



Europäische Union. Europäischer
Fonds für regionale Entwicklung.
Evropská unie. Evropský fond pro
regionální rozvoj.

NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE FÜR DIE DESTINATION SÄCHSISCHE SCHWEIZ

Endbericht



Fotos: derGrafiker.de - Fotolia

BTE
Tourismus- und Regionalberatung
www.bte-tourismus.de

in Zusammenarbeit mit TourCert
www.tourcert.org

Berlin, Juli 2017

NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE FÜR DIE DESTINATION SÄCHSISCHE SCHWEIZ

Endbericht

Tourismusverband Sächsische Schweiz e.V.

Bahnhofstr. 21
01796 Pirna

B T E
Tourismus- und Regionalberatung

Kreuzbergstr. 30
D-10965 Berlin

Tel. +49 (0)30 327 931 0
Fax +49 (0)30 327 931 20
berlin@bte-tourismus.de

www.bte-tourismus.de

Berlin, Juli 2017

Die Nachhaltigkeitsstrategie entstand im Rahmen des grenzüberschreitenden Projektes „Tourismus mit Weitblick – Turistika s výhledem“, in dem Tourismusverband Sächsische Schweiz, Gemeinnützige Gesellschaft Böhmischa Schweiz (České Švýcarsko o.p.s.) und die Destinationsagentur Böhmisches Mittelgebirge (Destinační agentura České středohoří) eng zusammenarbeiten. Das Projekt wird mit Mitteln aus dem Europäischen Fonds für Regionale Entwicklung (EFRE) der Europäischen Union gefördert.

Inhalt

1 Einführung.....	3
1.1 Projekthintergrund und Aufgabenstellung.....	3
1.2 Methodische Vorgehensweise	4
2 Ausgangssituation	6
2.1 Management	7
2.2 Ökonomie	13
2.3 Ökologie	17
2.4 Soziokultur.....	21
3 Zusammenfassende Bewertung.....	24
3.1 Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken.....	24
4 Strategieentwicklung	29
4.1 Entwicklungsrichtung.....	29
5 Handlungsempfehlungen und Messindikatoren	32
5.1 Rahmenbedingungen für eine nachhaltige Entwicklung des Tourismus schaffen.....	34
5.2 Nachhaltige Angebote entwickeln und vermarkten.....	42
5.3 Nachhaltigkeit bei Tourismusakteuren	56
5.4 Nachhaltigkeit im Tourismusverband	62
5.5 Zusammenarbeit zwischen deutschen und tschechischen Akteuren.....	69
6 Schlüsselmaßnahmen.....	75
7 Ableitung der Ergebnisse für die Marketingstrategie und das USP	76
7.1 Anpassung des USP.....	76
7.2 Einbindung dieser Strategie in bestehende Konzeptpapiere	77
Literaturverzeichnis	80

3 Zusammenfassende Bewertung

3.1 Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken

Die nachfolgende Tabelle fasst die Stärken/Chancen und Schwächen/Risiken für eine nachhaltige Entwicklung der Destination Sächsische Schweiz zusammen, die auf Basis der Eigenerehebungen und Auswertung der Strategiepapiere sowie Interviews mit dem Tourismusverband erarbeitet wurden. Die Ergebnisse der Bestandsaufnahme wurden zudem durch das Wissen und die Einschätzungen ausgewählter Schlüsselakteure im Rahmen des Leistungsträger-Workshops ergänzt.

Abb. 2 Stärken/Chancen/Schwächen/Risiken-Profil für eine nachhaltige Entwicklung der Tourismusdestination Sächsische Schweiz

Stärken/Chancen	Schwächen/Risiken
	Management
<ul style="list-style-type: none"> ■ Tourismusstrategie mit Bezug zur Nachhaltigkeit: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Nachhaltigkeit als Querschnitt der Marktsegmente im Tourismusleitbild 2025 ▪ Qualitätsstrategie als ergänzender und unterstützender Faktor ▪ Eine im Verein verankerte Nachhaltigkeitsmanagerin ▪ Chancen und Risiken des Tourismus sind bekannt und bewertet ▪ Wahrung einer hohen Flexibilität durch jährliche Fortschreibung der Destinationsstrategie ▪ Konsistenz der Strategie durch grundlegende Aktualisierungen alle 10 Jahre ▪ Nationalpark als touristisches Zugpferd (ca. 8 Mio. Tagesbesucher) ▪ Nachhaltige Entwicklung gilt als Ziel des Schutzgebietes ▪ Gewisse Infrastrukturelemente und Aspekte der Besucherlenkung sind bereits vorhanden ▪ Sehr gute und regelmäßige Kooperation mit dem Nationalpark ■ 2 Qualitätswege als überregionale und prämierte Leuchttürme: Malerweg und Elberadweg ■ Touristisches Portfolio gliedert sich in Tourismusstrategie des Freistaat Sachsen ein: Kultur-, Aktiv-, Gesundheits- und Wellnesstourismus ■ Sächsische Schweiz wird bereits als „Naturerlebnisziel“ wahrgenommen; damit einher geht ein implizites Nachhaltigkeitsempfinden ■ Sächsische Schweiz erfüllt die vom Land geforderten 8 Kriterien für eine wettbewerbsfähige Destination ■ Langjährig verankerte Zusammenarbeit mit tschechischen Tourismusverantwortlichen ■ TVSSW als starke DMO: 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Außenkommunikation: Nachhaltigkeit nicht explizit in den Werbematerialien auf der Webseite kommuniziert, auch implizite Darstellung ist verbessерungsfähig (außer Verbindung mit Nationalpark) ■ Fehlende Implementierung der Nachhaltigkeit durch die DMO: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Keine „systematische“ Herangehensweise ▪ Ausbaufähiger Dialog mit Stakeholdern zum Thema und Motivation der touristischen Leistungsträger zur nachhaltigen Ausrichtung ▪ Keine Reduktionsziele beim Ressourcenverbrauch ▪ Keine aktive Förderung eines umweltfreundlichen Verhaltens der Mitarbeiter, Kunden und Leistungsträger ▪ Keine klare nachhaltige Beschaffung bzw. keine Berücksichtigung von Nachhaltigkeitskriterien bei Ausschreibungen ■ Nicht existierendes Nachhaltigkeitsgremium zur „Institutionalisierung“ des Themas auf allen Destinationsebenen ■ Erlebbarkeit des Themas Nachhaltigkeit ist ausbaufähig ■ Stellenwert des Nachhaltigkeitsthemas äußert sich nicht in der Darstellung von nachhaltigen/umwelt-/sozialverträglichen Angeboten/Produktbausteinen ■ Kleinteilig organisierte Leistungsträgerstruktur, sehr viele Privatvermieter im Nebenerwerb (Privatzimmer & Ferienwohnungen: ca. 30% aller Übernachtungsgäste) ■ Leistungsträger sind noch nicht vollends sensibilisiert, das Thema Nachhaltigkeit aufzunehmen und zu implementieren (fehlende Anreize, Überforderung) ■ Wanderwegenetz: Nachholbedarf bei Beschilderung und Wegeführung; entsprechen nicht den Qualitätskriterien des Deutschen Wanderver-

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Knapp 400 Mitglieder ▪ 18 von 20 touristisch relevanten Kommunen sind ordentliche Mitglieder ▪ Politische Legitimation und Ansehen regional und überregional ▪ Transparente Verbandsarbeit und regelmäßige Befragungen gewährleisten die Qualität der Dienstleistungen ▪ Finanzierung: 30% Mitgliedsbeiträge, 20% Fördermittel und 50% durch eigene wirtschaftliche Tätigkeit ▪ DMO ist die Schnittstelle zu regionalen Entwicklungsprozessen und hat eine solide Finanzplanung ▪ <i>Tourismus Profis</i> als Plattform für den Austausch zwischen einzelnen Akteuren und Basis für Netzwerkarbeit ▪ Modellregion für barrierefreien Tourismus, Gründungsmitglied der nationalen AG <i>Barrierefreie Reiseziele</i> und Herausgeber der Broschüre <i>Sächsisch-Böhmischa Schweiz barrierefrei erleben</i> (zweisprachig) ▪ Netzwerk <i>Nationalpark-Partner</i> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 42 Betriebe aus Beherbergung, Gastronomie, Transport, Tourist-Info und Freizeit & Kultur ▪ <i>i-Marken</i> Netzwerk <ul style="list-style-type: none"> ▪ 3 <i>i-Marke</i> Tourist-Infos und damit einhergehende Qualitätsabsicherung sowie professionelle Kundenberatung ▪ Ausbildung der Mitarbeiter der TIs zu Qualitäts-Coaches ▪ Aufbau weiterer <i>i-Marke</i> TIs in Planung ▪ Interaktive Infoterminals an 20 Standorten unterstützen die Mitarbeiter der TIs in ihrer Tätigkeit (Beratung und Verkauf) ▪ 33 Tourismusunternehmen sind nach <i>ServiceQualität Deutschland</i> zertifiziert (TVSSW selbst <i>ServiceQ</i> Stufe II) ▪ DMO beteiligt sich an Qualitätswettbewerb <i>Gästeliebling Sachsen</i> durch Bereitstellung von Preisen und Kommunikation ▪ Projekt der grenzüberschreitenden Destination Sächsisch-Böhmischa Schweiz mit dem Motto „Exzellente Tourismusregion“ ▪ Teilnahme am <i>Bundeswettbewerb 2016/17 Nachhaltige Tourismusdestinationen</i> in Deutschland | <ul style="list-style-type: none"> bandes (It. Destinationsstrategie 2017) ▪ Nachholbedarf bei Etablierung eines marktfähigen Radwegenetzes: es fehlen ein Wegenetz, das größere Teile der Region verbindet, und eine qualitativ hochwertige Beschilderung abseits des Elberadweges sowie der Mittelland- und Nationalparkroute |
|---|---|

Ökonomie

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kenntnis über die ökonomischen Effekte des Tourismus für die Region ▪ Bereits vorhandene Initiativen zur Stärkung regionaler Wirtschaftskreisläufe <ul style="list-style-type: none"> ▪ Einführung einer Souvenirreihe (teilweise aus regionalen Produkten) in den TIs ▪ Erarbeitung von kulinarischen Routen (Verknüpfung mit Wander- und Radtouren, regionalen Produzenten, Hofläden, Gaststätten mit Regionalsiegel) ▪ Winterbroschüre verknüpft Winterwandlungsvorschläge mit Gastronomiebetrieben ▪ Gemeinsamer Messeauftritt (TVSSW, Leistungsträger, regionale Produzenten) zur | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Stark ausgeprägte Saisonalität: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Hochsaison von April bis Oktober ▪ Saisongebundene Beschäftigung ▪ Hohe Umweltbelastung und Einschränkungen für Anwohner/innen in der Hochsaison ▪ Anteil ausländischer Gäste am Gesamtvolumen noch sehr niedrig (< 5%) ▪ Regionale Produkte werden nicht ausreichend touristisch vermarktet und von Leistungsträgern bezogen ▪ Austausch mit dem DEHOGA ist optimierungsbedürftig <ul style="list-style-type: none"> ▪ Nicht ausreichende gemeinsame Bearbeitung von Zukunftsthemen des Gastgewer- |
|--|--|

<p><i>Grünen Woche</i> 2016 in Berlin</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Regionale Produkte als B2B-Geschenke ▪ <i>Kulinarische Wochen</i> (Herbst) und <i>Genie-Berfrühling</i> mit regionalen Produkten im Fokus ▪ Jährlich durchgeführte Tourismusbörse, seit 2 Jahren Einbindung regionaler Produzenten (Produktvorstellungen) ▪ <i>Tourismus Profis Sächsische Schweiz</i>: jährliche Ausflüge zu regionalen Produzenten ▪ Regionalmarke <i>Gutes von hier</i> mit Herkunftsangabe, Qualitäts- und Nachhaltigkeitskriterien vorhanden ▪ Bestehende Zielsetzung eines qualitativen Wachstums <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ziel der Erhöhung der Aufenthaltsdauer und der Bettenauslastung ▪ Steigerung des Image und des Bekanntheitsgrads ▪ Steigende ausländische Nachfrage: <ul style="list-style-type: none"> ▪ 2012 - 2015 Steigerung der Ankünfte: 21.102 (+8,2%) und ▪ Übernachtungen: 57.326 (+7,5%) ▪ Positionierung von Nachhaltigkeit auch als ausländisches Thema 	<p>bes</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Einkaufsmöglichkeiten und Nachtleben werden als eher schlecht eingestuft (lt. Qualitätsmonitor) ▪ Nicht ausreichende adäquate Übernachtungsmöglichkeiten, vor allem für Familien
Ökologie	

<p>Halt</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Fahrtziel Natur</i>-Gebiet ▪ Gute grenzübergreifende Koordination ▪ S-Bahn-Anbindung an Dresden ▪ E-Bike-Netzwerk <p>■ Information über nachhaltige Mobilität:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Regelmäßige Information der Leistungsträger über diese Angebote (bspw. auf jährlichen <i>Tourismus Profi</i>-Veranstaltungen) zur Weitergabe an deren Gäste ▪ Verteilung der Broschüre <i>Touristische Fahrpläne</i> (Hrsg. Nationalparkverwaltung) ▪ Lückenlose Verbindung für Gäste von zu Hause bis zur Unterkunft (ÖPNV und Abholservice vom Gastgeber) <p>■ Zusammenarbeit mit lokalen/regionalen Verkehrsverbünden und Verkehrsträgern, Landes- und Kommunalpolitik sowie touristischen Leistungsträgern zur Verbesserung der Mobilitätsleistung und Überprüfung der Verzahnung des Alltagsverkehrs mit dem Freizeitverkehr:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Anpassung der Linienführung und Taktzeiten ▪ Abstimmung der Kapazitätsgrößen und Transportmittelausstattung auf touristische Bedürfnisse <p>■ Beteiligung an Erstellung/Aktualisierung von Mobilitätskonzepten:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Wanderbuslinien ▪ Nationalparkbahn Sächsische Schweiz ▪ Verbesserung des Wegeleitsystems an Bahnhöfen <p>■ Gästeinformation über umweltfreundliche An- und Abreise sowie Mobilität vor Ort: gleichwertige Darstellung von Bus und Bahn auf Karten und in Broschüren sowie Nutzung von Kommunikationsmedien, wie Apps und Internetnavigation (<i>Elbsandsteingebirge-App</i>, Online-Tourenplaner)</p> <p>■ Auf die richtigen Verhaltensweisen im Nationalpark wird in den Printmedien als auch den Onlinemedien hingewiesen</p> <p>■ DMO verwendet umweltgerechtes Recyclingpapier für Visitenkarten, Gästeinformappen, Schreibblöcke und Einführung von Schreibstiften aus Natur- und Recyclingmaterial</p> <p>■ Kostenlose Nutzung des Stadtbusse und der Fähre in Bad Schandau mit der Gästekarte (Start 2017)</p>	<p>Soziokultur</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Darstellung der Besonderheiten der immateriellen Kulturgüter für Gäste ■ Verein Landschaf(f)t Zukunft e.V.: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Förderung und Erhalt der natürlichen Lebensgrundlagen ▪ Bewahrung und Entwicklung der kulturellen Identität ▪ Weiterentwicklung und Zukunftssicherung der Region ▪ DMO ist Vorstandsmitglied ■ Sehr hohe Dichte an Freizeitan geboten: 4 Erlebnisbäder, Felsenbühne in Rathen (Verschmelzen von Natur und Kultur), Festival <ul style="list-style-type: none"> ■ Nicht ausreichende Thematisierung der Beschäftigungsproblematik ■ Fehlende Kenntnis über die Tourismusakzeptanz bei der lokalen Bevölkerung ■ Fehlende Unterstützung des lokalen ehrenamtlichen und bürgerlichen Engagements ■ Fehlende Abstimmung bei Projekten zum Erhalt traditioneller Kulturlandschaften bzw. kulturhistorischer Ortsbilder ■ Gastgewerbe kein attraktives Arbeitsfeld für junge Menschen (schlechtes Image: Bezahlung, Saisonarbeit) ■ Fremdenfeindlichkeit der Bevölkerung über-
--	--

Sandstein und Musik, Stadtsanierung Pirna mit historischem Altstadtflair, zahlreiche Burgen, Schlösser und Gärten

- 2.253 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte im Gastgewerbe der Sächsischen Schweiz, das macht einen Anteil von 6% aus; der Bruttoumsatz entspricht 6.980 Beschäftigungsäquivalenten (Quelle: Masterarbeit vom Herbst 2014 in Destinationsstrategie 2017)
- Maßnahmen einer offenen und familienfreundlichen Unternehmenskultur mit Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten innerhalb der DMO
- Häufung ausländischer Zielgebiete mit Konfliktpotential macht Urlaub in Deutschland attraktiver
- Allgemeine Trends:
 - Sozial und ökologisch verträglicher Tourismus
 - Rad- und Wanderurlaub³
 - Sharing Economy (Auto und e-Bike)

trägt sich auf das Image der Destination

- Einstellung einiger Leistungsträger zum Thema Nachhaltigkeit
- Demografischer Wandel und Abwanderung:
 - Übernahmeproblematik
 - Fehlender Nachwuchs
 - Fachkräftemangel

³ vgl. BTE (2016): Naturtourismusstudie

4 Strategieentwicklung

Die Nachhaltigkeitsstrategie ergänzt die bereits existierenden touristischen Konzeptpapiere und Strategiefelder der Sächsischen Schweiz und gibt zusätzliche Impulse für eine zukunftsorientierte Tourismusplanung. In den Überlegungen werden folgende Fragen beantwortet:

- **Entwicklungsrichtung:** Welche Kernbotschaft soll mit der nachhaltigen Orientierung der Tourismusdestination transportiert werden? Mit welchen Leitlinien lässt sich diese Kernbotschaft untermauern?
- **Handlungsfelder:** In welchen Bereichen besteht Handlungsbedarf? Wie können Erfolge in der Bearbeitung dieser Handlungsfelder gemessen werden?
- **Maßnahmenplanung:** Anhand welcher Maßnahmen sollen die Zielsetzungen erreicht werden?

4.1 Entwicklungsrichtung

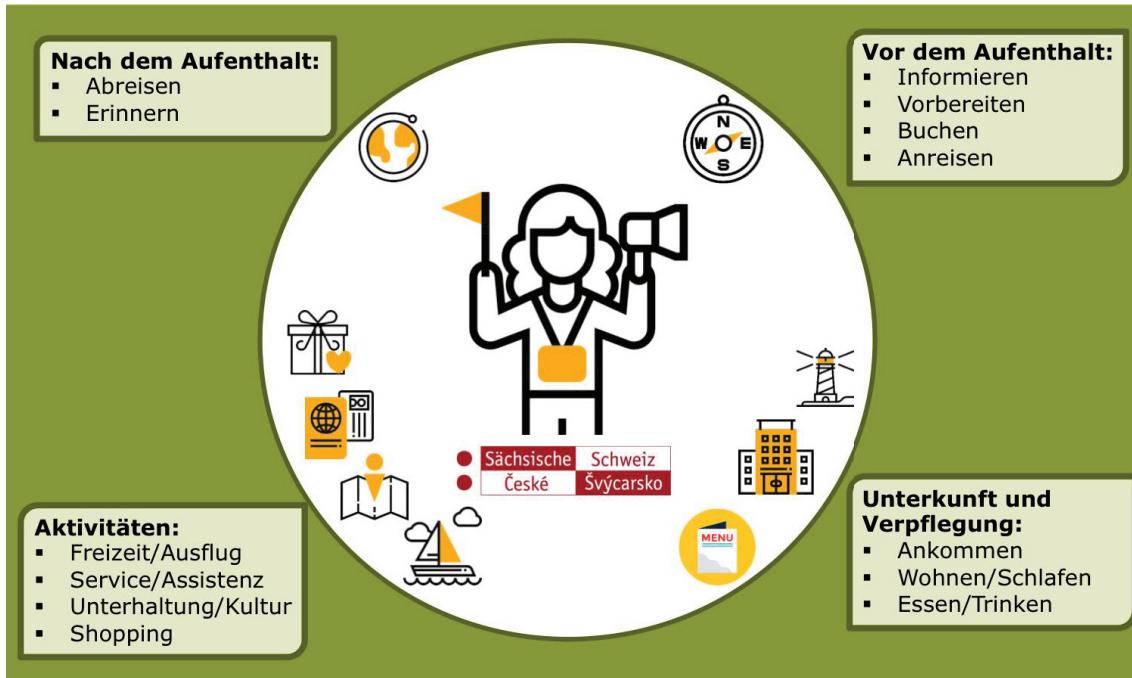
Gemeinsam mit etwa 50 Akteuren der Region wurden in einem Workshop Leitlinien für die nachhaltige Ausrichtung des Tourismus in der Sächsischen Schweiz erarbeitet. Diese touristischen Leitlinien sind der Handlungsrahmen für alle weiteren Strategien und Maßnahmen. Sie sollen das Handeln der öffentlichen und privaten touristischen Akteure im Bereich der Nachhaltigkeit in den kommenden Jahren prägen.

Folgende Kernbotschaft dient als zukünftiger Handlungsleitrahmen für die nachhaltige Ausrichtung des Tourismus in der Sächsischen Schweiz:

**„Die Tourismusdestination Sächsische Schweiz ist eine Qualitätsregion,
in der nachhaltige(re) Reiseerlebnisse für Gäste
entlang der gesamten touristischen Servicekette selbstverständlich sind.“**

Mit dieser Botschaft soll klar gemacht werden, dass möglichst alle touristischen Leistungen von Grund auf nach umwelt- und sozialverträglichen Gesichtspunkten ausgestaltet sein sollten. Dem Gast soll grundsätzlich als „Standard-Produkt“ ein nachhaltiges Produkt angeboten werden, ohne dass er danach gesondert suchen muss. Dabei sollen alle Bereiche der touristischen Dienstleistungskette (Customer Journey) abgedeckt und somit der Ansatz eines ganzheitlichen Tourismus verfolgt werden (vgl. Tourismusleitbild 2025, S. 27f.).

Abb. 3 Customer Journey im Tourismus



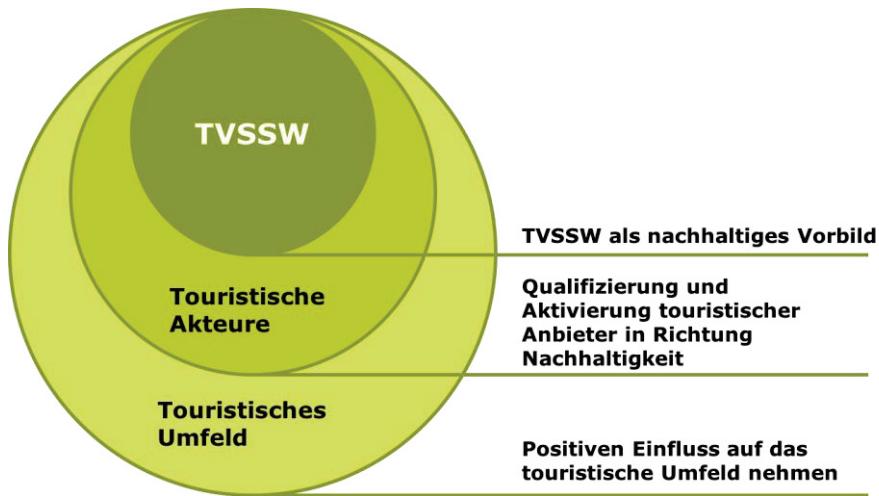
© BTE 2017

Als ein „nachhaltige(re)s“ Reiseerlebnis wird verstanden, dass:

- es sich um ein Produkt/eine Leistung handelt, mit dem der Gast direkt (bspw. Übernachtung, Verpflegung, Transport) oder indirekt (bspw. gut bezahlte und qualifizierte Angestellte) in Berührung kommt,
- die touristischen Leistungen nachweisbar⁴ nach umweltfreundlichen bzw. sozialverträglichen Gesichtspunkten ausgestaltet sind,
- die Betriebe, die bei der Erstellung der Produkte/Leistungen beteiligt sind, auch nach Grundsätzen der Nachhaltigkeit agieren.

Das touristische Leistungsversprechen „Nachhaltigkeit“ lässt sich nur erfüllen, wenn die einzelnen Bausteine miteinander abgestimmt und ineinander stimmig sind. Hierfür muss zunächst geklärt sein, welche Einflussbereiche beim Tourismusverband als Tourismusverantwortlicher vorhanden sind und wie Einfluss in verschiedenen Akteursebenen ausgeübt werden kann. Für den TVSSW ergeben sich drei Bereiche, in denen konkret Einfluss genommen werden kann:

⁴ nachweisbar werden die Leistungen durch gemachte Eigenangaben bzw. eine externe Prüfung anhand eines Labels bzw. eines Zertifikats

Abb. 4 Akteursebenen für einen nachhaltigen Tourismus in der Sächsischen Schweiz

© BTE 2017

Aus den Akteursebenen ergeben sich folgende **Leitlinien**, die als Grundlage für alle nachfolgenden Überlegungen dienen:

Wir wollen ...

- ... den Tourismusverband Sächsische Schweiz als Vorbild für ein nachhaltiges betriebliches Handeln etablieren,
- ... touristische Anbieter in der Sächsischen Schweiz in Richtung Nachhaltigkeit qualifizieren und aktivieren,
- ... einen positiven Einfluss auf das touristische Umfeld im Hinblick auf eine nachhaltige Ausrichtung der Destination ausüben.

5 Handlungsempfehlungen und Messindikatoren

Ein zielgerichtetes Agieren braucht klare und relevante Handlungsfelder zur Konkretisierung der formulierten Leitlinien sowie Bündelung des primären Handlungsbedarfs. Für die Weiterentwicklung des nachhaltigen Tourismus in der Sächsischen Schweiz ergeben sich als Schlussfolgerung aus der Analyse und den verfolgten Leitlinien folgende Handlungsfelder:

- **Rahmenbedingungen für eine nachhaltige Entwicklung**
- **Nachhaltige Angebote und Vermarktung**
- **Nachhaltigkeit bei Tourismusakteuren**
- **TVSSW und Nachhaltigkeit**
- **Zusammenarbeit zwischen deutschen und tschechischen Akteuren**

Neben den fünf Handlungsfeldern bleibt das Thema Qualität Querschnittsthema aller Handlungsfelder, da es in der strategischen Gesamtperspektive nicht gesondert betrachtet werden kann. Denn: Nur ein qualitativ hochwertiger Tourismus kann auch ein nachhaltiger Tourismus sein.

Abb. 5 Handlungsfelder für einen nachhaltigen Tourismus in der Sächsischen Schweiz



© BTE 2017, Fotos: derGrafiker.de - Fotolia; lichtkunst.73 – pixelio, Gabi Stein – pixelio, TVSSW, Stefanie Hofschlaeger – pixelio

Die einzelnen Handlungsfelder werden mit konkreteren Zielen hinterlegt, damit sie eine stärkere Aussagekraft erhalten. Daraus ergeben sich die wichtigsten Handlungsbedarfe und Maßnahmenfelder.

Abb. 6 Zielsystem für die nachhaltige Ausrichtung des Tourismus in der Sächsischen Schweiz

1. Rahmenbedingungen für eine nachhaltige Entwicklung des Tourismus schaffen

- a. Schaffung eines gemeinsamen Verständnisses von Nachhaltigkeit im Tourismus
- b. Aufbau von Strukturen zur Durchdringung der Nachhaltigkeitsausrichtung auf allen touristischen und politischen Ebenen der Region
- c. Sicherstellung der landesweiten Unterstützung der Nachhaltigkeitsaktivitäten
- d. Schaffung von Tourismusakzeptanz und -verständnis bei den Einwohnern

2. Nachhaltige Angebote entwickeln und vermarkten

- a. Sicherung und Weiterentwicklung nachhaltiger Mobilitätsleistungen für Gäste
- b. Schaffung von Qualitätsrahmen/-kriterien für nachhaltige Angebote und Leistungen und Bündelung bereits bestehender Initiativen und Programme
- c. Erlebbarmachung, Darstellung und Kommunikation von nachhaltigen und regionalen Angeboten & Leistungen nach außen
- d. Bearbeitung der Saisonverlängerung und Entzerrung von Besucherströmen

3. Nachhaltigkeit bei touristischen Akteuren umsetzen

- a. Sensibilisierung zur Umsetzung von Nachhaltigkeitsmaßnahmen in den Betrieben
- b. Intensivierung der Vernetzung der touristischen Akteure sowie mit touristischen Partnern im Umfeld
- c. Sicherung der Qualität von Beschäftigung im Tourismus und Schaffung von optimalen Rahmenbedingungen für Investitionen bei Tourismusakteuren

4. Den Tourismusverband als touristisches Vorbild in Bezug auf Nachhaltigkeit etablieren

- a. Aufbau von betriebsinternen Strukturen zur konsequenten Bearbeitung des Nachhaltigkeitsthemas
- b. Etablierung eines betrieblichen Nachhaltigkeitsmanagements im TVSSW
- c. Aufbau des Tourismusverbandes als kompetenten Berater für Nachhaltigkeitsthemen im Tourismus

5. Die touristische Zusammenarbeit zwischen tschechischer und deutscher Seite erfolgreich gestalten

- a. Verstärkung des Austauschs der Akteure auf allen touristischen Ebenen
- b. Vermarktung von gemeinsamen nachhaltigen Angebotspaketen als Sächsisch-Böhmischa Schweiz
- c. Weiterführung und Erweiterung von Pilotprojekten zur gemeinsamen Zusammenarbeit

6 Schlüsselmaßnahmen

Im Folgenden werden Schlüsselmaßnahmen empfohlen, die von herausragender Bedeutung für den nachhaltigen Tourismus in der Sächsischen Schweiz sind. Nach Gutachtereinschätzung werden von den genannten Maßnahmen viele weitere Projekte profitieren. Insgesamt konnten 20 Schlüsselmaßnahmen identifiziert werden.

Abb. 12 Übersicht Schlüsselmaßnahmen

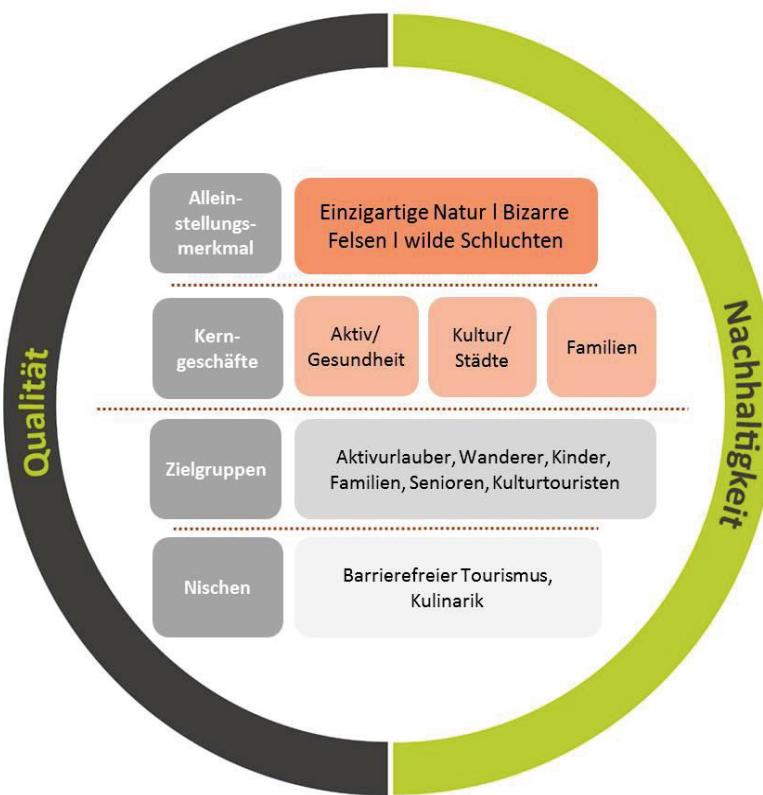
Nr.	Maßnahme
Rahmenbedingungen für eine nachhaltige Entwicklung des Tourismus schaffen	
R1	Eine verständliche Definition von Nachhaltigkeit für die Region erarbeiten
R5	Das Nachhaltigkeitsthema durch die Bildung eines destinationsweiten Gremiums etablieren
R10	Bedenken und Wünsche der Bevölkerung hinsichtlich der Tourismusentwicklung ermitteln
Nachhaltige Angebote entwickeln und vermarkten	
A2	Vernetzte Mobilitätsangebote für Gäste schaffen und innovativ aufarbeiten
A3	Bahnhöfe entlang der Nationalparkbahn als Rad- und Wanderbahnhöfe ausbauen
A5	Die Gästekarte Sächsische Schweiz weiter auf regionale Ebene ausweiten und Mobilitätsangebote integrieren
A7	Einen gemeinsamen Qualitätsrahmen durch konkrete Nachhaltigkeitsaspekte für nachhaltige touristische Leistungen festlegen
A10	Nachhaltigkeitsaspekte im Angebot kennzeichnen
A13	Klima- und umweltfreundliche Naturerlebnisangebote weiter touristisch aufarbeiten
A16	Angebote der Nebensaison als eigenes Marketingthema bearbeiten
Nachhaltigkeit bei Tourismusakteuren	
TA1	Anreize und Vorteile für Betriebe von Seiten des TVSSW bieten
TA5	Austauschformat für Leistungsträger etablieren
TA8	Abstimmung zu möglichen Maßnahmen bzgl. der Beschäftigungsthematik
TA11	Unterstützungskampagne für Betriebe etablieren
Nachhaltigkeit im Tourismusverband	
TV2	Mitarbeitende des TVSSW mitnehmen und für das Thema sensibilisieren
TV9	Qualifizierungsmaßnahmen ins Format der <i>Tourismus Profis</i> aufnehmen
Zusammenarbeit zwischen deutschen und tschechischen Akteuren	
CZ1	Grenzüberschreitenden Erfahrungsaustausch zwischen Tourismusbetrieben schaffen
CZ5	Einbindung von tschechischen Tourismusakteuren bei der Zusammenstellung nachhaltiger Leistungen
CZ8	Bereits umgesetzte Projekte evaluieren bzw. Umsetzungsstand ermitteln
CZ9	Grenzüberschreitendes Projekt der Nationalparkbahn ausbauen und intensivieren

7 Ableitung der Ergebnisse für die Marketingstrategie und das USP

7.1 Anpassung des USP

Eine nachhaltige Ausrichtung der Tourismusregion Sächsische Schweiz muss sich in der umfassenden Strategie und den damit verbundenen Kengeschäften, Zielgruppen und touristischen Marktsegmenten widerspiegeln. Im aktuellen Tourismusleitbild 2025 wurde hierfür neben Qualität auch Nachhaltigkeit als Querschnittsaufgabe ergänzt. Um den Basisanspruch dieser beiden Bereiche noch präsenter hervorzuheben, wird eine Anpassung des Schaubilds für das Tourismusleitbild empfohlen. So sollen die Aspekte Qualität und Nachhaltigkeit als grundsätzliche Rahmen für alle touristischen Aktivitäten verstanden werden, die letztlich sämtliche Segmente, Kengeschäfte und auch das Alleinstellungsmerkmal prägen.

Abb. 13 Vorschlag angepasstes USP der Tourismusregion Sächsische Schweiz



© BTE 2017

Mit diesem neuen Verständnis sollen Qualitäts- und Nachhaltigkeitsaspekte nicht nur in den jeweiligen Tourismusaktivitäten als Querschnittsbereiche eingebracht, sondern als Basis verstanden werden, die es von Grund auf zu beachten gilt. Zukünftig sollten deshalb auch Basismerkmale für touristische Leistungen definiert werden, die eine gewisse Qualität und Nachhaltigkeit sicherstellen. Die Entwicklung eines eigenen Labels wird dabei nicht empfohlen, sondern vielmehr die Erarbeitung eines Qualitätsrahmens, der auch bereits bestehende Initiativen und Programme wie das *Nationalpark-Partnerprogramm* einbezieht (siehe hierzu Kapitel 5.2.2).