



Sächsisch-Böhmische  
SCHWEIZ

# Marketingplan 2025

## Sächsische Schweiz



## Einführung

Der Marketingplan 2025 enthält die wichtigsten Marketingmaßnahmen des Tourismusverbandes Sächsische Schweiz e.V. für das kommende Jahr.

Dabei bewegt er sich im Spannungsfeld prägender Ereignisse, die auch auf die strategische Ausrichtung des TVSSW und auf die daraus folgenden Werbemaßnahmen Einfluss haben. Der Fokus auf Themen wie Nachhaltigkeit und ganzjährig attraktive Produktangebote haben längst ihren Platz im Marketingplan gefunden.

Als allgemeine Basis für die Vermarktung wurde folgendes Ziel definiert: Das mengenmäßige Wachstum soll nicht zwingend im Mittelpunkt stehen. Vielmehr geht es um Wertschöpfung und positive Beiträge zur Regionalentwicklung, welche vor gewaltigen Herausforderungen steht. Zu klären sind zukunftsfähige Verkehrslösungen, die intelligente Lenkung von Besucherströmen und nicht zuletzt die Struktur des Tourismusmanagements in der Region, für die es Synergieeffekte optimal zu nutzen gilt. Die Abteilung Destinations- und Organisationsentwicklung, widmet sich diesen grundlegenden Fragestellungen und gestaltet vor allem die Prozesse der Zusammenarbeit innerhalb der Region neu. Für die Außenkommunikation ist die Abteilung Marketing/Produktentwicklung zuständig. Grundlage für die geplanten Maßnahmen ist die Marketingstrategie des TVSSW. Sie wird regelmäßig überprüft und wenn erforderlich angepasst.

Der positive Trend der letzten Jahre zeigt, dass die konsequente Marktbearbeitung und Positionierung der Sächsischen Schweiz als Natur- und Aktivregion erfolgreich sind. Das Bewusstsein für die Etablierung der Region als nachhaltige Tourismusdestination hat hierbei höchste Priorität und fließt bei allen Überlegungen, Handlungen und Maßnahmen ein.

## Ziel

**Ziel ist es, die Sächsische Schweiz als ganzjährig attraktives Reiseziel zu platzieren und Menschen zu erreichen, die mehrtägige Reisen buchen, um (1) Natur zu erleben, (2) sich zu bewegen/aktiv zu sein, (3) eine Region kennen zu lernen, (4) Sehenswürdigkeiten zu besichtigen und (5) den Alltag hinter sich zu lassen.**

## Kernthemen

Chancenreiche Themen verfügen über ein hohes Marktpotenzial, sind dadurch andererseits durch eine starke Wettbewerbsintensität geprägt. Daher müssen eine hohe Attraktivität und Qualität des eigenen Angebots gegeben sein, um sich erfolgreich am Markt zu positionieren.

Um die Destination Sächsische Schweiz von Mitbewerbern abzugrenzen und stärker in den Fokus der potenziellen und wünschenswerten Gäste zu rücken, wurden im Rahmen des Tourismusleitprozesses Alleinstellungsmerkmale und Kernkompetenzen herausgearbeitet. (Quelle: Tourismusleitbild 2030). Aufgabe des Marketings ist es, die Ergebnisse zu nutzen, um passende Maßnahmen zu entwickeln und umzusetzen.

## Alleinstellungsmerkmal der Sächsischen Schweiz

Im Rahmen der Leitbildfortschreibung 2030 wurde für die Region Sächsische Schweiz folgendes Alleinstellungsmerkmal erarbeitet:



## Kernkompetenzen

Basierend auf den Analyseergebnissen aus dem Leitbildprozess sowie mit Blick auf die gemeinsame Evaluierung mit den Tourismusakteuren der Region wird angestrebt, das Profil der Sächsischen Schweiz auf drei Kernkompetenzen zu verdichten, die als Basis für das Storytelling dienen. Das Alleinstellungsmerkmal „Natur zwischen bizarren Felsen und wilden Schluchten in einer einzigartigen Nationalparkregion“ ist profilgebender Rahmen und sollte sich in allen Erzählsträngen wiederfinden. Ergänzend dazu gibt es übergreifende Strategiebausteine, die gesamtheitlich wichtig sind und grundsätzlich ebenfalls in allen Maßnahmen eine Rolle spielen.

Als Kernkompetenzen, d.h. Schlüsseleigenschaften mit Wettbewerbsvorteil, haben sich im Rahmen der Leitbildfortschreibung herauskristallisiert.:



### 1. Einmaliges Naturerlebnis

**Natur still genießen oder aktiv erfahren  
Naturereignisse und -beobachtungen**



### 2. Besondere Schauplätze

**Kunst, Museen, Freizeiteinrichtungen,  
Kultur, Handwerk, Tradition**

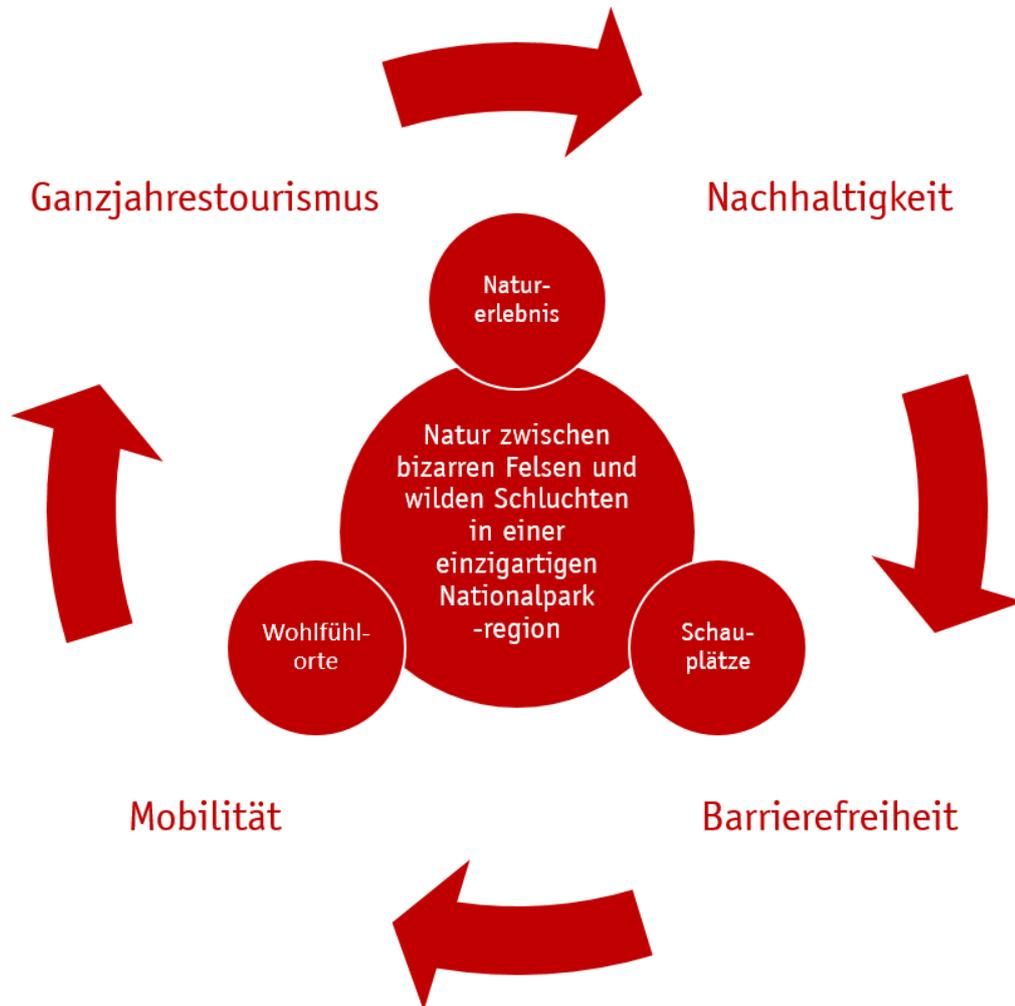


### 3. Ausgesuchte Wohlfühlorte

**Kurtradition, Wellness, Genuß und  
regionale Produkte, Zeit für mich**

## Übergreifende Strategiebausteine (Querschnittsthemen)

Übergreifende Strategiebausteine sind Querschnittsthemen, die in der Kommunikation und beim Entwickeln neuer Produkte eine permanente Rolle spielen.



### Ganzjahrestourismus

- Entwicklung und Kommunikation hochwertiger Angebote, die unabhängig von der Jahreszeit funktionieren; Verlängerung der Outdoorsaison
- Allwetterangebote von Freizeit- und Kultureinrichtungen
- Attraktivität der Region im Jahresverlauf kommunizieren
- Besondere Gastronomieangebote
- Attraktive Übernachtungspakete
- Besondere Veranstaltungen (z.B. 1. Winterfestival „Wintersterne“)

### Nachhaltigkeit

- Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie
- Weiterarbeit an der Aufstellung als nachhaltiges Reiseziel
- Unterstützung touristischer Unternehmen bei nachhaltigen Veränderungsprozessen unter Zuhilfenahme des Nachhaltigkeitsleitfadens und durch persönliche Beratungen

- Ausbau des Netzwerkes Nachhaltigkeitsinitiative Sächsische Schweiz
- Kooperation mit regionalen Initiativen wie Fahrtziel Natur, Gutes von Hier, Nationalparkpartnerprogramm
- Themenspezifisches Innen- und Außenmarketing
- Angebote der Partner der Nachhaltigkeitsinitiative werden mit einem Signet gesondert hervorgehoben und vermarktet. Es verbildlicht das zusätzliche Qualitätsmerkmal Nachhaltigkeit und soll es dem Gast so einfach wie möglich machen, wertvolle Angebote zu finden. Die Angebote der Partner werden landes- und bundesweiten Nachhaltigkeitskampagnen kommuniziert und über die Kanäle des TVSSW gesondert vermarktet. Weitere Infos: <https://verband.saechsische-schweiz.de/themen/nachhaltigkeit>

### Urlaub ohne Barrieren

- Barrierefreier Tourismus: Die Geschäftsstelle sowie die Sprecherfunktion der nationalen AG „Leichter Reisen in Deutschland“ befindet sich beim TVSSW. Es gibt eine gemeinsame Webseite, Social-Media-Aktivitäten, ein einheitliches Corporate Design und Marketingmaßnahmen; AG Broschüre in Deutsch und Englisch; Vermarktung der AG –Angebote über die Deutsche Zentrale für Tourismus und der Deutschen Bahn.

### Mobilität

- Die „Gästekarte *mobil* Sächsische Schweiz“ ist mittlerweile in vielen Kommunen eingeführt. Langfristiges Ziel ist es, möglichst die ganze Region zu gewinnen und die Nutzung des ÖPNV durch die Gäste zu steigern. Damit wird die Region von Autoverkehr entlastet.
- Das Thema nachhaltige Mobilität, z.B. Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln, wird in allen Medien des TVSSW explizit hervorgehoben, z.B. im Urlaubsmagazin oder auf der Webseite. Die Nutzung des ÖPNV für Wanderungen wird auch forciert durch Tourenvorschläge (z.B. Outdooractive) deren Start- und Endpunkt mit dem ÖPNV erreichbar ist.

## Quellmärkte

### Quellmärkte national

Bezogen auf die Gäste aus dem Inland zeigt sich eine sehr breite Verteilung der Quellmärkte auf die deutschen Bundesländer. Die Sachsen selbst können noch immer auf die größte Besucherzahl in der Sächsischen Schweiz verweisen. Ein ähnlich starker Markt ist die Region Berlin-Brandenburg.

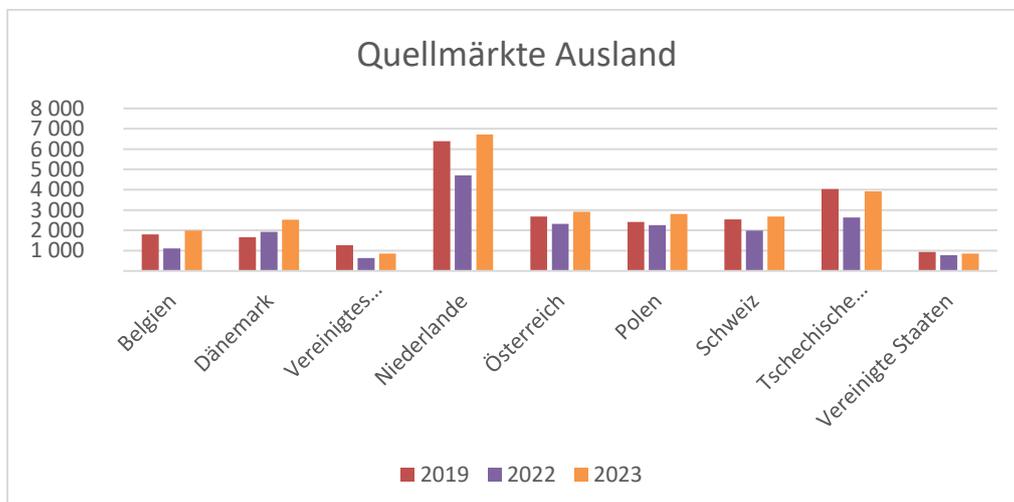
Weiter lässt sich feststellen, dass die Region über die letzten Jahre auch in den nordwestlich gelegenen Bundesländern, wie Niedersachsen und Nordrhein-Westfalen sowie im Süden Deutschlands, in Bayern und Baden-Württemberg, Marktanteile gewinnen konnte.



Online Buchungen TVSSW 2018 – 2023 nach Bundesländern (Da nicht alle Buchungen exakt einem BL zugeordnet werden können, handelt es sich um Orientierungswerte)

### 5.2 Quellmärkte international

Ein Blick auf die amtliche Statistik zeigt die Herkunft der internationalen Gäste in der Sächsischen Schweiz. In Summe ist ihr Anteil mit ca. 6 % des Gesamtaufkommens überschaubar, wenn auch leichte Anstiege zu verzeichnen sind. Das Interesse internationaler Gäste ist vorhanden und birgt für die Region Potenzial.



Quelle: Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen, Kamenz

Der TVSSW agiert in den internationalen Quellmärkten nur in Einzelfällen im Alleingang. Finanziell effektiver und wesentlich wirkungsvoller ist es, mit Partnern wie der DZT, der TMGS und der Dresden Marketing GmbH zu kooperieren. Aus diesem Grund ist der TVSSW seit 2011 Mitglied der Deutschen Zentrale für Tourismus. So können neben der wichtigen Beteiligung an Aktionen der TMGS Synergieeffekte für die Sächsische Schweiz genutzt werden. Zusätzlich werden die Aktivitäten auf folgende Quellmärkte konzentriert:

- Niederlande
- Schweiz
- Polen
- Tschechien
- Österreich

## Zielgruppen



### Gelegenheitswanderer

Ist vielseitig interessiert, wandert gern, genießt aber auch einfach die Natur und nimmt andere Angebote wahr.

Möchte: Natur erleben, Sehenswürdigkeiten besichtigen, etwas für die Gesundheit tun, ausspannen, Abwechslung

Wird inspiriert durch: die Vielfalt unserer Region - Natur, Burgen, Schlösser, Wellness, Kulinarisches

Kann den Sinus-Milieus der Bürgerlichen Mitte und dem Adaptiv-pragmatischen Milieu zugeordnet werden

### Aktivurlauber

hat Interesse am Wandern, Radfahren, Klettern, Wassersport und anderen Sportarten und schöner Landschaft

Möchte: sich in der Natur bewegen/aktiv sein

Wird inspiriert durch: schöne Landschaftsfotos (Superlative), Bilder mit aktiven Menschen bei sportlichen Aktivitäten/ Herausforderungen, Veranstaltungen/ Videos

Kann den Sinus-Milieus der Performer, dem Expeditiven Milieu und dem Sozialökologisches Milieu zugeordnet werden

### Entschleuniger

Paare, Freundegruppe, in den Winterferien auch Familien, Umkreis max 400 km oder sehr gute Bahnanbindung

Möchte: kurze Auszeit, ruhige Natur, kuschlige Unterkünfte, Natur, Sehenswürdigkeiten erleben, etwas für die Gesundheit tun

Wird inspiriert durch: Fotos, die Ruhe + Erholung ausstrahlen, Auszeit + Gemütlichkeit suggerieren, Reiseanlass schaffen, Blogbeiträge

Kann den Sinus-Milieus Sozialökologisches Milieu, Adaptiv-pragmatisches Milieu, Bürgerliche Mitte zugeordnet werden

## Maßnahmen Schwerpunkte in der Bearbeitung der Kernthemen

### 1. Naturerlebnis

#### 1.1. Landschaft genießen:

- Urlaub in einer Nationalparkregion, einziger Nationalpark Sachsens
- Markante Felsen, Schluchten, Aussichten unter Beachtung der Problematik Besucherlenkung/Besuchersfrequenz
- Sensibilisierung für Themen wie Bewahrung und Erhalt unserer Landschaft mit Wildnisgebieten, naturgemäße Gefahren und Umgang

#### 1.2. Aktiv sein:

##### Wandern

- Wanderwegenetz der Region mit Malerweg als Leuchtturmprodukt
- Projektbetreuung Malerweg: Angebot für Leistungsträger Projektmitgliedschaft „Wanderfreundlich am Malerweg“; Umsetzung spezifischer Werbemaßnahmen
- Vorbereitung 20. Jubiläum „Malerweg“ in 2026
- Erstellung und Vertrieb einer Wanderbroschüre (Print und Download)
- Onlinepräsenz mit eigener Website (malerweg.de), Blog und auf externen Seiten (Suchmaschinenoptimiert, aktuelle Inhalte und Fotos)
- Verstärkte Präsenz des Themas Aktivurlaub in den sozialen Medien (eigene Facebook-Fanpage, Instagram, Pinterest und Youtube)
- Onlinemarketing (Bannerschaltung, Zuarbeiten, Präsentation auf externen, reichweiten-starken Seiten)
- Wandervorschläge (auch Wintertouren) unter [www.saechsische-schweiz.de/wandertouren](http://www.saechsische-schweiz.de/wandertouren)
- Explizite Winterwanderempfehlungen mit Einbindung touristischer Angebote (siehe Winterwanderkarte - Wintersaison)
- Mitglied in TMGS AG Ganzjahrestourismus

##### Radfahren

- Elberadweg als Leuchtturmprodukt
- Projektbetreuung Elberadweg: Angebot für Leistungsträger Projektmitgliedschaft „Radfreundliche Unterkünfte /Gastronomiebetriebe am Elberadweg“; Umsetzung spezifischer Werbemaßnahmen
- Onlinepräsenz mit eigener Website (elberadweg.de), Blog und auf externen Seiten (Suchmaschinenoptimiert, aktuelle Inhalte und Fotos)
- Verstärkte Präsenz des Themas Radeln in den sozialen Medien (eigene Facebook-Fanpage, Instagram, Pinterest und Youtube)
- Radtourenvorschläge unter <https://www.saechsische-schweiz.de/wandern/alle-radtouren>
- Produktentwicklung regionaler Radtourismus – gemeinsames Projekt mit der Marketinggesellschaft Oberlausitz: Gravelbikestrecke RockHead
- Mitglied in TMGS AG Ganzjahrestourismus sowie Kooperation Germany's Top River Routes

##### Felsenwinter

- Online-Vermarktung [www.saechsische-schweiz.de/urlaub/winter](http://www.saechsische-schweiz.de/urlaub/winter)

- Digitale Erlebniswelt Felsenwinter unter [www.saechsische-schweiz.de/felsenwinter](http://www.saechsische-schweiz.de/felsenwinter)
- Intensivierung der Netzwerkarbeit in den Orten (Ausarbeitung der Angebote)
- Neue Winterbroschüre ab Sommerferien erhältlich
- Broschüre „Winter-Erlebnisse Sächsische Schweiz“ (A5-Format)
- Anzeigen (Tageszeitungen)
- Intensive Pressearbeit
- Integration von Winterwanderwegen im Tourenplaner online
- Winterwanderkarte
- Winter-Sterne – Angebot wird fortgeführt
- Saisonöffnung im November
- Mitglied in TMGS AG Ganzjahrestourismus

### Fotografie

- Netzwerk aus Fotografen, Leistungsträgern, Partnern, Sponsoren (die Ostsächsische Sparkasse Dresden unterstützt dieses Projekt finanziell)
- Verschiedene Events in der Region (10 Photowalks in Kooperation mit SIGMA; Fotocamp „HerbstlichT“ vsl. 14.-16.11.2025, Fotoworkshops etc.)
- Monatliche Sigma Fotowalks
- Pressearbeit
- Onlinepräsenz auf thematischer Unterseite, Blog und auf externen Seiten (Suchmaschinenoptimiert, aktuelle Inhalte und Fotos)
- Präsenz des Themas in den sozialen Medien (Facebook, Instagram, Pinterest)
- Onlinemarketing (Bannerschaltung, Zuarbeiten, Präsentation auf externen Seiten)
- Zusammenarbeit mit Partnern wie SIGMA oder om system
- Verleih von sigma-Objektiven im Tourist Service Bad Schandau

### 3. Schauplätze/Erlebnisangebote

- Themen Freizeiteinrichtungen. Kultur, Architektur, Lifestyle (Städte, Einkaufsbummel o.ä.), Genuss, Handwerk
- Unterstützung der Kulturträger in Form von Präsentationen, Medienarbeit und Berichterstattungen in Verbandsmedien
- AG Burgen und Schlösser: gemeinsame Werbung
- Broschüre zu Erlebnissen
- verstärkt BLOG-Beiträge zum Thema Erlebnisse
- Verstärkung des Online-Vertriebs von Erlebnisangeboten über die Kanäle des TVSSW und von Partnern
- Teilnahme TMGS AG Familie

### 4. Wohlfühlorte

- Genuss und regionale Produkte
- Kraft schöpfen, Zeit für Dich
- Entschleunigung/Ganzheitlichkeit (Yoga, Waldwellness)
- Gesundheit; Kneipen; Kurtradition
- Wellness

## Maßnahmen Online

### Webseite Relaunch

 Für ein erfolgreiches Branding einer Destination, die Sicherung von Marktanteilen und der Wettbewerbsfähigkeit führt kein Weg am digitalen Marketing vorbei. Die Wahrnehmung und die erfolgreiche Positionierung einer Destination werden vorrangig im Internet entschieden.

Mit fortschreitender Digitalisierung werden auch die Nutzer immer anspruchsvoller. So werden **sofortige Online-Buchbarkeit**, ein **uneingeschränkter Zugriff über mobile Endgeräte** und **kurze Reaktionszeiten** auf Anfragen einfach erwartet.

Die Internetseite [www.saechsische-schweiz.de](http://www.saechsische-schweiz.de) ist der zentrale Informationsknoten für die Region. Alles Wichtige findet man hier übersichtlich und aktuell aufbereitet. Die Seite hat den Anspruch, (1) dem potentiellen Gast einen ersten Überblick zu verschaffen, ohne ihn mit Informationen zu überfordern, ihn zu inspirieren. (2) Gleichzeitig sollen Gäste, die ihre Entscheidung für einen Urlaub in der Region getroffen haben, ausführliche Informationen finden. (3) Es sollen Unterkünfte und Erlebnisse direkt über das Portal gebucht werden, es soll Informationsmaterial über die Seite heruntergeladen oder bestellt werden, Wanderführer und Souvenirs sollen über die Seite verkauft werden.

Wichtiger Bestandteil der Webseite ist außerdem unser Angebot an Tourenvorschlägen. Es ist als Service und Zusatznutzen für Besucher und als ein Baustein zur Besucherlenkung zu betrachten. Hier kann jeder Wander- oder Radtouren auf bequeme Art planen, abspeichern, ausdrucken oder als GPS-Datensatz herunterladen. Grundsätzlich achten wir darauf, dass alle Touren per ÖPNV erreichbar sind, um die Anreise mit Bus und Bahn zu fördern. Dazu gibt es weitere Informationen u.a. zur Gesamtlänge und -dauer, Streckenbeschaffenheit und Höhenprofil sowie Tipps zu interessanten Punkten am Wegesrand und passenden Unterkünften.

Im kommenden Jahr wird ein Relaunch der Seiten erforderlich, der viele Ressourcen fordern wird. Hintergrund: Das Content Management System (CMS) benötigt ein technisches Update. Nach Prüfung der möglichen Optionen (a. Ausschreibung und neue Agentur; b. Verbleib bei bisheriger Agentur, damit einhergehend Wechsel in CMS One.Product Variante b.1. eigenständiger Vertrag, Variante b.2. Integration in das Framework der TMGS) wurde entschieden, Variante b den Vorzug zu geben. Das ist effektiver, preiswerter und damit auch nachhaltiger. In einem nächsten Schritt gilt es festzulegen, ob Variante b.1. oder b.2. die bessere Lösung ist. Ziel ist es, im 1. Quartal 2025 eine Entscheidung zu treffen und mit den inhaltlichen Vorbereitungen zu beginnen. Frühestens Ende 2025 kann der Relaunch abgeschlossen werden.

### Content für den Blog

 Tiefer in die Sächsische Schweiz-Materie taucht unser Blog ein. Mehrere Autoren füllen diesen regelmäßig mit interessanten Artikeln in den Rubriken Wandern, Radfahren, Klettern, Wassersport, Aktivurlaub, Region, Veranstaltungen und Medien. Hier ist Platz für ausführliche Wanderberichte, Reportagen und Tourenbeschreibungen, Beiträge zur Geschichte der Region, Porträts, Serviceartikel sowie für aktuelle Mitteilungen, Geheimtipps und Aktionen. Für den Blog werden auch Texte und Ideen aus dem Urlaubsmagazin genutzt.

Der Blog wird von mtl. >10.000 Nutzern gelesen. Jeden Monat wird mindestens 1 neuer Beitrag publiziert.

## Online-Marketing und Social Media

Selbstverständlich baut der Tourismusverband seine Präsenz in den sozialen Medien weiter aus. Er informiert und kommuniziert über verschiedenste Kanäle und Plattformen, betreibt damit aktive Kundenbindung und spricht neue Zielgruppen zeitgemäß an. Die Social Media Kanäle werden durch die Mitarbeiter im Marketing betrieben und nicht durch Agenturen. Damit haben die Mitarbeiter den direkten Draht zu den potentiellen Gästen, können auf Fragen und Themenwünschen schnell reagieren. Reibungsverluste durch die Kommunikation über eine Agentur entfallen.

Es wird permanent analysiert, welche Social Media Kanäle für die Vermarktung am effektivsten sind. Aufgrund der zur Verfügung stehenden Ressourcen gilt aktuell die Entscheidung, sich in erster Linie auf Facebook und Instagram zu konzentrieren. Youtube und Pinterest werden ebenfalls bedient, allerdings in geringerem Umfang. Der Verband hat außerdem einen X-Account und einen TikTok-Kanal (@saechsischeschweiz\_offiziell).

**Priorität Facebook:** Unsere Facebook-Seite hat so viele Fans wie eine Großstadt Einwohner. Mit mit ca. 128.300 Fans (125.500 in 2023) zählt sie zu den reichweitenstärksten Seiten ostdeutscher Tourismusregionen, sondern zeichnet sich auch durch eine sehr hohe Interaktionsrate aus:

Landschaftsfotos, Videos, Glücksmomente und aktuelle Informationen werden geteilt, Veranstaltungen, Ausflugsziele und Wanderrouten empfohlen und vieles mehr. Sie dient vor allem zur Kundenbindung und erreicht vorrangig Fans mittleren Alters und darüber hinaus. „Echte Fans“ wollen auf dem Laufenden bleiben.

Der Elberadweg hat unter facebook.de/elberadweg eine eigene Fanpage.

**Priorität Instagram:** Ebenso erzielt der Instagram-Kanal mit ca. 97.400 Followern (86.600 in 2023; 81.300 in 2022) eine beachtliche Reichweite. Die Mehrheit der Instagram-Nutzer ist jünger als 35 Jahre. Naturgemäß bietet die Sächsische Schweiz viele atemberaubende Motive. Seien es die Sonnenuntergänge, der tiefe Elbecanyon oder die einzigartigen Felsszenarien... alle bewirken in der Regel ein Staunen. Bilder schaffen Sehnsucht und inspirieren zum Reisen. Instagram ist inzwischen für unsere Region das wichtigste Social Media Tool. Gleichzeitig ergibt sich so auch eine Möglichkeit der Besucherlenkung. Wir achten streng auf Fotostandorte und stehen in Austausch mit dem Nationalpark sowie mit Influencern und Fotografen.  
[www.instagram.com/saechsischeschweiz/](http://www.instagram.com/saechsischeschweiz/)

Diese Spitzenpositionen gilt es zu sichern. In diesem Zusammenhang setzt der TVSSW 2025 verstärkt den Fokus auf Content-Marketing. Die Kanäle werden regelmäßig mit neuen Inhalten bespielt. Außerdem findet ein aktives Community-Management statt.

- Instagram (täglich)
- Facebook (täglich)
- Pinterest (täglich)
- Youtube (monatlich)

**Newsletter:** der E-Newsletter informiert monatlich über aktuelle touristische Angebote.

**Google Ads:** mehrmals im Jahr schaltet der TVSSW Kampagnen (Text, Display und Videowerbung).

**Social Media Ads:** mehrmals im Jahr wird Werbung auf Facebook und Instagram platziert.

## Maßnahmen Offline

### Printprodukte

Die Herstellung und Verteilung von gedruckten Werbematerialien ist ein wichtiger Teil der Marketingarbeit des TVSSW. Die Mitarbeiter wissen, dass dies mit einem hohen Ressourcenverbrauch und hohen CO<sub>2</sub> – Emissionen einhergeht. Im Rahmen des innerbetrieblichen Nachhaltigkeitsmanagements der Geschäftsstelle ist dieser Aufgabenbereich nachhaltig ausgerichtet.

Im Folgenden sind die für das Jahr 2025 vom Tourismusverband Sächsische Schweiz e.V. herausgegebenen Printprodukte aufgelistet. Die Auflagenhöhen sind voraussichtliche Planungen basierend auf Erfahrungswerten.

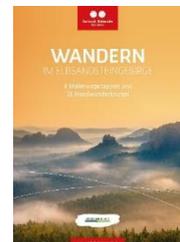
#### Sächsische Schweiz - Ihr Urlaubsmagazin 2025

Erscheinungstermin: November 2025  
 Auflage: min. 120.000  
 Format: A4  
 Umfang: 128 Seiten  
 Sprache: Deutsch  
 Vertrieb: Postversand, Infomobil SSW + DD, Abo,  
 VIA Urlaub-Service, Messe, Auslagestellen,  
 Blätterkatalog, Webseite



#### Wanderbroschüre inkl. Malerweg 2025

Erscheinungstermin: 2. Quartal 2025  
 Auflage: vsl. ca. 60.000  
 Format: A5  
 Umfang: ca. 68 Seiten  
 Sprache: Deutsch  
 Vertrieb: Messe, Postversand, VIA-Urlaub-Service,  
 Infomobil SSW + DD, Projektmitglieder



#### Broschüre Felsenwinter 2024/25

Erscheinungstermin: 3. Quartal 2025  
 Auflage: vsl. ca. 20.000  
 Format: A4  
 Umfang: ca. 76 Seiten  
 Sprache: Deutsch  
 Vertrieb: Messe, Auslagen in Mitteldeutschland, Postversand,  
 VIA-Urlaub-Service, Infomobil, Mitglieder



#### Broschüre Wintererlebnisse 2024/25

Erscheinungstermin: 3. Quartal 2025  
 Auflage: vsl. ca. 15.000  
 Format: A5  
 Umfang: ca. 64 Seiten  
 Sprache: Deutsch  
 Vertrieb: Messe, Auslagen in Mitteldeutschland, Postversand,  
 VIA-Urlaub-Service, Infomobil, Mitglieder



## Winterwanderkarte 2024/25

Erscheinungstermin: 3. Quartal 2025  
 Auflage: vsl. ca. 20.000  
 Format:  
 Umfang:  
 Sprache: Deutsch  
 Vertrieb: Postversand



## Elberadweg Handbuch 2025

Erscheinungstermin: Januar 2025  
 Auflage: 215.000, davon 25.000 CZ  
 Format: A5  
 Umfang: ca. 100 Seiten  
 Sprache: Deutsch, Tschechisch  
 Vertrieb: Messe, Postversand, Infomobil SSW + DD, Displayvertrieb, TI's entlang ERW, Projektmitglieder, Social Media, über die Koordinierungsstelle Tschechien



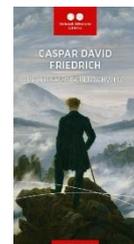
## Broschüre Sommererlebnisse

Erscheinungstermin: März 2025  
 Auflage: vsl. 120.000  
 Format: A5  
 Umfang: ca. 64 Seiten  
 Sprache: Deutsch  
 Vertrieb: Messe, Postversand, Infomobil SSW + DD, Displayvertrieb, TI's



## Caspar David Friedrich Faltkarte

Erscheinungstermin: Offen  
 Auflage: Offen  
 Format:  
 Umfang:  
 Sprache: Deutsch  
 Vertrieb: Messe, Postversand, Infomobil SSW + DD, Displayvertrieb, TI's



## Messen und Präsentationen

Der Tourismusverband Sächsische Schweiz präsentiert die Region 2025 voraussichtlich auf folgenden Messen: (vorbehaltlich aller Förderungen).

Messen	Zeitraum	Beteiligung bei/mit
CMT Stuttgart	entfällt, da aktuell kein Budget	
Fiets en Wandelbeurs Utrecht	entfällt, da aktuell kein Budget	
Grüne Woche	17.01.-26.01.2025	DEHOGA
Freiluft Globetrotter Festival Chiemsee	26.-27.04.2025	Idee
Freiluft Globetrotter Festival Moritzburg	10.-11.05.2025	
Freiluft Globetrotter Festival Stuttgart	24.-25.05.2025	Idee

Weiterhin erfolgt eine Prospektmitgabe über VIA-Urlaubsservice-Aktionen. Diese konkreten Messen und Termine werden Anfang 2025 formuliert und erfolgen vorbehaltlich der Förderung über den Förderplan Tourismus.

## Anzeigen/redaktionelle Beiträge

Traditionelle Anzeigenwerbung in Printmedien ist eine klassische Werbemaßnahme, die in den letzten Jahren vom Tourismusverband Sächsische Schweiz e.V. aufgrund mangelnder Erfolgskontrolle nur begrenzt eingesetzt wurde. An dieser Strategie wird weiter festgehalten. Ausnahmen sind Anzeigen, die auf einer Kooperation basieren oder Couponanzeigen, die dem Vertrieb des Informationsmaterials dienen und deren Erfolg gut messbar ist.

## Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Pressearbeit und die Betreuung von Journalisten/Fernsehtams gehören zu wichtigen PR-Instrumenten des Verbandes.

Der Verband wird durch die Pressearbeit im Herbst 2024 neu ausschreiben. Die Agentur soll Pressemitteilungen und Kurzmeldungen verfassen, Presseanfragen beantworten, ggf. Pressereisen organisieren, die allgemeine Medienarbeit umsetzen, PR-Begleitung von Veranstaltungen durchführen usw.

Ein weiteres Segment stellen Influencer-Reisen dar, die vom Tourismusverband vorab je nach Reichweite, Relevanz und Mehrwert beurteilt und entsprechend organisiert werden.

Als sehr erfolgreich hat sich außerdem die enge Kooperation mit der TMGS und der DZT erwiesen. Diese Zusammenarbeit wird weitergeführt.

## Crossmarketing/Sponsoring

### Infopunkte

Der Tourismusverband Sächsische Schweiz verfügt über ein Netz an bundesweiten Infopunkten. Den Anfang machten die Städte Chemnitz, Dresden, Moritzburg, Bischofswerda und Bautzen. So stehen bspw. in den Filialen der Auto und Freizeit GmbH, im Asisi-Panometer sowie einigen Intersport-Geschäften als „Sächsische Schweiz Infopunkt“ gekennzeichnete Prospektregale, aufmerksamkeitsstark gestaltet mit Motiven des Elbsandsteingebirges.

Alle Hauptpublikationen des Verbandes können hier kostenlos für den Eigenbedarf mitgenommen werden: u.a. das Urlaubsmagazin, die Broschüre „Wandern im Elbsandsteingebirge“ sowie das Handbuch zum Elberadweg.

Das Netz der Infopunkte zur Sächsischen Schweiz soll weiter ausgedehnt werden.

### Kooperation Globetrotter

Für das Jahr 2025 soll die erfolgreiche Kooperation mit dem Outdoorhändler Globetrotter weitergeführt werden, der im Aktivzentrum Bad Schandau einen Ausrüstungs-Shop betreibt.

### Capron

Der Wohnmobil- und Caravanhersteller Capron aus Neustadt legt aktuell jedem verkauften Caravan Werbemittel zur Sächsischen Schweiz bei. Zudem werden Prospekte zu Fachmessen und -ausstellungen mitgenommen und verteilt.

### Ostsächsische Sparkasse Dresden

Die Ostsächsische Sparkasse fördert seit vielen Jahren die ganzheitliche Tourismusedwicklung in der Region. Sie unterstützt zahlreiche touristische Projekte, wie z.B. das Thema Fotografie, die Reihe „Tourismusprofis“ oder das Infomobil.

### Lichtenauer Mineralquellen GmbH

Die Lichtenauer Mineralquellen GmbH und der TVSSW kooperieren seit langem. Ziel ist es, die Bekanntheit der Marken Margon und Sächsische Schweiz durch gegenseitige Werbung zu erhöhen.



## Informations- und Buchungsservice

Die Informations- und Buchungsstelle des Tourismusverbandes bearbeitet sämtliche Informationsanfragen, die die Geschäftsstelle per Telefon, Post oder E-Mail erreichen. Neben dem Versand von Informationsmaterialien ist die Beratung der potenziellen Gäste zur Aufenthaltsgestaltung ein wesentlicher Aufgabenbereich. Dazu zählen neben persönlichen Wanderempfehlungen, Freizeittipps für Familien oder Veranstaltungshinweisen auch die permanente Aktualisierung der Serviceseiten des Internetportals des Verbandes. Der Buchungsservice bietet neben Informationen außerdem umfassende Leistungen an. Dazu gehört die Angebotserstellung von Übernachtungs- und Pauschalleistungen sowie die Buchung der Leistungen inklusive des Versands aller Unterlagen. Ziele für 2025 sind weiterhin ein qualitativ hochwertiger Service, die stete Verbesserung der Zusammenarbeit mit den Leistungsträgern, die Einbindung weiterer touristischer Anbieter in die Kooperation, die **Verbesserung der Online-Buchbarkeit** der Angebote sowie die kontinuierliche Steigerung der Buchungsumsätze. Ziel muss es sein, eine möglichst vollständige Online-Buchbarkeit für Unterkünfte, Erlebnisangebote sowie eine unkompliziert Online-Bestellung im Shop zu erhalten. Es werden bedarfsmäßig Schulungen für Kooperationspartner des Buchungsservice zur Aktualisierung ihrer Stammdaten und zur Steigerung ihres Contents angeboten.

Zur weiteren Verbesserung des Infoservice in der Region wird die Optimierung der Zusammenarbeit im Kommunalen Tourismusnetzwerk und die Einrichtung zentraler Touristinformationen an hoch frequentierten Punkten in Abstimmung mit den Kommunen geprüft.

## Innenkommunikation

Neben dem Außenmarketing, welches Gäste in die Region holt, hat sich das Innenmarketing, d.h. die Kommunikation mit den Partnern und Leistungsträgern vor Ort, zu einer wichtigen Säule in der Arbeit des TVSSW entwickelt. Ziel ist es, hauptsächlich diejenigen zu unterstützen, die durch ihre Mitgliedschaft zur stabilen Grundfinanzierung des TVSSW beitragen. Verbandsmitglieder sollen noch stärker von ihrer Mitgliedschaft profitieren. Die entsprechenden Maßnahmen werden durch die neu gebildete Abteilung Destinationsentwicklung ausgebaut.

Für das Jahr 2025 sind hierfür folgende Maßnahmen geplant.

- **Durchgängige Online-Buchbarkeit ausbauen** für Touristiker über alle Beteiligungsangebote des TVSSW; stark vereinfachte Buchung für Mitglieder über Angabe der Mailadresse als einziges Pflichtfeld
- **Intensivierung der Mitglieder-Ansprache** und Betreuung durch eine Ansprechpartnerin in der Geschäftsstelle
- **Verbandsportal <https://verband.saechsische-schweiz.de>**: neben den Informationen zum Tourismusverband, seinen Mitgliedern und Projekten gibt es hier eine übersichtliche Struktur mit verschiedenen Themenbereichen. Zudem gibt es hier einen Branchenratgeber, der zu Themen wie Marktforschung, Fördermöglichkeiten im Tourismus, touristischen Termine auf Landes- und Regionalebene, Wettbewerbe, Klassifizierungen und vieles mehr informiert. Darüber hinaus gibt es einen speziellen Servicebereich mit Infos zu aktuellen Themen aus den Bereichen Online-Marketing, Online-Recht, Barrierefreiheit und weitere. Damit soll es Touristikern leichter

gemacht werden, sich zu bestimmten Bereichen schnell zu informieren. Über weitere Anregungen freuen wir uns.

- **Einpflegen touristischer Neuigkeiten** in das Tourismusnetzwerk Sachsen. Jeder Interessent kann sich aus diesen und anderen Neuigkeiten seinen eigenen Newsletter zusammenstellen: <https://sachsen.tourismusnetzwerk.info/newsletter/>
- Die Belieferung durch das **Infomobil** wird den Mitgliedern auch 2025 in bewährter Form zur Verfügung stehen.
- Die **Facebook-Seite** des Tourismusverbandes ([www.facebook.com/tourismusverband.saechsische.schweiz.de](http://www.facebook.com/tourismusverband.saechsische.schweiz.de)) wird weiter als „Branchentreff für Touristiker“ ausgebaut. Auch hier wird über (Branchen-)Themen, News und Veranstaltungen des TVSSW tagaktuell berichtet.
- Zusammenarbeit mit dem **Tourismusnetzwerk Sachsen**: zur Bündelung von Informationen, Förderung einer noch intensiveren Vernetzung der Branche, zum Wissens- und Know-how-Transfer sowie Informationsaustausch zwischen den Destinationen, Orten, Leistungsträgern, Institutionen und Partnern, zur effizienteren Kommunikation in virtuellen Kommunikationsräumen bzw. in Arbeitsgruppen, zur Information und Koordination landesweiter Termine, für den Newsletter-Versand mit landesweiten B2B-News aus einer Hand.

### Tourismus Profis

- Tourismus Börse: die **19. Tourismus Börse** findet voraussichtlich am 22.03.2025 im NationalparkZentrum Bad Schandau statt.
- Weiterbildungs-Pass: Der Pass steht 2025 komplett in elektronischer Form Mitgliedern zur Verfügung.

## Weitere Kooperationen

Der TVSSW erachtet es als wichtig und sinnvoll, Kooperationen mit Partner auf bestimmten Themengebieten einzugehen und dabei Synergien im Bereich Marketing zu nutzen. Der TVSSW engagiert sich in vielen Bereichen und nutzt die daraus resultierende Netzwerke:

### Mitgliedschaften/Kooperationen

- Mitgliedschaft im Landestourismusverband Sachsen
- Gesellschafter und Partner der Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen
- Mitgliedschaft und Kooperationspartner bei der Deutschen Zentrale für Tourismus
- Indirektes Mitglied, Mitarbeit in Fachausschüssen beim Deutschen Tourismusverband
- Partner der Initiative Fahrtziel Natur
- Mitgliedschaft in der Exzellenzinitiative Nachhaltiges Reiseziele in Deutschland
- Mitgliedschaft im Verband Landesverband Nachhaltiges Sachsen
- Mitgliedschaft im Bundesverband Deutscher Mittelgebirge
- Kooperation Sachsenforst
- Kooperation Nationalparkverwaltung/Nationalparkpartnerschaft
- Kooperation „Germanys Top River Routes“
- Kooperation MGO RockHead

## Leichter Reisen „Barrierefreie Urlaubsziele in Deutschland“

Die nationalen AG „Leichter Reisen - Barrierefreie Reiseziele in Deutschland“ ist ein Verbund aus Städten und Tourismusregionen, die sich der Entwicklung des barrierefreien Tourismus in Deutschland in besonderem Maße verschrieben haben, diesen beständig weiterentwickeln und gemeinsam mit den Partnern der AG kommunizieren.

Der TVSSW ist in der AG seit langem Mitglied und fungiert seit Juli 2020 als Geschäftsstelle sowie Sprecher der AG. Zu den Aufgaben gehören die Pflege der gemeinsamen Webseite, Social-Media-Aktivitäten, Entwicklung von Corporate Design und Marketingmaßnahmen; Erstellung der AG-Broschüre in Deutsch und Englisch sowie die Vermarktung der AG-Angebote über die Deutsche Zentrale für Tourismus und bei der Deutschen Bahn.

## Impressum

Tourismusverband Sächsische Schweiz e.V. | Bahnhofstr. 21 | 01796 Pirna  
Tel.: 03501 4701-30 | Fax: 03501 4701030 | Email: [marketing@saechsische-schweiz.de](mailto:marketing@saechsische-schweiz.de)  
Vorsitzender: Michael Geisler  
Geschäftsführer: Tino Richter  
Marketing: Mandy Krebs  
Titelbild: Sebastian Thiel

[www.saechsische-schweiz.de](http://www.saechsische-schweiz.de) | [www.tvssw.de](http://www.tvssw.de) | [www.malerweg.de](http://www.malerweg.de) | [www.elberadweg.de](http://www.elberadweg.de)

## Verabschiedung

Marketingausschuss: 07.11.2024

Vorstand: 20.01.2025