

Entwurf: Operatives Programm

Operatives Programm			
<b><u>Leitbildziel W 12</u></b> (Normatives Ziel)	Das breit gefächerte Tourismusangebot der Stadt wird bedarfsgerecht erhalten und entwickelt. Besonderheiten in und um Dessau-Roßlau werden gezielt und intensiv vermarktet. Dazu kooperieren Kultur- und Tourismuseinrichtungen, die Wirtschaft und die Stadtverwaltung auch mit benachbarten Gemeinden.		
<b><u>Leitbildziel W 13</u></b>	Die landschaftlichen und architektonischen Potenziale der Stadt mit den UNESCO-Welterbestätten Bauhaus, mit den Meisterhäusern und Gartenreich Dessau-Wörlitz sowie dem UNESCO-Schutzgebiet Biosphärenreservat Mittlere Elbe sind die zentralen Säulen für die Positionierung im Städte und Kulturtourismus.		
<b><u>Leitbildziel W 15</u></b>	Die Wegeverbindung zwischen Bauhaus und Meisterhäusern wird als eine Kulturachse Bauhaus-Gartenreich-Meisterhäuser entwickelt. Dort wird eine internationale touristische Anlaufstelle etabliert.		
Strategische Ziele	touristische Potenziale der Stadt vollständig nutzen, Bewerbung der UNESCO-Welterbestätten als Alleinstellungsmerkmal muss im Fokus stehen  INSEK (S. 142): touristische Highlights entwickeln und als Wirtschaftsfaktor vermarkten		
Operative Ziele der Tourismusförderung	touristische Vermarktung der Stadt, Steigerung der Ankünfte- und Übernachtungszahlen, Steigerung von Image und Bekanntheit der Stadt im In- und Ausland, Förderung des Innen- und Außenmarketings		
Maßnahmen	Projekttitlel	Projektbeschreibung	
Allgemein (zusätzlich zur Vermarktung der UNESCO-Welterbestätten auf Messen, in Printbrochüren, über Anzeigen etc.)	Ausbau der Vermarktung Dessau-Roßlau als Tagungs- und Kongressstandort	Förderung des Tagungs- und Kongresstourismus in der Stadt	
		Zuständigkeit: Amt 80-3	* kurzfristig
	Gemeinsame Marketingprojekte mit dem Verein UNESCO-Welterbestätten e.V.	Projektumsetzung laut Marketingplan	
		Zuständigkeit: Amt 80-3	* je nach Projekt
	Facebook-Auftritt für die Zielgruppe Touristen	Facebook-Auftritt speziell für die Zielgruppe Touristen	
		Zuständigkeit: Amt 80-3 in Kooperation mit Amt 41 und Amt 40	* kurzfristig
	Relaunch touristischen Webseite	Überarbeitung der Touristischen Webseite	
		Zuständigkeit: Amt 80-3	* kurzfristig
	Umsetzung eines touristisches Leit- und Informationssystem	Überprüfung und Ergänzung des touristischen Leitsystems der Stadt	
		Zuständigkeit: Amt 80, in Kooperation mit Fachämtern der Stadtverwaltung und der Stiftung Bauhaus	* kurzfristig
	Tourismuskonzept	ganzheitliche Analyse der Aufstellung des Tourismuses und des Tourismusmarketings der Stadt	
		Zuständigkeit: Amt 80-3	* kurzfristig
Themenjahr der DZT in 2014: UNESCO	UNESCO-Welterbestätte stehen im Mittelpunkt der Vermarktung der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) im Jahr 2014		
	Zuständigkeit: Amt 80-3, Stiftungen	*kurzfristig	

Bauhaus	Triennale der Moderne (2013, 2016, 2019)	Veranstaltungsreihe in Kooperation mit den Städten Berlin und Weimar	
		Zuständigkeit: Amt 80-3 in Kooperation mit Amt 41 und Stiftung Bauhaus	* langfristig
	Ausstellungszentrum Stiftung Bauhaus	Realisierung des Ausstellungszentrums als weitere wichtige touristische Sehenswürdigkeit	
		Zuständigkeit: Kooperation	* mittelfristig
	Vermarktung der Eröffnung der Meisterhäuser	Vermarktung der Veranstaltung zur Eröffnung der Meisterhäuser	
		Zuständigkeit: Amt 80-3	* kurzfristig
Bauhausstadt-Buslinie	Entwicklung einer Bauhausstadt-Buslinie für die Gäste der Stadt		
	Zuständigkeit: Kooperation zwischen DVV, Stiftung Bauhaus, Amt 41 und Amt 80-3	* kurzfristig	
weitere Maßnahmen entspr. Arbeitsrichtung/Masterplan Bauhausstadt Dessau	je nach Projekt		
	Zuständigkeit: je nach Projekt	* je nach Projekt	
Gartenreich Dessau-Wörlitz	Vermarktung der UNESCO-Welterbestätte auf Messen, in Printbroschüren, Anzeigen etc.	je nach Projekt	
		Zuständigkeit: Amt 80-3	* je nach Projekt
	Gemeinsame Marketingprojekte mit der Oranieroute	Projektumsetzung laut Marketingplan	
		Zuständigkeit: Amt 80-3	* je nach Projekt
Gartenreichtag	Umsetzungen von Veranstaltungen im Gartenreich		
	Zuständigkeit: Kooperation Tourismusverein Gartenreich Dessau-Wörlitz mit Partnern des Gartenreichtages	* kurzfristig (jährlich)	
Biosphärenreservat	Vermarktung der Welterbestätte auf Messen, in Printbroschüren, Anzeigen etc.	je nach Projekt	
		Zuständigkeit: Amt 80-3	* je nach Projekt
	Entwicklung von Reiseangeboten zum Thema Natur, in Verbindung mit Kultur	Erweiterung der Reiseangebote im Bereich Kultur- und Aktivtourismus, dadurch Schaffung neuer Reiseanlässe	
Zuständigkeit: Amt 80-3 in Kooperation mit dem Biosphärenreservat		* mittelfristig	

## Operatives Programm

<b>Leitbildziel W 14</b> (Normatives Ziel)	Die Gastgebermentalität in Dessau-Roßlau wird gefördert und eine Willkommenskultur etabliert. Die Tourismusangebote – bedeutend sowohl für Wirtschaftsentwicklung als auch Kultur- und Erholungseinrichtungen – werden zielgerichtet für Tages- sowie Mehrtagestourismus ausgebaut.	
Strategische Ziele	INSEK (S. 142): Der freizeitorientierte Natur- und Aktivtourismus benötigt eine enge Verknüpfung zum Umland und muss in einer gut erschlossenen, urbanen Landschaft stattfinden. Im Kultur-, Städte- und Freizeittourismus (Städtereisen, Individualreisen, Kurzausflüge) liegen wirtschaftliche Potenziale, die in Dessau-Roßlau zu nutzen sind.	
Operative Ziele der Tourismusförderung	touristische Vermarktung der Stadt, Steigerung der Ankünfte- und Übernachtungszahlen, Umsatzsteigerungen der touristischen Leistungsträger, Steigerung von Image und Bekanntheit der Stadt im In- und Ausland, Förderung des Innen- und Außenmarketings	
Maßnahmen	Projekttitle	Projektbeschreibung
touristische Projekte	Erneuerung der Inneneinrichtung der Tourist-Information	Kundenfreundliche Erneuerung der Inneneinrichtung der Tourist-Information Zuständigkeit: Amt 80-3 * kurzfristig
	Informationssystem für Gäste außerhalb der Öffnungszeiten der Tourist-Information	Etablierung eines Informationssystems, das außerhalb der Öffnungszeiten der Tourist-Information Auskünfte über Übernachtungsmöglichkeiten, Öffnungszeiten der Sehenswürdigkeiten oder Veranstaltungshinweise gibt. Zuständigkeit: Amt 80-3 * kurzfristig
	Verbesserung der Aufenthaltsqualität in der Innenstadt	mehr Sitzgelegenheiten in der Innenstadt, mehr öffentliche WCs bzw. alternatives Konzept („nette Toilette“), Ergänzung von Fahrradboxen in der Nähe der Tourist-Information Zuständigkeit: Amt 80-3 in Kooperation mit den entsprechenden Fachämtern * je nach Projekt
	Innenmarketing	Teilnahme an regionalen Präsentationen (in Dessau und Umgebung), z.B. Präsentation des Tourismusverbandes TourismusRegion Anhalt-Dessau-Wittenberg Zuständigkeit: Amt 80-3 in Kooperation diverser Partner * je nach Projekt
	Schulung der Gästeführer	Weiterbildung unserer Gästeführer Zuständigkeit: Amt 80-3 * kurzfristig
	ServiceQualität Deutschland	Zertifizierung der Tourist-Information Zuständigkeit: Amt 80-3 *kurzfristig
	Entwicklung neuer Pauschalen und Reiseangebote für besondere Anlässe (Dessau 800 bzw. Triennale der Moderne)	Potenzial hochkarätiger Veranstaltungen in der Stadt sollen für das bestehende Pauschalangebot ergänzen und erweitern, um neue Reiseanlässe zu schaffen Zuständigkeit: Amt 80-3 *kurzfristig, je nach Projekt
	Projekte mit der Gastronomie	Weiterbildung der Servicekräfte in den Gastronomieeinrichtungen der Stadt

## Operatives Programm

<b>Leitbildziel W 16</b> (Normatives Ziel)	Als Knotenpunkt internationaler Radwanderwege wird in Dessau-Roßlau die radtouristische Infrastruktur weiter ausgebaut. Die Stadt vermarktet sich im Segment Aktivtourismus als „Radwegekreuz Dessau-Roßlau“.		
Strategische Ziele	touristische Potenziale der Stadt vollständig nutzen, Bewerbung der UNESCO-Welterbestätten als Alleinstellungsmerkmal muss im Fokus stehen  INSEK (S. 142): touristische Highlights entwickeln und als Wirtschaftsfaktor vermarkten		
Operative Ziele der Tourismusförderung	touristische Vermarktung der Stadt, Steigerung der Ankünfte- und Übernachtungszahlen, Umsatzsteigerungen der touristischen Leistungsträger, Steigerung von Image und Bekanntheit der Stadt im In- und Ausland, Förderung des Innen- und Außenmarketings		
Maßnahmen	Projekttitle	Projektbeschreibung	
touristische Vermarktung der Radwege	Präsentation auf Aktivtourismussmessen	Teilnahme an Aktivtourismussmessen im In- und Ausland Zuständigkeit: Amt 80-3 * kurzfristig	
	Entwicklung von Printbroschüren	Entwicklung von Printbroschüren zum Thema Radtourismus Zuständigkeit: Amt 80-3 * kurzfristig	
	Entwicklung von Reiseangeboten für Sterntouren von Dessau-Roßlau	Erweiterung der Reisegebote im Bereich Radtourismus, dadurch Schaffung neuer Reiseanlässe Zuständigkeit: Amt 80-3 * kurzfristig	
	Gemeinsame Marketingprojekte mit den Partnern des Elberadwege	je nach Projekt	
		Zuständigkeit: Amt 80-3	* je nach Projekt
	Unterstützung umfangreicher Marketingmaßnahmen (Internet, Publikationen, Messen, Anzeigen)	je nach Projekt	
		Zuständigkeit: Amt 80-3 im Verbund und mit Beteiligung der Länder Sachsen-Anhalt und Sachsen	* je nach Projekt
	Teilnahme am Elberadeltag	Präsentation der Stadt	
		Zuständigkeit: Amt 80-3	* jedes Jahr

## Operatives Programm

<b>Leitbildziel W 17</b> (Normatives Ziel)	Die Zusammenarbeit in der Arbeitsgemeinschaft der deutschen UNESCO-Welterbestätten und in weiteren touristischen Kooperationen wird intensiviert. Hierbei übernimmt der regionale Tourismusverband Anhalt-Dessau-Wittenberg eine tragende Rolle.	
Strategische Ziele	INSEK (S. 142): Eine großräumige Zusammenarbeit mit benachbarten Kernstädten, Welterbestätten etc. muss auf regionaler Ebene in Netzwerken und Bündnissen und insbesondere im Rahmen der Kooperation innerhalb der Metropolregion Mitteldeutschland vorangetrieben werden.	
Operative Ziele der Tourismusförderung	touristische Vermarktung der Stadt, Steigerung der Ankünfte- und Übernachtungszahlen, Umsatzsteigerungen der touristischen Leistungsträger, Steigerung von Image und Bekanntheit der Stadt im In- und Ausland, Förderung des Innen- und Außenmarketings	
Maßnahmen	Projekttitel	Projektbeschreibung
enge Kooperation mit Vereinen, AGs und anderen Institutionen	Gemeinsame Marketingprojekte mit dem Verein UNESCO-Welterbestätten e.V.	Projektumsetzung laut Marketingplan
		Zuständigkeit: Amt 80-3 * je nach Projekt
	Gemeinsame Marketingprojekte mit Stadtsprung – Städte zwischen Harz und Elbe	Projektumsetzung laut Marketingplan
		Zuständigkeit: Amt 80-3 * je nach Projekt
	Gemeinsame Marketingprojekte mit der Oranierroute	Projektumsetzung laut Marketingplan
		Zuständigkeit: Amt 80-3 * je nach Projekt
	Gemeinsame Marketingprojekte mit dem Regionalen Tourismusverband TourismusRegion Anhalt-Dessau-Wittenberg	je nach in den AGs festgelegten Projekt, insbesondere in der AG „Aufklärung und Moderne“ und „Luther, Bauhaus, Gartenreich“
		Zuständigkeit: Amt 80-3 * je nach Projekt
	Gemeinsame Marketingprojekte mit dem Tourismusverein Gartenreich Dessau-Wörlitz	je nach Projekt
		Zuständigkeit: Amt 80-3 * je nach Projekt
	Gemeinsame Marketingprojekte mit der Metropolregion Mitteldeutschland (AG Kultur und Tourismus)	je nach Projekt
		Zuständigkeit: Amt 80-3 * je nach Projekt
	Gemeinsame Marketingprojekte mit dem Blauen Band	je nach Projekt
		Zuständigkeit: Amt 80-3 * je nach Projekt
Gemeinsame Marketingprojekte mit den Partnern des Elberadwege	je nach Projekt und beschlossenen Marketingmaßnahmen (z.B. Radlerbefragung, Broschüre „Radtour“)	
	Zuständigkeit: Amt 80-3 * je nach Projekt	
Gemeinsame Marketingprojekte mit der IMG	je nach Projekt	
	Zuständigkeit: Amt 80-3 * je nach Projekt	
Gemeinsame Marketingprojekte mit den beiden Stiftungen (Bauhaus und Gartenreich Dessau-Wörlitz)	je nach Projekt	
	Zuständigkeit: Amt 80-3 * je nach Projekt	

## Operatives Programm

<b>Leitbildziel H 06</b> (Normatives Ziel)	Unter dem Dach des Stadtmarketings wird ein strategisches Innenstadtmanagement etabliert, um die Attraktivität der Innenstadt für regionale Zielgruppen zu erhöhen sowie die Kommunikation zwischen Innenstadtakteuren und Stadt zu intensivieren.	
Strategische Ziele	Neuausrichtung bzw. Positionierung eines gezielten, zusammengehörenden und strategischen Marketings für die Stadt Dessau-Roßlau  INSEK (S. 143): Marketingaktivitäten aus einer Hand organisieren und Produkte promoten	
Operative Ziele des FB Stadtmarketing	Steigerung von Image und Bekanntheit der Stadt im regionalen, nationalen und internationalen Bereich, Verbesserung und Förderung des Innen- und Außenmarketings, Vermarktung „städtischer Produkte“	
Maßnahmen	Projekttitlel	Projektbeschreibung
Umsetzung der BV DR/BV/169/2012/I-STR  Positiver Image-transfer, Vermarktung unter Einhaltung eines einheitlichen Erscheinungsbildes	Stadtmarketinggesellschaft	Konzepterarbeitung Gründung Stadtmarketinggesellschaft  Zuständigkeit: Amt 80-2 in Kooperation mit externen Consultingunternehmen und den Ämtern 10, 20, 30, 40, 41
		* laufender Prozess kurzfristig
	CD / CI für die Stadt	Entwicklung Corporate Design / Corporate Identity  Zuständigkeit: Amt 07-3
		* laufender Prozess kurzfristig
Masterplan Bauhausstadt	Umsetzung eines touristischen Leit- und Informationssystems	Analyse und Ergänzung des touristischen Leit-systems der Stadt inkl. Begrüßungsschilder Ortseingänge, Expo-Stelen  Zuständigkeit: Amt 80, in Kooperation mit Fachämtern der Stadtverwaltung und der Stiftung Bauhaus
		* kurzfristig

## Operatives Programm

<b>Leitbildziel S 03</b> (Normatives Ziel)	Der Bereich um die Kavaliertstraße, die Ratsgasse und die Zerbster Straße soll als identitätsstiftender Stadtkern sowie als Kultur- und Versorgungszentrum gestärkt werden. Es soll eine gemischte Bewohner- und Nutzerstruktur entwickelt werden. Hier werden die öffentlichen Räume als wichtige Orte sozialer Begegnung und des Austausches verschiedener Nutzergruppen entsprechend gestaltet.	
<b>Leitbildziel H 01</b>	Attraktivierung und Stärkung der Innenstadt	
<b>Leitbildziel H 03</b>	D-R wird als Versorgungsschwerpunkt der Region mit vielfältigen Handels-, Gastronomie- und Dienstleistungseinrichtungen stabilisiert. Diese Entwicklung soll sich auf den Innenstadtbereich um Zerbster Straße, Ratsgasse und Kavaliertstraße konzentrieren	
Strategische Ziele	Unter Einbeziehung und der Beteiligung Dritter werden mit dem Verfügungsfonds Maßnahmen zur Innenstadttärkung umgesetzt.  INSEK (S. 173): ...bestätigte und eingesetzte Förderprogramme - „Aktive Stadt- und Ortsteilzentren“ (Verfügungsfonds Zerbster Straße) INSEK (S. 166) Installierung eines City-Managements für die Innenstadt Dessau	
Operative Ziele des FB Stadtmarketing	Weitere Qualifizierung des öffentlichen Raumes, Unterstützung der baulichen Sanierung privater und öffentlicher Gebäude, kontinuierlichen Mobilisierung der Innenstadttakteure mit einem Citymanagement, Stärkung des Gewerbestandortes Innenstadt und Unterstützung von Gewerbetreibenden	
Maßnahmen	Projekttitle	Projektbeschreibung
Etablierung Standortmanagement für die Innenstadttwicklung	Verfügungsfonds Zerbster Straße innerhalb des Städtebauförderprogramms Aktive Stadt- und Ortsteilzentren	Initiierung, Konzeption, Koordination und Umsetzung von Maßnahmen zur Standortbelebungs- und Aufwertung in Kooperation mit privaten Partnern
	Citymanagement	Zuständigkeit: Amt 80-2 in Kooperation mit Amt 61  * kurzfristig (laufendes Projekt)

### Anmerkungen:

Rein konzeptionelle Arbeiten „Grün“.

Laufende Projekte und Teilnahme an Arbeitskreisen „blau“.