Alte Löwenapotheke – IST-Zustand
mit aktuellem Sitz der Tourist-Information

- Empfang von großen Gruppen nicht möglich
- keine zeitgemäße Informationsvermittlung bspw. zur Einheitsgemeinde möglich
- kleine Räumlichkeiten / wenig Platz für Präsentation von Informationsmaterial
- keine Räumlichkeiten als Ausweichvariante für (angemeldete) Gäste bei schlechter Witterung vorhanden

Ziel durch Anbau
mit neuem Sitz der Tourist-Information

- Empfang, Betreuung größerer Gruppen
- Informationsvermittlung in einem Raum durch moderne Technologien
- wetterunabhängige ganzjährige Indoor-Angebote schaffen

Zielgruppen

- (durchreisende) Individual- und Gruppenreisende
- Naturaktive, Rad-, Wander- und Reittouristen
- Kulturreisende und Städtetouristen
- Ausflugsgäste
- Familien

Einzugsbereiche

- ganz Deutschland: primär
  - Berlin
  - Brandenburg etwa Potsdam
  - Hamburg
  - Mecklenburg-Vorpommern etwa Rostock, Schwerin
  - Niedersachsen etwa Wolfsburg, Helmstedt
  - Sachsen-Anhalt etwa Magdeburg, Salzwedel
  - Sachsen etwa Dresden, Görlitz
- Ausland: Niederlande

Stärke der Zielgruppen

- Gruppenreisende
  - Anreise per Bus (Ø 45 Personen):
    - 2018 - 6
    - 2019 - 2
    - bis Ende 02/2020 - 10
  - Anreise individuell (Ø 15 Personen):
    - 2018 - 8
    - 2019 - 8
    - bis Ende 02/2020 - 8

Zahlen zeigen gebuchte Stadtführungen

Stärke der Zielgruppen

- Individualreisende
  - Touristen in der Alten Löwenapotheke / Tourist-Information
    - 2018 - 816
    - 2019 - 904
    - bis Ende 02/2020 - 27

Zielsetzung/Prognose

In den nächsten Jahren wird das Gruppengeschäft maximiert und die Anzahl an Individualreisenden erhöht:

- **Prognose Gruppenreisende**
  - Anreise per Bus jährlich circa 40
  - Anreise individuell jährlich circa 30
- **Prognose Individualreisende**
  - jährlich circa 2.000

Zielerreichung

- Einführung und Etablierung neuer Leistungen
  - **Bustouristik**: Haus des Gastes mit Tourist-Information als Anlaufpunkt für Reisegruppen etablieren durch
    - Vermittlung **Erlebniswert** der Einheitsgemeinde/Haus des Gastes**:** Erarbeitung individueller **thematischer Angebote für Busreisegruppen**
- Optimierung der **Vermarktung**:
  - aktive PR-Arbeit
  - Kontaktaufnahme zu Bustouristikern, Reiseanbietern
  - Promotionmaßnahmen erhöhen: Präsentation auf Fachmessen, Großveranstaltungen etc.
  - Onlinemarketing: Website ausbauen, Social Media-Kanäle einrichten/nutzen

Maßnahmen zur Steigerung der Touristenzahlen im Haus des Gastes
mit Sitz der Tourist-Information

- Haus als Schaufenster für die Einheitsgemeinde/Altmark nutzen/etablieren
- Komplettangebot: Tourist-Information mit Wissensvermittlung (Stadtgeschichte etc.)
- **Indoor-Angebote mit überregionaler Strahlkraft schaffen – interaktive Erlebnisausstellung im multifunktionalen, barrierefreien Mehrzweckraum**
- Ausbau digitaler Angebote (spricht auch junge Leute an)
- Angebote individuell zusammenstellbar

Maßnahmen - Erdgeschoss

- neues Domizil der Tourist-Information, mit 2 Arbeitsplätzen
- Gestaltung eines großen, modernen und freundlichen Informationsbereiches -> Besucher werden in angenehmer und einladender Atmosphäre begrüßt und beraten
- Einrichtung von Sitzplätzen für Gäste mit Erfrischungsangeboten
- mehr Platz für Beratungsmaterial -> übersichtliche Präsentation möglich
- Einrichtung einer Teeküche
- barrierefreie Begehbarkeit aller Etagen durch direkten Zugang zum Aufzug ist gewährleistet; gerade die Räume des historischen Bereiches (Keller- und Obergeschoss) sind stets Anziehungs-punkte für Touristen

Maßnahmen - Obergeschoss

- **Einrichtung eines Mehrzweckraums**

Vorteile:

- wetterunabhängiges Angebot
- Indoor Angebot
- 5 bis 6 Tage die Woche für mind. 8 Stunden zugänglich

Maßnahmen - Obergeschoss

- **Mehrzweckraum als Empfangs-/Vortragsraum**

für vorangemeldete Reisegruppen (Busreisende, Kultur- und Städtetouristen, Rad- und Wandertouristen)

- Kurzvorträge mittels moderner Technik
- Einführung vor / Abschluss nach Rundgang (je nach Tourenschwerpunkt)
  - Gartenträume Wallanlagen, Bisophärenreservat Drömling, Heidelandschaft, Naturdenkmale, Stadtgeschichte, Otto Reutter, Ortsteile

Maßnahmen - Obergeschoss

- **Mehrzweckraum als multi-medialer Erlebnisort**

  für vorangemeldete und spontane Gäste

  - Gästen wird Wissen rund um die Einheitsgemeinde mittels zeitgemäßer Technologien dargebracht

  -> **Virtual Reality**

  (Brille: 360° Bilder, 360° Videos)

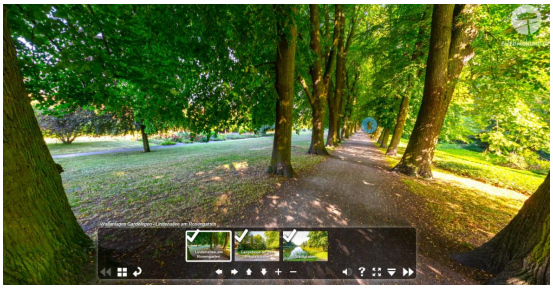
"Designed by pch.vector / Freepik"

Vorteil: Wetterunabhängig, barrierefrei, interessant auch für junge Gäste!

Maßnahmen - Obergeschoss

- **Mehrzweckraum als multi-medialer Erlebnisort**

  - bspw.:
    - Gartenträume- Wallanlagen



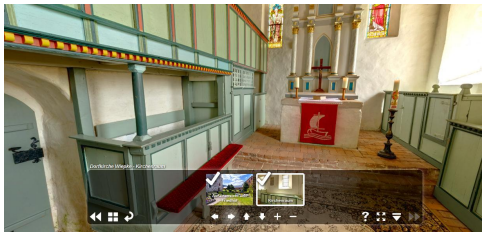
https://pano.erlebnisland.de/player/?panodir=gardelegen/wallanlagen/_gtev&action2start=showgallery

Maßnahmen - Obergeschoss

- **Mehrzweckraum als multi-medialer Erlebnisort**

  - bspw.:
    - Besuch selten zugänglicher Gebäude

Nikolaikirche nur auf Voranmeldung und wenn „Personal“ verfügbar zugänglich. Foto: Bernstein



Dorfkirche Wiepke
https://erlebnisland.de/sachsen-anhalt/hansestadt-gardelegen/sehenswuerdigkeiten/dorfkirche-wiepke-gardelegen

Maßnahmen - Obergeschoss

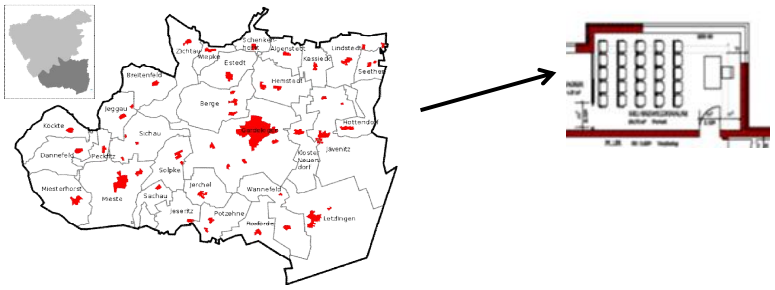
- **Mehrzweckraum als multi-medialer Erlebnisort**

  - bspw.:
    - Radeln durch die Einheitsgemeinde, etwa in den Drömling
      (Auf einem Rad sitzend, fährt der Gast ohne sich aus dem Raum zu bewegen in wenigen Minuten durchs Grüne.)

Maßnahmen - Obergeschoss

- **Mehrzweckraum als multi-medialer Erlebnisort**

  -bspw.:
  - 632 km²/49 Ortsteile in einem Raum



Erkundung der Einheitsgemeinde sonst nicht an einem Tag möglich!

Maßnahmen - Obergeschoss

- **Mehrzweckraum als multi-medialer Erlebnisort**

  -> Wissens-/Geschichtsvermittlung
  - via Filmvorführung
  - via Audio: Geschichten rund um die Einheitsgemeinde (Sagen etc.) über Köpfhörer zu erleben
  - via Musik: im Duett mit Reutter & Bornemann (Karaoke-Ecke)

Maßnahmen - Obergeschoss

- Sanitäre Anlagen (für Mitarbeiter und Besucher sowie Behindertentoilette)
- Lager