

# Tourismusleitbild Sächsische Schweiz

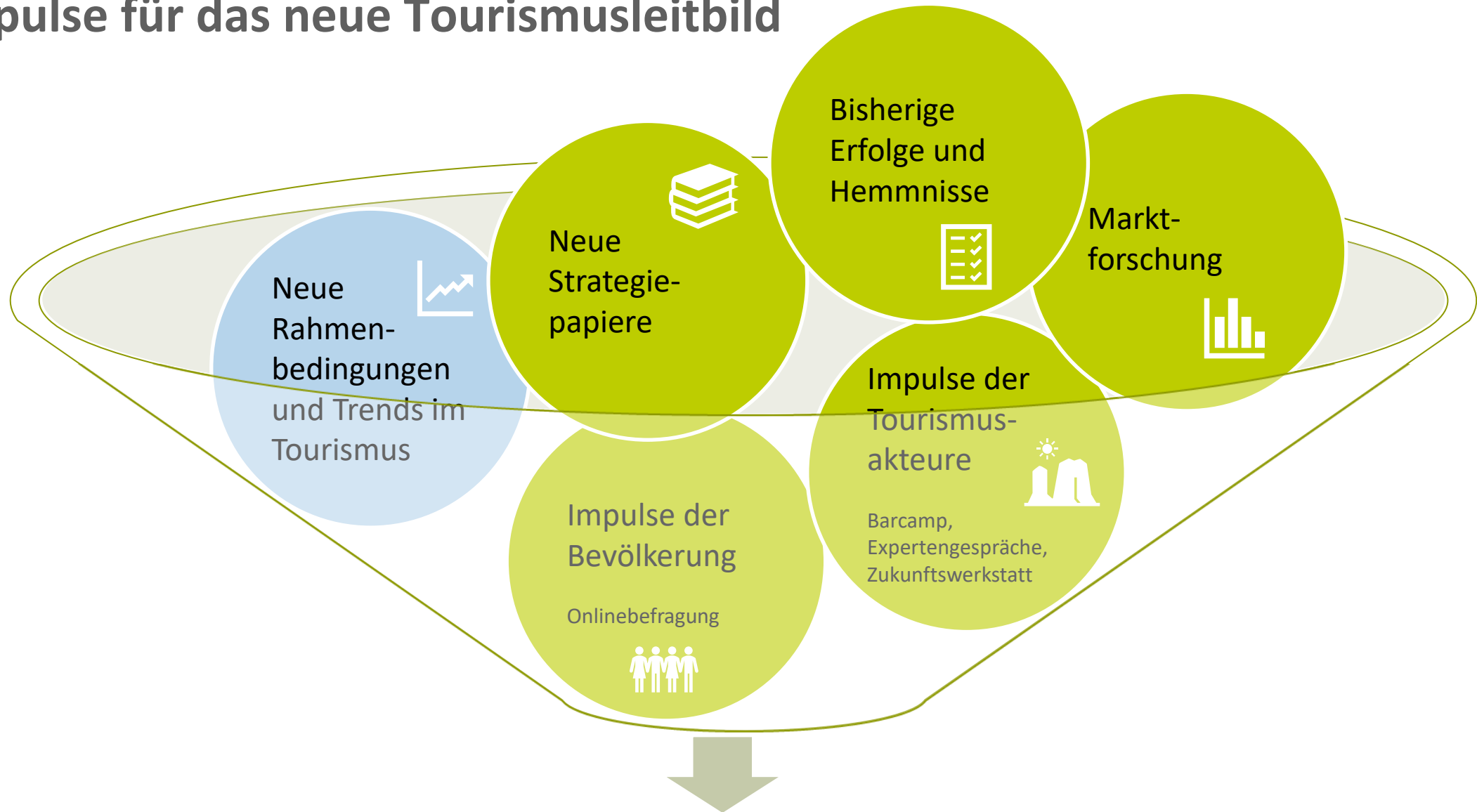
## Anlage 1: Analyseergebnisse

Projekthintergrund: Die Evaluierung des Tourismusleitbildes der Sächsischen Schweiz erfolgt im Rahmen des Projektes „Destinationsentwicklung Sächsische Schweiz – Nachhaltige Strategien und effiziente Strukturen“ im Auftrag des Tourismusverbandes Sächsische Schweiz e.V.



Diese Maßnahme wird mitfinanziert durch Steuermittel auf der Grundlage des vom Sächsischen Landtag beschlossenen Haushaltes.

# Impulse für das neue Tourismusleitbild



**Tourismusleitbild Sächsische Schweiz 2030**



# Wie wir **eigentlich** beginnen wollten ...

## Megatrends des 21. Jahrhunderts laut Zukunftsinstitut



**Globalisierung**



**Mobilität**



**Urbanisierung**



**Gesundheit**



**Individualisierung**



**Sicherheit**



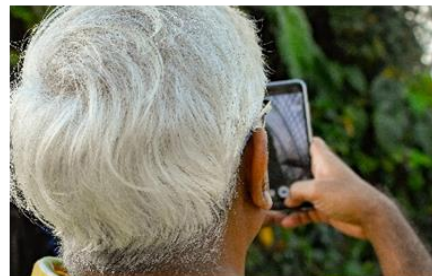
**Konektivität**



**Gender Shift**



**Wissenskultur**



**Silver Society**



**New Work**



**Neo-Ökologie**

## ... und dann kam Corona!



Nachfrageeinbrüche in 2020 und 2021 – und dann?



Umsatzausfälle + Druck auf kommunale Haushalte  
→ Überprüfung der freiwilligen Aufgabe Tourismus



(kurzfristig) verändertes Buchungs- & Reiseverhalten der Gäste



Veränderung in der Angebotsstruktur = Rückgang von Beherbergungs-  
kapazitäten & Angeboten (v.a. Gastronomie & Eventanbieter)



„Neue“ bzw. andere Aufgaben für Tourismusorganisationen  
= z.B. Innenmarketing, Besucherlenkung etc.



Katalysator bereits bekannter Herausforderungen  
(Fachkräftemangel, Digitalisierungsstau, Nachfolgeproblematik, ...)

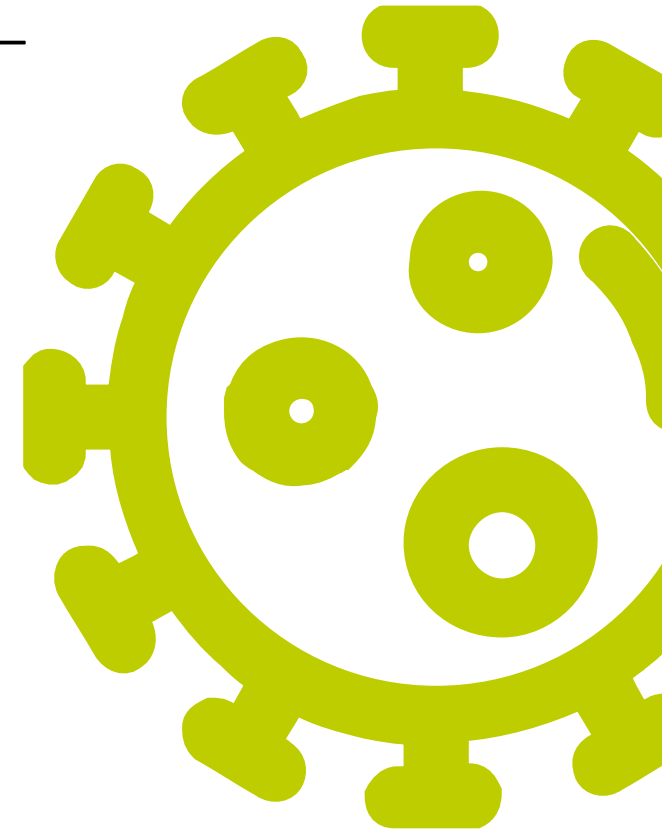


### Kurz- und mittelfristige Auswirkungen der Corona-Pandemie

# Corona-Pandemie als Verstärker und Beschleuniger von Trends

## Was heißt das für die Sächsische Schweiz?

- Das **Management von Destinationen** gewinnt mehr und mehr an Bedeutung – Aufgaben- und Ressourcenverlagerung auf die Entwicklung, Vernetzung, Führung und Inszenierung der Destination, ihrer TI und Leistungsträger
- Die Corona-Pandemie hat die **Dringlichkeit des Innenmarketings** und des **Wissenstransfers/Know-How-Austauschs** zwischen den Akteuren vor Ort gestärkt.
- **Wachsende Krisenfestigkeit/Resilienz der Tourismusorganisationen**  
→ Stärkung für künftige Krisen wie z.B. Unwetter/Hochwasser



**Drastische Einschnitte wie die Coronakrise  
beschleunigen häufig bereits bestehende  
Entwicklungen. Der künftige Erfolg wird  
davon abhängen, ob es gelingt, Antworten  
auf die bekannten Zukunftstrends zu finden.**



# Megatrends des 21. Jahrhunderts laut Zukunftsinstitut



**Globalisierung**



**Mobilität**



**Urbanisierung**



**Gesundheit**



**Individualisierung**



**Sicherheit**



**Konnektivität**



**Gender Shift**



**Wissenskultur**



**Silver Society**



**New Work**



**Neo-Ökologie**

# Megatrend Individualisierung

## Was heißt das für die Sächsische Schweiz?

- Auf Reisen möchten Menschen in immer kürzerer Zeit möglichst viel Neues erfahren und wahrnehmen. Gerade nach Corona gibt es einen „Erlebnisstau“.
- Erlebnisse stehen im Mittelpunkt: Gäste wollen **„neue“ Angebote, Produkte und Events mit Erlebnischarakter**. Vorhandene Infrastrukturen können durch **Inszenierungen** weiter aufgewertet werden.
- Gäste suchen nach **authentischen Erlebnissen**. Auch Aspekte wie **„Heimat“, Traditionen und regionale Kultur sowie der Kontakt mit der lokalen Bevölkerung gewinnen an Bedeutung**. Geben Sie **„Insidertipps“**!
- **Regionale Produkte** werten Erlebnisse auf, weil sie unverwechselbar sind und es möglich machen, die Sächsische Schweiz zu schmecken, zu riechen, anzufassen, ...
- Pauschalen behalten als „Appetitmacher“ ihre Berechtigung. Das individuelle und unkomplizierte Online buchen von Einzelleistungen wird zunehmend wichtiger.

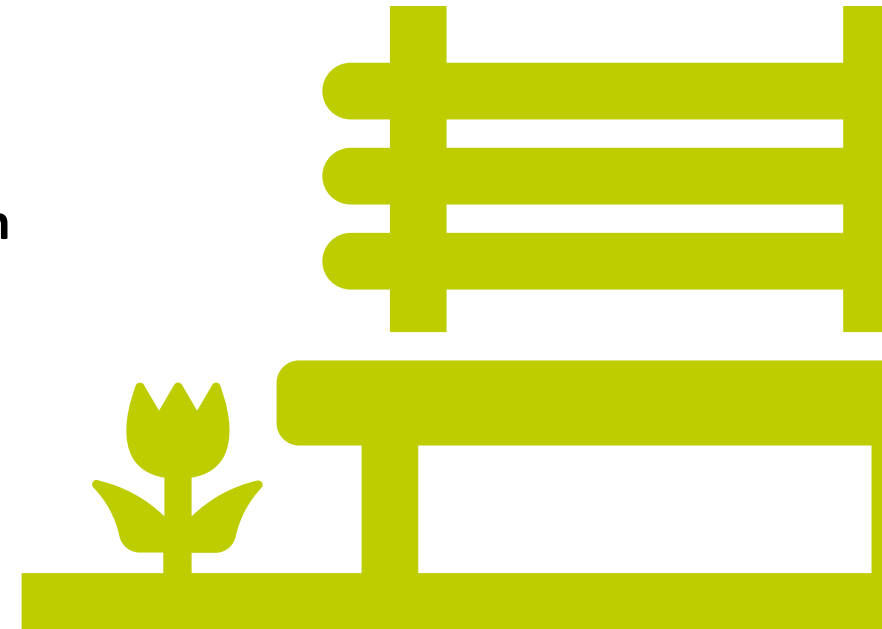




# Megatrend Gesundheit

## Was heißt das für die Sächsische Schweiz?

- Gesundheit spielt nicht mehr nur bei Krankheit eine Rolle, sondern schon zuvor. Stichwort Prävention.
- Viele Menschen wollen dem „höher, schneller, weiter“ entfliehen – und tun das bewusst im Urlaub. Intrinsische Motive kommen in den Fokus, „Sinnsuche“ wird zum Thema.
- Besonders kurz- und mittelfristig steigt das **Interesse an naturnahen Reisen sowie aktiver Erholung** (v.a. Radfahren und Wandern).
- „**Slow Tourism**“ heißt nicht *nichts* tun, sondern **viel mehr Dinge bewusst tun, genießen, sich in der Natur aufhalten ...**
- Können die Orte und die Destination als Ganzes mit ihrer **Überraschungsqualität** hier punkten? Lässt sich die Nachfrage nach Qualität auch monetarisieren (→ mehr Wertschöpfung)?



# Megatrend Neo-Ökologie

## Was heißt das für die Sächsische Schweiz?

- Belange der Nachhaltigkeit werden für Gäste zunehmend wichtiger. Dazu gehören **regional konsumieren, Kultur respektieren, Energie sparen, Erbe schützen, ...**
- Die Sächsische Schweiz als Reisegebiet ist bereits (sehr) gut im Bereich Nachhaltigkeit aufgestellt. Darauf dürfen Sie sich aber nicht ausruhen, ,denn die Konkurrenz wird vermutlich größer.
- Es braucht **wirtschaftlich tragfähige, nachhaltige Angebote.**
- Wichtiger Aspekt bleibt die **Mobilität vor Ort**: Wie kommen Gäste der Sächsischen Schweiz von A nach B? Auch (wieder) ohne Auto. Wie gehen Sie mit der steigenden Verkehrsbelastung um, welche sich mit der Ortsumgehung in Pirna sehr wahrscheinlich noch verstärken wird, wie mit dem „Parkplatzproblem“? **Besucherorientierung** ist eine zentrale Aufgabe der Zeit!



# Megatrend Konnektivität

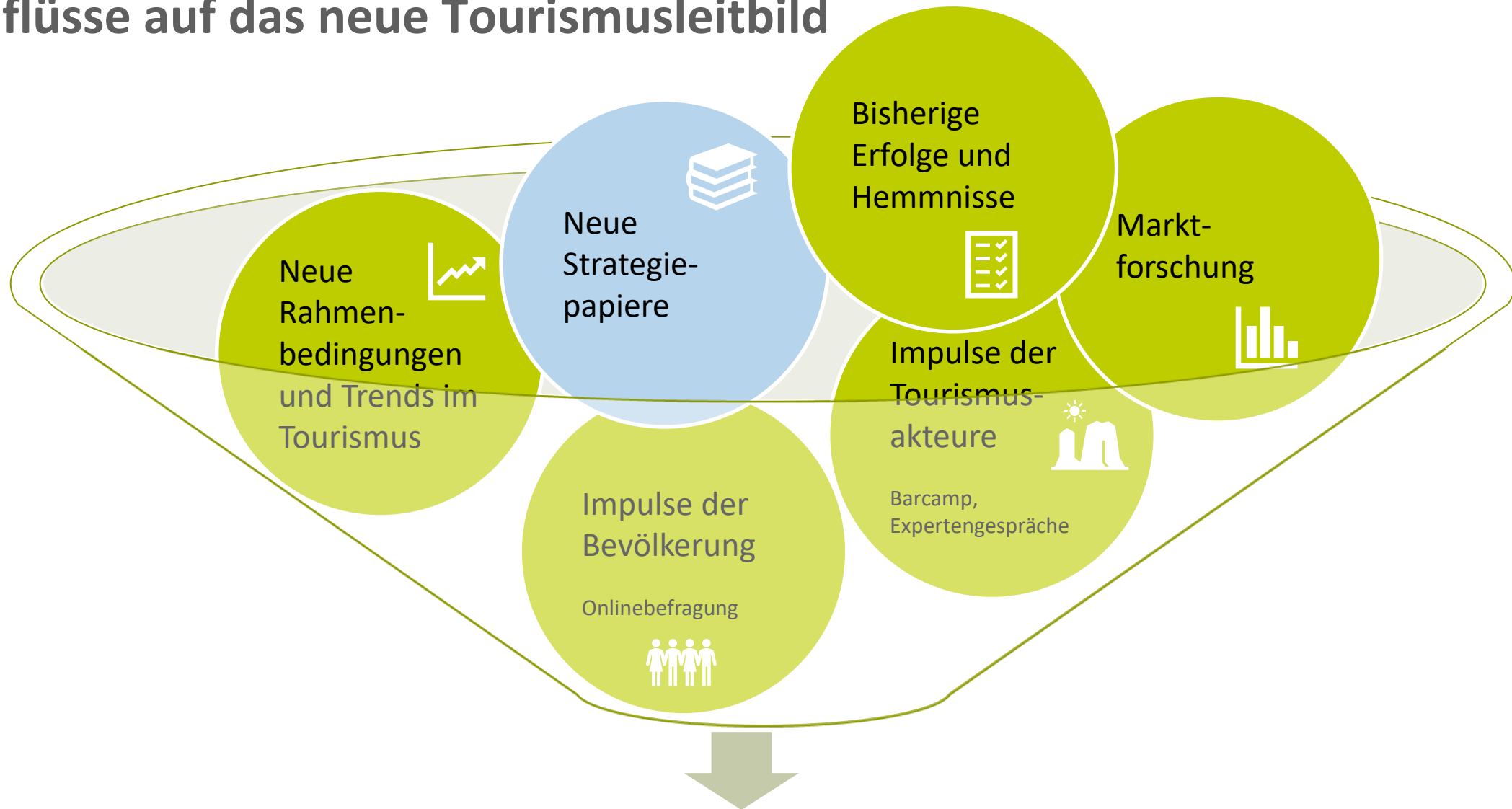
## Was heißt das für die Sächsische Schweiz?

- Der Megatrend Konnektivität ändert unser Kommunikations- und Mediennutzungsverhalten – und verschafft viele neue Möglichkeiten. Das heißt Chance und Herausforderung zugleich.
- Die **Kommunikation mit dem Gast wird direkter, schneller und persönlicher.**
- Sicher ist: Neue digitale Kanäle und Technologien werden die alten analogen nach und nach verdrängen – aber nicht vollständig ablösen.
- Die **Digitalisierung erfordert ständige Anpassung** – sowohl gegenüber dem Gast, vor allem aber auch bei internen Prozessen. Das wurde durch Corona maßgeblich beschleunigt. Große Herausforderung für die MA.
- **Steigende Digitalisierung erfordert Echtzeitinfos, Datenmanagement etc.,** das allein kaum leistbar ist





# Einflüsse auf das neue Tourismussteitbild



**Tourismussteitbild Sächsische Schweiz 2030**

# Strategiepapiere und Daten/Zahlen/Fakten

## ■ Prüfung neuer Strategiepapiere

- Tourismusstrategie Sachsen 2025 (2019)
- Destinationsstrategie Sächsische Schweiz 2021 (2021)
- Nachhaltigkeitsstrategie für die Destination SSW (2017)
- Marketingplanungen (2021)
- LEADER-Entwicklungsstrategie (aktuell in Überarbeitung)

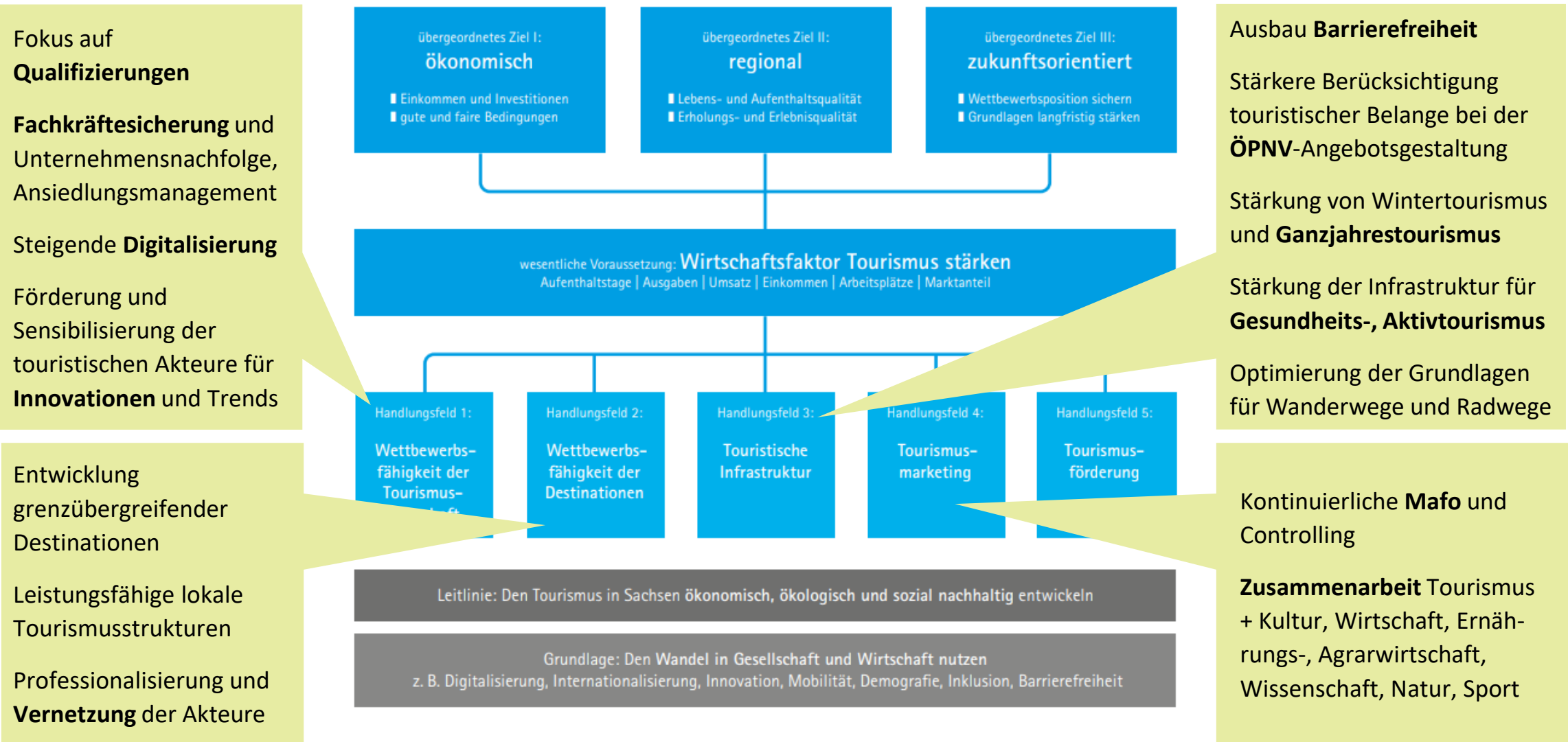
## ■ Weitere Strategien und Marktforschungsdaten

- Overtourism in der Sächsischen Schweiz? – Ermittlung der Tourismusakzeptanz der lokalen Bevölkerung
- Nachhaltiges Stakeholder-Management in Destinationen – eine Analyse am Beispiel der Sächsischen Schweiz
- Umfrage des TV SSW: Stimmungsbild Juni/September 2020 Umfrage des TV SSW: Gastronomie März 2021

- **Weiterhin relevant:** Grenzüberschreitenden Leitlinien (2012), Landkreiskonzepte (Klima, Barrierefreiheit, Daseinsvorsorge), etc.



# Zielstruktur für den Tourismus in Sachsen





# Bundesland Sachsen – Sachsen. Land von Welt.

## Tourismusmarketing für das Reiseziel Sachsen

SACHSEN. LAND VON WELT.		SAXONY. STATE OF THE ARTS.	
Marketing im Inland		Marketing im Ausland	
Zielgruppen	Themen	Quellmärkte	Themen
anspruchsvolle Kulturlauber über 50   jüngere, spontane Städte- und Eventreisende   sportorientierte Aktivurlauber   entspannte Rad- und Wanderurlauber   etablierte, spaßorientierte Familienurlauber	Kultur   Städte   Aktiv   Vital Familien   Barrierefreies Reisen Sachsens Dörfer   Winter Industriekultur	USA   China   Russland Großbritannien   Italien   Schweiz ----- Tschechien   Polen   Österreich Niederlande	Kultur   Geschichte   Brauchtum Städte ----- Kultur   Geschichte   Brauchtum Städte   Aktivurlaub
Marketinginstrumente			
Kommunikation	Vertrieb	Marktforschung	

Ende 2019 – Mitte 2020  
wurden neue Personas für  
Sachsen entwickelt

Aktuelle Ausrichtung  
der TMGS entsprechend  
Marketingplan 2021:

**Leitkategorien:**  
Städte- und Kulturlaub  
Aktiv- und Natururlaub  
Familienurlaub

**Querschnittsthemen:**  
Barrierefrei  
Nachhaltigkeit

# Kooperationsangebote

Leitkategorien	Städte- und Kultururlaub	Aktiv- und Natururlaub	Familienurlaub
Leitthemen	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Musik</li> <li>» Museen</li> <li>» Architektur</li> <li>» Handwerk &amp; Brauchtum</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Radfahren</li> <li>» Mountainbike (MTB)</li> <li>» Wandern</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Wissenswertes für Entdecker</li> <li>» Freizeitspaß</li> <li>» Für Wasserratten</li> <li>» Raus in die Natur</li> </ul>
Kampagnen- und Kommunikationsthemen	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Events/Festivals</li> <li>» Städtetrips</li> <li>» Industriekultur</li> <li>» Sachsens Dörfer</li> <li>» Weihnachten/Advent</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Aktiverlebnis</li> <li>» Wasser</li> <li>» Vital</li> <li>» Winter</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Besondere Orte für Familien</li> <li>» Familientipps</li> <li>» Das passende Dach</li> </ul>
Querschnittsthemen	<div>Barrierefrei</div> <div>Nachhaltigkeit</div>		

# Nachhaltigkeitsstrategie Sächsische Schweiz

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

## Leitlinien: 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.

## Handlungsfelder

5 Handlungsfelder mit insgesamt 17 strategischen Zielen





# Strategische Ziele der aktuellen Destinationsstrategie SSW

1. **Nachhaltigkeit als Querschnittsaufgabe** – Zertifizierung zur nachhaltigen Reiseregion im Jahr 2021
2. **Mobilität und Besucherlenkung** – Steuerung der Verkehrssituation, Optimierung der öffentlichen Mobilitätsangebote, Entwicklung eines Konzepts zur Besucherlenkung
3. **Optimierung der regionalen Strukturen** – Aufbau eines effizienten Managements für die Kommunen und Touristinformationen
4. **Belebung der Wintersaison als übergeordnete Marketingstrategie** – Fortsetzung der erfolgreichen Entwicklung und intensiven Vermarktung
5. **Gezielter Aufbau touristischer Produkte und Themen**
6. **Intensivierung Online-Marketing**
7. **Informations- und Buchungsservice** – vernetzte Online-Buchbarkeit der Angebote, Erhöhung der Sichtbarkeit
8. **Destination Sächsisch-Böhmische Schweiz** – weiterer Ausbau der guten Zusammenarbeit, Übertragung der strategischen Zielstellungen auf die grenzüberschreitende Zusammenarbeit
9. **Erweiterung des Netzwerkes/Qualitätsentwicklung** – Weiterentwicklung der Netzwerkarbeit und Innenkommunikation
10. **Verzahnung Tourismus- und Regionalentwicklung** – Einbindung der Evaluierung des Tourismusleitbilds in der Leader-Entwicklungsstrategie

# Marketingplan TV Sächsische Schweiz 2021

**Marke Sächsisch-Böhmische Schweiz** (2018 modernisiert):  
REGIONENMARKE mit Familienmarken-Strategie, inkl. Instituts-  
marken, Destinationsmarken, Produkt-/Veranstaltungsmarken

**Thematisches Marketing** wird dem Zielgruppenmarketing  
übergeordnet; Schwerpunktthemen:



1.  
Natur



2.  
Erlebnisangebote



3.  
Alle Jahreszeiten



4.  
Urlaub für Dich

## Produktlinien:

Natur

Wandern

Radfahren

Winter-  
saison

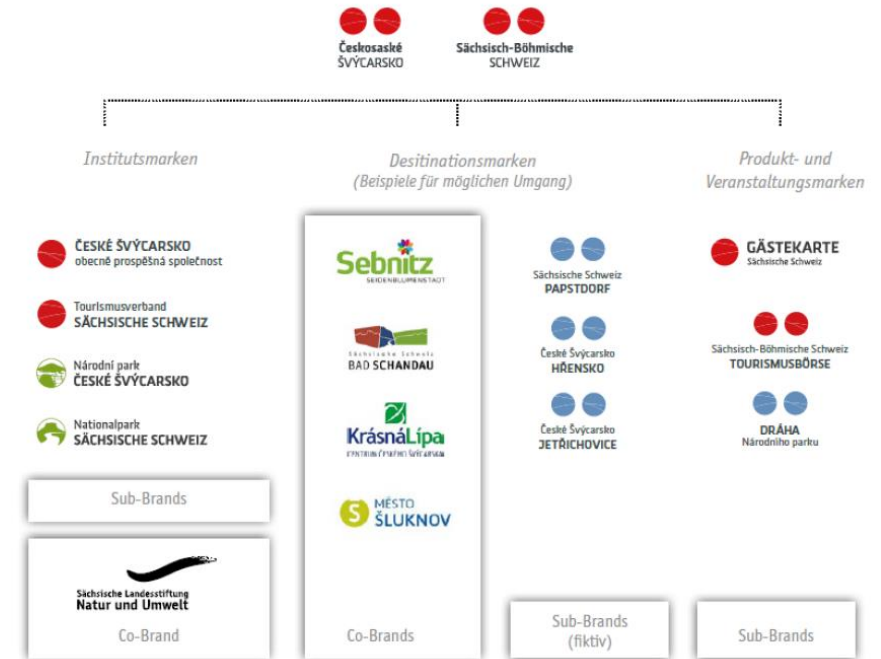
Erlebnis-  
angebote

Erlebnis  
ohne  
Barrieren

Mobilität

Nachhaltig-  
keit

Fotografie



# Aktuelle LEADER-Strategie (Neuaufstellung im Prozess!!)

## Zielstruktur Region Sächsische Schweiz

## Grundsätze/Prinzipien

- Nachhaltigkeit in wirtschaftlicher, sozialer und ökologischer Hinsicht
- Weltoffenheit und Toleranz
- Qualität und Innovation
- Kooperation und Beteiligung

Leitbild	Sächsische Schweiz – Willkommen in der Landschaft Zukunft			
Strategische Ziele und Grundsätze	Wettbewerbsfähiger Wirtschaftsstandort . Nachhaltige Tourismusregion . Unvergleichliches Naturerbe und Kulturlandschaft Lebenswerte und engagierte Region . Sanft mobil erreichbar . Effiziente Kommunikations- und Netzwerkstrukturen			
	Nachhaltigkeit Chancengleichheit Demografiegerechtigkeit Ressourcenschonung Weltoffenheit/Toleranz Qualität/Innovation Kooperation/Beteiligung			
Handlungsfelder und Handlungs-feldziele	<b>A Wirtschaft, Nahversorgung und Fachkräftesicherung</b>	<b>B Mobilität und technische Infrastruktur</b>	<b>C Bildung, Soziales und Ehrenamt</b>	<b>D Siedlungs- und Ortsentwicklung</b>
	<b>A.1</b> Wirtschaftliche Basis, regionale Wertschöpfung und nachhaltige regionale Wirtschaftskreisläufe stärken, u.a. zur Sicherung einer flächendeckenden Nahversorgung	<b>B.1</b> Erreichbarkeit von Arbeitsplätzen, Versorgungs-/ Bildungseinrichtungen und touristischen Highlights bedarfsgerecht und ökologisch verträglich verbessern	<b>C.1</b> Wohnortnahe Infrastrukturen, bürgerschaftliches Engagement und Solidargemeinschaft stärken und vernetzen	<b>D.1</b> Ländliches Kulturerbe durch Nutzung attraktiv, demografiegerecht und multifunktional entwickeln - unter besonderer Berücksichtigung ortsbildprägender Bausubstanz
	<b>A.2</b> Rahmenbedingungen zur Erschließung und Kompetenzentwicklung des Arbeitskräftepotenzials verbessern	<b>B.2</b> Technische Infrastruktur zukunftsfähig gestalten		<b>D.2</b> Wohnumfeld ortstypisch aufwerten und familien- und seniorenfreundlich entwickeln
	<b>E Natur, Kulturlandschaft und Klimaschutz</b>		<b>F Tourismus, Kultur und Freizeit</b>	
	<b>E.1</b> Natürliche Ressourcen sichern und nachhaltig nutzen		<b>F.1</b> Touristische Wertschöpfung durch Qualitätsverbesserung und Zielgruppenorientierung ganzjährig und nachhaltig erhöhen, v.a. linkselbisch	
	<b>E.2</b> Erholungseignung, Struktur- und Artenvielfalt der Kulturlandschaft verbessern			
	<b>E.3</b> Klimafreundliche Energiegewinnung ausbauen und Energieeffizienz verbessern			
<b>G Prozessbegleitung, Kooperation und Kommunikation</b>				
	<b>G.1</b> Vorhabenumsetzung qualifiziert begleiten und Kooperations- und Kommunikationsstrukturen ausbauen			

# Ergebnisse weiterer Studien und Befragungen

- **Overtourism in der Sächsischen Schweiz? – Ermittlung der Tourismusakzeptanz der lokalen Bevölkerung:**
  - Generell hohe Akzeptanz in der ortsansässigen Bevölkerung, größtenteils befürworten die Bewohner den Tourismus vor Ort und empfinden auch das Wachstum als positiv
  - Verstärkt sind Probleme durch die Bevölkerung beobachtet worden, die die Natur betreffen
- **Umfrage des TV SSW zum Stimmungsbild Juni/September 2020:**
  - Der Tourismus war bei 77% (Juni) bzw. 86% (September) (sehr) gut angelaufen
  - Neue Entwicklungen: Gästeklientel, Quellmärkte, stärkere Online-Buchungen, angespannte Personalsituation, eingeschränkte Gastronomie, mehr kleinere Veranstaltungen, kleinere Gruppen
  - Erwartungen: Belebung der Wintersaison, Ausbau Nachhaltigkeit, Steigerung Qualitätstourismus, Strategien zur Vermeidung von Overtourism, Unterstützung der Gastgeber, Integration der Kulturangebote, Verbesserung der Verkehrsinfrastruktur, Ausbau der Mobilitätskarte, Fokus auf Einwohner der Region
- **Umfrage des TV SSW: Gastronomie März 2021**
  - Es bestanden zeitweise (61,7%) bzw. dauerhafte (27%) Versorgungsengpässe für die Gäste
  - Dauerhafte Versorgungsengpässe sind z.B.: überfüllte Gaststätten, fehlendes flächendeckendes Angebot, früher Küchenschluss, Gaststättensterben, fehlende Bäckereien, nicht abgestimmte Ruhetage
  - Neue Lösungen: digitales Reservierungssystem, Webseiten für Gastronomiebetriebe, Abstimmung von Ruhetage, Frische-Automaten
  - Wünsche für die Zukunft: Stärkere Unterstützung durch TV SSW, mehr Gastfreundschaft bei den Gastgebern, Parkraumkonzept, offene Gespräche der Leistungsträger untereinander

© Klara Seitz (2019): Overtourism in der Sächsischen Schweiz? Ermittlung der Tourismusakzeptanz der lokalen Bevölkerung. © Sarah Hönemann (2017): Nachhaltiges Stakeholder-Management in Destinationen

© Tourismusverband Sächsische Schweiz (2020): Stimmungsbild Juni/September 2020.

© Tourismusverband Sächsische Schweiz (2021): Umfrage Gastronomie in der Sächsischen Schweiz.



# BTE-Bewertung: Strategiepapiere



## Stärken, Positive Entwicklung...

- Kontinuierliche Arbeit auf Basis **strategischer Grundlagen in der Sächsischen Schweiz**
- Bisheriges Tourismusleitbild berücksichtigt die Kerninhalte der übergeordneten Tourismusstrategie Sachsen 2025
- Die neu entwickelte Destinationsstrategie umfasst bereits eine Vielzahl strategisch relevanter Ziele für die Sächsische Schweiz
- Durch Entwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie im Jahr 2017 bereits sehr gut aufgestellt



## Aber... Herausforderungen, Entwicklungsperspektiven

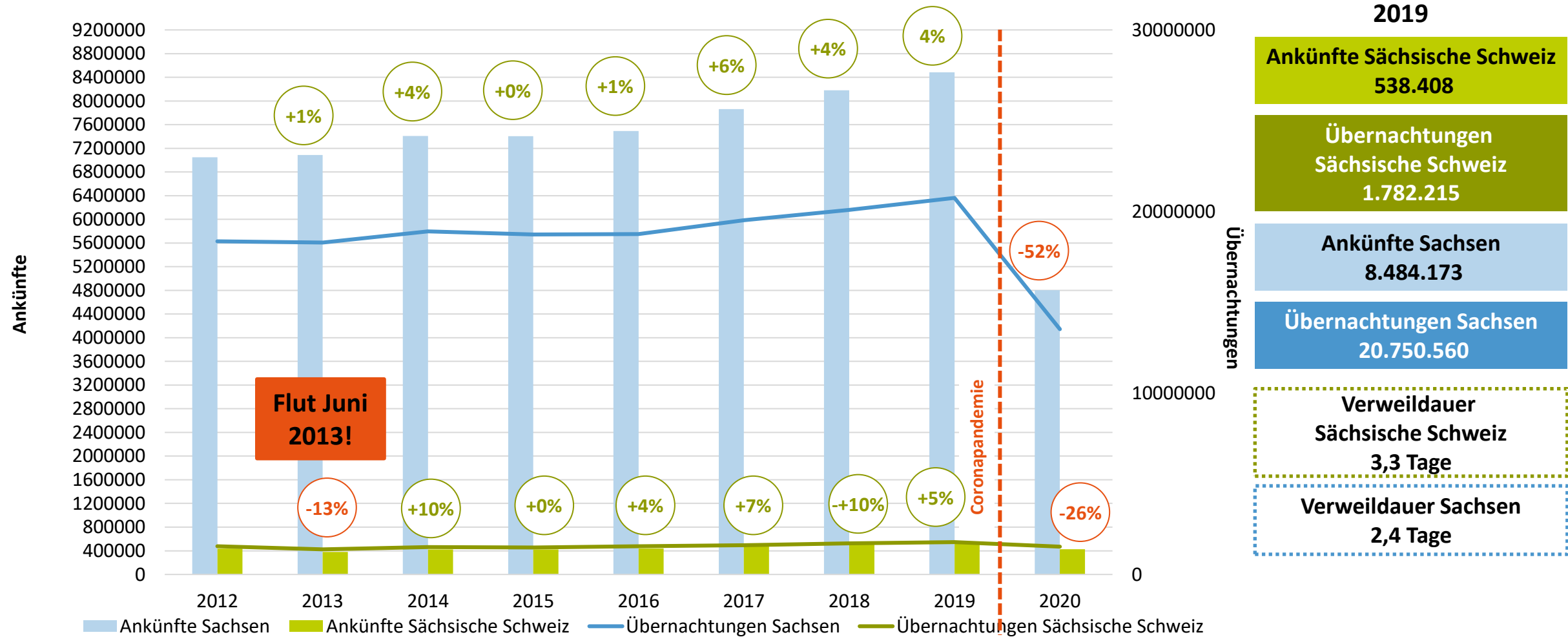
- **Trotz bereits guter Positionierung sind stetige Weiterentwicklungen unabdingbar, insbesondere hinsichtlich folgender Schwerpunkte:**
  - Weiterentwicklung im Bereich des ÖPNV
  - Fachkräftesicherung
  - Qualitätsentwicklung
  - Stärkung der Barrierefreiheit
  - Berücksichtigung der steigenden Anforderungen der Digitalisierung
  - Stärkung des Ganzjahrestourismus
  - Entwicklung leistungsfähiger lokaler Tourismusstrukturen
  - Vernetzung der Akteure
- **Aufgrund steigender Konkurrenz gilt es, wirtschaftlich tragfähige Angebote zu entwickeln und eine stärkere Einbindung der touristischen Akteure zu erreichen**

# Einflüsse auf das neue Tourismussteitbild



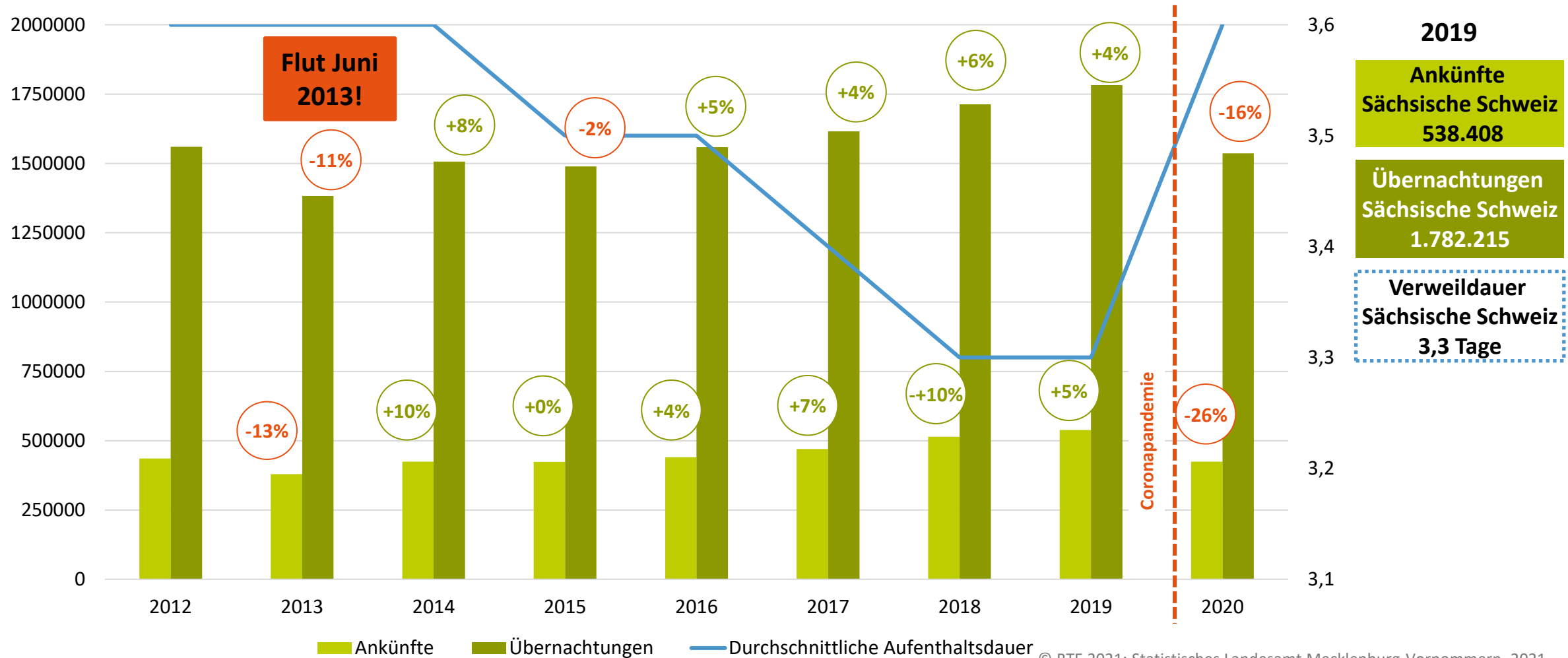
# Ankünfte und Übernachtungen laut amtlicher Statistik

**Positive Entwicklung** der Gästeankünfte und Übernachtungen **bis 2019** (2012-2020, absolut)



# Ankünfte und Übernachtungen laut amtlicher Statistik

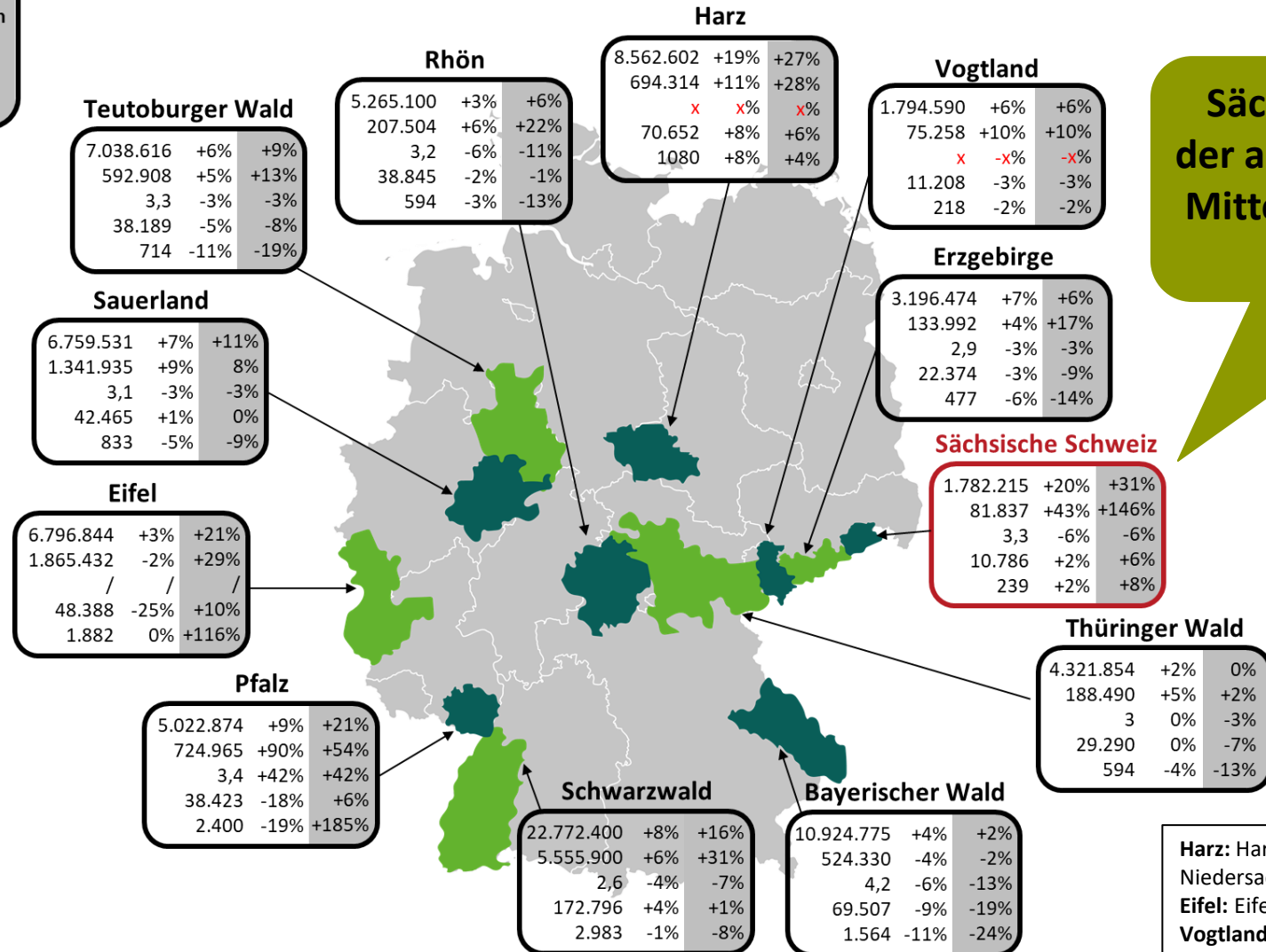
**Positive Entwicklung** der Gästeankünfte und Übernachtungen **bis 2019** (2012-2020, absolut)





# Benchmark – Vergleich der deutschen Mittelgebirgsregionen

Werte 2019	Vergleich zu 2015	Vergleich zu 2011
Übernachtungen		
davon ausländische		
Ø Aufenthaltsdauer		
Bettenanzahl		
Anzahl Betriebe		

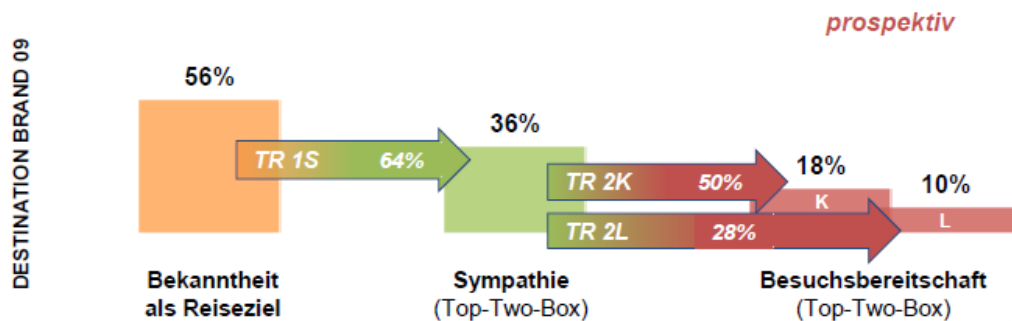
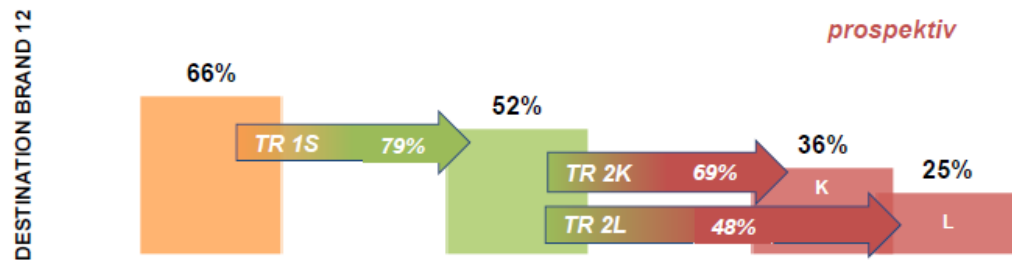
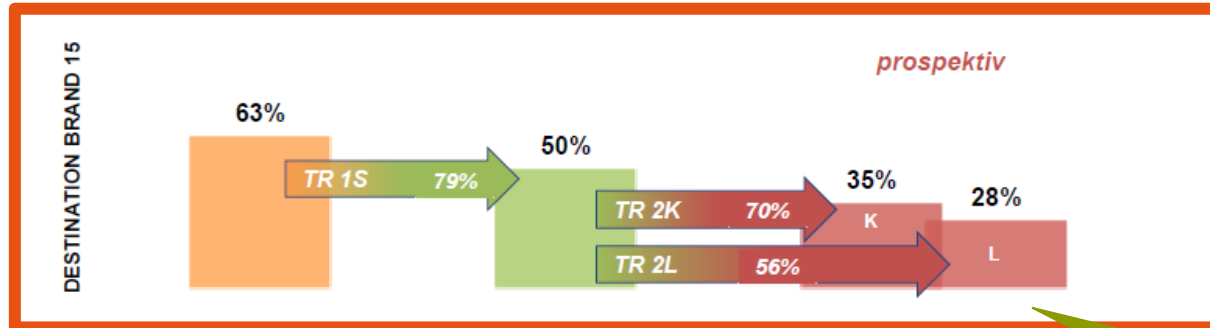


**Sächsische Schweiz zählt zu der am stärksten gewachsenen Mittelgebirgsregion innerhalb Deutschlands**

**Harz:** Harz und Harzvorland in Sachsen-Anhalt, Harz in Niedersachsen und Südharz in Thüringen  
**Eifel:** Eifel in RLP und Eifel und Region Aachen in NRW  
**Vogtland:** Thüringer Vogtland und Vogtland in Sachsen  
**Rhön:** Bayerische Rhön, Thüringer Rhön und Hessische Rhön

# Image und Bekanntheit

## Markentrichter Destination Brand 15 Sächsische Schweiz-Elbsandsteingebirge



Anzahl der Befragten: n = mind. 1.000 / Basis: Alle Befragte

Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2009 / 2012; inspektour GmbH, 2015

© inspektour GmbH (2015): Destination Brand 2015 – Die Markenstärke Deutscher Reiseziele. Einzelbericht für das Reiseziel Sächsische Schweiz-Elbsandsteingebirge



Steigerung der Bekanntheit  
im Vergleich zu 2009  
und steigende Besuchsbereitschaft

# Benchmark

## Ungestützte Bekanntheit von deutschen Mittelgebirgen und Alpenregionen TOP 10-Ranking im Quellmarkt Deutschland

### ... für Kurzurlaube

Ranking Gebirge		Gesamt- Ranking
1	Schwarzwald	7
2	Harz	8
3	Allgäu	12
4	Bayerischer Wald	13
5	Eifel	17
6	Alpen	20
7	Sächsische Schweiz / Elbsandsteingebirge	21
8	Sauerland	29
9	Erzgebirge	32
10	Thüringer Wald	51

### ... für längere Urlaube

Ranking Gebirge		Gesamt- Ranking
1	Schwarzwald	6
2	Harz	9
3	Allgäu	10
4	Bayerischer Wald	13
5	Alpen	15
6	Eifel	19
7	Sächsische Schweiz / Elbsandsteingebirge	20
8	Erzgebirge	29
9	Sauerland	32
10	Thüringer Wald	52

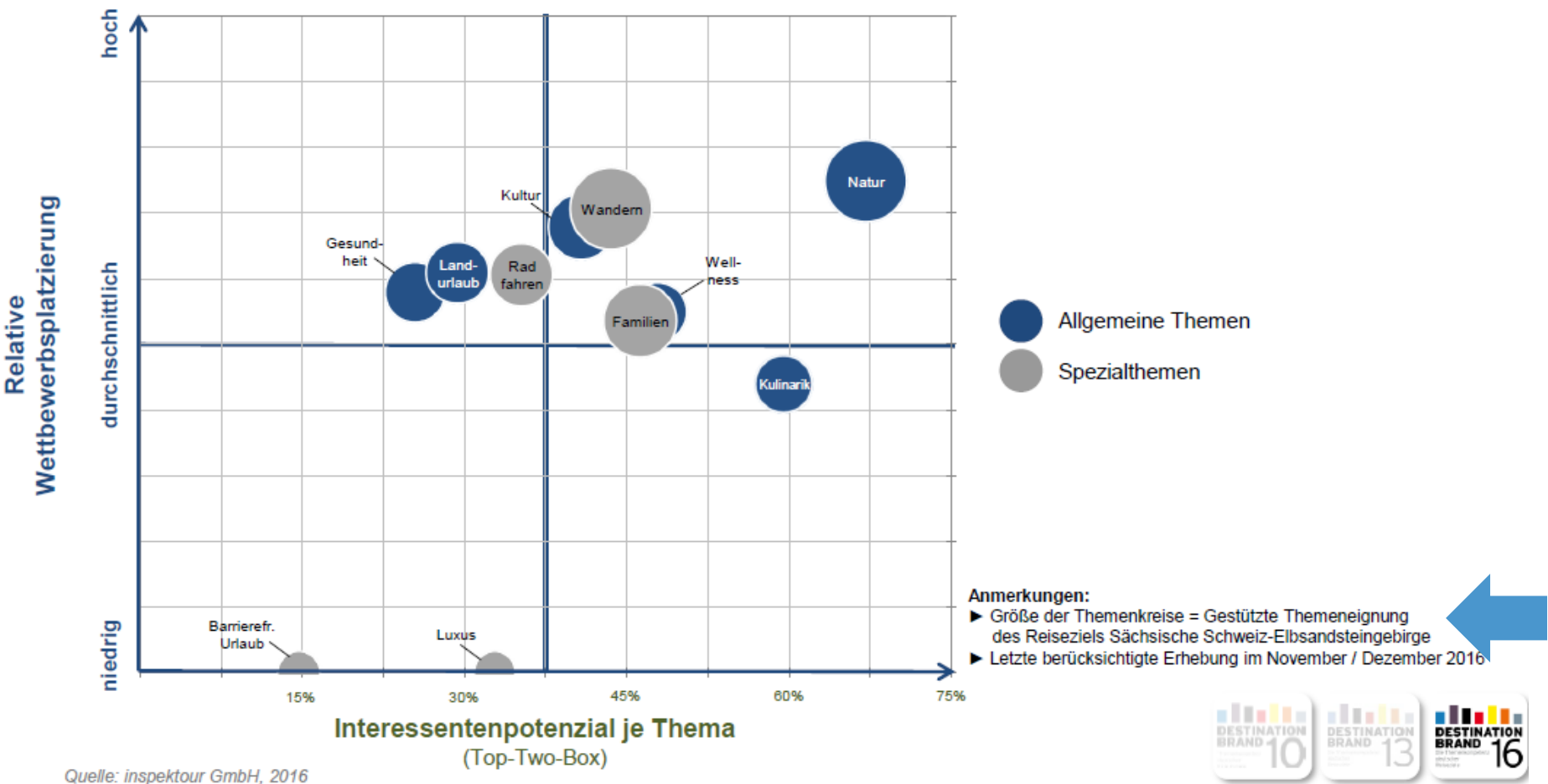
# Themeneignung

## Analyse-Quadrant Sächsische Schweiz-Elbsandsteingebirge

> Kategorie für relative Wettbewerbsplatzierung:  
Alle untersuchten Destinationen (bis zu 172 Reiseziele je Thema)

## ■ Sächs. Schweiz-Elbsandsteingebirge

Basis: Alle Befragte  
Anzahl der Befragten: 1.000



Quelle: inspektour GmbH, 2016



# Gestützte Themeneignung

## Gestützte Themeneignung für die Allgemeinen Themen

> Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?

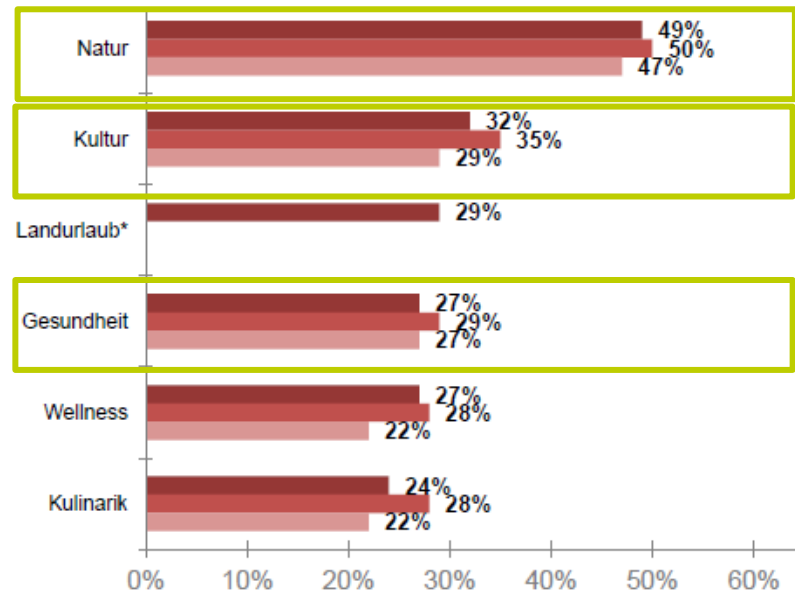
> Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle)

## ■ DB10: Sächsische Schweiz // DB13+16: Sächsische Schweiz-Elbsandsteingebirge

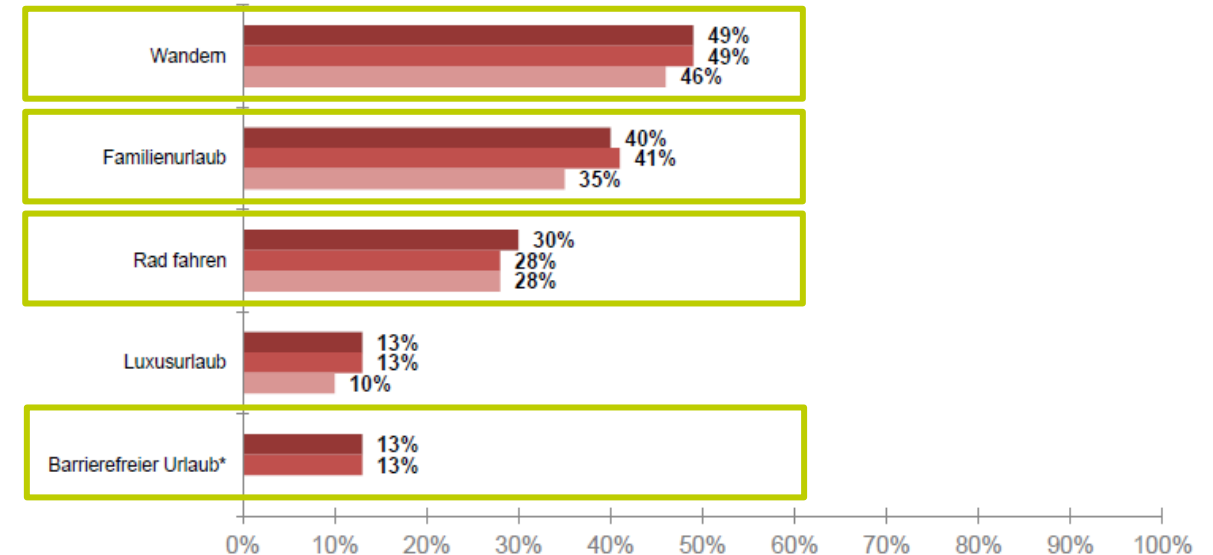
Basis: Alle Befragte

Anzahl der Befragten: mind. 1.000

■ Destination Brand 16 ■ Destination Brand 13 ■ Destination Brand 10



\* Das Thema „Landurlaub“ wurde in den beiden Vorgängerstudien DB10 und DB13 nicht für das Reiseziel Sächsische Schweiz-Elbsandsteingebirge untersucht.



Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2011 / 2013; inspektour GmbH, 2016

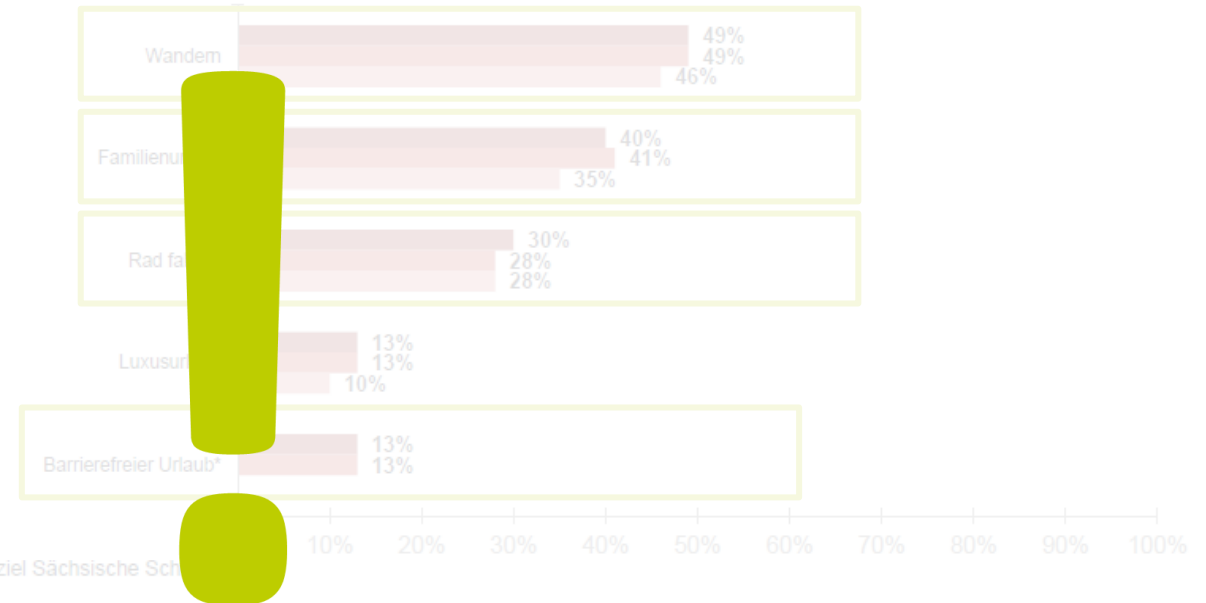
# Gestützte Themeneignung

Das Reiseziel Sächsische Schweiz wird im Jahresvergleich für die Themen Natur, Wandern, Familienurlaub, Rad fahren und Barrierefreier Urlaub weiterhin als geeignet eingestuft. Die Themen Kultur, Gesundheit und Kulinarik haben hingegen im Jahresvergleich an Bedeutung verloren.

DB15+16 Sächsische Schweiz  
Basis: Alle Befragte  
Anzahl der Befragten: mind. 1.000

Im Konkurrenzvergleich wird die Sächsische Schweiz wie folgt eingestuft:

- Gesundheit → Platz 73 von 172 Destinationen
- Kulinarik → Platz 56 von 172 Destinationen
- Natur → Platz 44 von 172 Destinationen
- Wellness → Platz 78 von 172 Destinationen
- Landurlaub → Platz 68 von 172 Destinationen
- Barrierefreier Urlaub → Platz 9 von 9 Destinationen
- Rad fahren → Platz 44 von 110 Destinationen
- Wandern → Platz 30 von 100 Destinationen



Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2011/2013/Inspektour GmbH, 2016

# BTE-Bewertung: Touristische Nachfrage



## Stärken, Positive Entwicklung...

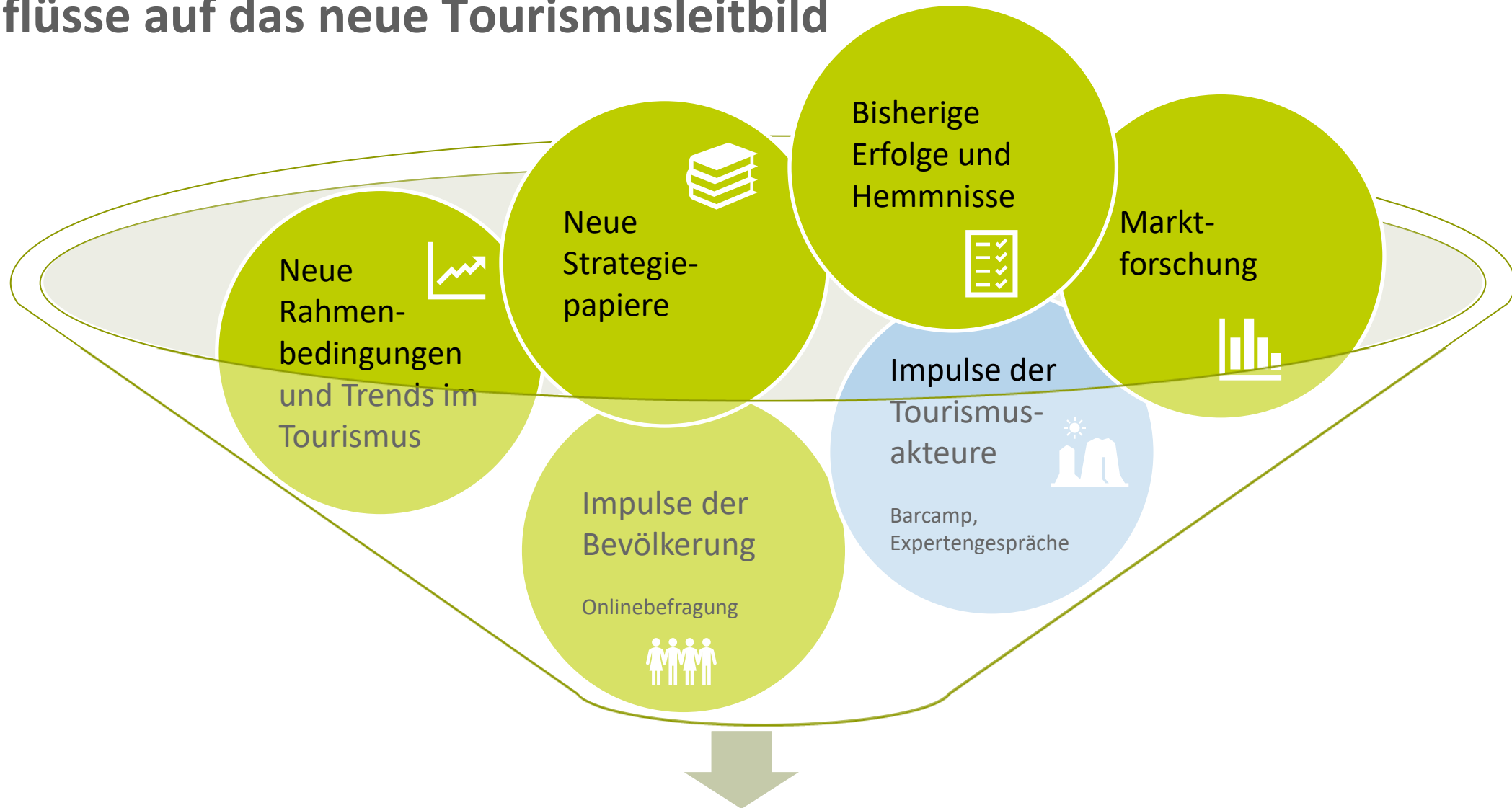
- Gute Arbeit in der Vergangenheit zeigen eine positive Entwicklung der Bekanntheit und Tourismusentwicklung
- Hohes Interessenpotential und hohe Wettbewerbsplatzierung zum Thema Natur, aber auch Wandern und Radfahren (Aktiv)
- Thema Kultur mit höherer Wettbewerbsplatzierung, Familie mit höherem Interessenpotential
- Zeitgemäßes Tourismusmarketing



## Aber... Herausforderungen, Entwicklungsperspektiven

- Geringes Interessenpotential zum Thema Gesundheit, wenig Angebote im Bereich des Gesundheitstourismus außerhalb der bestehenden Kurorte
- Aufgrund einer fehlenden Besucherlenkung führt die positive Tourismusentwicklung jedoch zu hohen Besuchermassen, punktuellen Überlastungen und einer überlasteten Verkehrssituation

# Einflüsse auf das neue Tourismusleitbild



**Tourismusleitbild Sächsische Schweiz 2030**



# Kernaussagen und Impulse aus den Barcamp-Sessions

## ■ Entwicklungsrichtung

- Ziel sollte es sein, einen qualitativ höher wertigen Tourismus zu fördern, **Klasse statt Masse**
- Für eine ganzheitliche Entwicklung müssen wir ein **Zukunftsbild** malen und Menschen mitnehmen, inkl. Berücksichtigung der Einwohnerinteressen, am Gemeinwohl orientiert
- Für eine ganzheitliche Regionalentwicklung müssen wir klären, **welche Themen uns zusammenbringen** und diese gemeinsam spielen und als gemeinsame Strategie ansehen
- Zu berücksichtigende **Querschnittsthemen** sind Nachhaltigkeit/Bedarfsorientierung, „Mut“ = Offensive, Ressourcenschonung, Wertschöpfung und Wertschätzung, ein gemeinsames Bewusstsein = Überzeugung und Wertewandel
- Wir dürfen nicht in Grenzen denken und sollten mehr **Mut wagen**, Mut zur Positionierung, Mut zur Investition, Mut zur Umsetzung, Mut für einzelne große Maßnahmen



# Kernaussagen und Impulse aus den Barcamp-Sessions

## ■ Themenorientierung

- Die Sächsische Schweiz ist eine **Natur- und Kulturlandschaft**:
  - der **Nationalpark darf nicht in Frage gestellt** und
  - die Kultur sollte in Verknüpfung noch stärker erlebbar gemacht werden

## ■ Handlungsbereiche

- Die **Besucherlenkung** ist eine wichtige Aufgabe und bedarf konkreter Maßnahmen (analog wie digital)
- Es gibt Verbesserungspotentiale bei der Qualität und Quantität der **Gastronomie**
- **Digitalisierung** ist ein wichtiges Thema, inkl. Infrastruktur und Technik, virtuelle Erlebnisse, Beratung
- **Fachkräftesicherung** bleibt ein wichtiges Aktions- und Handlungsfeld
- Aktuell breites Angebot an Gäste- und Naturführern gilt es künftig in Form von Weiterbildungsmöglichkeiten zu qualifizieren → Kommunikation der Qualität ist entscheidend / Schaffen von Transparenz gegenüber den Gästen
- Es ist wichtig eine Sensibilisierung und Bewusstseinsbildung für die Natur- und Kulturlandschaft zu schaffen

## ■ Der Tourismusverband hat ein sehr gutes Krisenmanagement und ist wichtiger Partner der Akteure

# Ergebnisse der Expertengespräche

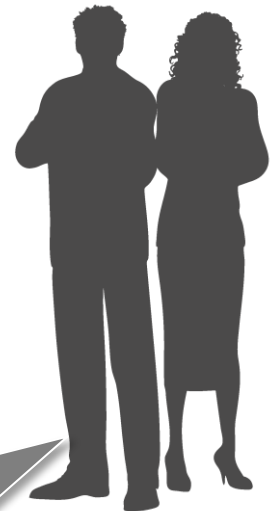
## Ausgewählte Statements aus bisherigem Prozess zum Lagebild

„Masse nur bedingt  
verträglich, Klasse ist  
wichtig, müssen  
entsprechende  
Ressourcen  
herausarbeiten“



„Ganzheitliches Bild der Sächsischen  
Schweiz gilt es stärker in den Fokus  
zu rücken → Elemente der  
Kulturlandschaft sollen in  
touristische Nutzung übertragen  
werden.“

„Leitbild muss das gemeinsame Verständnis und  
Rahmenbedingungen sein, Umsetzung und Leben muss durch  
die einzelnen Akteure erfolgen.“



### 6 Interviews mit 20 Akteuren

- 5 Gastgeber
- 5 Kultur/Freizeit
- 3 Verwaltung
- 7 Funktionalpartner
- Weitere schriftliche Rückmeldungen

# Wesentliche Erfolge, Stärken



- **Tourismusgemeinschaft** als kleine Familie, engagierte Touristiker innerhalb der Region
- Sehr positive Zusammenarbeit mit dem **Tourismusverband**, gutes Marketing
- Individualität im Tourismusangebot, gute Infrastruktur der Wanderwege
- Zertifizierung als **nachhaltiges Reiseziel**
- Gestiegenes **Qualitätsbewusstsein**
- **Gästekarte-Mobil**
- Weltoffene, moderne Tourismusregion → Gestiegene **Bekanntheit**, zieht auch viele jüngere Gäste und Gäste aus dem Ausland in die Region
- Gut ausgebildetes, gepflegtes **Wanderwegesystem**
- **Nationalpark**
- ...

# Wesentliche Schwächen, Misserfolge



- **Besuchermassen/Overtourism**, punktuelle Überlastungen, überlastete Verkehrssituation → fehlende Besucherlenkung
- **Steigender Individualverkehr**, damit einhergehend Parkplatzproblematik, starke Verkehrsbelastung, Missachtungen von Parkverboten; **Nicht ausreichende Infrastruktur** (Angebot alternativer Wanderwege, Parkplatzsituation, ÖPNV)
- Zunehmender **Fachkräftemangel** (Gastronomie/Hotellerie) → auch bedingt durch Pandemie
- **Unzureichendes Gastronomieangebot** → eingeschränkte Öffnungszeiten – Engpässe bei Versorgung über den Tag & für Tagesgäste/Wanderer, wenig Abstimmung untereinander
- Starke **Abhängigkeit von Wetterverhältnissen** → mehr Schlechtwetteralternativen
- **Fehlende öffentliche Investitionen**, die auf die Gesamtregion einzahlen
- **Kirchturmdenken** → oft noch fehlendes einheitliches Handeln als Gesamtregion
- **Durch den Tourismus ausgelöste Konflikte**: Verkehr, Wohnraum, fehlende Achtsamkeit, Nutzungskonflikte



# Wesentliche Handlungsbedarfe



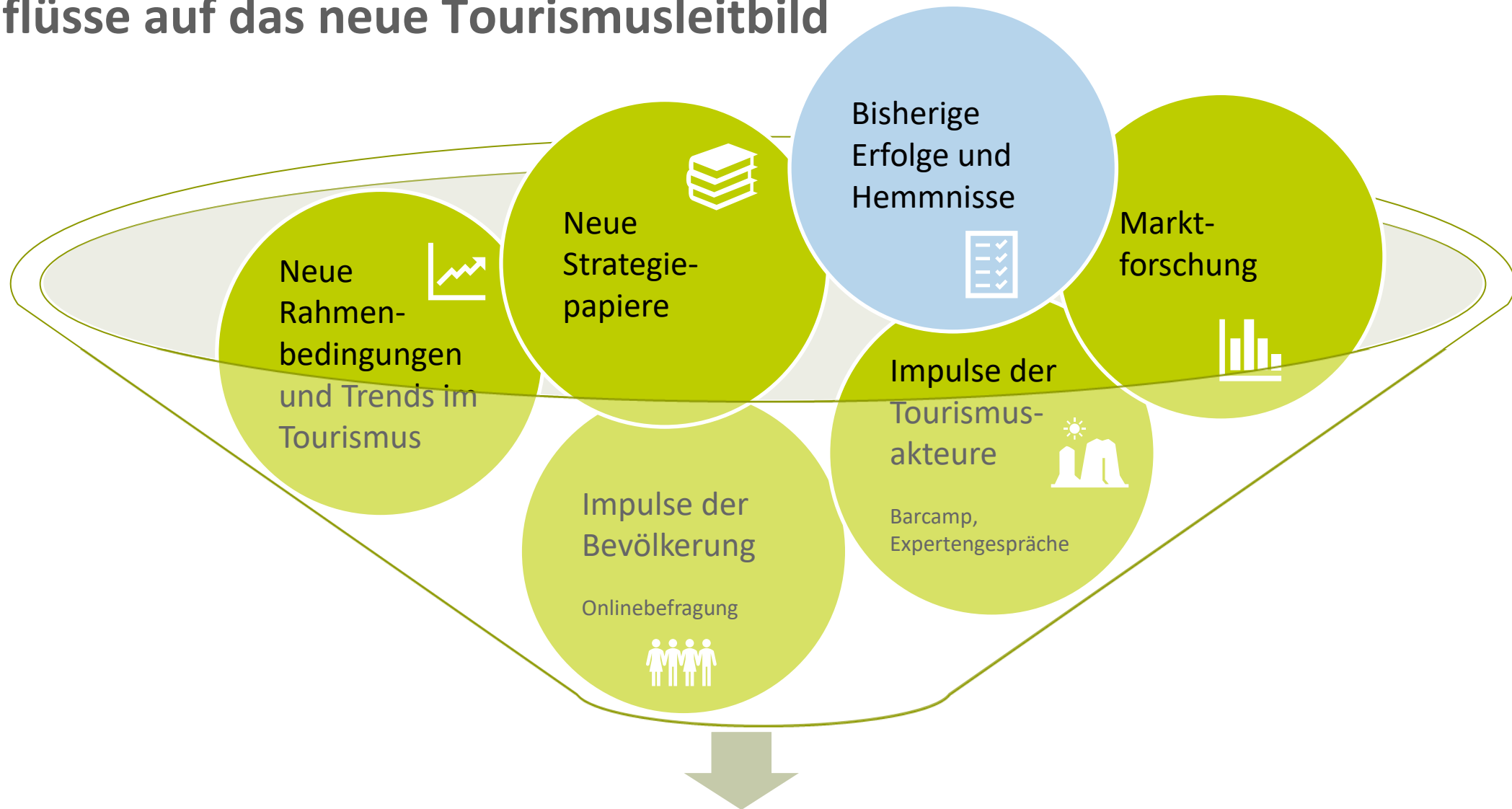
- Ausweitung und Weiterentwicklung von **Infrastrukturmaßnahmen** (ÖPNV, interaktives Parkplatzleitsystem/Parkraummanagement, Besucherlenkung etc.)
- Ausbau und Weiterentwicklung der Angebote im Bereich **Nachhaltigkeit, Qualität und Barrierefreiheit!**
- Stärkung des Vertriebs der **Gästekarte-Mobil** → wird noch nicht in allen Kommunen genutzt
- Ausbau der Vernetzung/Kommunikation innerhalb der einzelnen Sparten → Etablierung von regelmäßigen Austauschformaten wünschenswert, Stärkung *des* WIR-Gefühls
- **Informationsdefizite** trotz guter Marketingaktivitäten des TV SSW → Sensibilisierung der Akteure ihre Daten aktuell zu halten und regelmäßig zu pflegen
- Weiterentwicklung im Bereich **Digitalisierung** → Mobilnetz, WLAN
- Tourismus im **Einklang** mit der **Natur- und Kulturlandschaft**
- Steigerung der **Tourismusakzeptanz** bei der Bevölkerung → stetige Information über geplanten Entwicklungen, Abhängigkeit der Region aufzeigen
- **Vielfalt der Region** muss künftig noch besser herausgearbeitet und aufgezeigt werden, dass die Sächsische Schweiz neben dem Nationalpark noch weitere attraktive Natur- und Waldflächen besitzt

# Einflüsse auf das neue Tourismusleitbild



**Tourismusleitbild Sächsische Schweiz 2030**

# Einflüsse auf das neue Tourismusleitbild



**Tourismusleitbild Sächsische Schweiz 2030**

# Tourismusleitbild 2025 – altes Leitbild

## Qualitative Ziele

### Marktsegmente

## Ein Blick ins aktuelle Leitbild

Was haben wir  
erreicht? Wo  
stehen wir?

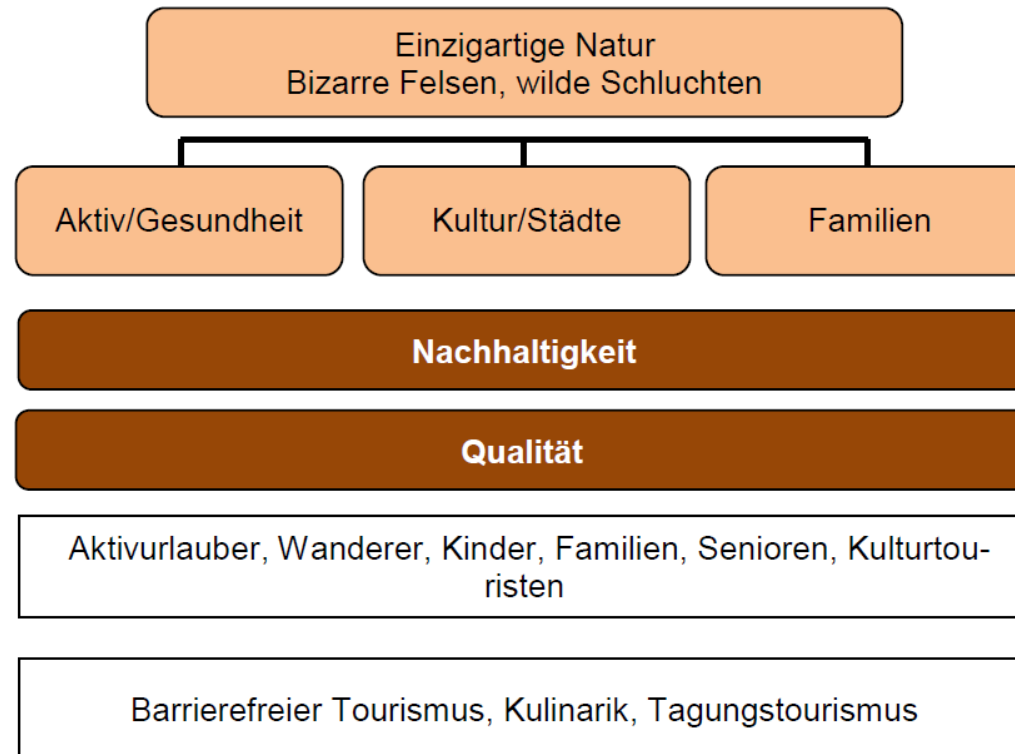
Alleinstel-  
lungsmerkmal

Kerngeschäfte

Querschnitts-  
aufgaben

Zielgruppen

Nischen



## Maßnahmenprogramm

# Qualitative Ziele des bestehenden Tourismusleitbildes

Strategische Ziele zur Entwicklung des Tourismus 2015-2025

- **Identifikation der Bevölkerung** und der Kommunalpolitik mit der Tourismusregion SSW
- **Imageverbesserung und Erhöhung des Bekanntheitsgrades** als international, weltoffene, tolerante Tourismusdestination
- Weiterer **Ausbau der Alleinstellungsmerkmale** (einzigartige Natur) **und der Kerngeschäfte** (Aktiv/Gesundheit, Kultur und Städte, Familie)
- **Stärkung der wirtschaftlichen Tragfähigkeit des Tourismus**
- **Verbesserung und Qualifizierung der Verkehrs- und Infrastruktur**
- **Verbesserung des regionaltypischen kulinarischen Angebotes**
- **Vernetzung mit benachbarten Tourismusregionen und Tourismusinstitutionen** aus Bundes- und Landesebene (z.B. TAG, TMGS, Bundesverband Deutscher Mittelgebirge, etc.) bzw. mit Böhmen (z.B. durch übergreifende Projekte)

Akzeptanz Bevölkerung  
+ Zufriedenheit TV

Steigende  
Bekanntheit

Natur, Wandern,  
Radfahren mit  
guter Positio-  
nierung;  
Kultur, Familien,  
Gesundheit  
ausbaubar

Weniger starke Einbrüche in der  
Pandemie als andere Regionen

Mobilität und Gastronomie  
als wichtige Handlungsfelder durch  
Akteure und Einwohner benannt

?



# Besonderheiten, Alleinstellungsmerkmale

Alleinstellungsmerkmal im aktuellen Leitbild: **Einzigartige Natur | Bizarre Felsen | wilde Schluchten**

## Ergebnisse der Expertenbefragung

- **Natur und Felsen** als wesentliche Alleinstellungsmerkmale der Sächsischen Schweiz aus Sicht der Experten

## Ergebnisse der Bevölkerung

- **Natur, Landschaft, Wandern..., Fels...** als TOP Nennungen unter Besonderheiten

## Marktforschung

- Gute Positionierung (Wettbewerbsplatzierung und Interessenpotential) zum Thema Natur



# Kerngeschäfte

## Aktiv/Gesundheit



### Stärken, Positive Entwicklung...

- Natur, Felsen und landschaftliche Vielfalt werden als wesentliche Alleinstellungsmerkmale gesehen
- Sehr gute Positionierung als Naturregion
- Sehr gute Voraussetzungen zum **Naturerleben und Aktiv sein** (insb. Wandern, Klettern, Radfahren), **Sehr gut aufgestellt als Wanderregion/Aktivregion**
- **Nationalpark** als wichtiges Aushängeschild
- Erlebnis Natur und Aktiv als eines der fünf wichtigsten Themen in Bezug auf die künftige touristische Entwicklung der Sächsischen Schweiz aus Sicht der Einwohnenden
- Themenschwerpunkt Gesundheit insbesondere bei Bad Schandau, Bad Gottleuba-Berggießhübel



### Aber

- Punktuelle Überlastungen sowie Naturbelange bedürfen konsequente und kreative Besucherlenkung
- Weiterentwicklung mit Herausforderungen, bspw. naturschutzrechtliche Faktoren, Wirtschaftlichkeit
- Gesundheit läuft über Kliniken, aktuell keine ausstrahlend auf die gesamte Region
- Vorhandene Infrastrukturen können durch Inszenierungen weiter aufgewertet werden → Gäste sind vermehrt auf der Suche nach neuen Produkten, außergewöhnlichen Erlebnissen

# Kerngeschäfte

## Kultur/Städte



### Stärken, Positive Entwicklung...

- Ausgewählte Highlights wie Felsenbühne, Festung und Veranstaltungen sowie kleine kulturelle Angebote in der Fläche (aber nicht vergleichbar mit Dresden vor der Tür)
- Erlebnisse sind sachsenweit interessant (aber nicht national)
- Kernaussage der Akteure „Kultur gehört dazu“ „Wir sind eine Natur- und Kulturlandschaft“



### Aber

- Offene Frage Gleichrangigkeit von Natur und Kultur auf einer Ebene?
- Geschichte bisher wenig erlebbar (und inszeniert)
- Destinationsentscheidung Landschaft/Natur und Sehenswürdigkeiten, wenig Kunst/Kultur (Qualitätsmonitor 2011/2012)
- Geringes Angebot im Kulturbereich im Vergleich zu anderen Regionen → Bessere Vernetzung, Erlebbarmachung, Verschneidung der vorhandenen Kulturangebote mit Aktivangeboten (Ziel Schlechtwetterangebot)

# Kerngeschäfte

## Familie



### Stärken, Positive Entwicklung...

- Familien als große Gästegruppe
- Freizeitbroschüre bündelt Angebote für Familien



### Aber

- Bedarf zur Erhöhung der Familienfreundlichkeit bei Angeboten (Spielecken, ruhige Zonen, betreute Angebote, attraktive Speisekarten, passende Übernachtungsangebote wie z.B. Familienanlagen, Hotels)
- Auch hier Relevanz des Themas Barrierefreiheit

# Querschnittsthemen

## Nachhaltigkeit



### Stärken, Positive Entwicklung...

- Hohe Relevanz für die zukünftige touristische Entwicklung aus Sicht der Tourismusakteure + zweitwichtigstes Themen aus Sicht der Einwohnenden
- Zahlreiche Erfolge in der Region, bspw.
  - Nachhaltigkeitsmanagement, Nachhaltigkeitsgremium
  - Bundeswettbewerb „Nachhaltige Tourismusdestinationen“
  - 2017 Nachhaltigkeitsstrategie für die Destination
  - Projektumsetzungen zu Themen Mobilitätsleistungen, Saisonverlängerung, Nachhaltigkeitstag, Beratung etc.
  - Zertifizierung zur nachhaltigen Reiseregion im Jahr 2021



### Aber

- Fokus Gast: Sensibilisierung bei Gästen wichtig, da Thema schwer greifbar und eher Bausteine konkret nachgefragt sind
- Fokus Leistungsträgern: Entwicklung von Angeboten noch ausbaufähig; bisher noch nicht gut greifbar/erfahrbar, noch zu wenig überzeugte Touristiker in der Region



# Querschnittsthemen

## Qualität



### Stärken, Positive Entwicklung...

- **Thema Qualität – wird als wichtiges Querschnittsthema verstanden und forciert**
  - Viele positive Entwicklungen in der Vergangenheit
  - TV mit verschiedensten Angeboten, insb. Schulung, Beratung
  - Servicequalität und Gastfreundlichkeit werden von Seiten der Tourismusakteure als sehr wichtig eingestuft
  - Nach aktuellem Stand hohe Gästezufriedenheit innerhalb der Region (TrustScore 2019)



### Aber

- **Gastfreundschaft jedoch noch ausbaubar**
- **Gästebewertungen werden teilweise als wichtiger erachtet als Zertifizierungen und Klassifizierungen der jeweiligen Betriebe → damit einhergehend sinkende Akzeptanz der Betriebe, in diesen Bereichen zu investieren**
- **Bedarf zur gemeinsamen Weiterentwicklung der Potentiale der Gästeführungen, inkl. Stärkung der Vernetzung, Wahrnehmung, Wertschätzung u.v.w.**

# Nischen

## ■ Barrierefreier Tourismus

- Bisher kaum Beachtung gefunden – aufgrund Relief in der Fläche schwierig; gesellschaftliche Relevanz muss jedoch beachtet werden und auch bei den Leistungsträgern vor Ort bei künftigen Investitionen und Weiterentwicklungen berücksichtigt werden

## ■ Kulinarik

- Kein gesondertes Thema im Marketing – **könnte aber in Verbindung mit reg. Produkten gespielt werden**
- Keine gewachsenen traditionellen Gerichte innerhalb der Region
- Problemfelder in der Gastronomie Quantität und Qualität: Versorgung der Gäste durch fehlende Kapazitäten (fehlendes flächendeckendes Angebot, Gaststättensterben, fehlende Bäckereien,), überfüllte Gaststätten, früher Küchenschluss und Schließtage/nicht abgestimmte Ruhetage ; Service unfreundlich, Speisequalität, Personalmangel, Entwicklung Anzahl Restaurantplätze & Bettenkapazitäten sowie Datenaktualität

## ■ Tagungstourismus

- Kaum Räumlichkeiten für größere Gruppen über 150 Personen, für Unternehmen kein tragendes Thema
- Herausforderungen im Zuge der Pandemie
- **Kleine Teamevents etc. denkbar**

# Blitzlichter: Evaluierung des bestehenden Leitbildes



## 3 Handlungsebenen mit 204 Maßnahmen

- **Umsetzungsstand insgesamt**
  - **52 umgesetzt**
  - **23 in Planung / in Umsetzung befindlich**
  - **31 nicht umgesetzt**
  - **98 ungewiss/noch zu klären da ortsbezogen bzw. nicht mehr relevant**
- **Umsetzungsstand nach Aktionen (ohne unklare Maßnahmen)**
  - **49 % umgesetzt | 22 % in Realisierung/Planung | 29% nicht umgesetzt**
- **Umsetzungsstand nach Handlungsebenen (ohne unklare Maßnahmen; alle)**
  - Regionale Maßnahmen (39%; 39%)
  - Kleine regionale Maßnahmen (33%; 23%)
  - Ortsbezogene Maßnahmen (59%; 22%)

# Schlussfolgerungen

## Was heißt das für das neue Leitbild und die Sächsische Schweiz?

### ■ Qualitative Ziele

- Wichtige aktuelle Handlungsfelder sind in den bisherigen Qualitativen Zielen bereits formuliert → **ein Großteil der qualitativen Ziele sollte fortgeführt, weitere ergänzt oder konkretisiert werden**
- Aber offen bleibt: Was ist unsere gemeinsame Vision? Auf welchen Tourismus wollen wir hinsteuern? Wie soll der Tourismus 2030 in der Sächsischen Schweiz aussehen

### ■ Marktsegmente

- Ein ganzheitlicher Tourismus sowie Qualität und Nachhaltigkeit als wichtige Querschnittsthemen sind im bestehenden Leitbild bereits mitgedacht → **Für die Themen Nachhaltigkeit, Qualität und Tourismus als Schnittstelle scheint allerdings eine Priorisierung sinnvoll und gewollt**
- Die Kerngeschäfte wurden teilweise konsequent, teilweise wenig weiterentwickelt  
→ **eine Aktualisierung und Anpassung der Kerngeschäfte wird empfohlen**  
→ **Offene Fragen: Rolle der Kultur? Familie als Thema? Ein anderer Ansatz?**

### ■ Maßnahmen

- Das umfassende Maßnahmenprogramm mit regionalen und örtlichen Maßnahmen wurde nur teilweise umgesetzt → **Empfehlung: Aufnahme regional bedeutsamer Maßnahmen sowie beispielhafter lokaler Projektideen, die in die künftigen Ziele und Handlungsfelder einzahlen**





