourenplaner eingepflegt werden.</p>  <p>Quelle: ift auf Basis QGIS</p>
<p><b>Leitmotiv</b></p>	<p>●</p>
<p><b>Priorität</b></p>	<p><input type="checkbox"/> hoch <input checked="" type="checkbox"/> mittel <input type="checkbox"/> niedrig</p>
<p><b>Zeitschiene</b></p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig (1-2 Jahre) <input checked="" type="checkbox"/> mittelfristig (2-4 Jahre) <input type="checkbox"/> langfristig</p>
<p><b>Verantwortlich</b></p>	<p>- Betriebe</p>

● Smart City Gemeinde Barleben ● Nachhaltigkeit, Naturverbundenheit ● Innovative Angebote

### 5.4.3 C3. „Süße Angebote“, Angebote Radfahrer

<b>Name</b>	<b>C3: „Süße Angebote“, Angebote Radfahrer</b>
Handlungsfeld	<input type="checkbox"/> Ortsbild, Infrastruktur, Mobilität <input type="checkbox"/> Betriebe, Einrichtungen <input checked="" type="checkbox"/> Angebote <input type="checkbox"/> Vermarktung, Vernetzung
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Zugehörigkeit zur „Süßen Tour“ herstellen (führt aktuell an Barleben vorbei); regionale Bekanntheit nutzen, mehr Tagesgäste, touristische Partner stärken</li> </ul>
Nächste Schritte, Meilensteine	<p><b>Entwicklung von „süßen Produkten“</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>z. B. in einer Schaubäckerei</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– „Gläserne“ Bäckerei, Schaufenster in die Backstube der Bäckerei Düsedau (aktuell in Planung); dazu auch Weiterentwicklung Café an bzw. in der Bäckerei oder in der Mühle mit Außenbereich auf dem Hof und angrenzendem Hofladen, Angebote wie Frühstücksbuffet am Wochenende</li> <li>– Hofladen mit Verkauf von süßen Produkten, eigene Kreation eines „Barleben Gebäcks“, Marmelade, Likör ggf. „Mühlenbäcker Likör“</li> <li>– Ideen für Veranstaltungen: Tag der offenen Tür, Führungen für Schulgruppen, um den Beruf des Bäckers kennenzulernen, Mühlentag mit Führung bzw. Besuch der Mühle sowie Fest mit Produkten aus der Herstellung</li> </ul> </li> <li>▶ z. B. <b>Säfte und Marmeladen im Streuobstgarten im Hotel Bördehof</b> aus alten Obstsorten (vielleicht mit einer Schau- oder Mitmachmosterei)</li> <li>▶ <b>Tourenplanung zur Einbindung in die „Süße Tour“</b> als attraktiver Zwischenstopp / „Abstecher“, in enger Abstimmung mit dem Magdeburger Tourismusverband Elbe-Börde-Heide</li> <li>▶ <b>Einbindung, Branding weiterer „süßer“ Stationen</b> (Eiscafé, weitere Bäckereien)</li> </ul>
Leitmotiv	●
Priorität	<input type="checkbox"/> hoch <input checked="" type="checkbox"/> mittel <input type="checkbox"/> niedrig
Zeitschiene	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig (1-2 Jahre) <input checked="" type="checkbox"/> mittelfristig (2-4 Jahre) <input type="checkbox"/> langfristig
Verantwortlich, Partner	- Betriebe

● Smart City Gemeinde Barleben    ● Nachhaltigkeit, Naturverbundenheit    ● Innovative Angebote



<b>Name</b>	<b>C4: Kultur-, Bildungsangebot: Weiterentwicklung der Heimatstuben</b>
	<p>Monat von 14 Uhr bis 16 Uhr gibt es den „Kaffeeklatsch opp Platt“, dienstags von 15.30 Uhr trifft sich der Chor der Mühlensänger.</p> <p>An allen drei Standorten wird mit großem ehrenamtlichem Engagement am Erhalt der dörflichen Kultur und Geschichte gearbeitet. Das Angebot kann allerdings aufgrund der eingeschränkten finanziellen und personellen Ressourcen nur selten zugänglich gemacht und präsentiert werden.</p>  <p>Quelle Fotos: Heimatverein, Frau Kriege</p>
<b>Ziele</b>	<p>Aktuell gibt es drei Heimatstuben mit verschiedenen Angeboten. Diese sollen zukünftig weiterentwickelt, die Angebote ausgebaut und besser kommuniziert werden. Jeder Ortsteil soll hier seinen würdigen Platz in der Ausstellung finden.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Bewahrung der Heimatgeschichte</li> <li>▶ Stärkung von Identifikation, Heimatstolz für die Bürger</li> <li>▶ Künftiger außerschulischer Lernort für Schulklassen</li> <li>▶ Erhöhung der Anziehungskraft für Gäste</li> <li>▶ Synergien im Betrieb, bei Eigenveranstaltungen, ggf. Vermietungsangebote</li> </ul>
<b>Nächste Schritte, Meilensteine</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Konzept-, Machbarkeitsstudie zur Weiterentwicklung der Heimatstuben, mit Prüfung der Standorte, Ausstellungs-, Nutzungskonzept, Wirtschaftlichkeitsbetrachtungen, Ausloten von Fördermitteln, Suche nach Förderern</li> <li>▶ neue Ausstellungskonzepte, Methoden (auch digitale, visuelle Angebote)</li> <li>▶ Ausbau der Motormühle zur Darstellung des Bäcker-Handwerkes</li> <li>▶ Veranstaltungen wie den Mühlentag und den Trachten-Umzug stärker bewerben, darstellen des Bäcker-Handwerkes mit Führungen (Schulklassen)</li> <li>▶ neue Veranstaltungsformate etablieren, Kulturveranstaltungen wie Konzerte, Kabarett, Tanzfeste sowie Theater entwickeln und durchführen, Bau einer Veranstaltungsbühne</li> </ul>
<b>Leitmotiv</b>	<span style="color: blue;">●</span> <span style="color: green;">●</span>
<b>Priorität</b>	<input type="checkbox"/> hoch <input checked="" type="checkbox"/> mittel <input type="checkbox"/> niedrig
<b>Zeitschiene</b>	<input type="checkbox"/> kurzfristig (1-2 Jahre) <input checked="" type="checkbox"/> mittelfristig (2-4 Jahre) <input type="checkbox"/> langfristig
<b>Verantwortlich, Partner</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gemeinde Barleben</li> <li>- Heimatvereine</li> </ul>

● Smart City Gemeinde Barleben   
 ● Nachhaltigkeit, Naturverbundenheit   
 ● Innovative Angebote

## 5.5 Projekte, Maßnahmen: D. Vermarktung, Vernetzung

Diese Projekte und Maßnahmen sollen dazu führen, dass die Gemeinde Barleben noch stärker als bisher als touristische Destination und als Teil der Region wahrgenommen wird. Dazu soll insbesondere die (touristische) Webseite ausgebaut, der Social Media-Auftritt weiterentwickelt und das Informationsangebot in den touristischen Content-Netzwerken und in den interaktiven Tourenplannern besser gepflegt werden.

### 5.5.1 D1. Weiterentwicklung der (touristischen) Website, Content-Netzwerk

<b>Name</b>	<b>D1: Weiterentwicklung der (touristischen) Website, Content-Netzwerk</b>
Handlungsfeld	<input type="checkbox"/> Ortsbild, Infrastruktur, Mobilität <input type="checkbox"/> Betriebe, Einrichtungen <input type="checkbox"/> Angebote <input checked="" type="checkbox"/> Vermarktung, Vernetzung
Hintergrund	Die touristische Vermarktung erfolgt aktuell über die Website der Gemeinde Barleben, für den Campingplatz Jersleber See wird eine eigene Website gepflegt. Auf beiden Websites ist der Content optimierungsbedürftig und es fehlen wichtige Tools wie zum Beispiel die Einbindung interaktiver Tourenplaner. Auch der Content in den Plattformen der touristischen Partner der Region ist ausbaufähig.
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Noch mehr und bessere Kommunikation und Wahrnehmung der Gemeinde Barleben und der touristischen Angebote, Einrichtungen und Veranstaltungen vor allem im Internet</li> <li>▶ bessere Vermarktung des touristischen Sondergebietes Jersleber See</li> </ul>
Nächste Schritte, Meilensteine	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ neuer, möglichst eigenständiger Auftritt, der nicht in die (eher starre) städtische Webseite integriert ist.</li> <li>▶ <u>eine</u> attraktive touristische Webseite von Gemeinde und Jersleber See</li> <li>▶ Profilierung bzw. Themen für Tourismus und Freizeit klar herausstellen</li> <li>▶ Emotionale visuelle Gestaltung mit Bildern, Bewegtbildern, Luftaufnahmen / Drohnenflug über das Naturareal am Steinbruch / TPO, über den Jersleber See, am Mittellandkanal</li> </ul>
Leitmotiv	●
Priorität	<input type="checkbox"/> hoch <input checked="" type="checkbox"/> mittel <input type="checkbox"/> niedrig
Zeitschiene	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig (1-2 Jahre) <input checked="" type="checkbox"/> mittelfristig (2-4 Jahre) <input type="checkbox"/> langfristig
Verantwortlich, Partner	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gemeinde Barleben</li> <li>- Verlinkung der Gemeindeseite von den Websites der Betriebe</li> </ul>

● Smart City Gemeinde Barleben    ● Nachhaltigkeit, Naturverbundenheit    ● Innovative Angebote

### 5.5.2 D2. Social-Media-Kanäle

<b>Name</b>	<b>D2: Social-Media-Kanäle</b>
Handlungsfeld	<input type="checkbox"/> Ortsbild, Infrastruktur, Mobilität <input type="checkbox"/> Betriebe, Einrichtungen <input type="checkbox"/> Angebote <input checked="" type="checkbox"/> Vermarktung, Vernetzung
Hintergrund	Der Facebook-Auftritt der Gemeinde Barleben richtet sich vor allem an Bürger. Die Informationen für Tourismus und Freizeit bzw. der Austausch dazu ist begrenzt.
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ mehr Bekanntheit / Reichweite durch die stärkere Nutzung der Social-Media-Kanäle der Gemeinde</li> <li>▶ Marketing über die Social-Media-Plattformen der Gemeinde unterstützen (und stärker emotionalisieren)</li> <li>▶ mehr Interaktion mit Einheimischen, aber auch Gästen</li> <li>▶ mehr Weiterempfehlungen</li> </ul>
Nächste Schritte, Meilensteine	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Eigenständige touristische Auftritte von Barleben eher mittelfristig zu prüfen, ggf. im Zusammenhang mit der Weiterentwicklung am Jersleber See. Dann Fokus auf Facebook, YouTube, Instagram mit den Themen Natur, Natur + High-tech, Sport &amp; Freizeit, Ausflugsziele</li> <li>▶ Informationen zu Veranstaltungen</li> <li>▶ Fotos und Informationen von (touristischen) Angeboten</li> <li>▶ Präsentation neuer, innovativer, nachhaltiger Angebote</li> <li>▶ Vorstellung von Gastgebern, Freizeitanbietern, Produzenten</li> </ul>
Leitmotiv	●
Priorität	<input type="checkbox"/> hoch <input checked="" type="checkbox"/> mittel <input type="checkbox"/> niedrig
Zeitschiene	<input type="checkbox"/> kurzfristig (1-2 Jahre). <input checked="" type="checkbox"/> mittelfristig (2-4 Jahre) <input type="checkbox"/> langfristig
Verantwortlich, Partner	- Gemeinde Barleben

● Smart City Gemeinde Barleben   ● Nachhaltigkeit, Naturverbundenheit   ● Innovative Angebote



## 5.6 Organisation, Kooperation

### 5.6.1 E1. Ressourcen und Strukturen für die künftige Tourismusarbeit in der Gemeinde Barleben

<b>Name</b>	<b>E1: Ressourcen und Strukturen für die künftige Tourismusarbeit in der Gemeinde Barleben</b>
<b>Ziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Tourismusarbeit in der Gemeinde Barleben weiter professionalisieren und stärken; mehr Planungssicherheit für den Tourismusbereich, Ressourcen für touristische Projekte</li> <li>▶ Tourismusbewusstsein in der Gemeinde weiter stärken, Rolle des Tourismus als wichtigen Wirtschaftsfaktor aufzeigen</li> </ul>
<b>Nächste Schritte, Meilensteine</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ im ersten Schritt mögliche Förderung für Infrastruktur- und Netzwerkprojekte und vor allem auch die mögliche Förderung einer befristeten Personalstelle über Förderprogramme wie LEADER, ESF u. a. prüfen (z. B. für Projekte wie die Entwicklung touristischer digitaler Infostelen in der Gemeinde Barleben und im Landkreis Börde, zur Entwicklung der Radrouten und -touren oder auch für das Coaching und die Schulung der touristischen Betriebe in Sachen Digitalisierung, Nachhaltigkeit und Innovation.</li> <li>▶ im zweiten Schritt die angestrebte befristete Projektstelle langfristig fest in der Gemeindeverwaltung verankern und dafür künftig jährliche Haushaltsmittel für die touristische Aufgabenwahrnehmung der Gemeinde Barleben (und des Touristischen Sondergebietes Jersleber See) bereitstellen.</li> <li>▶ mindestens 0,5 bis 1,0 VZ-Stelle für Tourismusaufgaben, Tourismusförderung, Projektentwicklung, Tourismusmarketing, Kooperationen</li> <li>▶ Tourismusarbeit der Gemeinde Barleben inhaltlich und im Hinblick auf die personellen Ressourcen eng mit dem Tourismusmarketing des Campingplatzes Jersleber See verknüpfen (bzw. zusammen über den künftigen Betrieb am Jersleber See managen).</li> <li>▶ künftig regelmäßige Berichterstattung in den Gremien und in Gemeinderatssitzungen zum Umsetzungsstand des Tourismuskonzeptes und neue Projekte</li> </ul>
<b>Priorität</b>	<input checked="" type="checkbox"/> hoch <input type="checkbox"/> mittel <input type="checkbox"/> niedrig
<b>Zeitschiene</b>	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig (1-2 Jahre) <input type="checkbox"/> mittelfristig (2-4 Jahre) <input type="checkbox"/> langfristig
<b>Verantwortlich, Partner</b>	- Gemeinde Barleben

5.6.2 E2. Stärkung der touristischen Kooperationen (in der Gemeinde mit den Nachbargemeinden und der Region), Kooperationsmarketing

<b>Name</b>	<b>E2: Stärkung der touristischen Kooperationen (in der Gemeinde mit den Nachbargemeinden und der Region), Kooperationsmarketing</b>
<b>Ziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ stärkere und aktive Kooperationen mit den touristischen Partnern in der Gemeinde, mit den Nachbargemeinden, in der Region</li> <li>▶ Synergien bei der touristischen Angebotsentwicklung und Vermarktung, höhere Reichweite bei den touristischen Marketingmaßnahmen</li> <li>▶ Bessere Wahrnehmung der Gemeinde Barleben als touristisches Ziel, für Tages- und Übernachtungstourismus</li> </ul>
<b>Nächste Schritte, Meilensteine</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>Kooperation innerhalb der Gemeinde und den Nachbargemeinden</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Tourismusstammtisch, ERFA-Gruppe o. ä. aufbauen und einen regelmäßigen Austausch mit touristischen Betrieben und Einrichtungen in der Gemeinde Barleben und in den Nachbargemeinden pflegen.</li> <li>– konkrete Projekte bzw. Projektgruppen (temporär) einsetzen, die sich z. B. um die Entwicklung vernetzter Angebote, neuer Veranstaltungsformate und deren Vermarktung kümmern</li> <li>– Angebotskooperation (Gastronomie, regionale Produzenten)</li> <li>– Innovationsangebote, Wettbewerbe, Coaching etc. (siehe B3) in der Kooperation entwickeln, gemeinsam Partner suchen</li> </ul> </li> <li>▶ <b>Kooperation innerhalb der Region</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– mehr und besserer Content an die Partner, Bilder / Bewegtbilder, „Stories“, buchbare Angebote an die touristischen Verbände. Für die regelmäßige Erstellung und Lieferung von Content sind personelle Ressourcen erforderlich (siehe E1).</li> <li>– aktive Beteiligung an Marketingkooperationen, -aktionen der Tourismusorganisationen (Magdeburg Marketing Kongress und Tourismus GmbH MMKT / Tourist-Information Magdeburg, Magdeburger Tourismusverband Elbe-Börde-Heide e. V., Tourismusverband Colbitz-Letzlinger-Heide e. V., Blaues Band e.V.)</li> </ul> </li> <li>▶ <b>Kooperationsprojekte</b> wie z. B. touristische Infostelen für den gesamten Landkreis bzw. die Reiseregion (ähnlich wie z. B. im Landkreis Spree – dort Koordination über den Landkreis, Finanzierung / 90% Förderung über das Land, 10% Eigenanteil der Kommunen); Inhalte über die künftige zentrale Content-, POI-Datenbank des Landes. Die Gemeinde Barleben kann sich hier aktiv einbringen (dazu Austausch Magdeburger Tourismusverband Elbe-Börde-Heide e. V. und dem Landkreis Börde über bestehende Projektplanungen).</li> </ul>

<b>Name</b>	<b>E2: Stärkung der touristischen Kooperationen (in der Gemeinde mit den Nachbargemeinden und der Region), Kooperationsmarketing</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>Thematische Kooperationen:</b> besonders innovative Unternehmen (TPO), besondere nachhaltige Unternehmen, Partner im Bereich Natur, e-Mobilität, regionale Produkte o. ä.</li> </ul>
Priorität	<input checked="" type="checkbox"/> hoch <input type="checkbox"/> mittel <input type="checkbox"/> niedrig
Zeitschiene	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig (1-2 Jahre) <input type="checkbox"/> mittelfristig (2-4 Jahre) <input type="checkbox"/> langfristig
Verantwortlich, Partner	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gemeinde Barleben</li> <li>- Betriebe</li> </ul>

### 5.6.3 E3: Innovations- und Nachhaltigkeitsmonitor Gemeinde Barleben

<b>Name</b>	<b>E3: Innovations- und Nachhaltigkeitsmonitor Gemeinde Barleben</b>
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Neue Ideen für mehr Innovationen und Nachhaltigkeit in Tourismus und Gastgewerbe „monitoren“ und immer wieder neue Impulse geben</li> <li>▶ Dazu eine zentrale Anlaufstelle in der Gemeinde, an der diese Ideen zusammenlaufen und die eine gewisse Coaching- und Kontaktfunktion übernimmt (z. B. künftige Tourismusstelle oder andere Stelle in der Verwaltung)</li> </ul>
Nächste Schritte, Meilensteine	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Konzept entwickeln, Partner gewinnen</li> <li>▶ Fördermittel prüfen</li> <li>▶ Erste Aktivitäten vorbereiten: Veranstaltungen, Wettbewerbsaufrufe, Coaching-Angebote</li> </ul>
Priorität	<input checked="" type="checkbox"/> hoch <input type="checkbox"/> mittel <input type="checkbox"/> niedrig
Zeitschiene	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig (1-2 Jahre) <input type="checkbox"/> mittelfristig (2-4 Jahre) <input type="checkbox"/> langfristig
Verantwortlich, Partner	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gemeinde Barleben</li> <li>- Betriebe</li> </ul>

**Anlage: Wettbewerber in ausgewählten Segmenten: Freizeitangebote im Raum Magdeburg**

**Tabelle 5: Sport-, Spiel- und Freizeitangebote Magdeburg und Umgebung**

Indoorspielplätze MD / Umgebung	Profil
<p><b>Leo's Abenteuerland Hohe Börde</b></p>  <p>www.leos-abenteuerland.de</p>	<p><u>Standort:</u> ElbePark Hohe Börde <u>Entfernung Jersleber See:</u> circa 20 km</p> <p><u>Angebot:</u> Spielturm, Trampolin, Kleinkinder-Bereich, Hüpfburgen, Klettervulkan, Leos Restaurant</p> <p><u>Preise 2020:</u> Kinder ab 5,50 €, Erwachsene 3,- €</p>
<p><b>ALM Abenteuerland Magdeburg</b></p>  <p>www.alm-md.de</p>	<p><u>Standort:</u> Magdeburg Stadtteil Neue Neustadt <u>Entfernung Jersleber See:</u> circa 15 km</p> <p><u>Angebot:</u> Klettern, Bouldern, verschiedene Spielgeräte wie Bälle, Trampoline, Pedalos, „MagdeBurg“ zum Klettern</p> <p><u>Preise 2020:</u> Kinder ab 3 Jahren 5,- €, Erwachsene 5,- €</p>
<p><b>Indoorspielplatz MaxiMax MD</b></p>  <p>www.maximax.de</p>	<p><u>Standort:</u> Magdeburg Sudenburg <u>Entfernung Jersleber See:</u> circa 20 km</p> <p><u>Angebot:</u> Bällebad, Rutschen, Fun-Park, Kletterwand, Trampoline</p> <p><u>Preise 2020:</u> Kind 8,50 €, Erwachsener 3,50 €</p>
<p><b>Schatzhöhle Kinderhallenspielplatz Magdeburg</b></p>  <p>www.schatzhoehle.com</p>	<p><u>Standort:</u> Magdeburg Schmölln <u>Entfernung Jersleber See:</u> circa 23 km</p> <p><u>Angebot:</u> Rollenrutsche, Playground, Softmountain, Hüpfburg, Kleinkinderbereich, Snappy Affe, Elektrobahn (Rennwagenbahn), Trampolinanlage, Airhockeytische, Tischtennisplatten, Kicker, Fußballfeld, Steilrutsche, Außenanlage mit Wasserrutsche, Paddelteich mit Booten</p> <p><u>Preise 2020:</u> Kleinkinder bis 3 Jahre 5,- €, Kinder bis 18 Jahre 7,- €, Erwachsene 5,50 €</p>
<p><b>Bloeschmiede Boulderhalle MD</b></p> 	<p><u>Standort:</u> Magdeburg <u>Entfernung Jersleber See:</u> circa 14 km</p> <p><u>Angebot:</u> Schnupperkurse, Personal Training, besondere Veranstaltungen wie Boulder Cup</p> <p><u>Preise 2020:</u> verschiedene Preise je Kurs: Schnupperkurs, Grundlagenkurs, Jugendgruppe, Intensivkurs, Personaltraining</p>

Indoorspielplätze MD / Umgebung	Profil
<p><a href="http://www.bloeschmiede-boulderhalle.de">www.bloeschmiede-boulderhalle.de</a></p>	
<p><b>SkyFly am Flora Park Magdeburg</b></p>  <p><a href="http://www.skyfly-magdeburg.de">www.skyfly-magdeburg.de</a></p>	<p><u>Standort:</u> Magdeburg <u>Entfernung Jersleber See:</u> circa 15 km  <u>Angebot:</u> 30 zusammenhängende Trampoline auf dem Maincourt, Basketball, Big Air Bag, Tumbling Lane, Ninja Parcour, Battle Beam, Dodge Ball, Flying Break  <u>Preise 2020:</u> verschiedene Preise je Kurs: Schnupperkurs, Grundlagenkurs, Jugendgruppe, Intensivkurs, Personaltraining</p>

Outdoorspielplätze MD / Umgebung	Profil
<p><b>Outdoor Kletterpark Elbauenpark-</b></p>  <p><a href="http://www.elbauenpark.de">www.elbauenpark.de</a></p>	<p><u>Standort:</u> Elbauenpark Magdeburg <u>Entfernung Jersleber See:</u> circa 18 km  <u>Angebot:</u> Rutsche, Riesenseilrutsche ElbauenZip, Kletterparcours und Ebenen mit verschiedenen Schwierigkeitsgraden  <u>Preise 2020:</u> Kinder ab 6 Jahren 10,- €, Erwachsene 17,- €  <a href="http://www.kletterpark-magdeburg.de">http://www.kletterpark-magdeburg.de</a></p>
<p><b>Seilgarten Magdeburg</b></p>  <p><a href="http://www.seilgarten-magdeburg.de">www.seilgarten-magdeburg.de</a></p>	<p><u>Standort:</u> Magdeburg, in der Nähe vom Zoologischen Garten Magdeburg <u>Entfernung Jersleber See:</u> circa 15 km  <u>Angebot:</u> erlebnispädagogischer Niedrig- und Hochseilgarten  <u>Preise 2020:</u> pro Person ohne Klettern 12,- €, mit Klettern 17,- €, Teamtraining 25,- €</p>
<p><b>Skatepark Rotehorn Magdeburg</b></p>  <p><a href="https://spielplatznet.de/spielplatz/26258/Magdeburg/Skatepark%20Rotehorn">https://spielplatznet.de/spielplatz/26258/Magdeburg/Skatepark%20Rotehorn</a></p>	<p><u>Standort:</u> Magdeburg, in der Nähe der Stadthalle Magdeburg <u>Entfernung Jersleber See:</u> circa 20 km  <u>Angebot:</u> Skatepark aus Beton mit Elementen für Anfänger und Profis wie z.B. Pool und Rampen  <u>Preise 2020:</u> öffentlich, keine Eintrittspreise</p>