

Tourismusleitbild Sächsische Schweiz

Anlage 1: Analyseergebnisse



© TMGS - Sebastian Rose
Blick auf die Felsenlandschaft der Sächsischen Schweiz

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 Haushalt.

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



Konnektivität



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 Beherbergungskapazitäten & 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 abhängigen, 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?

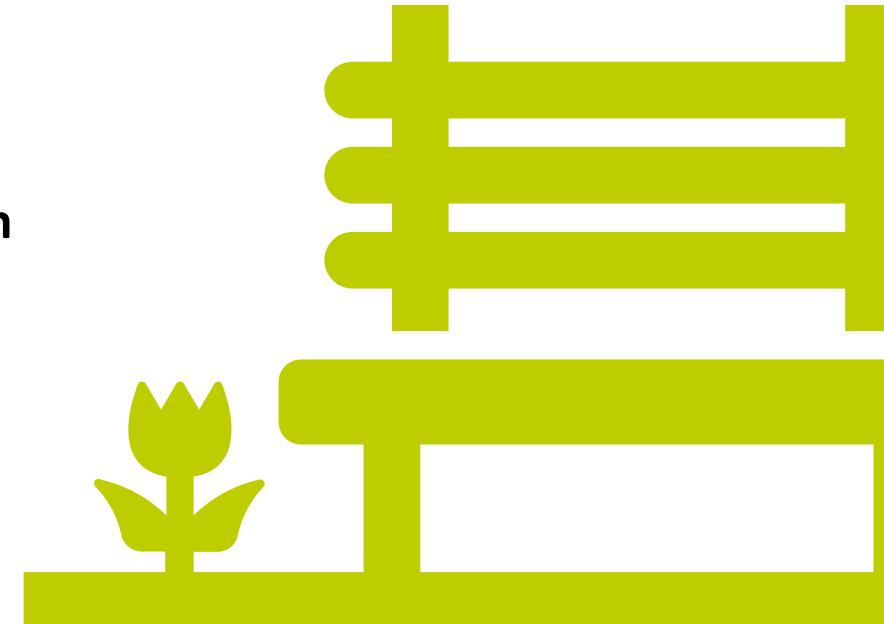
- Auf Reisen möchten Menschen in immer kürzerer Zeit möglichst viel Neues erfahren und wahrnehmen. Gerade nach Corona gibt es einen „Erlebnisstau“.
- Erlebnisse stehen im Mittelpunkt: Gäste wollen „**neue Angebote, Produkte und Events mit Erlebnischarakter**. Vorhandene Infrastrukturen können durch **Inszenierungen** 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 aufzuhalten** ...
- 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!



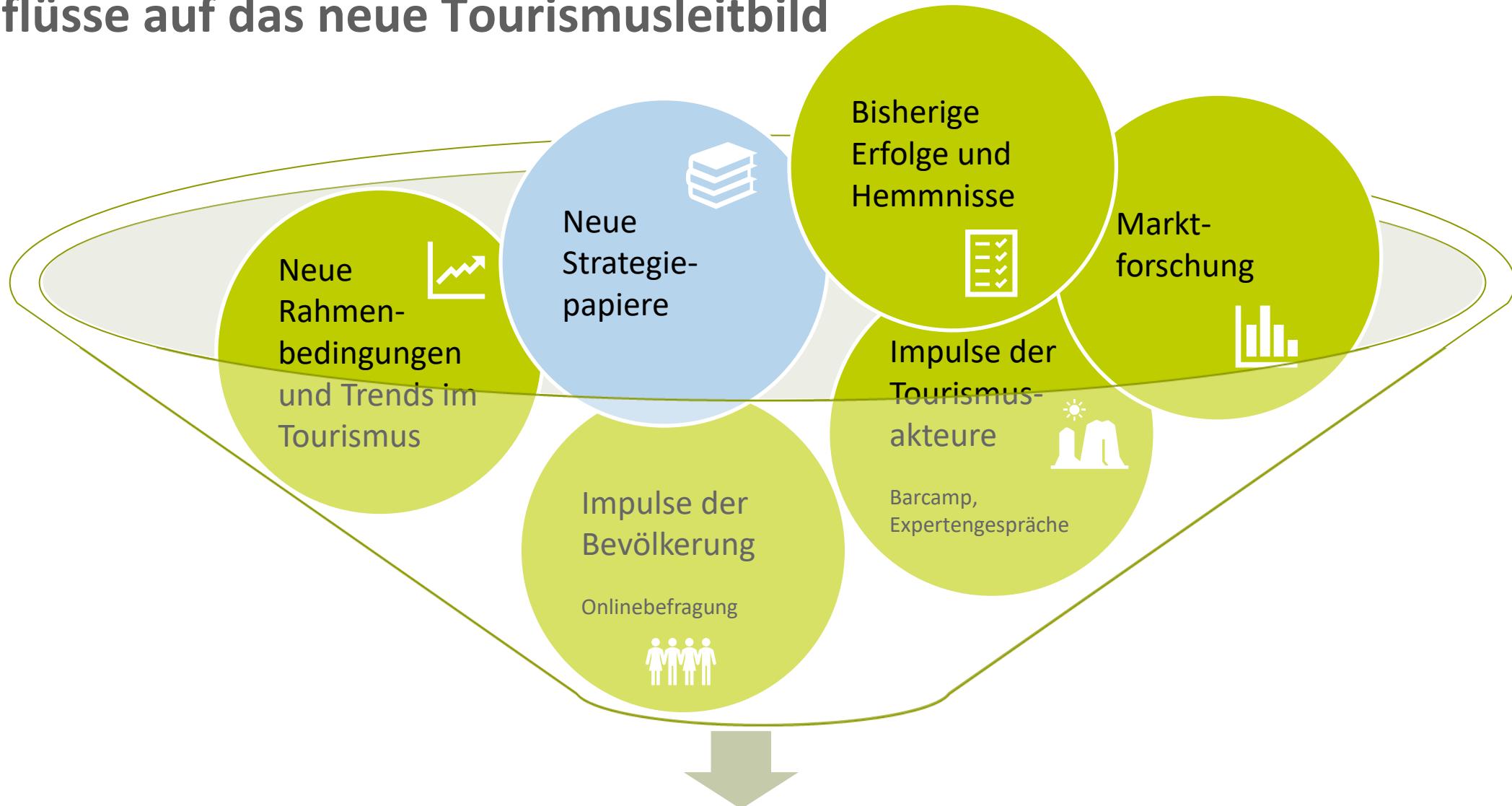
Megatrend Konnektivität

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 Tourismusleitbild



Strategiepapiere und Daten/Zahlen/Fakten

■ Prüfung neuer Strategiepapiere

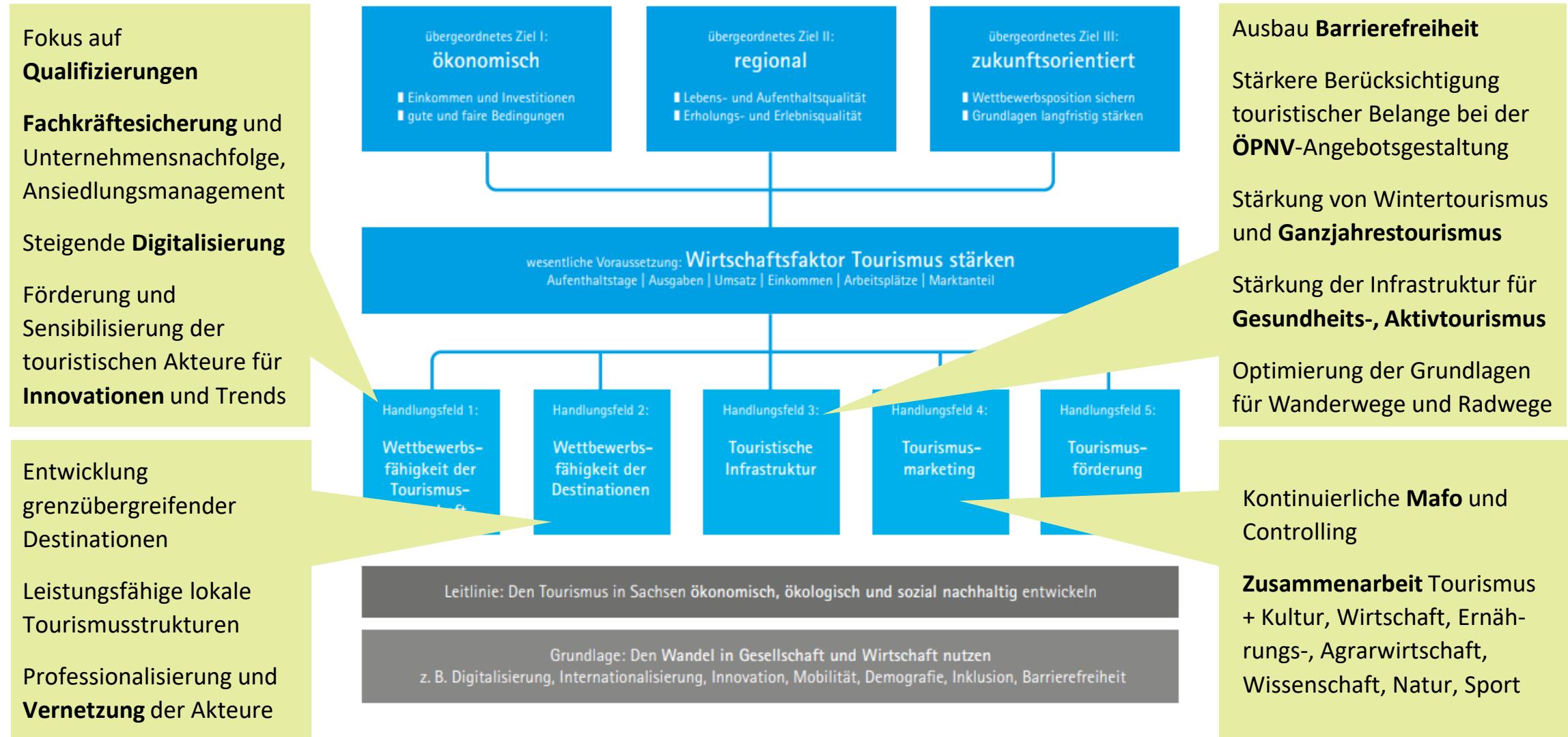
- Tourismusstrategie Sachsen 2025 (2019)
- Destinationsstrategie Sächsische Schweiz 2021 (2021)
- Nachhaltigkeitsstrategie für die Destination SSW (2017)
- Marketingplanungen (2021)
- LEADER-Entwicklungsstrategie (aktuell in Überarbeitung)

■ 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 2020Umfrage 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.

Ende 2019 – Mitte 2020
wurden neue Personas für
Sachsen entwickelt

Marketing im Inland	
Zielgruppen	Themen
anspruchsvolle Kultururlauber 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

Marketing im Ausland	
Quellmärkte	Themen
USA China Russland Großbritannien Italien Schweiz Tschechien Polen Österreich Niederlande	Kultur Geschichte Brauchtum Städte Kultur Geschichte Brauchtum Städte Aktivurlaub

Marketinginstrumente		
Kommunikation	Vertrieb	Marktforschung

Aktuelle Ausrichtung
der TMGS entsprechend
Marketingplan 2021:

Leitkategorien:
Städte- und Kultururlaub
Aktiv- und Natururlaub
Familienurlaub

Querschnittsthemen:
Barrierefrei
Nachhaltigkeit

Kooperationsangebote

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

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-Böhmischa 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-Böhmisches Schweiz (2018 modernisiert):
REGIONENMARKE mit Familienmarken-Strategie, inkl. Institutsmarken, Destinationsmarken, Produkt-/Veranstaltungsmarken

Thematisches Marketing wird dem Zielgruppenmarketing übergeordnet; Schwerpunktthemen:



1.
Natur



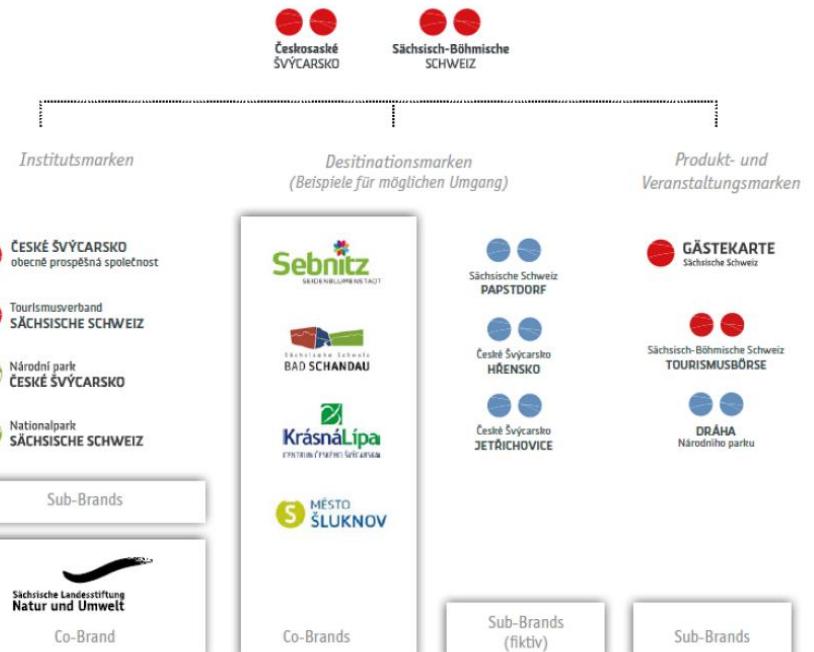
2.
Erlebnisangebote



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

		Sächsische Schweiz – Willkommen in der Landschaft Zukunft				
		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				
Leitbild		A Wirtschaft, Nahversorgung und Fachkräftesicherung		B Mobilität und technische Infrastruktur	C Bildung, Soziales und Ehrenamt	D Siedlungs- und Ortsentwicklung
Strategische Ziele und Grundsätze		A.1 Wirtschaftliche Basis, regionale Wertschöpfung und nachhaltige regionale Wirtschaftskreisläufe stärken, u.a. zur Sicherung einer flächen-deckenden Nahversorgung	A.2 Rahmenbedingungen zur Erschließung und Kompetenzentwicklung des Arbeitskräftepotenzials verbessern	B.1 Erreichbarkeit von Arbeitsplätzen, Versorgungs-/ Bildungseinrichtungen und touristischen Highlights bedarfsgerecht und ökologisch verträglich verbessern	B.2 Technische Infrastruktur zukunftsfähig gestalten	C.1 Wohnortnahe Infrastrukturen, bürgerschaftliches Engagement und Solidargemeinschaft stärken und vernetzen
Handlungsfelder und Handlungsfeldziele		E Natur, Kulturlandschaft und Klimaschutz		F Tourismus, Kultur und Freizeit		
		E.1 Natürliche Ressourcen sichern und nachhaltig nutzen	E.2 Erholungseignung, Struktur- und Artenvielfalt der Kulturlandschaft verbessern	E.3 Klimafreundliche Energiegewinnung ausbauen und Energieeffizienz verbessern	F.1 Touristische Wertschöpfung durch Qualitätsverbesserung und Zielgruppenorientierung ganzjährig und nachhaltig erhöhen, v.a. linkselbisch	
G Prozessbegleitung, Kooperation und Kommunikation						
G.1 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 Ruhetagen, 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 Hönenmann (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...

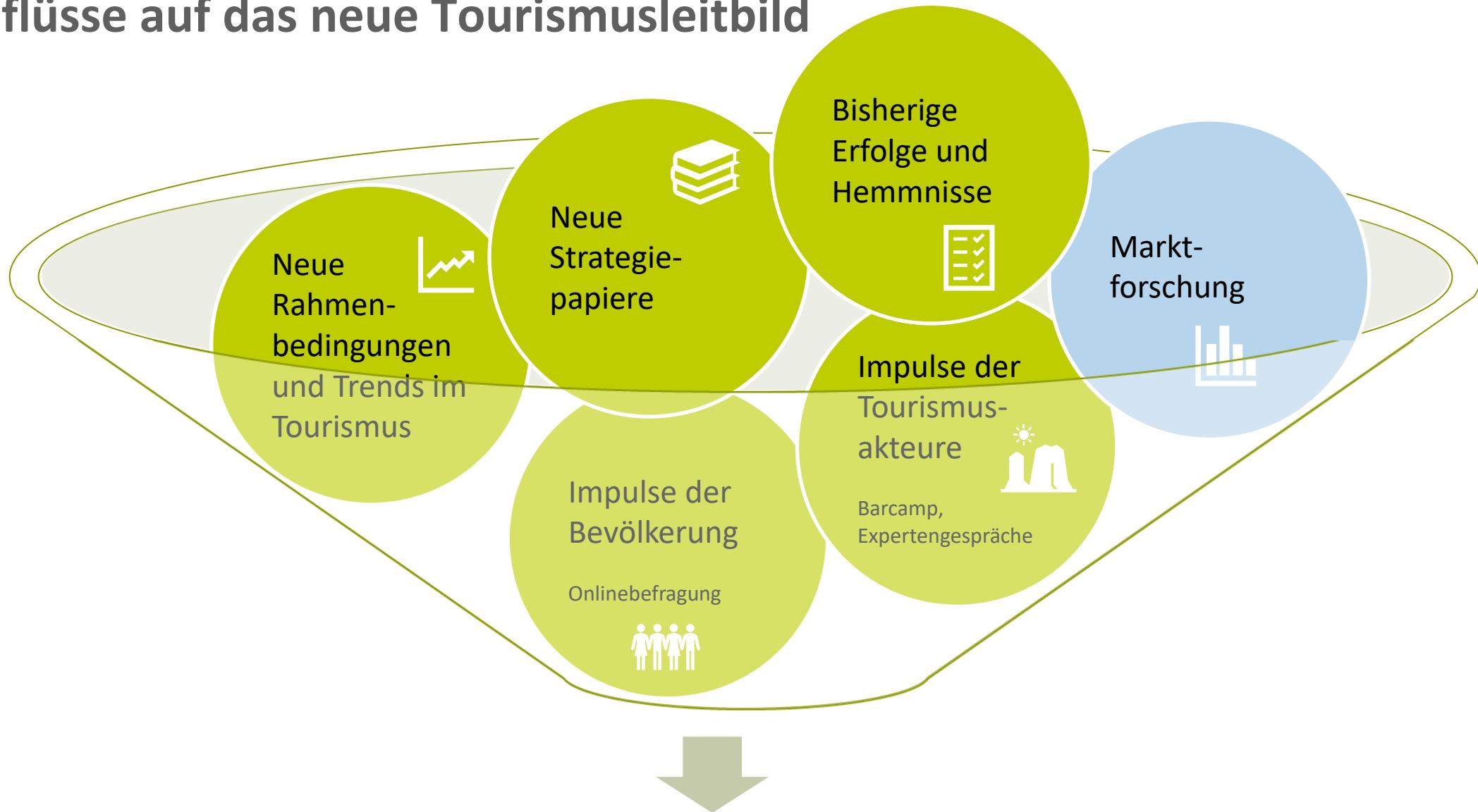
- Kontinuierliche Arbeit auf Basis **strategischer Grundlagen in der Sächsischen Schweiz**
- **Bisheriges Tourismusleitbild berücksichtigt die Kerninhalte der übergeordneten Tourismusstrategie Sachsen 2025**
- **Die neu entwickelte Destinationsstrategie umfasst bereits eine Vielzahl strategisch relevanter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



Aber... Herausforderungen, Entwicklungsperspektiven

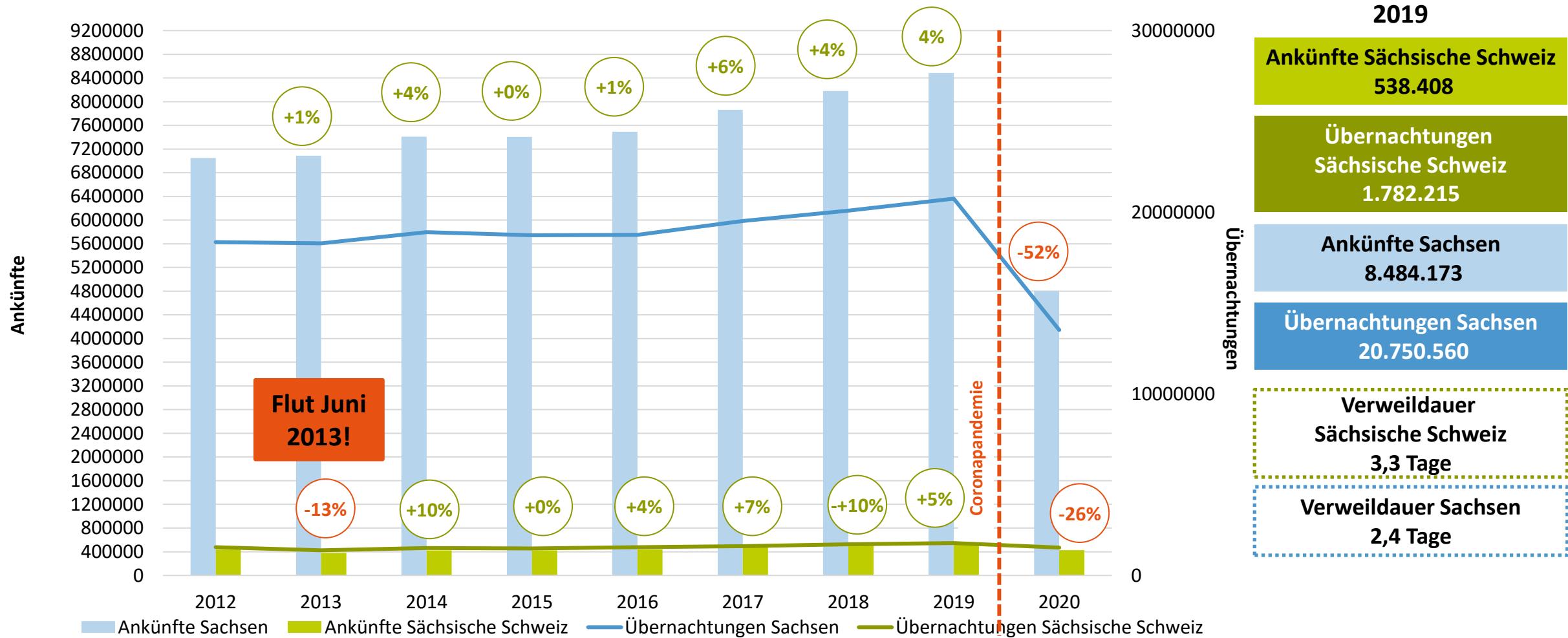
- **Trotz bereits guter Positionierung sind stetige Weiterentwicklungen unabdingbar, insbesondere hinsichtlich folgender Schwerpunkte:**
 - Weiterentwicklung im Bereich des ÖPNV
 - Fachkräfte sicherung
 - Qualitätsentwicklung
 - Stärkung der Barrierefreiheit
 - Berücksichtigung der steigenden Anforderungen 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 Tourismusleitbild



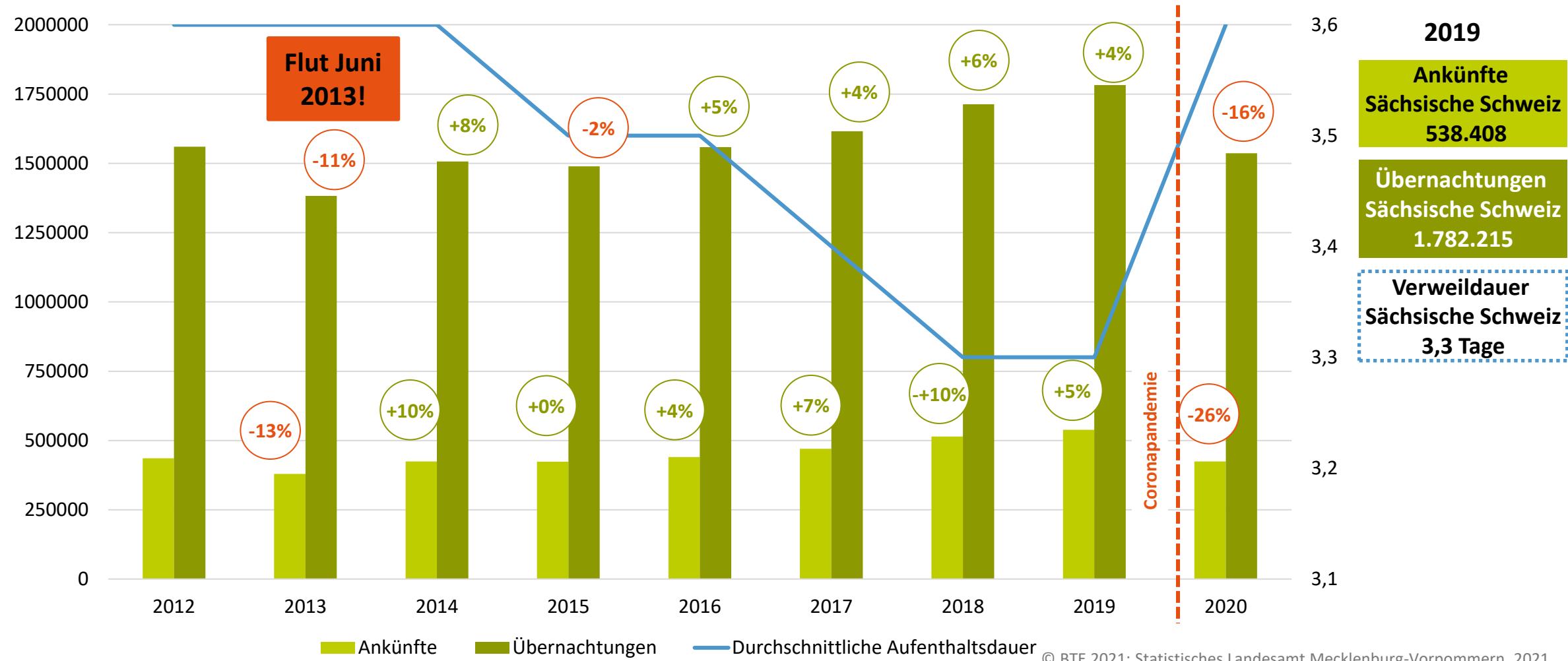
Ankünfte und Übernachtungen laut amtlicher Statistik

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



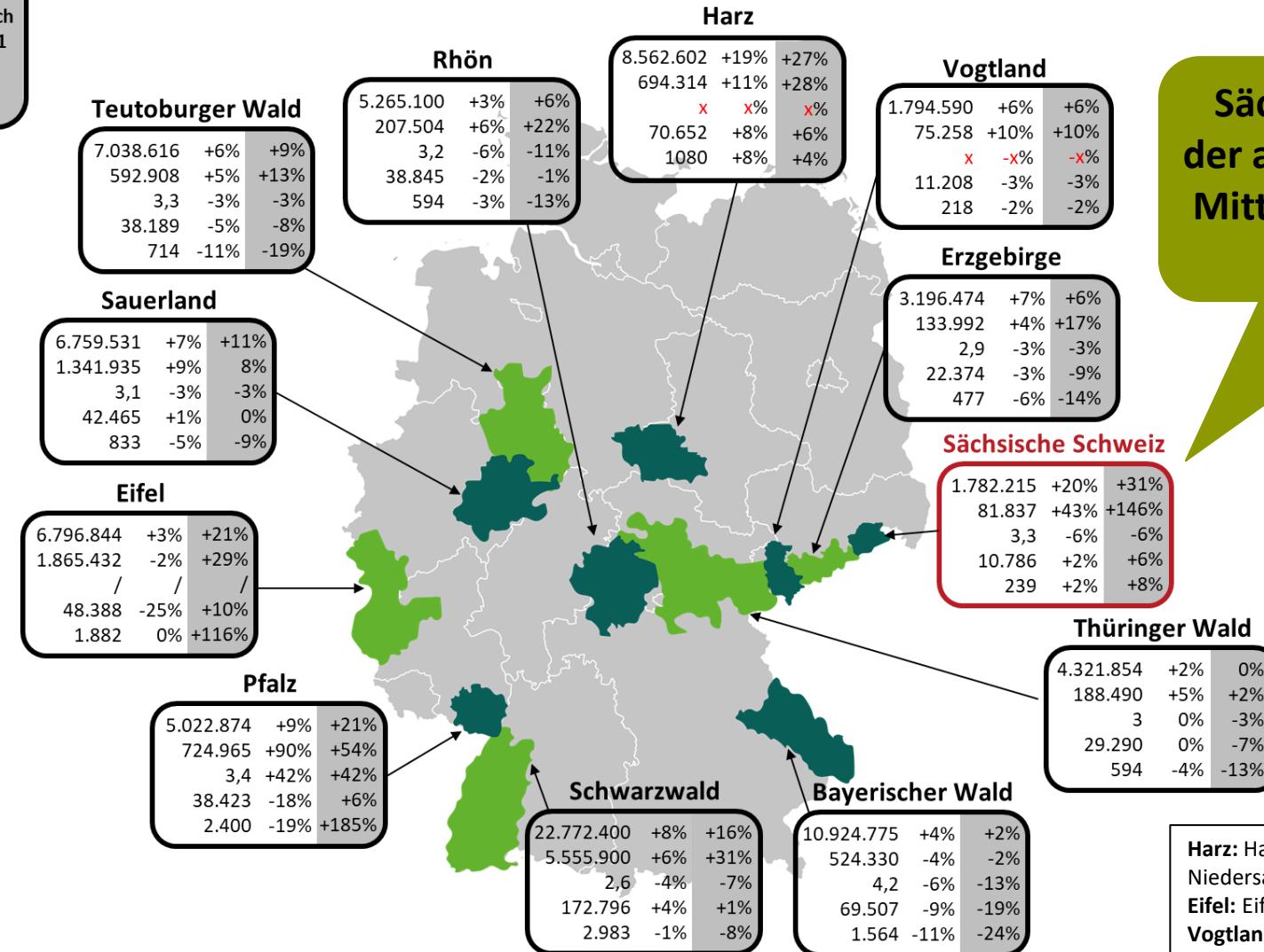
Ankünfte und Übernachtungen laut amtlicher Statistik

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



Benchmark – Vergleich der deutschen Mittelgebirgsregionen

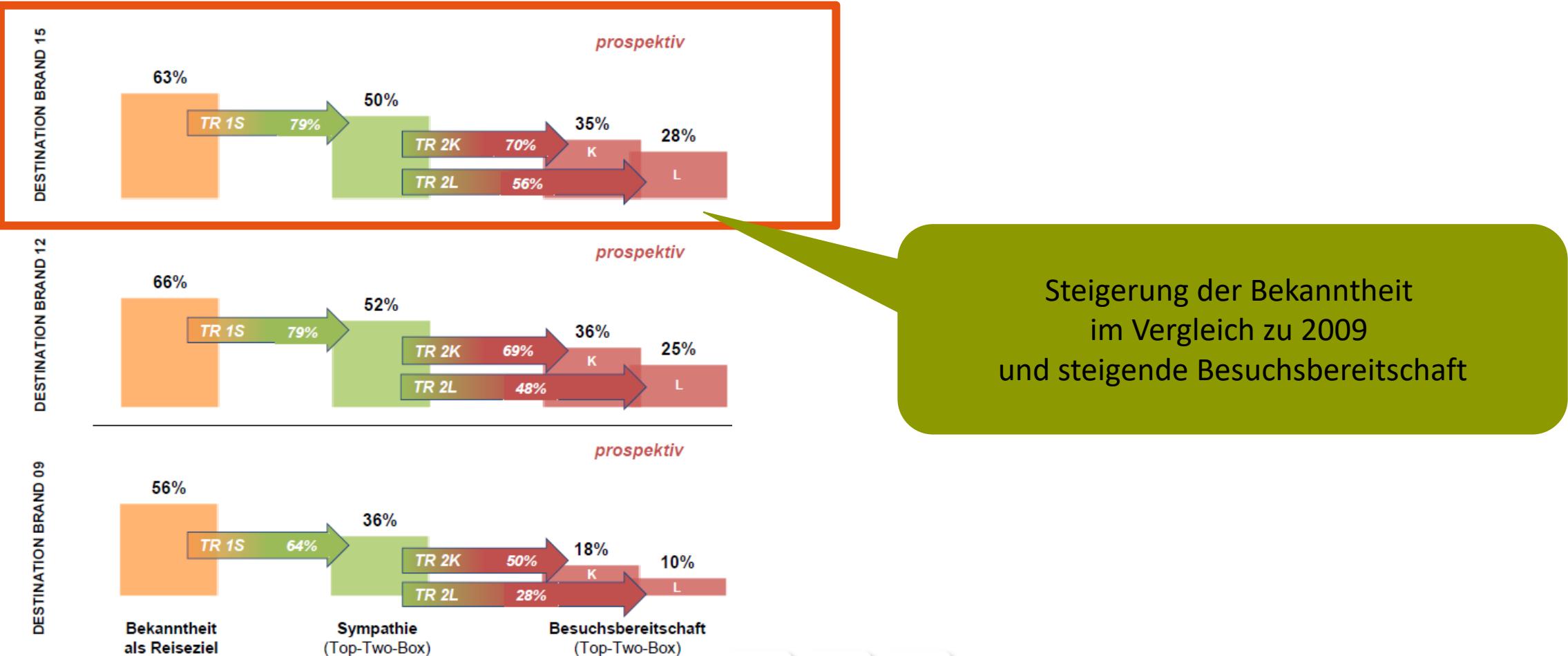
Werte 2019	Vergleich zu 2015	Vergleich zu 2011
Übernachtungen davon ausländische		
Ø Aufenthaltsdauer		
Bettenanzahl		
Anzahl Betriebe		



Sächsische Schweiz zählt zu der am stärksten gewachsenen Mittelgebirgsregion innerhalb Deutschlands

Image und Bekanntheit

Markentrichter Destination Brand 15 Sächsische Schweiz-Elbsandsteingebirge



Steigerung der Bekanntheit
im Vergleich zu 2009
und steigende Besuchsbereitschaft



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

Benchmark

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



... für Kurzurlaube

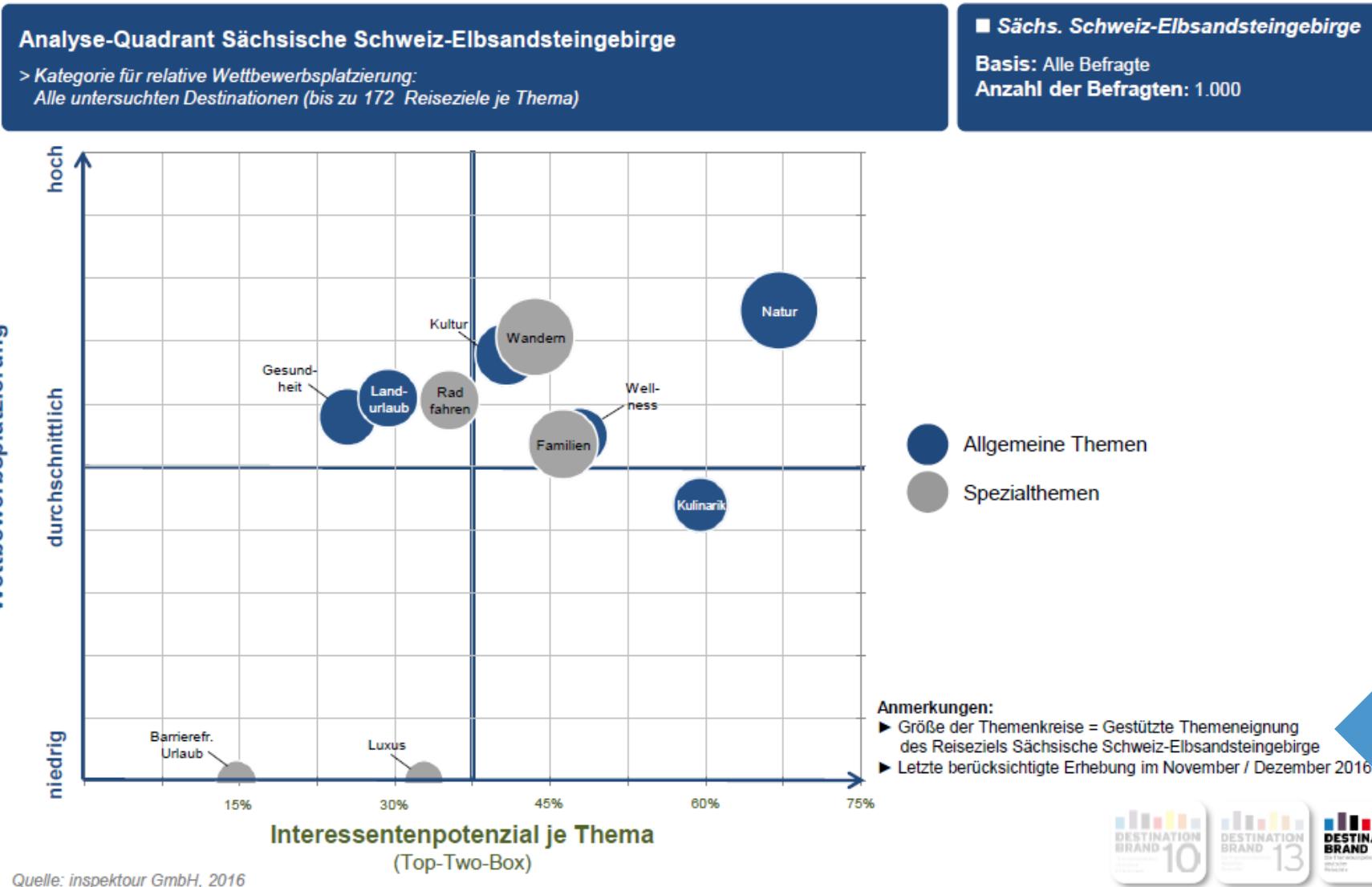
Ranking Gebirge	Gesamt- Ranking
1 Schwarzwald	7
2 Harz	8
3 Allgäu	12
4 Bayerischer Wald	13
5 Eifel	17
6 Alpen	20
7 Sächsische Schweiz / Elbsandsteingebirge	21
8 Sauerland	29
9 Erzgebirge	32
10 Thüringer Wald	51



... 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



Gestützte Themeneignung

Gestützte Themeneignung für die Allgemeinen Themen

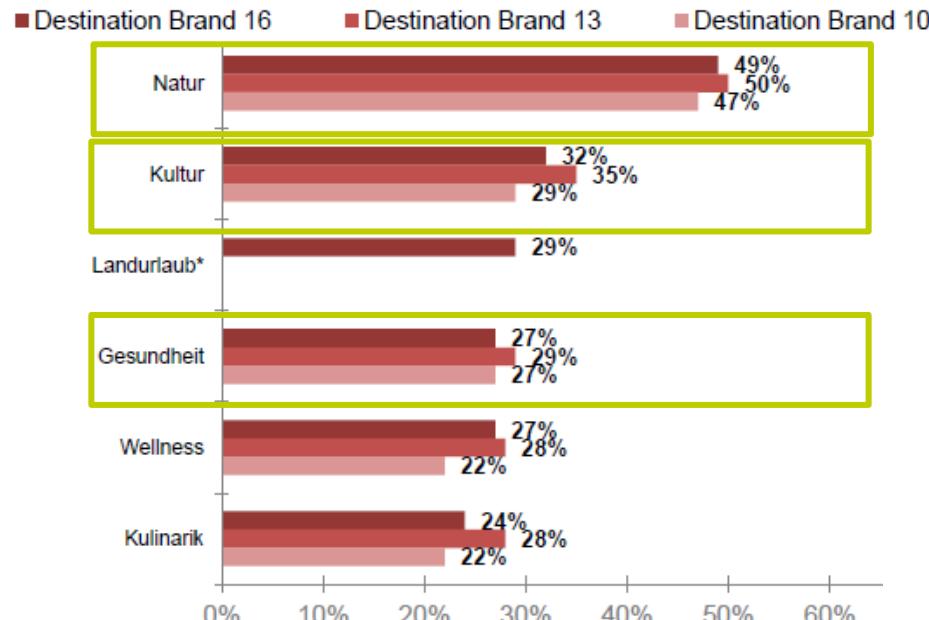
> Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten)?

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

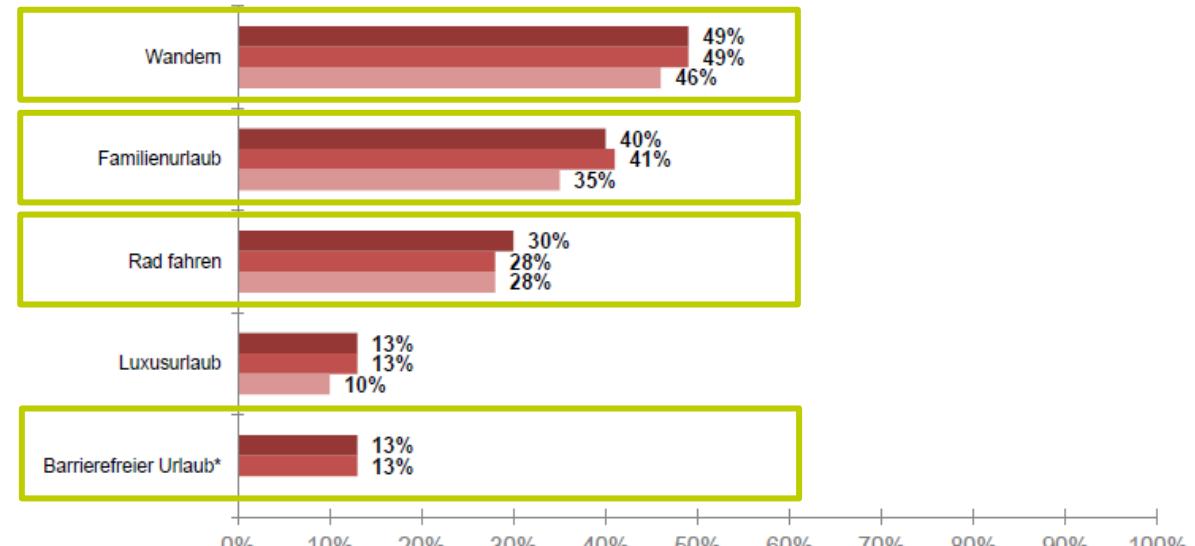
■ DB10: Sächsische Schweiz //
DB13+16: Sächsische Schweiz-
Elbsandsteingebirge

Basis: Alle Befragte

Anzahl der Befragten: mind. 1.000



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



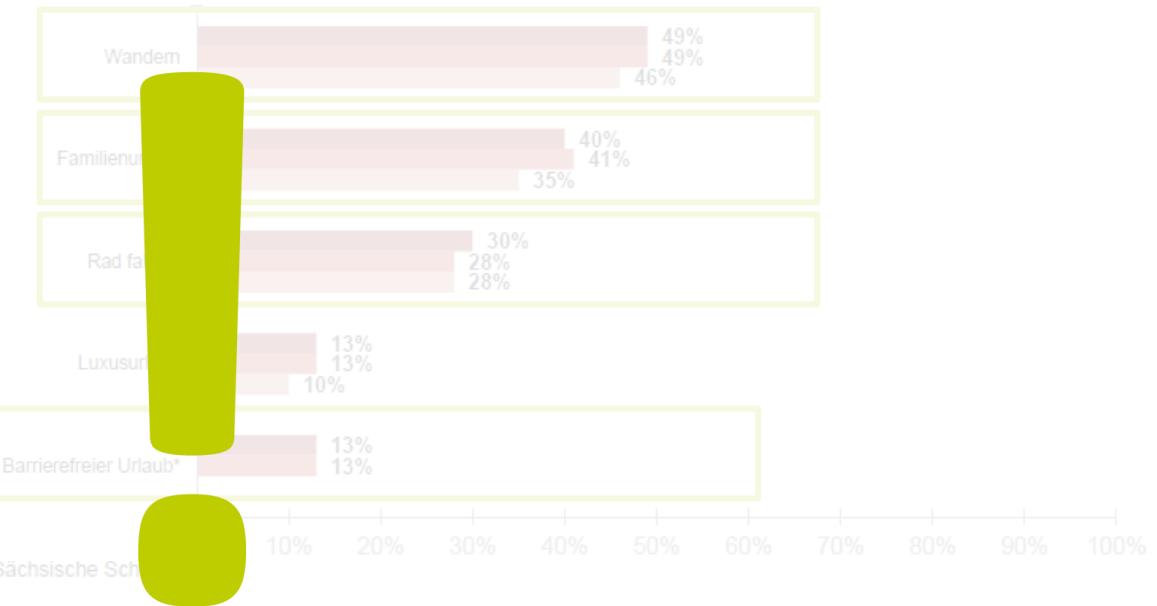
Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT), 2011 / 2013; inspektour GmbH, 2016

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.

Im Konkurrenzvergleich wird die Sächsische Schweiz wie folgt eingestuft:

- Gesundheit → Platz 73 von 172 Destinationen
- Kulinarike → 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



BTE-Bewertung: Touristische Nachfrage



Stärken, Positive Entwicklung...

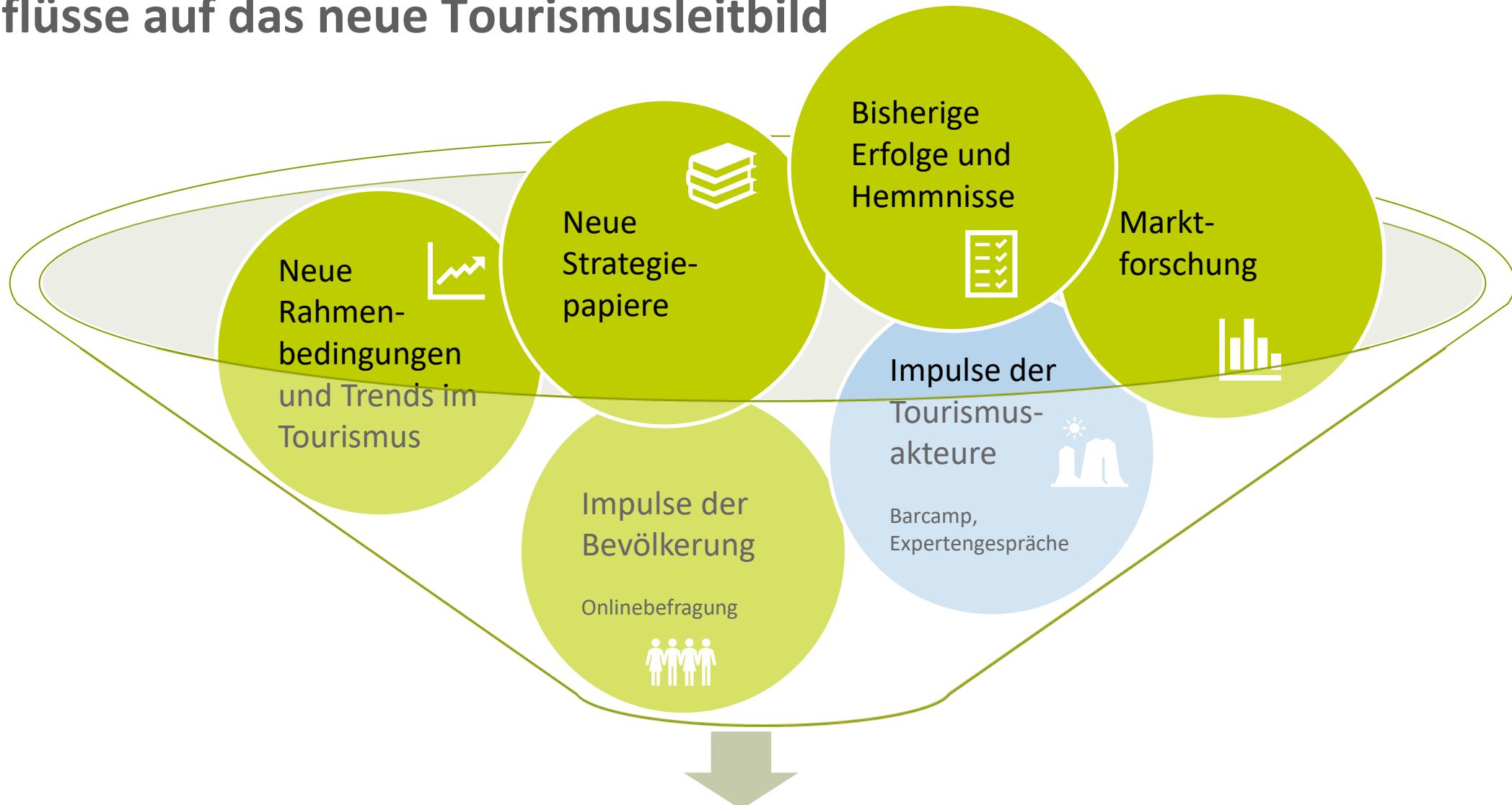
- Gute Arbeit in der Vergangenheit zeigen eine positive Entwicklung der Bekanntheit und Tourismusentwicklung
- Hohes Interessenpotential und hohe Wettbewerbsplatzierung zum Thema Natur, aber auch Wandern und Radfahren (Aktiv)
- Thema Kultur mit höherer Wettbewerbsplatzierung, Familie mit höherem Interessenpotential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

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

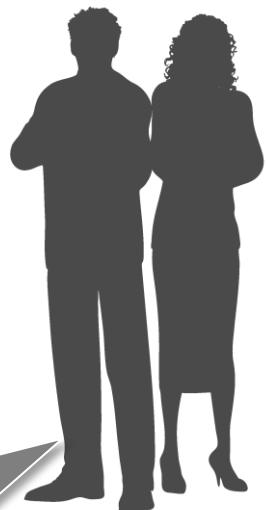


„Ganzheitliches Bild der Sächsischen Schweiz gilt es stärker in den Fokus zu rücken → Elemente der Kulturlandschaft sollen in touristische Nutzung übertragen werden.“

„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 Versorgungen 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

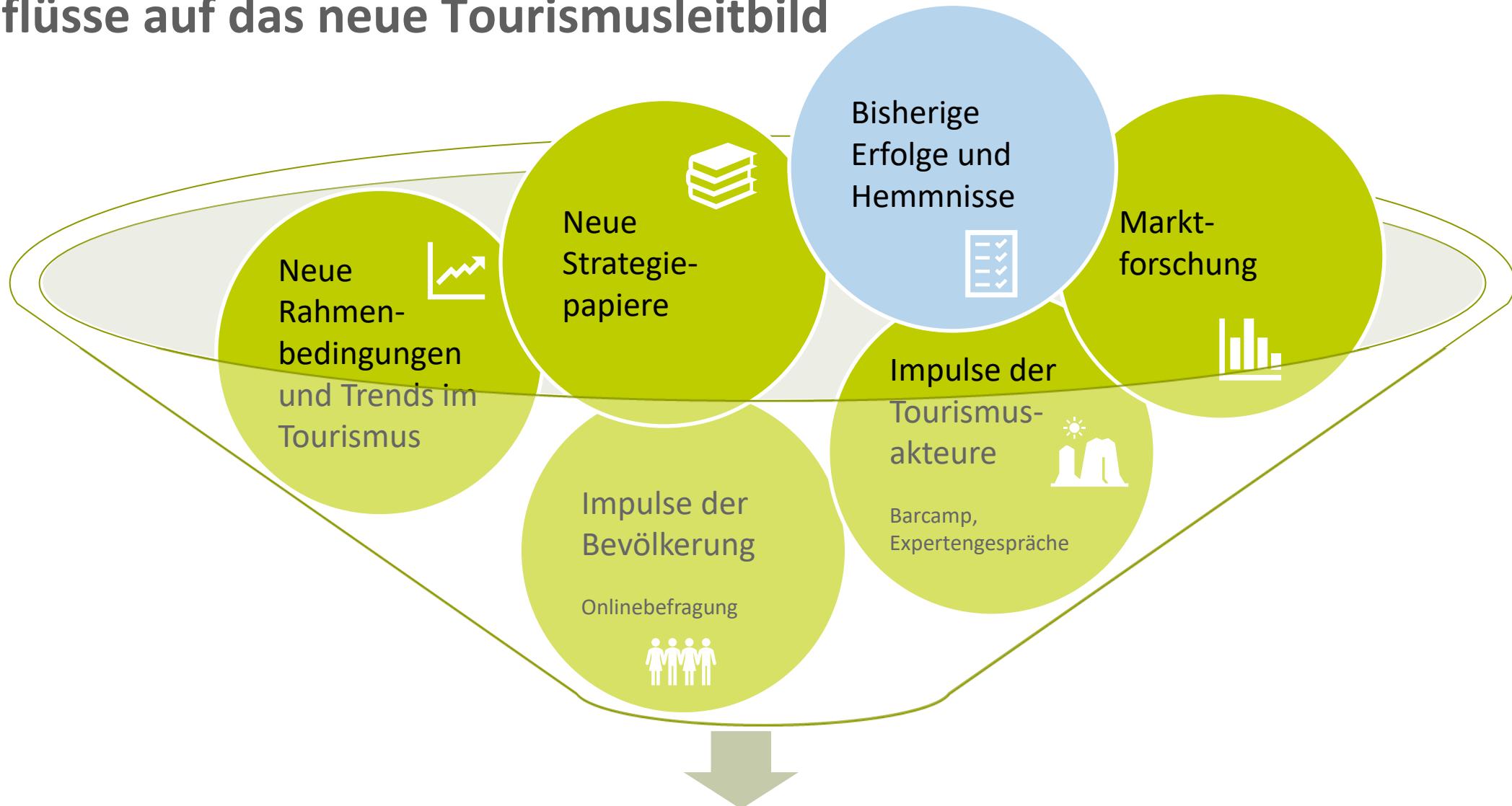


- Ausweitung und Weiterentwicklung von **Infrastrukturmaßnahmen** (ÖPNV, interaktives Parkplatzleitsystem/Parkraummanagement, Besucherlenkung etc.)
- Ausbau und Weiterentwicklung der Angebote im Bereich **Nachhaltigkeit, Qualität und Barrierefreiheit!**
- Stärkung des Vertriebs der **Gästekarte-Mobil** → 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



Einflüsse auf das neue Tourismusleitbild



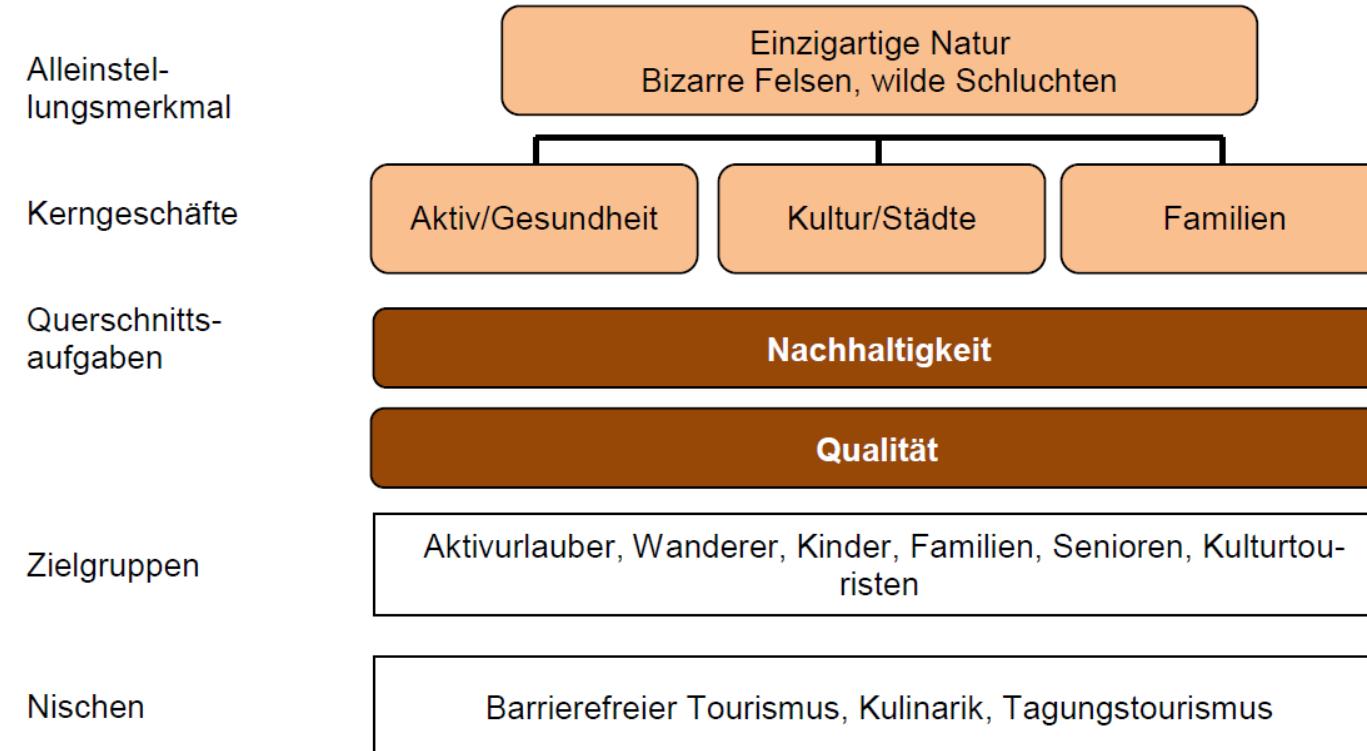
Tourismusleitbild Sächsische Schweiz 2030

Tourismusleitbild 2025 – altes Leitbild

Marktsegmente

Ein Blick ins aktuelle Leitbild
Was haben wir erreicht? Wo stehen wir?

Qualitative Ziele



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 Positionierung; 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 verschiedenen 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

■ Kulinistik

- 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 ortsbzogen 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 umfassendes 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**



