



Tourismusverband
SÄCHSISCHE SCHWEIZ



TOURISMUSLEITBILD

SÄCHSISCHE SCHWEIZ 2030

www.tvssw.de

Tourismusleitbild Sächsische Schweiz 2030

Aktualisierung

Auftraggeber:

Tourismusverband Sächsische Schweiz e. V.

Bahnhofstraße 21 | D-01796 Pirna

info@saechsische-schweiz.de | www.saechsische-schweiz.de

Das Tourismusleitbild Sächsische Schweiz 2030 wurde nach einem Vorstandsbeschluss durch die Mitgliederversammlung des Tourismusverbandes Sächsische Schweiz e.V. am 03.Mai 2022 beschlossen.

Projektbearbeitung:

B T E Tourismus- und Regionalberatung

Kreuzbergstraße 30 | 10965 Berlin

Tel. +49 (0)30 - 32 79 310

berlin@bte-tourismus.de | www.bte-tourismus.de

Berlin, März 2022

Die Evaluierung des Tourismusleitbildes der Sächsischen Schweiz erfolgt im Rahmen des Projektes „Destinationsentwicklung Sächsische Schweiz – Nachhaltige Strategien und effiziente Strukturen“.



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

Hinweis: Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung männlicher, weiblicher und diverser Sprachformen verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichwohl für alle Geschlechter.

Inhalt

Vorwort	3
Zusammenfassung der Ergebnisse im Rahmen einer Strategiekarte	4
1 Einführung	5
1.1 Kontext und Zielstellung.....	5
1.2 Vorgehensweise und Methodik	6
2 Schlussfolgerungen zur touristischen Ausgangslage	8
3 Tourismusleitbild Sächsische Schweiz 2030	11
3.1 Touristische Vision für die Sächsische Schweiz	12
3.2 Profil für die Sächsische Schweiz.....	14
3.3 Zielgruppen der Sächsischen Schweiz	17
3.4 Strategischer Handlungsrahmen	18
4 Handlungsprogramm für die Sächsische Schweiz	19
4.1 Handlungsfelder	19
4.2 Einführung in den Maßnahmenkatalog.....	19
4.3 Handlungsfeld Touristische Infrastruktur und Mobilität	21
4.4 Handlungsfeld Angebot und Produkt, Themen und Zielgruppen.....	28
4.5 Handlungsfeld Gästeservice und Servicequalität	37
4.6 Handlungsfeld Außenmarketing und Innenkommunikation	42
4.7 Handlungsfeld Organisation und Kooperation	50
5 Vorschlag für eine Evaluierungsmethode	57

Anlagen

Anlage 1 – Analyseergebnisse

Anlage 2 – Ergebnisse der Bevölkerungsbefragung

Abbildungen

Abb. 1	Vorgehensweise in der Übersicht	7
Abb. 2	Impressionen Partizipationsprozess	7
Abb. 3	Einflüsse auf das neue Tourismusleitbild	8
Abb. 4	Stärken in der Tourismusedwicklung	9
Abb. 5	Verbesserungspotenziale und Entwicklungschancen	9
Abb. 6	Methodischer Ansatz	11
Abb. 7	Vier Grundprinzipien als generelle Entwicklungsrichtungen	12
Abb. 8	Touristische Leitlinien zur Konkretisierung der vier Grundprinzipien	13
Abb. 9	Alleinstellungsmerkmal	14
Abb. 10	Profilbereiche/Erzählstränge/Themen/Bilder der Sächsischen Schweiz	15
Abb. 11	Beispielhafte Untersetzung der Erzählstränge	16
Abb. 12	Zielbereiche Tourismusleitbild Sächsische Schweiz 2030	18
Abb. 13	Handlungsfelder	19
Abb. 14	Übersicht Maßnahmen „Touristische Infrastruktur und Mobilität“	21
Abb. 15	Konkretisierung Maßnahmen „Touristische Infrastruktur und Mobilität“	21
Abb. 16	Übersicht Maßnahmen „Angebot und Produkt, Themen und Zielgruppen“	28
Abb. 17	Konkretisierung Maßnahmen „Angebot und Produkt, Themen und Zielgruppen“	28
Abb. 18	Übersicht Maßnahmen „Gästeservice und Servicequalität“	37
Abb. 19	Konkretisierung Maßnahmen „Gästeservice und Servicequalität“	37
Abb. 20	Übersicht Maßnahmen „Außenmarketing und Innenkommunikation“	42
Abb. 21	Konkretisierung Maßnahmen „Außenmarketing und Innenkommunikation“	42
Abb. 22	Übersicht Maßnahmen „Organisation und Kooperation“	50
Abb. 23	Konkretisierung Maßnahmen „Organisation und Kooperation“	50
Abb. 24	Indikatoren	58

Titelbild:

Bildquellen, Titelseite links: ©Kenny Scholz, Titelseite rechts: ©Daniela Bayer

Vorwort

Liebe Touristiker, liebe Einwohner der Sächsischen Schweiz,

zum vierten Mal seit 1995 können wir ein Tourismusleitbild Sächsische Schweiz und damit eine Vision für die künftige Entwicklung vorlegen.

Wieder sind es ambitionierte Ideen und Ziele, die wir gemeinsam mit vielen Partnern aus der Region niedergeschrieben haben. So geben wir den Akteuren und Gestaltern der Sächsischen Schweiz eine Stimme. Das Ergebnis sind im breiten Konsens erarbeitete Entwicklungsziele, die den Willen und das Interesse der Region widerspiegeln. Wir danken den fast 80 Tourismus-Partnern für ihr engagiertes **MITMACHEN** am Leitbildprozess. Erstmals haben wir zusätzlich die Einwohner der Region nach ihren Vorstellungen gefragt. Die über 600 Rückmeldungen haben unsere Erwartung weit übertroffen und zeigen wie wichtig den Menschen in der Region die Beteiligung ist.

Einmal mehr haben die Entwicklungen der letzten Jahre und der Prozess der Leitbilderarbeitung gezeigt, dass die Gestaltung der Zukunft nur **GEMEINSAM** möglich ist. Dabei ist Tourismus selbst ein Strauß unzähliger bunter Angebote von der Gastronomie bis zur Kultur, von der Beherbergung bis zur Gästeführung, vom Freizeiterlebnis bis zum Lehrpfad. Mehr denn je spielen die Wechselwirkungen zu anderen Bereichen wie Naturschutz, Infrastruktur, Mobilität und natürlich zu den Bewohnern der Region eine entscheidende Rolle.

Dieser Rundumblick auf alle Entwicklungen zeichnet die Inhalte im Tourismusleitbild 2030 aus. Nicht weniger als der Anspruch auf eine ausgewogene und abgestimmte Berücksichtigung aller Bereiche und Interessen ist das, was wir unter dem Begriff **NACHHALTIG** verstehen. Mit unserem Leitbild schaffen wir auch die Basis für eine gute regionale Entwicklungsstrategie, die wir im engen Schulterschluss mit vielen Partnern mit Leben erfüllen möchten.

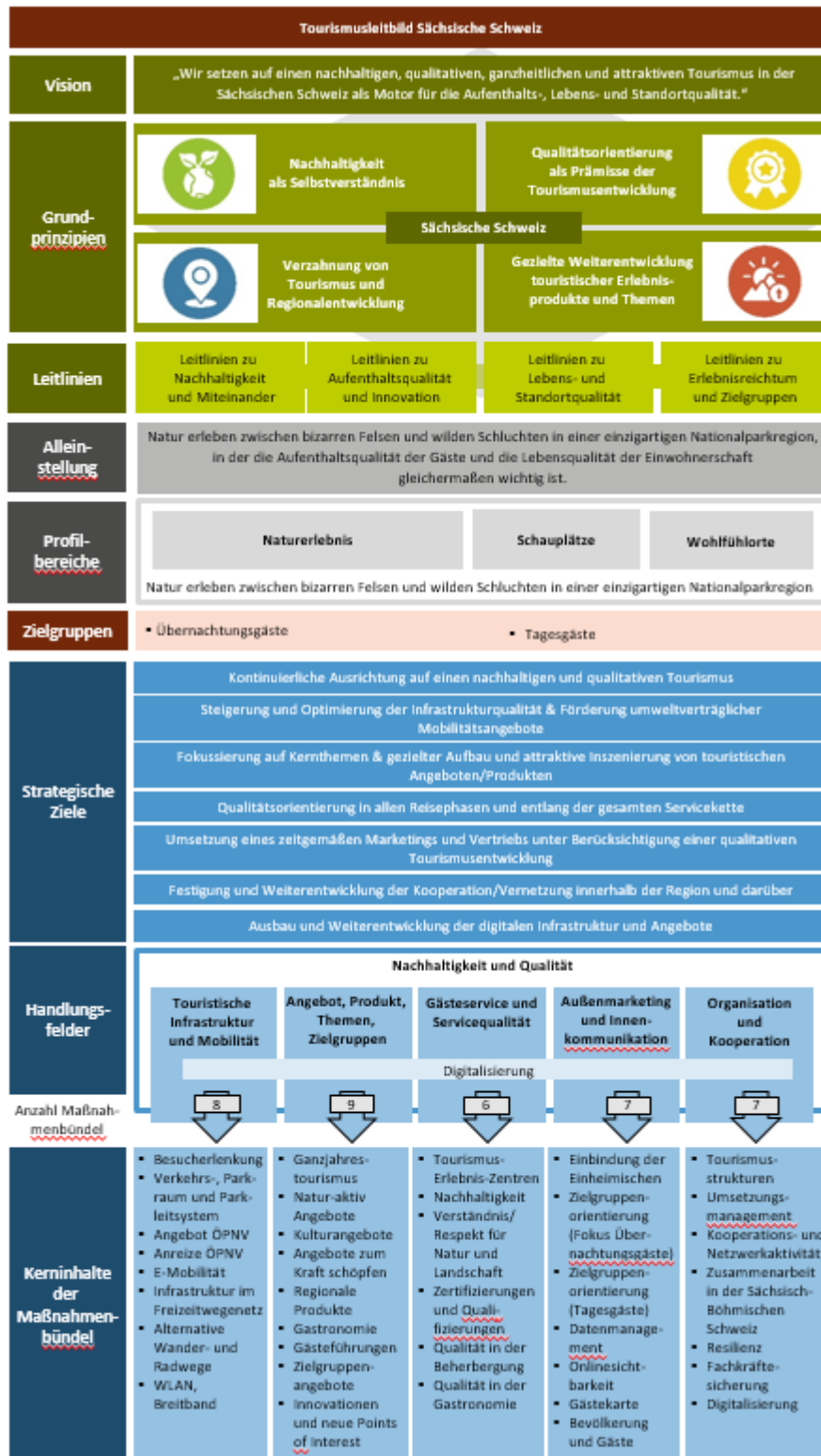
NACHHALTIG – GEMEINSAM - MITMACHEN sollen die Leitwörter sein, mit denen wir unser Tourismusleitbild in die Tat umsetzen. Lassen Sie uns so die Zukunft unserer Tourismusregion, aber vor allem unseres gemeinsamen attraktiven Lebensraumes Sächsische Schweiz gestalten.

Ihr

Michael Geisler

Landrat und Vorsitzender des Tourismusverbandes Sächsische Schweiz

Zusammenfassung der Ergebnisse im Rahmen einer Strategiekarte



1 Einführung

1.1 Kontext und Zielstellung

Das Tourismusleitbild der Sächsischen Schweiz dient als strategische Handlungsgrundlage für die touristische Entwicklung der Sächsischen Schweiz. Generelle Funktion des Leitbildes ist es, touristischen Leitlinien und Zielstellungen sowie konkrete Maßnahmen zu benennen, die dazu beitragen, die positive touristische Entwicklung fortzusetzen und den Tourismus in der Region nachhaltig zu gestalten.

Das Tourismusleitbild gibt es seit 1995 und es wurde bereits zwei Mal aktualisiert, jeweils in einem Turnus von 10 Jahren. Vor dem Hintergrund veränderter gesellschaftlicher Rahmenbedingungen und Trends, die unmittelbare Auswirkungen auf das Reise-, Informations- und Buchungsverhalten der Gäste haben sowie verschiedenster Entwicklungen in der Region ist ein neues, übergeordnetes strategisches Gesamtkonzept notwendig, um die touristische Zukunftsfestigkeit der Sächsischen Schweiz zu sichern und die wesentlichen Tourismus-Leitthemen anzugehen.

Ausgangspunkt für die **Überarbeitung des Tourismusleitbildes** sind die Ziele und Strategien des alten Tourismusleitbildes 2025, die es vor dem Hintergrund neuer Herausforderungen für die Sächsische Schweiz zu analysieren und zu evaluieren gilt. Darauf aufbauend sind die strategischen Ausführungen zu diskutieren und weiterzuentwickeln. Dabei gilt es sowohl die aktuellen Trends und Entwicklungen im Deutschlandtourismus als auch die Ausgangssituation und Impulse der Tourismusakteure und Bevölkerung in der Sächsischen Schweiz zu berücksichtigen.

Als gemeinsames Strategiepapier soll das Tourismusleitbild allen Akteuren mit Tourismusbezug zur Orientierung dienen:

- den **politischen Akteuren** als Grundlage für Entscheidungen und Beschlüsse zur Tourismusentwicklung;
- den **Kommunalverwaltungen**, um die touristische Entwicklung in den Städten und Gemeinden zu unterstützen sowie **Verwaltungs- und Genehmigungsstellen auf Landkreis- und Landesebene**, um übergreifend und abgestimmt Tourismusprojekte zu planen und umzusetzen;
- dem **Tourismusverband Sächsische Schweiz** für eine abgestimmte und zielgerichtete Destinationsentwicklung und Destinationsmarketing,
- den Tourist-Informationen und Marketingpartnern, um im Einklang mit dem Tourismuskonzept Marketingaktivitäten umzusetzen und die Sächsische Schweiz zu positionieren;
- allen **touristischen Unternehmen/Leistungsträgern und Institutionen** sowie branchenverbundenen Akteuren für eigene Aktivitäten und Kooperationen.

Die formulierten Inhalte des Tourismusleitbildes werden nur dann erreicht, wenn alle Akteure „an einem Strang ziehen“. Hierzu ist eine Zusammenarbeit zwischen **Politik, Verwaltung, Touristikern und weiteren Partnern** nötig. Die Umsetzung der meisten Maßnahmen ist nur im Zusammenspiel zwischen den als verantwortlich Benannten und allen anderen beteiligten Partnern möglich. Der Tourismusverband Sächsische Schweiz fungiert selbst vorrangig als Impulsgeber und Koordinator und übernimmt immer dann Verantwortung, wenn es in seiner Zuständigkeit und Kompetenz liegt.

1.2 Vorgehensweise und Methodik

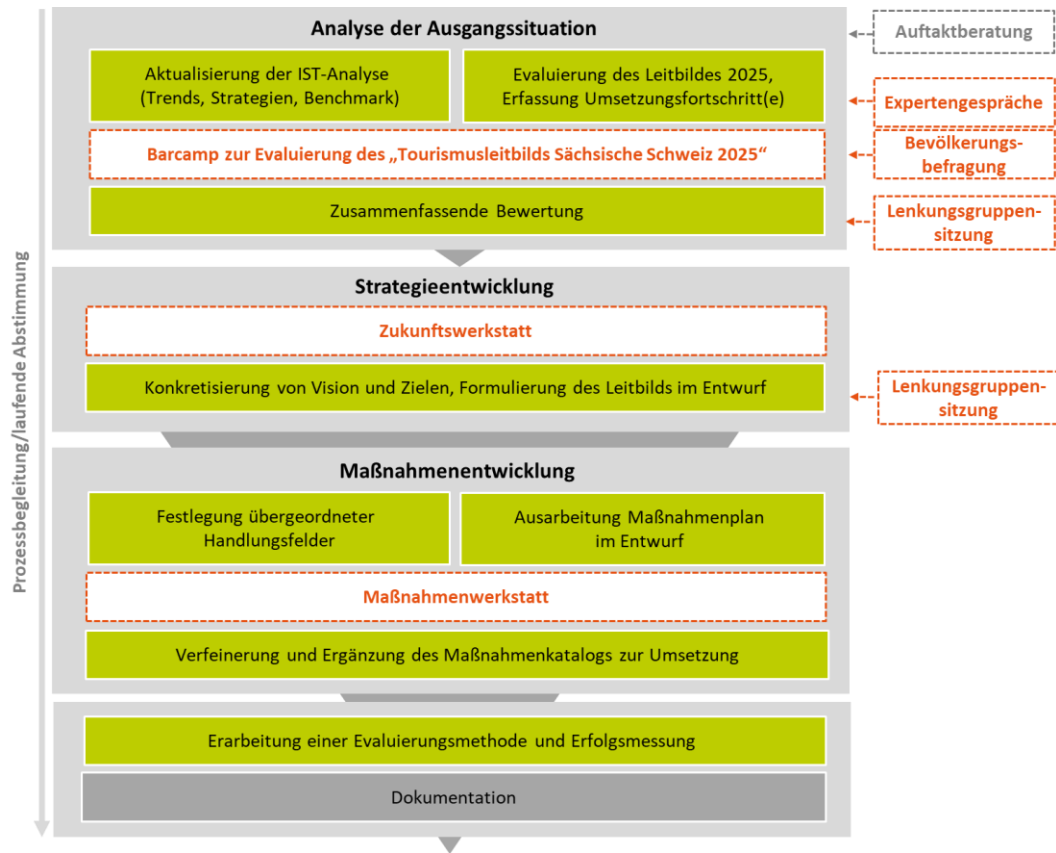
Das Tourismusleitbild Sächsische Schweiz wurde in folgenden Schritten überarbeitet:

- Bewertung der touristischen Ausgangssituation auf Basis folgender Arbeitsinhalte:
 - Beleuchtung aktueller Trends und Rahmenbedingungen,
 - Evaluierung des bisherigen Tourismusleitbildes 2025 (Ziele, Strategien und Maßnahmen) in Bezug auf die Umsetzungsfortschritte
 - Prüfung neuer Konzepte und Strategien sowie aktueller Marktforschungsdaten auf wichtige Impulse für das neue Leitbild
 - Aufnahme wichtiger Impulse der Tourismusakteure und Einwohner
- Aktualisierung der strategischen Aussagen des Leitbildes (Vision, Profil, Zielgruppen)
- Formulierung langfristiger, realistischer und umsetzbarer Handlungsempfehlungen und konkreter Maßnahmen

Bei der Erarbeitung kamen folgende Methoden zum Einsatz:

- **Analyse und Auswertung vorliegender** Konzepte, Planungen und Studien sowie neuer Marktforschungsergebnisse und statistischer Kennzahlen
- **Expertengespräche mit touristischen Akteuren der Sächsischen Schweiz** mit mehr als 20 Personen in sechs (Gruppen-)Gesprächen zur Erfassung der Ist-Situation sowie zur Aufnahme von Handlungsbedarfen aus dem Blickfeld der jeweiligen Akteure
- **Onlinebefragung der Einwohnerinnen und Einwohner** zur Ermittlung des Images der Sächsischen Schweiz, der Tourismusakzeptanz sowie der Meinungen und Wünsche zur weiteren touristischen Entwicklung in der Region (613 vollständige Interviews)
- **Zwei Sitzungen mit einer begleitenden Lenkungsgruppe** zur Rückkopplung der gutachterlichen Vorschläge und Vertiefung von Arbeitsinhalten
- **Drei thematische Veranstaltungen** zur gemeinsamen Erarbeitung und Vertiefung von Arbeitsinhalten mit einem erweiterten Teilnehmerkreis
 - Barcamp zur Sammlung wichtiger Tourismusthemen und Vertiefung erster Handlungsbedarfe
 - Zukunftswerkstatt zur Reflektion des Status Quo und der gemeinsamen Herausarbeitung einer touristischen Vision für die Sächsische Schweiz
 - Maßnahmenwerkstatt zur gemeinsamen Erarbeitung und Priorisierung von konkreten Maßnahmen

Abb. 1 Vorgehensweise in der Übersicht



© BTE 2022

Abb. 2 Impressionen Partizipationsprozess



© BTE 2021

2 Schlussfolgerungen zur touristischen Ausgangslage

Methodischer Ansatz

Grundlage für die Anpassung und Überarbeitung des Tourismusleitbilds ist eine Aktualisierung des Ist-Zustandes und die Erfassung von Umsetzungsfortschritten. Zur Erfassung des Ist-Zustands wurde eine umfassende Desktop-Recherche und Auswertung vorliegender Konzepte durchgeführt und diese durch eine Onlinebefragung der Einwohnerschaft und mehrere Gesprächsrunden mit lokalen und regionalen Experten und Leistungsträgern ergänzt.

Abb. 3 Einflüsse auf das neue Tourismusleitbild



© BTE 2022

Hinweis: Die ausführlichen und graphisch ausgearbeiteten Ergebnisse sind dem Bericht als Anlage 1 – Analyseergebnisse beigelegt, die Ergebnisse der Onlinebefragung der Einwohnerschaft als Anlage 2.

Zusammenfassende Bewertung

Im Ergebnis des „Gutachtenrecycling“ von Konzepten und Marktforschungsdaten, der Beleuchtung touristischer Trends und Rahmenbedingungen, der Evaluierung der bisherigen Tourismusedwicklung und aus den Impulsen der Einwohnerschaft und den Tourismusakteuren lassen sich folgende Schlussfolgerungen, Stärken und Verbesserungspotenziale zusammenfassen.

Wesentliche Stärken der touristischen Entwicklung in der Sächsischen Schweiz.

Abb. 4 Stärken in der Tourismusedwicklung

Strategie und Mit-einander	<ul style="list-style-type: none"> ■ Gute Arbeit in der Vergangenheit zeigen eine positive Entwicklung der Bekanntheit und Tourismusedwicklung ■ Kontinuierliche Arbeit auf Basis strategischer Grundlagen ■ Tourismusverband agiert als Vordenker/Vorreiterrolle in Sachsen ■ Tourismusverband ist wichtiger Netzwerkpartner ■ Tourismusgemeinschaft wird als kleine Familie gesehen, engagierte Touristiker in der Region ■ Hohe Tourismusakzeptanz seitens der Einwohner der Region weiterhin vorhanden ■ Die Sächsische Schweiz ist im Bereich Nachhaltigkeit bereits sehr gut aufgestellt, inkl. Zertifizierung als nachhaltiges Reiseziel ■ Qualität wird als wichtiges Querschnittsthema verstanden und forciert
Angebot und Produkt	<ul style="list-style-type: none"> ■ Portfolio passt gut zur Tourismusstrategie des Landes ■ Gute Erreichbarkeit, bereits viele gute Ansätze zur Stärkung der öffentlichen Mobilität ■ Nationalpark als wichtiges Aushängeschild, zahlreiche Nationalparkpartner ■ Sehr gute Voraussetzungen zum Naturerleben und aktiv sein (insb. Wandern, Klettern, Radfahren), hohes Interessenpotenzial und hohe Wettbewerbsplatzierung zum Thema Natur ■ Dichte an Freizeitangeboten sowie verschiedene kulturelle Angebote (bspw. Felsenbühne, Festival Sandstein & Musik, historische Orte und Traditionen etc.) ■ Breites Beherbergungsangebot
Marketing und Besucher	<ul style="list-style-type: none"> ■ Zeitgemäßes Tourismusmarketing ■ Aktive Bestrebungen zur Stärkung der Wintersaison ■ Hohe Gästezufriedenheit innerhalb der Region → TrustScore 2019 (87,5)

Wesentliche Optimierungsmöglichkeiten in der Sächsischen Schweiz

Abb. 5 Verbesserungspotenziale und Entwicklungschancen

Mobilität und Besucherlenkung	<ul style="list-style-type: none"> ■ Umsetzung von konkreten Maßnahmen zu den Themenbereichen: Besucherlenkung, Entzerrung von Verkehrsströmen, Parkraummanagement ■ Weiterentwicklung der Mobilität vor Ort, Entwicklung von regionsweiten attraktiven Angeboten für den ÖPNV
Angebote und Produkte	<ul style="list-style-type: none"> ■ Aufwertung und langfristige Sicherung vorhandener Infrastrukturen durch Inszenierungen, da Gäste vermehrt auf der Suche nach außergewöhnlichen Erlebnissen sind, bspw. Entwicklung von authentischen Erlebnissen, die Aspekte Tradition, Heimat, Regionalität widerspiegeln

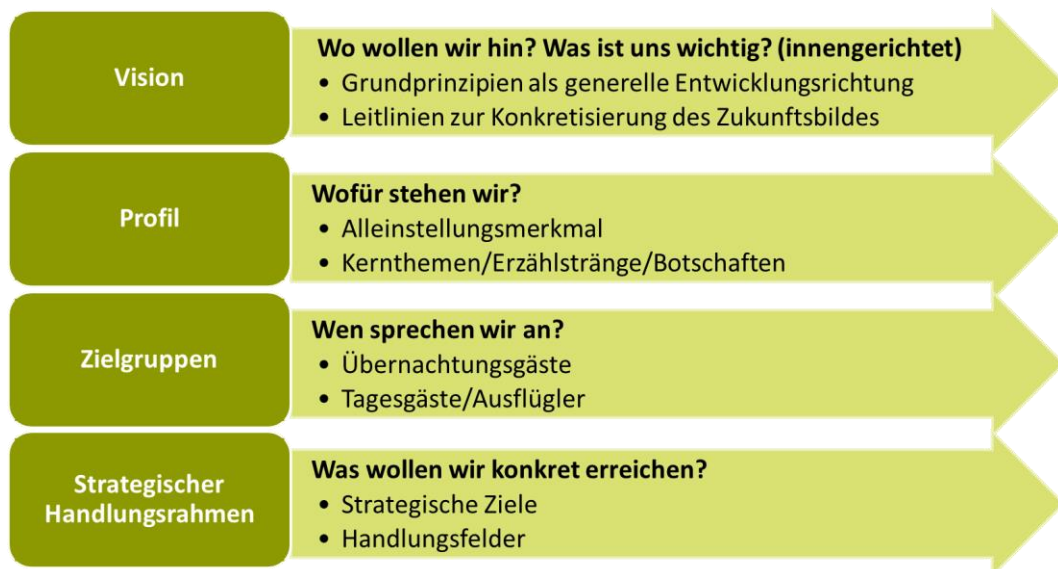


	<ul style="list-style-type: none"> ■ Entwicklung von tragfähigen nachhaltigen Angeboten und Steigerung des Engagements der Leistungsträger durch zielführende Kommunikation/Transparenz ■ Weitere Stärkung der Destination als Ganzjahresregion und Ausbau des Wintertourismus ■ Erhöhung der Familienfreundlichkeit bei Angeboten ■ Stärkung der Barrierefreiheit ■ Bessere Herausarbeitung der Vielfalt der Region und Aufzeigen, dass die Sächsische Schweiz neben dem Nationalpark noch weitere attraktive Naturflächen besitzt ■ Sicherung und weitere Stärkung der Tourismusqualitäten im Wandertourismus und Radtourismus ■ Steigerung der Erlebbarkeit der Kultur (bisher eher Randthema), insb. durch bessere Vernetzung, weitere Erlebbarmachung und Verknüpfung mit Angeboten im Bereich Aktiv/Gesundheit
Natur- und Umweltschutz	<ul style="list-style-type: none"> ■ Entwicklung von Maßnahmen, um aktuellen Gegebenheiten entgegenzuwirken → Natur- und Umweltverschmutzung, Lärmbelästigung, fehlender Respekt der Gäste gegenüber der regionalen Bevölkerung/der Natur → Es ist wichtig, eine Sensibilisierung und Bewusstseinsbildung für die Natur- und Kulturlandschaft zu schaffen ■ Folgen des Klimawandels als Herausforderung (Hochwasser, Starkregen, Trockenheit) → Widerstandsfähigkeit der Region berücksichtigen (Auseinandersetzung mit Folgen des Klimawandels)
Gästedienst, Qualität und Digitalisierung	<ul style="list-style-type: none"> ■ Verbesserungspotenziale bei der Qualität und Quantität der Gastronomie ■ Fachkräftesicherung bleibt ein wichtiges Aktions- und Handlungsfeld ■ Gemeinsame Weiterentwicklung der Potenziale der Gästeführungen, inkl. Stärkung der Vernetzung, Wahrnehmung, Wertschätzung ■ Digitalisierung ist ein wichtiges Thema, inkl. Infrastruktur (Mobilnetz, WLAN) und Technik, virtuelle Erlebnisse, Beratung ■ Bessere Organisation & Vernetzung der Gästeführer und des Gästeführungsangebots in und mit der Region zur Sicherstellung eines qualitativen und nachhaltigen Angebotes
Kommunikation und Marketing	<ul style="list-style-type: none"> ■ Informationsdefizite trotz guter Marketingaktivitäten des TV SSW → Sensibilisierung der Akteure, ihre Daten aktuell zu halten und regelmäßig zu pflegen (Datenpflege ist „Bringepflicht“) ■ Bereitstellung von qualitativ hochwertigen Informationen 24/7 ■ Steigende Internationalität – mehrsprachige Bereitstellung des Informationsmaterials (online/offline)
Organisation und Kooperation	<ul style="list-style-type: none"> ■ Ausbau der Vernetzung/Kommunikation innerhalb der einzelnen Sparten → Etablierung von regelmäßigen Austauschformaten wünschenswert, Stärkung des WIR-Gefühls ■ Tourismus im Einklang mit der Natur- und Kulturlandschaft ■ Aufbau eines effizienten Managements für die Kommunen und Tourist-Informationen (vgl. laufendes Projekt „Entwicklung eines Konzeptes für eine effiziente Aufgabenwahrnehmung und eine gemeinsame Destinations-Management-Organisation sowie neue Tourist-Info-Zentren, kurz: TI-Entwicklung“)

3 Tourismusleitbild Sächsische Schweiz 2030

Das eigentliche Leitbild bildet die Grundlage für alle weiteren Entscheidungen und Handlungen im Tourismus der Sächsischen Schweiz. Das Dach des Leitbilds bildet eine Vision, die in Form von vier Grundprinzipien und touristischen Leitlinien konkretisiert wird. Um die künftigen Aktivitäten und Maßnahmen im Tourismus zu fokussieren und zu einer Profilierung der Sächsischen Schweiz beizutragen, sind im Profil die Alleinstellungsmerkmale und Kernthemen/Erzählstränge der Sächsischen Schweiz zusammengefasst. Die definierten Zielgruppen zeigen auf, auf wen sich die Entwicklung fokussiert und dienen als Orientierung in der Ansprache. Der strategische Handlungsrahmen formuliert darauf aufbauend die wesentlichen Zielstellungen und Handlungsfelder für die weitere touristische Entwicklung der Region.

Abb. 6 Methodischer Ansatz



© BTE 2022

3.1 Touristische Vision für die Sächsische Schweiz

Die touristische Vision beschreibt allgemein das Wunschbild von einem zu erreichenden Soll-Zustand in der Zukunft. Sie fasst das touristische Selbstverständnis auf den ersten Blick zusammen und stellt die zukunftsorientierte, langfristige Entwicklungsrichtung für die Region dar. Sie fungiert demnach als Rahmen für die künftige touristische (Weiter-)Entwicklung und soll das Handeln der öffentlichen und privaten touristischen Akteure in den kommenden Jahren prägen. Die Vision leitet sich aus den Erkenntnissen der Analysephase und aus den Ergebnissen der Veranstaltungen ab, in denen die Akteure der Region gemeinsam das Zukunftsbild gezeichnet haben.

Die touristische Vision der Sächsischen Schweiz besteht aus vier Grundprinzipien.

Abb. 7 Vier Grundprinzipien als generelle Entwicklungsrichtungen



Auf Basis der Grundprinzipien lautet die Leitidee der Tourismusedwicklung in der Sächsischen Schweiz demnach:

„Wir setzen auf einen nachhaltigen, qualitativen, ganzheitlichen und attraktiven Tourismus in der Sächsischen Schweiz als Motor für die Aufenthalts-, Lebens- und Standortqualität.“

Die Grundprinzipien sind jeweils mit Leitlinien unteretzt (siehe folgende Abbildung).

Abb. 8 Touristische Leitlinien zur Konkretisierung der vier Grundprinzipien

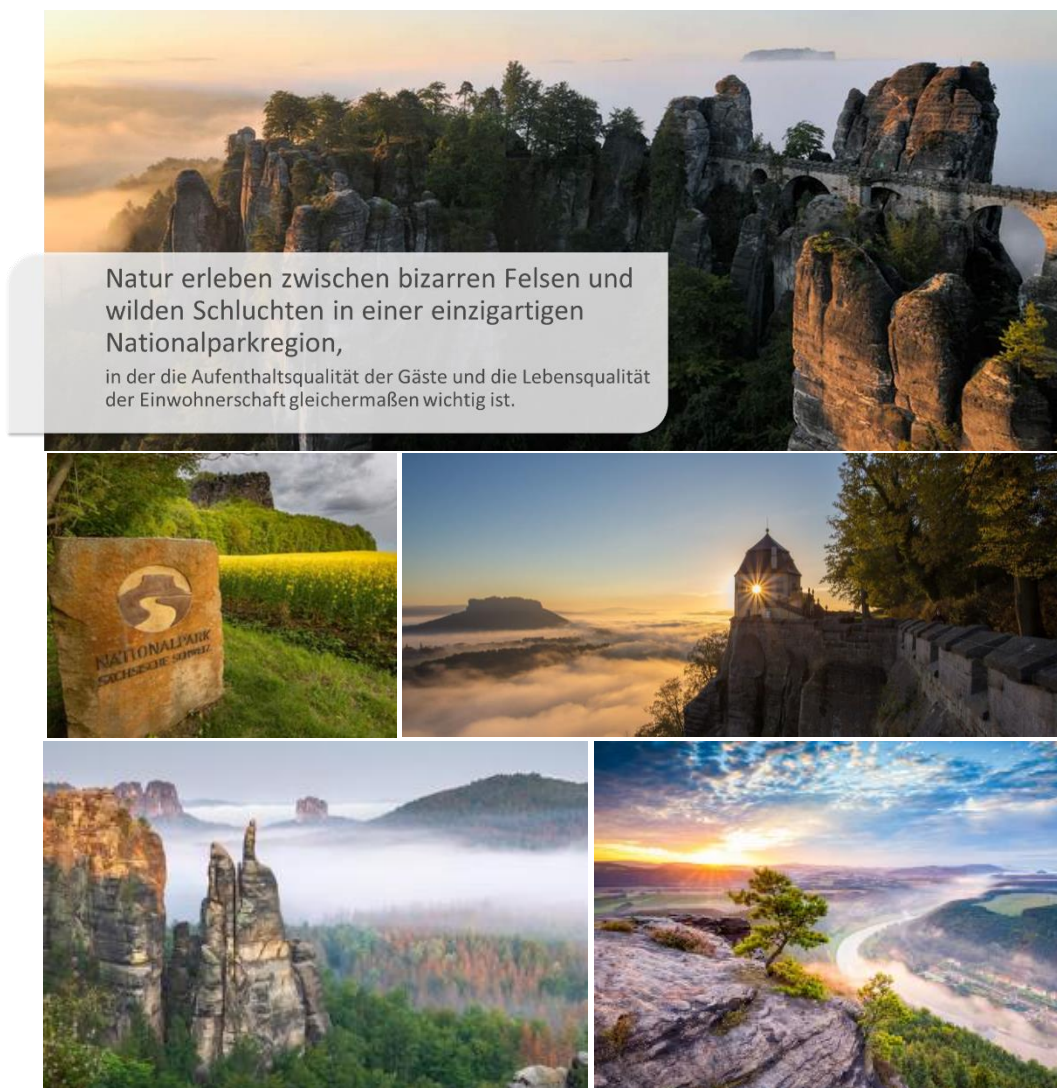
<p>Nachhaltigkeit als Selbstverständnis</p> 	<p>Nachhaltigkeit und Miteinander</p> <ul style="list-style-type: none">■ In der Tourismusdestination Sächsische Schweiz sind nachhaltige(re) Reiseerlebnisse für Gäste entlang der gesamten touristischen Servicekette selbstverständlich. Nachhaltigkeit in allen vier Dimensionen ist dabei Selbstverständnis unserer Arbeit und wir fokussieren uns auf einen Interessen ausgleichenden Tourismus.■ Wir denken Mensch und Natur im Einklang.■ Wir verstehen uns als Nationalparkregion und bekennen uns zum Nationalpark Sächsische Schweiz.■ Wir tragen Verantwortung für das Wohlergehen der Menschen der Region, für die Qualität des Aufenthaltes unserer Zielgruppen und für die im Tourismus Tätigen.■ Uns ist klar: Nur gemeinsam sind wir stark. Wir agieren als eine Einheit und stehen für eine kooperative Tourismusentwicklung.■ Die grenzüberschreitende Zusammenarbeit in der Sächsisch-Böhmischen Schweiz wird gesichert und weiterhin ausgebaut.
<p>Qualitätsorientierung als Prämisse der Tourismusentwicklung</p> 	<p>Aufenthaltsqualität und Innovation</p> <ul style="list-style-type: none">■ Unter der Maxime „Klasse statt Masse“ fördern wir eine qualitätsorientierte Entwicklung sowie eine Verbesserung der Wertschöpfung in der Sächsischen Schweiz. Der Fokus liegt dabei auf qualitativen und wertschöpfungsintensiven Segmenten und Produkten.■ Wir setzen auf Innovation und Zukunftsorientierung. Wir denken voraus, blicken „über den Tellerrand“ und stellen uns kontinuierlich auf die verändernden Rahmenbedingungen ein.
<p>Verzahnung von Tourismus und Regionalentwicklung</p> 	<p>Lebens- und Standortqualität</p> <ul style="list-style-type: none">■ Wir fördern einen gemeinwohlorientierten Tourismus und sehen Tourismus auch mit dem Ziel, die Lebens- und Standortqualität in der Region zu verbessern.■ Die wichtige Bezugsgruppe der Bevölkerung beziehen wir deshalb in die Tourismusentwicklung ein und fördern ein breites Tourismusbewusstsein.■ Wir denken den Tourismus ganzheitlich mit Schnittstellen zu weiteren Regionalthemen wie Verkehr, Wirtschaft, Regionalkultur, regionale Produkte, Natur u. v. w.
<p>Gezielte Weiterentwicklung touristischer Erlebnisprodukte und Themen</p> 	<p>Erlebnisreichtum und Zielgruppen</p> <ul style="list-style-type: none">■ Wir machen unsere einzigartige Natur mit allen Sinnen für unser Gäste erlebbar, ohne das Ökosystem zu gefährden.■ Wir achten darauf, unsere reichhaltige Kultur und Tradition lebendig zu halten und erlebbar zu machen.■ Wir entwickeln das Spannungsfeld zwischen attraktiven Aktiverlebnissen auf der einen und Ruhepunkten in der Natur auf der anderen Seite.■ Wir verstehen uns als gastfreundliche Region und vertreten eine weltoffene Werthaltung.■ Wir richten unsere Bemühungen und Maßnahmen dabei konsequent an unseren Zielgruppen aus.■ Unsere Leistungsträger sind kompetente Gastgeber und unsere Einwohnerschaft Botschafter der Sächsischen Schweiz.

3.2 Profil für die Sächsische Schweiz

Um die Destination Sächsische Schweiz von Mitbewerbern abzugrenzen und stärker in den Fokus der potenziellen und wünschenswerten Gäste zu rücken, ist es wichtig, die Alleinstellungsmerkmale und die **Kernkompetenzen** herauszuarbeiten. Chancenreiche Themen verfügen über ein hohes Marktpotenzial, sind häufig aber auch durch eine starke Wettbewerbsintensität im Deutschlandtourismus geprägt. Daher müssen eine hohe Attraktivität und Qualität des eigenen Angebots gegeben sein, um sich erfolgreich am Markt zu positionieren.

Als Grundlage für die Außendarstellung und Identitätsbildung bedarf es der Identifizierung der Alleinstellungsmerkmale. Sie stellen die Besonderheit/Einzigartigkeit der Region dar und bringen zum Ausdruck, was die Region charakterisiert, ausmacht und von anderen abhebt. Die Profilt Themen stellen schließlich die Kernkompetenzen der Region dar und arbeiten heraus, welche Bilder bei den potenziellen Gästen erzeugt werden sollen.

Abb. 9 Alleinstellungsmerkmal



© BTE 2022; Bildquellen © von l.o. nach r.u.: Frank Exx, Sebastian Rose, Sebastian Rose, Philipp Zieger, Jacqueline Voigt

Basierend auf den Analyseergebnissen sowie mit Blick auf die gemeinsame Evaluierung mit den Tourismusakteuren der Region wird empfohlen, das Profil der Sächsischen Schweiz auf folgende Profilbereiche/Erzählstränge zu verdichten: Das Alleinstellungsmerkmal „Natur zwischen bizarren Felsen und wilden Schluchten in einer einzigartigen Nationalparkregion“ ist profilgebender Rahmen und sollte sich in allen Erzählsträngen wiederfinden. Als Erzählstränge dienen die Themen Naturerlebnis, Schauplätze und Wohlfühlorte.

Abb. 10 Profilbereiche/Erzählstränge/Themen/Bilder der Sächsischen Schweiz



© BTE 2022

In der nachfolgenden Abbildung werden die Profilbereiche/Erzählstränge der Sächsischen Schweiz mit ausgewählten Beispielen untersetzt und greifbar gemacht.

Abb. 11 Beispielhafte Untersetzung der Erzählstränge



© BTE 2022

Zur Lesart:

- Die Profilbereiche/Erzählstränge stellen die Besonderheiten und Kernkompetenzen der Sächsischen Schweiz dar. Sie bringen zum Ausdruck, welche Bilder der Sächsischen Schweiz bei den Gästen erzeugt werden sollen. Die Erzählstränge können im Rahmen der Marketingstrategie in Produktlinien spezifiziert werden.
- Schwerpunkt in den Marketing- und Kommunikationsaktivitäten sollten weiterhin die Themen Natur und Wandern sein, ergänzt mit den Schauplätzen und attraktiven Kulturerlebnissen in der Natur- und Kulturlandschaft sowie dem Wohlfühlaspekt mit Fokus auf Kraft schöpfen.

- Im Fokus aller Profilbereiche steht die sanfte Erlebbarkeit der vorhandenen Infrastrukturen und Angebote. Dabei sollte eine Fokussierung auf nachhaltige Reisetheemen erfolgen und die Sächsische Schweiz als ganzjährig attraktives Reiseziel platziert werden. Hierzu empfiehlt sich die Darstellung in Bild und Wort als ganzjähriges Reiseziel. Um die Wintersaison und Werkstage besser auszulasten, sollten diese Angebote besonders hervorgehoben werden.
- Die Zielgruppenansprache kann über verschiedene Reisemotivationen erfolgen: über (1) Natur erleben, (2) sich bewegen/aktiv sein, (3) die Region kennen lernen, (4) Sehenswürdigkeiten besichtigen, (5) den Alltag hinter sich lassen. Nähere Ausführungen zum Thema Zielgruppen finden sich im nachfolgenden Kapitel.

3.3 Zielgruppen der Sächsischen Schweiz

Für ein erfolgreiches Marketing ist eine Fokussierung auf Zielgruppen sehr wichtig. „Alle“ ansprechen zu wollen ist aufgrund begrenzter Ressourcen nicht möglich. Eine klare Zielgruppenorientierung ist demnach bei der Entwicklung von Infrastrukturen, Angeboten und Produkten, aber auch in der Kommunikation, der Schlüssel zum Erfolg. Jede Zielgruppe hat spezifische Wünsche und Bedürfnisse, die vor, während und nach einem Aufenthalt erfüllt werden wollen. Die gezielte Ansprache von Gästen schafft einerseits Schwerpunkte in der Marktbearbeitung, bündelt Marketinganstrengungen und erfüllt letztlich konkrete Gästewünsche. Andererseits und mit besonderem Blick auf eine qualitative Tourismusentwicklung lassen sich durch eine zielgruppengerechte Marktbearbeitung wünschenswerte Zielgruppen (bspw. Reisende mit Interesse an der Region, Nachhaltigkeitsorientierung, Interesse an einer längeren Aufenthaltsdauer etc.) konkret ansprechen und so potenziell deren Anteil an den Gesamtbesuchern erhöhen.

Strategischer Ansatz der Zielgruppenbestimmung für die Sächsische Schweiz

Eine zielgruppenbezogene Denkweise, die konkrete Motive und Zielgruppenbedürfnisse in den Fokus der Infrastruktur- und Angebotsentwicklung sowie des Marketings rückt, sollte künftig die Maßnahmenplanung prägen.

In den vergangenen Jahren wurde in der Praxis hierbei verstärkt dazu übergegangen, Zielgruppen nicht mehr primär über bestimmte Themen anzusprechen oder nach Themen mit rein soziodemographischen Merkmalen zu segmentieren (= Themenmarketing mit Aktiv- oder Kulturtouristen über 50 Jahre), sondern eine wertorientierte Zielgruppensegmentierung zu Grunde zu legen. Ansatz ist es dabei, die angestrebten Gäste über ihre Bedürfnisse besser zu erreichen und passgenauer ansprechen zu können (= themenorientiertes Zielgruppenmarketing). Gruppen von Menschen mit ähnlichen Wertvorstellungen und gesellschaftlichen Merkmalen sind je nach Reisemotiv so durch verschiedene Themen ansprechbar.

An dieser Stelle kann keiner Zielgruppenableitung vorgegriffen werden: Vielmehr ergeben sich aus der Analyse und den strategischen Ausführungen folgende Schlussfolgerungen:

- Generelle Empfehlung ist es, die Zielgruppen in den Vordergrund zu rücken und auf Grundlage ihrer Bedürfnisse, Aktionsräume etc. Infrastrukturen, Angebote und Produkte sowie das Marketing zu gestalten.
- In der künftigen Zielgruppenausrichtung sollten konkrete Strategien differenziert für **Übernachtungsgäste** und für **Tagesgäste** herausgearbeitet werden. Für beide Zielgruppen sollte der Fokus auf einer größeren Wertschöpfung liegen.
- Auf Basis konkreter Marktforschungsdaten sollten die **Zielgruppen geschärft** und geschaut werden, wie die Themen/Erzählstränge passgenau für die überarbeiteten Zielgruppen weiterentwickelt und die Qualität entsprechend gestaltet werden kann.

3.4 Strategischer Handlungsrahmen

Um die Vision für alle Akteure besser greifbar zu machen, dienen übergeordnete Zielbereiche als wesentlicher Handlungsrahmen. Für die Sächsische Schweiz wurden folgende Ziele herausgearbeitet.

Abb. 12 Zielbereiche Tourismusleitbild Sächsische Schweiz 2030



© BTE 2022

Um das Leitbild weiter mit Leben zu füllen und die gesetzten Ziele zu erreichen, gibt es für die Tourismusakteure viel zu tun. Die Arbeitsschwerpunkte lassen sich in Handlungsfeldern zusammenfassen (vgl. Kapitel 4.1), die mit Maßnahmenbündeln und konkreten Projekten untersetzt sind.

4 Handlungsprogramm für die Sächsische Schweiz

4.1 Handlungsfelder

Ein wichtiger Baustein des Tourismusleitbildes ist die Definition geeigneter und umsetzbarer Maßnahmen, die eine Handlungsgrundlage für die Akteure in der Sächsischen Schweiz bis ins Jahr 2030 bilden.

Die **relevanten Handlungsfelder** für die Sächsische Schweiz leiten sich aus den Analyseergebnissen sowie den strategischen Inhalten des Leitbildes ab. Ergänzt werden die Handlungsfelder um die **umfassenden Themen Nachhaltigkeit** und **Qualität**. Da Nachhaltigkeit und Qualität für die Sächsische Schweiz eine zentrale Rolle spielen, stehen diese Aufgaben/Entwicklungsgrundsätze als Rahmen „oben drüber“. Zusätzlich gilt die **Digitalisierung** als Querschnittsaufgabe, die es in allen Handlungsfeldern gleichermaßen zu berücksichtigen gilt.

Abb. 13 Handlungsfelder



© BTE 2022

4.2 Einführung in den Maßnahmenkatalog

Der Maßnahmenkatalog ist ein Leitfaden und gibt Orientierung über geplante, in Umsetzung befindliche sowie wünschenswerte Projekte. Zur besseren Strukturierung wurden Maßnahmenbündel definiert, für die jeweils konkrete Ansätze, Projekte, Hinweise und Konkretisierungen zur Umsetzung formuliert worden sind.

In der operativen Umsetzung sind Querverbindungen zwischen den einzelnen Maßnahmenbündeln zu prüfen und zu berücksichtigen. Einzelne Maßnahmen entfalten u. a. ihre Wirkung nur im Zusammenspiel mit anderen. An einigen Stellen sind bereits erste Querverweise benannt.

Für die einzelnen Maßnahmenbündel sind jeweils

- **Ansatzpunkte** und Hinweise zur Umsetzung formuliert,
- eine **Priorität** für die Umsetzung festgelegt: hoch, mittel, gering,
- ein **Zeitraumen** genannt, in dem die Maßnahme möglichst umgesetzt werden sollte: kurzfristig (ca. ein bis zwei Jahre), mittelfristig (drei bis vier Jahre), langfristig (ab fünf Jahre), kontinuierlich,
- eine **Verantwortlichkeit** benannt, wer die Umsetzung federführend übernimmt, wobei jeweils auch weitere **Partner** aufgeführt sind, die bedarfsgerecht eingebunden werden müssen,
- relevante **Anmerkungen** notiert.

Die Maßnahmen, die es nun umzusetzen gilt, werden nachfolgend entlang der einzelnen Handlungsfelder in diesem Kapitel dargestellt. Neben der Zuordnung der Maßnahmen zu den Handlungsfeldern, erfolgt eine Heraushebung von **Master-Projekten**. Diese haben eine Art „Türöffner-Funktion“, d. h. nur nach ihrer Erfüllung sind bestimmte weitere Maßnahmen überhaupt erst umsetzbar oder sie besitzen einen besonders prägenden Charakter für die weitere Entwicklung der Sächsischen Schweiz.

Hinweis

Die formulierten Inhalte des Tourismusleitbildes werden nur dann erreicht, wenn alle Akteure „an einem Strang ziehen“. Hierzu ist eine Zusammenarbeit zwischen Politik, Verwaltung, Touristikern und weiteren Partnern nötig. Die Umsetzung der meisten Maßnahmen ist nur im Zusammenspiel zwischen den als verantwortlich Benannten und allen anderen beteiligten Partnern möglich. Der Tourismusverband Sächsische Schweiz fungiert selbst vorrangig als Impulsgeber und Koordinator und übernimmt immer dann Verantwortung, wenn es in seiner Zuständigkeit und Kompetenz liegt.

Die Nennung der Verantwortlichkeiten erfolgt im Maßnahmenkatalog eher grob, d. h. es werden weder einzelne Gemeinden, noch einzelne Personen benannt. Dies gilt es im Rahmen des Umsetzungsmanagements detailliert zu prüfen und schließlich festzulegen, wer genau/konkret für die personelle (und finanzielle) Umsetzung der jeweiligen Maßnahmen verantwortlich ist. Grundsätzlich erfolgt eine Zuordnung der Verantwortlichkeiten meist auf mehrere Schultern. So ist es auch in der Sächsischen Schweiz so, dass einige Maßnahmen/Aufgaben zwar vom Tourismusverband Sächsische Schweiz übernommen oder koordiniert werden können, ein anderer großer Teil der Maßnahmen aber im Verantwortungsbereich kommunaler/öffentlicher Institutionen und/oder touristischer Leistungsträger verbleibt bzw. im Sinne einer zukunftsfähigen Entwicklung von diesen übernommen werden muss. Das Tourismusleitbild der Sächsischen Schweiz richtet sich demnach an alle Tourismusakteure der Region und alle relevanten Partner.

4.3 Handlungsfeld Touristische Infrastruktur und Mobilität

Abb. 14 Übersicht Maßnahmen „Touristische Infrastruktur und Mobilität“

Nr.	Titel der Maßnahme	Priorität
I.1	Erstellung und Legitimierung einer umfassenden Besucherlenkungs-konzeption für die gesamte Nationalparkregion Sächsische Schweiz zur Entlastung sensibler Räume und zur zielgruppenorientierten Lenkung	Master-Projekt
I.2	Umsetzung eines gemeinsamen Verkehrs-, Parkraum- und Parkleit-Systems mit Schnittstelle zum ÖPNV zur Lenkung und Minimierung des motorisierten Individualverkehrs in der Fläche	Hoch
I.3	Sicherung, Optimierung und Stärkung des öffentlichen Personennahverkehrs zur Förderung umweltfreundlicher Mobilitätsangebote für Gäste und Einheimische	Hoch
I.4	Information und Schaffung attraktiver Anreize zur Nutzung des öffentlichen Personennahverkehrs	Hoch
I.5	Stärkung der E-Mobilität	Hoch
I.6	Gästeorientierte Infrastrukturentwicklung und Qualifizierung des Freizeitwegenetz	Hoch
I.7	Weiterentwicklung von Wander- und Radwegen, (Rund-)Wander-routen und (Rund-)Radwege als Alternativangebote zu den hochfrequentierten Plätzen	Hoch
I.8	Interessenvertretung im Hinblick auf Netzabdeckung und WLAN-Verfügbarkeit	Hoch

Abb. 15 Konkretisierung Maßnahmen „Touristische Infrastruktur und Mobilität“

I.1	Erstellung und Legitimierung einer umfassenden Besucherlenkungs-konzeption für die gesamte Nationalparkregion Sächsische Schweiz zur Entlastung sensibler Räume und zur zielgruppenorientierten Lenkung	
	<ul style="list-style-type: none"> ■ Inhalte <ul style="list-style-type: none"> ▪ Identifizieren Status Quo, insb. Hotspots (örtlich, zeitlich), freie Kapazitäten (Wege, Einrichtungen etc.; zu allen Themen wie Natur, Aktiv, Kultur, Freizeit), vorhandene Ansätze und Konzepte in der Region ▪ Formulierung eines Soll-Zustandes und konkreter Ziele ▪ Maßnahmenentwicklung und Abstimmung ▪ Ansatzpunkte zur Umsetzung und Evaluierung ■ Beispielhafte Maßnahmenbereiche als Anregung 	<p>Priorität: Master-Projekt</p> <p>Zeitraumen: Kurzfristig</p> <p>Verantwortung: Nationalparkverwaltung, Sachsenforst/Forstbezirk Neustadt</p>

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Attraktive Informations- und Leitsysteme (analog und digital, dynamisch, Besucherinfo unterwegs) ▪ Großräumige Verkehrskonzepte insb. Schnittstelle PKW/Parken - ÖPNV (Anreise, Parken, ÖPNV), Sammelparkplätze mit ÖPNV-Schnittstelle, Priorisierung Mobilitätsangebote in der Kommunikation (vgl. Maßnahme I.2 und I.4) ▪ Angebote ausbauen: Inwertsetzung attraktiver und vertraglicher Angebote abseits der Hotspots (vgl. Maßnahme I.7) ▪ Marketing, Kommunikation, Information: Alternativen ins Schaufenster stellen, digitale Besucherinformation in Echtzeit, Schulung TI-Mitarbeitende, zeitnahe Besucherinformationen (z. B. Umleitungsausschilderungen) vor Ort und digitale Veröffentlichung von Waldsperrungen und Umleitungen ▪ Zeitliche Fokusverschiebung: Belebung Wintersaison (vgl. Maßnahme A.1) ▪ Kontingentierung (falls gewünscht), bspw. im Rahmen von Ticket- oder Reservierungssystemen (siehe Nationalparke der USA, Trail-Park am Rabenberg/Erzgebirge) ▪ Appelle, Gebote, Regeln, bspw. Infotafeln und Besucherordnung, Akzeptanzförderungen und Kontrollen ■ Wichtig <ul style="list-style-type: none"> ▪ Berücksichtigung der Belange von Tages- und Übernachtungsgästen, Einwohnerschaft und Grundstückseigentümer sowie der Natur und Landschaft ▪ Besucherlenkung entlang der gesamten Servicekette ▪ Schnittstellen zur Verknüpfung PKW und ÖPNV 	<p>Partner: Tourismusverband SSW, Landschaft(f)t Zukunft e. V.¹, Verkehrsträger, Kommunen, Freistaat Sachsen, wissenschaftliche Partner, Gästeführer und Leistungsträger aus Kultur, Freizeit und HoGa</p> <p>Anmerkung: Einbringen in LEADER-Strategien; Synergien zu anderen Förderinstrumenten herstellen</p> <p>Ansatzpunkte im DTV Handlungsleitfaden Besucherlenkung in touristischen Destinationen</p>
---	--

<p>I.2</p>	<p>Umsetzung eines gemeinsamen Verkehrs-, Parkraum- und Parkleit-Systems mit Schnittstelle zum ÖPNV zur Lenkung und Minimierung des motorisierten Individualverkehrs in der Fläche</p>	
<p>Parken</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Bedarfsgerechte Umsetzung des vorhandenen Konzeptes für ein dynamisches Verkehrs- und Parkleitsystem Modellregion Sächsische Schweiz im Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge (INAVET 2021), inkl. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Bildung einer projektbegleitenden Arbeitsgruppe, Definition Umsetzungsstruktur, Festlegung Verantwortlichkeiten ▪ Definition der Umsetzungsprioritäten incl. Arbeitsplan ▪ Prüfung der verfügbaren Finanzierung von Teilmaßnahmen gemäß vorhandener Fördermittelrichtlinien ▪ Projektbegleitende Öffentlichkeitsarbeit 	<p>Priorität: Hoch</p> <p>Zeitraumen: Mittelfristig</p> <p>Verantwortung: Landkreis Sächsische-Schweiz-Osterzgebirge, Landschaft(f)t Zukunft e. V.</p>

¹ Im Handlungsprogramm steht der Akteur Landschaft(f)t Zukunft e. V. für den Verein Landschaft(f)t Zukunft e. V. mit dem Regionalmanagement

<ul style="list-style-type: none"> ■ Schrittweise Erarbeitung eines klaren und in sich stimmigen Parkraumbewirtschaftungskonzeptes für die Region einschließlich Nationalpark ■ Konkrete Schritte und Vorschläge zur Umsetzung entsprechend Impulsen aus der Maßnahmenwerkstatt und dem Prozess <ul style="list-style-type: none"> ▪ Verschmelzen der einzelnen Projekte, auch Interessens- und finanzieller Ausgleich ▪ Ausarbeitung einer Kurzform der Vision der nachhaltigen Mobilität in der Nationalparkregion (bspw. durch VKT) ▪ Identifizierung von Projektträgern, Gründung einer Projektgesellschaft und Organisation der Beteiligung des Freistaates ▪ Prüfung eines differenzierten Preissystems für touristische Parkplätze (von innen nach außen günstiger) (andere Regelungen für Einheimische) <p>Schnittstelle ÖPNV</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Anbindung des ÖPNV an das zukünftige Parkleitsystem unter Berücksichtigung von Saisonverkehren (dynamisches System) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Entwicklung eines schlüssigen Park & Ride Konzepts ▪ Aufbau eines Park & Ride Systems mit bedarfsgerecht getaktetem öffentlichen Personennahverkehr <p>Erreichbarkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Bedarfsgerechte Optimierung der Erreichbarkeit der Sächsischen Schweiz und der großräumigen Verkehrsinfrastruktur für den individuellen Personennahverkehr (unter den Gesichtspunkten Ortsberuhigung, Schutz sensibler Landschaftsräume und Besucherlenkung) 	<p>Partner: Landesamt für Straßenbau und Verkehr (LASuV), Verkehrszentrale Sachsen (VZS), Regionalverkehr Sächsische Schweiz-Osterzgebirge, Verkehrsverbund Oberelbe, Tourismusverband SSW, Nationalparkverwaltung, Sachsenforst, Kommunen, Eigentümer von Flächen</p> <p>Anmerkung: Enge Verschnidung mit Maßnahmen zur Besucherlenkung (vgl. Maßnahme I.1) und Planungen zur Bildung zweier Welcome Center (vgl. Maßnahme S.1)</p> <p>Park & Ride System als Maßnahme aus dem Programm des alten Leitbildes übernommen</p> <p>Einzelne Projekte laufen bereits</p> <p>Abstimmung mit Böhmischer Schweiz (ein Vorprojekt läuft dort schon, EFRE-Projekt in Planung)</p>
---	--

<p>I.3</p>	<p>Sicherung, Optimierung und Stärkung des öffentlichen Personennahverkehrs zur Förderung umweltfreundlicher Mobilitätsangebote für Gäste und Einheimische</p>	<p>Priorität: Hoch</p> <p>Zeitraumen: Kontinuierlich</p> <p>Verantwortung: Landschaft(f)t Zukunft e. V. (Impulsgebung, Koordination), Landkreis Sächsische-Schweiz-Osterzgebirge, Kommunen</p> <p>Partner: Tourismusverband SSW, Verkehrsträger, Nationalparkverwaltung</p>
<ul style="list-style-type: none"> ■ Dauerhafte Etablierung eines Ansprechpartners Mobilität (Mobilitätsmanager) und bei Bedarf einer Aktionsgruppe ähnlich der früheren AG Sanfte Mobilität ■ Interessenvertretung bei Nahverkehrsbetrieben für den Erhalt und die Verbesserung des Bussystems sowie zur Initiierung von Pilotprojekten, bspw. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Überprüfung der Anbindung touristischer Einrichtungen bzw. Schwerpunkträume, um Mobilität an die Besucherströme anzupassen ▪ Stärkere Berücksichtigung touristischer Belange bei der ÖPNV-Angebotsgestaltung u. a. durch Optimierung des Liniennetzes, v. a. unter Einbindung wichtiger Freizeitattraktionen sowie Start- und Endpunkte von Rad- und Wanderrouten 		

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Verstetigung der Taktung bestehender Buslinien (insb. am Wochenende) ▪ Anpassung bzw. Ergänzung bestehender Verkehre – soweit möglich, insb. in den Abendstunden und am Wochenende ▪ Vernetzung des öffentlichen Nahverkehrs ▪ Verbesserung der Fahrradmitnahme im ÖPNV, Ausweitung in Abhängigkeit von Platzreserven und Fahrzeugeinsatzgrößen (Wirtschaftlichkeit) ▪ Prüfung der Umsetzung neuer Haltepunkte und Haltestellen im Rahmen neuer bzw. angepasster Routen ■ Innovative Lösungsfindung zur Verbesserung des ÖPNV für Gäste und Einheimische <ul style="list-style-type: none"> ▪ Wander-/Aktivbusse, Wander-/Sammel-Taxen, Rufbusse ▪ Elektromobilität, Öko-Mobil Flotte (Mitfahren, Ausleihen) ▪ Temporäre touristische Rundverkehre (Hop-on Hop-off, Touristen- und Shuttlebusse) ■ Prüfung der Umsetzung weiterer Erlebnisangebote, bspw. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Erweiterung/Verlängerung der Kirnitzschtalbahn in beide Richtungen (Bahnhof Bad Schandau und in Richtung Osten) und Prüfung der Verkehrsberuhigung der Kirnitzschtalstraße (Schlagwort: autofreies Kirnitzschtal) ▪ Umsetzung der Festungsbahn Königstein in zwei Etappen: Standseilbahn zwischen Stadt und Festungsfuß und perspektivisch Verbindung zwischen Festung und Welcome Center Leupoldishain (vgl. auch S.1) bspw. im Rahmen einer kreativen Mobilitätsform, wie einer Teststrecke für autonomes Fahren auf dem bestehenden Wegebund 	<p>Anmerkung: Machbarkeitsstudie (2007) und Realisierungsstudie (2019) der Festungsbahn liegen bereits vor; Machbarkeitsstudie zur Verlängerung Kirnitzschtalbahn in Erstellung</p>
--	--

<p>I.4</p>	<p>Information und Schaffung attraktiver Anreize zur Nutzung des öffentlichen Personennahverkehrs</p>	<p>Priorität: Hoch</p> <p>Zeitraumen: Kontinuierlich</p> <p>Verantwortung: Verkehrsträger, Tourismusverband SSW, Landschaft(f)t Zukunft e. V.</p> <p>Partner: Landkreis Sächsische-Schweiz-Osterzgebirge, Nationalparkverwaltung, Verkehrsverbund</p> <p>Anmerkung: vgl. Nachhaltigkeitsstrategie SSW</p>
<ul style="list-style-type: none"> ■ Attraktivierung der Gästekarte mobil <ul style="list-style-type: none"> ▪ Dauerhafte Sicherung und Ausweitung der Gästekarte mobil auf die gesamte Region ▪ Erweiterung des Gästekarte-Gedankens auf weitere Bereiche ▪ Prüfung der Integration weiterer Mobilitätsangebote wie Car-sharing, Fahrradverleih etc. ■ Schaffung von Anreizen zur Nutzung Park & Ride, bspw. Prüfung eines Konzeptes zur Anerkennung des Parkscheines als Fahrchein (Kostenklärung der Zusammenführung von Parkgebühr und ÖPNV-Tarif) ■ Verbesserung der Kommunikation des ÖPNV-Angebotes 		

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Information von Anreisemöglichkeiten mit dem ÖPNV und Nennung der nächsten Haltestelle und Linienverbindung bei der Bewerbung der eigenen Angebote durch die touristischen Leistungsträger wie Unterkunftsbetriebe, Freizeit-, Kultureinrichtungen etc., ebenso bei Wanderrouten und Veranstaltungen ▪ Gezielte Verlinkung zur Fahrplanauskunft der Verkehrsträger im Internet ▪ Geschultes Personal in den Tourist-Informationen in Hinsicht auf den ÖPNV ▪ Gezielte Kommunikation der ÖPNV-Angebote in der Region ▪ Grenzüberschreitende Fahrplanauskunft, inkl. Bus/Fähre etc. 	<p>Sicherung und Stärkung GK mobil als Maßnahme aus dem Programm des alten Leitbildes</p>
---	---

<p>I.5 Stärkung der E-Mobilität</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ■ Erweiterung der Ladestationen für E-Autos und für E-Bikes und Kenntlichmachung für Gäste <ul style="list-style-type: none"> ▪ Empfehlung/Prüfung von geeigneten Ladestellen an touristischen Attraktionen ▪ Gästeorientierte Aufbereitung von Informationen zu den Ladestationen (auch für mobile Dienste) 	<p>Priorität: Mittel Zeitraumen: Mittelfristig Verantwortung: Landschaft(f)t Zukunft e. V., Kommunen, Landkreis Sächsische-Schweiz-Osterzgebirge Partner: Tourismusverband SSW, Leistungsträger Anmerkung: vgl. Nachhaltigkeitsstrategie SSW</p>

<p>I.6 Gästeorientierte Infrastrukturentwicklung und Qualifizierung des Freizeitwegenetz</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ■ Sicherstellung eines leistungsfähigen Wegemanagements <ul style="list-style-type: none"> ▪ Etablierung eines kooperativen Wegemanagements ▪ Sicherung und Schaffen hauptamtlicher Verantwortlichkeiten, Sicherung bestehender Strukturen wie Wegewarte, Einbeziehung weiterer Partner ▪ Pflege und Weiterführung der digitalen Erfassung der Wegestrukturen und Beschilderungen inkl. einheitliches GIS-/Datenbanksystem zu Wegweisungen (Wegweiserstandorte, Wegführungen, Mängelanzeigen, Rettungspunkte) ■ Bedarfsgerechte Beseitigung von Mängeln in der Basisqualität der Wander- und Radwege (z. B. Wegezustand, Beschilderung, Rastinfrastruktur etc.) unter Beachtung der Qualitätskriterien des Deutschen Wanderverbandes sowie der Umsetzungsplanung des Radverkehrskonzepts des Landkreises 	<p>Priorität: Hoch Zeitraumen: Kurzfristig und kontinuierlich Verantwortung: Kommunen, Landkreis Sächsische-Schweiz-Osterzgebirge, Nationalparkverwaltung, Sachsenforst Partner: TI, Tourismusverband SSW</p>

<ul style="list-style-type: none"> ■ Beseitigung von Lücken im Wegenetz ■ Sicherung und zielgruppengerechte Optimierung der Begleitinfrastruktur auf bestehenden Wander-/Radwegen bspw.: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Bänke, Rastplätze (Bank-Tisch-Kombination), Wetterschutz (Schutzhütten) ▪ Informationstafeln (als Übersicht über das Gebiet), Aussichtstafeln (Erklärung der an einem Aussichtspunkt sichtbaren Landschaft, Aussichtspunkte, Gaststätten usw.) ■ Prüfung und Optimierung bestehender Leitsysteme und Beschilderungen auf Vollständigkeit, Lückenlosigkeit, Einheitlichkeit etc., inkl. Weiterentwicklung eines einheitlichen Erscheinungsbildes für Wanderschilder und -tafeln unter Berücksichtigung des Leitfadens für Informations-, Leit- und Orientierungssysteme von Sachsenforst (ILO-Leitfaden) ■ Sicherstellung der Auffindbarkeit der Routen in geeigneten digitalen Routenführern (z. B. Outdooractive, Komoot etc.) und dauerhafte Datenpflege und Datenkorrektur ■ Amtlich offizielle Karte mit allen Wanderwegen <p>Konkret</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Zielgruppengerechte Sicherstellung einer guten Infrastrukturqualität an regionsbedeutenden überregionalen Wegen: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Qualitätssicherung und Optimierung entlang des Malerweges ▪ Qualitätssicherung entlang des Elberadweges ■ Optimierung und Förderung eines grenzüberschreitenden Wegenetzes, inkl. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Umsetzung abgestimmter Markierungen ▪ Entwicklung und Kommunikation grenzübergreifender Hauptwegerouten 	<p>Anmerkung: Als Freizeitwegenetz werden hier Wanderwege, Radwege und Reitwege verstanden Einbringen in LEADER-Entwicklungsstrategie</p>
---	---

<p>I.7</p>	<p>Weiterentwicklung von Wander- und Radwegen, (Rund-)Wander- und (Rund-)Radrou- ten als Alternativangebote zu den hochfrequentierten Orten und Strecken</p>	<p>Priorität: Hoch Zeitraumen: Mittelfristig Verantwortung: Kommunen Partner: Landshaf(f)t Zukunft e. V., Tourismusverband SSW, Genehmigungsbehörden, Freistaat Sachsen, Sachsenforst Anmerkung: Investitionsprogramm in Infrastruktur notwendig Einbringen in LEADER-Entwicklungsstrategie</p>
<ul style="list-style-type: none"> ■ Inwertsetzung attraktiver Infrastrukturen, Angebote und Erlebnisbereiche der Sächsischen Schweiz in den Randbereichen und wenig frequentierten Gebieten, die eine weitere touristische Nutzung erlauben (inkl. Maßnahmen zur Stärkung elbferner Bereiche außerhalb des Nationalparks, z. B. Ausbau der linkselbischen Bereiche, Forststeig, Stiege etc.) aus dem Programm des alten Leitbildes (vgl. Maßnahme I.1); Herangehensweise: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Identifizierung von Arealen ▪ Erstellung einer Bedarfs-/Potenzialanalyse ▪ Ideenschmiede und Erarbeitung von kreativen Angeboten ▪ Infrastrukturelle und vermarktungstechnische Erschließung ■ Qualitative Sicherung bestehender Themenwege/-routen und bedarfsgerechte Schaffung neuer Themenweg bspw. unter Einbindung wichtiger Infrastrukturen wie Bergbauden, zur Verbindung von Kulturstätten oder kulinarischer Orte 		

- Prüfung der Aufwertung und Inszenierung bestehender Rad- & Wanderwege
 - Sicherstellung einer ansprechenden Möblierung (ggf. kreisweite einheitliche Materialien o. ä)
 - Ausbau von Erlebnisinfrastruktur entlang ausgewählter Routen (alternative Sitzgelegenheiten wie Wanderschaukel, Hän gematte, Holzsofa, Liegebank etc., inszenierter Fotorahmen mit bester Aussicht etc.)
 - Schaffung kleiner „Highlights“ am Weg, die in Erinnerung bleiben (Figuren, Infotafeln, Lernorte)
 - Nutzung von Storytelling am Weg, digitale Begleitung/Verlängerung der Wege
 - Nutzung von wiederkehrenden Elementen zur Sichtbarma- chung des Nationalparks

bereits in Planung: Rad- weg Bad Gottleuba-Pirna, Bikepark Sebnitz - Neu- stadt - Dolní Poustevna
 Thema Weiterentwick- lung eines einheitlichen Erscheinungsbildes für Wanderschilder und -ta- feln siehe Maßnahme I.6



Beispiel aus der Praxis: Knottenkino in Vöran (Südtirol)

In Vöran in Südtirol werden Wanderer nach ihrem Aufstieg auf die Felskuppe des Rotensteins in etwa 1.500 Metern mit einem besonders gestalteten Aussichtspunkt belohnt. Der Künstler Franz Messner platzierte hier 30 wetterfeste Klappsessel aus Stahl und Kastanienholz. Einmal Platz genommen, bietet sich dem Betrachter

ein Panorama, das im Kino kaum abwechslungsreicher sein könnte. Eine Schautafel zeigt die Bergspitzen mit ihren Namen. Sonne, Wolken und Wind sorgen für eine ständige Veränderung des Panoramas. Quelle: www.vivosuedtirol.com/wandern/voeran-knottnkino

I.8 Interessenvertretung im Hinblick auf Netzabdeckung und WLAN-Verfügbarkeit

- Ausbau des WLAN-Hotspotnetzes an zentralen touristischen Punkten, Kommunikation/Hinweise auf das bestehende WLAN-Angebot
- Sensibilisierung von Gastronomen und Beherbergungsbetrieben für die Bereitstellung von kostenlosem WLAN für die Gäste
- Mobilisierung und Mitwirkung in Gremien und Entscheidungsprozessen zur Förderung des weiteren Breitbandausbaus und Aufbau des Digitalnetzes im ländlichen Raum
- Gewährleistung eines zentralen Managements der Breitbandversorgung

Priorität: Hoch
Zeitraumen: Kurzfristig und kontinuierlich
Verantwortung: Land- kreis Sächsische-Schweiz- Osterzgebirge, Kommu- nen
Partner: Tourismusver- band SSW, Leistungsträ- ger, Betreibergesellschaf- ten
Anmerkung: -



Weitergehende Informationen:

Best Practice Beispiele und Impulse für kommunales Engagement im Breit- bandausbau liefert auch die gleichnamige Studie „Kommunales Engagement im Breitbandausbau. Beispiele für erfolgreiches Handeln“ sowie der Leitfaden zum Breitbandausbau, beides herausgegeben durch das Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur. URL: www.gigabitbuero.de/publikatio- nen/:

4.4 Handlungsfeld Angebot und Produkt, Themen und Zielgruppen

Abb. 16 Übersicht Maßnahmen „Angebot und Produkt, Themen und Zielgruppen“

Nr.	Titel der Maßnahme	Priorität
A.1	Weitere Stärkung des Ganzjahrestourismus	MASTER-Projekt
A.2	Sicherung und Weiterführung attraktiver natur-aktiv-bezogener Angebote	Hoch
A.3	Bessere Sichtbarmachung, Erlebarmachung und Vernetzung der vorhandenen Kulturangebote	Hoch
A.4	Weiterentwicklung von Angeboten und Produkten zum Thema Wohlfühlorte – Fokus Kraft schöpfen, Gesundheit, Genuss	Hoch
A.5	Steigerung der Erlebbarkeit regionaler Produkte durch Inwertsetzung und Vermarktung vorhandener regionaler Produkte und Anbieter und Verknüpfung von regionalen Produzenten (Handwerk, Kulinarik, Landwirtschaft etc.) mit dem Tourismus	Hoch
A.6	Sicherung von Einkehrmöglichkeiten und gastronomischer Angebote sowie Prüfung der Möglichkeiten zur Erweiterung des gastronomischen Angebots	Hoch
A.7	Sicherung eines qualitativen Gästeführungsangebotes und Verbesserung der Vernetzung der Gästeführer in und mit der Region	Hoch
A.8	Entwicklung von zielgruppenspezifischen Angeboten/Produkten	Mittel
A.9	Förderung von Innovationen sowie Entwicklung und Ausbau weiterer erlebniswirksamer Points of Interest	Mittel

Abb. 17 Konkretisierung Maßnahmen „Angebot und Produkt, Themen und Zielgruppen“

A.1	Weitere Stärkung des Ganzjahrestourismus	<ul style="list-style-type: none"> ■ Sensibilisierung der privaten und öffentlichen Leistungsträger für Gästeaufkommen in der Wintersaison und Ausbau der Infrastruktur im Winter, bspw. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Gewährleistung attraktiver ÖPNV-Angebote im Winter, z. B. Sammel- oder Rufbus ▪ Sicherung bedarfsgerechte Öffnungszeiten der Gastronomie (ggf. Absprache der Gastronomieanbieter untereinander zur Koordination der Öffnungszeiten) 	<p>Priorität: MASTER-Projekt</p> <p>Zeitraumen: Kurzfristig und kontinuierlich</p> <p>Verantwortung: Leistungsträger, TIs, Kommunen, Tourismusverband SSW</p>
------------	---	---	--

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sicherung bedarfsgerechte Öffnungszeiten der Kultureinrichtungen (ggf. Absprache der Kulturanbieter untereinander zur Koordination der Öffnungszeiten) ▪ Sicherung Winterangebote wie Loipen ▪ Verbesserung der Infrastruktur, z. B. Straßenbeleuchtung ■ Gezielte Angebots(weiter)entwicklung, bspw. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Schaffung attraktiver Angebotspakete in Verknüpfung von Aktiv und Wellness ▪ Intensive Netzwerkarbeit in den beteiligten Orten (insb. zur Produktentwicklung) ▪ (Historische) Anlaufpunkte beibehalten und innovative Konzepte erweitern ▪ Prüfung der Tourismusrelevanz vorhandener Veranstaltungen und bedarfsgerechter Ausbau von Veranstaltungen zur Unterstützung nachfrageschwacher Zeiten ■ Fortführung der Aktivitäten im Bereich Kommunikation und Vertrieb <ul style="list-style-type: none"> ▪ Weiterführung gezielter Marketingaktivitäten zur Wintersaison ▪ Kommunikation von Schlecht-Wetter-Angeboten 	<p>Partner: Verkehrsverbund Oberelbe, RVSOE, Landkreis Sächsische-Schweiz-Osterzgebirge</p> <p>Anmerkung: -</p>
--	---

<p>A.2 Sicherung und Weiterführung attraktiver natur-aktiv-bezogener Angebote</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ■ Weiterentwicklung attraktiver Angebote zum Naturerleben <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sicherung eines qualitativ hochwertigen Gästeführungsangebotes (vgl. Maßnahme A.7) ▪ Sicherung qualifizierter Umweltbildungsangebote ▪ Schaffung eines attraktiven Einstiegs in das Naturerleben durch ein modernes Infozentrum zum Nationalpark und die Natur- und Kulturlandschaft (vgl. Maßnahme S.1) ■ Weiterentwicklung attraktiver Angebote für Wanderer <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sicherung und Weiterentwicklung attraktiver Erlebniswege (vgl. Maßnahme I.6 und I.7) ▪ Zielgruppenausrichtung der Gastgeber im Bereich Wandern, bspw. spezielle Verpflegungsangebote, Informationen ▪ Aufbereitung von Wanderrouten etc. nach Dauer und Schwierigkeitsgraden entsprechend Zielgruppenbedürfnissen ■ Weiterentwicklung attraktiver Angebote für Radfahrer und Zielgruppenausrichtung der Gastgeber <ul style="list-style-type: none"> ▪ Qualifizierung der Gastgeber ▪ Zielgruppengerechte Angebote für Radfahrer, u. a. <ul style="list-style-type: none"> ○ Fahrrad-/E-Bike-Verleihmöglichkeiten, Vernetzung der Verleihstationen für Rückgabe an anderem Ort ○ Sichere Abstellmöglichkeiten, Fahrradboxen in Orten ○ Entwicklung von Tourenangeboten 	<p>Priorität: Hoch</p> <p>Zeitraumen: Kontinuierlich</p> <p>Verantwortung: Leistungsträger, Kommunen, Nationalparkverwaltung, Landkreis Sächsische-Schweiz-Osterzgebirge, Sachsenforst, Tourismusverband SSW</p> <p>Partner: TIs, Eigentümer, Leistungsträger</p> <p>Anmerkung: Radrouten für sportliche Radfahrer, Maßnahmen zum Thema Klettern als Maßnahme aus dem Programm des alten Leitbildes übernommen</p> <p>Vgl. Bundesprogramm https://www.blaues-band.bund.de</p>

<ul style="list-style-type: none">○ Service-Angebote wie Bring- und Abholservice zu Unterkünften oder Fahrradmitnahme im Bus○ Reparaturmöglichkeiten, Verkauf von Reparaturbedarf○ Lademöglichkeiten von Akkus (öffentlich und/oder in Geschäften/TIs)▪ Entwicklung vermarktbarer Radrouten für sportliche Radfahrer abseits des Elberadweges, ggf. Herstellung und Beschilderung von Strecken mit starker Steigung (auch abseits öffentlicher Straßen)■ Weitere Ideen für erlebniswirksame POIs aus dem Prozess<ul style="list-style-type: none">▪ Klettergarten Hohnstein▪ Bikepark Sebnitz▪ Naturlehrpfad (barrierefrei für Kinder)■ Entwicklung von naturverträglichen, zeitgemäßen Angeboten im Klettersport (z. B. naturnahe Klettergärten) sowie Erstellung einer Wertschöpfungsanalyse des Marktsegments Klettern als USP in der Sächsischen Schweiz - Untersuchung von Potenzialen und Ableitung von Handlungsempfehlungen zur Wertschöpfungssteigerung im Rahmen einer nachhaltigen touristischen Entwicklung im Einklang mit der Natur■ Bedarfsgerechte Belebung des Wassertourismus<ul style="list-style-type: none">▪ Lösungsfindung zur Verdichtung und gemeinsamen Nutzung von Anlegestellen entlang der Elbe für verschiedene Boote und Ausflugsschiffe (einheitliches flexibles Pontonsystem, ganzjahresnutzbar, Prüfung der Verknüpfung mit Funktionen der Daseinsvorsorge wie Saugstellen der Feuerwehr)▪ Sicherung der Rahmenbedingungen für die Personenschiffahrt auf der Elbe▪ Prüfung der Bedarfe/Notwendigkeiten zur weiteren Ausgestaltung wassertouristischer Infrastrukturen▪ Weitere Etablierung des Elberadweges und Optimierung der Infrastrukturen (vgl. Maßnahme I.6) als Schnittstelle an der Elbe■ Sicherstellung eines nachfragegerechten Angebots an öffentlichen Toiletten, insb. an wichtigen Knotenpunkten, Wegekreuzen und Biwak-Standorten, die nicht an Einkehrmöglichkeiten angebunden sind (30 bis 45 Minuten Entfernung zu Gastronomien), bspw. durch Umsetzung eines mobilen Containersystems mit Wasser und Entsorgung	<p>Erste Überlegungen und Ideen zu einem System mobiler Toiletten bestehen bereits</p>
--	--

<p>A.3</p>	<p>Bessere Sichtbarmachung, Erlebarmachung und Vernetzung der vorhandenen Kulturangebote</p>	
	<ul style="list-style-type: none"> ■ Bewusstseinsbildung <ul style="list-style-type: none"> ▪ Identifizierung tourismusrelevanter Angebote als Reiseanlass, tourismusrelevanter Angebote während des Urlaubs, Angebote mit Entwicklungspotenzial und eher lokal wirkenden Kulturangeboten ▪ Integration der Kultur in vorhandene übergreifende Strategiepapiere zur weiteren Stärkung des Themas Kultur in der Sächsischen Schweiz ■ Weitere Aufbereitung der kulturellen Angebote, Inszenierung und Erlebarmachung geschichtlicher Orte und POIs, bspw. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Bereitstellung von weitergehenden Informationen und Geschichten zu attraktiven geschichtlichen Gebäuden, Straßen, Plätzen, Grünanlagen bspw. digital vor Ort über QR-Codes, offline über kreative Infostelen, kreative themenspezifische Audio-Walks; idealerweise Einbindung von „Symbolfiguren“ mit Bezug zu Ort und Geschichte, Storytelling ▪ Erlebarmachung der „Geschichten“ der Region: Ursprung der Romantik + Wanderwege ▪ Schaffung von Angeboten in Verbindung Wandern + Kultur ▪ Erlebarmachung Orte, bspw. Kleine SSW in Groß (QR-Codes an bestimmten Orten, Themenseite) ▪ Weitere Förderung verbindender Angebote (Museum + Wanderung, Museum + Kurse, Museum + Gesundheit) ▪ Stärkung/Sensibilisierung aller besonderer Handwerksbetriebe & potenziell offener Ateliers ▪ Restaurierte Kirchen, Dorfkerne als „belebte Orte“ weiterentwickeln und fördern ■ Gewährleistung der Erlebbarkeit ausgewählter Kulturangebote auch in der Wintersaison als Schlecht-Wetter-Alternativen, Ausbau von Indoorangeboten in der ganzen Sächsischen Schweiz für alle Altersgruppen, insb. für Kinder verschiedensten Alters ■ Gewährleistung eines effektiven Veranstaltungsmanagements sowie Sicherung und Weiterentwicklung von Events, Veranstaltungen und Märkten, inkl. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Synchronisation und Abstimmung regionaler Veranstaltungen (Parallelität vermeiden) ▪ Einbindung der Veranstaltungen in übergreifende und landesweite Initiativen ▪ Nutzung des gemeinsamen Systems zur Veranstaltungskommunikation und Online-Buchung tourismusrelevanter Veranstaltungen ■ Bessere Sichtbarmachung kultureller Angebote <ul style="list-style-type: none"> ▪ „Behind the scenes“ – Stories (Blogbeiträge etc.) von kulturellen Einrichtungen 	<p>Priorität: Hoch</p> <p>Zeiträumen: Kurzfristig</p> <p>Verantwortung: AG Kultur, Kultureinrichtungen, Kommunen</p> <p>Partner: Tourismusverband SSW, Landschaft Zukunft e. V.,</p> <p>Anmerkung: Einbringen in LEADER-Strategien</p>

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Einbindung kultureller Orte als Zielpunkte für Aktivwanderungen 	
---	--

A.4	Weiterentwicklung von Angeboten und Produkten zum Thema Wohlfühlorte – Fokus Kraft schöpfen, Gesundheit, Genuss
------------	--

<ul style="list-style-type: none"> ■ Prüfung der Umsetzung eines Erlebnis zentrums zum Thema „Gesundheit, Wohlfühlen, Kraft schöpfen, Kneipptradition“ etc. ■ Stärkung der Infrastruktur für Gesundheits-, Wellness-, Kur- und Aktivtourismus ■ Schaffung, Erhalt, Belebung von schönen Punkten zum Erholen, Geschichten erleben/erzählen, Meditieren ■ Produktentwicklung zum Thema Natur & Ausgleich zur Hektik der Großstadt ■ Gewinnung weiterer Partner als besondere Gastgeber, bspw. Nationalparkpartner, Partner der Nachhaltigkeitsinitiative, naturnahe Unterkunftsformen 	<p>Priorität: Mittel</p> <p>Zeitraumen: Kurzfristig</p> <p>Verantwortung: Leistungsträger, Investoren, Kommunen</p> <p>Partner: TI, Tourismusverband SSW als Impulsgeber</p> <p>Anmerkung: -</p>
--	---



Beispiel aus der Praxis: Waldbaden im Naturpark Fichtelgebirge

Die geführte Waldbaden-Wanderung führt die Teilnehmenden in die Wälder des Fichtelgebirges und ermutigt sie, den Wald als Partner für Achtsamkeit, Entschleunigung und Sinnestraining zu entdecken. In der dreistündigen Wanderung werden die verschiedensten Sinne durch eine Gehmeditation, das Barfußgehen, Vertrauensübungen oder eine Teezeremonie angeregt.

Quelle: <https://www.bayern.by/wald/botschafter/waldbaden-fichtelgebirge/>

A.5	Steigerung der Erlebbarkeit regionaler Produkte durch Inwertsetzung und Vermarktung vorhandener regionaler Produkte und Anbieter und Verknüpfung von regionalen Produzenten (Handwerk, Kulinarik, Landwirtschaft etc.) mit dem Tourismus
------------	---

<ul style="list-style-type: none"> ■ Sicherung, weitere Sichtbarmachung und Ergänzung der Initiative "Gutes von hier" ■ Fokus Angebot <ul style="list-style-type: none"> ▪ Förderung von regionalen Verkaufsstellen/Direktvermarktern wie Hofläden, Regiomaten, Picknickkörbe/Wanderrucksäcke, Wochenmärkte etc. ▪ Weiterentwicklung von regionalen touristischen Angeboten (Besichtigung von Höfen/landwirtschaftlichen Erzeugern, Produktionsstätten, Werkstätten, Food-Tasting/Verkostungen) + stärkere Darstellung der zugehörigen Angebote, Veranstaltungen etc. ▪ Bereitstellung eines Angebots von nachhaltigen regionalen Produkten in den Gastronomie-, Beherbergungs- und Einzelhandelsbetrieben – Kooperationen zwischen Erzeuger, Anbieter regionaler Produkte und der Gastronomie 	<p>Priorität: Hoch</p> <p>Zeitraumen: Mittelfristig</p> <p>Verantwortung: Landschaft Zukunft e. V., Regionalbauernverband</p> <p>Partner: Leistungsträger, Produzenten, Gastronomen, Tourismusverband SSW</p> <p>Anmerkung: Einbringen relevanter Projekte in die aktuelle LEADER-Förderung sinnvoll</p>
--	---

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sicherung des Verkaufs von nachhaltigen regionalen Produkten in den TIs ▪ Einbindung regionaler Produzenten/Produkte in buchbare Angebotspakete, Verknüpfung der Einzelangebote zu Paketen (z. B. Themenführungen mit Gastronomieangebot, gastronomische Bespielung von Rastplätzen) ▪ Erwerb oder Herstellung von originellen Souvenirs ▪ Verarbeitung regionaler Erzeugnisse in der Gastronomie und Hervorhebung bzw. Werbung mit regionalen Produkten in den Speisekarten der Gastronomen ▪ Herausarbeitung der Charakteristika einer sächsisch-böhmischen Küche mit regionalen Produkten und Sensibilisierung gastronomischer Anbieter ■ Bessere Sichtbarmachung und Kommunikation der vorhandenen Angebote <p>Konkrete Schritte zur Umsetzung auf Basis der Diskussion in der Maßnahmenwerkstatt:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Austausch mit regionalen Produzenten hinsichtlich Kapazitäten, Marketingbedarf, Offenheit, Gefahren ■ Aufnahme des Status Quo/der vorhandenen Basis bisheriger Projekte (z. B. Gutes von Hier) ■ Aufbau auf „Gutes von Hier“, Sichtbarmachung und Gestaltung der Plattform für Touristen (Schnittstelle) ■ Aufbau eines Regionalwarenladens/Regiomaten, Märkte an Standorten von Hotels o.ä. (kurze Wege für Produzenten beachten) 	<p>Ausbau „Gutes von hier“ auch als Maßnahme aus dem Programm des alten Leitbildes übernommen</p>
---	---

<p>A.6</p>	<p>Sicherung von Einkehrmöglichkeiten und gastronomischer Angebote sowie Prüfung der Möglichkeiten zur Erweiterung des gastronomischen Angebots</p>
<p>Fokus Bergbauden und Einkehrstätten</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Erhalt und Förderung eines Netzwerks der Bergbauden, von Talbauden sowie Einkehrstätten an wichtigen Knotenpunkten, inkl. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sicherung und Wiederbelebung von Einkehrstätten in einem zielgruppenorientierten System für Wanderer (im Abstand von je 4-5 km, 1-2 Stunden) ▪ Sicherung begleitender Services wie Müllsammelstation, Toiletten etc. <p>Fokus gastronomische Angebote allgemein</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Fortschreibung der Gastronomieumfrage und Analyse von räumlichen und zeitlichen Lücken in der Versorgung ■ Sicherung und Weiterentwicklung bestehender Angebote <ul style="list-style-type: none"> ▪ Lösungsfindung für Fachkräfteproblematik in der Gastronomie ▪ Entwicklung neuer Angebote ohne (qualifiziertes) Personal 	<p>Priorität: Hoch Zeitraumen: Mittelfristig Verantwortung: Kommunen, Gastronomen, Arbeitsgruppe Bergbauden Partner: Tourismusverband SSW, Investoren, Landschaft(f)t Zukunft e. V., DEHOGA Anmerkung: vgl. auch Maßnahme A.5 und S.6</p>

- Verbesserung der Vernetzung und Koordinierung der gastronomischen Angebote zur
 - gemeinsamen Sicherung regelmäßiger Gastro-Öffnungszeiten (Ressourcen teilen, Abstimmung von Ruhetagen)
 - Prüfung der Umsetzung eines digitalen Reservierungssystems/Meldesystems für freie Plätze
 - Internetplattform mit Datenbank für die Gastronomie
- Umsetzung alternativer Lösungen zur temporären Erweiterung des gastronomischen Angebots unter Einbindung bestehender Gastronomen, Erzeuger, Produzenten; Individuelle Pop-Up-Formate wie das Beispiel aus der Praxis „Tischlein deck dich“
- Entwicklung neuer Angebote
 - Anwerbung von Investoren und Gründern
 - Interessenvertretung bei der Hotelentwicklung mit Gastronomien
 - Prüfung der Umsetzung „regionaler Selbstversorgerstationen“ in Form mobiler/stationärer Automaten mit regionalen oder herkömmlichen Produkten, bspw. Frische Automaten im Allgäu
 - Einbeziehung anderer Ortsansässiger (Bäcker und Fleischer) in die gastronomische Versorgung
 - Initiierung öff.-priv. Partnerschaften in Dörfern/Genossenschaften



Beispiel aus der Praxis: „Tischlein-Deck-Dich“-Rastplatz

Auf den Nordpfaden im Landkreis Rotenburg (Wümme) locken zwei besondere Orte zum Pausieren. An den „Tischlein-Deck-Dich“-Rastplätzen können Wanderer das ganze Jahr über Halt machen und sich von lokalen Gastronomen auf Vorbestellung mitten im Grünen mit regionalen Produkten bewirten lassen. Zudem eignet sich das Angebot für Firmen- und Familienfeiern. Die Bewirtschaftung von Wanderwegen, die bislang nicht an die örtliche Gastronomie angebunden waren, sowie die enge Kooperation der Akteure wurden 2015 mit dem Sonderpreis im Wettbewerb „Nachhaltiger Tourismus in Niedersachsen“ ausgezeichnet. © Bild und weitere Infos: www.nordpfade.info/wandertipps/tischlein-deck-dich.html



Beispiel aus der Praxis: Kuckucksstube Hochschwarzwald

Die erste „Kuckucksstube“ wurde am 20. Dezember 2019 im Hotel Coucou in Titisee eröffnet und ist das erste Restaurant, das auf dem neuen Franchisekonzept der Hochschwarzwald Tourismus GmbH und der Bellini Gruppe Freiburg basiert. Ziel der Idee ist es, die Gastronomie mit traditioneller Küche und regionalen Produkten neu zu beleben. Der Fachkräftemangel in der Branche ist durch eingeschränkte Öffnungszeiten vieler Betriebe bereits spürbar, sodass das Konzept ohne ausgebildete Fachkräfte auskommt. Zielgruppengerecht werden auf der Karte ganze sowie auch halbe Portionen („Wir machen halbe Sachen“) und ein gemischtes Angebot aus Vesper und traditionellen Gerichten angeboten. © Bild BTE

A.7	Sicherung eines qualitativen Gästeführungsangebotes und Verbesserung der Vernetzung der Gästeführer in und mit der Region	
	<ul style="list-style-type: none"> ■ Fokus Gästeführer und Partner <ul style="list-style-type: none"> ▪ Bessere Vernetzung der Gästeführer (Kenntnis, Abstimmungen, Kooperation beim Spannungsfeld Mindestteilnehmer etc.) ▪ Bessere Wahrnehmung bei den Akteuren in der Region (Kooperation und Austausch bei der Gästelenkung) ▪ Dialog mit öffentlichen Gebietsverwaltungen zu Wegerecht, Kosten, Bürokratie etc. ▪ Entwicklung und Ausbau kooperativer Marketingaktivitäten ▪ Entwicklung eines „Leitbildes“ für Gästeführer ▪ Steigerung der Attraktivität der Tätigkeit ■ Fokus Angebote <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sicherung und Weiterentwicklung besonderer Führungen (z. B. Vermittlungsangebote Natur, Kultur, Tradition, Geschichte) 	<p>Priorität: Hoch</p> <p>Zeitraumen: Kurzfristig</p> <p>Verantwortung: Gästeführer</p> <p>Partner: Leistungsträger, TIs, Tourismusverband SSW, Sachsenforst, Nationalparkverwaltung, Kommunen mit Gästeführungsangebot</p> <p>Anmerkung: -</p>

A.8	Entwicklung von zielgruppenspezifischen Angeboten/Produkten	
	<ul style="list-style-type: none"> ■ Verbesserung der Barrierefreiheit und Stärkung eines Tourismus für Alle durch Gewinnung von Betrieben für den Ausbau barrierefreier Angebote und für das Thema „Tourismus für Alle“ bspw. durch Information über Fördermöglichkeiten, Informations- und Sensibilisierungsaktivitäten ■ Entwicklung von zielgruppenspezifischen Angeboten/Produkten für Familien/Kinder, bspw. <ul style="list-style-type: none"> ▪ kinder-/familiengerechte Angebotsentwicklung in Kultur- und Freizeiteinrichtungen, z. B. spezielle Führungen, spielerische Erlebnisangebote (Mitmach-Angebote), Infrastruktur (Spielplätze, Spielecken etc.), Entwicklung von Angeboten als außerschulische Lernorte ▪ kindgerechte Gastgeberstrukturen in der Beherbergung (z. B. Spielecken, Familienzimmer, Standplatz Kinderwagen, Verleih von Gesellschaftsspielen, Infos zu Freizeitaktivitäten), inkl. Zertifizierung von Familienunterkünften ▪ kindgerechte Gastgeberstrukturen in der Gastronomie (z. B. Kindermenüs, Bereitstellen von Malbüchern, Kindergeschirr) ▪ Aktive Kommunikation kindgerechter Freizeitangebote (Erlebnisspielplätze, Kindermuseen, kindgerechte Wandertouren für verschiedene Altersstufen etc.) ▪ Verleih von Equipment in den TIs, bspw. Babytrage ■ Steigerung der Professionalität im Umgang mit internationalen Gästen in den Betrieben und zielgruppengerechte Angebotsgestaltung, inkl. 	<p>Priorität: Mittel</p> <p>Zeitraumen: Kontinuierlich</p> <p>Verantwortung: Leistungsträger, TIs, Kommunen</p> <p>Partner: Tourismusverband SSW</p> <p>Anmerkung: -</p>

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Professionalität der Gastgeber ▪ Zielgruppengerechte Angebote und Produkte ▪ Zielgruppengerechte Kommunikation 	
<div style="display: flex; align-items: flex-start;">  <div data-bbox="630 412 1377 739" style="padding-left: 10px;"> <p>Beispiel aus der Praxis: Hexenwasser</p> <p>Ursprünglich 30 Spiel- und Wellness-Stationen entlang eines 450 m langen Pfades, stetige Erweiterung des Areal mit konsequenter Ausrichtung auf die Zielgruppe Kinder und Erwachsene bzw. Familien. Schwerpunkt sind Erlebnisstationen rund um die Themen Wasser und Natur, z. B. Wasserspielplätze, Haus der Bienenkönigin, begehbare Kirsche, Barfußwanderweg etc. mit passendem Übernachtungs- und Gastronomieangebot. © Grafik: www.hexenwasser.at</p> </div> </div>	

<p>A.9 Förderung von Innovationen sowie Entwicklung und Ausbau weiterer erlebniswirksamer Points of Interest</p>	
<p>Weitere Highlights</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Entwicklung weiterer touristischer überregionalwirksamer Erlebnispunkte zur Entlastung überlasteter bzw. sensibler Gebiete <ul style="list-style-type: none"> ▪ Zielstellung: Angebots-/Produktentwicklung für Tagesbesucher und Reisegruppen in Klein- und Großgruppen an naturräumlich unkritischen Punkten ▪ Ideensammlung mit den Regionalakteuren: Höhle mit Kunstinszenierungen, Skywalk, innovativer Kletterwald, ... <p>Mut und Innovationen</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Förderung eines Umdenkens bei allen Akteuren mit Tourismusbezug in Richtung Zukunft und hin zu innovativen, kreativen, mutigen Lösungsansätzen für aktuelle/anstehende Themen wie Personalmangel, Klimaanpassung, Besucherlenkung ■ Förderung von Mut für einzelne, große, regional wichtige Investitionsprojekte – Leuchtturmstrategie, wichtig: Entscheidung für einzelne große Maßnahmen gemeinsam treffen (bspw. siehe Maßnahme O.3, Fokus Regionalforum) ■ Umsetzung kreative Formate zur Ideenentwicklung 	<p>Priorität: mittel</p> <p>Zeitraumen: mittelfristig</p> <p>Verantwortung: alle Tourismusakteure</p> <p>Partner: Regionalforum</p> <p>Anmerkung: -</p>

4.5 Handlungsfeld Gästeservice und Servicequalität

Abb. 18 Übersicht Maßnahmen „Gästeservice und Servicequalität“

Nr.	Titel der Maßnahme	Priorität
S.1	Entwicklung zweier Informations- und Erlebniszentren Sächsische Schweiz	MASTER-Projekt
S.2	Weitere Stärkung und Verankerung des Themas Nachhaltigkeit in der Sächsischen Schweiz und weitere Profilierung als nachhaltige Reiseregion	MASTER-Projekt
S.3	Sicherung und Weiterentwicklung eines Verständnisses und Respekts für Natur und Landschaft zur Sicherung der Naturraumqualitäten für Mensch, Flora und Fauna	Hoch
S.4	Initiierung und Schaffung von Anreizen zur Motivation der Leistungsträger für Zertifizierungen und Qualitäts-Schulungen sowie zur Erarbeitung von Leitbildern in den Betrieben	Mittel
S.5	Sicherung und Steigerung der Qualität in Beherbergungsbetrieben	Mittel
S.6	Sicherung eines qualitativ hochwertigen und quantitativ ausreichenden gastronomischen Angebots	Mittel

Abb. 19 Konkretisierung Maßnahmen „Gästeservice und Servicequalität“

S.1	Entwicklung zweier Informations- und Erlebniszentren Sächsische Schweiz	
	<ul style="list-style-type: none"> ■ Prüfung, Klärung, Entwicklung und Umsetzung zweier Welcome Center/Tourist-Info-Zentren als zentrale Anlaufpunkte und „Tor zur Destination Sächsische Schweiz“ unter Beachtung <ul style="list-style-type: none"> ▪ Bündelung verschiedener Funktionen, wie Information und Beratung, Bildung und Sensibilisierung zur Natur- und Kulturlandschaft, Mobilitätsdrehscheibe und Startpunkt für die Besucherlenkung, Erlebnisort, Basisinfrastruktur mit kleiner Gastronomie, Shop und Serviceangeboten ▪ Unterschiedliche thematische Schwerpunktsetzung zwischen den Standorten ▪ Herstellung von Synergien mit bestehenden Tourist-Informationen der Region Sächsische Schweiz ▪ Durchdachte ÖPNV-Konzepte ▪ Nachhaltige, regionale Bauausführungen ▪ Zielgruppenausrichtung auf Tages- und Übernachtungsgäste ■ Nächste Schritte: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Konkretisierung der Planungen an den Standorten Leupoldishain und Bastei ▪ Regionales Bekenntnis zu den Welcome Centern 	<p>Priorität: Master-Projekt</p> <p>Zeitraumen: Kurz- bis mittelfristig</p> <p>Verantwortung: AG Besucherzentrum Leupoldishain, im Rahmen der Erarbeitung des Aktionsplans Bastei zu bestimmende Arbeitsgruppe für den Standort Bastei</p> <p>Partner: Landschaft(f)t Zukunft e. V., Tourismusverband SSW, Kommunen, Verkehrsunternehmen, Sachsenforst/Nationalparkverwaltung</p> <p>Anmerkung: Für den Standort Bastei wird aktuell ein Aktionsplan inkl.</p>

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Netzwerkpflege, Einbindung des Freistaates in die Planungen ▪ Kontinuierliche Abstimmungen zwischen den Planungen an den Standorten 	<p>eines Natur- und Tourist-Info-Zentrums mit Maßnahmen für die Zukunft erstellt; für den Standort Leupoldishain befindet sich eine Realisierungsstudie zum Thema „Wie kann der Standort aussehen?“ (Funktion, Raumordnung, Gestaltung, Wirtschaftlichkeit, wen einbinden?) in Arbeit</p>
--	---

<p>S.2 Weitere Stärkung und Verankerung des Themas Nachhaltigkeit in der Sächsischen Schweiz und weitere Profilierung als nachhaltige Reiseregion</p>	
<p>Ziel: Ganzheitlichkeit des Themas Nachhaltigkeit als qualitätsorientierter am Gemeinwohl orientierter Tourismus für die Sächsische Schweiz durchdringen, einfach aufbereiten und visualisieren</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Weitere Sicherung einer Stelle Nachhaltigkeitsmanagement im Tourismusverband Sächsische Schweiz zur Sensibilisierung, Koordinierung und Begleitung der Umsetzung von Maßnahmen ■ Umsetzung der Maßnahmen der Nachhaltigkeitsstrategie für die Destination Sächsische Schweiz in den benannten fünf Handlungsfeldern: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Rahmenbedingungen für eine nachhaltige Entwicklung des Tourismus schaffen ▪ Nachhaltige Angebote entwickeln und vermarkten ▪ Nachhaltigkeit bei Tourismusakteuren ▪ Nachhaltigkeit im Tourismusverband ▪ Zusammenarbeit zwischen deutschen und tschechischen Akteuren (vgl. Maßnahme O.4.) ■ Weiteres Mitwirken in der Exzellenzinitiative Nachhaltige Reiseziele <p>Weitere Impulse der regionalen Akteure</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Förderung nachhaltiger Mobilitätsformen (vgl. Maßnahme I.3) ■ Gewinnung weiterer Partner als nachhaltig wirtschaftende Unternehmen ■ Entwicklung weiterer nachhaltiger (Erlebnis-)Angebote, Bündelung nachhaltiger Angebote und gezielte Kommunikation, Produktentwicklungswerkstätten mit Leistungsträgern für nachhaltige Angebote/Produkte ■ Gezielte, zielgruppenorientierte Kommunikation für Nachhaltigkeit affine Gäste sowie Sensibilisierung der Gäste zu umweltfreundlichem Verhalten an Kontaktpunkten (digital/analog) ■ Prüfung klimaneutrales Reiseziel werden (CO2-Projekte etc.) 	<p>Priorität: MASTER-Projekt</p> <p>Zeitraumen: Kontinuierlich</p> <p>Verantwortung: Tourismusverband SSW</p> <p>Partner: alle Tourismusakteure und Funktionalpartner in und mit Bezug zur SSW, Nachhaltigkeitsrat & Partnernetzwerk</p> <p>Anmerkung: vgl. Nachhaltigkeitsstrategie Sächsische Schweiz</p>

<ul style="list-style-type: none"> ■ Intensivierung der Beratung und Weiterbildung (flächiger, breiter; Chefs + Mitarbeitende etc.), alle Bezugsgruppen mitnehmen ■ Nachhaltigkeit (z. B. Bauauflagen wie Gründach, Solarthermie, Regenwassernutzung, Holzbauten) und Barrierefreiheit in jedem Projekt bedenken, Förderung grüner, nachhaltiger, klimafreundlicher Tourismusinnovationen ■ Förderungen prüfen für das Thema Nachhaltigkeit 	
--	--

<p>S.3</p>	<p>Sicherung und Weiterentwicklung eines Verständnisses und Respekts für Natur und Landschaft zur Sicherung der Naturraumqualitäten für Mensch, Flora und Fauna</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ■ Sensibilisierung der Besucher und Einheimischen zum Wert der Natur, bspw. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sensibilisierung/Bewusstseinsförderung über digitale Medien ▪ Handreichungen/Tipps zum Umgang mit der Natur ▪ Plakat/Claim entwickeln, Nationalpark-Knigge ▪ Aktive Einbindung der Gästeführer sowie TIs und Gastgeber als Multiplikatoren in der Besucherinformation ▪ Kreative Kampagnen zur Bewusstseins-schaffung für die Besonderheiten der Natur und Landschaft ▪ Weitere Verdeutlichung der Besonderheiten von Nationalparks ▪ Schaffung attraktiver Patenschaften ■ Bei Bedarf: Gemeinsame Identifizierung und Kommunikation von Regeln zum Thema „zu Gast in einer geschützten Naturlandschaft“, um Einigkeit/Zusammenhalt zu demonstrieren ■ Machbarkeitsprüfung zur Akzeptanz und Umsetzbarkeit eines Nationalpark-Permits oder einer Nationalparktaxe für Tages- und Übernachtungsgäste zur Besucherlenkung und Finanzierung/Sicherung der Wegequalität (siehe Nationalparke der USA, Trail-Park am Rabenberg/Erzgebirge), (inkl. digitaler Erwerbbarkeit oder vor Ort bei Partnern, verknüpft mit der Gästekarte, Möglichkeiten für Tarifrabatte, Geotracking u. v. w.) 	<p>Priorität: Hoch Zeitraumen: Kontinuierlich Verantwortung: Nationalparkverwaltung, Sachsenforst / Forstbezirk Neustadt Partner: Tourismusverband SSW, TIs, Leistungsträger, Kommunen Anmerkung: Einbeziehung des Rangerdienstes der Nationalparkwacht im Nationalpark und der Naturwacht im Forstbezirk Neustadt</p>	

<p>S.4</p>	<p>Initiierung und Schaffung von Anreizen zur Motivation der touristischen Anbieter aus Freizeit, Unterkunft und Gastronomie für Zertifizierungen und Qualitäts-Schulungen sowie zur Erarbeitung von Leitbildern in den Betrieben</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ■ Erarbeitung von Anreizen in der Außendarstellung von zertifizierten Betrieben (prioritäre Darstellung von zertifizierten Betrieben, Kostenvorteile/Bonusleistungen) ■ Unterstützung beim Zertifizierungsprozess in Kooperation mit dem LTV Sachsen 	<p>Priorität: Mittel Zeitraumen: Kontinuierlich Verantwortung: Tourismusverband SSW, Leistungsträger</p>	

<ul style="list-style-type: none"> ■ Information und Sensibilisierung inkl. Aufzeigen möglicher/denkbarer Zertifizierungen und Klassifizierungen, Darstellung von Aufwand/Kosten ■ Gewinnung von klassifizierten/zertifizierten Anbietern als Qualitätsbotschafter und Einbindung in die Kommunikation ■ Angebot von Hilfestellungen zur Erarbeitung/Neuentwicklung der Leitbilder von Einrichtungen, Anlagen und Veranstaltungen ■ Direkte Ansprache der Leistungsträger durch <ul style="list-style-type: none"> ▪ Persönlichen Kontakt, Beratung vor Ort ▪ Informationsschreiben per Post und/oder E-Mail ▪ Informationsveranstaltung zur Aufklärung ▪ Gewinnung von klassifizierten/zertifizierten Anbietern als Qualitätsbotschafter und Einbindung in die Kommunikation 	<p>Partner: LTV Sachsen, DEHOGA, IHK</p> <p>Anmerkung: Erfordert zusätzliche Personal- und Finanzausstattung/-ressourcen</p>
--	--

Weitergehende Informationen: Initiativen und Qualitätssysteme

<ul style="list-style-type: none"> ■ Regionale Initiativen <ul style="list-style-type: none"> ▪ Familienurlaub in Sachsen ▪ „Sachsen Barrierefrei“ ▪ Sensibilisierung und Beteiligung an GÄSTELIEBLING Sachsen ▪ Wanderfreundlich am Malerweg ▪ Radfreundlich am Elberadweg ▪ Nationalparkpartner ▪ Partner Nachhaltigkeitsinitiative ▪ Forststeig-Partner und Forststeig-Gemeinden 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Weitere bundesweite Initiativen <ul style="list-style-type: none"> ▪ Deutsche Hotelklassifizierung des DEHOGA für Hotels ▪ G-Klassifizierung für Gästehäuser, Gasthöfe, Pensionen ▪ DTV-Klassifizierung für Ferienwohnungen, -häuser und Privatzimmer ▪ ServiceQualität Deutschland für Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe, aber auch für Kultur-, Freizeit- und sonstige Einrichtungen ▪ „Reisen für Alle“ ▪ TourCert, Green Globe, fairpflichtet, Bio-Siegel etc. zur Erweiterung der Angebote im Bereich Nachhaltigkeit
--	--

<p>S.5 Sicherung und Steigerung der Qualität in Beherbergungsbetrieben</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ■ Prüfung und Interaktion auf Bewertungsportalen (Booking.com, HRS, Google Maps, Tripadvisor etc.) sowie ggf. Ergreifen von Verbesserungsmaßnahmen ■ Sicherung von Qualitätsstandards, bspw. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Vorhandensein einer Webpräsenz mit ansprechenden, aussagekräftigen Bildern, Möglichkeit der Online-Buchung ▪ Ermöglichung der Online- und Kartenzahlung (EC, VISA etc.) ▪ Sicherstellung der Auffindbarkeit im Internet (Eintrag auf Google Maps, Firmeneintrag in Google My Business) ▪ Bereitstellung von Daten für die Datenbank des Tourismusverbandes SSW, auch mit Schnittstelle zur TMGS ▪ Verwendung regionaler Produkte 	<p>Priorität: Mittel</p> <p>Zeitraumen: Langfristig und kontinuierlich</p> <p>Verantwortung: Unterkunftsanbieter</p> <p>Partner: TIs, Tourismusverband, DEHOGA, LTV Sachsen, IHK, Kommunen</p> <p>Anmerkung: -</p>

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Idealerweise regionaltypische Ausstattung/Dekoration bzw. zielgruppengerechte Gestaltung ■ Sensibilisierung, Information und Schaffung von Coaching- und Weiterbildungsangeboten für Anbieter (insb. für Privatvermieter) durch Partner wie TIs, Tourismusverband, DEHOGA, LTV Sachsen, IHK ■ Erweiterung des Angebotes und Verbesserung der Kommunikation im Bereich Camping und Stellplätze für Wohnmobil/Camper 	
--	--

	S.6 Sicherung eines qualitativ hochwertigen gastronomischen Angebots	
<ul style="list-style-type: none"> ■ Überwachung der gängigen Bewertungsportale und Reaktion auf positives wie negatives Feedback, ggf. Ergreifen von Verbesserungsmaßnahmen ■ Angebotserweiterung in der Gastronomie <ul style="list-style-type: none"> ▪ Angebot von Speisen und Spezialitäten der regionalen Küche ▪ Angebot einer gesunden Küche (Initiierung von lokalen und regionalen Kooperationen zwischen Erzeugern und Anbietern; Kennzeichnung der Produkte) ▪ Erweiterung der Angebote für spezifische Gruppen: Vegetarier, Veganer, Allergiker, Kinder etc. ▪ Erweiterung der Angebote im Bereich der Erlebnisgastronomie sowie gehobener Gastronomie/Sterneküche ■ Online-Verfügbarkeit der Speisekarten ■ Mehrsprachige Speisekarten ■ Ermöglichung bargeldloser Bezahlung ■ Sicherung der Quantität der Gastronomie (vgl. Maßnahme A.6) 	<p>Priorität: Mittel</p> <p>Zeitraumen: Langfristig und kontinuierlich</p> <p>Verantwortung: Gastronomiebetriebe</p> <p>Partner: DEHOGA, IHK, Tourismusverband SSW</p> <p>Anmerkung: -</p>	

4.6 Handlungsfeld Außenmarketing und Innenkommunikation

Abb. 20 Übersicht Maßnahmen „Außenmarketing und Innenkommunikation“

Nr.	Titel der Maßnahme	Priorität
M.1	Einbindung der Einheimischen in die Tourismusedwicklung zur Sicherung der Tourismusakzeptanz und des Tourismusverständnisses bei Bürgern und Politik	MASTER-Projekt
M.2	Zielgruppenschärfung und Zielgruppenorientierung im Marketing in enger Verschneidung mit einer kontinuierlichen Weiterführung und Ausbau von Marktforschungsaktivitäten (hier Fokus Übernachtungsgäste)	Hoch
M.3	Entwicklung einer Tagesgästestrategie und zielgruppengerechte Marktbearbeitung zur besseren Besucherlenkung und Erhöhung der Wertschöpfung durch Tagesbesucher	Hoch
M.4	Eingabe, Pflege und Strukturierung qualitativer und offener Daten in einer gemeinsamen Datenbankstruktur mit Schnittstellen zu übergeordneten Systemen als Grundlage für eine optimierte v. a. Online-Kommunikation, -Sichtbarkeit und Information der Bezugsgruppen (Gäste, Besucher, Einwohner etc.) nach innen und außen	Hoch
M.5	Sensibilisierung und Unterstützung der touristischen Leistungsträger zur Steigerung der Onlinebuchbarkeit und -sichtbarkeit sowie Bereitstellung umfassender, ansprechender und qualitativer Daten zur Besucherinformation	Hoch
M.6	(Weiter-)Entwicklung der Gästekarte zum digitalen Reisebegleiter	Hoch
M.7	Förderung eines aktiven Austausches zwischen Einwohnerschaft und Gästen	Mittel

Abb. 21 Konkretisierung Maßnahmen „Außenmarketing und Innenkommunikation“

M.1	Einbindung der Einheimischen in die Tourismusedwicklung zur Sicherung der Tourismusakzeptanz und des Tourismusverständnisses bei Bürgern und Politik	
	<ul style="list-style-type: none"> ■ Kommunikation der touristischen Vision und Leitlinien ■ Bürgerbeteiligungsprozess bei Destinationsentwicklungsprozessen <ul style="list-style-type: none"> ▪ Weitere Einbindung der Einwohner durch künftige Befragungsformate (ggfs. Etablierung einer Ideenplattform, digitalen Ideenwand mit Voting-/Kommentarfunktion für Entwicklungsideen) ▪ Präsentation und öffentliche Diskussion zu Tourismusprojekten/-planungen ▪ Etablierung von Vernetzungsformaten für Leistungsträger 	<p>Priorität: MASTER-Projekt</p> <p>Zeitraumen: Kontinuierlich</p> <p>Verantwortung: Kommunen, Tourismusverband SSW, Landkreis Sächsische-Schweiz-Osterzgebirge</p>

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Erfassung und Auswertung von Beschwerdebriefen und Klagen der Bevölkerung zur kontinuierlichen Ermittlung der Bedenken und Wünsche der Bevölkerung hinsichtlich der Tourismusentwicklung ■ Stärkung des Bewusstseins für die Tourismusbedeutung, bspw. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Weitere Kommunikation von Projektumsetzungen und Erfolgen, die den Einheimischen zugutekommen ▪ Erhebung touristischer Kennzahlen und Einbringen in Politik und Presse ■ Schaffung von Angeboten zum Kennenlernen touristischer Anbieter und Leistungen, bspw. durch Etablierung eines eigenen Veranstaltungsformats unter dem Motto „Zu Gast in der eigenen Region“, bei dem die Einheimischen an einem fixen Datum vergünstigte Übernachtungen buchen können (inkl. Motivation der Hoteliers zur Teilnahme) ■ Unterstützung kleinerer Initiativen von Einheimischen/Vereinen (Beratungsangebot; Ansprechpartner, Werbepattform) ■ Durchführung von Bürgeraktionen ■ Lobbyarbeit in Politik 	<p>Partner: Einwohnerschaft, Leistungsträger, TIs</p> <p>Anmerkung: vgl. hierzu auch Nachhaltigkeitsstrategie Sächsische Schweiz</p>
--	--



Beispiel aus der Praxis: Erlebe deine Stadt!

Berlin „Erlebe deine Stadt“ ist ein Konzept, das in Zusammenarbeit von visitBerlin mit visitBerlin-Partnerhotels e. V. entwickelt wurde. Dabei bekommen die Berliner die Möglichkeit, für ein Wochenende in die Welt der Touristen einzutauchen. Das Aktionswochenende fand 2019 zum neunten Mal mit über 70 exklusiven Hotels statt. Viele der Hotels bieten zu diesem Anlass, neben der Übernachtung mit Frühstück, auch besondere Events und Veranstaltungen zu einem günstigeren Preis an. Damit möchte man den Einheimischen Wertschätzung entgegenbringen und die Toleranz gegenüber Touristen verstärken. © 1435201-pixapay, Weitere Infos: www.visitberlin.de/de/erlebe-deine-stadt

<p>M.2</p>	<p>Zielgruppenschärfung und Zielgruppenorientierung im Marketing in enger Verschneidung mit einer kontinuierlichen Weiterführung und Ausbau von Marktforschungsaktivitäten (hier Fokus Übernachtungsgäste)</p>
<p>Maßnahmenansätze</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Konkretisierung, Schärfung und Definition der bestehenden Zielgruppen der Sächsischen Schweiz unter Berücksichtigung wichtiger Marktforschungsergebnisse ■ Entwicklung einer Themen-Zielgruppen-Strategie zur Umsetzung eines zielgruppenorientierten Themenmarketings ■ Kontinuierliche Fortschreibung der Marketingstrategie des Tourismusverbandes Sächsische Schweiz ■ Jährliche Erstellung eines Marketingplans, der sich an Trends, neue Rahmenbedingungen, Marktforschungsergebnissen etc. ausrichtet <p>Das heißt</p>	<p>Priorität: Hoch</p> <p>Zeitraumen: Kurzfristig und kontinuierlich</p> <p>Verantwortung: Tourismusverband SSW</p> <p>Partner: TMGS, Leistungsträger, TIs, LTV, ggf. Marktforschungsunternehmen</p> <p>Anmerkung: Neujustierung der Personal- und Finanzressourcen an den</p>

- Ausgangspunkt sind die Themen und abgeleiteten Produktlinien der Sächsischen Schweiz. Diese müssen für die Zielgruppen optimal erlebbar und aufbereitet werden. Dies kann bspw. bedeuten, dass es in den Themen bzw. Produktlinien verschiedene Schaufensterprodukte passgenau für die Zielgruppen geben sollte.
- Eine Segmentierung, um damit die erfolversprechendsten Zielgruppen zu identifizieren und dann zielgruppengenau ansprechen zu können, ermöglicht einen gezielten Mitteleinsatz mit wenig Streuverlusten.
- Das Marketing orientiert sich weiterhin an der Customer Journey.

Grundsätzlich wichtig

- Erfolgsmessung, Beobachtung von Trends
- Nutzung vorhandener Marktforschungsdaten und Umfragen sowie bedarfsgerechte weitere Marktforschungsaktivitäten, d. h.
 - Gewinnung von Informationen, um Hinweise auf Kundenbedürfnisse, Erwartungen und Kundenzufriedenheit zu erfassen
 - Gewinnung von Daten und Fakten zur Anzahl und Verteilung der Gäste (gewerblich/nicht gewerblich; idealerweise mit Ermittlung von Aktionsmustern)

Perspektivisch bei Bedarf

- Klärung eines Regionsverständnisses von Qualitätstourismus, um dem Anspruch „Klasse statt Masse“ gerecht zu werden und gezielt Marketing zu betreiben, um die „richtigen“ (Lieblings-) Gäste anzulocken. Zu beantwortende Fragen wären: Was verstehen wir unter Qualitätstourismus? Welche Zielgruppen wollen wir künftig gezielt ansprechen, um deren Verhältnis an den Gesamtbesuchern zu erhöhen (Beispiele Lieblingsgäste: Gäste, die Qualität schätzen, sensibel mit der Natur umgehen, länger bleiben, mit dem ÖPNV anreisen)? Welche Handlungsansätze ergeben sich daraus?

neuen Aufgaben und strategischen Ausrichtungen

Hintergrundinformationen

Die grundlegende Ausrichtung des Marketings des Freistaats Sachsen ist ein zielgruppenorientiertes Themenmarketing. Das bedeutet, dass bei allen Entscheidungen immer Themen die oberste Priorität haben, für die Sachsen steht. Diese werden dann mit Blick auf die definierten Zielgruppen spezifisch aufbereitet und über entsprechende Medien zielgerichtet kommuniziert. Zur Konkretisierung der Zielgruppen hat sich die TMGS bei der Auswahl der Zielgruppen für das Model der SINUS-Institutes entschieden.

Generell gilt es für Destinationen abzuwägen, ob ein themenorientiertes Zielgruppenmarketing (Einstieg über Zielgruppenbedürfnisse) oder ein zielgruppenorientiertes Themenmarketing (Einstieg über Themen und Herunterbrechen auf wichtige Zielgruppen) zielführend ist. Auf Basis der aktuellen Überlegungen in der Sächsischen Schweiz und einer optimalen Einbettung in die Tourismusstrategie des Landes scheint zum jetzigen Zeitpunkt eine Weiterentwicklung des Themenmarketing zu einem zielgruppenorientierten Themenmarketing am realistischsten.

Exkurs: Ansatzpunkte für Marktforschungsaktivitäten

Auswertung von Sekundärdaten

- Kontinuierliche Auswertung der amtlichen Statistik des Statistischen Landesamtes Sachsen
- Auswertung der eigenen Internetstatistiken (Nutzerzahlen) sowie der Besucherstatistiken zu Produkten
- Auswertung von Bewertungsportalen (HRS, Booking, TripAdvisor, Yelp etc.), Zufriedenheitsanalyse (bspw. mittels Trust you) nach der Reise

Umsetzung von Primärerhebungen im Netzwerk bspw.

- Durchführung einer regelmäßigen Besucherbefragung vor Ort
- Quellmarktanalyse (PLZ, Einzelhandel, Banken, Museen etc.)
- Einrichtung und Verbreitung eines Online-Fragebogens für Gästefeedback
- Erfassung von Besucherströmen mithilfe von standortbezogenen Echtzeitinformationen (bspw. Messung von Bewegungsprofilen über WLAN-Hot Spots, Apps, strategische Kooperationspartner)


Durchführung von Marktforschungserhebungen mit Marktforschungsinstituten in Zusammenarbeit mit TMGS mbH u. a.

M.3	Entwicklung einer Tagesgästestrategie und zielgruppengerechte Marktbearbeitung zur besseren Besucherlenkung und Erhöhung der Wertschöpfung durch Tagesbesucher
<ul style="list-style-type: none"> ■ Gemeinsame Klärung und Festlegung der Verantwortlichkeit für die Entwicklung einer gemeinsamen Strategie und einer zielgruppengerechten Kommunikation für Tagesgäste mit dem Schwerpunkt zur Besucherlenkung ■ Mögliche Herangehensweise <ul style="list-style-type: none"> ■ Identifizierung des Status Quo in der Sächsischen Schweiz (Aufkommen, Hot Spots, Herausforderungen, Naturschutzbelange) ■ Herausarbeiten der Zielgruppe (Bedürfnisse, Erwartungen) und Klärung des Verständnisses „Was ist ein Tagesgast“ (inkl. Nutzung der Marktforschungsdaten Besucherbefragung Nationalpark und Social Media) ■ Ableitung von Handlungsansätzen, inkl. <ul style="list-style-type: none"> ○ Festlegen der Kommunikationsthemen und -Kanäle (Print; Online; Presse...) ○ Maßnahmenentwicklung zur (besseren) Besucherlenkung von Tagestouristen (vgl. Maßnahme I.1) sowie zur Erhöhung der Wertschöpfungseffekte durch Tagesgäste (bspw. Gelegenheiten schaffen, Geld auszugeben) ■ Umsetzung und kontinuierliche Weiterentwicklung dieser Kommunikationsstrategien unter Abstimmung mit den Partnern in der Region ■ Erfolgskontrolle 	<p>Priorität: Hoch</p> <p>Zeitraumen: Kurzfristig</p> <p>Verantwortung: Nationalpark, Tourismusverband SSW, Sachsenforst, Kommunen</p> <p>Partner: VVO, RVSOE, LTV, TMGS, ggf. Marktforschungsunternehmen, Leistungsträger, TIs</p> <p>Anmerkung: in enger Betrachtung mit dem Besucherlenkungskonzept</p> <p>Neujustierung der Personal- und Finanzressourcen an den neuen Aufgaben und strategischen Ausrichtungen</p> <p>Enge Verschneidung mit Maßnahme I.1</p>

<p>M.4</p>	<p>Eingabe, Pflege und Strukturierung qualitativer und offener Daten in einer gemeinsamen Datenbankstruktur mit Schnittstellen zu übergeordneten Systemen als Grundlage für eine optimierte v. a. Online-Kommunikation, -Sichtbarkeit und Information der Bezugsgruppen (Gäste, Besucher, Einwohner etc.) nach innen und außen</p>	
<p>Generell</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Sensibilisierung der Akteure hinsichtlich des Datenmanagements (Pflege und Aktualisierung) ■ Entwicklung einer gemeinsam abgestimmten Struktur bzw. eines „Workflow“ mit Zuweisung von Verantwortlichkeiten und personellen Ressourcen ■ Förderung der Bereitstellung offener Daten zur Besucherinformation, des Datenaustauschs und der gemeinsamen Content-Nutzung, Schaffung einer gemeinsamen Datenbasis ■ Sicherung bzw. Entwicklung einer Schnittstelle zwischen regionaler und landesweiter Datenbank sowie idealerweise externen Primärsystemen zur Einmaleingabe von Daten <p>Konkret</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Sammlung und Dokumentation der Daten in einem abgestimmten, gut pflegbaren System des Tourismusverbandes SSW, inkl. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Bilddatenbank ▪ POIs mit Beschreibung und Infos wie Öffnungszeiten, Barrierefreiheit, Ansprechpartner etc. ▪ Veranstaltungen ■ Lizenzierung und Qualifizierung des regionalen Contents (POI-Datensätze, Bilder/Video/Ton, Texte) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Laufende Sicherung der Datenqualität bzgl. Vollständigkeit, Richtigkeit und Aktualität ▪ Erstellung von redaktionell hochwertigen Inhalten zur Sächsischen Schweiz ▪ Strukturierung der Daten auf Basis der Landes-CMS-Vorgaben ■ Pflege und Aktualisierung des Contents/der Daten in der zentralen Content-Datenbank der TMGS mbH <ul style="list-style-type: none"> ▪ Content-Audit: Verschaffen eines Überblicks über den relevanten Content unter Berücksichtigung der Zielgruppen ▪ Bereitstellung von Daten durch den Tourismusverband SSW in Zusammenarbeit mit den touristischen Leistungsträgern ▪ Lizenzierung der Daten, um lizenzrechtliche Beschränkungen in der Datenauspielung zu vermeiden (Klärung, wer welche Rechte woran hat und Klärung der Ausweisung der Lizenzen für weitere Nutzung) ▪ Verteilung von Content-Verantwortlichkeiten: Information und Einbeziehung der Partner 		<p>Priorität: Hoch</p> <p>Zeitraumen: Kontinuierlich</p> <p>Verantwortung: Tourismusverband SSW, TIs, Leistungsträger, Kommunen</p> <p>Partner: TMGS</p> <p>Anmerkung: https://sachsen.tourismusnetzwerk.info/digitales/digitalarchitektur/ Neujustierung der Personal- und Finanzressourcen an den neuen Aufgaben und strategischen Ausrichtungen</p>
<p>Weitergehende Informationen: Anforderungen an die digitale Dateninfrastruktur</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Offenheit: Klären von lizenzrechtlichen Fragen ■ Strukturierung: Semantische Auszeichnung der Daten (schema.org) 		

- **Vernetzung:** Mittels der semantischen Auszeichnung können Daten zueinander in Beziehung gesetzt werden und Verbindungen z. B. mit Geokoordination hergestellt werden
- **Richtigkeit:** Die Daten müssen korrekt sein, sodass sich Gäste jederzeit auf die Daten verlassen können
- **Aktualität:** Daten müssen so vorgehalten werden, dass sie kontinuierlich abgerufen und aktualisiert werden können
- **Vollständigkeit:** Daten müssen umfassend vorgehalten werden
- **Hochwertigkeit:** Die Qualität von Bildern, Texten, Videos sollte hochwertig sein, sodass die touristischen Attraktionen und Angebote entsprechend wahrgenommen werden können

M.5	Sensibilisierung und Unterstützung der touristischen Leistungsträger zur Steigerung der Onlinebuchbarkeit und -sichtbarkeit sowie Bereitstellung umfassender, ansprechender und qualitativer Daten zur Besucherinformation	
	<ul style="list-style-type: none"> ■ Sensibilisierung der Leistungsträger <ul style="list-style-type: none"> ▪ Gewinnung/Sensibilisierung weiterer Betriebe für die Beteiligung an Deskline durch aktive Anwerbung und Bereitstellung von Informationen zu Nutzungsvorteilen und -bedingungen, sowie Unterstützungsangebote (fortführen) ▪ Sensibilisierung und Unterstützung der touristischen Leistungsträger zur Steigerung der Präsenz der Betriebe in digitalen Buchungsplattformen (fremde Plattformen) ▪ Sensibilisierung und Unterstützung der Leistungsträger zur Sicherstellung der Auffindbarkeit touristisch relevanter Einrichtungen (Gastronomie, Beherbergungsbetriebe, Freizeiteinrichtungen, Ausflugsziele, Serviceangebote, weitere, z. B. Apotheken) im Internet → Eintrag beim Tourismusverband SSW, auf Google Maps, Google My Business ▪ Sensibilisierung und Unterstützung der Leistungsträger für die Prüfung und Interaktion auf Bewertungsportalen (Booking.com, HRS, Google Maps, Tripadvisor etc.) ■ Bereitstellung weiterer Informationen wie Darstellung empfehlenswerter Rad- und Wanderrouten in geeigneten digitalen Routenführern (z. B. Outdooractive, komoot etc.) und Einbettung der digital aufbereiteten Touren auf den relevanten touristischen Webseiten; Eintrag aller relevanten POIs sowie qualitativer Aktivrouten in die Outdooractive-Datenbank ■ Prüfung von Schnittstellen zwischen analogen und digitalen Informationen, Einbindung weiterer digitaler Angebote an Infopunkten unter Einbeziehung lokaler Akteure, bspw. durch QR-Codes für erweiterte oder saisonale Hinweise ■ Bereitstellung multimedialer Informationen an neuralgischen Punkten unter Einsatz digitaler, smarterer Infostelen 	<p>Priorität: Hoch</p> <p>Zeitraumen: Kontinuierlich</p> <p>Verantwortung: Tourismusverband SSW, TI, Leistungsträger</p> <p>Partner: TMGS, DEHOGA, IHK</p> <p>Anmerkung: -</p>

	<p>M.6 (Weiter-)Entwicklung der Gästekarte zum digitalen Reisebegleiter</p>	
	<ul style="list-style-type: none"> ■ Konzept für eine weiterentwickelte Gästekarte entwickeln; Bei Bedarf: hierfür Konzept der „Inklusivkarte“ wieder reaktivieren und Ideen und Ansätze einbinden ■ Prüfung der technischen Umsetzung (und externe Unterstützung einholen) ■ Akquirierung von Fördermitteln für Entwicklung und für Umsetzung/Beteiligung sowie Sicherung einer langfristigen Finanzierung ■ Prüfung von Erweiterungsmöglichkeiten entsprechend der Impulse der Maßnahmenwerkstatt <ul style="list-style-type: none"> ▪ Differenzierung der Idee „Gästekarte“ für unterschiedliche Zielgruppen (Übernachtungsgäste, Tagesgäste, Sommer-/ Wintergäste), ggf. unterschiedliche Benennung dieser Leistung/des Produktes ▪ Gästekarte mit nachhaltigen Mobilitätsangeboten weiter aufladen/verbinden (vgl. Maßnahme I.4) ▪ Gästekarte auch für Tagestouristen als Kommunikations- und Lenkungsinstrument diskutieren (Anreize für nachhaltige Mobilität oder im Yield Management für Vorzüge in Echt-Zeit) ▪ Prüfung der Nutzbarkeit der Angebote der Gästekarte auch für Einheimische zur Akzeptanzerhöhung des Tourismus und Crossmarketingeffekte, bspw. <ul style="list-style-type: none"> ○ Vergünstigungen bei touristischen Anbietern für Inhaber von ÖPNV-Monats- und Jahreskarten ○ Zeitlich begrenzte Gästekarte für Einheimische (bspw. „Nachhaltigkeitswoche – Zu Gast in der eigenen Heimat“, als Vergünstigungen zum Kennenlernen) 	<p>Priorität: Hoch</p> <p>Zeitraumen: Mittelfristig</p> <p>Verantwortung: Tourismusverband SSW</p> <p>Partner: Verkehrsanbieter, Nationalparkverwaltung, Kommunen, TIs, Leistungsträger</p> <p>Anmerkung: -</p>
<div style="display: flex; align-items: flex-start;"> <div data-bbox="233 1391 528 1581" style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-right: 10px;">  </div> <div data-bbox="555 1375 1366 1440"> <p>Beispiel aus der Praxis: Hochschwarzwald Gästeplattform, Digitale GästeCard</p> </div> </div> <p data-bbox="555 1451 1366 1664">Ab Winter 2021/2022 wird die digitale Lösung zur Buchung von Attraktionen, Tickets für Veranstaltungen etc. eingeführt. Sie ermöglicht neben der direkten online-Buchbarkeit auch eine Besucherlenkung: Leistungspartner können Sonderangebote sowie konkrete Zeitfenster einbinden. Die Leistungen sind in Basisleistungen (für den Gast umsonst) und Plusleistungen (mind. 20 %-Rabatt) untergliedert. © Hochschwarzwald Tourismus GmbH 2021</p>		
	<p>M.7 Förderung eines aktiven Austausches zwischen Einwohnerschaft und Gästen</p>	
	<ul style="list-style-type: none"> ■ Attraktivierung von Kultur- und Freizeiteinrichtungen als Anlaufpunkte für Gäste und Einheimische, insb. auch der Welcome Center (vgl. Maßnahme S.1) ■ Aktive Einbeziehung der Bevölkerung als authentische Botschafter der Region 	<p>Priorität: Mittel</p> <p>Zeitraumen: Mittelfristig</p> <p>Verantwortung: Tourismusverband SSW, TIs</p>

- Schaffung kreativer Formate zur aktiven Einbindung der Einwohnerschaft in die Außenkommunikation, bspw. Vermittlung von Insidertipps
- Entwicklung eines Formates an persönlichen Führungen und Erlebnissen durch Einheimische

Partner: Einwohnerschaft, Leistungsträger

Anmerkung: -

4.7 Handlungsfeld Organisation und Kooperation

Abb. 22 Übersicht Maßnahmen „Organisation und Kooperation“

Nr.	Titel der Maßnahme	Priorität
O.1	Weiterentwicklung leistungsfähiger Tourismusstrukturen in der Sächsischen Schweiz	MASTER-Projekt
O.2	Bildung und Implementierung eines Umsetzungsmanagements für das Tourismusleitbild Sächsische Schweiz	Hoch
O.3	Sicherung und Weiterführung gemeinsamer Kooperations- und Netzwerkaktivitäten für Austausch, Vernetzung gemeinsamer Angebotsentwicklung u. v. w.	Hoch
O.4	Stärkung der Zusammenarbeit zwischen deutschen und tschechischen Akteuren	Hoch
O.5	Steigerung der Resilienz der Tourismuswirtschaft	Hoch
O.6	Durchführung innovativer Projekte in der Fachkräftesuche und -entwicklung	Hoch
O.7	Umsetzung kontinuierlicher Verbesserungsprozesse zum Thema Digitalisierung	Hoch

Abb. 23 Konkretisierung Maßnahmen „Organisation und Kooperation“

O.1	Weiterentwicklung leistungsfähiger Tourismusstrukturen in der Sächsischen Schweiz	
	<ul style="list-style-type: none"> ■ Weiterentwicklung des kommunalen Tourismusnetzwerkes Sächsische Schweiz <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sicherung der Koordinierungsstellen zur Pflege und Weiterführung kommunenübergreifender Aufgaben/Projekte wie Buchungssystem, Meldewesen-System, Gästekarte, Qualifizierungen, Content-Management-System ▪ Weiterentwicklung der Zusammenarbeit der Kommunen und Tourist-Information in einem neuen engeren Kooperationsmodell inkl. Prüfung der Integration von kommunalen Aufgaben in eine gemeinsame Organisation ■ Verbesserung der Ansprechpartnerregelungen in der Region <ul style="list-style-type: none"> ▪ Prüfung und Etablierung einer Managementorganisation, die den Auftrag hat zum Koordinieren & Kümern ▪ Klärung von Verantwortlichkeiten für Themen und Sichtbarmachung der Multiplikatoren ▪ Sicherung und Prüfung des Ausbaus des Tourismusverbandes SSW als Netzwerkschnittstelle mit touristischen Regionalaufgaben, bspw. Stimme + Lobby für Infrastruktur/Mobilität ge- 	<p>Priorität: MASTER-Projekt</p> <p>Zeitraumen: Kurzfristig</p> <p>Verantwortung: Tourismusverband SSW</p> <p>Partner: Kommunen, TIs</p> <p>Anmerkung: -</p>

<p>meinsam und in Abstimmung mit der Nationalparkverwaltung, Schnittstellenarbeit mit dem Regionalmanagement, Impulsgebung Infrastrukturentwicklung, Krisenmanagement</p>	
---	--

O.2	Bildung und Implementierung eines Umsetzungsmanagements für das Tourismusleitbild Sächsische Schweiz	
<ul style="list-style-type: none"> ■ Erarbeitung eines Fahrplans für die Umsetzung ■ Beratung mit Akteuren <ul style="list-style-type: none"> ▪ zur Abstimmung Verantwortung und Partner ▪ zur weiteren Differenzierung, Priorisierung und Umsetzung der Maßnahmen; beginnend mit den Schlüsselprojekten ▪ welche Maßnahmen mit vorhandenen personellen und finanziellen Ressourcen umsetzbar und für welche es eine gesicherte Bereitstellung/Akquirierung weiterer Ressourcen benötigt ■ Bei Bedarf: Bildung einer Lenkungsgruppe (Klärung: Zusammensetzung, Moderation, Aufgaben, Vorgehensweise etc.) ■ Kommunikation der Maßnahmen an die tourismusrelevanten Partner ■ Sicherstellung der ausreichenden Würdigung des Tourismus in strategischen Planungen der Region ■ Begleitung und Impulsgebung zur Umsetzung der Maßnahmen ■ Kontinuierliche Qualitätskontrolle und Reflektion der Maßnahmenumsetzung in regelmäßigen Abständen (bspw. alle 2 Jahre) 	<p>Priorität: Hoch</p> <p>Zeitraumen: Kurzfristig und fortlaufend</p> <p>Verantwortung: Tourismusverband SSW, Regionalforum</p> <p>Partner: Mitglieder der zu bildenden Steuerungsgruppe</p> <p>Anmerkung: Maßnahme hat Bezug zu allen weiteren Maßnahmen des Tourismusleitbildes</p>	

O.3	Sicherung und Weiterführung gemeinsamer Kooperations- und Netzwerkaktivitäten für Austausch, Vernetzung gemeinsamer Angebotsentwicklung u. v. w.	
<ul style="list-style-type: none"> ■ Regelmäßige leistungsträgerbezogene Informations- und Netzwerkveranstaltungen auch zum Erfahrungsaustausch ■ Sicherung bestehender thematischer Arbeitskreise ■ Maßnahmenentwicklung zur Stärkung des „Wir-Gefühls“ unter den Touristikern und generell in der Region und Stärkung der Kooperationen ■ Initiierung und Weiterentwicklung der Idee eines Regionalforums für die Nationalparkregion Sächsische Schweiz, d. h. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Initiierung eines dauerhaften Podiums/Infoplattform, das ressortübergreifend Kommunen und Praktiker zusammenbringt, regionale Themen aufgreift (bspw. Mobilität, Besucherlenkung, Parkplatzsituation, Nationalpark) ▪ Ergänzung um eine digitale Plattform mit Themenräumen 	<p>Priorität: Hoch</p> <p>Zeitraumen: Kurzfristig und kontinuierlich</p> <p>Verantwortung: Tourismusverband SSW</p> <p>Partner: Leistungsträger, Kommunen, TIs</p> <p>Anmerkung: -</p>	

- Konzeptionelle Aufgabenklärung und vertragliche Fixierung der gewachsenen Kooperation zwischen Tourismusverband SSW und Nationalparkverwaltung zur Sicherung und Verbesserung der tourismusbezogenen Aufgaben
- Kontinuierliches Innenmarketing
 - Regelmäßige interne Marktforschung zur Ermittlung der Bedürfnisse der Akteure (touristische Leistungsträger, Politik/Verwaltung, Bevölkerung, sonstige Unternehmen und Einrichtungen)
 - Sicherung der Angebote der TourismusProfis
 - Kontinuierliche Kommunikation des Mitglieder-Services sowie mitgliederunabhängiger Aufgaben/Leistungen des Tourismusverbands in Richtung Leistungsträger
 - Kontaktpflege mit politischen Entscheidungsträgern
- Gebündeltes abgestimmtes Handeln bei allen regionsbezogenen Projekten

O.4. Stärkung der Zusammenarbeit zwischen deutschen und tschechischen Akteuren

Intensivierung der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit bspw. durch weitere Umsetzung der in der Nachhaltigkeitsstrategie Sächsische Schweiz benannten Maßnahmen:

- Verstärkung des Austauschs der Akteure auf allen Ebenen
 - Schaffung eines grenzüberschreitenden Erfahrungsaustausches zwischen sächsischen und böhmischen Tourismusbetrieben und Kommunen
 - Weitere Internationalisierung der touristischen Gremienarbeit
 - Weiteres Zusammenbringen von Partnern aus übergeordneten Ebenen bzw. aus anderen, den Tourismus betreffenden Bereichen
- Förderung eines einheitlichen, grenzüberschreitenden Wegenetzes (vgl. auch Maßnahme I.6)
- Schaffung von gemeinsamen nachhaltigen Angebotspaketen als Sächsisch-Böhmische Schweiz
 - Einbindung von tschechischen Tourismusakteuren bei der Zusammenstellung nachhaltiger Leistungen
 - Zusammenstellung und Sichtbarmachen von Geheimtipps mit Angeboten aus beiden Regionen für Gäste
 - Verbindung von Naturerlebnisangeboten der Nationalparke
- Weiterführung und Erweiterung von Pilotprojekten zur gemeinsamen Zusammenarbeit
 - Evaluierung bereits umgesetzter Projekte bzw. Umsetzungsstand ermitteln
 - Abstimmung des ÖPNV-Angebotes auf sächsischer und böhmischer Seite, Sicherung und Weiterentwicklung der grenzüberschreitenden Nationalparkbahn

Priorität: Hoch

Zeitraumen: Kontinuierlich

Verantwortung: Tourismusverband SSW, Kommunen, Leistungsträger,

Partner: Nationalparkverwaltungen, Landschaft(f)t Zukunft e. V., Leistungsträger

Anmerkung: vgl. Nachhaltigkeitsstrategie SSW

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aufbau eines gemeinsamen Gäste-Monitoring in den Nationalparks ▪ Entwicklung grenzüberschreitender touristischer Themenlinien ▪ Etablierung grenzüberschreitender Regionalmarken ▪ Pflege und Weiterentwicklung des gemeinsamen Corporate Design ▪ Abgestimmtes Marketing bei Schlüsselthemen ▪ Etablierung eines grenzüberschreitenden Nationalpark-Partnerprogramms 	
--	--

<p>O.5 Steigerung der Resilienz der Tourismuswirtschaft</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ■ Entwicklung eines Fahrplans, um krisenfester auf Sondersituation reagieren zu können und rechtzeitig die Kommunikation zu organisieren (Schaffung eines Krisenmanagements) ■ Stärkung der Destinationsmanagement-Organisation als zentralen Manager in der Region ■ Kontinuierliche Berücksichtigung von Trends und Rahmenbedingungen und bedarfsgerechtes Krisenmanagement, inkl. Auseinandersetzung mit den Folgen des Klimawandels (Hochwasser, Starkregen, Trockenheit) ■ Vorbeugende Maßnahmen <ul style="list-style-type: none"> ▪ Steigerung der wirtschaftlichen Resilienz (z. B. Branchenfonds, Branchen-Kreditprogramme) ▪ Ausbau von Sicherheit und Hygiene ▪ Erhöhung der Diversität der Angebote und Beziehungen ▪ Förderung der Identifikation & Stolz der Einheimischen mit ihrer Region und Unterstützung eines solidarischen Verhältnisses zwischen Einheimischen und Gästen (vgl. Maßnahmen M.1 und M.7) ▪ Ausbau von Branchen-Netzwerken, auch branchenübergreifenden Netzwerke, z. B. Tourismus – Kultur, Tourismus – Einzelhandel etc. 	<p>Priorität: Hoch Zeitraumen: Kontinuierlich Verantwortung: Landkreis Sächsische-Schweiz-Osterzgebirge, Tourismusverband SSW Partner: Leistungsträger, IHK, DEHOGA, Kommunen, LTV Sachsen Anmerkung: -</p>

Exkurs Handlungsempfehlungen zur Krisenresilienz

Krisen oder Schockereignisse, wie die aktuelle Corona-Krise, legen die Verwundbarkeit von touristischen Destinationen und Anbietern schonungslos offen und können massive Folgen für die Tourismusbranche haben. Reise- und Bewegungseinschränkungen sowie die damit einhergehende ausbleibende Nachfrage sorgt in deutschen Destinationen für Verluste in Mrd. Höhe, gefolgt von drohender oder schon eingetretener Unternehmensinsolvenz im Gastgewerbe. Neben der Corona-Pandemie können Destinationen auch von anderen wirtschaftlichen, gesellschaftlichen oder ökologischen Krisen beeinflusst werden. Es ist empfehlenswert, sich als Destination krisenfester und widerstandsfähiger zu positionieren, um die aktuellen, aber auch zukünftigen Krisen bestmöglich zu überwinden. Der Erhalt und die Stärkung der Anpassungsfähigkeit von Regionen an extern verursachte Krisen und Schocks ist eine Definition von Resilienz. Dabei ergänzt Resilienz Nachhaltigkeit um den Aspekt der regionalen Krisenfestigkeit. Resilienz wird als

Prozess und laufende Anpassungs-, Lern- und Selbsterneuerungsfähigkeit eines Systems (z. B. Destinationsmanagementorganisationen) unter Bedingungen unsicheren Wissens verstanden. Krisenresilienz braucht neben der Entwicklung eines Fahrplans, um krisenfester auf Sondersituationen reagieren zu können sowie für eine Krisenkommunikation, die alle Leistungsträger und Partner integriert und anspricht:

- Vernetzung der Partner und Leistungsträger untereinander, um den Erfahrungsaustausch zu fördern und Synergien zur Krisenüberwindung zu schaffen.
- Reduktion von Fremdabhängigkeiten, damit Leistungen und Produkte möglichst kurze Wege zum Ort der Nutzung bzw. des Verbrauchs haben.
- Subsidiarität in den Organisationsstrukturen, um die jeweils notwendigen Leistungen und Aktivitäten auf der am besten geeigneten Ebene zu erbringen.
- Schaffung einer Multifunktionalität in den Angebotsstrukturen durch Diversifizierung, Modularität und auch Redundanz, damit sich touristische Angebote neu kombinieren, ersetzen und kreieren lassen.
- Etablierung und Straffung von Rückkopplungsschleifen, um schnell auf krisenhafte Veränderungen reagieren zu können. Die Einbindung der lokalen Bevölkerung ist dafür eine wichtige Voraussetzung.
- Suffiziente, ressourcensparende Entwicklungen, bei denen weniger Ressourcenverbrauch und Konsum durch ein Bewusstsein für höhere Urlaubs- und Lebensqualität ersetzt wird.
- Soziale Innovationen und Netzwerke, denen neben technologischen Ansätzen eine zentrale Rolle bei der Transformation des Tourismus in eine nachhaltige postfossile Gesellschaft zukommt.

O.6	Durchführung innovativer Projekte in der Fachkräftesuche und -entwicklung
	<p><i>Hier sind v. a. die Betriebe gefordert, überzeugende Arbeitsbedingungen zu bieten und Personal aktiv anzuwerben. Die Praxis im deutschen Tourismus zeigt, wie schwer dies ist. Erfolgsbetriebe (z. B. der Schindlerhof Nürnberg) zeigen aber auch, dass Erfolge möglich sind.</i></p> <p>Ansatzpunkte</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Abstimmung zu möglichen Maßnahmen bzgl. der Beschäftigungsthematik ■ Umsetzung des bundesweiten Positionspapieres zum Fachkräftebedarf im Gastgewerbe, politische Unterstützung bei der Prüfung zur Flexibilisierung der Wochenarbeitszeit ■ Fokus Information <ul style="list-style-type: none"> ▪ Fachkräfte-Informationsinitiative zur Sicherung und Weiterentwicklung der Beschäftigung ▪ Information zu positiven Beispielen zur Sicherung hochwertiger Beschäftigung in Betrieben ▪ Verbreitung ggf. vorliegender Erkenntnisse übergeordneter Ebenen (z. B. TTK, IHK)

Priorität: Hoch
Zeiträumen: Kurzfristig und kontinuierlich
Verantwortung: Betriebe, DEHOGA, IHK, LTV, Wirtschaftsförderung
Partner: Tourismusverband SSW
Anmerkung: vgl. Nachhaltigkeitsstrategie SSW, Tourismusstrategie Sachsen 2025

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Einbindung von lokalen Initiativen und Institutionen bei Projekten und zur Schaffung von Schulungsangeboten für Fachkräfte (z. B. Wirtschaftskreise, Unternehmensverbände, DEHOGA, IHK) ■ Fokus Ausbildung und Beruf <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sicherung der Fachkräfteausbildung und -qualifizierung, Integration ausländischer Mitarbeitender ▪ Unterstützung des Qualitätslabels »Empfohlener Ausbildungsbetrieb« ▪ Attraktivierung der Ausbildungsberufe (mit Erfassung der Bedürfnisse – New Work, Recherche von Best-Practice-Beispielen, Entwicklung von angepassten Berufsbildern und Anpassung von Arbeitsbedingungen) ▪ Imageförderung mittels Imagekampagne für tourismusspezifische Ausbildungsberufe in der Region ▪ Angebot von „Schnuppertagen“ bei touristischen Anbietern oder kleine Formate zum Kennenlernen von Berufen („Erlebnis/Ausbildungsparcours“ Tourismus) ▪ Sicherung der Aus- und Weiterbildung für die Tourismuswirtschaft vor Ort ■ Anwerbung von Fachkräften ■ Qualifikation der vorhandenen Fachkräfte ■ Stärkung des Social Media-Auftritts touristischer Unternehmen, Sensibilisierung zum Umdenken: Unternehmen bewerben sich auch bei Arbeitnehmern, nicht mehr nur umgekehrt ■ Unterstützung <ul style="list-style-type: none"> ▪ Etablierung Unterstützungskampagne für Betriebe ▪ Sicherung der Unternehmensnachfolge durch Beratung und Begleitung 	
--	--

<p>0.7 Umsetzung kontinuierlicher Verbesserungsprozesse zum Thema Digitalisierung</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ■ Klärung der Verantwortlichkeiten oder Etablierung eines Netzwerkmanagers für folgende Bereiche: <ul style="list-style-type: none"> ▪ A) Digitalisierung von internen Betriebsprozessen innerhalb der touristischen Unternehmen und Anbieter (interne Kommunikation; Branchenaustausch; Weiterbildung; Logistik; Buchhaltung; Aufgabenmanagement; Kassensysteme etc., e-Business-Standards) ▪ B) Digitale Angebote den Gast betreffend (mobile Bezahlungssysteme; Multimediaangebote; Online Präsenz inkl. Social Media und Bewertungsportale; Bestellsysteme bzw. Channelmanager; Vor-Ort-Online-Service) ■ Schwerpunktthemen: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Channelmanagement (Bestellsysteme; Gutscheinerstellung) ▪ Homepage (Bilder; SEO; Struktur; Service; Qualität) ▪ Social-Media (Präsenz; Content-Management) 	<p>Priorität: Hoch Zeitraumen: Mittelfristig Verantwortung: Leistungsträger, Tourismusverband SSW, TIs, Landeschaf(f)t Zukunft e. V. Partner: LTV Sachsen, Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge Anmerkung: Digitalisierungsprojekt LTV 360 Grad Digital startete am 1.1.2022</p>

- Vor-Ort-Online-Service für den Gast (Online-Checkin; Chat mit Rezeption; Tagesgestaltung für den Gast etc.; buchbare Erlebnisangebote)
- Besucherlenkung
- Wissensaufbereitung und Sensibilisierung zur Förderung der Digitalisierung im Tourismus z. B.
 - Wissensaufbereitung und -vermittlung
 - Erarbeitung eines digitalen Leitfadens mit den wichtigsten Entwicklungen
 - Sensibilisierung der Leistungsträger für das Thema Digitalisierung
- Erarbeitung von digitalen Schlüsselprojekten im Tourismusmarketing
- Einführung bzw. Ausbau digitaler Lösungen zum Informationsaustausch (vgl. Maßnahme **M.4**)
- Schaffung von Strukturen, die den Austausch von Akteuren und eine gegenseitige Unterstützung ermöglichen
- Nutzung von digitalen Lösungen, die Arbeitsprozesse intern erleichtern

5 Vorschlag für eine Evaluierungsmethode

Entsprechend der Maßnahme O.2 „Bildung und Implementierung eines Umsetzungsmanagements für das Tourismusleitbild Sächsische Schweiz“ ist eine kontinuierliche Qualitätskontrolle und Reflektion der Maßnahmenumsetzung in regelmäßigen Abständen empfehlenswert.

Zur Messung des Umsetzungserfolgs des Tourismusleitbildes bietet sich ein Mix aus qualitativer und quantitativer Messung an.

Qualitative Evaluierung

Dazu können folgende aufeinander aufbauende Methoden zur Anwendung kommen:

- Betrachtung auf Maßnahmenebene
 - Betrachtet werden die einzelnen Maßnahmenbündel, die nach ihrem Erfüllungsgrad hin untersucht werden. Zur Verdeutlichung bietet sich z. B. das Ampelsystem an: je nach Erfüllungsstufe „erfüllt“, „teilweise erfüllt“, „nicht erfüllt“ erhält jedes Maßnahmenbündel im Handlungsfeld eine kennzeichnende Ampelfarbe. Eine Unterscheidung nach Teilmaßnahmen ist möglich. Das Ampelsystem ist eine grobe Einstufung, die schnell den weiteren Handlungsbedarf verdeutlicht.
 - Vertiefend kann der Status der Maßnahme erfasst werden, er konkretisiert den Erfüllungsgrad nach seiner Phase. Anwendbar sind die Stufen „Ideenphase“, „in Prüfung“, „Planungsphase“, „Konzeptphase“ oder „in Umsetzung“.
 - Jene Maßnahmen, die nicht oder nur teilweise erfüllt wurden, bedürfen einer näheren Betrachtung: Warum wurden sie noch nicht oder nur teilweise erfüllt? Ändert sich die Priorität, die Zuständigkeit oder die Relevanz aufgrund neuer Rahmenbedingungen? Muss die Maßnahme in ihrer Beschreibung geändert oder sogar verworfen werden? Entsprechend bedarf es einer Anpassung im Maßnahmenplan.
- Betrachtung auf Handlungsebene
 - Bei der Evaluierung auf Handlungsebene werden unabhängig von der konkreten Maßnahmenbefreiung die Erfolge, Misserfolge, Möglichkeiten und Hindernisse (=SEPO-Analyse) im jeweiligen Arbeitsbereich (=Handlungsfeld) gesammelt. Diese Methode der Selbstevaluierung ermöglicht, das Thema über einen vergangenen und einen zukünftigen Zeitraum hinweg zu analysieren. Stichworte der Inhalte der Handlungsfelder geben allen Akteuren einen Orientierungsrahmen. Die Methode hat den Vorteil, dass es Sachverhalte aufdecken kann, die bislang durch die bestehenden Maßnahmen noch nicht adressiert wurden. Im Ergebnis stehen Rück- und Ausblicke nach Handlungsfeldern, die in der Folge zu Plankorrekturen führen können. Bei einer periodisch durchgeführten SEPO-Analyse sollten sich die Aussagen aus den Feldern „Möglichkeiten“ und „Hindernisse“ bei den Bereichen „Erfolge“ und „Misserfolge“ wiederfinden und ermöglichen so einen Lernprozess, der zu Veränderungen in der Maßnahmensteuerung führt.
 - Die Evaluierung entsprechend der fünf definierten Handlungsfelder bietet sich alle zwei Jahre an und kann im Rahmen eines Workshops mit einer Steuerungsgruppe durchgeführt werden. Die Ergebnisse sind zu dokumentieren.

- Betrachtung auf Ziel- und Leitlinien-Ebene
 - Auf Basis der Evaluierung der Maßnahmen und Handlungsfelder kann im Anschluss geprüft werden, in welchem Maße die strategischen Ziele erreicht wurden und wo noch Handlungsbedarf besteht.
 - Darauf aufbauend können die Leitlinien in den vier Grundprinzipien auf deren Verankerung in der Region und der erfolgten Tourismusentwicklung reflektiert werden.

Evaluierung anhand von Kennzahlen

In Ergänzung zur qualitativen Evaluierung misst eine kennzahlenbasierte Evaluierung den Umsetzungserfolg anhand von messbaren Indikatoren. Dazu wird das strategische Zielsystem mit Kennwerten unterlegt, welche dann im Rahmen der Evaluierung auf ihre Erfüllung hin geprüft werden können. Hierzu bedarf es einerseits einer Auswahl relevanter Indikatoren, die in der Region auf Basis vorhandener oder zu etablierender Marktforschungsdaten realistisch sind, sowie andererseits einer ersten Nullmessung.

Beispielhafte Indikatoren sind nachfolgend als Vorschlag aufgeführt

Abb. 24 Indikatoren

Themenbereich	Mögliche Indikatoren (grobe Sammlung)
Allgemeine Tourismusentwicklung	<ul style="list-style-type: none"> ■ Durchschnittliche Auslastung ■ Aufenthaltsdauer ■ Ankünfte, Übernachtungen in gewerblichen Betrieben ab 10 Betten ■ Anzahl Betriebe und Betten in Unterkunftsbetrieben ab 10 Betten ■ Anzahl Tagesreisen
Interesse (online)	<ul style="list-style-type: none"> ■ Eindeutige Besucher der Website ■ Reichweite in Social Media ■ Anzahl der Info-Anfragen von Gästen
Nachhaltigkeit und Miteinander	<ul style="list-style-type: none"> ■ Anzahl an Betrieben, Angeboten, Leistungen mit Umwelt- bzw. Nachhaltigkeitszertifikat oder geprüften Umwelt-/Nachhaltigkeitsmerkmalen ■ Saisonalität bzw. Anteil der Top 3-Monate bezogen auf alle Übernachtungen in gewerblichen Betrieben ■ ÖPNV-Nutzeranteil (Verteilung der Verkehrsmittelwahl der Gästeankünfte und Mobilitätsnutzung vor Ort) ■ Anzahl Partnerbetriebe des Nationalparks Sächsische Schweiz ■ Zahl Konflikte für Flora und Fauna ■ Mitglieder des Tourismusverbandes SSW ■ Anzahl aktiver Tourismusakteure in Arbeitsgruppen und Kooperationsprojekten ■ Anzahl grenzüberschreitender Projekte in der Sächsisch-Böhmischen Schweiz ■ Ankünfte ausländischer Gäste bzw. deutscher Gäste in der Böhmisches Schweiz



Aufent- haltsquali- tät und In- novation	<ul style="list-style-type: none"> ■ Besucherzufriedenheit ■ Angemessene Verteilung der Tourismusnachfrage ■ Umsatz und Nettoeinkommen aus dem Tourismus (Wertschöpfung) ■ Qualitätsbetriebe mit Klassifizierung/Zertifizierung, bspw. mit DEHOGA-Klassifizierung, ServiceQ-Zertifikat, Deutsche Klassifizierung für Ferienwohnungen, -häuser und Privatzimmer, DTV i-Marke, Bett+Bike ■ TrustScore (Bewertungen der Service-Qualität in Onlineratings) ■ Anzahl der von der DMO kommunizierten Qualifizierungsprogramme an touristische Akteure pro Jahr, durchschnittliche Teilnehmerzahl pro Qualifizierungsmaßnahme ■ Anzahl Innovations-, Pilot-, Vorreiterprojekte
Lebens- und Standort- qualität	<ul style="list-style-type: none"> ■ Zahl der Konflikte/Beschwerden (Anzahl der Beschwerden aus der Bevölkerung zu Tourismusthemen) ■ Einwohner Zustimmung/Tourismusakzeptanz ■ Anzahl öffentlicher Veranstaltungen zu wichtigen touristischen Projekten in der Destination ■ Anzahl der Auszubildenden im Tourismus (Gastgewerbe), touristische Ausbildungsverhältnisse ■ Anteil der im Tourismus (Gastgewerbe) beschäftigten Personen ■ Anzahl von Tourismusbetrieben mit Maßnahmen/Partnerschaften zu regionalen Produkten und Dienstleistungen oder Anteil (%) regional produzierter, nachhaltiger und fair gehandelter Produkte in der DMO
Erlebnis- reichtum und Ziel- gruppen	<ul style="list-style-type: none"> ■ Bekanntheitsgrad („von Namen her bekannt“, deutschlandweit) ■ Image der Sächsischen Schweiz, Profileigenschaften ■ Anzahl buchbarer Angebote und Produkte in den Profiltiteln