



Echt schön.

SACHSEN-ANHALT



HIER

INVESTIERT
DIE WELT.



SACHSEN-ANHALT

Investitions- und
Marketinggesellschaft

NETZWERKTAGUNG MUSIKLAND SACHSEN-ANHALT 2024 PANEL 1 // MUSIK & TOURISMUS

MUSIK ALS TOURISMUSFAKTOR

www.saint.tech





HIER

INVESTIERT
DIE WELT.



SACHSEN-ANHALT

Investitions- und
Marketinggesellschaft

MUSIK KANN EINE TIEFGREIFENDE UND VIELSEITIGE WIRKUNG AUF DEN TOURISMUS EINER REGION HABEN.

(CHAT GPT)

www.saint.tech



Musikfestivals und Veranstaltungen

- **musikalische Events sind touristische Anziehungspunkte**
- **bekannte Festivals ziehen jedes Jahr Tausende von Besuchern an**
- **Veranstaltungen beleben die lokale Wirtschaft durch erhöhte Hotelbuchungen, Restaurantbesuche und Ausgaben für Transport und Unterhaltung**
- **Touristen kommen nicht nur wegen der Musik, sondern auch, um das kulturelle Umfeld zu erleben**

Wirtschaftliche Vorteile

- **Musikveranstaltungen führen zu einer erheblichen wirtschaftlichen Wertschöpfung**
- **Regionen profitieren von direkten Einnahmen durch Tickets und Unterkunft, etc.**
- **durch langfristige Effekte die Bekanntheit erhöhen werden und eine Nachfrage gesteigert**
- **positiver Beitrag zum nachhaltigen Tourismus ohne negative Beeinflussung von lokaler Kultur**
- **kleine, lokale Musikfestivals sind eng mit der Gemeinschaft verbunden**
- **Einbeziehung von kleinen, lokalen Musikern, Künstlern und Unternehmen**

Wirtschaftliche Vorteile

- **Musikveranstaltungen bieten gute Kooperationsmöglichkeiten für lokale Unternehmen**
 - _ Restaurants, Bars, Geschäfte und Handwerker profitieren direkt
 - _ Zusammenarbeit mit lokalen Lieferanten und Dienstleistungen
 - _ touristische Angebote der Regionen werden erweitert und diversifiziert
 - _ Musikveranstaltungen können zusätzliche Reiseanlässe bieten
 - _ ländliche Gebiete / weniger bekannte Städte profitieren vom Musik- und Kulturtourismus
 - _ Musik hilft, sich zu positionieren und ein unverwechselbares Image zu schaffen
 - _ Berlin (elektronische Musik), New Orleans (für Jazz)
- **Markenaufbau - Identifikation mit einer bestimmten Musikrichtung kann eine Region langfristig auf der internationalen Tourismuskarte etablieren...**

Musik als Marketinginstrument

- **Musik kann als starkes Marketinginstrument eingesetzt werden**
- **Tourismusbehörden nutzen Musikvideos, Songs und Musiker, um ihre Region zu bewerben**
- **Musik kann Emotionen hervorrufen und eine besondere Verbindung zu einer Region schaffen, was das Interesse von Touristen verstärken kann**

- **Insgesamt kann Musik dazu beitragen**
 - **Bekanntheit und Attraktivität einer Region zu steigern**
 - **die Wirtschaft anzukurbeln**
 - **das kulturelle Erbe zu bewahren**
 - **spielt eine zentrale Rolle, Touristen anzulocken und das Reiseerlebnis zu bereichern**

Musik als Marketinginstrument

- **Musikfestivals und -veranstaltungen haben starken emotionalen Einfluss auf Teilnehmer**
 - langfristigen Bindung und „Wiederholungstäter“ - auch wenn keine Veranstaltung stattfindet
 - Wiederholungsbesucher und positive Mundpropaganda fördern
- **private und öffentliche Investitionen**
 - Finanzierung fördern das kulturelle Erbe
 - langfristige wirtschaftliche Vorteile durch ein höheres Tourismusaufkommen
 - wirtschaftliche Erfolg von Events kann weitere Investitionen nach sich ziehen.

Infrastruktur / Innovation / Technologien

- **die lokale Infrastruktur ausbauen**
 - _ Bau oder die Modernisierung von Veranstaltungsorten, Hotels, Logistik, etc.
 - _ langfristig positive Auswirkungen auf die Region und Tourismus
- **Investieren in neue Technologien**
 - _ Live-Streaming, Augmented Reality (AR) und Virtual Reality (VR)
 - _ Eventerlebnis erweitern, um neue Zielgruppen anzuziehen

Netzwerktagung Musikland 2024

Regionalökonomische Effekte des Melt!-Festivals 2011



	Ø Gesamtausgaben		Ø Tagesausgaben	
	Deutsche Besucher (n=340)	Ausländische Besucher (n=159)	Deutsche Besucher (n=340)	Ausländische Besucher (n=159)
Getätigte Ausgaben innen	64,31 €	115,94 €	27,57 €	47,99 €
Essen	19,20 €	37,78 €	8,21 €	15,82 €
Getränke	37,61 €	69,23 €	16,35 €	28,18 €
Merchandising	3,53 €	3,78 €	1,45 €	1,67 €
Tonträger	0,03 €	0,07 €	0,03 €	0,03 €
Bekleidung	0,74 €	0,66 €	0,34 €	0,31 €
Sonstiges	3,20 €	4,42 €	1,19 €	1,98 €
Getätigte Ausgaben außen	32,75 €	30,66 €	13,55 €	12,08 €
Verpflegung Supermarkt	24,55 €	19,84 €	9,84 €	7,60 €
Verpflegung Tankstelle	4,25 €	4,33 €	1,91 €	1,75 €
Gaststätte	1,38 €	3,15 €	0,68 €	1,36 €
Shopping in Region	1,00 €	0,83 €	0,42 €	0,34 €
Kultur/Freizeit	0,03 €	0,24 €	0,01 €	0,09 €
persönl. Dienstleistungen	0,31 €	0,13 €	0,13 €	0,05 €
Transport vor Ort (Taxi/ÖPNV)	0,99 €	1,70 €	0,47 €	0,70 €
Sonstiges	0,24 €	0,44 €	0,09 €	0,19 €
Gesamt	97,06 €	146,60 €	41,12 €	60,07 €

Quelle: Fakultät für Wirtschaftswissenschaften | Professur für Marketing und Handelsbetriebslehre | Prof. Cornelia Zanger // im Auftrag Ferroplis

Netzwerktagung Musikland 2024

Regionalökonomische Effekte des Melt!-Festivals 2011

Regionalwirksame Besucherausgaben (n=17-499, Hochrechnung mit 23.930)

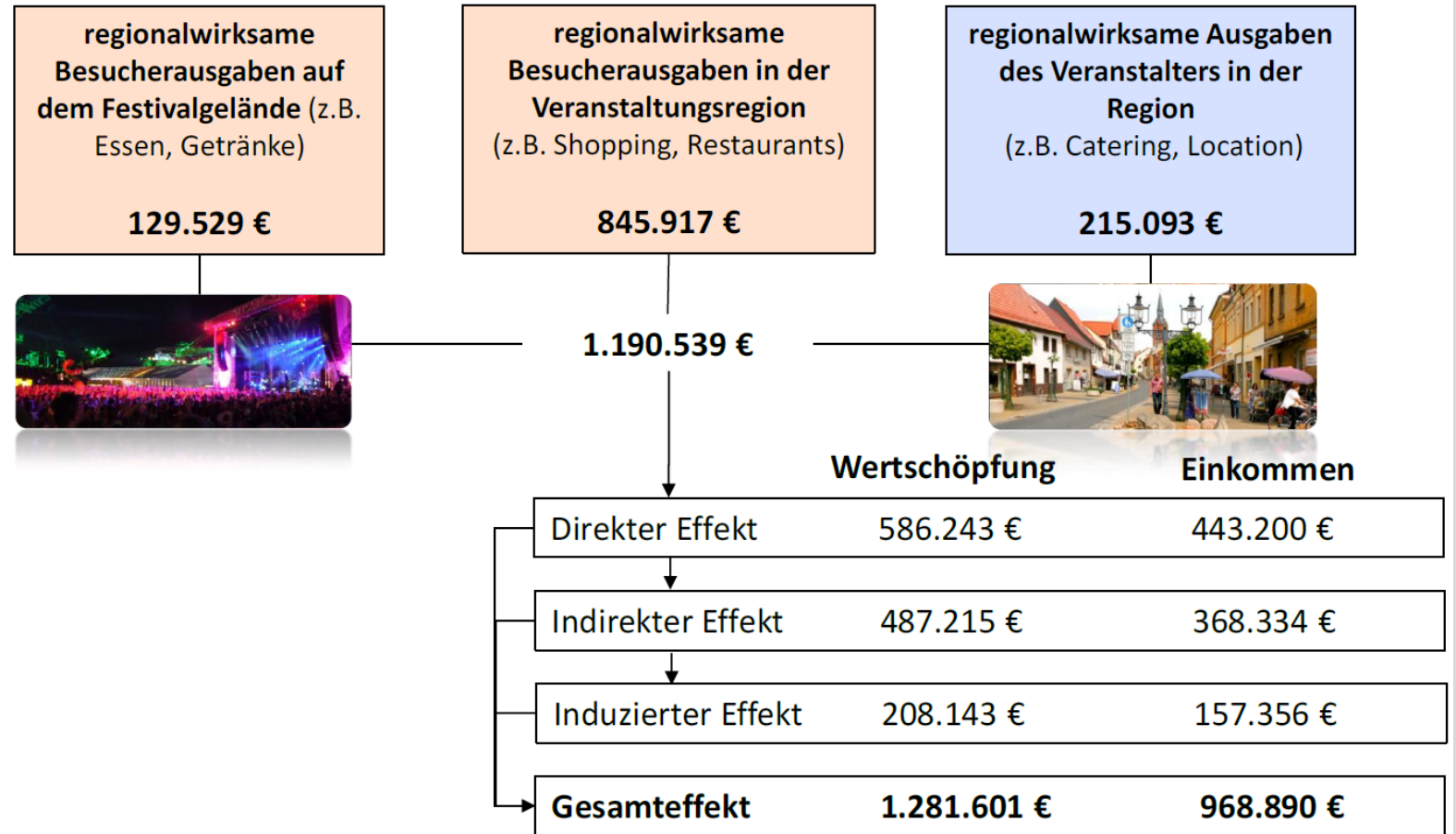


Auf dem Festivalgelände	129.529,44 €
Regionale Händler auf dem Festivalgelände	129.529,44 €
Außerhalb des Festivalgeländes	845.916,68 €
Supermarkt	539.393,32 €
Tankstelle	100.062,30 €
Gaststätte	45.511,23 €
Shopping in Region	22.134,37 €
Kultur/Freizeit	2.269,91 €
persönl. Dienstleistungen	5.911,27 €
Transport vor Ort (Taxi/ÖPNV)	28.470,17 €
sonstiges	7.110,00 €
Hotel	87.014,02 €
Pension	5.946,82 €
Ferienwohnung/Privatzimmer	2.093,28 €
Summe gesamt	975.446,12 €

Quelle: Fakultät für Wirtschaftswissenschaften | Professur für Marketing und Handelsbetriebslehre | Prof. Cornelia Zanger // im Auftrag Ferroplis

Netzwerktagung Musikland 2024

Regionalökonomische Effekte des Melt!-Festivals 2011



Quelle: Fakultät für Wirtschaftswissenschaften | Professur für Marketing und Handelsbetriebslehre | Prof. Cornelia Zanger // im Auftrag Ferroplis

Strategischer Rahmen Tourismusmarketing Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027

Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027

Quelle: Ministerium für Wirtschaft, Wissenschaft und Digitalisierung des Landes Sachsen-Anhalt & Project M (o.D.). *Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027*

Strategischer Rahmen Tourismusmarketing Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027

- /// Basis: Masterplan Tourismus 2027, der für die unterschiedlichen Akteure in der Tourismuslandschaft die Aufgaben und Schwerpunkte vorgibt
- /// Übergeordnetes Ziel: **Sachsen-Anhalt mit einem positiven Image zu besetzen und als Land zum Leben, Arbeiten und Urlaub machen zu positionieren**

bb. 2: Motiv-Fokus zur Positionierung des
Reiselandes Sachsen-Anhalt | PROJECT M

**VISION
2027**

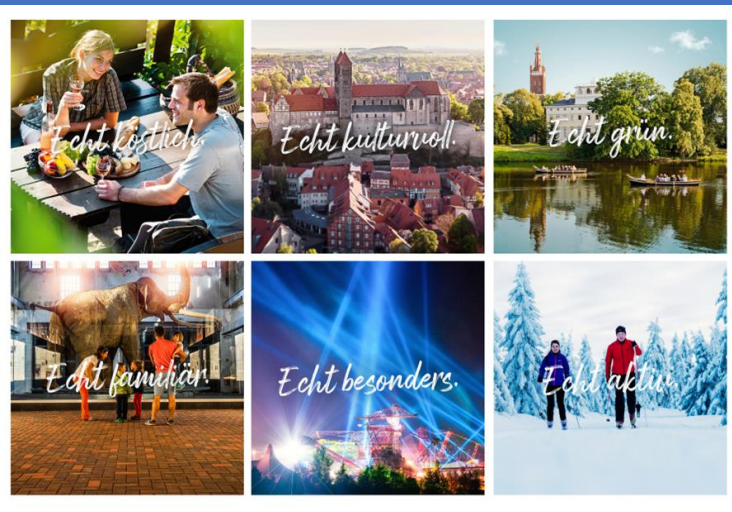
**SACHSEN-ANHALT
#MODERNDENKEN**

„Sachsen-Anhalt ist mit seinen starken Tourismusregionen ein modernes Kultur-
reiseland mit hoher Servicequalität sowie innovativen Produkten und wird als solches
auch wahrgenommen. Der Tourismus ist sichtbar ökologisch ausgerichtet, wirtschaft-
lich erfolgreich und wird so auch wertgeschätzt. Er bietet gute Arbeitsbedingungen
und fördert Selbstbewusstsein und Identifikation der Bevölkerung.“

Quelle: Ministerium für Wirtschaft, Wissenschaft und Digitalisierung des Landes Sachsen-Anhalt & Project M (o.D.). *Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027*

Eingliederung in den Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027 - Kampagnen

Restart-Kampagne 2020 Echt schön. Sachsen-Anhalt



Echt schön.
SACHSEN-ANHALT

Welterbe-Highlights 6 Staunenswerte



Tourismusbewusstsein
**Starker Tourismus Sachsen-
Anhalt. Wir haben alle
was davon.**

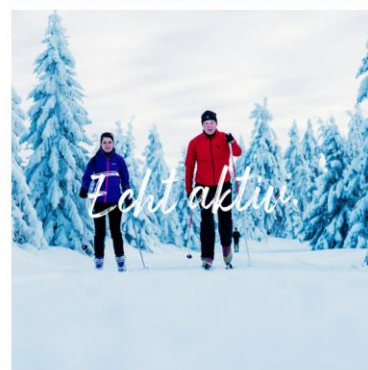
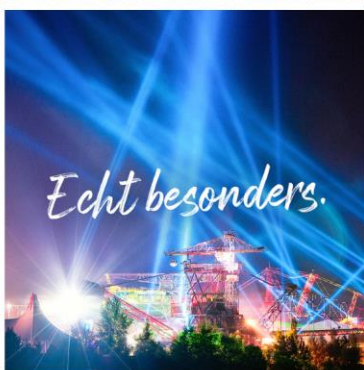
*Starker
Tourismus*.de

SACHSEN-ANHALT

**WIR HABEN ALLE
WAS DAVON.**

Echt schön. Sachsen-Anhalt

Echt schön.
SACHSEN-ANHALT



- „Echt schön. Sachsen-Anhalt“ ist die landesweite touristische Kampagne, die als Restart-Kampagne während der Coronapandemie im Sommer 2020 gelauncht und seitdem erfolgreich weitergeführt wurde
- Durch sechs emotional ansprechende Kategorien beweist die Kampagne hohe Flexibilität und erreicht mit passenden, saisonalen Angeboten die richtigen Zielgruppen
- Die Kampagne zeigt das Reiseland Sachsen-Anhalt in seiner ganzen Vielfalt: von Kultur und Welterbe, über Natur und Gärten, Aktivtourismus für Radfahrer und Wanderer, Kulinarik mit regionalen Produkten, Familienangebote sowie ganz besondere Höhepunkte, die es nur bei uns gibt
- Imageförderung und Steigerung der Bekanntheit des Reiselandes ST dank zahlreicher Marketingmaßnahmen (in Broschüren, Magazinen, Presse, Online, Social, Medien-Kooperationen, Bannerwerbung, Radio, Give aways etc.)

Binnenmarketingkampagne zur Förderung der Tourismusakzeptanz

Starker
Tourismus.de

SACHSEN-ANHALT

**WIR HABEN ALLE
WAS DAVON.**






Binnenmarketingkampagne zur Förderung der Tourismusakzeptanz

Hintergrund

- Tourismus ist weit mehr als die Beziehung von Gästen und Gastgebern → Tourismus wirkt als **Stabilisator und Motor** der Regionalentwicklung, verbessert die Infrastrukturausstattung, erhöht die Attraktivität von Orten/Regionen und stärkt die Standortqualität
- Touristische Angebote sind nicht nur für Gäste attraktiv, sondern gleichermaßen für die **Lebensqualität der Einheimischen**
- Kaum ein Wirtschaftsbereich profitiert nicht vom Tourismus → **klassische Querschnittsbranche**
- Das entwickelte Bewusstsein bietet einen Anknüpfungspunkt, um auf den großen wirtschaftlichen, politischen und sozialen **Mehrwert** aufmerksam zu machen

Binnenmarketingkampagne zur Förderung der Tourismusakzeptanz

Ziele

-  **Entwicklung einer mehrjährigen Binnenmarketingkampagne zur Förderung von Stolz, Identifikation, Akzeptanz und Bewusstsein**
-  **Schaffung eines tourismusfreundlichen Umfeldes**, in dem möglichst viele Menschen an den positiven Effekten des Tourismus partizipieren können und in dem touristische Entwicklungen von einer breiten Mehrheit unterstützt werden
-  **Nachhaltige Stärkung der Resilienz der Branche** → Sichtbarmachung des Tourismus als Wirtschaftsfaktor und identitätsstiftender Faktor für die Bevölkerung
-  **Deutlichmachung der vielfältigen Auswirkungen und Einflüsse des Tourismus** auf weitere (Lebens-)Bereiche
-  **Schärfung des Bewusstseins der Bevölkerung**
 - „Echte Experten“ des Landes → Förderung von Stolz
 - Stärkung der Rolle als authentischer Gastgeber → positive Willkommenskultur → Qualitätssteigerung

Binnenmarketingkampagne zur Förderung der Tourismusakzeptanz Slogan

Entwurf eines Kampagnenslogans, der die
Bedeutung des Tourismus und dessen Strahlkraft
verdeutlicht

Sichtbarmachung der
ökologischen und
ökonomischen Effekte

**Starker
Tourismus**.de

ÖPNV



lokaler Handel



Tourismus strahlt in
zahlreiche Bereiche des
Alltags aus

Happy residents = Happy tourists



Erfolg von Destinationen ist
langfristig von der Haltung der
Einheimischen abhängig

SACHSEN-ANHALT

WIR HABEN ALLE

WAS DAVON.



Gastronomie



Infrastruktur

Binnenmarketingkampagne zur Förderung der Tourismusakzeptanz Fakten

- 8,8 Mio. Aufenthaltstage im Jahr verbringen Bewohnerinnen und Bewohner Sachsen-Anhalts im eigenen Bundesland als Touristen außerhalb ihres Wohnortes (Quelle: GfK DestinationMonitor Deutschland, Sachsen-Anhalt 2022)
- 118,60 € geben Gäste von Hotels / Herbergen pro Tag aus (Quelle: Wirtschaftsfaktor Tourismus in Sachsen-Anhalt 2014-2019)
- 83 % aller 16- bis 34-Jährigen aus Sachsen-Anhalt sind überzeugt, dass Tourismus die Wahrnehmung des eigenen Wohnortes verbessert (Quelle: Deutsches Institut für Tourismusforschung & TouristiCon GmbH, Tourismusakzeptanzbefragung Bundesländer 2021)
- 952,8 Mio. EUR Bruttoumsatz erwirtschaftet die Gastronomie für Unternehmen, Land und Leute (Quelle: Deutsches Institut für Tourismusforschung & TouristiCon GmbH, Tourismusakzeptanzbefragung Bundesländer 2021)
- 4,6 Mrd. € pro Jahr werden allein durch touristischen Konsum erwirtschaftet (Quelle: Deutsches Institut für Tourismusforschung, 2021, 1. Tourismus-Satellitenkonto (TSA) für Sachsen-Anhalt)
- 72 % aller 16 bis 34-Jährigen in Sachsen-Anhalt finden, dass Tourismus zum Erhalt ihrer Kultur beiträgt (Quelle: Deutsches Institut für Tourismusforschung & TouristiCon GmbH, Tourismusakzeptanzbefragung Bundesländer 2021)
- 22,6 % des touristischen Konsums bedient der Bereich Shopping im eigenen Bundesland (Quelle: Deutsches Institut für Tourismusforschung, 2021, 1. Tourismus-Satellitenkonto (TSA) für Sachsen-Anhalt)

Binnenmarketingkampagne zur Förderung der Tourismusakzeptanz Beispiel

Herzenssache

8,8 Mio. Aufenthaltstage im Jahr verbringen Bewohnerinnen und Bewohner Sachsen-Anhalts im eigenen Bundesland als Touristen außerhalb ihres Wohnortes.*

Reichweite

68% aller Bürgerinnen und Bürger Sachsen-Anhalts zwischen 16 und 34 nutzen hier durch den Tourismus entstandene Infrastruktur wie Wanderwege selber gern.



**Starker
Tourismus**.de

**WIR HABEN ALLE
WAS DAVON.**

Finanzkraft

118,60€ geben Übernachtungsgäste von Hotels oder Herbergen pro Tag in Sachsen-Anhalt aus.

Quelle: DI Travelbehörden & TourismCon GmbH, Tourismusakzeptanzbefragung Bundesländer 2021, 1.40 Befragte (16-34) Sachsen-Anhalt, 68% Davonstammend in Deutschland, Sachsen-Anhalt 2022, Herausgegeben durch GfK SE, Consumer Panels & Services, Wirtschaftsfaktor Tourismus in Sachsen-Anhalt 2024, Beauftragt durch den Tourismusverband Sachsen-Anhalt e.V., Auswertungs-Teil durch Consulting GmbH München, Bam. Herausgegeben durch Ministerium für Wirtschaft, Wissenschaft und Digitalisierung des Landes Sachsen-Anhalt 2023

*Angabe gerundet, die Berechnungen schließen Tagesreisen ab einer Entfernung von 55 km ein und berücksichtigen keine Aufenthalte in Vor- und Nebenzeiten.

Echt schön.
SACHSEN-ANHALT

SACHSEN-ANHALT #moderndenken

**6. November 2024
Stendal**

TOURISMUS SACHSEN-ANHALT TAG

**jetzt
anmelden!**

**6. November 2024
im THEATER DER ALTMARK,
Stendal**

Mut zum Glücklichen
oder von der Lust, mutige
Entscheidungen zu treffen.

sachsen-anhalt-tourismus.de



SACHSEN-ANHALT **#moderndenken**



HIER

INVESTIERT
DIE WELT.



SACHSEN-ANHALT

Investitions- und
Marketinggesellschaft

VORAUSSETZUNGEN...





HIER

INVESTIERT
DIE WELT.



SACHSEN-ANHALT

Investitions- und
Marketinggesellschaft

SAINT – SACHSEN-ANHALT INTELLIGENTE NETZWERK TECHNOLOGIE

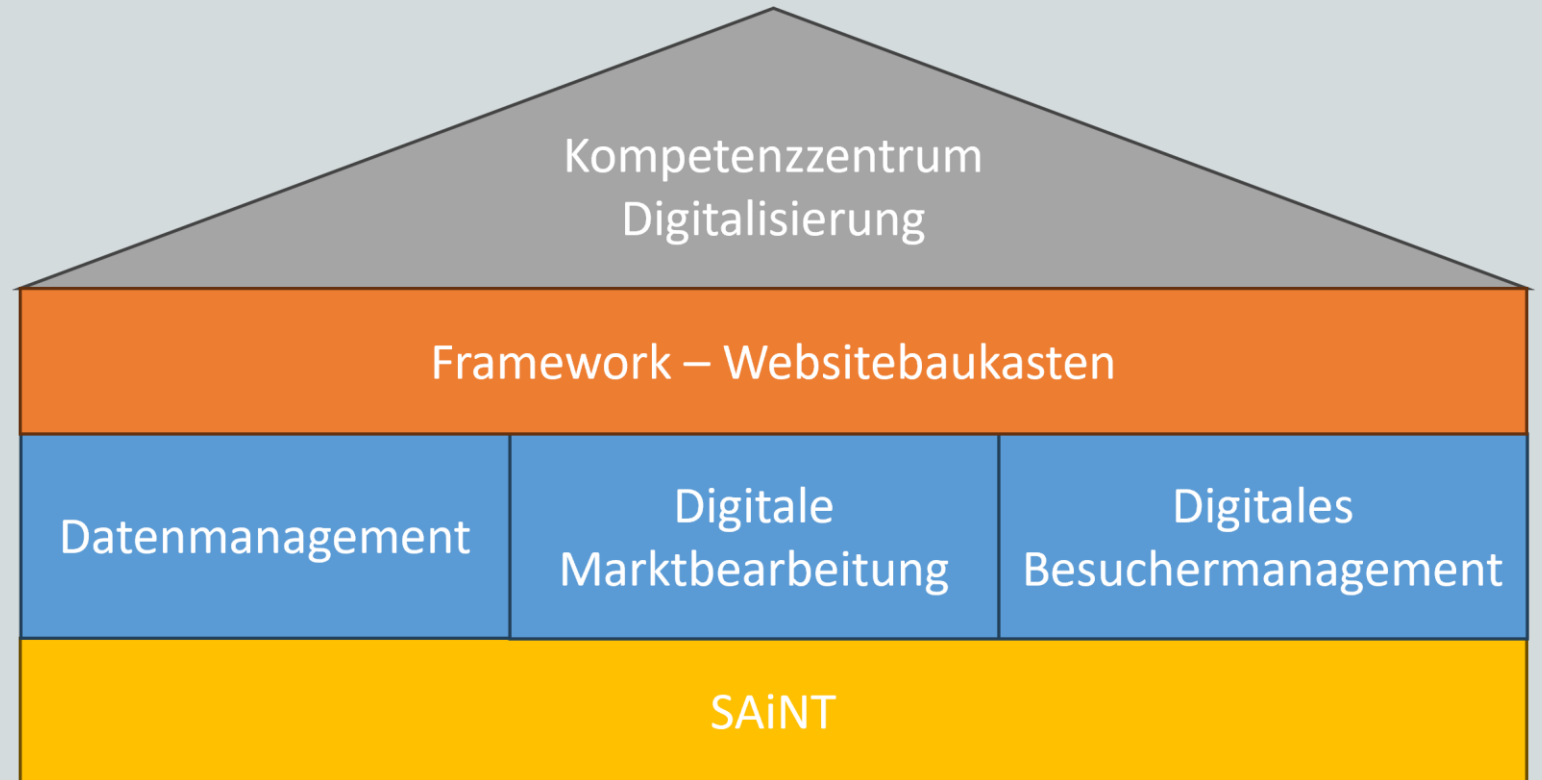
GEMEINSAM | OFFEN | DIGITAL

www.saint.tech

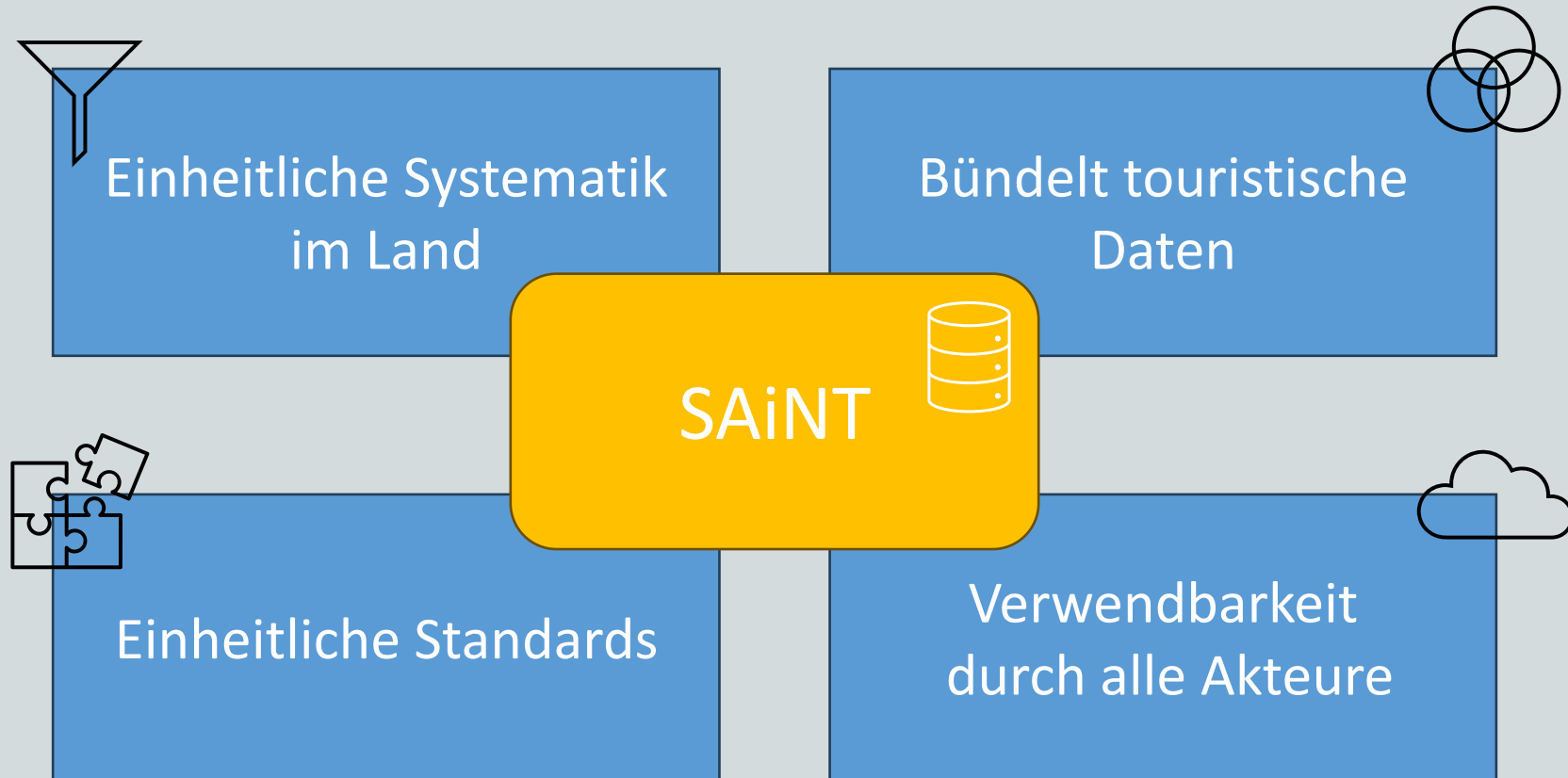


Kompetenzzentrum Digitalisierung SAiNT als Schlüsselbaustein

- IMG als Kompetenzzentrum = Bündelung der Digitalprojekte
- Framework = individueller Websitebaukasten von der IMG für die Partner bereitgestellt
- SAiNT als Schlüsselbaustein der drei (blauen) Kernaufgaben
 - SAiNT ist die Open Data-Plattform des Landes mit touristischen, wirtschaftlichen und infrastrukturellen Daten



Kompetenzzentrum Datenmanagement & Datenaufbereitung



SAiNT

Vision und Zielstellung

- „**Sachsen-Anhalt** ist mit seinen **starken Tourismusregionen** ein **modernes Kulturreiseland** mit **hoher Servicequalität** sowie **innovativen Produkten** und wird als solches auch wahrgenommen.“
 - SAiNT sammelt Open Data aus verschiedenen Datenbanken des Landes Sachsen-Anhalts, strukturiert diese und stellt sie an einer Stelle bereit.
- SAiNT bildet **Sachsen-Anhalt** in seiner **Gesamtheit als Lebensraum** ab, von Infrastruktur über Kultur, Natur, Bildung zur Freizeit. So können **weiche Standortfaktoren** auch im **Wettbewerb um Ansiedlungen** genutzt werden.
 - Ausgangspunkt sind zunächst Daten aus dem Tourismus, sukzessive Erweiterung um Flächen, ÖPNV

Masterplan Tourismus

SAiNT als Umsetzungsbaustein im Masterplan Tourismus

Masterplan Tourismus

- Die IMG mit Leitprojekten aus:
 - Positionierung & Marktbearbeitung
 - Touristische Infrastruktur
 - Digitalisierung
 - Tourismusbewusstsein

SAiNT: Touristische Datenbank LSA

- SAiNT ist ein wichtiger Querschnittsbaustein für den Masterplan Tourismus und berührt alle Handlungsfelder



Mit dem Ranger einmal um die Brockenkuppe

Führung: Harz



Verantwortlich für diesen Inhalt
Harz: Magische Gebirgswelt

DIE VERANSTALTUNG ANREISE

Mit dem Ranger einmal um die Brockenkuppe

Erfahren Sie auf dieser rund einstündigen Rundwanderung um Flora, Fauna, Meteorologie, Geologie, Lyrik, Mystik und die wechselvolle Geschichte des Berges. Je nach Wetterlage locken großartige Aussichten oder ein Spaziergang mitten durch die Wolken. Begleitend und im Brockengarten (Mitte Mai - Mitte Oktober).
Rundwegführung rund 1,6 Kilometer
täglich 12:15 Uhr



Veranstaltungen Führung
findet öfter statt

Mit dem Ranger einmal um die Brockenkuppe

Lindenallee 35, 38855 Wernigerode

Donnerstag,
10. Oktober 2024
ab 12:15 Uhr

Lindenallee 35
38855 Wernigerode

🖨️ Drucken 🗨️ Teilen 📌 Einbetten

Erfahren Sie auf dieser rund einstündigen Rundwanderung um die Brockenkuppe Interessantes rund um Flora, Fauna, Meteorologie, Geologie, Lyrik, Mystik und die wechselvolle deutschen Geschichte des Berges. Je nach Wetterlage locken großartige Aussichten oder ein Spaziergang mitten durch die Wolken. Begleitend lohnen sich Besuche im Brockenhaus (täglich geöffnet) und im Brockengarten (Mitte Mai - Mitte Oktober).
Rundwegführung rund 1,6 Kilometer (ca. 1 Stunde)

With the ranger once around the Brockenkuppe

http://saint.tech/kg/entity/action/3453
schema:Event

📄 Table View 🗄️ jsonld View 📖 Landing page

@id	http://saint.tech/kg/entity/action/3453
schemaname	de: Mit dem Ranger einmal um die Brockenkuppe en: With the ranger once around the Brockenkuppe
schema:description	de: -h2-Category-h2-Guided Tour de: -h2-kurzbeschreibung-h2-Mit dem Ranger einmal um die Brockenkuppe-br--h2-Beschreibung-h2-Erfahren Sie auf dieser rund einstündigen Rundwanderung um die Brockenkuppe Interessantes rund um Flora, Fauna, Meteorologie, Geologie, Lyrik, Mystik und die wechselvolle deutschen Geschichte des Berges. Je nach Wetterlage locken großartige Aussichten oder ein Spaziergang mitten durch die Wolken. Begleitend lohnen sich Besuche im Brockenhaus (täglich geöffnet) und im Brockengarten (Mitte Mai - Mitte Oktober)-p--p-Rundwegführung rund 1,6 Kilometer (ca. 1 Stunde)-br--täglich -strong>12:15 Uhr-u--u-Treffpunkt von Mai - Oktober: Ranger-Treff Sommer oberhalb des Brocken-Bahnhofs an der alten Wetterwarte-(h--h-Treffpunkt von November - April: Ranger-Treff Winter am Eingang -a title=Interne Link - Nationalpark-Besucherzentren: Brockenhaus" data-cke-saved-href="https://www.nationalpark-harz.de/de/besucherzentren/brockenhaus.php" href="https://www.nationalpark-harz.de/de/besucherzentren/brockenhaus.php" target="_self" lang="de" class="link-internal">Nationalpark-Besucherzentrum Brockenhaus-i--i--u--u-p--p-Der Brockenrundweg ist nicht barrierefrei->-div--p--p-br--h2-Interne Link - Aktuelle Hinweise und Einschränkungen durch Corona" data-cke-saved-href="https://www.nationalpark-harz.de/de/startseite/Corona-Aktuell.php" href="https://www.nationalpark-harz.de/de/startseite/Corona-Aktuell.php" class="link-internal">Durch die Corona-Pandemie können sich Einschränkungen ergeben oder Einrichtungen geschlossen sein. Bitte informieren Sie sich bei der Nationalparkverwaltung Harz zu aktuellen Hinweisen.--</p-->Der Brockenrundweg ist nicht barrierefrei-</p-->-div--h2-Kategorie-h2-Führung
schema:duration	@id http://onlinim.com/entity/725fb73-95c8-4ecf-8575-3061178c3532 @type schema:Duration schema:name 4Y6M7DT11H30M ds:compliesWith https://semantify.it/ds/imhpm8Qj#eIFU
schema:endDate	2025-12-31T00:00:00+01:00
schema:eventAttendanceMode	schema:OfflineEventAttendanceMode
schema:eventSchedule	@id http://onlinim.com/entity/1d9cbb82-4145-4ec4-888a-0b1a915df846 @type schema:Schedule schema:duration @id http://onlinim.com/entity/632f43cd-8bc9-44ac-bd12-77ace44cf157 @type schema:Duration schemaname T11H44M

Mit dem Ranger einmal um die Brockenkuppe

Führung: Harz



DIE VERANSTALTUNG ANREISE

Mit dem Ranger einmal um die Brockenkuppe

Erfahren Sie auf dieser rund einstündigen Rundwanderung um die Brockenkuppe Interessantes rund um Flora, Fauna, Meteorologie, Geologie, Lyrik, Mystik und die wechselvolle deutschen Geschichte des Berges. Je nach Wetterlage locken großartige Aussichten oder ein Spaziergang mitten durch die Wolken. Begleitend lohnen sich Besuche im Brockenhaus (täglich geöffnet) und im Brockengarten (Mitte Mai - Mitte Oktober).

Montag
5.8.
12:15-23:59 Uhr

Ort/Treffpunkt

Lindenallee 35
38855 Wernigerode

Veranstalter



HIER

INVESTIERT
DIE WELT.



SACHSEN-ANHALT

Investitions- und
Marketinggesellschaft

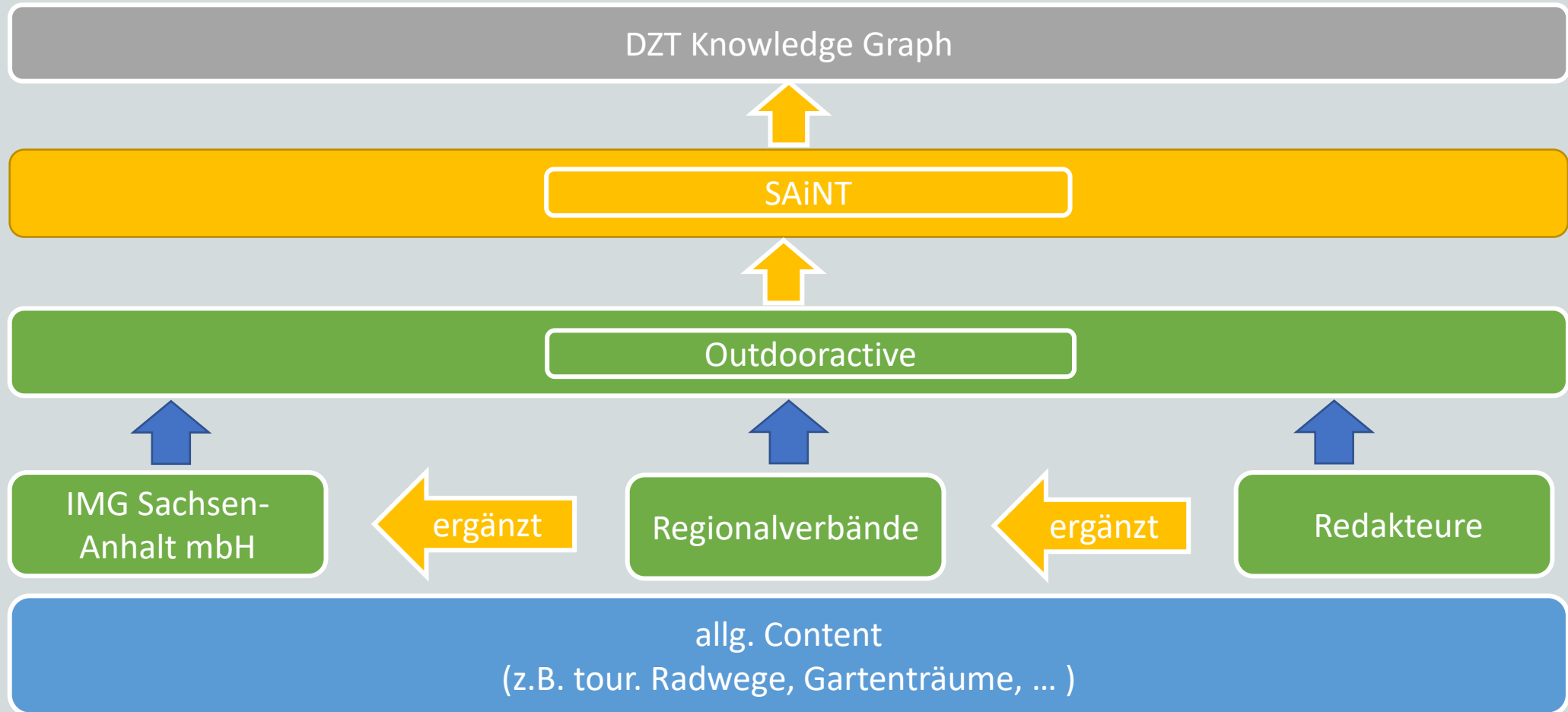
DATENFLUSS VON SAINT

www.saint.tech



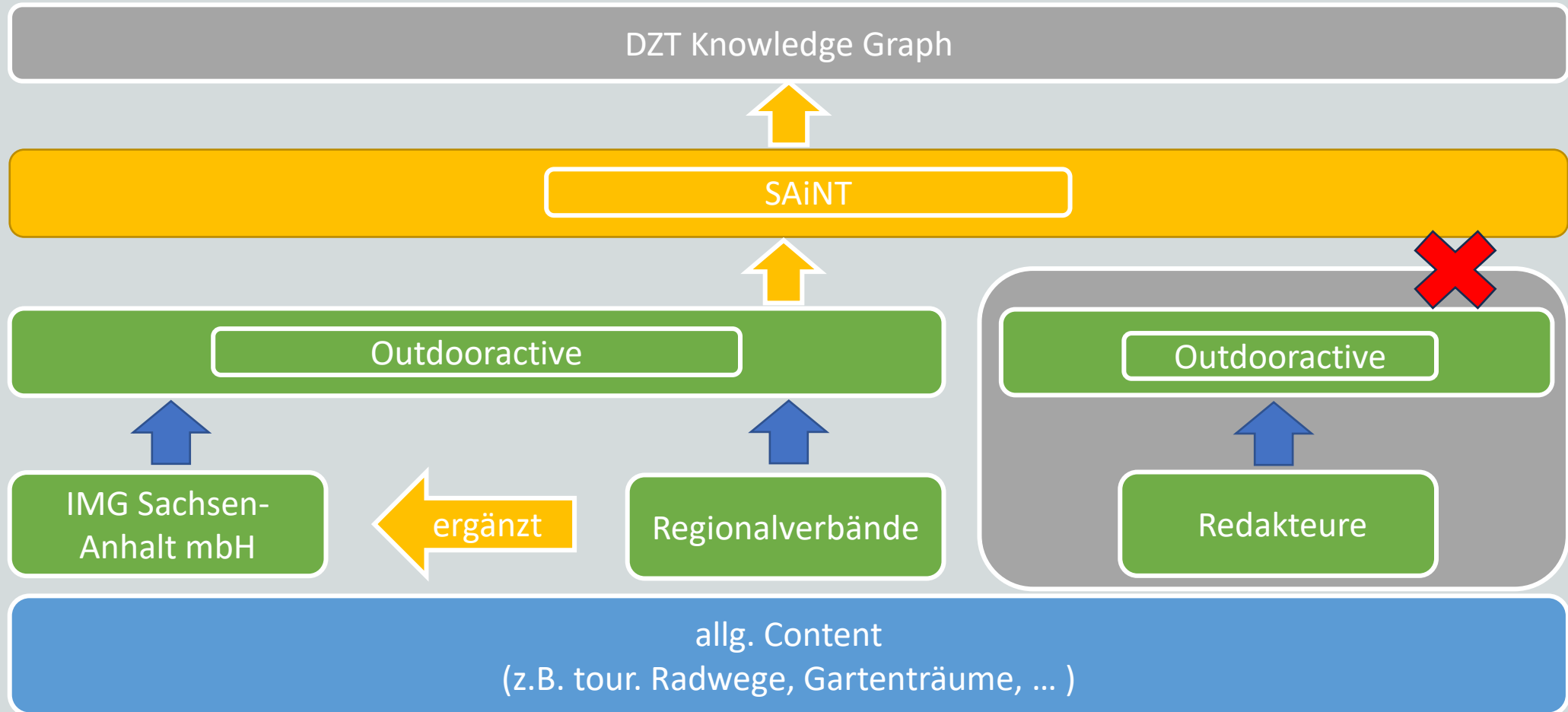
SAiNT

Datenfluss von SAiNT zum Knowledge Graph der DZT



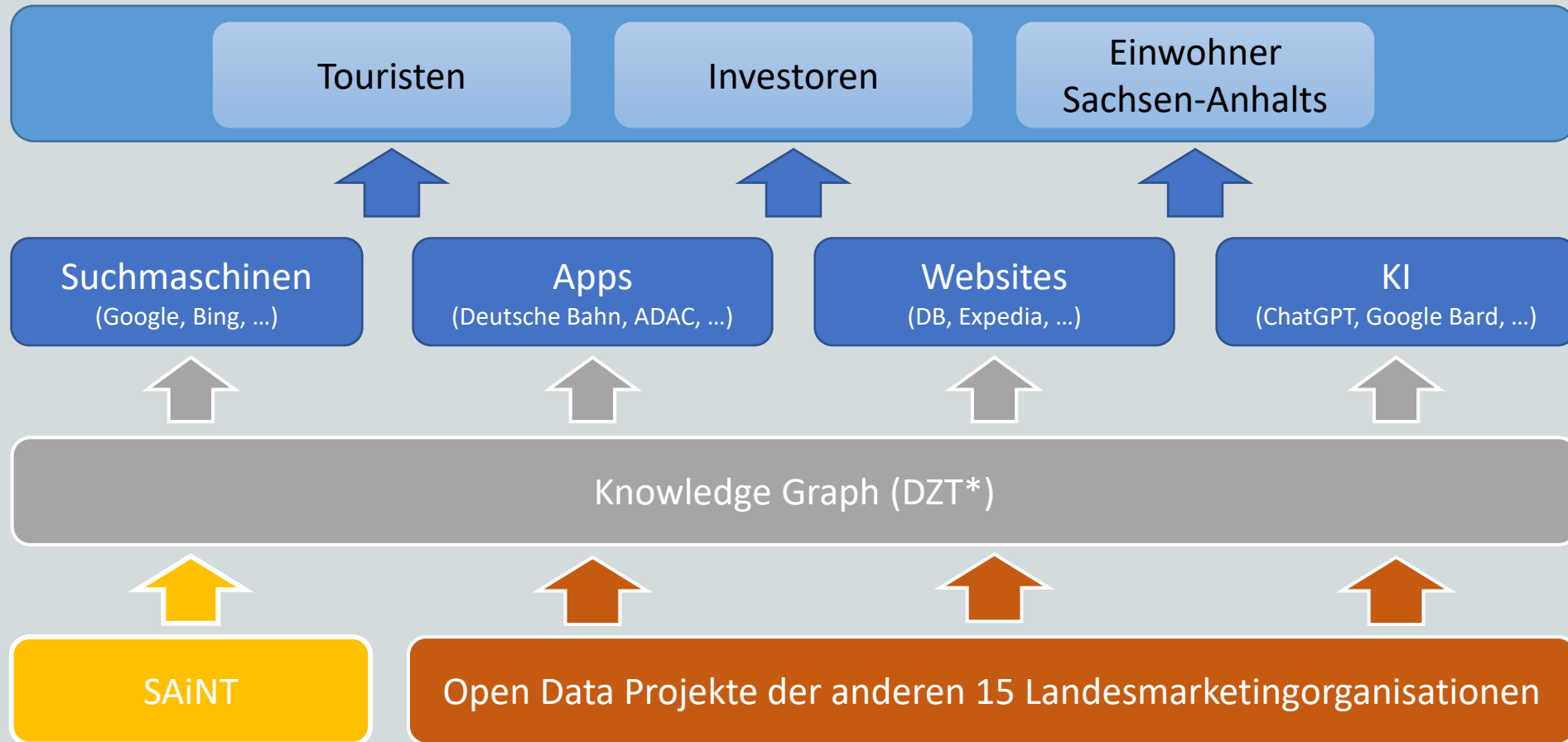
SAiNT

Datenfluss von SAiNT zum Knowledge Graph der DZT



SAiNT

Von der DMO zum Gast



*DZT = Deutsche Zentrale für Tourismus

239 Open Data-Datennutzer (04.10.2024)

5 Leistungsträger

Hotelketten, Hotels...

6 Verbände

DJH, Campingwirtschaft, Gästeführer...

143 Firmen

App-Entwickler, Consulting, Agenturen,
Softwareservices, Digitalstrategen, Deutsche Bahn,
Flughafen, Fähren, Fluggesellschaft, Reiseveranstalter,
Blogger, Restaurantkette, Kreuzfahrten...

20 Destinationen

Hochschwarzwald, Sauerland,
Thüringen, Hunsrück,
Greifswald, Lambrecht, Görlitz,
Maikammer...

23 Hochschulen und Institute

Luzern, Nürnberg, Kiel,
Heilbronn, Heide, Passau...

4 Behörden

Wirtschaft, Logistik,
Denkmalpflege, Innovation...

5 Vereine

DELFI, Touristik,
Geopark

Outdooractive

Redakteurszugänge und Datenpflege

Datenpflege der Inhalte in Outdooractive (OA)

- Alle Regionalverbände verfügen für ihre Region über einen Account mit verschiedenen Redakteuren
 - Städte besitzen Redakteurszugang innerhalb ihres Regionalverbands
 - POIs in Stadtgebieten unterstehen derzeit vorwiegend den Regionalverbänden
- **In SAiNT ist keine Datenpflege möglich**, reine Datensammlung aus verschiedenen Datenbanken.

Live: Wie stelle ich eine Veranstaltung in Outdooractive ein?

outdooractive My Business

Content Manager

Suchen

Content Manager

- Inhalte
- Medien
- Seiten
- Regionen
- Plattform

Veranstaltungen

Auswahl exportieren Veranstaltung anlegen

Suche verfeinern

Autor:

Gruppen:

Typ:

Suche:

Bearbeitungsstand

- Neu
- In Bearbeitung
- Bearbeitung abgeschlossen
- Zurückgewiesen zur Überarbeitung
- Genehmigt
- Veröffentlicht
- Gelöscht

Veranstaltungstermine


Keine Termineinschränkung

Datum:

Filter anwenden

LISTE KARTE

Veranstaltungen 1-15 von 1772 1 2 3 >>



Aufgrund von Krankheit auf den 29. 11. 2024 verschoben

SONSTIGES KONZERT - ALTMARK

Das Landespolizeiorchester Sachsen-Anhalt in Arneburg

Stadthalle Arneburg
29.11., 16:00–19:00 Uhr


Veranstalter: Volksbundes Deutsche Kriegsgräberfürsorge e.V. Und Stadt Arneburg | Quelle: Altm...

ID 805648324

aktualisiert 16.10.2024 Carsten Sommer

Rank 71

...



FEST

Martinimarkt 2024

Eröffnung in der Neustädter Straße
24.10. – 28.10.


Veranstalter: Stadt Klötze | Quelle: Altmärkischer Regionalmarketing- und Tourismusverband

ID 806022137

aktualisiert 16.10.2024 Vanessa Fröhlich

Rank 85

...



AUSSTELLUNG - ALTMARK

Kunsausstellung "Gestalten aus dem Elb-Havel-Winkel"

Prignitz-Museum

Termine
25.10., 15:00–17:00 Uhr
26.10., 10:00–17:00 Uhr

Veranstalter: Prignitz-Museum am Dom Havelberg | Quelle: Prignitz-Museum am Dom Havelberg

ID

aktualisiert

Rank

...

IMG Sachsen-Anhalt mbH | 11.11.2024

Seite 38

Outdooractive Lizenzierung

outdooractive My Business

ÜBERSICHT BESCHREIBUNG DETAILS ANREISE ÖFFNUNGSZEITEN ORTSANGABE MEDIEN EMPFEHLUNGEN MEHR ▲

Aktualisiert in Outdooractive My Business

Quelle Reiseland Sachsen-Anhalt

Lizenz

Namensnennung-Weitergabe unter gleichen Bedingungen (CC BY-SA) ▼

Details: Namensnennung-Weitergabe unter gleichen Bedingungen (CC BY-SA)
Namensnennung-Weitergabe unter gleichen Bedingungen (CC BY-SA)

Lizenzen verknüpfter Inhalte

- VERANSTALTUNGEN
- EXTERNE VERKNÜPFUNGEN
- EXPORT
- STATUS
- BEITRÄGE AUS DER COMMUNITY
- BEDINGUNGEN
- REPORT ZUR BARRIEREFREIHEIT

Nutzung von SAI^{NT}

Musikland www.musikland-sachsenanhalt.de/veranstaltungskalender/

— Individuelle Nutzung der Widgets zur Einbindung des Veranstaltungskalenders (mit Karte oder siehe rechts ohne Karte)

Der gemeinsame Veranstaltungskalender des Musiklands Sachsen-Anhalt präsentiert Konzerte und andere Musikveranstaltungen aus dem ganzen Land. Er wird nach und nach mit neuen Veranstaltungsdaten befüllt, die von Musikveranstaltern, Institutionen, Musiker:innen, Vereinen, Kollektiven, Chören, freien Ensembles und weiteren Akteur:innen aus Sachsen-Anhalt selbst hinzugefügt werden können. Von Rock- über Kammermusik, von Chorkonzerten zu DJ-Sets und Veranstaltungen für Kinder: Hier entdecken Sie Tipps und Anregungen aus dem vielseitigen und lebendigen Musikland Sachsen-Anhalt.

☰ Filter


25 von 74 Ergebnissen werden angezeigt

Otto-Reutter-Tage 2024 - "Uns ham se als jeheilt entlassen"

Freitag, 21. Juni 2024
17:00 - 21:00 Uhr
Couplets von Otto Reutter und Musik aus den 20er Jahren
Winnie Böwe, Gesang & Rezitation
Matthias Glander, Klarinette

📍 **Hansestadt Gardelegen**

📅 Veranstaltungen
🎭 Sonstiges Konzert
ab 30,00 €



Feeling Groovy

Samstag, 22. Juni 2024
15:00 - 16:00 Uhr
Erleben Sie die akustische Wärme und mitreißende Energie, wenn Feeling Groovy, ein Duo aus Braunschweig, die Bühne des Musikpavillons im Schierker Kurpark erobert.

📍 **Wernigerode OT Schierke**

📅 Veranstaltungen
🎭 Sonstiges Konzert

Musikprojekt Altmark West (MPAW)

Samstag, 22. Juni 2024
15:00 - 17:00 Uhr
Nach 20 Jahren auf der Bühne können die heute sechs Sänger sagen, dass Experimentierfreude, Neugier und Spaß am gemeinsamen Singen nicht nur ihre Probenarbeit, sondern auch ihre Programme und ihr Repertoire prägen. Der hohe Einsatz, mit dem sie an sich arbeiten, die sorgfältige Beschäftigung mit der Aufführungspraxis vokaler Musik und die Gründlichkeit, mit der sie ihre Programme vorbereiten, stehen dabei im Mittelpunkt ihrer musikalischen Arbeit fresh der Bühnen und Bodien. Die Gründe für ihren musikalischen Erfolg und die Beständigkeit

© 2024 SAI^{NT} [Impressum](#) [Datenschutzerklärung](#)



Nutzung von SAIiNT

Altmarkkreis Salzwedel

— Individuelle Nutzung des Widgets mit Karte zur Einbindung von Veranstaltungen in der Altmark und darüber hinaus

The screenshot displays the website for Musikfest Altmark. At the top, there is a navigation bar with the Altmarkkreis Salzwedel logo and search options. Below this is a banner for the 29th Musikfest Altmark, running from 10.08. to 17.11.2024. The main content area features a 'Veranstaltungskalender' (Event Calendar) with a search bar and filter options. It lists three events: 'Auf den Spuren des weißen Goldes' (March 7 - December 31, 2024), 'Kathedrale des Lichts - 600 Jahre gotischer Dom Stendal' (April 7, 2024), and 'Historische Mineraliensammlung im neuen Museum Schloss Bernburg mit Bergwerksstollen für Kinder - Erlebt die Welt „unter Tage“' (April 11 - November 1, 2024). To the right of the calendar is a map of the Altmark region with location markers for the events. The website footer includes logos for supporting organizations like Sachsen-Anhalt, Musikland, and Landkreis Stendal.

Live: Wie stelle ich eine Veranstaltung in Outdooractive ein?

— <https://www.tourismusnetzwerk-sachsen-anhalt.de/de/landesplattform-login.html>

The screenshot shows the eLearning interface of the Outdooractive platform. At the top, there is a navigation bar with a home icon, 'eLearning', 'Seminare & Webinare', and 'weitere Kurse'. On the right, there are buttons for 'Profil', 'Hilfe', and 'Logout'. Below the navigation bar, a breadcrumb trail 'Startseite E-Learning > Digitalisierung > Daten > Outdooractive' is highlighted with a red box. A search bar and a button labeled 'Alle Themen' are also visible. The main content area is titled 'Alle Lerneinheiten auf einen Blick' and lists two learning units:

- 1** POIs auf Outdooractive
So legen Sie POIs auf Outdooractive an.
⌚ 16:31 Minuten ✓ Anfänger/in 📎 1 Anhang 📝 mit Test
- 2** Veranstaltungen auf Outdooractive
So legen Sie Veranstaltungen auf Outdooractive an.
⌚ 15:58 Minuten ✓ Anfänger/in 📎 1 Anhang 📝 mit Test

On the right side of the interface, there is a featured section for 'Outdooractive' with a play button icon, a video thumbnail, and a '100% gesehen' badge. Below this, there is a text block: 'Damit Sie Ihre touristischen Datensätze an SAINT übergeben zu können, sollten Sie sich mit der Plattform Outdooractive auseinandersetzen. So funktioniert die Arbeit mit outdooractive.com.'



HIER

INVESTIERT
DIE WELT.



SACHSEN-ANHALT

Investitions- und
Marketinggesellschaft

FAZIT

MUSIK KANN WEITAUS MEHR ALS NUR KULTURELLE IMPULSE SETZEN – SIE WIRKT SICH IN HOHEM MAßE AUF DIE GESAMTE TOURISMUSWIRTSCHAFT EINER REGION AUS. MUSIK IST SOMIT NICHT NUR EIN KULTURELLES, SONDERN AUCH EIN WIRTSCHAFTLICHES KAPITAL, DAS REGIONEN DABEI HILFT, IHREN TOURISMUS AUF VIELFÄLTIGE WEISE ZU ENTWICKELN UND ZU STÄRKEN..

(CHAT GPT)





SACHSEN-ANHALT

Investitions- und
Marketinggesellschaft

IHRE ANSPRECHPARTNER



MALTE ZANDER

Projektmanager Digitale Projekte &
Datenmanagement
Tel. + 49 391 568 99 85

malte.zander@img-sachsen-
anhalt.de



MARTIN FRICKE

Projektmanager Natur- &
Aktivtourismus, Digitalisierung
Tel. + 49 391 568 99 83

martin.fricke@img-sachsen-
anhalt.de



JOHANNA RABETHGE

Projektmanagerin Digitalisierung
Tel. + 49 391 568 99 86

johanna.rabethge@img-sachsen-
anhalt.de



Marvin Seifert

Projektmanager Binnenmarketing
Tel. + 49 391 568 99 74

marvin.seifert@img-sachsen-
anhalt.de



SACHSEN-ANHALT

Investitions- und
Marketinggesellschaft

1. DIGITALTAG
SACHSEN-ANHALT

4.12.2024
HYPARSCHALE MAGDEBURG

Jetzt
vormerken.

TOURISMUS
DIGITAL GESTALTET –
ENGAGEMENT UND
PERSPEKTIVEN



SACHSEN-ANHALT
Investitions- und
Marketinggesellschaft



SACHSEN-ANHALT

Investitions- und
Marketinggesellschaft

VIELEN DANK FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT!



Martin Fricke

Projektmanager Natur- &
Aktivtourismus, Digitalisierung
Tel. + 49 391 568 99 83

martin.fricke@img-sachsen-anhalt.de