

# Masterplan Tourismus Sachsen



Masterplan  
Tourismus  
Sachsen

STAATSMINISTERIUM  
FÜR WISSENSCHAFT  
KULTUR UND TOURISMUS



Freistaat  
SACHSEN

Die Sächsische Staatsministerin für Kultur und Tourismus

# Grußwort

## Masterplan Tourismus Sachsen – Unser Kompass für den sächsischen Tourismus

Sachsen hat alles zu bieten, was ein schönes Reiseerlebnis ausmacht: Freundliche Gastgeber, gutes Essen, schöne Unterkünfte, planbare Reiseanbindungen, spektakuläre Naturlandschaften und abwechslungsreiche Kultur-, Sport- und Freizeitangebote. Millionen von Gästen aus dem In- und Ausland wissen das sehr zu schätzen. Mit ihrem Milliarden-Umsatz bringt die Tourismuswirtschaft zudem jedes Jahr Wertschöpfung in unseren Freistaat, Einnahmen in die Regionen und sichert den Arbeitsplatz von nahezu hunderttausend Beschäftigten.

Verantwortlich für diese sächsische Erfolgsgeschichte sind vier Faktoren: Die Unternehmer, die in den letzten Jahren ihre finanziellen Mittel, ihre Ideen und ihre Kraft in den Tourismus investiert haben. Die Mitarbeiter, die mit viel persönlichem Einsatz jeden Tag für das Wohlergehen der Gäste sorgen. Die Möglichkeiten Sachsens, mit einmaliger Natur und Kultur zu punkten und die notwendige Unterstützung, die die Entwicklung des Tourismus in dieser Breite möglich gemacht hat.

Herausforderungen sind stetige Begleiter der Tourismusbranche – gerade in den letzten Jahren. Der Einschnitt durch die Corona-Pandemie und neue gesellschaftliche und wirtschaftliche Rahmenbedingungen waren für jeden spürbar. Der Wandel wird weiter gehen und die Schlagzahl der Veränderungen wird zu- statt abnehmen. Es ist allerdings auch nicht die Mentalität der Sachsen, sich auf dem Erfolg auszuruhen, sondern ihn vielmehr als Ansporn zu nutzen. So wollen wir weiter wachsen, vor allem in Richtung Qualitätstourismus. Dafür brauchen wir Fach- und Arbeitskräfte, die wir durch das Zusammenspiel unterschiedlicher Angebote für den Tourismus gewinnen oder in der Branche halten wollen. Auch müssen wir bei der Digitalisierung und beim Einsatz neuer Technologien weiter an Fahrt aufnehmen – selbstverständlich ohne den unersetzlichen persönlichen Kontakt zu vernachlässigen. Wir wollen einen Tourismus, der sich weiterentwickelt und Wertschöpfung generiert und gleichzeitig in Balance mit unserer Natur und Umwelt steht. Als Ministerin für Kultur und Tourismus ist es



mir ein wichtiges Anliegen, diese beiden Themen noch stärker zusammenzudenken. Nur im Zusammenspiel der verschiedenen Bereiche erreichen wir zufriedene Gäste, Unternehmer, Mitarbeiter und Menschen in den Regionen.

Zur Realisierung dieser großen Vision braucht es – wie in anderen Politikfeldern auch – eine Strategie. Diese Strategie ist der Masterplan Tourismus Sachsen. Er ist Richtschnur und gibt die strategischen und fachlichen Ziele für die kommenden Jahre vor. Gleichzeitig lässt er genügend Raum, um auf aktuelle Herausforderungen auch immer wieder reagieren zu können. Der Masterplan soll ein guter Kompass sein, damit wir die Orientierung behalten und Innovationen oder neue Gegebenheiten aufgreifen können. Nicht alle Vorhaben können wir dabei als Tourismusministerium allein beeinflussen und binden so – wo notwendig – Partner ein, ohne unsere eigene Verantwortung beiseite zu schieben. Nur gemeinsam kann das Reiseland Sachsen wachsen und auch weiterhin viele Gäste glücklich machen.

„Gemeinsam Handeln“ war die Grundlage für die Entstehung des Masterplans und bleibt mein Anspruch für die weiteren Schritte. Mir war und ist es dabei enorm wichtig, dass sich die Tourismusbranche und unsere Partner im Masterplan wiederfinden. Deshalb haben wir einen breiten Beteiligungsprozess gestaltet und die Ideen und Erfahrungen der Leistungsträger einfließen lassen. Ich möchte mich bei allen Beteiligten für ihre Zeit und ihr Engagement ganz herzlich bedanken.

Nun heißt es, unseren Planungen jährliche, konkrete Handlungspläne, Zahlen und Fakten folgen zu lassen. Ziel ist es, für unsere Gäste Sachsens Tourismusangebot um neue Ideen und Innovationen zu bereichern. Dafür braucht es Menschen, die Verantwortung übernehmen. Als Tourismusministerin möchte ich eine herzliche Einladung zur gemeinsamen Verwirklichung der Vorhaben des Masterplans aussprechen. Mission „Realisierung Masterplan Tourismus Sachsen“ ist startklar.

**Barbara Klepsch**  
Sächsische Staatsministerin für  
Kultur und Tourismus

# Inhaltsverzeichnis

Grußwort von Barbara Klepsch, Sächsische Staatsministerin für Kultur und Tourismus	<b>2</b>
Der Masterplan in 15 Punkten	<b>4</b>
Meilensteine zum Masterplan: Die Entstehung der neuen sächsischen Tourismusstrategie	<b>8</b>
Erfolgskonzept für den sächsischen Tourismus: Der Masterplan Tourismus Sachsen	<b>12</b>
Handlungsfelder	<b>18</b>
Tourismusmarketing – Sachsen erfolgreich positionieren	<b>18</b>
Finanzen und Verantwortung – Starke Partnerschaft für einen wettbewerbsfähigen Tourismus in Sachsen	<b>24</b>
Ganzjahrestourismus – Neue Ansätze für einen nachhaltigen, anpassungsfähigen Tourismus	<b>30</b>
Fachkräfte – Eine Zukunft in der Tourismusbranche	<b>38</b>
Nachhaltigkeit – Verantwortung für den Erhalt der touristischen Grundlagen	<b>42</b>
Mobilität – Die Erreichbarkeit für Touristen in Sachsen	<b>46</b>
Digitalisierung – Technologien, Trends und Prozesse	<b>52</b>
Kooperationspartner	<b>56</b>
Unterstützer des Prozesses	<b>58</b>
Verweise	<b>62</b>
Impressum	<b>64</b>



# Der Masterplan in 15 Punkten

## Der Masterplan Tourismus Sachsen – Eine neue Verabredung zwischen Politik und Tourismusbranche

Als neue tourismuspolitische Strategie formuliert der Masterplan Tourismus Sachsen einen verbindlichen Orientierungsrahmen für die Tourismusbranche des Freistaates. Er ist in einem breiten Beteiligungsprozess entstanden und benennt klare Zielsetzungen. Der Masterplan gibt die strategischen und fachlichen Ziele für die kommenden Jahre vor. Gleichzeitig bietet er die notwendige Flexibilität, um auf neue Herausforderungen auch kurzfristig reagieren zu können.

Mit jährlichen Handlungsplänen, die auf dem Masterplan aufbauen, wird das Ministerium für Kultur und Tourismus dafür Sorge tragen, dass die notwendigen Maßnahmen zur Erreichung der Ziele des Masterplans ergriffen werden. Diese Themen wollen wir angehen:



### 1. Gemeinsam handeln

Gemeinsames und abgestimmtes Handeln ist die Grundlage für die Verwirklichung der Ziele des Masterplans. Deshalb setzen wir auch weiterhin auf eine koordinierte Abstimmung und einen intensiven Austausch zwischen allen am Tourismus beteiligten Ebenen. Dazu zählen die Destinationsmanagementorganisationen (DMO), die Tourismusbranche mit ihren Partnern, die Ministerien der Sächsischen Staatsregierung sowie die Landes- und Kommunalpolitik. Mehr dazu im Kapitel: Erfolgskonzept für den sächsischen Tourismus



### 2. Wachsen in Qualität und Quantität

Der Freistaat Sachsen soll als Reiseland weiter wachsen. Künftig wollen wir dabei die Qualität unserer Angebote stärker in den Fokus rücken und den Erfolg des Tourismus in Sachsen nicht mehr ausschließlich an quantitativen Faktoren

wie Übernachtungs- und Gästezahlen bemessen. Besonderen Wert legen wir außerdem darauf, dass die Wertschöpfung in der Region stattfindet. Mehr dazu im Kapitel: Erfolgskonzept für den sächsischen Tourismus



### 3. Beirat verstetigen, Ziele monitoren

Für einen kontinuierlichen Austausch soll der für den Strategieprozess berufene Beirat in Form eines ständigen Tourismusbeirates des Freistaates Sachsen, der das SMWK auf dem Weg zur Erreichung der Ziele des Masterplans regelmäßig berät, fortgeführt werden. Mehr dazu im Kapitel: Erfolgskonzept für den sächsischen Tourismus



#### 4. Entscheiden auf der Grundlage neuester fachlicher Erkenntnisse

Ziel muss es sein, dass die Akteure im sächsischen Tourismus wissenschaftliche Entscheidungen auf Grundlage eines möglichst detaillierten Informationsstandes treffen können. Dies wollen wir mit der Gründung eines Innovationszentrums für den sächsischen Tourismus unterstützen. Das neue Zentrum soll auch zu einer noch intensiveren Vernetzung zwischen Wissenschaft, Wirtschaft und Verwaltung beitragen.

Mehr dazu im Kapitel: Erfolgskonzept für den sächsischen Tourismus



#### 5. Wertschätzen, was der Tourismus leistet

Wir wollen, dass sich Gäste und Einheimische gleichermaßen in unserem Freistaat wohlfühlen. Deshalb wollen wir den Tourismus als Wirtschafts- und Standortfaktor sowie als Beitrag zur allgemeinen Lebensqualität und zum Wohlbefinden mit einer Wertschätzungskampagne deutlich sichtbar machen und die Akzeptanz für das komplexe System Tourismus weiter steigern.

Zeitgleich mit der Erstellung des Masterplans haben wir uns an einer bundesweiten Untersuchung zu den Auswirkungen des Tourismus auf die Lebensqualität der Bevölkerung in unseren sächsischen Reisegebieten beteiligt. Die Ergebnisse der Studie werden in die Umsetzung der Ziele des Masterplans einfließen.

Mehr dazu in den Kapiteln: Erfolgskonzept für den sächsischen Tourismus; Handlungsfeld Tourismusmarketing; Handlungsfeld Finanzen und Verantwortung



#### 6. Wissen, wofür wir stehen

Sowohl die Entwicklung von passgenauen Produkten als auch das Tourismusmarketing wollen wir noch besser an den Bedürfnissen und Interessen unserer Gäste ausrichten. Hierfür werden wir mit einer Markentreiberanalyse iden-

tifizieren, was Sachsen als Reiseland attraktiv macht. Ziel ist es, die Stärken des Reislands Sachsen aus Sicht der Kunden herauszuarbeiten und die Angebote optimal und einheitlich zu vermarkten. Mehr dazu im Kapitel: Handlungsfeld Tourismusmarketing



#### 7. Abstimmung und Kooperation in den Mittelpunkt stellen

Die Dynamik der Veränderungen wird auch vor den Strukturen im sächsischen Tourismus nicht Halt machen. Ein gut abgestimmtes Vorgehen und eine optimale Kooperation der landesweit geförderten touristischen Einrichtungen sind dafür unumgänglich. Dieser Anspruch ist Ausgangspunkt weiterer Überlegungen.

Mehr dazu im Kapitel: Handlungsfeld Finanzen und Verantwortung



#### 8. Finanzierung auf eine gesicherte Basis stellen

Eine gesicherte Finanzierung ist eine wesentliche Voraussetzung für einen funktionierenden Tourismus. Deshalb werden wir den Einsatz der bisherigen Zuwendungsmöglichkeiten des Freistaates für die Partner im Tourismus evaluieren und auf dieser Basis weiterentwickeln und bei Bedarf neu aufstellen.

Mehr dazu im Kapitel: Handlungsfeld Finanzen und Verantwortung



#### 9. Aufgabenspektrum der sächsischen Reiseregionen aktualisieren

Die Erwartungshaltung an die DMO sowie an die Aufgaben und die Verantwortung, die sie in den sächsischen Reiseregionen übernehmen, hat sich durch die veränderten Rahmenbedingungen der vergangenen Jahre stark gewandelt. Wir wollen eine Diskussion über das Aufgabenportfolio und das Rollenverständnis der DMO anstoßen, auch, um damit die angemessene finanzielle Ausstattung zu überprüfen.

Mehr dazu im Kapitel: Handlungsfeld Finanzen und Verantwortung



#### 10. Kultur und Tourismus gemeinsam weiterdenken

Sachsens kulturelle Schätze in Verbindung mit der einzigartigen Natur sind eine Besonderheit. Deshalb bietet die weitere Vernetzung von Kultur und Tourismus große Chancen für den Freistaat und seine touristischen und kulturellen Angebote. Wir wollen Sachsens Status als Kulturreiseland Nr. 1 in Deutschland weiter ausbauen und dafür die Entwicklung regional vernetzter Angebote in den Bereichen Natur, Kultur, Stadt und Event unterstützen. Außerdem gilt es, die Potenziale, die die Kulturhauptstadt Chemnitz 2025 bietet, bestmöglich zu nutzen und das Thema Industriekultur weiterzuentwickeln. Dadurch möchten wir auch neue Zielgruppen erschließen.

Mehr dazu im Kapitel: Handlungsfeld Ganzjahrestourismus



#### 11. Sachsen das ganze Jahr öffnen

Sachsen hat immer Saison – das soll sich künftig noch stärker in den verfügbaren Angeboten spiegeln. Wir wollen mit dem, was der Freistaat seinen Gästen bietet, unabhängiger werden vom gewohnten Saisongeschäft im Sommer oder Winter. Beim Ausbau des Ganzjahrestourismus setzen wir weiter auf den Ski- und Rodelsport und investieren gleichzeitig in den Ausbau von attraktiven Angeboten in den Bereichen Radfahren, Wandern, Mountainbiken und Wassersport. Sportliche Aktivitäten werden ganz wesentlich zum Erfolg des Ganzjahrestourismus in Sachsen beitragen. Darüber hinaus setzt Sachsen auf die Weiterentwicklung der Themen Pilgern, Camping, Genuss, Kulinarik, Gesundheit und Wellness sowie Städtetourismus.

Mehr dazu im Kapitel: Handlungsfeld Ganzjahrestourismus



## 12. Talente finden, Potenziale heben, Fachkräftebedarf sichern

Den Bedarf an Fach- und Arbeitskräften im sächsischen Tourismus wollen wir langfristig sichern. Hierfür wollen wir weiter für die vielfältigen Karriere-möglichkeiten im Tourismus werben und Maßnahmen für die Aktivierung von Zielgruppen wie Quereinsteigern, Rückkehrern, Menschen mit Behinderung, älteren Menschen und Menschen mit Migrationshintergrund entwickeln.

Wir wollen Kommunen, DMO und Unternehmen dazu anregen, lokale Arbeitgebermarken aufzubauen bzw. weiterzuentwickeln und Kooperationen zwischen Unternehmen zu fördern, um die Gewinnung von qualifiziertem Personal gemeinsam anzugehen. Gute Löhne und Arbeitsbedingungen sind zentral, um Beschäftigte im Wettbewerb mit anderen Branchen zu binden und zu gewinnen. Mehr dazu im Kapitel: Handlungsfeld Fachkräfte



## 13. Nachhaltigkeit als Qualitätsmerkmal etablieren

Zur Sicherung der touristischen Grundlagen und Nutzung der Potenziale der Nachhaltigkeit für den sächsischen Tourismus wollen wir die Abstimmung und Zusammenarbeit der verschiedenen Akteure über alle Ebenen hinweg forcieren, Wissenstransfer ermöglichen und die DMO in ihrer Schlüsselrolle bei der praktischen Umsetzung unterstützen. Für die notwendige Breitenwirkung wird Nachhaltigkeit als zusätzliches Qualitätsmerkmal entwickelt und werden neue Standards etabliert. Mehr dazu im Kapitel: Handlungsfeld Nachhaltigkeit



## 14. Touristische Mobilität in den Regionen voranbringen

Die Erreichbarkeit der Destinationen mit unterschiedlichen Verkehrsmitteln und die Mobilität am Reiseziel tragen wesentlich zur Reise- und Aufenthaltsqualität der Gäste sowie zur Lebensqualität der Einwohner bei. Wir möchten Mehrwerte durch die Kombination von Mobilitäts- und Tourismusangeboten schaffen, z. B. durch die Einführung weiterer Gästecards.

Mehr dazu im Kapitel: Handlungsfeld Mobilität



## 15. Digitale Technologien und Innovationen stärker nutzen

Die Potenziale der Digitalisierung werden wir noch stärker nutzen und kleine und mittelständische touristische Leistungsträger mit Beratungsangeboten bei der Einführung oder Umsetzung von praxisnahen digitalen Lösungen in ihren Unternehmen weiter unterstützen.

Zudem wollen wir Unternehmen und Tourismusverbände dazu ermutigen, die Sichtbarkeit touristischer und kultureller Angebote im digitalen Raum auszubauen, insbesondere durch die stärkere Nutzung des sachsenweiten Datenbankmanagementsystems (SaTourN). Außerdem wollen wir die Visualisierung von touristischen Angeboten mit Hilfe digitaler Möglichkeiten vorantreiben.

Mehr dazu im Kapitel: Handlungsfeld Digitalisierung



# Meilensteine zum Masterplan: Die Entstehung der neuen sächsischen Tourismusstrategie

Wichtige Voraussetzungen für die Verwirklichung der Ziele des Masterplans und der in den kommenden Kapiteln benannten Aufgaben sind das gemeinsame und abgestimmte Handeln und der intensive Austausch zwischen den touristischen Akteuren in Sachsen. Diese Prinzipien waren für die Herangehensweise bereits bei der Vorbereitung des Strategieprozesses zur Erarbeitung des Masterplans maßgeblich. Deshalb war es oberste Priorität, die Partner in Sachsens Tourismus frühzeitig und auf Augenhöhe in die Erarbeitung der Strategie einzubinden.

Neben den Ministerien der Staatsregierung und den touristischen Organisationen, Vereinen und Verbänden in Sachsen waren die Landkreise, Kommunen, Vertreter von Kultur- und Sporteinrichtungen sowie die touristischen Leistungsträger als wichtige Impulsgeber an dem Prozess beteiligt. Jeder konnte sich einbringen. Die vorliegende Strategie ist das Ergebnis dieses umfassenden Beteiligungsprozesses, der geprägt war vom Unterwegssein im Land, vom Zuhören vor Ort, von Diskussionen mit verschiedenen Akteuren und von der gemeinsamen Entwicklung

neuer Ideen. Getragen war dies stets von dem Anspruch: Gutes besser zu machen und herauszuarbeiten, was den Tourismus für alle noch erfolgreicher machen kann.

## Vorbereitung des Strategieprozesses

Ziel der Vorbereitungsphase ab Sommer 2022 war die Sondierung der strategischen Handlungsfelder des Masterplans. Begonnen wurde die Phase mit der Evaluierung der Tourismusstrategie Sachsen 2025, dem Blick auf die Arbeit anderer Bundesländer und einer Informationsreise der Staatsministerin nach Österreich. Weitere wichtige Anregungen ergaben die Untersuchung und Bewertung der unterschiedlichen Organisationsformen, Entwicklungen und Finanzierungsquellen der sächsischen DMO im Rahmen der vom SMWK in Auftrag gegebenen „Studie zum System der Finanzierung der sächsischen Destinationsmanagementorganisationen“.



## Beteiligungsphase

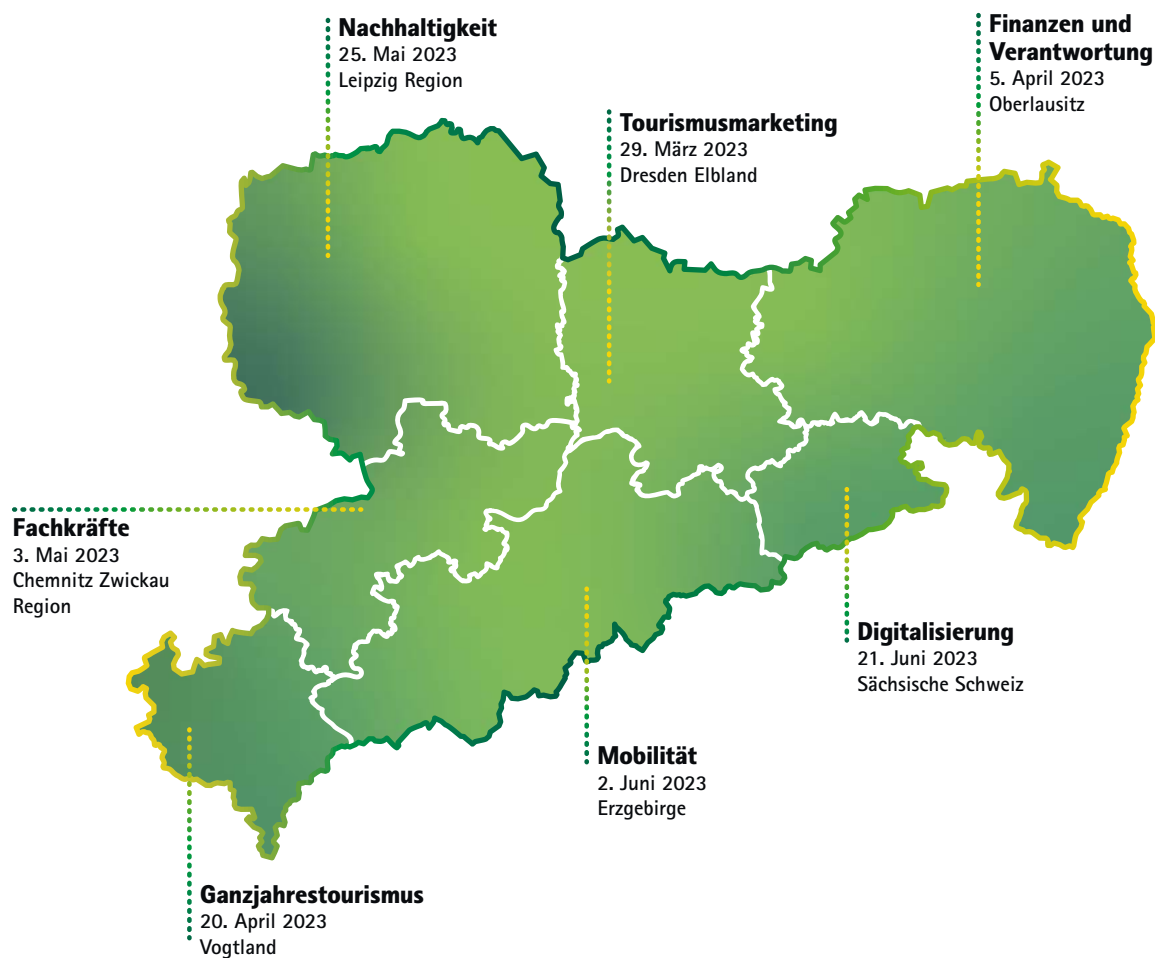
Die Ergebnisse der Analyse flossen in die durch das SMWK im Herbst 2022 durchgeführte Online-Befragung zu aktuellen Themen und Herausforderungen im sächsischen Tourismus ein, auf die 172 Antworten aus der Tourismusbranche eingingen.

Aufbauend auf der Auswertung der Befragung, den genannten Recherchen und Vorbereitungsmaßnahmen wurden die strategischen Handlungsfelder für das Kernstück des Strategieprozesses, die sieben dialogorientierten Zukunftswerkstätten, festgelegt.

In den Zukunftswerkstätten wurden Lösungs- und Handlungsoptionen zu den Herausforderungen der jeweiligen Handlungsfelder gemeinsam erarbeitet und diskutiert. Die halbtägig konzipierten Veranstaltungen fanden in Zusammenarbeit mit den DMO vor Ort in den sieben sächsischen Reiseregionen statt, wobei die gastgebende DMO die Themenpatenschaft für jeweils ein Handlungsfeld übernommen hatte. Die DMO waren auch maßgeblich an der Auswahl passender Veranstaltungsorte beteiligt.







Der zentrale Part jeder Zukunftswerkstatt waren zwei bis drei Keynote-Speaker, die fachliche Anregungen für die thematisch-inhaltliche Diskussion in der anschließenden Workshop-Arbeit in kleinen Gruppen gegeben haben. In den Workshops waren die Teilnehmer anhand von vorab definierten Beteiligungsfragen zur gemeinsamen fokussierten Analyse des entsprechenden Handlungsfeldes aufgerufen. Die Ideen, Vorschläge zu Maßnahmen und Berichte über Good-Practice-Beispiele der insgesamt über 500 Teilnehmer bilden die Grundlage für den Masterplan. Daraus wurden im Anschluss die konkreten Zielsetzungen für die Weiterentwicklung des sächsischen Tourismus erarbeitet. Die Dokumentation der Zukunftswerkstätten und Eindrücke der Veranstaltungen sind auf der Website des SMWK veröffentlicht.

### Redaktionsphase

Die Ergebnisse und Anregungen aus der Vorbereitungs- und der Beteiligungsphase wurden im Anschluss durch das Ministerium bewertet, mit den anderen Ressorts der Landesregierung abgestimmt und für den vorliegenden Masterplan Tourismus Sachsen aufbereitet.

### Beirat und Interministerielle Arbeitsgruppe Tourismus (IMAG Tourismus)

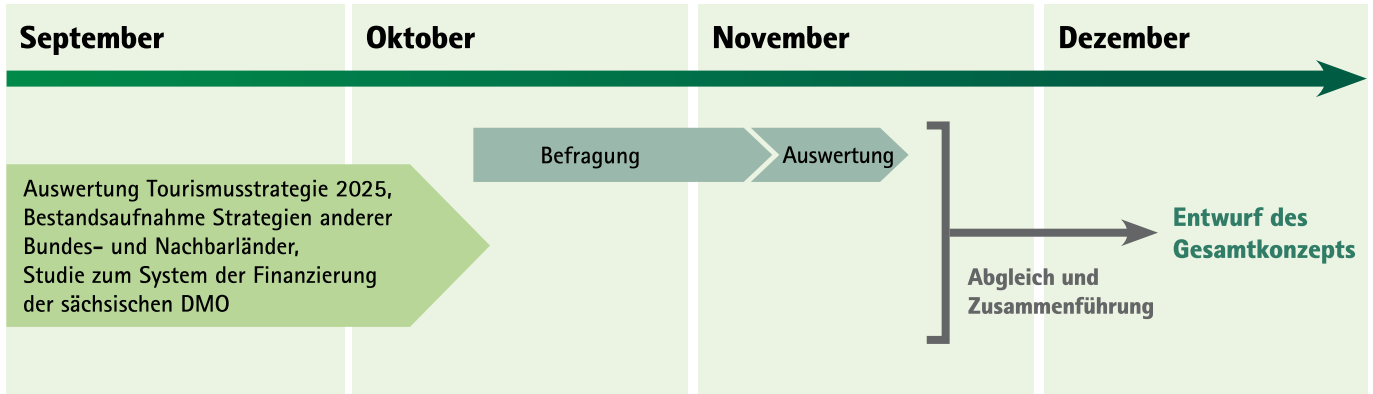
Zur fachlichen Begleitung des gesamten Prozesses auf dem Weg zum Masterplan wurde von Staatsministerin Barbara Klepsch ein Beirat einberufen. Der Beirat bestand aus 51 Persönlichkeiten, die in ganz unterschiedlicher Weise mit dem sächsischen Tourismus verbunden sind – Unternehmer, Politiker auf Landes- und Kommunalebene, Vertreter der

DMO, Geschäftsführer von Interessensverbänden sowie Vertreter aus Kultur, Sport, den Kirchen, Verkehrsverbänden und aus der Tourismuswirtschaft – und das aus allen Regionen Sachsens. Die Zusammensetzung kann dadurch als ein Spiegelbild der sächsischen „Tourismusfamilie“ verstanden werden.

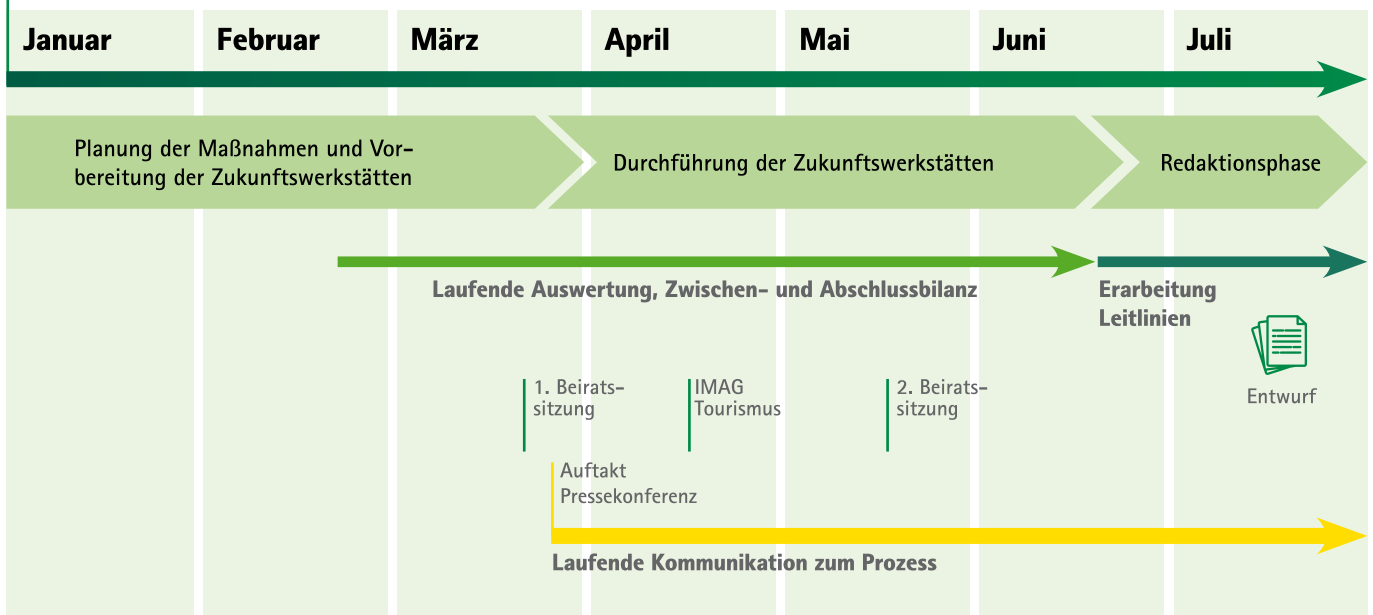
Darüber hinaus hat auch die vom SMWK geleitete Interministerielle Arbeitsgruppe Tourismus den Prozess und die Arbeit am Masterplan begleitet.



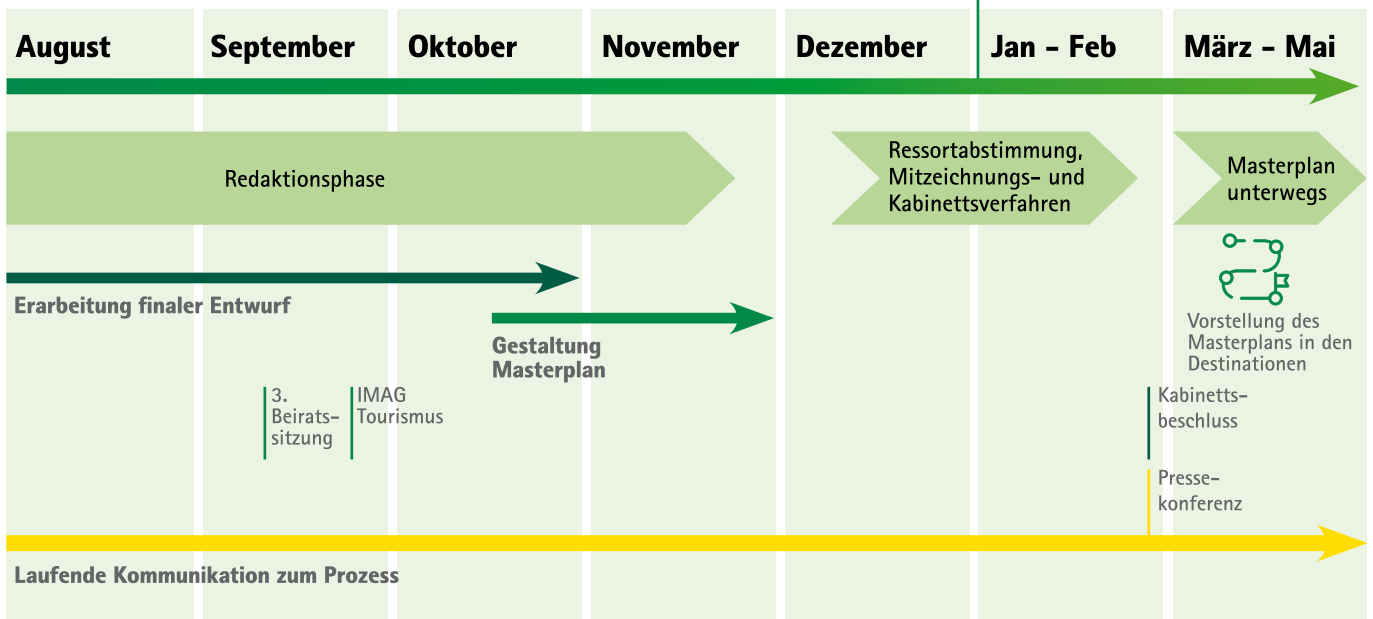
## 2022



## 2023



## 2023







## Erfolgskonzept für den sächsischen Tourismus – Der Masterplan Tourismus Sachsen

### **Sachsen lädt ein**

Die schönste Zeit des Jahres leicht und unbeschwert zu verbringen, dafür bietet Sachsen beste Voraussetzungen. In allen Regionen des Freistaates finden Gäste für ganz unterschiedliche Ansprüche und Interessen großartige und vielfältige Angebote und werden von freundlichen und professionellen Gastgebern empfangen. Ebenso wie die Gäste nutzen auch die Sachsen selbst die Angebote des Freistaates für einen Urlaub in der Heimat – denn manchmal ist der schönste Platz der Welt gleich vor der eigenen Haustür. Großartige Kulturangebote, Schlösser und Burgen, herrliche Naturparadiese, außergewöhnliche Landschaften, Sommer- und Wintersportgebiete sowie erfrischende Badeseen laden in unser Bundesland ein, egal aus welcher Entfernung.

Für alle Top 5 der Urlaubsmotive in Deutschland<sup>01</sup>

- **Abstand zum Alltag**
- **Sonne, Wärme, schönes Wetter**
- **Spaß, Freude, Vergnügen**
- **Entspannung**
- **Frische Kraft sammeln und Auftanken**

findet sich im Freistaat ein Angebot. Sachsen ist mit allen Verkehrsmitteln erreichbar und einmal angekommen können Erholungsreisende, Badeurlauber, Familien-, Städte- oder Natururlauber in Sachsen ihre Koffer auspacken.

# Woher wir kommen

Sachsens touristische Entwicklung bis 2019 war überwiegend positiv. 2018 lag der Umsatz in der sächsischen Tourismuswirtschaft insgesamt bei 8,1 Milliarden Euro<sup>02</sup>. Mit 97.000 Beschäftigten<sup>03</sup>, 8,48 Millionen Gästeankünften und 20,75 Millionen Übernachtungen<sup>04</sup> war 2019 ein Rekordjahr für den sächsischen Tourismus. Der Einschnitt durch die Pandemie war umso dramatischer und hat bis heute

seine Spuren hinterlassen. Die Krise und ihre Folgen machten es notwendig, Zielsetzungen an aktuelle und auch neue Erfordernisse anzupassen. Aufbauend auf den erarbeiteten Erfolgen wollen wir wieder an die guten Entwicklungen vor Corona anknüpfen und uns zugleich neuen Herausforderungen stellen. Startpunkt dafür bilden die folgenden Zahlen aus dem Jahr 2022<sup>05</sup>:



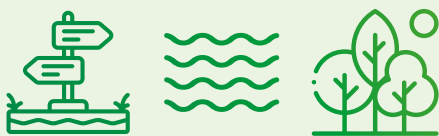
## Wirtschaft und Infrastruktur

8,3 Milliarden Euro Umsatz in der Tourismuswirtschaft insgesamt<sup>06</sup>  
91.300 Beschäftigte in der sächsischen Tourismuswirtschaft<sup>07</sup>  
7,0 Millionen Gästeankünfte<sup>08</sup>  
17,9 Millionen Übernachtungen<sup>09</sup>  
1.947 Beherbergungsbetriebe<sup>10</sup>  
7.636 Gastronomiebetriebe<sup>11</sup>  
558 geprüfte Betriebe, die einen Urlaub ohne Barrieren garantieren, davon 75 barrierefreie Unterkünfte und 483 barrierefreie Kultur- und Freizeiterlebnisse<sup>12</sup>



## Kunst und Kultur

Über 100.000 Baudenkmale  
391 Museen  
Rund 80 Theater- und Konzerthäuser  
54 Schlösser, Burgen, Gärten, Klöster im Marketingverbund der Staatlichen Schlösser, Burgen und Gärten Sachsen gGmbH  
2 UNESCO Welterbestätten: Muskauer Park/ Park Mużakowski und Montanregion Erzgebirge/Krušnohoří



## Natur

Rund 17.000 km Wanderwege  
Über 30 Badeseen  
28 Skigebiete/Skihänge  
5 Gebirge  
1 Nationalpark  
1 UNESCO Biosphärenreservat  
3 Nationale Geoparks und der UNESCO Global Geopark Muskauer Faltenbogen



## Gesundheit und Wellness

27 staatlich anerkannte Erholungsorte  
14 staatlich anerkannte Kurorte  
21 Sport- und Erlebnisbäder  
8 Thermen und Gesundheitsbäder

# Wohin wir wollen

## Unser Leitbild für den sächsischen Tourismus

Der Freistaat Sachsen ist ein vielfältiges und attraktives Reiseland, das weiter in Qualität und Quantität wachsen will. Die Gesichter des bisherigen Erfolgs sind vor allem die vielen engagierten Unternehmer mit ihren Mitarbeitern, die immer wieder auf die gewachsenen Anforderungen, Neuerungen und Bedürfnisse reagiert haben.

Ein besonderes Anliegen des Freistaates ist es, die Themen Kultur und Tourismus miteinander zu verbinden. Die Kombination aus beeindruckender Naturlandschaft, historischen Städten, Kunstschätzen, musikalischer Tradition und kulturellen Veranstaltungen machen Sachsen zu einem herausragenden Reiseziel. Unser Status als Kulturreiseland Nr. 1 in Deutschland ist dafür ein klarer Beweis. Wir wollen diese Dynamik mitnehmen auf unserem weiteren Weg zu einer der anziehendsten Destinationen deutschlandweit. Entwicklungspotenzial für den sächsischen Tourismus ergibt sich auch in Gebieten des Strukturwandels Oberlausitz und Mitteldeutsches Revier, die sich durch zahlreiche Neuansiedlungen als abwechslungsreiche Reiseregionen etablieren werden.

Überall im Freistaat möchten wir Menschen aus aller Welt ansprechen und Sachsen als attraktives Reiseziel auch im internationalen Tourismus positionieren. Fremdsprachenkenntnisse, Top-Servicequalität,

Offenheit für Vielfalt und entsprechende interkulturelle Kompetenzen sind für die Präsentation als weltoffener Gastgeber wichtige Voraussetzungen.

Unsere Ziele und Vorhaben haben wir in einem prägnanten Leitbild zusammengefasst. Diese übergreifenden Prinzipien wurden zusammen mit dem Beirat, der den Strategieprozess begleitet hat, entwickelt.

Der Masterplan wird von diesen Grundgedanken getragen. Er knüpft damit an die Tourismusstrategie 2025 an und nimmt die aktuellen Themen und Entwicklungen der Zeit auf. So lauten die Handlungsfelder des Masterplans:

- **Tourismusmarketing**
- **Finanzen und Verantwortung**
- **Ganzjahrestourismus**
- **Fachkräfte**
- **Nachhaltigkeit**
- **Mobilität**
- **Digitalisierung**

Sie werden im Folgenden in einzelnen Kapiteln mit Vorhaben und Aufgaben untersetzt.

## Leitbild



### Weltoffen, wirtschaftsstark und bereichernd

Das Reiseland Sachsen ist attraktiv für Gäste aus aller Welt und stärkt die Wahrnehmung Sachsens mit seinen Regionen. Der Tourismus ist ein wichtiger Wirtschaftsfaktor für den Freistaat, schafft und sichert Arbeitsplätze und verbessert die Lebens- und Wohnortqualität der hier lebenden Menschen.

### Gastfreundlich und kompetent

Die Beschäftigten im sächsischen Tourismus sind fachkompetent und servicestark. Sie leben Gastfreundschaft und arbeiten jeden Tag daran, dass sich die Gäste in Sachsen wohl fühlen. Die touristischen Fachkräfte werden gut ausgebildet, angemessen entlohnt und finden attraktive Arbeitsbedingungen vor.

### **Im Dialog bleiben**

Unser Anspruch ist es, nach Fertigstellung des Masterplans im Dialog zu bleiben und die entstandene branchenübergreifende Offenheit beizubehalten. Tourismus in seiner Breite kann nur im Zusammenspiel des Engagements und des Fachwissens der Akteure aus Politik, Verwaltung, Wirtschaft, Kultur, Sport, Wissenschaft, Mobilität und vielen anderen Bereichen erfolgreich sein. Für einen kontinuierlichen Austausch soll ein ständiger Tourismusbeirat des Freistaates Sachsen nach dem Vorbild des für den Strategieprozess gegründeten Beirates einberufen werden.

Dies ist ein wichtiger Baustein, um dem Anliegen unseres Ministeriums gerecht zu werden, regelmäßig Feedback einzuholen und gemeinsam mit unseren Partnern die Ziele dieses Masterplans verantwortungsvoll zu erreichen. Wir werden unsere Ziele kontinuierlich überwachen und uns, wo nötig, mit unseren Partnern über eine Aktualisierung verständigen.

### **Verantwortungsvolles Wachstum in Qualität und Quantität**

Die gemeinsam herausgearbeitete Zielsetzung für den Tourismus in Sachsen lässt sich mit den Wörtern Qualität und Quantität zusammenzufassen. So freuen wir uns über noch mehr Touristen, die unser herrliches Bundesland besuchen. Die alleinige

Bemessung des Erfolgs an Übernachtungs- und Gästezahlen wird aber nicht mehr der einzige Maßstab sein. So geht es ebenso darum, dass Reisende, die nach Sachsen kommen, mit der gebotenen Qualität zufrieden sind und dass die Wertschöpfung in der Region stattfindet.

Auch verbindet ein verantwortungsvoller Tourismus die Interessen von Einheimischen und Gästen und strebt neben dem ökonomischen Erfolg auch den achtsamen und schonenden Umgang mit Ressourcen an. Die höhere Nachfrage nach Regionalität sowie Urlaub in der Natur bieten darüber hinaus Potenzial und Ansatzpunkte für eine stärkere Zusammenarbeit von Tourismus und Landwirtschaft. Der Absatzmarkt für Produkte aus der Region könnte verbreitert und das Miteinander von Landwirten und Gastgebern gestärkt werden.

Natur und Landschaft entfalten ihre Anziehungskraft grenzüberschreitend. Durch das bewusste Zusammenwirken mit den touristischen Partnern in Polen und der Tschechischen Republik sowie den angrenzenden Bundesländern werden diese Potenziale genutzt und ermöglichen attraktive touristische Angebote in Sachsen.

Zur Qualität des sächsischen Tourismus gehört auch, dass sich Sachsen weiter bei der Schaffung, dem Ausbau und der Weiterentwicklung sowie der



### **Generationsübergreifend, resilient, kooperativ, nachhaltig und barrierefrei**

Sachsens Potenziale aus seiner geografischen Lage in der Mitte Europas, seinem kulturellen Erbe, seinen Naturschätzen und Innovationen werden optimal für den Tourismus genutzt. Das touristische Angebot spricht alle Generationen an und verbindet Internationalität und sächsische Verwurzelung. Der Tourismus arbeitet zunehmend barrierefrei und nachhaltig. Wo immer möglich, kooperieren Branche, Partner und Verwaltung, um gemeinsam neue Potenziale zu erschließen.

### **Gemeinsam, integrativ und vorausschauend**

Der Masterplan Tourismus ist eine tourismuspolitische Strategie für die am Tourismus Beteiligten in Sachsen. Er betrachtet alle relevanten Handlungsfelder und hat dabei die Herausforderungen der Branche wie Digitalisierung, Fachkräftebedarf, klimatische Veränderungen und demografischen Wandel vorausdenkend im Blick. Der Masterplan ist eine gemeinsame Verabredung für die Querschnittsaufgabe Tourismus zwischen der Branche, der Verwaltung und der Politik und baut darauf, dass die Beteiligten abgestimmt und mit klarer gemeinsamer Zielstellung zusammenarbeiten.

Vermarktung barrierefreier touristischer Angebote engagiert. Bereits heute zählt der Freistaat mit dem Projekt „Sachsen Barrierefrei“ der Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH (TMGS) zu einem der führenden Bundesländer beim Engagement für barrierefreies Reisen in Deutschland. Dabei helfen barrierefreie Produkte und Informationen, z. B. in Leichter Sprache, nicht nur Gästen mit Mobilitätseinschränkungen, Sinneseinschränkungen sowie lern- bzw. kognitiver Beeinträchtigung. Barrierefreie Angebote kommen allen zugute und werden auch aufgrund des demografischen Wandels immer mehr zu einem Komfort- und Qualitätsmerkmal im Tourismus.

### **Erhöhung von Akzeptanz und Wertschätzung des Tourismus in Sachsen**

Anliegen dieser Strategie ist es ebenfalls, den Tourismus sowohl aus der Perspektive des Gastes als auch aus Sicht der Menschen vor Ort zu betrachten. Dass die weitere Entwicklung des sächsischen Tourismus im Einklang mit der Bevölkerung stattfindet, ist für uns ein wichtiger Aspekt. Einheimische und Touristen sollen sich gleichermaßen in unserem Freistaat wohl fühlen. Deshalb wollen wir mit einer Wertschätzungskampagne für den Tourismus sensibilisieren und die Akzeptanz für das komplexe System Tourismus weiter steigern (vgl. auch Kapitel „Finanzen und Verantwortung“). Stets zusammengedacht werden die Themen Kultur und Tourismus. Diese bringen viele gegenseitige Synergien hervor und haben mit der gemeinsamen Verortung seit 2019 im Ministerium für Kultur und Tourismus eine besondere Sichtbarkeit innerhalb der Staatsregierung erhalten.

Studien zur Tourismusakzeptanz in der Bevölkerung zeigen, dass viele Einheimische die vorhandene freizeittouristische Infrastruktur im eigenen Wohnort ganzjährig oder saisonal nutzen.<sup>13</sup> Und schon heute sind die Sachsen Spitze, was die Wertschätzung des Tourismus für ihren Wohnort angeht.<sup>14</sup> Dieses positive Image des Tourismus gilt es beizubehalten, auch, um die anstehenden Themen gemeinsam und harmonisch voranzubringen. Tourismusakzeptanz ist für den Erfolg von Tourismus von großer Bedeutung und ein erfolgreicher Tourismus ist für Sachsen enorm wichtig. Der Tourismus trägt durch viele positive Effekte, wie z. B. Einkaufsmöglichkeiten, Gastronomie-, Freizeit- und Unterhaltungsmöglichkeiten, zur Steigerung der Lebensqualität der Menschen in Sachsen bei. Ein hohes Bewusstsein dafür wird die Verbundenheit mit dem Tourismus weiter steigern. Dieser erweiterte Blick wird Auswirkungen auf die Branche, beispielsweise die Arbeit unserer

regionalen Tourismusorganisationen, haben, die zusätzlich zu ihrem aktuellen Fokus auf Destinationsentwicklung und Vermarktung künftig auch die Rolle und die Sichtweisen der Einheimischen stärker in den Blick nehmen werden. Dabei geht es auch darum, in der Bevölkerung ein Verständnis dafür zu entwickeln, dass für den Tourismus öffentliche finanzielle Mittel bereitgestellt werden müssen.

### **Neue Impulse durch zielgerichtete Forschung**

Grundlage sämtlicher Entscheidungen für alle weiteren Überlegungen ist eine gute fachliche Basis. Diese wollen wir mit der Gründung eines Innovationszentrums für den sächsischen Tourismus ausbauen. Dadurch sollen auch das interdisziplinäre Denken im Tourismus unterstützt und die Verbindung zwischen Wissenschaft, Wirtschaft und Verwaltung intensiviert werden. Außerdem soll die Branche von den aktuellen Forschungsergebnissen unmittelbar profitieren, wenn neue Impulse schnell in die Tourismusbranche transferiert und Erfahrungen ausgetauscht werden.

### **Kooperationen im Mittelpunkt**

Viel hat sich in den letzten Jahren im Tourismus verändert, neue Themen sind hinzugekommen, und der Wettbewerb ist stärker geworden. Diese Dynamik wird auch vor den Strukturen im sächsischen Tourismus nicht Halt machen. Ein gut abgestimmtes Vorgehen und eine optimale Kooperation, gerade auch der landesweit geförderten touristischen Einrichtungen, sind dafür unumgänglich. Dieser Anspruch ist Ausgangspunkt weiterer Überlegungen.

### **Kultur und Tourismus gehören zusammen**

Seit 2019 werden die Themen Tourismus und Kultur in einem Ministerium in Sachsen gemeinsam bearbeitet und eng zusammen gedacht. Sachsens kulturelle Schätze in Verbindung mit der einzigartigen Natur sind eine Besonderheit. Dieses Potenzial wollen wir weiter ausbauen und mit der Attraktivität sächsischer Kunst und Kultur in all seiner Breite und Vielfalt punkten. Für weitere Kooperationen von Kultur und Tourismus und für die Gewinnung neuer Zielgruppen bieten die Kulturhauptstadt Chemnitz 2025 und die Themen Industrie- und Erinnerungskultur gute Voraussetzungen und neue Vernetzungsansätze.

### **Tourismus als Querschnittsthema**

Tourismus ist ein Querschnittsthema mit Bezügen zu vielen Politikfeldern und Verwaltungsbereichen und komplexer Aufgabenzuständigkeit. Die Fachkompetenz der Ministerien der Sächsischen Staatsregierung kommt regelmäßig in der IMAG Tourismus



zusammen. Hier wird die Umsetzung der Vorhaben des Masterplans weiter begleitet und – wenn erforderlich – auch ressort- und branchenübergreifend koordiniert. Die jährlichen Maßnahmenpakete werden in der IMAG Tourismus inhaltlich diskutiert und entsprechende Empfehlungen für die Realisierung erstellt.

### Der Masterplan als Grundlage für die Umsetzung der strategischen Ziele im sächsischen Tourismus

Der Masterplan gibt die strategische und fachliche Agenda für die nächsten Jahre vor und bietet gleichzeitig einen flexiblen Rahmen, um auf aktuelle Herausforderungen und Veränderungen der Rahmenbedingungen dynamisch und zeitnah zu reagieren. Zur Gewährleistung der konsequenten Um-

setzung des Masterplans werden wir diesen durch jährliche Handlungspläne ergänzen und untersetzen. Die Handlungspläne werden konkrete Meilensteine für die Bearbeitung der im Kapitel „Handlungsfelder“ erläuterten Aufgaben definieren. Damit wird das Ministerium für Kultur und Tourismus dafür Sorge tragen, dass die notwendigen Maßnahmen zur Erreichung der Ziele des Masterplans ergriffen werden. Die Grundlage für den Erfolg und die zukunftsweisende Weiterentwicklung des sächsischen Tourismus wird hierbei die Fortsetzung der Zusammenarbeit und des intensiven Austauschs zwischen allen am Tourismus beteiligten Ebenen sein.

Auf dieser Basis stellen wir uns zuversichtlich, anspruchsvoll und mutig für die kommenden Herausforderungen auf.

### Sächsischer Tourismus ist...

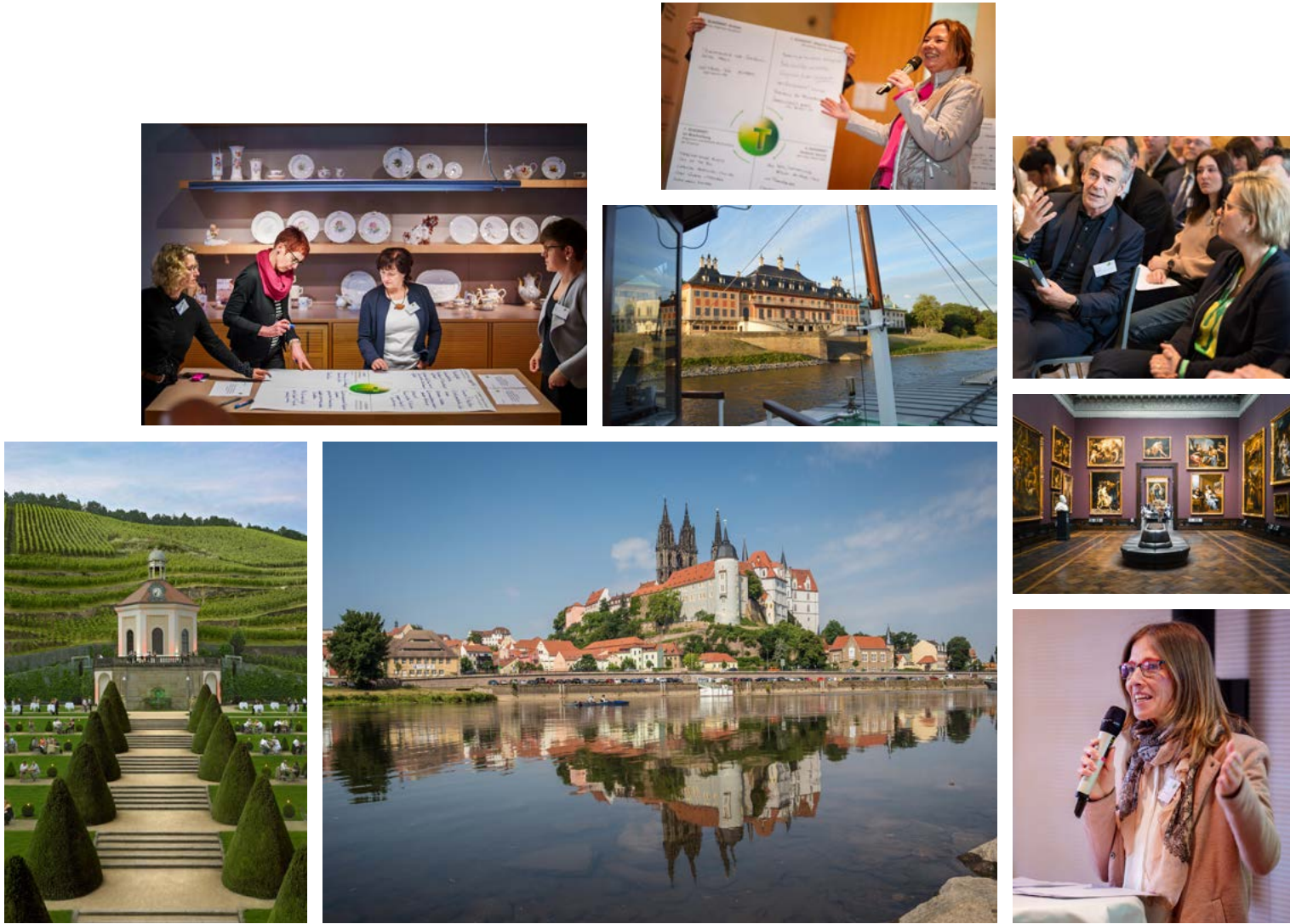
- Förderung der sächsischen Kunst und Kultur
- Begegnung zwischen Menschen
- Gesundheit und Erholung
- Fitness durch sportliche Aktivitäten
- Erleben von Natur und Kulinarik
- Erhöhung der Lebensqualität in den Städten und im ländlichen Raum
- Förderung der Regionalentwicklung
- Schaffung von Arbeitsplätzen
- Stärkung der lokalen Wirtschaft
- Stärkung des Zusammenhalts in der Gesellschaft
- Unverzichtbarer Teil des öffentlichen Lebens

### Zielsetzungen der sächsischen Tourismuspolitik...

- Stärkung der lokalen Wirtschaft
- Ausbau der touristischen Infrastruktur
- Steigerung der Qualität der touristischen Angebote
- Erhöhung der Attraktivität der Branche als Arbeitgeber
- Stärkung der positiven Wahrnehmung Sachsens
- Erhöhung der Ankünfte und Übernachtungen
- Erhöhung der regionalen Wertschöpfung
- Erhöhung der Gästezufriedenheit
- Steigerung der Tourismusakzeptanz
- Steigerung der barrierefreien touristischen Angebote
- Verbesserung der Nachhaltigkeitsleistung sächsischer Tourismusangebote unter Berücksichtigung der Dimensionen Ökologie, Soziales und Ökonomie.

### Kennzahlen für den sächsischen Tourismus





# Handlungsfeld

## Tourismusmarketing

### Einführung

### Tourismusmarketing – Sachsen erfolgreich positionieren

Sachsen befindet sich im internationalen Wettbewerb mit vielen anderen Reisegebieten. Konsum- und Reiseverhalten sowie Nachhaltigkeitsansprüche der Gäste sind nur einige Themen, mit denen sich das sächsische Tourismusmarketing auseinandersetzen muss, um Gäste zu gewinnen. Zudem ist das Image Sachsens eng damit verknüpft, wie der Freistaat als Reiseland wahrgenommen wird. Deswegen braucht Sachsen ein attraktives touristisches Angebot, welches sich von der Konkurrenz abhebt.

Um möglichst einmalige und wenig austauschbare Produkte schaffen zu können, ist es unabdingbar, die touristischen Alleinstellungsmerkmale Sachsens als Reiseland zu identifizieren und daraus einen Markenkern und ein Markenversprechen zu entwickeln. Gleichzeitig gilt es, die erfolgreich etablierte touristische Dachmarke „SACHSEN. LAND VON WELT.“ zu modernisieren und zu prüfen, inwieweit sie zu einer landesweiten Dachmarke über den Tourismus hinaus entwickelt werden kann, d. h. ob sie geeignet ist, die Bekanntheit, das Image und die positiven Assoziationen aus dem Tourismus auf den gesamten Freistaat zu übertragen.

## Markenkern und Kundenbedürfnisse analysieren, innovative Produkte entwickeln – Ziele im sächsischen Tourismusmarketing

### Anforderungen und Zielgruppen analysieren

Das strategische Ziel ist die Ausrichtung des Tourismusmarketings auf die sich ändernden Anforderungen der Reisenden. Dafür gilt es, die Bedürfnisse der potenziellen Gäste sowie der Zielgruppen, für die Sachsen als Reiseland das passende Angebot hat, genau zu identifizieren.

### Alleinstellungsmerkmale und Stärken identifizieren

Der spezifische Charakter Sachsens spiegelt sich im Markenkern und seinen Werten wider. Damit für die entsprechenden Zielgruppen einzigartige und passgenaue Angebote entstehen können, müssen die Alleinstellungsmerkmale und Stärken Sachsens, die den Freistaat von den Wettbewerbern abheben, identifiziert werden. Dabei muss klar herausgearbeitet werden, was Sachsen für welche Gäste attraktiv macht.

## Ausgangslage im sächsischen Tourismusmarketing

Die aktuelle touristische Dachmarke „SACHSEN. LAND VON WELT.“ ist über zwölf Jahre alt. Sie transportiert ein hohes Qualitätsversprechen, vorrangig – aber nicht nur – basierend auf Sachsens hochwertigen Kulturangeboten und nachhaltigen Naturerlebnissen. Um der großen Vielfalt der Angebote in Sachsen Rechnung zu tragen, wurde die Dachmarke mit den Leitkategorien „Kultur & Städte“, „Aktiv & Natur“ sowie „Familie“ untersetzt.

Diese Punkte müssen als Markenkern mit passenden Markenversprechen entwickelt werden, um gezielt positive Vorstellungen und Assoziationen in Bezug auf Sachsen aufzubauen, von denen alle Orte, Regionen und Akteure des Landes profitieren.

Dafür ist es erforderlich, konkret herauszuarbeiten, was Sachsen für Gäste interessant macht und in welchen Urlaubskategorien sie Sachsen Kompetenz zusprechen. Schwerpunkt bei der Betrachtung sind Veranstaltungen, Orte, Sehenswürdigkeiten und Aktivitäten.

### Wettbewerbsfähige und innovative Produkte entwickeln und vermarkten

Auf dieser Basis können wettbewerbsfähige und innovative touristische Produkte entwickelt werden, für die es eine konkrete Nachfrage gibt. Dabei sollten unbedingt regionale Besonderheiten berücksichtigt werden, denn sie sorgen für ein authentisches Produkt. Die touristischen Marketingmaßnahmen für das Reiseziel Sachsen und seine Produkte richten sich an den vorangegangenen Analysen aus.

Die Arbeit in den Workshop-Gruppen der Zukunftswerkstatt zum Thema Tourismusmarketing hat die Relevanz dieser Kategorien bestätigt. Die Vielfalt an Kulturangeboten auf Bühnen und in Museen, in Schlössern, Burgen, Kirchen und Gärten, die beiden UNESCO-Welterbestätten Muskauer Park und Montanregion Erzgebirge/Krušnohoří, das UNESCO-Biosphärenreservat Oberlausitzer Heide- und Teichlandschaft sowie Sachsens Geoparks wurden als Besonderheiten genannt. Als herausragend und spezifisch für Sachsen werden zudem Handwerkskunst, Manufakturen und Brauchtum, insbesondere zum

**Ziele**

**Ausgangslage**





Thema Weihnachten, wahrgenommen. Besonders und einmalig für Sachsen ist auch die deutsch-sorbische Zweisprachigkeit und kulturelle Vielfalt in der Lausitz. Hier werden die sorbische Sprache und Kultur und die sorbischen Traditionen gelebt, vermittelt und weiterentwickelt.

Die kulturelle Vielfalt in Verbindung mit der Natur wird als eine Besonderheit Sachsens gewertet. Der Natur werden „Einzigartigkeit“, „Gegensätze“ und „Vielfalt“ zugeschrieben. In erster Reihe stehen dabei der Nationalpark Sächsische Schweiz, das Elbsandsteingebirge, die Seenlandschaften im Leipziger und Lausitzer Raum, aber auch die Winterlandschaften in Erzgebirge, Lausitz und Vogtland. Als weiteres wichtiges Thema wurden Freizeit- und Freizeitsportangebote, die sich insbesondere an Familien richten, genannt.

Trotz der grundsätzlichen Zustimmung zu den aktuellen Leitkategorien, wurde der Bedarf gesehen,

die aktuellen Bedürfnisse von Gästen und deren Blick auf Sachsen noch einmal zu untersuchen, um künftig noch passgenauer arbeiten zu können. Touristisches Marketing will Gäste für das Reiseland Sachsen gewinnen und nutzt hierfür zielgerichtet die touristische Dachmarke „SACHSEN. LAND VON WELT.“ Daneben wirbt Sachsen seit vielen Jahren im Rahmen der Standortkampagne „So geht sächsisch.“ national und international für die Attraktivität des Freistaates. Diese Kombination bietet Chancen auf verstärkte Sichtbarkeit und damit positive Werbeeffekte, die bislang noch nicht ausreichend genutzt werden.

In den letzten Jahren sind viele kreative Ideen und Konzepte für die Entwicklung neuer Produkte oder die Weiterentwicklung bereits vorhandener touristischer Angebote entstanden, u. a. gefördert durch die Wettbewerbe „Sachsen geht weiter. Innovationswettbewerb Tourismus“ in den Jahre 2021 und 2022.

## Aufgaben

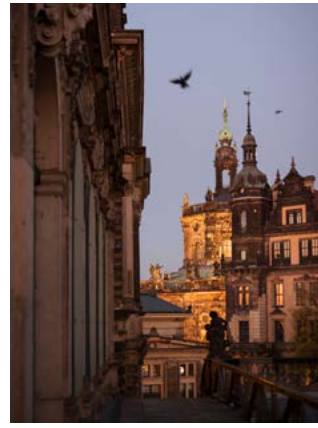
### Markenkern schärfen, Tourismus wertschätzen – Aufgaben im sächsischen Tourismusmarketing

#### Wofür steht das Reiseland Sachsen? – Markenkern und Image in den Fokus nehmen

Als besondere Herausforderung benannten die Teilnehmer der Zukunftswerkstatt Tourismusmarketing die Identifizierung von Lösungsansätzen in Bezug auf die touristische Vermarktung und die Außenwahrnehmung Sachsens. Die Vielfalt des Freistaates wird als Stärke, aber gleichzeitig auch als Hindernis in der Fokussierung gesehen. Hinzu kommen

unterschiedliche Bekanntheit und Markenstärke der regionalen, lokalen oder produktspezifischen touristischen Marken.

Als besonderes Thema wurde gleich in mehreren Zukunftswerkstätten das Image Sachsens benannt. Der Tourismus kann ein starkes Bild erzeugen, das positiv auf das Gesamtimage Sachsens ausstrahlt. Eine Imageverbesserung beginnt dabei vor Ort und braucht die Zusammenarbeit aller Akteure, damit sich Gäste willkommen fühlen. Zu einer positiven Wahrnehmung kann vor allem die Entwicklung von attraktiver touristischer Infrastruktur beitragen, wo-



bei hier in erster Linie die Verbesserung der Erreichbarkeit und Mobilität vor Ort oder auch Öffnungszeiten und Internetverfügbarkeit genannt wurden. Mindestens genauso wichtig sind weltoffene Gastgeber und Willkommenskultur. Ein gelungener, erlebnisreicher und mit vielen schönen Ereignissen und Erinnerungen gespickter Urlaub in Sachsen trägt viel zum positiven Image Sachsens bei.

Um herauszufinden, was Sachsen als Reiseland attraktiv macht und wofür Sachsen aus Sicht der Gäste tatsächlich steht, eignet sich das Instrument der Markentreiberanalyse. Die touristische Markentreiberanalyse untersucht in einer bevölkerungsrepräsentativen Onlinebefragung übergreifende, aber auch regionalspezifische Stärken des Reiselandes Sachsen, beispielsweise in Bezug auf Orte und Regionen, Aktivitäten, Sehenswürdigkeiten oder Veranstaltungen.

Als Ergebnis des Strategieprozesses wurde die TMGS vom SMWK beauftragt, gemeinsam mit einem qualifizierten Dienstleister eine touristische Markentreiberanalyse für Sachsen durchzuführen. Die Ergebnisse werden in der künftigen Vermarktung und Kommunikation des Reiselandes Sachsen Anwendung finden.

### **Synergien im Marketing für Sachsen nutzen**

Neben den touristischen Alleinstellungsmerkmalen steht Sachsen zugleich für besondere Erfolge, u. a. in den Bereichen Wirtschaft, Wissenschaft und Sport. Die Attraktivität und positive Wahrnehmung Sachsens ergibt sich aus der Gesamtschau aller Lebensbereiche. Es soll deshalb geprüft werden, inwiefern das touristische Marketing mit der tou-

ristischen Dachmarke „SACHSEN. LAND VON WELT.“ sowie die Kommunikation für Sachsen und die bestehende Standortkampagne „So geht sächsisch.“ künftig harmonisiert werden können. Es soll zudem geprüft werden, inwiefern es erfolgversprechend sein kann, die positiven Assoziationen, die mit dem Tourismus in Sachsen verbunden sind, in Form einer landesweiten Dachmarke auf den gesamten Freistaat zu übertragen.

Ein weiterer wichtiger Punkt ist die Darstellung der Bedeutung des Tourismus als Wirtschafts- und Standortfaktor in Verbindung mit den Themen Lebensqualität und Tourismusakzeptanz. Ein Reiseziel hat dann eine positive Ausstrahlung, wenn auch die Einheimischen sich wohl fühlen, stolz auf ihre Heimat blicken und dies gegenüber den Gästen ausstrahlen.

Um die Auswirkungen des Tourismus auf die Lebensqualität in den sächsischen Regionen und Großstädten bewerten zu können und ggf. neue Handlungsansätze zu identifizieren, hat sich Sachsen an der bundesweiten Studie „Lebensqualität und Tourismus“<sup>15</sup> beteiligt. Dahinter steht die Frage, inwieweit der Tourismus aus Sicht der Bewohner ihre Lebensqualität vor Ort verbessert oder beeinträchtigt bzw. Beeinträchtigungen wohlwollend in Kauf genommen werden, da die Vorteile aus dem Tourismus überwiegen. Die Ergebnisse sind differenziert nach den sächsischen Reisegebieten und können so individuell für jede Destination, beispielsweise für die genannte Wertschätzungskampagne, genutzt werden.



## **Vernetzung und Kooperation stärken – Produktentwicklung voranbringen**

Die stärkere Vernetzung und Kooperation von bisher noch nicht ausreichend sichtbaren Potenzialen in den Regionen mit den bereits gut etablierten, meist städtischen Leuchttürmen eröffnet Chancen für den Tourismus in Sachsen. Leuchttürme dienen in der touristischen Vermarktung als Türöffner, um Interesse für den Freistaat und seine vielfältigen Angebote zu wecken. Die Herausforderung besteht darin, diese Leuchttürme künftig auch auf die bisher weniger bekannten Attraktionen strahlen zu lassen und in geeigneter Weise Kooperationen zum gegenseitigen Vorteil zu etablieren.

Um den Herausforderungen in der Produktentwicklung zu begegnen, muss die Unterstützung von innovativen Ideen ausgebaut werden. Hierfür wollen wir ein konstruktives Maß an Freiraum schaffen, um Kreativität und Engagement zu fördern. Hier ist weitere staatliche Förderung erforderlich, beispielsweise in Form von weiteren Innovationswettbewerben. Im Rahmen einer neuen Fehlerkultur sollte aber auch das Scheitern einer Idee nicht als Verlust, sondern als wertvoller Erfahrungszuwachs angesehen werden. Ein Ansatz der Förderung, den auch die beiden Innovationswettbewerbe genutzt haben, sind Coaching- und Mentoring-Angebote für Innovationsträger, um die Chancen für einen nachhaltigen Erfolg zu erhöhen. Es ist zudem wichtig, Produktentwickler zur Nutzung von Marktforschungsdaten in allen Facetten, wie z. B. Trendforschung, Wettbewerber- und Zielgruppenanalysen, Datenanalysen, Monitoring und Evaluationen, zu beraten. Dies kann auf Landes-,

aber auch auf DMO-Ebene geschehen. Ziel muss es sein, dass Produktentwickler wissensbasierte Entscheidungen auf Grundlage eines möglichst detaillierten Informationsstandes treffen können.

Auch hier sind Weiterbildungen und Wissensmanagement weiter auszubauen. Mit dem Tourismusnetzwerk Sachsen als Kommunikations-, Informations- und Wissensplattform steht der sächsischen Tourismusbranche ein innovatives, bewährtes und einfach zu nutzendes Werkzeug zur Verfügung. Hier muss es das Anliegen sein, Quantität und Qualität der Angebote sukzessive auszubauen, um Nutzwert und Nutzung deutlich zu erhöhen.

Für die Entwicklung von Produkten und das Voranbringen von Ideen sind Kooperationen ein wichtiges Mittel. Aber auch übergreifende Vermarktungsansätze, Wissensaustausch, Mentoren- oder Patenschaften durch erfahrene Akteure sind erfolgsversprechende Ansätze, Produkte, Strukturen oder Organisationen weiterzuentwickeln.

Die neue Rubrik Vorzeigebispiele im Tourismusnetzwerk, ist ein gutes Instrument, um die gewünschte Sichtbarkeit von erfolgreichen Vorhaben deutlich zu erhöhen. Dies ist ein wichtiges Anliegen des Gemeinschaftsprojektes des Landestourismusverbandes Sachsen e. V. (LTV Sachsen) und der TMGS.

## **Good Practice**

### **Markentreiberanalyse der Destination Dresden Elbland**

Die Markentreiberanalyse Dresden Elbland ist ein Beispiel für die marktforschungsbasierte Entwicklung einer Marketingstrategie. Sie untersuchte u. a., was Dresden für verschiedene Zielgruppen als Reiseziel attraktiv macht; zunächst für den deutschen Markt, dann auch für ausgewählte ausländische Märkte. In einer für die Zielgruppen repräsentativen Befragung wurden die Treiber identifiziert, die in den Fokus der Vermarktung gestellt werden sollten, um die besten Effekte zu erzielen. Das Besondere an der Herangehensweise ist die Betrachtung aus der Nachfrageperspektive, d. h. der Kundensicht.

**Weitere Informationen unter:**





# Handlungsfeld

## Finanzen und Verantwortung

### Einführung

### Finanzen und Verantwortung – Starke Partnerschaft für einen wettbewerbsfähigen Tourismus in Sachsen

Der Freistaat Sachsen fördert den sächsischen Tourismus und seine Strukturen auf vielfältige Weise. Gleichzeitig wachsen die Anforderungen an die touristischen Akteure und das touristische Angebot. Dies erfordert ein zukunftsfähiges und stabiles Finanzierungssystem. Dies wurde auch in der Zukunftswerkstatt klar benannt.

Allein mit staatlichen Mitteln und Förderprogrammen lässt sich der Transformationsbedarf der Branche aber nicht bewältigen. Für eine verlässliche finanzielle Grundlage des Tourismus müssen deshalb auch neue Ansätze gefunden werden. Dabei muss auch die Aufgabenverteilung zwischen öffentlicher Hand und Branche diskutiert und betrachtet werden. Ziel muss es sein, ein Modell zu finden, welches für alle Beteiligten langfristig eine verlässliche Handlungsgrundlage bildet, Investitionen anregt und eine gesicherte Weiterentwicklung des touristischen Angebots in Sachsen ermöglicht.



## Ziele für eine sächsische Tourismusbranche, die ihre Wirtschaftskraft entfaltet und innovativ weiterentwickelt

### Aufgaben und Verantwortlichkeiten zur Unterstützung eines weiterhin wettbewerbsfähigen Tourismus in Sachsen definieren

In Sachsen ist der Tourismus in wettbewerbsfähigen Destinationen organisiert. Er ist eine Querschnittsaufgabe, die die Zuständigkeiten verschiedener Ressorts berührt. Damit der sächsische Tourismus unter diesen Rahmenbedingungen weiter erfolgreich sein kann, gilt es, Verantwortlichkeiten noch klarer festzulegen und die tourismuspolitischen Förderinstrumente noch gezielter einzusetzen.

### Verantwortlichkeiten und Finanzierung der DMO im Austausch mit den Akteuren vor Ort klären

Die sieben DMO sind das regionale Rückgrat des sächsischen Tourismus. Im Hinblick auf die vielfältigen Herausforderungen und eine optimale

Wirksamkeit müssen sie ihre Kräfte bündeln und fokussieren. Dabei ist der stetige Austausch mit den Akteuren vor Ort wichtig, um Aufgaben und Verantwortlichkeiten gut abzustimmen und die Finanzierung der Projekte und Vorhaben in den Destinationen strukturiert zu planen.

### Finanzierungsmöglichkeiten durch gezielte Priorisierung und Kooperation optimal nutzen

Es ist wichtig, die Kommunikation und den Wissenstransfer über vorhandene Förder- und Finanzierungsinstrumente auszubauen und zu optimieren. Um dauerhaft erfolgreich zu sein, müssen Sachsens touristische Akteure ihre Vorhaben systematisch priorisieren. Dabei können Kooperationen bei Themen und zwischen privaten und öffentlichen Organisationen oder zwischen Kommunen sinnvoll sein, um die Anforderungen an einen attraktiven Tourismusstandort zu erfüllen. Die Akquise von nicht-öffentlichen Geldern hilft, eine auf breite Schultern gestellte Finanzierungsgrundlage zu schaffen und so noch besser langfristig planen zu können.

## Ziele

## Ausgangslage für den Weg zu einer gesicherten Weiterentwicklung des Tourismus in Sachsen

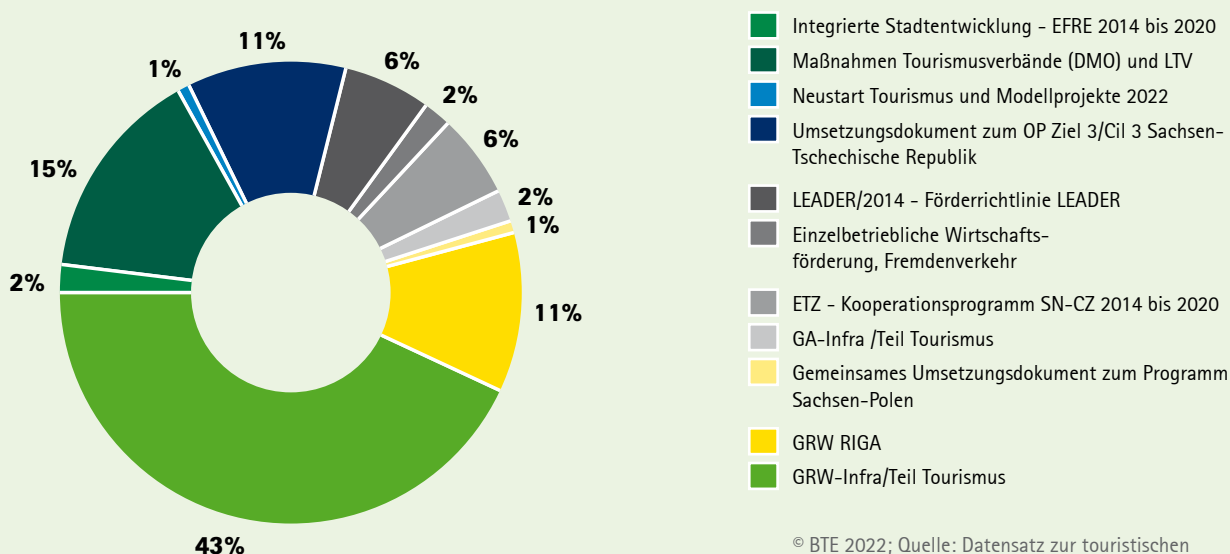
Sachsens Tourismus konnte sich u. a. deshalb erfolgreich etablieren und zu einem wichtigen Wirtschaftsfaktor entwickeln, weil er in festen und wettbewerbsfähigen Strukturen organisiert ist, bei denen den Akteuren auf lokaler, regionaler und landesweiter Ebene konkrete Aufgaben und Verantwortlichkeiten

zugewiesen sind. Diese positive Entwicklung wurde durch verschiedene Finanzierungsmöglichkeiten unterstützt.

Die für den Tourismus zur Verfügung stehenden öffentlichen Mittel sind neben den Beiträgen der Städte, Gemeinden und Landkreise auch Fördermittel des Freistaates, des Bundes und der EU. Die unterschiedlichen Programme der staatlichen Unterstützung zeigt die folgende – nicht abschließende – Grafik:

## Ausgangslage

Auszahlung nach Art der Fördermittel mit Tourismusbezug im Freistaat Sachsen (2012 bis 2021)







© BTE 2022; Quelle: Datensatz zur touristischen Förderung 2012 bis 2021 durch das LSF/SMWK

Der Schwerpunkt der ausbezahlten Fördermittel lag in der Förderrichtlinie zur Förderung der wirtschaftsnahen Infrastruktur im Rahmen der Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ (Richtlinie GRW-Infra) mit 43% aller Fördermittel. Seitens der DMO wurde fast ausschließlich die Förderrichtlinie Tourismus mit den Fördergegenständen Tourismusmarketing und Destinationsentwicklung genutzt. Von 2012 bis 2021 wurden insgesamt über 230 Millionen Euro Fördermittel mit Tourismusbezug in Sachsen bewilligt. Hinzu kommt die Unterstützung des Tourismusmarketings über die TMGS in Höhe von rund 60 Millionen Euro.

Die wichtigste Finanzierungsquelle für den Tourismus sind die öffentlichen Haushalte. Eine Finanzierungsmöglichkeit unabhängig von staatlichen Mitteln sind zweckgebundene Ausgaben der Touristen durch die Gästetaxe oder der touristischen Leistungsträger durch die Tourismusabgabe. Beide Finanzierungselemente können durch die Kommunen auf der Rechtsgrundlage des Kommunalabgabengesetzes erhoben werden. Ihr Potenzial ist noch deutlich ausbaufähig. Im Rahmen der im Auftrag des

SMWK erstellten und im Jahr 2022 abgeschlossenen „Studie zum System der Finanzierung der sächsischen Destinationsmanagementorganisationen“ wurde in einem fiktiven Beispiel ermittelt, dass, würden alle tourismusrelevanten Orte in Sachsen eine Gästetaxe von 2 Euro erheben, dadurch im Jahr 2019 ca. 40 Millionen Euro zweckgebunden für den Tourismus hätten generiert werden können.<sup>16</sup> Tatsächlich waren es nur 6,8 Millionen Euro.

Zentrale Ansprechpartner für den Tourismus auf regionaler Ebene sind die sieben DMO. Sie sind der Garant dafür, dass der Tourismus auf kommunaler Ebene seine optimale Wirkung erzielen kann. Die Gründung von wettbewerbsfähigen Destinationen war ein wichtiges Ziel der Tourismusstrategie 2025. Dieses Ziel wurde mit der Anwendung von Kennziffern und der Untersetzung mit einem Anreizsystem zur gezielten Entwicklung der DMO erreicht. Nunmehr rücken die strukturierte Aufgabenübernahme im Sinne der im Masterplan definierten Handlungsfelder, die organisatorische Umsetzung und die Sicherung der Finanzierung in den Mittelpunkt. Die folgende Grafik zeigt die derzeitigen Finanzierungsformen des sächsischen Tourismus:

 Öffentliche Instrumente	 Gesetzliche Instrumente	 Freiwillige Instrumente	 Einnahmeorientierte Instrumente
Beiträge der Städte, Gemeinden, Landkreise K	Gäste-/Kurtaxe, Kurabgabe, Kurbeitrag, Gästebeitrag G	Einbindung in die Finanzierung von Infrastruktur U,K	Zusätzliche Vertriebsprodukte und -dienstleistungen U
Fördermittel Land, Bund, EU S	Fremdenverkehrsabgabe/-beitrag bzw. Tourismusbeitrag U Bettensteuer, Kulturabgabe, Kulturförderabgabe, Tourismusförderabgabe, City Taxe U	Einbindung in die Finanzierung der Marktbearbeitung U,K	Erweiterung ertragsstarker Produkte und Dienstleistungen U Einstellung ertragschwacher Produkte und Dienstleistungen

© BTE 2022, G = Gäste (Übernachtungs- und Tagesgäste), K = Kommunen, S = Sonstige, U = Unternehmen

## Aufgaben auf dem Weg zu einer gesicherten Finanzierung des Tourismus in Sachsen

### Interkommunale Zusammenarbeit stärken

Aufgaben und Herausforderungen im Tourismus ändern sich ständig. Die Dynamik dieser Prozesse hat in den vergangenen Jahren enorm an Geschwindigkeit gewonnen. Themen werden komplexer, Anforderungen anspruchsvoller. Gleichzeitig wird ihre Bearbeitung in hoher Schnelligkeit gefordert. Hinzu kommt, dass die allgemeinen Erwartungen daran, was aus öffentlichen Haushalten finanziert werden kann, auch in den kommenden Jahren den Handlungsrahmen überschreiten werden. So wird eine tragfähige Finanzierung des Tourismus auch weiterhin nur mit einem Mix von verschiedenen Instrumenten funktionieren, wobei staatliche Fördermittel nach wie vor wichtig und maßgeblich für die Finanzierung touristischer Leistungen bleiben.

Noch nicht ausgeschöpfte Potenziale liegen in einer stärkeren Kooperation und Zusammenarbeit zwischen den privaten und öffentlichen Akteuren. So ist der Gast meist nicht nur an einem Ort unterwegs. Verwaltungsgrenzen spielen somit aus Sicht der Touristen keine Rolle. „Kirchturmdenken“ einer jeden Gemeinde ist daher für die Entwicklung des Tourismus kontraproduktiv. Positiv wirkt sich dagegen die Stärkung der interkommunalen Zusammenarbeit aus, weil sie zu einer breiteren Angebotspalette und weniger Kleinteiligkeit führt. Touristische Regionen sind auch effektiver, weil sie gemeinsame Infrastruktur günstiger bereitstellen und sich im Angebot breiter aufstellen können als einzelne Kommunen.

### Aufgaben und Rolle der DMO in Sachsen in den Fokus nehmen

Der Beteiligungsprozess machte deutlich, dass eine Diskussion über das Aufgabenspektrum und das Rollenverständnis der DMO in Sachsen notwendig ist. Dies kann regional durchaus unterschiedlich sein. Zu den Kernaufgaben der DMO gehören die Erstellung und Umsetzung eines Tourismuskonzeptes (Destinationsstrategie) und darauf aufbauend die Koordination der touristischen Aktivitäten in den Regionen. Dies umfasst unter anderem die Angebots- und Produktentwicklung auf Destinationsebene und den Vertrieb für inländische sowie abgestimmte ausländische Märkte. Die Neukundengewinnung und Bearbeitung eigener Kernmärkte, Zielgruppen und Produkte in Abstimmung mit der TMGS sowie Marketing für den Tagestourismus gehören zu den Aufgabenfeldern Kommunikation und Marketingkoordination der DMO. Die Weiterentwicklung von Qualitätstourismus und

Qualitätsmanagement erfolgen in Abstimmung mit dem LTV Sachsen und der TMGS. Die interne Kommunikation und das Wissensmanagement gehören ebenfalls zum Aufgabenspektrum. Im Rahmen der Kernaufgaben können die Aufgabenschwerpunkte bei den städtischen und ländlichen DMO anders gesetzt sein, da die Destinationen unterschiedlichen Voraussetzungen und Herausforderungen gegenüberstehen.

Erwartungshaltung und Ansprüche an die Arbeit der DMO haben in den letzten Jahren zugenommen. Zu den bereits genannten Kerntätigkeiten sind neue Arbeitsbereiche, beispielsweise in den Bereichen Digitalisierung, Arbeitskräftebedarf und Nachhaltigkeit hinzugekommen – häufig ohne Verbesserung der finanziellen Ausstattung. Neue oder erweiterte anspruchsvolle Aufgaben wie die Vernetzung, das Netzwerk-, Wissens- und Datenmanagement müssen bewältigt werden, auch steigt die Anzahl der Organisationen für die die DMO Ansprechpartner sind. Darüber hinaus fehlt den DMO bei touristischen Aufgaben an der Grenze zur Regionalentwicklung teilweise das Mandat, um für die Region tätig zu werden.

Es bedarf der Zeit und des Mutes, sich innerhalb der DMO mit dem geänderten Aufgabenverständnis, der Aufnahme von neuen und dem Verzicht auf bisherige Aufgaben auseinanderzusetzen und die Verantwortlichen vor Ort für diese Veränderungen und Priorisierungen zu gewinnen. Mit Nachdruck und Dynamik gilt es dann, die neu herausgearbeiteten Ziele zu verfolgen. Neben einem klaren Bekenntnis zu einer zeitgemäßen Aufgabenausrichtung innerhalb der DMO braucht es zu deren Umsetzung eine tragfähige, auskömmliche und passende Finanzierung sowie Begleitung des Veränderungsprozesses.

Die finanzielle Förderung der DMO durch den Freistaat orientiert sich seit 2011 u. a. am Kriterium der Wettbewerbsfähigkeit. Dies soll auch künftig so bleiben. Im Rahmen des Strategieprozesses zum Masterplan wurden die einzelnen Kennziffern, die zur Ermittlung der Wettbewerbsfähigkeit herangezogen werden, überprüft und an die aktuellen Rahmenbedingungen angepasst. Der Fokus rückt weg von der hauptsächlichlichen Betrachtung von reinen Gästezahlen, der Höhe des Gesamt- sowie des Marketingbudgets und der Anzahl zertifizierter Betriebe hin zu einer verstärkten Beurteilung der Professionalisierung der touristischen Leistungsträger, des Qualitätsmanagements in den DMO sowie des Engagements für Nachhaltigkeit und Digitalisierung. Außerdem würdigen die neuen Kennzahlen die finanzielle Beteiligung der Kommunen und Mitglieder der DMO für den Tourismus.

## Aufgaben

Für die Beurteilung der Wettbewerbsfähigkeit werden für die DMO neun Kennziffern in den drei Kategorien „Tourismusstärke“, „Ressourcenstärke“ und „Zukunftsstärke“ erfasst. Die neuen bzw. erweiterten Indikatoren sollen auch die gesamte Aufgabenbreite

einer DMO besser widerspiegeln. Die Fortschreibung der Destinationsstrategien erfolgt mindestens im fünfjährigen Rhythmus, die Kennzahlen zur Wettbewerbsfähigkeit der DMO werden alle zwei Jahre erhoben.

### **Vorstellung der neuen Kennziffern zur Wettbewerbsfähigkeit einer Destination**

Durch die sich ständig verändernden Rahmenbedingungen und die stetige Weiterentwicklung nach innen ist es wichtig, den erreichten Status quo der DMO zu erhalten, um die Entwicklung agiler und resistenter Organisationsstrukturen auch künftig zu gewährleisten. Dabei weist jede Region Besonderheiten auf, wodurch die Vergleichbarkeit der DMO eine besondere Herausforderung darstellt. Um diesen Herausforderungen adäquat zu begegnen, wurden für das Kennzahlen-Set drei übergeordnete Kategorien festgelegt (vgl. Tabelle).

In der Kategorie „Tourismusstärke“ werden neben den Übernachtungszahlen die Tourismus- und Tagestourismusintensität erhoben. In der Kategorie „Ressourcenstärke“ werden die Kennzahlen Gesamtbudget, das Verhältnis des Gesamtbudgets zu den Übernachtungen und die Anzahl der Beschäftigten im Tourismus erfasst. Die Kennzahlen zum TrustScore, mit dessen Hilfe die Gästezufriedenheit in Sachsen ermittelt wird, zu Digitalisierungsstand und Nachhaltigkeit bilden die Kategorie „Zukunftsstärke“ ab. Für den Digitalisierungsstand wird die Erfüllung verschiedener Kriterien geprüft, unter anderem die Benennung eines festen Ansprechpartners für das Thema Digitalisierung und die Anbindung an ein Online-Buchungssystem. Bei der Kennzahl zur Nachhaltigkeit wurden ebenfalls verschiedene Kriterien festgelegt, um die Vergleichbarkeit der DMO zu ermöglichen. Dadurch soll das Thema breite Beachtung finden, indem die strategische Verankerung in der Destinationsstrategie, dem Tourismusleitbild oder einer separaten Nachhaltigkeitsstrategie erfolgt.

Für das Kennzahlen-Set sind insgesamt 22 Punkte erreichbar. Um den Status der Wettbewerbsfähigkeit zu erhalten, werden mindestens 50% der maximalen Punktzahl benötigt.

Neben den Kennziffern müssen die DMO für den Erhalt von Fördermitteln ebenso die Orientierung an den Zielen dieses Masterplans nachweisen.

### **Voraussetzungen für eine gesicherte Finanzierung schaffen**

Professionalität braucht finanzielle Unterstützung – der Tourismus als freiwillige Aufgabe der Kommunen wird von den Beteiligten immer wieder als große Herausforderung gesehen. Auch kommt die vermehrte Nutzung der freiwilligen Abgaben bislang nur wenig voran. So haben die Themen Tourismusabgabe und Gästetaxe – wie unter Punkt 3 in diesem Kapitel bereits erläutert – noch Potenzial. Es ist aber selbstverständlich, dass diese für die Leistungsträger und die Gäste durch entsprechende Angebote attraktiv gestaltet sein müssen.

Von den Partnern im Tourismus – das wurde auch im Rahmen des Beteiligungsprozesses immer wieder deutlich gemacht – wird eine gesicherte Finanzierung als wesentliche Voraussetzung gewünscht. Eine Möglichkeit, die Zweckbindung von Einnahmen für den Tourismus, die Höhe der Abgaben und den Umgang mit den Erträgen verbindlich festzuschreiben, wäre eine gesetzliche Grundlage. Dazu

würde dann auch die Festsetzung der Aufteilung in den unterschiedlichen Ebenen (lokal, regional, überregional) und die touristische Zweckbindung dieser Mittel gehören.

Unabhängig davon, ob dieser Weg weiterverfolgt wird, gilt es, den Einsatz der bisherigen Zuwendungsmöglichkeiten des Freistaates für die Partner im Tourismus zu evaluieren und ggf. weiterzuentwickeln oder neu aufzustellen.

### **Tourismusakzeptanz stärken**

Der Tourismus kann in Sachsen nur erfolgreich sein, wenn auch die Bevölkerung ihn akzeptiert. Eine positive Einstellung zum Tourismus und eine gesicherte Finanzierung der Strukturen bilden die notwendige Basis. Die geplante Wertschätzungskampagne des Freistaates Sachsen zur Steigerung des Tourismusverständnisses mit der Darstellung des Mehrwertes des Tourismus für die lokale Lebensqualität und für die Steigerung des Wohlstands vor Ort wird darauf abzielen (vgl. auch Kapitel „Erfolgskonzept für den sächsischen Tourismus“). Sie soll so auch dazu beitragen, dass sich Kommunen und Mitglieder der DMO stärker finanziell für ein attraktives Angebot engagieren.

Kategorie / Kennziffer	Quelle	Grundlage / Bemerkungen	Ausprägungen
<b>Tourismusstärke</b>			
Anzahl der Übernachtungen	Beherbergungsstatistik	Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben ab zehn Betten und im Durchgangscamping auf Campingplätzen ab zehn Stellplätzen	mehr als 1 Mio. ÜN: 1 Punkt mehr als 1,5 Mio. ÜN: 2 Punkte
Anzahl der Übernachtungen	Beherbergungsstatistik	Verhältnis Übernachtungen zu Einwohnern	2 bis 4,9: 1 Punkt 5 bis 7,9: 2 Punkte mehr als 8,0: 3 Punkte
Tourismusintensität	dwif	Verhältnis Tagesreisen zu Einwohnern	bis 24,9: 1 Punkt ab 25,0 bis 34,9: 2 Punkte ab 35,0: 3 Punkte
<b>Ressourcenstärke</b>			
Gesamtbudget	DMO	Gesamtbudget der DMO in Mio. Euro	mehr als 1 Mio. €: 1 Punkt mehr als 2 Mio. €: 2 Punkte
Verhältnis Gesamtbudget zu Übernachtungen	DMO/ Beherbergungsstatistik	Bewertung Mitteleinsatz einer DMO pro Übernachtung, um Tourismusmarketing zu betreiben	0,8 bis 0,9: 1 Punkt 1 bis 1,2: 2 Punkte mehr als 1,2: 3 Punkte
Anzahl der Beschäftigten	DMO	Anzahl Vollzeitbeschäftigte mit akademischem Abschluss oder adäquater Berufserfahrung in der DMO-Geschäftsstelle	ab 5 Vollzeitäquivalenzen (VZÄ): 1 Punkt ab 7 VZÄ und mehr: 2 Punkte
<b>Zukunftsstärke</b>			
TrustScore	TrustYou	Durchschnittlicher TrustScore der Beherbergungsbetriebe	kleiner als 82,3: 0 Punkte 82,3 bis 83,5: 1 Punkt ab 83,6: 2 Punkte
Digitalisierungsstand	DMO	Festlegung Kriterienkatalog	2 Kriterien: 1 Punkt mehr als 2 Kriterien: 2 Punkte
Nachhaltigkeit	DMO	Festlegung Kriterienkatalog	1 Punkt pro erfülltes Kriterium (max. 3 Punkte)



# Handlungsfeld

## Ganzjahrestourismus

### Einführung

### Ganzjahrestourismus – Neue Ansätze für einen nachhaltigen, anpassungsfähigen Tourismus

Die klimatischen Bedingungen in Sachsen ändern sich merklich. Die Sommer werden zunehmend trockener, die Winter dafür deutlich wärmer. Auch der Tourismus spürt diese Veränderungen und muss darauf reagieren. Dies gilt insbesondere, aber nicht nur, für die sächsischen Wintersportregionen. Es entsteht eine neue existentielle Herausforderung für die gesamte Branche.

Eine Hinwendung zum saisonunabhängigen Tourismus ist wichtig, um bei veränderten Klimabedingungen Tourismus in Sachsen auch weiterhin profitabel betreiben zu können. Auf diesem Thema liegt deshalb innerhalb des Masterplans ein besonderer Fokus.

Dabei ist mit dem Begriff Ganzjahrestourismus weit mehr gemeint als klassische, nicht von Wetter oder Klima abhängige Formate wie Städtereisen, Kulturtrips und Wellnessangebote. Es geht vielmehr um die Loslösung aus der wirtschaftlichen Abhängigkeit von wettergebundenen Outdoor-Aktivitäten wie Ski- und Rodelsport im Winter, aber auch Baden, Segeln und Rudern im Sommer.

Dass der sächsische Tourismus verstärkt ganzjährige Angebote schaffen muss, vor allem in den Wintersportregionen, war Konsens unter den Teilnehmern der Zukunftswerkstatt Ganzjahrestourismus.



## Sachsen das ganze Jahr öffnen – Ziele für den Ganzjahrestourismus in Sachsen

### Geschäftsmodelle für einen saisonunabhängigen Tourismus in Sachsen entwickeln

Der Ausbau von ganzjährig nutzbaren oder saisonverlängernden Angeboten erhöht die Wettbewerbsfähigkeit der Tourismusunternehmen und stärkt die Wirtschaftskraft der gesamten Region. Der Ausbau von Ganzjahresangeboten hilft zudem dabei, saisonabhängige Beschäftigungsverhältnisse zu reduzieren und somit ganzjährige Arbeitsplätze zu schaffen.

Dafür braucht es neue Geschäftsmodelle für ganzjährige oder saisonübergreifende Angebote, die auch die wachsenden Anforderungen an einen nachhaltigen Tourismus erfüllen und qualifizierte Arbeitsplätze schaffen und erhalten.

### Touristische Leitbilder in den Kommunen anpassen

Eine Hinwendung zu ganzjährigen oder saisonübergreifenden Angeboten erfordert eine grundsätzliche Neubetrachtung des bisherigen touristischen Leitbildes der Kommunen. Jede Veränderung des touristischen Angebots kann sich auf die Gästestruktur auswirken und muss deshalb zuvor von Anbietern und Bewohnern vor Ort reflektiert und bestätigt werden.

### Investitionen in ganzjahrestouristische Angebote und Infrastruktur unterstützen

Die Entwicklung des Ganzjahrestourismus in Sachsen braucht eine Unterstützung durch die öffentliche Hand. Ohne diese Hilfe können gewerbliche Investitionen und die notwendigen öffentlichen touristischen Infrastrukturen vielfach nicht realisiert werden.

### Ziele

## Ausgangslage für den sächsischen Ganzjahrestourismus

Der Klimawandel macht eine Anpassung der Tourismusbranche unumgänglich. Derzeit stehen zahlreiche touristische Attraktionen in einem Abhängigkeitsverhältnis zum Wetter und zu den Klimabedingungen. Insbesondere für die sächsischen Wintersportorte stellt sich dadurch die Frage, wie man sich langfristig auf den Klimawandel einstellt.

Angebote für Winterurlaub in Sachsen sind überwiegend auf schneegebundenen Aktivurlaub ausgerichtet. Die prognostizierte klimatische Entwicklung setzt diese saisonalen Geschäftsmodelle immer weiter unter Druck. Das Sächsische Landesamt für Umwelt, Landwirtschaft und Geologie (LfULG) hat im Jahre 2020 mit der Sächsischen Schneeklimatologiestudie aufgezeigt, dass sich nicht alle sächsischen Skigebiete künftig noch auf garantierten

Schneefall verlassen können. Insgesamt werden Winter mit hinreichend Schnee in Höhe und Dauer für Wintersport in Sachsen deutlich seltener.

Unternehmen, deren Angebote vorwiegend Sommergäste ansprechen, verzeichnen in einigen Regionen deutlich weniger Ankünfte und Übernachtungen im Winterhalbjahr. Durch länger anhaltende sommerliche Wetterbedingungen entstehen hier neue Chancen, wenn Angebote, die auf den Sommertourismus ausgerichtet sind, bis in den Herbst oder Winter hinein genutzt werden können.

Weitere Chancen haben diese Unternehmen, wenn in den Regionen attraktive Indoor-Erlebnisangebote geschaffen werden, die auch im Winter nutzbar sind. Davon profitieren alle touristischen Leistungsträger in einer Region sowie die Regionen selbst, da sie als Ganzjahresreiseziele wahrgenommen werden.

## Ganzjährig gut aufgestellt – Aufgaben für einen erfolgreichen Ganzjahrestourismus in Sachsen

Im Folgenden werden sowohl übergeordnete Aufgaben für den Ausbau von ganzjährig nutzbaren Angeboten als auch konkrete Themenfelder mit besonderem Potenzial für die Entwicklung Sachsens als ganzjährig attraktives Reiseziel skizziert.

### Neue Geschäftsmodelle entwickeln

Unternehmen, die im Wintertourismus tätig sind, müssen stärker auf Angebote umstellen, die mit weniger, oder, im Falle eines „grünen Winters“, sogar ohne Schnee auskommen. Hierzu gehören Outdoor-Alternativen wie Winterwandern, Mountainbiking, Radfahren auf speziellen Themenrouten, Eislaufen oder Eisstockschießen, Winter-Camping und Winter-Caravanning, Winter-Events, aber auch Langlaufloipen, oder Wellness sind weitere Angebote, bei denen Schnee nur eine untergeordnete bis keine Rolle spielt. Hinzu kommen Indoor-Aktivitäten in den Bereichen Sport und Bewegung, Schwimmbäder, Wellness, Kultur, Industriekultur, Erlebnishandwerk, Kreativtourismus und Kulinarik, die ganzjährig umsetzbar und attraktiv sind.

Unternehmen, die auf den Sommertourismus ausgerichtet sind, können typische Aktivitäten der wärmeren Jahreszeit zunehmend auch in den Wintermonaten anbieten oder ihre Hauptsaison zumindest ausweiten. Infolge des Klimawandels wachsen die Chancen, diese Angebote erfolgreich saisonverlän-

gernd oder -übergreifend zu betreiben. Hierzu gehören Outdoor-Aktivitäten wie Wandern, Camping, Caravanning, Mountainbiking oder Radfahren entlang thematischer Routen.

Bevor neue Angebote geschaffen werden, ist eine Zielgruppenanalyse erforderlich, denn neue Angebote sprechen ggf. auch eine andere Klientel an. Es liegt auf der Hand, dass Skifahrer, Biker und Wanderer verschiedene Ansprüche haben. Um das unternehmerische Risiko für die Leistungsträger zu reduzieren, sollten die vorhandenen Produkte nicht von heute auf morgen eingestellt, sondern neue Angebote parallel aufgebaut werden – in dieser Einschätzung stimmten die Teilnehmer der Zukunftswerkstatt zum Thema Ganzjahrestourismus überein. Wichtig ist dabei, stets aktuelle Entwicklungen im Blick zu behalten und Angebote immer wieder an neue Trends und Erwartungen anzupassen.

Was sind Faktoren, die touristische Angebote in Sachsen erfolgreich machen? Gelungene Angebote knüpfen an die Alleinstellungsmerkmale ihrer jeweiligen Region oder des Ortes an und haben einen hohen Erlebnischarakter. Sie bieten die „Magic Moments“ einer Reise. Sie erfüllen die wachsende Nachfrage nach einem nachhaltigen Tourismus und greifen Aktivitätstrends auf. Sie führen zu attraktiven Reisezielen, insbesondere für Kurzreisen, und werden, auch abseits vom Massentourismus, nachgefragt. Regional vernetzte Angebote in den Bereichen Natur, Kultur, Stadt und Event generieren eine höhere Nachfrage und erhöhen die Ver-





weildauer. Flexible Buchungsmöglichkeiten sind ebenfalls wichtig und entsprechen dem modernen Reiseverhalten.

### **Touristische Leitbilder anpassen**

Die Tourismusregionen in Sachsen brauchen ein neues touristisches Selbstverständnis, das den Anforderungen des Klimawandels Rechnung trägt. Das gilt vor allem für die Wintersportorte. Im touristischen Leitbild der Kommunen muss sich die Anpassung an klimatische Veränderungen widerspiegeln. Zugleich gilt es, gezielt herauszustellen, was eine Destination und einen Ort für Gäste einzigartig und unverwechselbar macht.

Die Teilnehmer der Zukunftswerkstatt Ganzjahrestourismus waren sich einig, dass der Stellenwert, den eine Kommune dem Tourismus beimisst, von den Anwohnern mitgetragen werden muss. Es ist unabdingbar, die Menschen vor Ort von Anfang an in Planungsprozesse einzubinden. Hierzu gehört auch eine wertschätzende Beteiligung lokaler Strukturen wie regionaler Vereine und ehrenamtlich im Tourismus Engagierten.

Überregionale touristische Anziehungspunkte in landschaftlicher, kultureller oder baulicher Hinsicht können neu oder verstärkt herausgestellt und in vernetzte Angebote integriert werden. Dabei geht Qualität vor Quantität.

Impulsgeber und Koordinatoren sind die DMO mit ihren Destinationsstrategien. Abgestimmt mit dem Sächsischen Staatsministerium für Wissenschaft, Kultur und Tourismus entwickeln sie die strategischen Ziele der Destination. Die Produktlinien der

Destination werden auf dieser Grundlage definiert. Für die touristische Entwicklung braucht es den interkommunalen Austausch innerhalb der Destination und vielfach eine kommunale Zusammenarbeit. Der Sachsenforst und die Naturschutzbehörden als mittelbar Beteiligte müssen rechtzeitig einbezogen werden. Das betonten Teilnehmer der Zukunftswerkstatt immer wieder. Die Verknüpfung von Angeboten funktioniert nur über diese regionalen Netzwerke und ist entscheidend für eine gute Sichtbarkeit und Außenwahrnehmung der Tourismusregion.

Grundlegend für eine erfolgreiche strategische Entwicklung ist zudem ein kontinuierlicher Austausch zwischen Kommunen und Unternehmen. Das touristische Leitbild lässt sich nur gemeinsam entwickeln und umsetzen. Verlässliche kommunale Investitionen in die wirtschaftsnahe Infrastruktur vor Ort geben Unternehmen den Rahmen und den Anreiz, sich wirtschaftlich weiterzuentwickeln.

### **Potenzial der sächsischen Kur- und Erholungsorte ausbauen, Gesundheitstourismus stärken**

Gesundheit und Fitness haben im Tourismus ein großes Zukunftspotenzial. Wachsendes Gesundheitsbewusstsein und die Alterung der Gesellschaft machen das Thema Gesundheit zu einem Wachstumstreiber. Staatlich anerkannte Kur- und Erholungsorte in Sachsen sind ein wichtiger Bestandteil der Tourismus- und Gesundheitswirtschaft. Neben Vorsorge- und Rehabilitationsleistungen bieten sie Gesundheitsurlaub, Erholung, Sport und Wellnessurlaub in spezialisierten Hotels. In strukturschwachen Regionen gelten die prädikatisierten Orte als unverzichtbarer Wirtschaftsfaktor Sachsens. Ins-

besondere Kurorte richten ihr Angebot tendenziell saisonübergreifend aus und gewährleisten mit ihren Bädern und Thermen eine wetter- bzw. saisonunabhängige Alternative für gesundheitsbewusste Gäste. Es gilt, diese Angebote stetig weiterzuentwickeln. Kommunen mit Kurort-Titel sind nicht nur staatlich prädikatisierte Orte, die natürliche Heilmittel anbieten, sondern verfügen über ein wichtiges Qualitätssiegel für den Tourismus, dessen Bedeutung und Bewusstsein im Land weiter zu stärken ist. Neben einer Vielfalt von privaten Labels oder Zertifikaten gewähren die Kur- und Erholungsorte staatlich kontrollierte Qualitätsstandards. Für den Erhalt des staatlichen Prädikats müssen Kur- und Erholungsorte fortlaufend Investitionen erbringen, denen oft keine kostendeckenden Einnahmen gegenüberstehen. Gewerbesteuererinnahmen zu generieren ist insbesondere in Kurorten nur begrenzt möglich, da nur kurortspezifische, gewerbliche Unternehmen angesiedelt werden. Die Kur- und Erholungsorte und ihre Unternehmen bedürfen einer besonderen finanziellen Unterstützung, um sich auch künftig erfolgreich zu entwickeln.

### **Sächsische Kultur lebendig halten**

Sachsen kann mit Stolz auf eine 1.000 Jahre alte Kulturgeschichte blicken, die überall im Land in Musik, Kunst und Architektur sichtbar ist und lebendig gehalten wird. Es finden sich herausragende Orchester und Chöre mit langer Tradition. Sachsens Museen verfügen über Sammlungen von Weltrang. Architektur der Spätgotik, der Renaissance, des Barocks, des Jugendstils bis zur Moderne, aber auch mittelalterliche Burgen und Stadtkerne sind Zeugnisse der reichen Baugeschichte Sachsens. Die sächsische Garten- und Parkarchitektur des 18. und 19. Jahrhunderts bietet zugleich Erholung und historische Rückschau. Der Fürst-Pückler-Park Bad Muskau ist als UNESCO-Weltkulturerbe anerkannt. Gedenkstätten und weitere Orte der Erinnerungskultur erinnern, würdigen und mahnen an Sachsens wechselvolle Geschichte. Neben dem sehr unterschiedlichen und hochkarätigen Kulturangebot sind die Natur und Landschaft das wichtigste Kapital des sächsischen Tourismus. Der Kultur kommt bei der Sicherstellung eines attraktiven ganzjährigen touristischen Angebots eine herausgehobene Rolle zu. Für den künftigen wirtschaftlichen Erfolg der Tourismusbranche im nationalen und internationalen Wettbewerb müssen qualitativ hochwertige kulturelle Angebote konsequent erhalten und gestärkt werden.

Sachsen besitzt ein reiches industriekulturelles Erbe, das die Regionen nachhaltig geprägt hat. Die montane Kulturlandschaft des Erzgebirges, Industrielandschaften in den Flusstälern des Erzgebirgsvorlandes oder in den alten Gewerbelandschaften der Lausitz und des Vogtlandes, Industrieorte und -städte, die Infrastruktur, aber auch die Landschaftsveränderungen durch Agrarwirtschaft und Rohstoffabbau – insbesondere von Braunkohle oder Uran – sind Ergebnisse einer jahrhundertelangen Industriegeschichte. Die internationale Bedeutung sächsischer Industriekultur spiegelt sich in der Anerkennung der „Montanregion Erzgebirge/Krušnohoří“ als UNESCO-Weltkulturerbe wider.

Für eine weitere positive Entwicklung der Industriekultur braucht es den Fahrplan Industriekultur, um auch weiterhin die Handlungsempfehlungen des Wissenschaftlichen Beirates für Industriekultur in Sachsen umzusetzen.

### **Zukunft der Ski-Gebiete sichern**

Trotz des Klimawandels bleibt der Skitourismus Bestandteil der sächsischen Tourismuswirtschaft. Er wird sich aber zunehmend auf Höhenlagen ab 800 Metern konzentrieren. Für einen Saisonstart ab Dezember und eine Saisonverlängerung bis Ende März ist regelmäßig eine künstliche Beschneigung erforderlich. Eine Förderung entsprechender unternehmerischer Investitionen ist für klimaneutral und umweltschonend arbeitende Beschneigungsanlagen möglich, wobei die IMAG Tourismus hierfür erst konkrete Richtwerte insbesondere unter Berücksichtigung der Sächsischen Schneeklimatologiestudie entwickeln sollte.

Abhängig von den Rahmenbedingungen vor Ort kann der wirtschaftliche Betrieb von Skigebieten in diesen Höhenlagen möglich bleiben. Hierfür sind unternehmerische Investitionen in eine moderne Pisten- und Beschneigungstechnik notwendig.



Zugleich gilt es, die vorhandene Infrastruktur besser in das übersaisonale Angebot einzubinden. So werden Umsatzeinbußen bei geringem Schneefall vermieden. Wanderwege können für Winterwanderer fit gemacht werden. Das Wasserdargebot für die Beschneigung kann für Sommeraktivitäten (Baden, Stand-Up-Paddling, Camping etc.) genutzt werden, Ski-Lifte eignen sich für den Transport von Mountainbikern, asphaltierte Langlauf-Loipen können als Trails zum Inlineskaten genutzt werden.

### **Sachsen zur naturverträglichen Mountainbike-Destination entwickeln**

Sachsens Topografie ist in vielen Regionen ideal für attraktives Mountainbiken. Bike-Erlebnisrouten wie der Stoneman Miriquidi oder die Blockline bieten neben den Trails im TrailCenter Rabenberg und der Bikewelt Schöneck schon heute Reiseanlässe für nationales und internationales Publikum.

Die Fachplanung Mountainbike-Tourismus des Freistaates Sachsen hat die Entwicklung Sachsens zu einer führenden, grenzüberschreitenden Bike-Destination in Europa zum Ziel. Dafür werden in den vier Schwerpunktregionen entlang des Mittelgebirgskamms (Erzgebirge/Krušnohoří, Sächsisch-Böhmische Schweiz, Oberlausitz/Zittauer Gebirge, Vogtland/Fichtelgebirge) sowie rund um die urbanen Zentren je ein bis zwei qualitativ hochwertige, naturverträglich gestaltete Trailanlagen mit überregionaler Ausstrahlung angestrebt. Eine solche konzentrierte Angebotsentwicklung ermöglicht eine intelligente Besucherlenkung. Zugleich werden illegaler Streckenbau vermieden und ein naturschonendes Biken gewährleistet.

### **Sächsisches (Rad-)Wanderwegenetz erhalten und weiterentwickeln**

In Sachsen bestehen attraktive Rad- und Wanderwege. Einzigartige Natur, alte Burgen und Schlösser, Kulturschätze und Panoramablicke machen die Rad-

und Wanderwege zum Reiseanlass. Beispielhaft sind der Malerweg in der Sächsischen Schweiz und die Qualitätswanderwege Kammweg Erzgebirge-Vogtland, Oberlausitzer Bergweg und Vogtland Panorama Weg zu nennen. Wichtige touristische Radrouten sind der Elberadweg, der Oder-Neiße-Radweg, der Froschradweg und die Neuseenland-Radrouten.

Wanderer und Radfahrer nutzen vielfältige touristische Angebote und ziehen als Multiplikatoren weitere Besucher nach Sachsen. Der Rad- und Wandertourismus ist eine wichtige Säule des sächsischen Tourismus. Die Wege und Routen zu erhalten, das Streckennetz fortlaufend zu verbessern und Angebote erfolgreich zu etablieren bedarf kontinuierlicher Anstrengungen und vielfältiger finanzieller Unterstützung. Dazu gehört es, Planung und Bau von Rad- und Radschnellwegen ressortübergreifend voranzutreiben, diese beim Neu- und Ausbau von Staatsstraßen künftig mitzuplanen und den wegebund, die Arbeitsgemeinschaft sächsischer Kommunen zur Förderung des Rad- und Fußverkehrs, weiter zu unterstützen.

### **Spirituelle Orte erhalten, sächsische Pilgerwege gestalten**

Sachsen bietet mit seinen Klöstern, Kirchen und Pilgerwegen viele Orte, die seit Jahrhunderten eine geistliche Einkehr erlauben. Das Klosterstift St. Marienthal, die Abtei Kloster St. Marienstern und das Kloster Wechselburg bieten Besuchern ein spirituelles Umfeld.

Das Pilgern erlebt seit Jahren eine Renaissance. Sachsens Pilgerwege bilden zumeist Streckenabschnitte großer, länderübergreifender Pilgerwege, wie zum Beispiel die Via Regia, den Jakobsweg Via Imperii, den Zittauer Jakobsweg und den Sächsischen Jakobsweg. Hinzu kommen Rundwege wie der Lutherweg.

Für die Entwicklung Sachsens als bekanntes Wander- und Pilgerland braucht es die Unterstützung der Wander- und Pilgerakademie Sachsen, die den Wander- und Pilgerführern, Vereinen und Pilgerinitiativen zur Seite steht. Für ein ganzjähriges Angebot ist es wichtig, diese Infrastrukturen zu erhalten und das Pilgerwegenetz zu stärken.



### **Leipziger Seenland und Lausitzer Neuseenland fortentwickeln**

Das Lausitzer und das Mitteldeutsche Braunkohlerevier wandeln sich zu touristischen Seenlandschaften. Mit den gefluteten Seen und schiffbaren Kanälen entstehen neue Urlaubslandschaften für den Wassertourismus. Hier gilt es, eine weitsichtige Perspektive und Offenheit für künftige Trends zu bewahren.

Die Entwicklung der Seenlandschaften ist in vielerlei Hinsicht eine große Herausforderung. Gerade im Lausitzer Seenland ist die Nutzung einiger Seen erst langfristig möglich. Bis dahin ist der „Landschaftswandel“ über Aktivangebote, insbesondere radtouristische Angebote, zu inszenieren.

Der komplexe Entwicklungsprozess braucht die konsequente und dauerhafte Unterstützung des Freistaates. Langfristiges Ziel ist ein gewässertouristischer Seenverbund, naturverträglich gestaltet und mit vielen Nutzungsmöglichkeiten für Sport und Erholung.

### **Sächsische Gastronomie und Kulinarik hervorheben**

Sachsens Gastronomie zeichnet sich durch viele regionale Spezialitäten, beliebte Biere und hochwertige Weine aus. Sachsen wirbt zu Recht mit Genuss, Gemütlichkeit, Gastfreundschaft.

In den sächsischen Weinanbaugebieten von Pillnitz über Dresden, Radebeul, Meißen bis Diesbar-Seußlitz gewinnt der Weintourismus zunehmend an Bedeutung. Der Weintourismus am sächsischen Elbhang lebt von Straußwirtschaften und Weinausschank, Verkostungen und Weingutführungen. Zudem zieht der Sächsische Weinwanderweg Gäste gezielt in die Region.

Genuss und Kulinarik sind vielfach mitentscheidend bei der Wahl des Reiseziels.

### **Sportveranstaltungen nach Sachsen holen**

Sport-Events ziehen Tages- und Übernachtungsgäste nach Sachsen. Veranstaltungen wie das FIS Weltcup Skispringen in der Vogtland Arena Klingenthal, der Dresden-Marathon, Motorrad Grand Prix und Volleyball-Bundesligaspiele sind attraktive Reiseanlässe nach Sachsen. Für die Förderung von Großveranstaltungen ist ein Nachhaltigkeitskonzept zu erstellen.

### **Wohnmobil- und Caravan-Tourismus ermöglichen**

Camping und Wohnmobilreisen verzeichnen Wachstumsraten. Wichtige Voraussetzungen für attraktive, florierende Angebote sind ein hohes Qualitätsniveau der Campinganlagen und Stellplätze für Caravaning und Wohnmobile mit zeitgemäßer Infrastruktureinrichtung und Ausstattung.

### **Kongress- und Tagungstourismus stärken**

Der Kongress- und Tagungstourismus ist ebenfalls ein Segment, um saisonalen Auslastungsschwankungen zu begegnen. Dabei geht es nicht nur um große internationale Kongresse in den Großstädten. Der Großteil der Kongress- und Tagungsübernachtungen wird durch die vielen kleineren Schulungen, Tagungen, Seminare sowie Aus- und Weiterbildungen generiert. Damit können sich auch Betriebe im ländlichen Raum mit entsprechender Ausstattung gut in diesem Geschäftszweig positionieren.

### **Investitionen in nachhaltigen Ganzjahrestourismus mit Förderprogrammen unterstützen**

Für den Ausbau eines saisonunabhängigen Tourismus braucht es Investitionen in neue Angebote. Die Branche kann diese Investitionen teilweise nicht aus eigenen Mitteln erbringen. Eine staatliche Förderung touristischer Betriebe soll den notwendigen Wandel in der Branche stützen.

Das Investitionsprogramm des Sächsischen Staatsministeriums für Wissenschaft, Kultur und Tourismus zur Stärkung eines nachhaltigen Ganzjahrestourismus (Förderrichtlinie Ganzjahrestourismus) richtet sich an gewerbliche Dienstleister der Branche und bezuschusst Angebote in Winter- und Sommerdestinationen, die ganzjährig betrieben werden können bzw. einen Beitrag zum ganzjährigen Angebot leisten. Ziel ist ein wettbewerbsfähiger Tourismus im ländlichen Raum, der sich wirtschaftlich erfolgreich an die klimatischen Veränderungen angepasst hat. Investitionsvorhaben im Beherbergungsgewerbe werden vom Sächsischen Staatsministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr (SMWA) im Rahmen der Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ (Richtlinie GRW RIGA) gefördert. Für die Gastronomie kommt das Programm „Regionales Wachstum“ des SMWA hinzu. Touristische Investitionen können ferner über das Programm LEADER oder die Programme INTERREG Sachsen/Tschechien und Polen/Sachsen förderfähig sein.

Neben der Unternehmensförderung braucht es kontinuierliche Investitionen in die öffentliche Infrastruktur des Tourismus; diese sind in der Regel die Voraussetzung für folgende gewerbliche Investitionen. Im Rahmen der Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ unterstützt das SMWA Gemeinden, Landkreise und

Gemeindeverbände bei der Errichtung und Erweiterung öffentlicher Basiseinrichtungen der Infrastruktur, die für die Leistungsfähigkeit und wirtschaftliche Entwicklung von Tourismusbetrieben von unmittelbarer Bedeutung sind und überwiegend touristisch genutzt werden.

## Good Practice

### Schöneck aktiv erleben an 365 Tagen

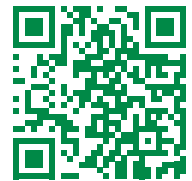
Der staatlich anerkannte Erholungsort und traditionelle Wintersportort Schöneck im Vogtland hat sich dem Ziel einer nachhaltigen Tourismusentwicklung mit ganzjährigen Angeboten verschrieben. Handlungsschwerpunkt ist die Ergänzung bestehender, saisonal nutzbarer Einrichtungen um Angebote zur Ganzjahresnutzung oder zur Saisonverlängerung, insbesondere im Outdoor-Bereich.

2023 präsentierte Schöneck ein vollumfängliches Konzept für eine Ganzjahres-Erlebnisdestination unter der Überschrift „Schöneck – der wintersport- und aktivorientierte, der gesunde naturnahe Erholungsort im Vogtland“.

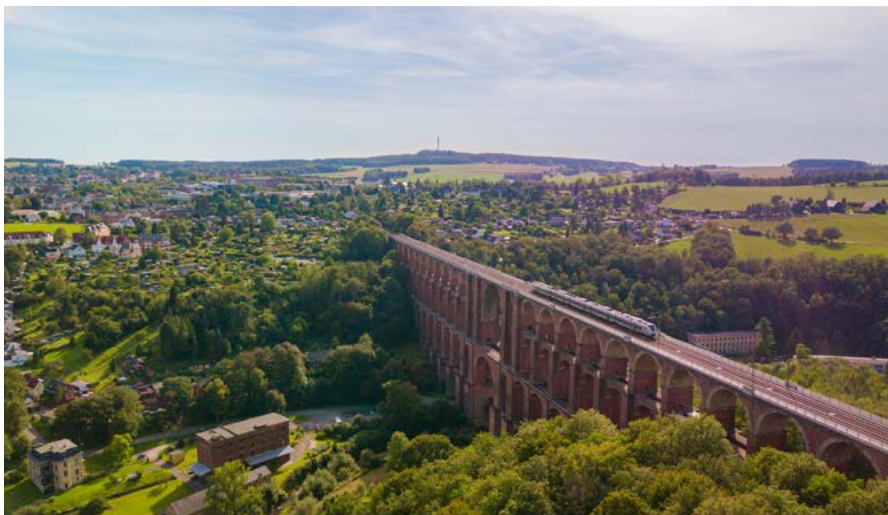
Ausgehend von der Zielgruppenanalyse der Destination Schöneck werden in dem Konzept alle Themenbereiche vom Ortsbild/Ortscharakter, Verkehr, Beherbergung/Gastronomie, Sehenswürdigkeiten/Kultur/Unterhaltung über Sport-, Freizeit- und Erholungsangeboten bis zu Gesundheitsangeboten und Gästeservice behandelt. Die Maßnahmen werden priorisiert und die Ziele für die kommenden Jahre definiert.

Weitere Informationen unter:

Schöneck im Winter



Schöneck im Sommer





# Handlungsfeld

## Fachkräfte

### Einführung

### Fachkräfte – Eine Zukunft in der Tourismusbranche

Die demografischen Berechnungen zeigen, dass die Engpässe bei Fach- und Arbeitskräften in den nächsten Jahren weiter zunehmen werden. Das trifft auch und im Besonderen auf die Tourismuswirtschaft zu. Diese steht zudem vor branchenspezifischen Herausforderungen: Aufgrund der anspruchsvollen Arbeitsbedingungen wird der Tourismussektor nur eingeschränkt als attraktiver Arbeitgeber wahrgenommen. Er konkurriert mit anderen Branchen um Personal und mit hunderten Lehrberufen um Schulabgänger. Er steht nach dem Ende der Corona-Pandemie vor der Herausforderung, abgewanderte Mitarbeiter zurück zu gewinnen, bestehendes Personal langfristig zu binden und zu entwickeln, junge Menschen von einer Ausbildung in einem der Tourismusberufe und Quereinsteiger von einer Zukunft im Tourismus zu überzeugen. Außerdem gilt es, genügend potenzielle Unternehmensnachfolger zu gewinnen.

Die Teilnehmer der Zukunftswerkstatt Fachkräfte verband die Erfahrung, dass es viele Erfolgsgeschichten gibt, wie diese Herausforderungen bewältigt werden können und dass eine Menge ungenutzter Möglichkeiten existieren, dem Arbeits- und Fachkräftemangel entgegen zu treten. In der Zukunftswerkstatt wurde klar, dass regionale und ganz praktische Lösungen zur Personalbindung und -gewinnung zu suchen sind. Alle Tourismusakteure können vor Ort Beiträge leisten – auf Unternehmens-, Verbands- und Regierungsebene. Auch Kooperationen können gute Lösungen bieten. Ein Blick richtet sich dabei auch auf den Bund und die Entwicklungen bei Arbeitszeitgesetz, Mindestlohn, Fachkräfteeinwanderung, Grundsicherung und Förderung. Mindestens ebenso wichtig ist aber der Fokus auf die eigene Kreativität und Umsetzungsstärke vor Ort. Die Zukunftswerkstatt hat dies mit verschiedenen Lösungsansätzen untermauert, die die Willkommenskultur und Lebensqualität in den Destinationen, noch nicht ausgeschöpfte Arbeitskraft- und Effizienzpotenziale ebenso wie die Bedeutung einer wertschätzenden Unternehmenskultur und unternehmerischen Einzelmaßnahmen zum Inhalt haben.

## Ziele für die Sicherung des Arbeits- und Fachkräftebedarfs im sächsischen Tourismus

### Junge Menschen von Tourismusberufen und guten Karrierechancen überzeugen

Attraktive zielgruppengerechte Berufsinformationen – virtuell und in Präsenz – sind essentiell, um Schulabgänger von einer Karriere im Tourismus zu überzeugen. Dabei ist es wichtig, die Wertigkeit der Tourismusberufe zu erhöhen und die guten Karrieremöglichkeiten im Tourismus darzustellen. Erfolgversprechend für Unternehmer im Tourismus ist auch, die Aufstiegsfortbildung junger Talente zu forcieren und die Frage der Unternehmensnachfolge rechtzeitig und gezielt anzugehen.

### Potenziale durch Mitarbeiterbindung, höhere Erwerbsbeteiligung und betriebliche Effizienz heben

Eine mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur ist entscheidend dafür, Mitarbeiter zu motivieren und langfristig zu binden. Es gilt zudem, möglichst vielfältige Potenziale zu heben, um den Personalbedarf

## Ausgangslage im Bereich Fachkräfte im sächsischen Tourismus

Die Zahl der sozialversicherungspflichtig beschäftigten Mitarbeiter im sächsischen Gastgewerbe ist in den vergangenen zwei Jahrzehnten um mehr als ein Drittel gestiegen. Trotzdem besteht in einzelnen Regionen und Tätigkeitsbereichen schon länger ein Mangel an Fach- und Arbeitskräften. Die Coronapandemie hat diesen Mangel verschärft, denn rund 5.000 Beschäftigte haben das Gastgewerbe zugunsten einer Tätigkeit in anderen Branchen verlassen. Nicht alle sind nach dem Ende der Pandemie ins Gastgewerbe zurückgekehrt, so dass der Personal-mangel in einzelnen Segmenten zum existenziellen Problem geworden ist.

Die Mitarbeiterschaft im sächsischen Gastgewerbe setzt sich aus mehr als 70 Nationen zusammen.<sup>17</sup> Derzeit stammt jeder fünfte Beschäftigte im sächsischen Gastgewerbe aus dem Ausland. Verglichen mit der sächsischen Gesamtwirtschaft ist dieser Anteil mehr als dreimal so hoch.

Die demografische Situation und das Image der Branche haben in den vergangenen zwei Jahrzehnten zu sinkenden Ausbildungszahlen geführt. Zuletzt kehrte sich diese Entwicklung um, was auf ein stärkeres Bewusstsein für die guten Karriere-

zu decken. Dazu gehören – neben der Suche nach neuen Mitarbeitern und der Erhöhung der Erwerbsbeteiligung – die Vermeidung von Abwanderung in andere Branchen ebenso wie die Optimierung von betrieblichen Prozessen, um den Personalbedarf zu senken.

### Kooperationen zur Mitarbeitergewinnung und -bindung

Die Herausforderungen rund um die Gewinnung und Bindung von Mitarbeitern und die Förderung von Innovationen im sächsischen Tourismus erfordern ein Umdenken hin zu mehr Kooperation. Ein einzelner, möglicherweise kleinerer Tourismusbetrieb kann kaum allein Sorge für die Bandbreite der Themen tragen, die berücksichtigt werden müssen, um Personal zu finden und zu halten. Je nach regionaler Situation braucht er z. B. günstigen Wohnraum, Onboarding- und Weiterbildungsprogramme, Mitarbeiter-Vergünstigungen, Integrationshilfen, Erfahrungsaustausch. Zusammenarbeit auf regionaler Ebene kann ein wichtiger Schlüssel für die Mitarbeitergewinnung und -bindung sein.

möglichkeiten in der Branche hindeutet. Aktuell absolvieren rund 3.000 junge Menschen in Sachsen eine Ausbildung in einem Tourismusberuf.

Die Statistik zeigt einen Überhang an Arbeitslosen im Vergleich zu freien Stellen, da die gastgewerblichen Unternehmen nicht alle freien Stellen melden. Etwa 90% der Arbeitssuchenden fokussieren sich auf den 50-Kilometer-Radius um den Heimatort.

In Sachsen steht in den kommenden Jahren bei schätzungsweise einem von zwanzig gastgewerblichen Betrieben der Generationswechsel an – tausende Unternehmer müssen also eine Nachfolgelösung finden.



## Ziele

## Ausgangslage

## Dem Arbeits- und Fachkräftemangel erfolgreich begegnen – Aufgaben zur Personalgewinnung und -bindung im sächsischen Tourismus

### Arbeits- und Fachkräftebedarf auf regionaler Ebene analysieren

Die Kenntnis über das tatsächliche Ausmaß der Fachkräftelücke im Gastgewerbe – heruntergebrochen auf Landkreisebene – ist unabdingbar für gezielte Maßnahmen. Eine Fachkräftelücke besteht per Definition dann, wenn sich für offene Stellen keine arbeitslos gemeldeten Personen mit den passenden Qualifikationen im Arbeitsmarkt befinden. Der Umstand, dass eine hohe Zahl an Unternehmen ihre offenen Stellen nicht anzeigen, behindert bisher die Bestimmung der Fachkräftelücke. Aufgabe wird es sein, diesen „unsichtbaren“ Teil der Fachkräftelücke in seiner Größenordnung zu bestimmen. Zudem sind gute Löhne und gute Arbeitsbedingungen ein zentraler Baustein, um im Wettbewerb um Arbeits- und Fachkräfte mit anderen Branchen konkurrieren zu können.

### Lokale Arbeitgebermarken aufbauen

Die Kommunen, DMO und Unternehmen einer Region tragen gemeinsam die Verantwortung dafür, den bestehenden und potenziell neuen Mitarbeitern einen attraktiven Lebens- und Arbeitsort zu bieten. Dessen Gestaltung reicht vom kulturellen Angebot der Gemeinde über qualitative Aspekte wie Kinderbetreuungs-, Wohnraum- und Mobilitätsangebote

bis hin zu Branchennetzwerken, Unternehmenskultur und Zusatzleistungen. Aber auch Standortfaktoren wie die Willkommenskultur vor Ort und Angebote zur Integration von zugewanderten Menschen sind relevante Faktoren.

Mit Blick auf die Tatsache, dass Arbeitssuchende zum überwiegenden Teil nahe dem Heimatort nach einer Stelle suchen, kommt lokalen Initiativen zur Personalgewinnung und -bindung eine besondere Bedeutung zu. Orte und Regionen könnten über ihre Marke als Reiseziel hinauswachsen und mit einer eigenen Arbeitgebermarke und spezifischen Maßnahmen zur Personalakquise – z. B. Rückholaktionen, Berufsorientierungspraktika und Kooperationen für Mitarbeitervergünstigungen – in der Öffentlichkeit auftreten. Dabei sollten sie speziell die Karrieremöglichkeiten im Tourismus bewerben.

### Kooperationskultur vertiefen

Die Tourismusbranche ist stark vom Wettbewerb um den Gast geprägt, die einzelnen Anbieter sehen sich oft als Konkurrenten. Die mit dem Fehlen von Arbeits- und Fachkräften und dem Mangel an innovativen Konzepten zur Gewinnung und Bindung von Mitarbeitern einhergehenden Herausforderungen erfordern ein Umdenken hin zu mehr Kooperation. Viele Personalthemen – von der Personalgewinnung über Onboarding, Unterkunft, Anlernen von Quereinsteigern bis hin zu Vergünstigungsprogrammen, Weiterbildung und beruflichen Netzwerken – können in Kooperation mit anderen Betrieben besser gelingen. Es entstehen Synergien, zugleich können Alleinstellungsmerkmale geschärft werden, die Pluspunkte im Wettbewerb der Branche um motiviertes Personal bringen. Unter Mitwirkung der DMO können die Rahmenbedingungen für Kooperationen gestaltet und Pilotprojekte aufgesetzt werden. Ein Innovationspreis, der mitarbeiterbezogene Unternehmenskooperationen im Tourismus würdigt, könnte erfolgreiche Projekte in der Branche sichtbar machen.

### Hilfe zur Selbsthilfe verstärken

Vom Grundsatz her initiiert jedes Unternehmen Personalthemen wie Mitarbeiterakquise, Arbeitszeit- und Gehaltsmodell, Aus- und Weiterbildung selbst und verantwortet die eigene Arbeitgeberattraktivität. Eine mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur und entgegenkommende Arbeitsbedingungen tragen entscheidend dazu bei, Mitarbeiter zu motivieren und langfristig zu binden. Um den Personalbedarf insgesamt zu senken, helfen die Optimierung betrieblicher Prozesse und die Einführung digitaler Lösungen.





Bereits jetzt gibt es eine Vielzahl an Beratungs- und Förderangeboten, um Unternehmen bei diesen Herausforderungen zu unterstützen – die Bandbreite ist für einzelne Betriebe jedoch oft schwer überschaubar und die Umsetzung parallel zum Tagesgeschäft ambitioniert bis schwierig. Ein Wegweiser für die Hilfe zur Selbsthilfe speziell für Tourismusbetriebe, den die verschiedenen übergeordneten Akteure gemeinsam entwickeln, kann ein gutes Instrument sein.

### **Tourismusberufe verstärkt bewerben**

Attraktive zielgruppengerechte Berufsinformationen – virtuell und in Präsenz – sind essentiell, um Schulabgänger von einer Karriere im Tourismus zu überzeugen. Die landesweite Kampagne „Tourismustalente“ zur Anwerbung von neuen Auszubildenden und der Landeswettbewerb „Tourismushelden“ zur Würdigung von Mitarbeitern des Gastgewerbes haben dies bewiesen und zeigen Erfolge: Sie haben die Tourismusberufe weithin sichtbar gemacht, ihre Wertigkeit kommuniziert und die große Bandbreite der Karrieremöglichkeiten im Tourismus dargestellt. Beide Initiativen sollten verstetigt und ergänzt werden. Sinnvoll ist dabei die Adressierung von möglichen Quereinsteigern, Rückkehrern und älteren Menschen – in diesen Zielgruppen liegt Potenzial im Kampf gegen den Arbeitskräftemangel im Tourismus.

### **Alle Erwerbspotenziale nutzen**

Die Branche kann auch aus der immer noch hohen Anzahl an Arbeitslosen mit Vermittlungswunsch Gastgewerbe sowie aus der Gruppe der Bürgergeld-Empfänger schöpfen. Auch die Erwerbsbeteiligung von Älteren, die Inklusion von Menschen mit Be-

hinderung, das Potenzial von Teilzeit-Mitarbeitern sowie Menschen mit Migrationshintergrund gehören zu den Möglichkeiten, dem Arbeitskräftemangel im Gastgewerbe entgegen zu wirken. Es gilt, Maßnahmenpläne in den bestehenden Gremien und Arbeitsgruppen für die Aktivierung dieser Zielgruppen zu entwickeln.

Bereits jetzt ist der Anteil ausländischer Arbeitskräfte in der Gastronomie höher als im Branchendurchschnitt. Dies kann die Gewinnung und Integration weiterer Arbeitskräfte aus dem Ausland erleichtern.

### **Aufstiegsweiterbildung forcieren und Unternehmensnachfolgen unterstützen**

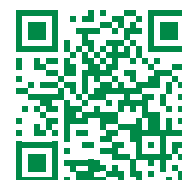
Vor dem Hintergrund der steigenden Anzahl von gewerblichen Unternehmen, bei denen ein Generationswechsel ansteht, müssen geeignete Nachfolgelösungen gefunden werden. Die Alternative lautet leider allzu oft Geschäftsaufgabe – was die touristische Infrastruktur insbesondere im ländlichen Raum stark beeinträchtigen kann. Es ist deshalb essentiell, bei jüngeren Menschen das Interesse an unternehmerischer Verantwortung zu wecken, potenzielle Nachfolger für einzelne Unternehmen aufzubauen sowie Übergeber und interessierte Übernehmer zueinander finden zu lassen. Aufstiegsfortbildung sowie die aktive Gestaltung der anstehenden Unternehmensnachfolgen inkl. Beratung, Matching und Förderung müssen in den Blick genommen und durch Maßnahmen unteretzt werden.

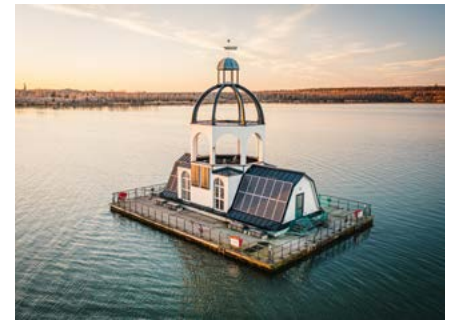
## **Good Practice**

### **Fachkräftekampagne „Tourismustalente für Sachsen“**

Seit 2021 wirbt die Fachkräftekampagne „Tourismustalente für Sachsen“ bei Schulabgängern, Studierenden und Quereinsteigern für eine Ausbildung im Bereich Gastronomie, Hotellerie und Tourismus. Durch eine Medienkampagne und Vor-Ort-Veranstaltungen will sie für eine Karriere im Tourismus begeistern. Projektpartner sind neben dem LTV der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband Sachsen e. V. (DEHOGA Sachsen), die sächsischen Industrie- und Handelskammern (IHK Sachsen) und die Regionaldirektion Sachsen der Bundesagentur für Arbeit. Kampagnenschwerpunkte sind eine sachsenweite Outdoor-Plakatierung an mehr als 500 Standorten, Social-Media-Ads mit Bezug zu YouTube-Videos, Präsenz im Fahrgastfernsehen der Großstädte, Werbung in Straßenbahnen, Tageszeitungen und dem Schülerkalender des Sächsischen Landtages. Basis dieser Medienkampagne ist die Webseite [www.tourismustalente-sachsen.de](http://www.tourismustalente-sachsen.de). Die Kampagne wird durch das Veranstaltungsformat AZUBI-Dinner begleitet, das Schulabgängern Einblicke in die duale Ausbildung ermöglicht und Kontakt zwischen Auszubildenden und potenziellen Ausbildungsbetrieben herstellt. Finanziert wird die Fachkräftekampagne über die Förderlinie Tourismus des Sächsischen Staatsministeriums für Wissenschaft, Kultur und Tourismus.

Weitere Informationen unter:





# Handlungsfeld

## Nachhaltigkeit

### Einführung

### Nachhaltigkeit – Verantwortung für den Erhalt der touristischen Grundlagen

Bereits in der Tourismusstrategie 2025 wurde die ökonomisch, ökologisch und sozial nachhaltige Entwicklung des sächsischen Tourismus als Anspruch und Leitlinie über alle Handlungsfelder gesetzt. Der Masterplan Tourismus konkretisiert und untersetzt das in den Leitgedanken verankerte Grundprinzip der Nachhaltigkeit nun zusätzlich in einem eigenen Handlungsfeld.

Nachhaltiges Handeln ist den touristischen Betrieben in Sachsen zunehmend wichtig, um ihre Zukunftsfähigkeit und Resilienz zu stärken. Nachhaltigkeitsaspekte schaffen Anreize sowohl für Anbieter als auch Nachfrager und können damit für Unternehmen und Gäste unmittelbare Vorteile bringen. Es gilt, den fortschreitenden Wandel in Wirtschaft und Gesellschaft aufzugreifen und den Herausforderungen des Klimawandels mit konkreten Vorhaben zu begegnen. Damit soll sichergestellt werden, dass sich der Tourismus als wichtiger Wirtschaftsfaktor in Sachsen im Einklang mit der Sächsischen Nachhaltigkeitsstrategie entwickelt, während gleichzeitig tourismuspolitische Ziele auf nationaler und europäischer Ebene unterstützt werden.

Im Fokus steht dabei das ganzheitliche Handlungsprinzip der Nachhaltigkeit, bei dem keine der zu berücksichtigenden Dimensionen (Ökonomie, Soziales und Ökologie) bevorzugt oder ausschließlich betrachtet wird. Das ist Voraussetzung für eine dauerhafte Wertschöpfung im Tourismus und bedingt ausgewogene Entscheidungen bei der Angebotsentwicklung, den Infrastruktur- und Fördermaßnahmen sowie im Tourismusmarketing. Diese Entscheidungen berücksichtigen gleichermaßen die Bedürfnisse und Ansprüche der Gäste, der lokalen Bevölkerung in den Destinationen, aber auch die der Beschäftigten.

Die Transformation der sächsischen Tourismusbranche ist ein Prozess ohne bestimmbareren Anfangs- und Endpunkt. Alle Akteure, egal wie nachhaltig sie bereits arbeiten, sind in diesen Prozess eingebunden und angehalten, sich für die Zukunftsfähigkeit ihrer Branche, respektive ihrer eigenen Tätigkeit, aktiv einzusetzen.

## Ziele auf dem Weg zu einem zunehmend nachhaltigen Tourismus in Sachsen

### Natürliche und kulturelle Grundlagen erhalten

Der wirtschaftliche Erfolg der sächsischen Tourismusbranche basiert auf einem attraktiven natürlichen und kulturellen Angebot. Diese Grundlagen sind der Anlass für eine Reise nach Sachsen und stellen damit das wichtigste Kapital der Branche dar. Um die Wettbewerbsfähigkeit der Branche zu erhalten und zu festigen, müssen diese Grundlagen durch nachhaltiges Handeln unbedingt erhalten werden.

### Innovationspotenzial erschließen

Der ganzheitliche Entwicklungsansatz der Nachhaltigkeit eröffnet ein sehr hohes Innovationspotenzial zur Weiterentwicklung von bestehenden und zur Gestaltung neuer Tourismusangebote. Um sächsische Tourismusunternehmen, insbesondere

kleine und mittelständische Unternehmen, bei der Erschließung dieses Potenzials zu unterstützen, werden Rahmenbedingungen geprüft und angepasst. Durch innovative Ideen und entsprechende Angebote können die positiven wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und ökologischen Effekte des Tourismus ausgebaut werden.

### Qualität verbessern

Durch mehr Nachhaltigkeit im Tourismus werden die Erholungs- und Erlebnisqualität sowie die Lebens- und Aufenthaltsqualität für die Gäste und auch die lokale Bevölkerung in den Destinationen erhalten und ausgebaut. Dazu werden einerseits die Einflussmöglichkeiten des Tourismus auf den Erhalt eines intakten sowie attraktiven Lebensraums genutzt. Andererseits wird Nachhaltigkeit als wichtiges Qualitätsmerkmal für touristische Angebote etabliert.

## Ausgangslage für eine nachhaltige Entwicklung des sächsischen Tourismus

In den sächsischen Destinationen wird die Bedeutung einer nachhaltigen Tourismusentwicklung erkannt. Sie agieren am Markt und sind damit direkt den Marktentwicklungen, aber auch den Forderungen der am Tourismus beteiligten und betroffenen Anspruchsgruppen (u. a. Gäste, Anbieter, Kommunen, Einwohner) ausgesetzt. Das Handlungsprinzip Nachhaltigkeit wurde allerdings noch nicht überall konsequent implementiert bzw. in Maßnahmen übersetzt, was eine ungleichmäßige Entwicklung im Reiseland Sachsen zur Folge hat.

Um alle Destinationen gleichermaßen zukunftssicher aufzustellen, entwickelten Vertreter der Sächsischen Tourismusbranche im Jahr 2022 gemeinsam einen landesweiten Ansatz für mehr Nachhaltigkeit im Tourismus in Sachsen. Innerhalb des Arbeitsprozesses wurden die strukturellen Voraussetzungen und

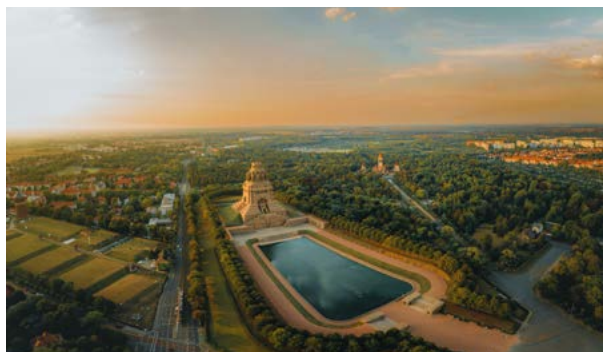
Verantwortlichkeiten festgelegt und mit konkreten Maßnahmen untersetzt. Die Ergebnisse sind im veröffentlichten Grundlagenpapier „Nachhaltigkeit im Tourismus in Sachsen“ festgehalten. Die gemeinsam erarbeiteten Maßnahmen werden umgesetzt und weiterentwickelt.

Im Rahmen der Zukunftswerkstätten für die Entwicklung des Masterplan Tourismus wurden die zentralen Erkenntnisse und Festlegungen des Grundlagenpapiers bestätigt. Wirtschaftliche, ökologische und gesellschaftliche Zwänge wurden dabei als wesentliche Treiber einer nachhaltigen Tourismusentwicklung identifiziert. Die Komplexität des Themas, die mangelhafte Messbarkeit von Nachhaltigkeitskriterien, fehlende regionale Lieferketten sowie unzureichende Angebote des ÖPNV im ländlichen Raum wurden als wesentliche Hemmnisse auf dem Weg zu mehr Nachhaltigkeit genannt. Um den Abbau dieser Hemmnisse voranzutreiben, ist eine intensive, ressortübergreifende Zusammenarbeit auf Landesebene erforderlich.

## Ziele

## Ausgangslage





## Aufgaben

### Aufgaben für eine nachhaltige Tourismusentwicklung in Sachsen

#### Rahmenbedingungen anpassen

Zur Umsetzung des Handlungsprinzips der Nachhaltigkeit im Tourismus in Sachsen ist die Abstimmung und Zusammenarbeit der verschiedenen Akteure über alle Ebenen hinweg notwendig. Durch das effiziente Zusammenwirken der den Akteuren zur Verfügung stehenden Instrumente, soll die Innovationskraft der touristischen Unternehmen gestärkt und sowohl die Qualifizierung des bestehenden touristischen Angebots um Aspekte der Nachhaltigkeit als auch die Entwicklung neuer, besonders nachhaltiger Angebote ermöglicht werden.

Gremien auf strategischer und operativer Ebene stimmen die notwendigen Maßnahmen für mehr Nachhaltigkeit im Tourismus in Sachsen ab, setzen sie um und entwickeln sie weiter. Regionale Netzwerke verankern die Maßnahmen auf Orts- und Leistungsträgerebene.

Den sächsischen DMO kommt als Schnittstelle zwischen Landesgremien, Kommunen und der Leistungsträgerebene in der nachhaltigen Tourismusentwicklung eine Schlüsselrolle zu.

Ein wesentlicher Schritt zur Verankerung der Nachhaltigkeit im touristischen Angebot Sachsens ist die Weiterentwicklung geltender Standards. So kann beispielsweise mit der Etablierung der um Nachhaltigkeitsaspekte ergänzten Qualitätsstandards die Qualität des Reiseerlebnisses gesteigert werden. Ein weiterer Fokus muss darauf liegen, Erfolge einer nachhaltigen Tourismusentwicklung messbar zu machen. Dazu müssen bestehende Kennzahlen zur Wettbewerbsfähigkeit der Tourismuswirtschaft um geeignete Kriterien erweitert werden, wobei deutschlandweite, einheitliche Entwicklungen zu nutzen bzw. einzubeziehen sind. Darüber hinaus soll der Branche ein digitales Werkzeug zur Messbarmachung der Nachhaltigkeitsleistung der Tourismusbranche zur Verfügung gestellt werden.

#### Wissenstransfer ermöglichen

Grundlage für die Umsetzung einer nachhaltigen Tourismusentwicklung ist ein breit aufgestelltes Wissensmanagement. Theoretische Grundlagen, praktische Hilfestellungen und Beispiele müssen leicht zugänglich gemacht und verständlich aufbereitet werden. Dafür empfiehlt es sich, die Komplexität des Themas auf greifbare Einzelthemen wie regionale Wertschöpfung, Emissionsreduktion, Mitarbeiterzufriedenheit u. ä. herunterzubrechen. Der Leistungsträgerebene werden Informationen im Tourismusnetzwerk Sachsen, in thematischen Veranstaltungen sowie in Leitfäden, Checklisten und anderen Hilfsmitteln zum eigenständigen Zugriff bereitgestellt.

Die Bandbreite des Wissenstransfers erstreckt sich von der Vermittlung von Orientierungs- und Fachwissen, über Produktschulungen bis hin zum Erfahrungsaustausch. Um die Anwendung des Wissens bei der touristischen Angebotsgestaltung zu vereinfachen, ist die Verbreitung von Good Practices als geeignete Maßnahme hervorzuheben.

Das Handlungsprinzip Nachhaltigkeit sollte zudem in Aus- und Weiterbildungsangeboten implementiert werden. Hauptaugenmerk liegt hierbei auf der Befähigung und Stärkung der Akteure der Branche, mit den aktuellen und künftigen Herausforderungen kompetent umzugehen. Dies gilt sowohl für die landesweiten sowie regionalen Organisationen und Institutionen als auch insbesondere für die Kommunen und die Unternehmen in Sachsen.

#### Kommunikationsmaßnahmen nach innen und außen abstimmen

Einheitliche und klare Kommunikation zum Thema Nachhaltigkeit sowohl zwischen den Akteuren des Tourismus in Sachsen als auch gegenüber Besuchern und Gästen schafft Transparenz und Vertrauen. Bei jeder Form des Kommunizierens ist die entsprechende Zielgruppe zu berücksichtigen. Deren Bedürfnisse entscheiden über Form und Inhalt der Kommunikation.

In diesem Zusammenhang muss mit abgestimmten Kommunikationsgrundlagen für ein sachsenweit einheitliches Verständnis von Nachhaltigkeit im Tourismus gesorgt werden. Dies ist für eine gleichwertige Entwicklung in allen Regionen notwendig. In diesem Sinne sollten gemeinsam entwickelte Kommunikationsmittel allen Akteuren mit Management-, Multiplikator- oder Netzwerkfunktion zur Verfügung stehen.

In der Vermarktung touristischer Angebote sollte die Kennzeichnung von relevanten Nachhaltigkeitsaspekten die Darstellung der Qualitätsmerkmale ergänzen. Mit spezifischen Marketingmaßnahmen sollten Anreize für die Entwicklung besonders nachhaltiger Tourismusangebote gesetzt werden.

### **Anpassung an den Klimawandel voranbringen**

Da Tourismus in hohem Maße von einer gesunden und attraktiven Natur und Umwelt abhängt, ist es unerlässlich, die potenziellen Folgen des Klimawandels für die sächsische Tourismuswirtschaft zu thematisieren und gleichzeitig negative Auswirkungen auf Umwelt und Klima zu reduzieren.

Um die Kosten des Klimawandels für die Unternehmen zu begrenzen und rechtzeitig Vorsorge zu treffen, muss vorhandenes Wissen zunächst branchen- und ortsspezifisch sowie verständlich aufbereitet werden. Daraus können im Anschluss Risiken und Szenarien abgeleitet und Anpassungs- und Gestaltungsmöglichkeiten aufgezeigt werden. Insbesondere bei diesem Thema ist eine interdisziplinäre Zusammenarbeit notwendig, um die Belange des Tourismus in Planungs- und Anpassungsprozessen sowie Förderinstrumente anderer Ressorts einzubringen.

Sächsische Kurorte können im Bereich Klimaanpassung und Klimaschutz eine Pilotfunktion übernehmen, da sie wie kaum ein anderer Anbieter von der Qualität natürlicher Ressourcen abhängig sind und die Folgen des Klimawandels eine direkte Gefahr ihrer Geschäftsgrundlage darstellen.

Auf die Einhaltung strenger Qualitätsstandards und einen schonenden Umgang mit der Natur können sich Gäste in den sächsischen Kur- und Erholungsorten traditionell verlassen. Zukünftig sollte das Handlungsprinzip Nachhaltigkeit auch in allen anderen Bereichen angewendet werden. Hierzu sei beispielhaft die Verwendung regionaler Produkte oder eine klimagerechte Ortsgestaltung genannt. Insbesondere aufgrund langfristiger Kostenoptimierung wird es für Kommunen mit staatlichem Prädikat wesentlich darauf ankommen, ihre Orte sowie deren gesundheitsfördernde Einrichtungen gezielt nachhaltig und ganzheitlich weiterzuentwickeln.

### **Nachhaltige Infrastrukturentscheidungen treffen**

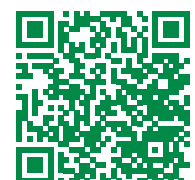
Aufgrund generell langfristiger Planungshorizonte sind Entscheidungen zur Schaffung oder Erhaltung von touristischer Infrastruktur grundsätzlich unter Anwendung des Handlungsprinzips Nachhaltigkeit zu treffen. Anreize in Förderprogrammen können dies unterstützen. Auf regionaler Ebene sollten Planungsinstrumente mit den jeweiligen Destinationsstrategien abgestimmt werden.

## **Good Practice**

### **Leitfaden „Nachhaltig veranstalten – jetzt!“**

Tradition verpflichtet! Daher wurde die Leipziger Messe 2009 als erste deutsche Messegesellschaft nach Green-Globe-Standards zertifiziert und arbeitet heute verantwortlich und zukunftsorientiert nach dem Prinzip der Nachhaltigkeit. Darüber hinaus positioniert sich die Stadt Leipzig als attraktive Destination für nachhaltige Tagungen, Events und Meetings. Sie bietet sehr gute Rahmenbedingungen, berät Veranstalter von Beginn an und hat einen Praxisleitfaden zur Orientierung veröffentlicht. Darin werden anschauliche Handlungsempfehlungen für Bereiche wie Mobilität, schonenden Ressourceneinsatz, regionalen und fairen Handel sowie soziale Verantwortung gegeben. Dieser Leitfaden lieferte u. a. die Grundlage für die nachhaltige Ausrichtung des Leipziger Lichtfests und ist für Veranstaltungen jeder Größe anwendbar.

Weitere Informationen unter:



Direkt zum Leitfaden:





# Handlungsfeld

## Mobilität

### Einführung

### Mobilität und einfache Zugänglichkeit – Die Erreichbarkeit für Touristen in Sachsen

Tourismus ist ohne Mobilität undenkbar. Die Erreichbarkeit der Destinationen mit unterschiedlichen Verkehrsmitteln, die Mobilität vor Ort sowie die Freizeit- und Erlebnismobilität während des Aufenthaltes tragen wesentlich zur Reise- und Aufenthaltsqualität der Gäste sowie zur Lebensqualität der Einwohner bei. Es sind Fakten, die eine entscheidende Rolle für die Wettbewerbsfähigkeit der Destinationen spielen. Die Herausforderungen des veränderten Reise- und Mobilitätsverhaltens, des gesteigerten Umweltbewusstseins und der steigenden Ansprüche an Qualität und Erlebnis erfordern die Kooperation von Verkehrsunternehmen, Tourismusbranche, Kommunen, Landkreisen und DMO, die Vernetzung von Mobilitätsangeboten sowie innovative Lösungen.

Die Mobilität ist im Sinne der Regionalentwicklung als Standortfaktor zu begreifen. Bedarfsgerechte Mobilitätsangebote, die Verknüpfung von Mobilitäts- und Tourismusangeboten sowie eine gezielte Information und Kommunikation tragen maßgeblich zu einer nachhaltigen und zukunftsfähigen Tourismusentwicklung bei.

Die Mobilität der Zukunft wird inter- bzw. multimodal und vernetzt sein. Das bedeutet, dass verschiedene Verkehrsmittel und Mobilitätsangebote (PKW, Bus, Bahn, Fahrrad, Taxi, Car- oder Bike-Sharing, On-Demand-Verkehrsmittel wie Rufbusse) für einen Weg miteinander verknüpft werden. Verkehrsmittelübergreifendes, intermodales Reisen erfordert auch intelligente Mobilitätslösungen für die „letzte Meile“ vor Ort sowie gut funktionierende Mobilitätsknoten.

Die Europa-Strategie der sächsischen Flughäfen unterstützt die Ziele des Masterplans, indem sie die internationalen Verbindungen stärkt, die Zusammenarbeit mit regionalen Partnern intensiviert und die Wettbewerbsfähigkeit der Regionen steigert.



## Mobilitätsangebote durch Kooperationen, Vernetzung und Kommunikation stärken und den touristischen Mehrwert erhöhen

### Mobilität vor Ort durch Kooperationen und Vernetzung stärken

Im Rahmen der Zukunftswerkstatt wurde in den Workshop-Gruppen herausgearbeitet, dass die Stärkung der Mobilität gemeinsame Anstrengungen und Kooperationen aller beteiligten Akteure einer Region erfordert. Dazu gehören vor allem die Anbieter von Mobilitätsangeboten, die Tourismus-, Freizeit- und MICE-Branche sowie die öffentliche Hand. Sie müssen sich zusammenschließen, um die Bedarfe zu diskutieren und entsprechende Lösungen zu erarbeiten und umzusetzen. Dabei ist es wichtig, eine Verknüpfung („Shared Services“) zwischen Individualverkehr mit PKW, öffentlichem Personennahverkehr sowie Rad- und Wandermöglichkeiten herzustellen, um bedarfsgerechte und intermodale Mobilitätsangebote zu schaffen. Einen Schwerpunkt bildet dabei der Ausbau von barrierefreier Mobilität, von der verschiedene Zielgruppen profitieren.

### Mehrwerte durch Attraktivitätssteigerung der touristischen Mobilität schaffen Ziele

Über die Erreichbarkeit und die Vor-Ort-Mobilität hinaus gilt es, Mehrwerte zu generieren. Wo immer möglich, müssen Mobilitätsangebote und Tourismusangebote so miteinander verknüpft sein, dass sie attraktive Erlebnisse bieten. Zudem sind finanzielle Anreize für die Nutzung von nachhaltigen und alternativen Verkehrsmitteln zu schaffen, z. B. im Rahmen der Nutzung von Gästecards.

### Information und Kommunikation zu Mobilitätsangeboten zur Besucherlenkung stärker ausbauen

Maßgeblich für alle Beteiligten der Zukunftswerkstatt war, dass das Vorhandensein von Mobilitätsangeboten allein nicht genügt. Es ist wichtig, den Gästen Informationen bereitzustellen und die vorhandenen Angebote ansprechend und zielgruppengerecht zu vermarkten. Entsprechende Informationen zu Buchungsmöglichkeiten und Tarifen müssen präsent, einfach verständlich und an geeigneter Stelle zur Verfügung gestellt werden. Das gilt ebenso für den Buchungsprozess selbst. Nur gezielte Information und Kommunikation ermöglicht die Lenkung von Besuchern und trägt zur Entlastung stark frequentierter Routen und Hot Spots bei. Die Kommunikation zu Mobilitätsangeboten ist aktiv in das regionale Standort- und Tourismusmarketing einzubinden.

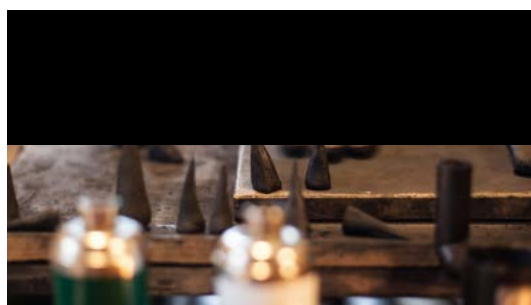
## Verändertes Mobilitätsverhalten, Zunahme des Umweltbewusstseins und gesteigerte Ansprüche an Qualität – Ausgangslage für die Mobilität im sächsischen Tourismus

Intermodale Mobilität ist zu einer entscheidenden Frage der touristischen Wettbewerbsfähigkeit geworden. Gäste erwarten zunehmend, dass vor Ort Alternativen zur Verfügung stehen, die die Nutzung des eigenen PKW, auch bei tagestouristischen Aktivitäten, entbehrlich macht.

Während der ÖPNV im städtischen Bereich bereits integraler Bestandteil der touristischen Mobilität ist, sind im ländlichen Raum öffentliche Verkehrsmittel vielfach nur eingeschränkt oder mit einem hohen zeitlichen Aufwand erreichbar. Oft stellen städtisch geprägte Gäste im Hinblick auf Verfügbarkeit, Durchgängigkeit und Flexibilität hohe Anforderungen an das Mobilitätsangebot im ländlichen Raum. Die steigende Anzahl von Touristen belastet die vorhandene Infrastruktur. Die verkehrliche Belastung der stark frequentierten Routen und Hot Spots, z. B. in der Sächsischen Schweiz, ist hoch und wird mit einem zunehmenden touristischen Wachstum bei gleichzeitig sinkender Aufenthaltsdauer der Gäste weiter anwachsen. Dies führt verstärkt zu Kapazitätsengpässen bei Parkplätzen und einem weiteren Anstieg des Parksuchverkehrs.

Das gesteigerte Umwelt- und Klimabewusstsein von Reisenden hat Auswirkungen auf die Nachfrage nach nachhaltigen Mobilitätsangeboten. Immer mehr Reisende bevorzugen umweltfreundliche Verkehrsmittel und erwarten, dass ihre Reiseziele solche Angebote bereitstellen. Gleiches gilt für nachhaltige und barrierefreie Anreisen, für die die Gäste Vorab-Informationen ihres jeweiligen Zielgebiets benötigen.

Im gemeinsamen Austausch im Rahmen der Zukunftswerkstatt gab es unter den Teilnehmern Übereinstimmung dazu, dass zu viele Träger, unklare Zuständigkeiten und divergierende Interessenlagen zu Insellösungen und Spannungsfeldern im Bereich der Mobilität führen. Verschiedene Nutzungsbarrieren, wie z. B. schwer verständliche Ticket- und Tarifsysteme oder fehlende Buchungsmöglichkeiten verhindern, dass die Gäste vom eigenen Auto auf alternative Mobilitätsangebote umsteigen.





## Aufgaben für eine optimierte Mobilität im sächsischen Tourismus

### Kooperationen der Akteure ausbauen

Die Tourismusregionen brauchen ein regionales Mobilitätskonzept, auf dessen Grundlage ein regionales Mobilitätsmanagement geschaffen und weiterentwickelt werden kann. Zu den Aufgaben des Mobilitätsmanagements gehört unter anderem die Abstimmung der Mobilitätsanforderungen der Zielgruppen mit dem Tourismuskonzept der Region, auch in Bezug auf Nachhaltigkeit und Barrierefreiheit. Das regionale Mobilitätsmanagement muss zudem die Zusammenarbeit zwischen ÖPNV-Aufgabenträgern, Verkehrsunternehmen und -verbänden, Tourismusbranche und öffentlicher Hand koordinieren und ausbauen, um Bestehendes besser zu nutzen und Mobilitätsangebote bedarfsgerecht zu bündeln bzw. auszubauen.

Um die touristischen Leistungsträger in die Lage zu versetzen, ihre Gäste über die gesamte Bandbreite der Mobilitätsangebote zu informieren und die jeweils passenden Produkte zu empfehlen, wurden in der Zukunftswerkstatt verschiedene Ideen entwickelt, z. B. Mobilitätsschulungen für Anbieter der Tourismus-, Freizeit- und MICE-Branche. Zur Erhaltung bzw. für den Ausbau des Nahverkehrs ist die Zusammenarbeit der ÖPNV-Aufgabenträger, Verkehrsunternehmen, Verkehrsverbände, Interessenvertreter und zuständigen Behörden auf Landesebene notwendig.

### Vernetzung der Mobilitätsangebote sichern

Damit vor allem ländliche Regionen ihr Wachstumspotenzial besser ausschöpfen können, ist die intermodale Erreichbarkeit der Regionen und Ausflugsziele zentral und wettbewerbsrelevant. Es sind geschlossene Mobilitätsketten zum Reiseziel, zu den (Tages-) Zielen vor Ort und zurück erforderlich.

Für die Erholungsqualität in den ländlichen Tourismusregionen sind zudem Maßnahmen der Besucherlenkung notwendig. Die ländlichen Regionen müssen ihren Fokus auf eine nachhaltige Umstellung vom Individualverkehr auf multimodale Mobilitätsangebote sowie auf ein optimiertes Parkraummanagement legen. Es besteht die Herausforderung, sowohl die Qualität und das Erlebnis der Mobilitätsangebote weiter zu steigern und gleichzeitig die Kapazitäten so anzupassen, dass sie den wachsenden Anforderungen gerecht werden. Außerdem sind Lösungen der Besucherlenkung im Hinblick auf die zunehmende Problematik von Konflikten zwischen verschiedenen Mobilitätsnutzern erforderlich.

Die Entwicklung durchgängiger Mobilitätsketten für die „letzte Meile“ in der Region erfordert eine Koordinierung durch das regionale Mobilitätsmanagement. Hier sind bedarfsgerechte und nachhaltige Mobilitätslösungen notwendig, z. B. auch On-Demand- oder Shuttle-Modelle.

Um den Gästen den Umstieg vom privaten PKW auf andere Mobilitätsangebote zu erleichtern, wurde in der Zukunftswerkstatt die hohe Bedeutung von unkomplizierten regionalen bzw. überregionalen Ticket- und Tarifsystemen herausgestellt.

### Mehrwerte durch Verknüpfung von Mobilitäts- und Tourismusangeboten schaffen

Die Erlebnisqualität der touristischen Regionen wird durch die Verknüpfung von Mobilitäts- und Tourismusangeboten verbessert. Natur und Aktivität, Kultur, Freizeit und Gastronomie lassen sich mit Erlebnis- und Spaßmobilität verbinden (Fahrrad-, Wander-, Ski-Bus, Schmalspurbahnen, Event-Shuttle, Spaßräder). Eine gute Erreichbarkeit der Tourismusangebote steigert ihre Attraktivität und erhöht damit die touristische Wertschöpfung.

Kombinierte Angebote (Gästecards) mit finanziellen Anreizen für eine kostenfreie oder ermäßigte Inanspruchnahme von touristischen Aktivitäten und ÖPNV senken Nutzungshemmnisse und steigern die Auslastung.

## Aufgaben





Die Verbesserung von Komfort und Service ist über die im Umfeld von Sehenswürdigkeiten (Points-of-Interest) vorhandenen Mobilitätsangebote und Infrastrukturen (Fahrradleihsysteme, Gepäckschließanlagen, Fahrradabstellanlagen, Ladeinfrastruktur, Servicestationen) zu erreichen.

### **Digitale integrierte Kommunikation der Angebote ausbauen**

Mittels Digitalisierung können neue Mobilitätsangebote und -strukturen entwickelt werden, die dabei helfen, Mobilitätsangebote effizienter zu steuern und die Aufenthaltsqualität zu erhöhen, auch über digitale Anwendungen, wie z. B. Fahrplanauskunft, Online-Buchungssysteme, Ortungssysteme für Sharing-Dienste bis hin zur Automatisierung der Mobilität mittels intelligenter autonomer Systeme. Die Mobilitätsangebote können auf digitalen Plattformen gebündelt werden. Zur Erklärung sind leicht verständliche und leicht zugängliche Informationen in der für die Zielgruppe relevanten Sprache und Kommunikation über nutzerfreundliche Medien notwendig.

Um das Mobilitätsverhalten und die Mobilitätsbedürfnisse bzw. -präferenzen der verschiedenen Zielgruppen dauerhaft zu erfassen, kann das regionale Mobilitätsmanagement digitale Mobilitätsdienste nutzen.

### **Mobilitätsangebote für Bahn-, Fahrrad- und Wandertourismus ausbauen**

Zur Stärkung des Radtourismus sind die Vernetzung mit dem öffentlichen Verkehr unter Berücksichtigung der spezifischen Mobilitätsanforderungen der Radtouristen (Fahrradmitnahme, komfortable Umsteigemöglichkeiten und Übergänge, Shuttle-Verkehr) sowie die Verbesserung der Infrastruktur (Radwege, Beschilderung, Rastplätze) notwendig.

Die steigende Beliebtheit von E-Bikes erfordert eine gute Koordination und Zusammenarbeit zwischen DMO und Landkreisen mit dem ÖPNV, um einfache Transportmöglichkeiten für Räder zu schaffen und ein dichtes Netz an Verleihstationen, Ladeinfrastruktur und Abstellanlagen zu entwickeln.

Umweltfreundliche Mobilitätsketten sind auch für den Wandertourismus von großer Bedeutung. Für eine gute Erreichbarkeit von Wanderangeboten, Rundtouren und die Einbindung von Gastronomie und Freizeiteinrichtungen ist die Vernetzung verschiedener Verkehrsmittel notwendig, auch über Verwaltungsgrenzen hinaus.

Für eine verbesserte Mobilität zwischen ländlichem Raum und den Ballungszentren kann auch eine Reaktivierung/Wiederinbetriebnahme entwidmeter und abbestellter Bahnstrecken sorgen. In Zusam-

menarbeit mit der Bahn können Bahnhöfe zu Mobilitätszentren entwickelt werden. Darüber hinaus ist im Interesse der Förderung einer nachhaltigen Mobilität im Bereich des Bahnverkehrs auch eine Verbesserung der Fernverkehrsanknüpfung der sächsischen Groß- und Mittelstädte und ein Ausbau der internationalen Zugverbindungen zu unseren europäischen Nachbarn in den Blick zu nehmen.

### **Mobilität der touristischen Fachkräfte sichern**

Die Sicherung der Erreichbarkeit und der Vor-Ort-Mobilität ist auch für die Mitarbeiter im Tourismus unverzichtbar. Sie erwarten attraktive Verkehrsverbindungen, um zu ihren Arbeitsplätzen zu gelangen und sich vor Ort zu bewegen. Die Schaffung entsprechender Angebote sichert die Wettbewerbsfähigkeit der Tourismusunternehmen und schafft Anreize für die Ansiedlung von Tourismusunternehmen sowie die Realisierung von neuen Tourismusprojekten.

### **Europa-Strategie der sächsischen Flughäfen unterstützen**

Die sächsischen Flughäfen spielen eine wichtige Rolle bei der internationalen Anbindung der Region und der Stärkung des Tourismus. Dresden und Leipzig halten Kapazitäten vor, mit denen die Zahl

der Ankünfte in Sachsen gesteigert werden kann. Im Rahmen einer Europa-Strategie müssen gemeinsam mit Wirtschaft, Wissenschaft und weiteren Partnern Zielrouten politisch und strukturell unterstützt werden. Der Blick auf und aus Europa verlangt eine destinationsübergreifende Koordination. Gemeinsam müssen gezielte Maßnahmen ergriffen werden, um die sächsischen Flughäfen auch für internationale Touristenströme zu etablieren und ihre Wettbewerbsfähigkeit zu erhöhen. Innerhalb Sachsens müssen die Flughäfen als tragfähiger Teil von intermodalen Mobilitätskonzepten gedacht werden. Zudem muss die Zusammenarbeit mit regionalen Partnern wie den Verkehrsunternehmen und der Tourismusbranche intensiviert werden, um eine nahtlose und reibungslose Anbindung der Flughäfen an die regionalen Mobilitätsnetzwerke sicherzustellen. Im Zentrum steht dabei der Anschluss des Flughafens Leipzig an das ICE- und Fernbahnnetz. Damit sollen sowohl internationale Gäste als auch die Einwohner der Region von verbesserten und nachhaltigen Mobilitätslösungen profitieren. Künftiges Tourismusmarketing sollte die Angebote und Funktionalitäten der Flughäfen Dresden und Leipzig einbeziehen, insbesondere mit Blick auf eine Europäische Strategie der Flughäfen Dresden und Leipzig.

## **Good Practice**

### **GÄSTEKARTE *mobil* Sächsische Schweiz**

Mit der Gästekarte *mobil* Sächsische Schweiz hat die Destination ihre Vorreiterrolle auf dem Gebiet der nachhaltigen Mobilität weiter ausgebaut. Inzwischen beteiligen sich schon zehn Partnerkommunen der Sächsischen Schweiz an diesem Mobilitätsprojekt. Die Übernachtungsgäste der Kommunen erhalten neben zahlreichen Vergünstigungen in über 60 Freizeiteinrichtungen der Region auch freie Fahrt mit Bus, Bahn und Fähren in den VVO-Tarifzonen der Region (Verkehrsverbund Oberelbe) sowie mit der Kirnitzschtalbahn.

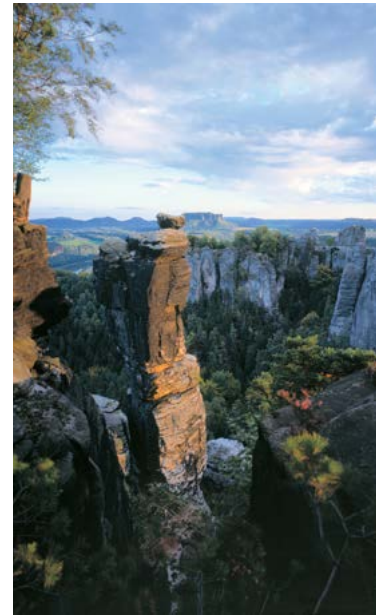
Mit der Gästekarte *mobil* sollen die Gäste der Sächsischen Schweiz motiviert werden, vom Auto auf öffentliche Verkehrsmittel umzusteigen. Damit sollen Verkehrsprobleme gelöst und Parkplätze entlastet werden, woraus positive Effekte für die Umweltbilanz sowie die Lebens- und Erholungsqualität resultieren. Die Nutzung des ÖPNV ist an die Gästetaxe gekoppelt. Unterstützt und finanziert wird das Projekt durch die Partnerkommunen sowie die Mobilitätspartner (Verkehrsverbund Oberelbe und Regionalverkehr Sächsische Schweiz-Osterzgebirge).

Die Mobilitätskarte gilt in allen vier Tarifzonen der Sächsischen Schweiz für beliebig viele Fahrten in den öffentlichen Nahverkehrsmitteln.

Für die Gästekarte *mobil*, das ausgezeichnet vernetzte ÖPNV-Angebot sowie die langjährige und vorbildliche Zusammenarbeit zwischen allen Akteuren im Bereich Mobilität in der Sächsischen Schweiz wurde die Region 2023 beim Bundeswettbewerb „Nachhaltige Tourismusdestinationen“ mit dem zweiten Platz in der Kategorie „Fortgeschrittene Destinationen“ ausgezeichnet.

Weitere  
Informationen  
unter:





# Handlungsfeld

## Digitalisierung

### Einführung

### Digitalisierung – Technologien, Trends und Prozesse

Die Digitalisierung im Tourismus schreitet unaufhaltsam voran. Der Großteil der Urlauber informiert sich und bucht online. Digitale Möglichkeiten verändern das Reise- und Buchungsverhalten. Auch in den touristischen Unternehmen laufen immer mehr Prozesse digital. Allerdings stellen die Einführung und Nutzung digitaler Lösungen insbesondere kleine und mittelständische Unternehmen häufig vor große Herausforderungen. Immer noch gibt es Lücken bei Kompetenzen und Ressourcen, um sich mit den Möglichkeiten der Digitalisierung optimal auseinandersetzen zu können.

Der Masterplan konzentriert sich auf zwei grundlegende Aspekte dieses Handlungsfeldes: die Digitalisierung von Betriebsabläufen und die Erreichbarkeit der Gäste durch Online-Vermarktung. So ist es die Erwartungshaltung an die touristischen Leistungsträger, ihre Kommunikation an die sich stetig ändernden neuen technischen Möglichkeiten in ihren Betrieben anzupassen. Auch die Einführung von digitalen Abläufen und die Nutzung von künstlicher Intelligenz in den Unternehmen bieten Potenziale, die für die Wettbewerbsfähigkeit des Reiselandes Sachsen unabdingbar sind.

## Betriebsabläufe digitalisieren, digitale Vermarktung ausbauen – Ziele für die Digitalisierung der sächsischen Tourismusbranche

### Digitalisierung von Betriebsabläufen stärken

Betriebliche Abläufe im Gastgewerbe, bei den Kultureinrichtungen, Sehenswürdigkeiten, Verkehrsträgern und Touristinformationen bedürfen einer weiteren Digitalisierung. Dies erfordert eine stärkere praxisnahe Unterstützung der betrieblichen Ebenen in sämtlichen touristisch relevanten Einrichtungen.

## Ausgangslage für eine Weiterentwicklung der Digitalisierung im Sächsischen Tourismus und mehr internationale Sichtbarkeit

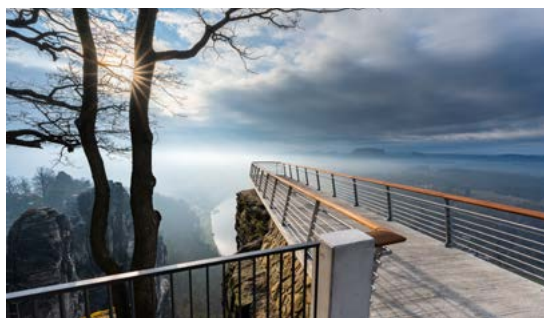
Der LTV Sachsen unterstützt mit dem Projekt „Tourismus 360Grad Digital“ seit 2021 kleine und mittelständische touristische Leistungsträger bei der Einführung oder Umsetzung von praxisnahen digitalen Lösungen, welche an die Anforderungen und Bedürfnisse der Arbeitswelt der Unternehmen, besonders in den ländlichen Regionen, angepasst sind. Herzstück sind die digital-Sprechstunden direkt vor Ort, bei denen das Leistungsvermögen sowie der Digitalisierungsgrad des Unternehmens im Fokus stehen. Dabei geht es sowohl um deren Anpassung an die sich verändernden Gästeansprüche als auch um Maßnahmen zur Verbesserung betrieblicher Abläufe mit Hilfe von digitalen Werkzeugen. Wichtig ist hier auch die Ermutigung der Unternehmen, sich auf den Weg zu machen und das Thema Digitalisierung im eigenen Haus selbst anzupacken. Diese „Macher“ sind wichtige Vorbilder für andere, teilen oder geben Wissen weiter und können weitere Unternehmer dafür begeistern, sich des Themas anzunehmen.



## Digitale Vermarktung des Reiselandes Sachsen ausbauen

Inspiration und Information zu Reisen finden zunehmend digital statt. Damit die Informationen zu den Sehenswürdigkeiten, Quartieren, Anreisemöglichkeiten, Öffnungszeiten, Wettervorhersagen und vielem mehr für die Gäste jederzeit schnell und aktuell zur Verfügung stehen, müssen diese Daten in eine zentrale Datenbank eingespielt und gepflegt werden. Nur so können sie über sämtliche Ausgabekanäle wie Websites, Apps, Sprachassistenten, Screens und die Social-Media-Kanäle unmittelbar abgerufen werden.

Der Freistaat unterstützt das Engagement zur stärkeren digitalen Vermarktung durch die Bereitstellung von Angebotsformaten wie dem Systemnetzwerk SaTourN als zentralem sächsischen Daten-Hub oder den touristischen Social-Media-Kanälen. Dabei steht SaTourN für „Sachsen-Tourismus Netzwerk“. Für die Internationalisierung der touristischen Angebote ist Sachsen Pilotpartner im Open Data-/Knowledge Graph-Projekt der Deutschen Zentrale für Tourismus. Ziel des Projektes ist es, das touristische Angebot Sachsens weltweit sichtbar und auch mittels künstlicher Intelligenz für verschiedene Zwecke, wie beispielsweise die Besucherlenkung, nutzbar zu machen.



## Ziele

## Ausgangslage

## Aufgaben für die Digitalisierung der Tourismusbranche in Sachsen

### Digitalisierung von Betriebsabläufen

In der Zukunftswerkstatt wurde die Wichtigkeit von Schulungs- und Beratungsangeboten, wie dem Projekt „Tourismus 360Grad Digital“ des LTV, für den Ausbau der Digitalisierung auf Betriebsebene immer wieder unterstrichen. Zusätzlich bedarf es Anreizen für die Unternehmen, die Digitalisierung ihrer betrieblichen Abläufe weiter zu forcieren. Hierfür ist eine deutlich stärkere direkte Unterstützung der Betriebe erforderlich. So sollte die Digitalisierungsbereitschaft von Antragstellern in Förderprogramme für die betriebliche Ebene als Anforderung aufgenommen werden, beispielsweise im Rahmen von Unternehmensnachfolgeprogrammen.

Auch darf die Bereitschaft zur Digitalisierung auf der Ebene der Unternehmen selbst nicht nachlassen. Dafür brauchen sie die Unterstützung der DMO und der Landesebene. Ein denkbare Modell aus der Zukunftswerkstatt ist der Einsatz von Online-Beratern auf DMO-Ebene, sogenannten Digitallotsen. Diese können „ihre“ Betriebe vor Ort gezielt mit Beratungen unterstützen.

Inhaltlicher Kern der Angebote bleibt weiterhin die intensive Beratung und Schulung. Nur so gelingt es, die Leistungsträger durch die Vielfalt der technischen Anforderungen, aber auch der Fördermöglichkeiten, zu lotsen. Dies betrifft nicht nur

das Gastgewerbe. Auch die Vertreter der Touristinformationen bekundeten in der Workshop-Arbeit den großen Innovationsbedarf, u. a. in Bezug auf die technische Ausstattung mit moderner Software und Hardware. Nicht minder wichtig ist das Thema Weiterbildung der Beschäftigten. Damit die neue Informationstechnik zum Einsatz kommen kann, müssen die Beschäftigten Prozesse neu denken und im Umgang mit der Technik geschult sein.

Neben Gastgewerbe und den Touristinformationen ist die Beratung zur Digitalisierung auch für Sehenswürdigkeiten und Kultureinrichtungen auszubauen, da diese als touristische Anziehungspunkte den Erlebniswert für den Gast maßgeblich beeinflussen. Hierzu zählt ebenso die Entwicklung von digitalen und virtuellen Erlebnisformaten und Anwendungen, wie Apps, Multimediaguides oder VR-Brillen.

### Ausbau der Digitalisierung von Marketing und Vertrieb

Die digitale Urlaubsplanung und damit die flächendeckende elektronische Sichtbarkeit und Buchbarkeit von Unterkünften, Freizeitangeboten oder Transportleistungen in Sachsen wird von immer mehr Reisenden als selbstverständlich vorausgesetzt. Auf Landesebene sind mit SaTourN als Digitalarchitektur und Datenbankmanagementsystem der TMGS sowie der Bespielung von Social-Media-Kanälen hierfür die Grundlagen geschaffen worden, die es weiter auszubauen gilt.



Als Grundlage der Vermarktung sollte SaTourN als Datenpool für den Austausch und die Verknüpfung tourismusrelevanter Daten zum Nutzen der Gäste und Betriebe durch die TMGS weiter ausgebaut werden. Anknüpfend an die so erfassten Daten eröffnet sich mit dem gemeinsamen Knowledge Graph der Deutschen Zentrale für Tourismus die Möglichkeit, den bislang dezentralen und heterogenen Datenbeständen aller touristischen Akteure in Deutschland zu begegnen. Im Knowledge Graph werden die eingespeisten Daten zentral, offen und einheitlich für alle touristischen Akteure und externen Dienstleistungen gemeinschaftlich zur Verfügung gestellt. Hierdurch wird eine maximale Sichtbarkeit der vielfältigen sächsischen Angebote und damit ein weltweit zugänglicher, erheblicher Informationsmehrwert für Gäste ermöglicht.

Der Aufbau und die Pflege eigener touristischer Websites und weiterer Ausgabekanäle wie Informationsstelen, Veranstaltungskalender und Displays oder Apps binden in den Kommunen personelle und finanzielle Ressourcen. Eine Möglichkeit der Entlastung ist die Nutzung von SaTourN, weil es eine professionell gepflegte und administrierte Digitalarchitektur für den sächsischen Tourismus bietet. In diesem Zusammenhang müssen der Ausbau und die Nutzung dieser einheitlichen zentralen Datenbank weiter vorangebracht werden, so dass neben den DMO z. B. auch Kommunen das Datenmanage-

ment- und Ausgabesystem für die Umsetzung ihrer touristischen Websites und anderen Ausgabekanäle nutzen können.

Der Bereitstellung von Information und Inspiration über die Social-Media-Kanäle wird künftig eine immer höhere Bedeutung zukommen. Um diesem Trend möglichst optimal gerecht zu werden und den Empfehlungen aus der Zukunftswerkstatt zu folgen, wird die TMGS eine touristische Social-Media-Strategie im Sinne eines Handlungsleitfadens für den Tourismus in Sachsen entwickeln, die den DMO und den Leistungsträgern die eigene Social-Media-Arbeit erleichtert und Entscheidungshilfen anbietet.

Voraussetzung für den optimalen Einsatz aller digitalen Angebote sind eine flächendeckende und stabile Internetabdeckung sowie ein zuverlässiges Mobilfunknetz. Beides muss verbessert bzw. weiter ausgebaut werden.

Das Tourismusnetzwerk Sachsen, die digitale Plattform für Information, Kommunikation und Wissenstransfer der Tourismusbranche in Sachsen, hat sich etabliert und erfreut sich einer regen Nutzung. Die fortlaufende innovative Weiterentwicklung bleibt weiterhin Aufgabe ebenso wie es Anspruch sein muss, die Zahl der Nutzer weiter zu erhöhen. Ein Beitrag dazu kann der Ausbau des E-Learning-Moduls sein.

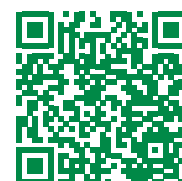
## Good Practice

### Digitale Marketingagenda des „Schlösserland Sachsen“

Mit der digitalen Marketingagenda ist der Marketingverbund des „Schlösserland Sachsen“ einen wichtigen Schritt in Richtung zeitgemäßer Kundenorientierung gegangen. Verschiedene Kommunikationskanäle wurden in einem zentralen datengestützten Marketingsystem zusammengeführt. Das Ziel war, aus den Nutzerdaten zu lernen sowie die Vielzahl der Kommunikationskanäle in einem System zu managen und individuell aussteuern zu können, was einen grundlegenden Strategiewechsel von einer breitgesteuerten Angebotskommunikation zu einer maßgeschneiderten Begleitung der Kundenbedürfnisse bedeutete. Damit konnte die Vielfalt der touristischen Möglichkeiten im Schlösserland zielgenau an die richtigen Kundenprofile im richtigen Moment des Reiseerlebnisses adressiert werden – sei es bei der Planung, beim Erlebnis vor Ort oder im Anschluss an den Besuch im Schlösserland.

Als technische Lösung wurde das Customer Management System (CRM) Hubspot eingeführt mit entsprechender Absicherung der Effizienz, Verlässlichkeit und Sicherheit in der Verantwortung digitaler Daten. Das Besondere an diesem Beispiel ist, dass es zum einen gelingt, die verschiedenen Kommunikationskanäle in einem System zu managen und zu steuern, zum anderen auch hier aus Kundensicht zu agieren und automatisiert auf die unterschiedlichen individuellen Bedürfnisse der Besucher eingehen zu können.

Weitere Informationen unter:



# Kooperationspartner

Das System des Tourismus in Sachsen kann mit einem klassischen Drei-Ebenen-Modell beschrieben werden. Auf der lokalen Ebene bilden die Städte, Gemeinden und staatlich anerkannten Kur- und Erholungsorte das Fundament. Auf Destinationsebene ist die Entwicklung zu wettbewerbsfähigen Destinationsmanagementorganisationen erfolgt und wird in den kommenden Jahren entscheidend dazu beitragen, die sächsischen Tourismusakteure über alle Ebenen hinweg zu vernetzen. Auf Landesebene hat im Jahr 2019 die Gründung eines eigenständigen Geschäftsbereichs Kultur und Tourismus im SMWK die Weichen dafür gestellt, den Tourismus in Sachsen nachhaltig weiterzuentwickeln. Hinzu kommen Partner wie der Landestourismusverband Sachsen e. V. (LTV Sachsen), die Tourismus Marketing

## Zentrale Partner für den Tourismus in Sachsen

### **Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH (TMGS)**

Als landesweite Marketing- und Managementorganisation ist die Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH für die übergreifende Vermarktung des Reiselandes Sachsen im In- und Ausland im Auftrag ihrer Gesellschafter und der Sächsischen Staatsregierung zuständig. Dies erfolgt unter Berücksichtigung von Marktforschungsergebnissen, unter Nutzung internationaler und nationaler Kontakte zur Reisebranche sowie der Medien.

Unter der touristischen Dachmarke „SACHSEN. LAND VON WELT.“ werden von der TMGS die touristischen Marketingmaßnahmen für Sachsen gebündelt.

Das Ziel der Marketingarbeit der TMGS ist es, die touristische Dachmarke zu stärken und das Image Sachsens als Kulturreiseziel in Kombination mit herausragender Naturlandschaft gegenüber den für die touristische Vermarktung Sachsens definierten Zielgruppen zu positionieren und mit Leitthemen zu untersetzen. Als Kompetenzzentrum für den Tourismus in Sachsen versteht sich die TMGS neben den klassischen Marketing- und Vertriebsaufgaben auch als Impulsgeber.

Gesellschaft Sachsen mbH (TMGS), die Industrie- und Handelskammern Sachsen (IHK Sachsen), der Hotel- und Gaststättenverband Sachsen e. V. (DE-HOGA Sachsen), der Sächsische Heilbäderverband, die Wirtschaftsförderung Sachsen GmbH (WFS) und Leistungspartner wie Beherbergungsbetriebe, Gastronomie, Einzelhandel, Freizeit und Transport, die in wechselseitigen Austauschbeziehungen mit den einzelnen Ebenen stehen. Im Folgenden wird eine Auswahl an zentralen Partnern für den sächsischen Tourismus näher vorgestellt. Darüber hinaus gibt es zahlreiche weitere Akteure, die als Botschafter und Gestalter fungieren und für Stabilität, Sensibilisierung und Akzeptanz des Systems Tourismus in Sachsen sorgen.

### **Landestourismusverband Sachsen e. V. (LTV Sachsen)**

Der Landestourismusverband Sachsen e. V. ist der Dachverband der regional organisierten Tourismusorganisationen in Sachsen sowie der tourismusrelevanten Vereine und Verbände. Er repräsentiert rund 4.500 direkte und indirekte Mitglieder aus dem gesamten Dienstleistungssektor und vertritt die Interessen des öffentlichen und mittelständisch geprägten Tourismus.

Der Verband steht der Branche beratend zu Fragen der Destinationsentwicklung, Finanzierung touristischer Aufgaben und der Qualitätsentwicklung zur Verfügung. Weiterhin organisiert der LTV Sachsen mit Unterstützung des Freistaates Sachsen Projekte zur Förderung der sächsischen Tourismusbranche, z. B. zu den Themen Digitalisierung und Fachkräfte.

### **Sieben Destinationsmanagementorganisationen (DMO)**

Der Freistaat Sachsen gliedert sich in sieben Destinationen. Für diese Destinationen und die dazugehörigen Destinationsmanagementorganisationen sind elf Organisationen aktiv. Die übergeordnete Aufgabe der DMO ist die Umsetzung und Implementierung des Destinationsmanagements, welches vor allem die Vermarktung und die strategische Entwicklung der DMO auf der Grundlage der Destinationsstrategie umfasst. Maßnahmen zur Destinationsentwicklung werden durch den Freistaat finanziell unterstützt.



Destination	Destinationsmanagementorganisation
<b>Chemnitz Zwickau Region</b>	Chemnitzer Wirtschaftsförderungs- und Entwicklungsgesellschaft mbH (CWE) Tourismusregion Zwickau e. V. Heimat- und Verkehrsverein „Rochlitzer Muldentale“ e.V.
<b>Dresden Elbland</b>	Tourismusverband Elbland Dresden e. V. Dresden Marketing und Tourismus GmbH
<b>Erzgebirge</b>	Tourismusverband Erzgebirge e. V.
<b>Leipzig Region</b>	Tourismusverband LEIPZIG REGION e. V. Leipzig Tourismus und Marketing GmbH
<b>Oberlausitz</b>	Marketinggesellschaft Oberlausitz-Niederschlesien mbH
<b>Sächsische Schweiz</b>	Tourismusverband Sächsische Schweiz e. V.
<b>Vogtland</b>	Tourismusverband Vogtland e. V.

### **Industrie- und Handelskammern im Freistaat Sachsen (IHK Sachsen)**

Die drei Industrie- und Handelskammern im Freistaat Sachsen – Chemnitz, Dresden und Leipzig – agieren als gesetzlich verankerte Selbstverwaltungsorganisationen der gewerblichen Wirtschaft. Das Spektrum der Tätigkeitsfelder ist breit und reicht von der Beratung der öffentlichen Verwaltung und der gesetzgebenden Körperschaften bis zu Gutachten für Gerichte, von der Zuständigkeit für die kaufmännische und gewerbliche Berufsausbildung sowie die Weiterbildung bis zur individuellen Firmenbetreuung.

Mit dem Ziel, die Wertschöpfung im Tourismus zu fördern, bündeln und vertreten die Kammern die Interessen des gesamten Tourismusgewerbes gegenüber Politik, Verwaltung und Öffentlichkeit. Mit ihren Tourismusausschüssen bieten sie allen kammerzugehörigen Akteuren der Tourismuswirtschaft eine Plattform, um aktuelle Themen zu diskutieren und sich für einen attraktiven und leistungsstarken Tourismusstandort einzusetzen. Darüber hinaus beraten die IHK zu allen unternehmensrelevanten Fragestellungen.

### **Hotel- und Gaststättenverband Sachsen e. V. (DEHOGA Sachsen)**

Der Hotel- und Gaststättenverband Sachsen e. V. ist die Berufsorganisation des Gastgewerbes in Sachsen. Als Unternehmerverband und Interessensvertretung vertritt er die branchenspezifischen Themen der verschiedenen Betriebstypen in Gastronomie und Hotellerie und damit aktuell von über 2.100 Mitgliedsbetrieben in Sachsen.

### **Sächsischer Heilbäderverband e. V.**

Im sächsischen Heilbäderverband e. V. haben sich die Orte mit staatlicher Anerkennung als Kurort zusammengeschlossen. Kommunen können auch schon während des Prädikatisierungsverfahrens zum Kurort beitreten. Ziel des Vereins ist es, gemeinsam den Herausforderungen des Marktes besser zu begegnen. Der Verein ist Interessensvertreter der Kurorte und Kureinrichtungen in Sachsen.

# Unterstützer des Prozesses

**Besonderer Dank gilt den Mitgliedern  
des Beirats und ihren Vertretern**



Götz Ahmelmann | Mitteldeutsche Flughafen AG  
Dr. Tillmann Blaschke | Staatliche Porzellan-Manufaktur Meissen GmbH  
Jens W. Bohge | Mitteldeutscher Verband der Camping- und Wohnmobilwirtschaft e. V.  
Volker Bremer | Leipzig Tourismus und Marketing GmbH  
Martin Buhl-Wagner | Leipziger Messe GmbH  
Christian Dahms | Landessportbund Sachsen e. V.  
Burkhard Ehlen | Verkehrsverbund Oberelbe GmbH  
Mandy Eibenstein | Landesverband der Kultur- und Kreativwirtschaft Sachsen e. V.  
Bazil El Atassi | EVENT PARK GmbH  
Antje Feiks, MdL | Sächsischer Landtag  
Ordinariatsrat Diakon Dr. Daniel Frank | Katholisches Büro Sachsen  
Michael Glaser | CAMP DAVID Sport resort by ALL-on-SEA  
Susan Graf | Deutsches Jugendherbergswerk Landesverband Sachsen e. V.  
Landrat Henry Graichen | Sächsischer Landkreistag e. V.  
Petra Hedorfer | Deutsche Zentrale für Tourismus e. V.  
Sonja Heiduschka | Landurlaub in Sachsen e. V.  
Utz Hempfling | Staatsbetrieb Sachsenforst  
Veronika Hiebl | Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH  
Heidrun Hiemer | Deutscher Wanderverband  
Sven-Erik Hitzer | Vereinigung Bio Hotels, Bio- & Nationalpark Refugium Schmilka  
Thomas Horn | Wirtschaftsförderung Sachsen GmbH  
Helmut Jeschke | Landesverband Sächsischer Omnibus- und Touristikunternehmen e. V.  
Andrea Kis | Landestourismusverband Sachsen e. V.  
Axel Klein | DEHOGA Sachsen e. V.  
Klaus Klötzner | ADAC Sachsen e. V.  
Carola Knipping | Sächsischer Gästeführertag  
Albrecht Koch | Sächsischer Kultursenat  
Dr. Andreas Kraus | Tourismusverband Vogtland e. V.  
Konrad Krause | Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club Sachsen e. V.  
Gerhard Liebscher, MdL | Sächsischer Landtag  
Ricarda Lorenz | Sächsischer Heilbäderverband e. V.  
Jörg Markert, MdL | Sächsischer Landtag  
Christoph Neuberg | Industrie- und Handelskammer Chemnitz  
Oberbürgermeister Torsten Pötzsch | Große Kreisstadt Weißwasser  
Frank Richter, MdL | Sächsischer Landtag  
Prof. Dr. Ute Schloderer | Berufsakademie Sachsen Staatliche Studienakademie Breitenbrunn  
Stefan Schmidtke | Kulturhauptstadt Europas 2025 GmbH  
Manuel Schöbel | Landesbühnen Sachsen GmbH  
Prof. Andreas Schulz | Gewandhaus zu Leipzig  
Oberkirchenrat Christoph Seele | Evangelisches Büro Sachsen  
Christine J. Singer | Deutsche Bahn Regio AG Regio Südost  
Hardy Spitzner | Landesverband KiEZ Sachsen e. V.  
Dawid Statnik | Domowina, Bund Lausitzer Sorben e. V.  
Dr. Christian Striefler | Staatliche Schlösser, Burgen und Gärten Sachsen gGmbH  
Ben Uhle | Musikfest Erzgebirge  
Michael Uhlmann | Touristenzentrum Am Adlerfelsen GmbH / Wurzelrudis Erlebniswelt  
Michael Welsch | Sächsische Staatskanzlei, Geschäftsstelle des Landesbeauftragten für Inklusion der Menschen mit Behinderungen  
Frank Wend | Sächsische Staatskanzlei  
Oberbürgermeister Bert Wendsche | Sächsischer Städte- und Gemeindetag e. V.  
Sabine Wendsche | Weinbauverband Sachsen e. V.  
Hans-Jürgen Zickler, MdL | Sächsischer Landtag

# Unterstützer des Prozesses

**Ein Dank geht an alle, die sich an den Zukunftswerkstätten beteiligt haben**



Sebastian Adam | Odilian Adamczak | Luisa Adlkofer | Yvonne Almendinger | Andy Anders | Marco Angermann | Marc Arendt | Christian Atz | Inga Backhaus | Denise Barth | Anja Bauermeister | Jost Beckmann | Heike Beier | Marcel Beier | Jens Benedict | Katrin Berg | Corinna Bergelt | Carolina Bernstein | Sven Bieligg | Dr. Tillmann Blaschke | Gundula Bleul | Elisabeth Blüml-Fuchs | Agnes Bohley | Alexander Böhm | Helfried Böhme | Jens Böhmer | Christian Borrmann | Max Brandt | Linda Brandt | Sandra Brandt | Jennifer Braun | Volker Bremer | Peter Bresan | Uwe Brösel | Marika Brückner | Udo Brückner | Yvonne Brückner | Xenia Brunner | Marc Cantauw | Susann Cerny | Gabriele Clauss | Michael Corso | Christina Czach | Manja Dahms | Maja Daniel-Rublack | Reiner Deutschmann | Heike Dieblet | Frank Dietze | Jana Dost | Julia Dreßler | Ina Duckstein | Martin Dürrschmidt | Dr. Mareike Eberlein | Katharina Edel | Jens Ellinger | Susan Endler | Babett Erler | Cornelia Ernst | Jan Färber | Nicola Fausten | Anja Fiedler | Dirk Fischer | Ute Florl | Markus Franke | Olaf Franke | Christian Friedel | Jens Frühauf | Jana Fuchs | Thomas Gaier | Silke Gano | Juliane Gatowski | Mandy Gazsi | Kathrin Gelfert | Katrin Gesk | Christin Glaser | Franziska Glaubitz | Nadja Golz-Odametey | Steve Görner | Markus Gorny | Susan Graf | Stephan Grapentin | Lisa-Jane Graupner | Isabel Grohmann | Nadine Grollmisch | Romana Groß | Josefine Grumbach | Janin Grüner | Michael Gürtler | Jens Habermann | Josephine Hage | Antje Haink | Heike Hänsel | Franziska Hanusch | Philip Hartmanis | Katja Hartmann | Janine Häser | Marcus Heberle | Anne Heidemüller | Sonja Heiduschka | Andreas Heinz, MdL | Dirk Heinze | Anja Hell | Markus Henrion | Andrea Hensel | Katrin Hentschel | Erik Herbert | Sina Herold | Anke Herrmann | Nicole Hesse | Kerstin Heymann | Veronika Hiebl | Denise Hierl | Kristin Hildebrand | Knut Hinkel | Sven-Erik Hitzer | Elke Hockauf | Susi Höfer | Almut Hoffmann | Paula Holotiuk | Torsten Holzkamp | Stefan Horn | Geertje Ihde | Julian Ipsen | Marcus Jaeger | Thomas Jahn | Torben Jahn | Anja Janke | Dr. Marek Jaskólski | Christine Jeglinsky | Victoria Kalbitz | Sabine Kalinke | Karla Kallauch | Andrea Kaminski | Jochen Kaminsky | Heike Kandel | Rahel Kavalir | Jan Kempe | Winni Kettner | Andrea Kis | Ina Kische | Axel Klein | Ina Klemm | Sebastian Klink | Klaus Klötzner | Melanie Knievel | Cindy Knoblauch | Lars Knüpfer | Kristin Kocksch | Nicole Kocksch | André Köhler | Andreas Kolley | Elisabeth König | Sascha König | Karolin Kramheller | Birgit Kratochvil | Dr. Andreas Kraus | Roman Krautz | Mandy Krebs | Vivien Kresse | Kathrin Kretzschmar | Uli Kretzschmar | Sören Kristensen | Carolin Krupp | Mario Kumpf, MdL | Martin Künanz | Kerstin Kunze | Torsten Kürbis | Nicole Kurtze | Henning Kuschnig | Marek Kvasnciak | Ina Lachmann | Kathrin Lahl | Solvig Langschwager | Lisa Laser | René Lassmann | Andreas Lämmel | Ricardo Lammel | Mirjam Sarah Leisentritt | Annette Pina Lewandowsky | Wolfram Liebing | Gerhard Liebscher, MdL | Anne-Kathrin Liebthal | Micaela Lindheimer | Andreas Lippert | Guido Liscutin | Maria Löcken-Hierl | Heike Löffler | Denis Loos | Sandra Loos | Ricarda Lorenz | Sylvia Lorenz | Franziska Luthardt | Diana Maatz | Susanne Mädler | Susanne Mannschott | Jörg Markert, MdL | Mandy Markert | Undine Marschik | Sandy Marschke | Carina Marschner | Erik Martin | Jeannette Mauermann | Bertram Mayer | Torsten Meier | Stephan Meinel | Toni Meinel | Jamina Mertz | Thomas Mey | Tim Meyer | Frank Michler | Maria Miersch | Antje Mikoleit | Gunhild Mimuß | Elvira Mirle | Corinne Miseur | Astrid Modrack | Ina Morgenstern | Stephanie Mueller | Johannes Müller | Matthias Müller | Dagmar Nauruhn | Ines Nebelung | Cathleen Nebrich | Benedikt Nell | Anja Nestler | Manja Neubert | André Neutag | Stefan Niklarz | Maria Noth | Alexander Ohly | André Oswald | Nicole Otto | Caterina Paetzelt | Hans Dietmar Pape | Ulrike Peter | Thomas Peters | Matthias Pfitzner | Neltje Pieske | Linda Pietschmann | Sarah Pietzsch | Anett Polig | Eva Pötzsch | Saskia Prelec | Eva Pretzsch | Frieda Prochaska | Dominik Puschmann | Maren Pussak | Nadja Rademacher | Johanna Rämisch | Heike Raue | Sandro Reichel | Antje Rennack | Marcel Reuter | Cornelia Richter | Daisy Richter | Katrin Richter | Prof. Dr. Marco Richter | Tino Richter | Ines Ritter | Liane Rohayem-Fischer | Sandy Ronniger | Celine Roscher | Josephine Roscher | Matthias Rose | Tanja Rosenbaum | Max Rothe | Daniel Röthig | Jana Roztočilová | Tobias Rudelt | Silvio Sabrowski | Christian Sacher | Andrea Sachse | Nancy Sauer | Christian Sauermann | Karsten Schaal | Sören Schaffer | Dorothea Schäffler | Jörg Schellenberger | Doreen Scherfke | Kathleen Scheurer | Ralf Schibelius | Manuela Schindler | Prof. Dr. Ute Schloderer | Olaf Schlott | Lydia Schmid | Heiko Schmidt | Christian Schmidt-Doll | Stefan Schmidtke | Sarah Schmied | Irina Schneider | Annett Scholz-Michalowski | Kathleen Schramm | Thomas Schubert | Eileen Schubert-Reißland | Friederike Schulz | Anna Schulze | Dr. Ralf Schulze | Matthias Schwab | Ronny Schwarz | Dr. Juliane Schwarz-Bierschenk | Susann Schwickert | Oberkirchenrat Christoph Seele | Daniela Seidel | Sindy Seidel | Yvonne Seidemann | Katja Seifert | Stephan Seitz | Frizzi Seltmann | Lars Semrok | Veranika Shykhutsina | Timo Siebenhüner | Petra Sobeck | Tilman Sobek | Hardy Spitzner | Uwe Staab | Claudia Steglich | Lukas Steidl | Katja Steigerwald | Kathrin Stellmacher | Kathrin Stiller | Michael Stritzke | Gundula Strohbach | Anna Sucolowsky | Isa Suplie | Theresa Tamme | Martin Teyke | Undine Theml | Georg Thieme | Laura Thieme | Nico Tippelt, MdB | Enrico Todt | Anna Tovar | Simone Trommer-Tiedemann | Diana Tüngerthal | Jens Uhlig | Sylvie Uhlmann | Stefan Uhlmann | Viktoria Ungefug | Max Vater | Susanna Viehmann | Sindy Vogel | Gabriele Vogel | Yvonne Voigtmann | Birgit Vorratz | Antje Vorwerk | Katja Waack | René Wächtler | Sandra Wächtler | Claudia Wagner | Ben Walther | Dr. Kirstin Wappler | Birgit Weber | Franziska Weber | Gunda Wehrstedt | Kathrin Weidhaas | Ines Weigel | Doreen Weigelt | Constanze Weiß | Dirk Weißbach | Jacqueline Welsch | Michael Welsch | Sabine Wendsche | Tobias Wendt | Josephin Werner | Hiskia Wiesner | Dorina Wießner | Luisa Wild | Lisa Willenberg | Kathrin Winkler | Christina Witt | Eva Wittig | Juliane Wojan | Nadine Wojcik | Linda Wolf | Norbert Wolf | Peter Wollmann | Solveig Wuttke | Reinhard Zabka | Sigrun Zemmrich | Siegfried Zenker | Michaela Ziegenbalg | Romy Zieke | Thaddäus Ziesch | Robert Zillmann | Silke Zimmermann | Kirstin Zinke | Alexander Ziron | Anja Zissoldt

# Verweise

## Endnoten

- 01 Urlaubsmotive Anfang 2022; vgl. Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e. V.: Reiseanalyse 2023.
- 02 dwif e. V.: Wirtschaftsfaktor Tourismus für Sachsen 2018.
- 03 Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen: Medieninformation 126/2023 vom 26.09.2023.
- 04 Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen: Branchenreport 2022.
- 05 Stand 2022, falls nicht anders angegeben.
- 06 dwif e. V.: Wirtschaftsfaktor Tourismus für Sachsen 2022, Stand Oktober 2023.
- 07 Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen: Medieninformation 126/2023 vom 26.09.2023.
- 08 Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen: Statistik Beherbergungsgewerbe, Eckdaten für Sachsen 2022.
- 09 Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen: Statistik Beherbergungsgewerbe, Eckdaten für Sachsen 2022.
- 10 Geöffnete Beherbergungsbetriebe im Juli 2022; Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen: Statistik Beherbergungsgewerbe, Eckdaten für Sachsen 2022.
- 11 Anzahl der Niederlassungen; vgl. Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen: Sächsisches Unternehmensregister, Registerstand: 30.09.2022.
- 12 TMGS, Barrierfrei reisen, [www.sachsen-tourismus.de/euer-urlaub/barrierefrei-reisen](http://www.sachsen-tourismus.de/euer-urlaub/barrierefrei-reisen), abgerufen am 26.10.2023.
- 13 Vgl. Deutsches Institut für Tourismusforschung (DITF) der FH Westküste, Heide: Studie Tourismusakzeptanz der Wohnbevölkerung, Kerneergebnisse auf Bundesebene & Beteiligungsmöglichkeiten, Stand 07.04.2021.
- 14 Fast 62% der befragten Sachsen sehen den Tourismus eher positiv für ihren Wohnort; vgl. Deutsches Institut für Tourismusforschung (DITF) der FH Westküste, Heide: Tourismusakzeptanz der Wohnbevölkerung – Kerneergebnisse Bundesländer 2021.
- 15 Lebensqualität und Tourismus – Gesamtbericht Sachsen, Auftraggeber: TMGS, Projektdurchführung: TouristiCon GmbH, wissenschaftliche Unterstützung: Deutsches Institut für Tourismusforschung (DITF) der FH Westküste, 2023.
- 16 Der notwendige Verwaltungsaufwand wurde dabei nicht betrachtet und müsste noch gegengerechnet werden.
- 17 Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in der Berufsgruppe 1) Tourismus, Hotel- und Gaststättenberufe mit Arbeitsort im Freistaat Sachsen am 30. Juni 2013 und 2022 nach ausgewählter Staatsangehörigkeit; vgl. Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen, Kamenz, 2023.

## Bilder

- Titel Bikewelt Schöneck im Vogtland. Foto: TMGS Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH, Manuel Rohne | Stoneman Miriquidi. Foto: Tourismusverband Erzgebirge e.V., Studio2Media | Opernhaus Chemnitz. Foto: ML Manfred Lohse | Wehlnadel im Basteigebiet. Foto: Tourismusverband Sächsische Schweiz e.V., Philipp Zieger | Schloss Wackerbarth. Foto: Sächsisches Staatsweingut Schloss Wackerbarth | Störmthaler See Leipziger Neuseenland. Foto: Katja Fouad Vollmer | Muskauer Park. Foto: Mario Kegel
- S1 Foto: André Wirsig
- S4 Fotos: André Wirsig
- S4 Fotos: André Wirsig
- S7 Prozess-Fotos: André Wirsig, Annika Dollmeyer | Carolafelsen. Foto: Kenny Scholz | Opernhaus Chemnitz. Foto: ML Manfred Lohse | Trixi Ferienpark Zittauer Gebirge. Foto: RFB ReadyForBoarding.pl | Haus Schminke. Foto: Marcel Schroeder
- S8 Prozess-Foto: André Wirsig
- S11 Prozess-Fotos: André Wirsig
- S12 Prozess-Fotos: André Wirsig, Annika Dollmeyer | Panoramaweg Schneeberg. Foto: Tourismusverband Erzgebirge e.V., Uwe Meinhold | Schloss Voigtsberg. Foto: Archiv Tourismusverband Vogtland e.V., Sebastian Theilig | Bautzen Rundwanderweg. Foto: Philipp Herfort | Görlitz. Foto: Mario Kegel
- S18-19 Prozess-Fotos: André Wirsig | Sächsische Dampfschiffahrt Blick auf Schloss Pillnitz. Foto: Sächsische Dampfschiffahrts-GmbH & Co. Conti Elbschiffahrts KG (DML-BY) | Schloss Wackerbarth. Foto: Sächsisches Staatsweingut Schloss Wackerbarth | Albrechtsburg Meißen. Foto: Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH, Sebastian Rose | Gemäldegalerie Alte Meister. Foto: Michael R. Hennig | Semperoper. Foto: Matthias Creuziger | Weingut Hoflöbnitz. Foto: Martin Förster
- S20-21 Verkehrsmuseum-Dresden. Foto: Dr. Igor Semechin | Kulturpalast-Dresden. Foto: Jörg Simanowski | Schloss Diesbar. Foto: Manfred Lohse / TMGS Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH | Dresden. Foto: ddpix.de | Blick vom Dresdner Zwinger. Foto: Sven Döring (DML-BY) / Agentur Focus | Militärgeschichtliches Museum der Bundeswehr. Foto: Frank Exß

- S22 Schloss Moritzburg. Foto: Patrick Eichler | Löbnitzgrundbahn. Foto: Sebastian Weingart | Spitzhaus in Radebeul mit Weinhängen. Foto: Martin Förster | Schloss Wackerbarth. Foto: Daniel Bahrmann | Festspielhaus Hellerau. Foto: Stephan-Floss
- S24 Prozess-Fotos: André Wirsig | Bärwalder See Marina Klitten. Foto: Benjamin Kramer | Lausitzer Fisch. Foto: Jens Dauterstedt | Bautzner-Senfladen. Foto: Katja Fouad Vollmer | Muskauer Park. Foto: Mario Kegel | Bautzen. Foto: Richard Bohn | Oder-Neiße Radweg Berzdorfer See. Foto: Philipp Herfort | Sorbisches Osterei. Foto: Jens-Michael Bierke
- S30-31 Prozess-Fotos: André Wirsig | Bikewelt Schöneck. Foto: TMGS Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH, Manuel Rohne | Sparkasse Vogtland Arena Klingenthal. Foto: Archiv Tourismusverband Vogtland e.V., Tino Peisker | Talsperre Pöhl mit Segelbooten. Foto: Archiv Tourismusverband Vogtland e.V. | Talsperre Pöhl. Foto: TMGS Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH, Katja Fouad Vollmer | Grünbach Vogtland. Foto: Archiv Tourismusverband Vogtland e.V., T. Peisker
- S33 König Albert Theater. Foto: Chursächsische Veranstaltungs GmbH | Erlebniswelt Musikinstrumentenbau Vogtland. Foto: Danny Otto | Schloss Voigtsberg. Foto: Archiv Tourismusverband Vogtland e.V., P. Wollmann
- S34-35 Albert Bad Bad Elster. Foto: TMGS Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH, Katja Fouad Vollmer | Vogtlandmuseum Plauen. Foto: Liebner | Freizeitpark Plohn. Foto: Archiv Tourismusverband Vogtland e.V., S. Theilig | Deutsche Raumfahrt Ausstellung Morgenröthe-Rautenkranz. Foto: Archiv Tourismusverband Vogtland e.V., Sebastian Theilig
- S37 Göltzschtalbrücke Vogtland. Foto: Archiv Tourismusverband Vogtland e.V., S. Dähn | Wegweiser an der Göltzschtalbrücke. Foto: Archiv Tourismusverband Vogtland e.V., C. Beer | Musikantenradweg. Foto: TMGS Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH, Katja Fouad Vollmer | Vogtland Panorama Weg. Foto: Klaus Hurtienne
- S38-39 Prozess-Fotos: André Wirsig | Esse Chemnitz. Foto: Ernesto Uhlmann | Max-Pechstein-Museum Zwickau. Foto: Matthias Rose, KT Kultur, Tourismus und Messebetriebe Zwickau GmbH | Wasserschloss Klaffenbach. Foto: Manfred Lohse | Chemnitz. Foto: Ernesto Uhlmann | Stadthalle Chemnitz mit Stadthallenpark. Foto: Ernesto Uhlmann
- S40 Stausee Oberwald. Foto: Oliver Göhler | Zwickau Marktplatz. Foto: Oliver Göhler | Rochlitz. Foto: BUR Werbeagentur GmbH
- S42-43 Prozess-Fotos: Anika Dollmeyer | Döllnitzbahn. Foto: Tom Williger | Kur- und Freizeitbad Riff Bad Lausik. Foto: TMGS Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH, Katja Fouad Vollmer | Rathaus St Aegidien Kirche, Foto: Philipp-Kirschner, Leipzig-Travel | Weiße Elster Leipzig Plagwitz. Foto: Andreas Schmidt | Vineta Störmthaler See Leipziger Neuseenland. Foto: Philipp Kirschner | Neues Messegelände Leipzig. Foto: Philipp Kirschner | Leipziger-Baumwollspinnerei. Foto: Philipp Kirschner, Leipzig-Travel | Ausstellung Baumwollspinnerei. Foto: Andreas Schmidt, LTM Leipzig Tourismus und Marketing GmbH
- S44 Völkerschlachtdenkmal Leipzig. Foto: Giulio Gröbert | Gondwanaland. Foto: ReadyForBoarding.pl
- S46-47 Prozess-Fotos: André Wirsig | Kammweg Erzgebirge Vogtland. Foto: Tourismusverband Erzgebirge e.V., René Gaens | Marienberg. Foto: Stadt Marienberg 360grad-team | Thermalbad Wiesenbad. Foto: TMGS Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH | Burg Scharfenstein. Foto: Tourismusverband Erzgebirge e.V. Uwe Meinhold | Kurort Altenberg. Foto: Holger Stein Fotografie | Miriquidi Gipfel Fichtelberg. Foto: Tourismusverband Erzgebirge e.V., Dennis Stratmann
- S48-49 Handwerk Drechseln. Foto: Tourismusverband Erzgebirge e.V., Stephani, BUR Werbeagentur GmbH | Traditionelle Mettenschicht untertage. Foto: Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH, Daniel James Clarke | Papiermühle Niederzönitz. Foto: Stadt Zönitz | Räucherkerzenherstellung. Foto: Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH, Daniel James Clarke | Bergbau Mundloch Markus Roehling Stolln Frohnau Annaberg-Buchholz. Foto: Tourismusverband Erzgebirge e.V., Jens Kugler | Silberbergwerk Freiberg „Alte Zeche“. Foto: Ralf Menzel
- S50 Skigebiet Fichtelberg. Foto: Tourismusverband Erzgebirge e.V., Ronny Küttner | Gesundheitsbad ACTINON, Bad Schlema. Foto: F. Höhler | Schneeberg Panoramaweg. Foto: Tourismusverband Erzgebirge e.V., Uwe Meinhold | „Frohnauer Hammer“ Annaberg-Buchholz. Foto: Tourismusverband Erzgebirge e.V., Dennis Stratmann
- S52-53 Prozess-Fotos: André Wirsig | Schloss Wesenstein. Foto: Tourismusverband Sächsische Schweiz e.V., Sylvio Dittrich | Elbrad Weg Kurort Rathen. Foto: Tourismusverband Sächsische Schweiz e.V., Sylvio Dittrich | Kirnitzschtalbahn. Foto: Marko Förster | Bad Schandau. Foto: Tourismusverband Sächsische Schweiz e.V., Sebastian Thiel | Wehlnadel. Foto: Tourismusverband Sächsische Schweiz e.V., Frank Richter | Basteiaussicht. Foto: Tourismusverband Sächsische Schweiz e.V., Philipp Zieger | Malerweg Wanderweg. Foto: Tourismusverband Sächsische Schweiz e.V., Anne Sellner | Pirna Markt Altstadt. Foto: Tourismusverband Sächsische Schweiz e.V., Achim Meurer
- S54 Malerweg Elbsandsteingebirge. Foto: Tourismusverband Sächsische Schweiz e.V., Philipp Zieger | Caspar-David Friedrich Stele. Foto: Tourismusverband Sächsische Schweiz e.V., Marko Förster | Bastei. Foto: Tourismusverband Sächsische Schweiz e.V., Rico Richter
- S58 Fotos: André Wirsig
- S60 Fotos: André Wirsig

# Impressum

**Herausgeber:**

Sächsisches Staatsministerium für Wissenschaft, Kultur und Tourismus  
Wigardstraße 17, 01097 Dresden  
E-Mail: [redaktion.kt@smwk.sachsen.de](mailto:redaktion.kt@smwk.sachsen.de)  
Internet: [www.smwk.sachsen.de](http://www.smwk.sachsen.de)

**Redaktion:**

Sächsisches Staatsministerium für Wissenschaft, Kultur und Tourismus  
Referat 51 – Tourismuspolitik, Destinationsentwicklung, Kulturtouristische Vernetzung

**Redaktionsschluss:**

Dezember 2023

**Gestaltung und Satz:**

Uli Mayer-Johanssen GmbH

**Druck:**

Königsdruck Printmedien und digitale Dienste GmbH

**Auflage:**

200 Exemplare

**Hinweis zur Sprache:**

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wurde in diesem Text auf die gleichzeitige Verwendung weiblicher und männlicher Sprachformen verzichtet und das generische Maskulinum verwendet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für beide Geschlechter.

**Bezug:**

Diese Druckschrift kann kostenfrei bezogen werden bei:  
Zentraler Broschürenversand der Sächsischen Staatsregierung  
Hammerweg 30, 01127 Dresden  
Telefon: +49 351 210367172  
Telefax: +49 351 2103681  
E-Mail: [publikationen@sachsen.de](mailto:publikationen@sachsen.de)  
[www.publikationen.sachsen.de](http://www.publikationen.sachsen.de)

**Verteilerhinweis**

Diese Informationsschrift wird von der Sächsischen Staatsregierung im Rahmen ihrer verfassungsgemäßen Verpflichtung zur Information der Öffentlichkeit herausgegeben. Sie darf weder von Parteien noch von deren Kandidaten oder Helfern zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt für alle Wahlen.

Missbräuchlich ist insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken oder Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist auch die Weitergabe an Dritte zur Verwendung bei der Wahlwerbung.

Auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl darf die vorliegende Druckschrift nicht so verwendet werden, dass sie als Parteinahme des Herausgebers zu Gunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte.

Diese Beschränkungen gelten unabhängig vom Vertriebsweg, also unabhängig davon, auf welchem Wege und in welcher Anzahl diese Informationsschrift dem Empfänger zugegangen ist. Erlaubt ist es Parteien, diese Informationsschrift zur Unterrichtung ihrer Mitglieder zu verwenden.

**Copyright**

Diese Veröffentlichung ist urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte, auch die des Nachdruckes von Auszügen und der fotomechanischen Wiedergabe, sind dem Herausgeber vorbehalten.

Diese Broschüre wird mitfinanziert mit Steuermitteln auf Grundlage des vom Sächsischen Landtag beschlossenen Haushaltes.



**Weltoffen, wirtschaftsstark und bereichernd** – Das Reise-  
land Sachsen ist attraktiv für Gäste aus aller Welt und stärkt  
die Wahrnehmung Sachsens mit seinen Regionen. Der Touris-  
mus ist ein wichtiger Wirtschaftsfaktor für den Freistaat,  
schafft und sichert Arbeitsplätze und verbessert die Lebens-  
und Wohnortqualität der hier lebenden Menschen. **Gast-**  
**freundlich und kompetent** – Die Beschäftigten im säch-  
sischen Tourismus sind fachkompetent und servicestark.  
Sie leben Gastfreundschaft und arbeiten jeden Tag daran,  
dass sich die Gäste in Sachsen wohl fühlen. Die touristi-  
schen Fachkräfte werden gut ausgebildet, angemessen  
entlohnt und finden attraktive Arbeitsbedingungen vor.  
**Generations übergreifend, resilient, kooperativ, nach-**  
**haltig und barrierefrei** – Sachsens Potenziale aus seiner  
geografischen Lage in der Mitte Europas, seinem kulturellen  
Erbe, seinen Naturschätzen und Innovationen werden optimal  
für den Tourismus genutzt. Das touristische Angebot spricht  
alle Generationen an und verbindet Internationalität und  
sächsische Verwurzelung. Der Tourismus arbeitet zunehmend  
barrierefrei und nachhaltig. Wo immer möglich, kooperie-  
ren Branche, Partner und Verwaltung, um gemeinsam neue  
Potenziale zu erschließen. **Gemeinsam, integrativ und vor-**  
**ausschauend** – Der Masterplan Tourismus ist eine touris-  
muspolitische Strategie für die am Tourismus Beteiligten in  
Sachsen. Er betrachtet alle relevanten Handlungsfelder und  
hat dabei die Herausforderungen der Branche wie Digitali-  
sierung, Fachkräftebedarf, klimatische Veränderungen und  
demografischen Wandel vorausdenkend im Blick. Der Master-  
plan ist eine gemeinsame Verabredung für die Querschnitts-  
aufgabe Tourismus zwischen der Branche, der Verwaltung und  
der Politik und baut darauf, dass die Beteiligten abgestimmt  
und mit klarer gemeinsamer Zielstellung zusammenarbeiten