



Inhaltsverzeichnis

Inhalts	sverzeichnis	2
0.	Einführung	4
1.	Grundsätze der Destination Erzgebirge	5
1.1	Überblick	5
1.2	Wirtschaftsfaktor Tourismus	6
1.3	Tourismuspolitischer Rahmen	6
1.3.1	Tourismusstrategie Sachsen 2025	6
1.3.2	Regionalplanung und Regionalentwicklung	7
1.3.3	LEADER-Regionen	7
1.3.4	Grenzüberschreitende Projekte	7
1.4	Organisationsstruktur und Verantwortlichkeiten	8
1.4.1	Mitglieder	8
1.4.2	Vorstand	8
1.4.3	Geschäftsstelle und Organigramm	9
1.4.4	Arbeitsgruppen und -gremien	10
1.5	Erarbeitung und Kommunikation der Destinationsstrategie	10
2.	Analyse und Zieldefinition für die Destination	11
2.1	Angebotsanalyse	11
2.1.1	Touristische Kennzahlen	11
2.1.2	Infrastrukturelle Bedingungen	13
2.1.3	Tagestouristische Zentren	15
2.1.4	Touristische Infrastruktur	15
2.2	Wettbewerbsfähigkeit der Destination	21
2.3	Aktuelle Nachfragetrends und Entwicklungen	21
2.4	Ist-Analyse der Destinations-Aktivitäten	24
2.4.1	Digitalisierung	24
2.4.2	Nachhaltigkeit	26
2.4.3	Internationalität der Angebotspräsentation	27

Inhaltsverzeichnis



2.4.4	Destinations- und grenzüberschreitende Kooperationen	28
2.5	Wettbewerber-Analyse	29
2.6	SWOT-Analyse	31
2.7	Entwicklungsziele	33
3.	Marketingstrategie der Destination	34
3.1	Elemente des Marktforschungssystems	34
3.2	Zielgruppen- und Quellmarktstrategie	36
3.2.1	Zielgruppenstrategie	36
3.2.2	Quellmarktstrategie	37
3.3	Festlegung strategischer Geschäftsfelder	39
3.3.1	Produktentwicklung auf Basis des Markenversprechens und abgeleiteter Produktprinzipien	39
3.3.2	Entwicklung der Produktlinien	40
3.4	Einsatz der Marketinginstrumente im Marketing-Mix	43
4.	Qualitätssicherung	43
4.1	im Tourismusverband Erzgebirge e.V.	43
4.2	in der Destination	44
5.	Businessplan & Monitoring-System	45
Quell	en- & Anlagenverzeichnis	47



0. Einführung

Die Erlebnisheimat Erzgebirge steht wie keine zweite Mittelgebirgsregion für einzigartige Naturlandschaften geprägt von der Faszination Bergbau. Der Glanz von Weihnachten, welcher durch lebendige Traditionen und Kunsthandwerk eine besondere Strahlkraft erhält sowie die Herzlichkeit und Offenheit der Gastgeber, zeichnen die Region aus. Im Jahr 2019 wurde die europaweit einzigartige Kulturlandschaft Montanregion Erzgebirge/Krušnohoří zusätzlich mit dem UNESCO-Welterbe-Titel geadelt.

Der Tourismusverband Erzgebirge e.V. (TVE) sieht sich als Destinationsmanagementorganisation zur nachhaltigen Stärkung der Erlebnisheimat Erzgebirge verpflichtet und hat dazu die Entwicklungsziele und die Erwartungshaltung an die weitere Destinationsentwicklung 2020 im Rahmen einer Klausurtagung in einer Vision und Mission festgehalten.

Die erarbeitete Destinationsstrategie dient als strategischer Leitfaden zur mittel- und langfristigen Ausrichtung der Region, stets mit dem Ziel, den Bekanntheitsgrad sowie die Wettbewerbsfähigkeit der Destination weiter auszubauen. Grundlage der zukünftigen Destinationsausrichtung bilden die Erkenntnisse eines umfangreichen Strategie-Prozesses "Vom Wert zum Produkt", welchem sich der TVE Anfang 2021 gemeinsam mit Vertretern des Marketingbeirats sowie Leistungsträgern der Region verschrieben hat.

UNSERE VISION

Das Erzgebirge ist die lebendig-frische Kulturlandschaft ohne Grenzen, wo genussvoll Freiraum und Individualität geschätzt wird. Damit bieten wir einen attraktiven (Er)Lebensraum für Einheimische und Gäste.

UNSER WEG

Als Erlebnisheimat Erzgebirge stehen wir für das lebendige UNESCO-Welterbe Montanregion Erzgebirge/Krušnohoří. Zusammen mit unseren Partnern erhalten und vermitteln wir die vom Bergbau charakteristisch geprägte Landschaft, mit ihren Bergstädten und einzigartigen Sachzeugen. Eine vom Bergbau beeinflusste Kultur und die noch heute lebendigen Traditionen versprechen authentische und einzigartige Erlebnisse im Erzgebirge. Gemeinsam tragen wir zur Lebensund Standortqualität in unseren Städten und ländlichen Räumen bei. Als Ursprungsregion der Nachhaltigkeit fühlen wir uns besonders einer umweltverträglichen, sozial verantwortlichen und wirtschaftlich ergiebigen Entwicklung verpflichtet. Als bedeutende Tourismusdestination in Mitteleuropa wollen wir führend im Bereich Angebots- und Servicequalität sein. Als Tourismusverband Erzgebirge sind wir Initiator für den Mountainbike-Belt Europe und die Entwicklung des Kammweges zum Leading Quality Trail – Best of Europe.



1. Grundsätze der Destination Erzgebirge

1.1 Überblick

Das Erzgebirge erstreckt sich mit einer Gesamtfläche von ca. 3.300 km² über die drei Landkreise: Erzgebirgskreis, Landkreis Mittelsachsen und Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge. Damit gilt die Region als eines der flächenmäßig größten Reisegebiete in Sachsen.

Die Region zählt ca. 741.000 Einwohner (davon entfallen rund 335.000 auf den Erzgebirgskreis und rund 406.000 auf die zum Verbandsgebiet zugehörigen Kommunen in den Landkreisen Mittelsachsen, Sächsische Schweiz-Osterzgebirge und Zwickau). Im Vergleich zu anderen Mittelgebirgsregionen weist das Erzgebirge damit eine hohe Bevölkerungsdichte auf.

Eine gute Übersicht über die Reisedestination Erzgebirge bietet der Destinationssteckbrief des Landestourismusverbandes Sachsen e.V., in welchem ebenso die 75 Mitgliedskommunen des Tourismusverbandes hervorgehoben sind:

THE CASE TILE AND ACTION ERZGEBIRGE TO COMP Transport Plantacion of Industrial State of the Sta

Abbildung 1: Übersichtskarte über das Verbandsgebiet des TVE, (*Quelle: Destinationssteckbrief des LTV Sachsen, 2020*)



1.2 Wirtschaftsfaktor Tourismus

Der Tourismus als Wirtschafts- und Standortfaktor hat im Erzgebirge einen sehr hohen und bedeutenden Stellenwert. Als klassische Querschnittsbranche, egal ob Gastgewerbe, Hotellerie, Einzelhandel, Dienstleistung oder Zuliefernde wie regional Produzierende und Handwerksbetriebe, es gibt kaum einen Wirtschaftszweig, der nicht vom Tourismus profitiert.

Zurückblickend auf das Jahr 2016, entwickeln sich die Übernachtungszahlen kontinuierlich positiv. Der Tourismus im Erzgebirge festigt damit seine Position auf dem hohen Niveau der Vorjahre als stabiler und wichtiger Wirtschaftsfaktor. Mit 3,2 Mio. Übernachtungen erreichte die Destination im Jahr 2019 ihren bisherigen Höhepunkt und ist damit weiterhin die übernachtungsstärkste Flächendestination im Freistaat Sachsen.

Die wichtigsten Kennzahlen wurden durch das Deutsche Wirtschaftswissenschaftliche Institut für Fremdenverkehr e.V. an der Universität München (dwif) für das Jahr 2018 erhoben bzw. errechnet:

- 23,74 Mio. Aufenthaltstage führten zu einem Bruttoumsatz von 793,1 Mio. EUR.
- Auf das Gastgewerbe entfielen dabei 369,9 Mio. EUR Umsatz.
- Einzelhandel und Dienstleistungen profitierten mit 209,7 bzw. 213,5 Mio. EUR Umsatz.
- Das Steueraufkommen allein aus Mehrwert- und Einkommenssteuer beträgt jährlich 74,4 Mio. EUR.

Der Einkommensbetrag von 383,4 Mio. EUR entspricht einem Äquivalent von rund 20.630 Personen, die durch die touristische Nachfrage in der Region Erzgebirge ein durchschnittliches Primäreinkommen pro Kopf und Jahr von 18.583 EUR beziehen können.

Eine Übersicht über die Erhebung befindet sich in Anlage 5.

1.3 Tourismuspolitischer Rahmen

1.3.1 Tourismusstrategie Sachsen 2025

Die Tourismusstrategie Sachsen 2025 bildet den übergeordneten Rahmen der Destinationsstrategie Erzgebirge. Als Destination besteht die Hauptaufgabe dabei insbesondere darin, zielgerichtet zur Sicherung und Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der gesamten Reiseregion beizutragen. Der TVE beleuchtet dazu in der Destinationsstrategie insbesondere die festgesetzten Zukunftsthemen der Nachhaltigkeit, Digitalisierung, Qualität und Barrierefreiheit. Mithilfe der gemeinsamen Entwicklung zukunftsträchtiger Produkte und Angebote, der zielgerichteten Vermarktung in den entsprechenden Quellmärkten sowie einer starken Netzwerkarbeit und Kooperation sollen die Handlungsfelder effektiv umgesetzt werden. Die Themen spiegeln sich dabei sowohl im Innen- als auch im Außenmarketing der Destination wider.



1.3.2 Regionalplanung und Regionalentwicklung

Die Destinationsstrategie steht auf der Basis und im Einklang mit den Grundzügen und strategischen Aussagen der Regionalentwicklungspläne der Planungsverbände Chemnitz/Erzgebirge und Oberes Elbtal/Osterzgebirge. Auf der Grundlage regelmäßiger Abstimmungen zu zahlreichen angestrebten quantitativen und qualitativen Entwicklungsmaßnahmen, besteht das Ziel insbesondere darin, die Region ganzheitlich in den folgenden Schwerpunktbereichen für eine nachfrageorientierte Produktentwicklung weiter zu qualifizieren:

- Ausbau des ÖPNV-Linien- und Taktsystems, auch in Bezug auf touristische Sonderlinien
- Verbesserung der Erreichbarkeit des Erzgebirges
- Ausbau des touristischen Wegesystems
- Weiterentwicklung touristischer Infrastruktur
- Entwicklung touristischer Ferienstraßen (z.B. Sächsisch-Böhmische Silberstraße)
- Quantitäts- und Qualitätsoffensive in der Beherbergungs- und Gastronomiewirtschaft
- Vorantreiben der Nachhaltigkeit, in Bezug auf Tourismus
- Stärkung der Forstwirtschaft, in Bezug zum Tourismus

1.3.3 LEADER-Regionen

Einen weiteren tourismuspolitischen Gestaltungsrahmen zur Fortschreibung der Destinationsstrategie bilden die Lokalen Entwicklungsstrategien (LES) der sechs erzgebirgischen LEADER-Regionen:

- LEADER-Region "Silbernes Erzgebirge"
- LEADER-Region "Erzgebirgsregion Flöha- und Zschopautal"
- LEADER-Region "Annaberger Land"
- LEADER-Region "Zwönitztal-Greifensteinregion"
- LEADER-Region "Tor zum Erzgebirge Vision 2020"
- LEADER-Region "Westerzgebirge"

Der TVE hat den Erarbeitungsprozess der neuen LES 2021-2027 in allen 6 LEADER-Regionen aktiv begleitet und die Schwerpunkte für die weitere Zusammenarbeit in Anlage 1 definiert.

1.3.4 Grenzüberschreitende Projekte

Aufgrund der unmittelbaren Nähe des Erzgebirges zum Nachbarland Tschechien, zeichnen sich für die weitere Destinationsentwicklung große Potentiale ab. Besonders im Aktiv-Bereich sowie in den Projekten zum UNESCO-Welterbe wird zukünftig eine noch tiefergehende Zusammenarbeit angestrebt, um die gesamte Region touristisch weiter voran zu treiben. Eine nähere Betrachtung der geplanten Projekte erfolgt in Absatz 2.4.4.



1.4 Organisationsstruktur und Verantwortlichkeiten

Der Tourismusverband Erzgebirge e.V. wurde 1991 in Scharfenstein gegründet und übernimmt als Dachverband die Steuerung der Tourismuspolitik auf Destinationsebene, die Verbandsarbeit und die nationale sowie internationale Vermarktung des Reisegebietes Erzgebirge. Dank der Verschmelzung verschiedener Tourismusgemeinschaften und -gebiete ist es gelungen, die Tourismusregion unter einem einheitlichen Dach zusammenzuführen und zukunftsfähig aufzustellen.

1.4.1 Mitglieder

Zum 01.01.2021 zählt der TVE insgesamt 369 Mitglieder, welche sich nach Beitragsordnung wie folgt kategorisieren lassen:

Unternehmensart	Anzahl der Mitglieder	Anteil in %
Landkreise	3	0,81
Kommunen und Städte	75	20,33
Örtliche Tourismusorganisationen	10	2,71
Beherbergungsbetriebe	146	39,57
Gastronomiebetriebe (o. Beherbergung)	2	0,54
Freizeit- und Kultureinrichtungen	25	6,78
Sport-, Reit-, Heimat-, Gebirgs-, Bergbau-, Wander- und Kulturvereine	37	10,03
Weitere juristische Personen	53	14,36
Kammern und Wirtschaftsverbände	1	0,27
Sparkassen und Finanzinstitute	1	0,27
Natürliche Personen	15	4,06
Sonstige ordentliche Mitglieder	1	0,27
Gesamt	369	100

Abbildung 2: Mitgliederstruktur des TVE (Stand: 01/2021)

1.4.2 Vorstand

Ein weiteres Organ des TVE bildet satzungsgemäß der Vorstand, welcher derzeit aus einem Vorsitzenden, zwei stellvertretenden Vorsitzenden, einem Schatzmeister sowie elf weiteren Vorstandsmitgliedern besteht:



Vorsitzender:

• Herr Frank Vogel - Landrat des Erzgebirgskreises

Stellvertretende Vorsitzende:

- Frau Andrea Dombois MdL, 1. Vizepräsidentin des Sächsischen Landtages
- Herr Hans-Joachim Wunderlich Hauptgeschäftsführer IHK Chemnitz

Schatzmeister:

• Herr Volkmar Viehweg - Bürgermeister Gemeinde Stützengrün

Weitere Vorstandsmitglieder:

- Herr Landrat Matthias Damm Landkreis Mittelsachsen
- Herr Landrat Michael Geisler (ständige Vertretung: Frau Katrin Hentschel) Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge
- Herr Oberbürgermeister Sven Krüger Stadt Freiberg
- Herr Bürgermeister Mirko Ernst Stadt Kurort Oberwiesenthal
- Herr Bürgermeister Thomas Kirsten Stadt Kurort Altenberg
- Herr Bürgermeister Martin Wittig Gemeinde Kurort Seiffen
- Herr Prof. Dr. Uwe Schneider Berufsakademie Sachsen, Breitenbrunn
- Herr Roland Richter Regionalverkehr Erzgebirge GmbH
- Herr Markus Gorny Hotel Saigerhütte, Olbernhau
- Herr Jochen Löbel Bergwirtschaft Wilder Mann, Dresden & Vorstand im DEHOGA Sachsen
- Herr Uwe Löschner Inhaber Nußknackermuseum, Neuhausen

1.4.3 Geschäftsstelle und Organigramm

Die Geschäftsstelle des TVE befindet sich in Annaberg-Buchholz und wird durch die Regionalbüros in Dippoldiswalde und Brand-Erbisdorf ergänzt. Der TVE wird von der Geschäftsführerin, Frau Ines Hanisch-Lupaschko, geleitet. Insgesamt beschäftigt der Verband derzeit 20 Mitarbeiter (entspricht einer VZÄ von 17,75) sowie zwei BA-Studenten der Berufsakademie Breitenbrunn und vier geringfügig Beschäftigte Mitarbeiter. Ein Organigramm ist in Anlage 2 beigefügt.

Das Team des Tourismusverbandes Erzgebirge verschreibt sich einem gemeinsam erarbeiteten Unternehmensleitbild.

"Fest im Erzgebirge verankert, pflegen wir einen respektvollen, gleichberechtigten und wertschätzenden Umgang zwischen Führungskräften und Mitarbeitenden sowie zu unseren Mitgliedern, Partnern, Gästen und allen Mitarbeitern der Tourismuswirtschaft im Erzgebirge. Unsere Arbeit ist geprägt von einer offenen und konstruktiven Fehlerkultur. Lebenslanges Lernen ist eines unserer Grundprinzipien. Dabei liegt unser Fokus auf hohem Kundenservice und nachhaltigem Handeln."



Unsere Teamarbeit ist geprägt von einer hohen Transparenz, welche durch wöchentliche Morning Meetings und regelmäßige Fachberatungen in den Projektteams gesichert ist. Es finden pro Tertial Teamberatungen statt, welche Projektstände, aktuelle Trends und Themen Raum geben und eine Reflektion des Erreichten zulassen. In Jahresgesprächen mit jedem Mitarbeiter arbeitet man gemeinsam Stärken und Schwächen heraus, legt Entwicklungsziele fest und macht Mut neue Dinge auszuprobieren. Verstärkt rückt die Pandemie auch neue Themen in den Vordergrund, welche dringend in einem Fortbildungsprogramm reflektiert werden müssen. Hier ist ein konstruktiver Austausch auch auf Landesebene (LTV/TMGS) zu forcieren, um die Teams der Destinationen nachhaltig zu qualifizieren. Fortbildung zu fachlichen und methodischen Aspekten rücken in den Mittelpunkt.

Durch die Forcierung einer agilen Arbeitsweise fördern wir nicht nur die Selbstverantwortung und Motivation der Mitarbeiter, sondern verfolgen damit das Ziel die Effizienz, Qualität und Zielgenauigkeit der Produkte und Prozesse zu erhöhen.

1.4.4 Arbeitsgruppen und -gremien

Die Arbeit des TVE wird durch ein starkes Netzwerk unterstützt und begleitet.

Ein wichtiges Gremium bildet dabei der Marketingbeirat, dessen Mitglieder vom Vorstand berufen werden. Seine Aufgaben bestehen darin, die Marketingarbeit des TVE kontinuierlich zu begleiten und das Marketingprogramm des Verbandes unterstützend zu erarbeiten. Derzeit besteht der Marketingbeirat aus 19 Mitgliedern.

Als Arbeitsgruppe mit regelmäßigem Austausch fungiert zudem die AG Messen, welche regelmäßig über den Besuch und die Teilnahme an (Fach-)Messen unter dem Dach der Erlebnisheimat Erzgebirge beratschlagt.

Weiterhin erfolgen bedarfsgerechte, themen- oder projektbezogene Treffen mit verschiedenen Interessensgruppen, wie beispielsweise Tourist-Informationen, Kooperationspartnern oder Stoneman-Miriquidi-Logispartnern, um den Austausch und die Nähe zu den Leistungsträgern vor Ort jederzeit zu wahren.

Auch extern ist der TVE in verschiedenen Gremien Mitglied oder als Interessensvertretung aktiv. Eine Übersicht über die vielseitige regionale, überregionale und landesweite Netzwerkarbeit liefert Anlage 3.

1.5 Erarbeitung und Kommunikation der Destinationsstrategie

Die Erkenntnisse aus unserem 1. Digitalen Tourismustag Erzgebirge, die starken Herausforderungen der Corona-Pandemie sowie die anstehende Fortschreibung der Destinationsstrategie haben uns Anfang 2021 darin bekräftigt, einen umfangreichen Strategie-Prozess zu absolvieren. Dieser



wurde gemeinsam mit ausgewählten Mitgliedern unseres Marketingbeirates und kommunalen Vertretern absolviert. Inhaltlich verfolgt der Prozess das Ziel, die Destination zukunftssicher und nachhaltig auszurichten. Im Rahmen dessen wurden der Markenkern und dessen Werte auf den Prüfstand gestellt, resultierend aus den natürlichen Ressourcen die zukünftige Zielgruppe definiert und daraus Produktprinzipien abgeleitet. Erste Erkenntnisse aus dem Prozess wurden bereits im Rahmen von Produktentwicklungs-Workshops an die Leistungsträger ausgerollt und somit in die Region getragen. Durch den engen Austausch mit lokalen Akteuren wird eine hohe Akzeptanz der Strategie innerhalb der Destination erreicht. Der Prozess ist "on going" und wird im Laufe des Jahres weiterhin verfolgt.

Zur weiteren Kommunikation der Strategie greift der TVE auf bewährte Kommunikationskanäle in der Innenkommunikation zurück: den regelmäßig erscheinenden Mitglieder-Newsletter, das neue Tourismusnetzwerk Sachsen sowie die Destinations-Website unter dem Reiter "Verband": https://www.erzgebirge-tourismus.de

2. Analyse und Zieldefinition für die Destination

2.1 Angebotsanalyse

2.1.1 Touristische Kennzahlen

Das Erzgebirge ist die übernachtungsstärkste Flächendestination im Freistaat Sachsen. Seit 2007 entwickeln sich die Übernachtungszahlen kontinuierlich positiv, wie nachfolgende Statistik beweist:

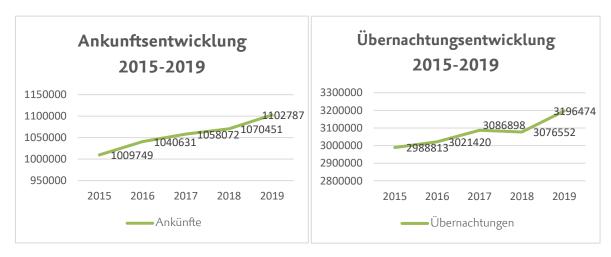


Abbildung 3: Ankunftsentwicklung 2015-2019, **Abbildung 4:** Übernachtungsentwicklung (*Quelle: Stat. Landesamt Sachsen*) 2015-2019, (*Quelle: Stat. Landesamt Sachsen*)

2019 erreichte das Erzgebirge seinen bisherigen Höhepunkt mit 3.196.474 Übernachtungen und damit einem Plus von 3,9 % im Vergleich zum Vorjahr. Gegenüber dem bisherigen Höchststand



im Jahr 2012 sind das knapp 30.000 Übernachtungen mehr. Bei den Ankünften verzeichnete das Erzgebirge 2019 ebenfalls einen neuen Rekord mit 1.102.787 und damit 3 % mehr als 2018. Die Anzahl der Beherbergungseinrichtungen ist in den letzten Jahren leicht rückläufig und liegt jetzt bei 468, das sind 22 weniger als im Jahr 2015. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer liegt in den vergangenen Jahren gleichbleibend bei 2,9 Tagen. Die durchschnittliche Auslastung der angebotenen Betten stieg auf 40,4 % (2015 – 36,2 %). Besonders erfreulich ist die Entwicklung der Sommermonate, die sich in den letzten Jahren zu den übernachtungsstärksten Monaten entwickelt haben.

Laut Beherbergungsstatistik des Statistischen Landesamtes Sachsen wurden im Jahr 2019 im Erzgebirge 133.992 Übernachtungen von Gästen aus dem Ausland gezählt, davon vor allem Gäste aus dem Europäischen Ausland mit 120.181 Übernachtungen.

Der Hauptteil der ausländischen Gäste, die das Erzgebirge besuchten, kam aus:



Abbildung 5: Herkunftsstruktur der Ubernachtungsgäste, (*Quelle: Stat. Landesamt Sachsen*)
* Es ist nicht auszuschließen, dass es sich bei Übernachtungsgästen aus Polen, Tschechien, Rumänien und der Slowakei unter anderem auch um Saisonarbeitskräfte handelt.

Die meisten Gäste kommen jedoch aus dem Inland. Laut Statistik wurden 2019 im Erzgebirge 3.062.482 Übernachtungen von Gästen aus dem Inland gezählt. Eine Differenzierung der Inlandsurlauber nach ihrer Herkunft ist auf Basis der Statistik leider nicht möglich.



2.1.2 Infrastrukturelle Bedingungen

Die infrastrukturellen Begebenheiten haben sich in Sachen Mobilität in den zurückliegenden Jahren positiv entwickelt. Trotz dessen, dass der Hauptanteil aller Anreisen nach wie vor individuell mit dem PKW erfolgt, rückt die Verbindung von Erlebnissen mit Mobilitätsangeboten des ÖPNV immer weiter in den Mittelpunkt einer nachhaltigen Entwicklung.

Gemeinsam mit den Verkehrsverbünden (Verkehrsverbund Mittelsachsen und Verkehrsverbund Oberelbe), den Regionalverkehren (Regionalverkehr Erzgebirge und Regionalverkehr Sächsische Schweiz/Osterzgebirge) und der Deutschen Bahn wird eine weitere Forcierung touristischer Angebote im ÖPNV angestrebt. Dazu ist der TVE eng an der Weiterentwicklung der Nahverkehrspläne der Verkehrsverbünde beteiligt.

Im Rahmen der Ist-Analyse kann festgestellt werden, dass eine auf die touristischen Belange abgestimmte Entwicklung der Mobilitätsinfrastruktur bereits teilweise erfolgt. So wurden durch beide Regionalverkehre beispielsweise Plus-Bus-Konzepte etabliert, welche einen regelmäßigen Taktfahrplan an Wochentagen und Wochenenden beinhalten. Weiterhin wurden mit dem Betrieb bestimmter Linien, wie beispielsweise der Linie 360 (Dresden-Dippoldiswalde-Schmiedeberg-Teplice) oder der Linie 383 (Schneeberg/Schwarzenberg-Aue-Chemnitz) erfolgreiche Lösungen zur Verknüpfung des Schienen- & Busverkehrs sowie der Verbindung touristischer Ziele geschaffen. Zudem erfolgt eine touristische Unterstützung durch die Entwicklung und Mobilisierung von Rundtouren, wie der Dresden-Osterzgebirge-Tour oder dem Einsatz von Wander- und Skibussen.

Um zukünftig dem Vorsatz einer ökologischen und nachfrageorientierten Weiterentwicklung der Destination noch besser Sorge tragen zu können, stehen seitens des TVE folgende Handlungsempfehlungen im Nahverkehr im Vordergrund, welche allesamt unter dem Vorbehalt einer zu gewährleistenden Finanzierbarkeit stehen:

• Netzwerkbildung, Qualifizierung & Kommunikation

Im Rahmen regelmäßiger Beratungen zwischen den Verkehrsverbünden, dem TVE sowie weiteren beteiligten Akteuren sollen gemeinsame Vorhaben geplant und weiter vorangetrieben werden. Für eine konkrete Umsetzung plant der TVE dafür bereits die Durchführung einer touristischen Verkehrskonferenz im Frühjahr 2022 und 2025.

Zudem bildet eine intensive Kommunikation der bereits bestehenden Angebote über die Partner, Tourist-Informationen und Leistungsträger der Region eine zentrale Rolle zur Weiterentwicklung des touristischen ÖPNV.

Produktentwicklung & Verknüpfung

Das zukünftige Ziel der Mobilitätsentwicklung im touristischen Bereich besteht weiterhin darin, Ausflugsziele und Sehenswürdigkeiten zugänglich und erlebbar zu machen. Als Projek-



tideen stehen dabei besonders die Schaffung einer Ost-West-Verbindung entlang der Kammlage für Wanderer und Skifahrer sowie die Neuausrichtung der "Sächsisch-Böhmischen Silberstraße" als Leitprodukt der Welterbe-Region Erzgebirge/Krušnohoří im Mittelpunkt. Aufgrund der stetig steigenden Nachfrage nach Outdoorangeboten ist ebenso die Ausstattung der Verkehrsmittel mit Applikationen für Fahrräder, Gepäck und ähnliches zu überdenken.

• Regions- und Grenzübergreifende Komponente

Um die regions- und grenzübergreifende Zusammenarbeit zukünftig zu stärken, gilt es, die grenzübergreifenden ÖPNV-Angebote nach Tschechien nachfrageorientiert weiterzuentwickeln.

Zugrunde liegt diesen Handlungsempfehlungen stets die Absicht, Mobilitätsangebote zukünftig noch stärker mit Erlebnissen zu verknüpfen und dabei besonders nachhaltig zu agieren. Aus diesem Grund beteiligt sich der TVE als Projektpartner ebenso aktiv am WIR-Vorhaben "Nachhaltigkeit der Mobilität" der TU Chemnitz. Die Ziele dieses Projektes bestehen in der Erhebung stakeholderspezifischer Mobilitätsbedürfnisse im Erzgebirge sowie darauf aufbauend der Entwicklung neuer Mobilitätsansätze für Touristen und Betreiber touristischer Destinationen. Unmittelbar damit verbunden ist die langfristige Stärkung und Weiterentwicklung des Tourismusstandortes Erzgebirge.

Eine zentrale Rolle bei der Betrachtung alternativer Mobilitätsformen könnten zum Beispiel E-Mobilitäts- oder Car-Sharing-Modelle spielen, die im Nutzungsaspekt gerade einen Aufwärtstrend erleben.

Im Bereich der Radverkehrskonzeptionen der Landkreise Erzgebirge, Mittelsachsen sowie Sächsische Schweiz-Osterzgebirge wirkt der TVE an der Prozessmoderation aktiv mit. Aufgrund der zielgerichteten Ausrichtung dieser Konzeptionen für die Implementierung in die touristischen Angebote, wird eine zügige Umsetzung als vordringlich angesehen. Hauptschwerpunkt bildet auch im Zweiradbereich die weitere Verfolgung des Trends zur E-Mobilität. Immerhin liegt die jährliche Marktwachstumsrate im Bereich E-Bike im Mittel der vergangenen fünf Jahre bei 22,5 %.



2.1.3 Tagestouristische Zentren

Besonders der Tagestourismus spielt im Erzgebirge eine entscheidende Rolle. Auf eine Übernachtung kommen im Schnitt ca. 2,2 Tagesreisen. Laut der dwif-Studie "Wirtschaftsfaktor Tourismus in der Region Erzgebirge" aus dem Jahr 2020 wurden in der Destination 15,6 Mio. Tagesreisen mit durchschnittlichen Tagesausgaben von 21,50 € pro Person getätigt. Das entspricht einem Anteil von 42,3 % der touristischen Umsätze in der Gesamtregion. Als tagestouristische Leuchttürme gelten im Erzgebirge folgende Einrichtungen:



Abbildung 6: Übersicht über die tagestouristischen Zentren im Erzgebirge

2.1.4 Touristische Infrastruktur

Die zurückliegende Entwicklung der Destination ist von massiven und vielfältigen privaten und kommunalen Investitionen in nahezu alle touristischen Bereiche begleitet worden. Diese Investitionen dienten weniger dem quantitativen Ausbau, sondern vorwiegend der Steigerung der Angebotsqualität in der Beherbergungs-, Gastronomie- und Freizeitwirtschaft. Neue touristische Angebote entstanden zum Großteil durch den Umbau bestehender Ressourcen.

Strategisch gilt es, die Zusammenarbeit mit dem WFS zum Touristischen Ansiedlungsmanagement zu forcieren. Dabei steht die Unterstützung von Kommunen und Investoren durch ein aktives Flächen-, Investoren- und Betreibermarketing im Mittelpunkt.

<u>Beherbergungswirtschaft</u>

Für Übernachtungsgäste standen 2019 in der Destination Erzgebirge 23.825 Betten in Betrieben gewerblicher Art (>10 Betten) bereit. Die Bettenanzahl ist somit im Vergleich zu den Vorjahren leicht rückläufig (2015: 24.569 angebotene Betten). Erwähnenswert sind auch die zahlreichen



Übernachtungsangebote in Betrieben privater Art, welche in der amtlichen Statistik des Statistischen Landesamtes Sachsen nicht erfasst werden. Mit einem Anteil von einem Drittel an der gesamten erzgebirgischen Betteninfrastruktur bilden sie eine wichtige Säule für den Übernachtungstourismus.

Um Gäste zielgerichtet auf die Übernachtungskapazitäten aufmerksam zu machen, hat der TVE im Jahr 2020 als Pilotregion in Sachsen in Zusammenarbeit mit der Firma OBS – Online Buchung Service GmbH eine Initiative zur Steigerung der Onlinebuchbarkeit in der Region gestartet. Bis zum Januar 2021 haben sich bereits über 100 Gastgeber der Initiative angeschlossen, knapp 750 zusätzliche Buchungen konnten über die Kanäle der OBS generiert werden. Ziel ist es, den Anteil onlinebuchbarer Vermieter signifikant zu erhöhen, um so auch die Sichtbarkeit und den Bekanntheitsgrad der Destination optimal zu stärken.

Buchungen & Übernachtungen über OBS-Initiative 2020

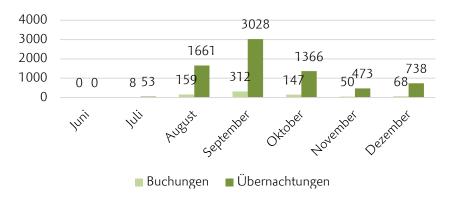


Abbildung 7: Buchungen und Übernachtungen über OBS-Initiative 2020

Neben diesem Bestreben steht zudem die Steigerung des Qualitätsaspekts in Form von Erweiterungen und Verbesserungen der Angebotsqualität in allen Beherbergungsbetrieben im Mittelpunkt der weiteren Destinationsentwicklung. Dieses Ziel soll im Rahmen der Sensibilisierung von Leistungsträgern für Zertifizierungs- und Klassifizierungsangeboten erreicht werden. Einen wesentlichen Schwerpunkt bildet dabei auch die zielgruppenorientierte Spezialisierung von Beherbergungsbetrieben, z.B. auf Familien oder Urlaub auf dem Land in Form von individueller Ausstattung bzw. Kreierung von zielgerichteten Angeboten.

Besondere Beachtung wird zudem dem Aspekt der Barrierefreiheit zukommen. Derzeit gelten 13 Unterkünfte in der Region als barrierefrei, darunter sowohl Hotels als auch Ferienwohnungen und Jugendherbergen. Strategisch werden durch den TVE weitere private und kommunale Investitionen zum barrierefreien Umbau von Beherbergungs- und Gastronomiebetrieben angeregt und unterstützt. Entsprechend der Philosophie des TVE werden die geprüften barrierefreien Unterkünfte der Region sowohl in den Printmedien als auch im Online-Bereich gesondert hervorgehoben.



Aktivbereich

Das Erzgebirge verfügt über vielfältige Angebote im Aktivtourismus von Wandern über Radfahren und Mountainbiken bis hin zu zahlreichen Wintersportmöglichkeiten. Diese sind stets geprägt durch einzigartige Naturerlebnisse inmitten typisch erzgebirgischer (Kultur-)Landschaften.

Um eine zielgerichtete Vermarktung qualitativer Strecken garantieren zu können, setzt der TVE zukünftig darauf, Aktivangebote in Basis-, Komfort- und Leitprodukte zu untergliedern. Diese Positionierung und Vermarktung nach außen erfolgt im Rahmen des Strategie-Prozesses und geht damit einher, die Aushängeschilder der Region (Leitprodukte) zukünftig noch stärker in den Vordergrund der Vermarktung zu rücken. Mithilfe dieser Vorgehensweise sollen Gäste für einen Besuch der Region gezielter animiert sowie Produkte und Angebote insgesamt qualitativ weiterentwickelt werden.

Die Grundvoraussetzung besteht dabei darin, die Infrastruktur so zu gestalten, dass eine individuelle Nutzung der Angebote ermöglicht wird. Im Fokus steht dabei die Entwicklung von Besucherlenkungsstrategien zur Vermeidung von Hotspots und Doppelnutzung von Anlagen sowie zur gezielten Ermöglichung eines individuellen Erlebnisses mit Freiraum und Genusskomponenten.

Wandern

Das Erzgebirge verfügt über ein beeindruckendes Wanderwegenetz von über 6.000 km Länge. Zahlreiche (inter-)national bedeutende Fernwanderwege, wie z.B. der Europäische Fernwanderweg E3, der Wanderweg der Deutschen Einheit, der Europäische Fernwanderweg Eisenach-Budapest sowie der Qualitätswanderweg Kammweg Erzgebirge-Vogtland durchqueren die Region. Besonders der 285km lange Kammweg, welcher im Jahr 2020 bereits zum vierten Mal die Auszeichnung als Qualitätswanderweg durch den Deutschen Wanderverband erhielt, gilt als beliebtes Ziel für Outdoorbegeisterte. Einzigartige Themenwege wie beispielsweise der 1. Deutsche Glockenwanderweg, der Erlebnispfad Bimmelbahn oder der Sagenweg "Der Hüttenmatths" ergänzen das Angebot.

Zukünftig soll die Qualität der Wanderinfrastruktur weiter ausgebaut sowie die thematische Inszenierung der Wanderwege für ein ganzheitliches Erlebnis weiter forciert werden. Im Mittelpunkt steht dabei der Kammweg Erzgebirge/Vogtland, welcher aufgrund seines Verlaufs sowie seiner Beschaffenheit bereits sehr gute Wanderbedingungen bietet. Im Vergleich zu anderen Fernwanderwegen gilt es jedoch besonders, den Bekanntheitsgrad des Qualitätswanderweg weiter zu stärken und insbesondere das Potential in der thematischen Inszenierung intensiv zu nutzen. Visionär wird die Entwicklung des Kammwegs zum Leading Quality Trail – Best of Europe angestrebt. Perspektivisch ist auch die Zertifizierung weiterer Themenwanderwege zu Qualitätswegen denkbar.



Ein weiterer Fokus der zukünstigen Ausgestaltung des Wanderbereichs liegt in der digitalen Aufbereitung von Angeboten. Flächendeckend genutzt wird dazu bereits das Tourenportal Outdooractive. Ziel ist es, die Such- und Buchbarkeit von POI's, Gaststätten und Unterkünsten entlang der Wanderwege noch weiter zu forcieren.

Mit der Einführung digitaler Wandernadeln bei der Absolvierung der abwechslungsreichen Etappen des Kammwegs soll ein weiterer Ansporn für die Erkundung der Wanderregion geboten werden. Mithilfe der App "SummitLynx" können dabei Kontrollpunkte erwandert, digital getrackt, digitale Kammweg-Nadeln in Bronze, Silber oder Gold gesammelt und zum Schluss Belohnungen erlangt werden. Gleichzeitig wird das Erzgebirge im persönlichen Tourenbuch des App-Nutzers erfasst und Erfahrungen/Fotos können an Freunde und Bekannte weitergegeben werden. Dieses digitale Projekt soll zukünftig auf weitere Wanderrouten im Erzgebirge, z.B. Bergbautouren in der UNESCO-Welterbe Montanregion Erzgebirge / Krušnohoří oder entlang des Zschopautalwanderwegs eingeführt werden.



Abbildung 8: Kammweg-Wandernadeln in Bronze, Silber und Gold

Mountainbike/Radtourismus

Gemeinsam mit dem Staatsbetrieb Sachsenforst und seinen Betriebsbereichen im Erzgebirge konnte eine sachbezogene und ergebnisorientierte Zusammenarbeit aufgebaut werden, die neben der Qualifizierung der Wanderangebote, insbesondere die Entwicklung des Erzgebirges zu einer der bedeutendsten Mountainbike- & Rad-Destinationen in Deutschland unterstützt hat.

Als Leuchtturmprojekte sind dafür die beiden Strecken des Stoneman Miriquidi MTB sowie des Stoneman Miriquidi Road zu nennen, welche für Mountainbike- und Rennradfans durch ihre Routenführung über die Gipfel des Erzgebirges echte Abenteuer bereithalten.

Ein weiteres Bike-Highlight der Region stellt die Blockline dar, welche im Frühjahr 2021 offiziell eröffnet wird. Diese Familienroute erstreckt sich im Osterzgebirge über 140km zwischen Kurort Seiffen und Altenberg.

Außerdem verlaufen mit der Radroute Sächsische Mittelgebirge auf deutscher und mit der Erzgebirgsradmagistrale auf tschechischer Seite durchgängig zwei bedeutende Radstrecken mit hohem Qualitätsniveau. Neben diesen genannten Hauptrouten finden sich im gesamten Erzgebirge, auch außerhalb der Kammregion, zahlreiche Mountainbike- und Radwege. Der TVE entwickelt rund um diese, passende Tages- und Mehrtagestouren in Kombination mit buchbaren Angeboten.



Da sich im Entwicklungstrend der beiden Stoneman-Strecken – die MTB-Strecke weist vom Start in 2014 bis zur Saison 2020 eine Steigerung der Starterzahlen von 458 %, die Rennradstrecke von 2018 bis 2020 eine Steigerung von 255% aus - sowie im Gesamtmonitoring des Radtourismus in Deutschland ein ganz klarer Aufwärtstrend beobachten lässt, sollen die Angebote im Rad- und MTB-Bereich in der Destination weiter zielgerichtet gestärkt werden. Durch die zu beobachtende steigende Differenzierung des Marktes gilt es, insbesondere Potentiale wie das Gravelbiken oder die Verfestigung von Rennradstrecken im Erzgebirge weiter auszubauen. Zudem wird perspektivisch eine ausgeweitete Legalisierung von Trails angestrebt, um die konsequent steigende Nachfrage bedienen zu können. Ein weiteres Ziel, welches der Entzerrung von Besucherströmen und der zielgerichteten Besucherlenkung dienen soll, liegt in der Schaffung und Kommunikation von Strecken, welche auch im Winter erlebbar werden sollen. Damit kann insbesondere in schneeschwachen Wintern ein echter Anreiz zum Urlaub in der Reiseregion geboten und somit entscheidend zur Stärkung der Destination als Ganzjahresreiseziel beigetragen werden.

Wintersport

Als Wintersportzentren nehmen Altenberg und Kurort Oberwiesenthal durch ihre, mit der Höhenlage verbundenen Schneesicherheit und der Förderung der Anlagen im Sinne des Leistungssports im Erzgebirge einen hohen Stellenwert ein. Doch auch neben den beiden Hauptgebieten für Ski Alpin, Biathlon, Rennrodeln und Ski Nordisch verfügt das Erzgebirge über ein umfangreiches Wintersportangebot mit einer Vielzahl an Loipen und alpinen Anlagen.

Durch die gestiegene Nachfrage nach individuellen, kontaktarmen Erlebnissen in der freien Natur, erhalten die Wintersportarten generell einen Aufschwung. Diese Chance soll im Erzgebirge zukünftig sowohl in der Produktentwicklung als auch bei der Produktvermarktung weiter genutzt werden. Gleichzeitig gilt es, das Potential der Nachfrage auch für Aktivitäten, wie beispielsweise Biken, Hiking und Skating unter Nutzung der Anlagen des Wintersports zur Stärkung des Ganzjahrestourismus umzusetzen. Die Umsetzung dieser Maßnahmen wird mithilfe einer Zustands-Analyse der bisher bestehenden Wintersportangebote, der Nutzung von Synergien zwischen den Sportarten (z.B. gemeinsame Bewerbung Kammweg Erzgebirge/Vogtland und Kammloipe) sowie der Etablierung und Ausweitung grenzüberschreitender Angebote und umfassender Beschilderung und Digitalisierung dieser angestrebt.

Eine weitere Zukunftsperspektive liegt in der Öffnung der Profiwintersportarten für den Tourismus. Die langjährige Wintersporttradition, das damit verbundene Know-How zur Wissensvermittlung sowie der erlangte Bekanntheitsgrad durch (inter-)nationale Wintersportevents bilden ideale Ausgangspunkte für die touristische Nutzung von Profisportarten. Das Ziel soll dabei darin bestehen, Profi-Wintersportarten als Gast selbst hautnah zu erfahren, beispielsweise im Rahmen von Schanzenführungen, Gäste-Bobtouren oder Gäste-Biathlon. Dabei ist in Kombination immer



das Einbinden der Genusskomponente zur Formung eines zielgruppenspezifischen Gesamterlebnisses zu betrachten.

Freizeitwirtschaft

Die Vielfalt der Freizeiteinrichtungen im Erzgebirge spiegelt sich bereits beim Blick auf die tagestouristischen Zentren wider. Die Bandbreite reicht dabei von Museen, Ausstellungen und Erlebnismanufakturen über Bergwerke und Schauanlagen, sowie Schlösser und Burgen bis hin zu Thermen und Schmalspurbahnen. Abgerundet wird das Angebot durch authentische Stadt- und Themenführungen und vielfältige kulturelle Veranstaltungshöhepunkte.

Einen wichtigen Indikator für die Erlangung einer hohen Gästezufriedenheit in den Betrieben, stellt die Einhaltung von Qualitätsstandards dar. Die erzgebirgischen Freizeiteinrichtungen sind hier bereits in vielerlei Hinsicht aktiv, was sich auch in der Zertifizierung zahlreicher Betriebe mit den Siegeln "Familienurlaub in Sachsen" und "Servicequalität Deutschland" widerspiegelt.

In der zukünftigen Entwicklung der erzgebirgischen Freizeitwirtschaft gilt es insbesondere, die Angebote weiter an den Bedürfnissen der fokussierten Zielgruppe der Liberal-Intellektuellen auszurichten. Eckpunkte der Handlungsfelder stellen dabei Themen wie digitale Erlebbarkeit, effektive Besucherlenkung und Angebotsentwicklung mit Geschichte(n) dar.

Kur- und Erholungsorte

Im Destinationsgebiet Erzgebirge sind zurzeit fünf staatlich anerkannte Kurorte und 13 staatlich anerkannte Erholungsorte, prädikatisiert.

Auf der Grundlage stetiger kommunaler und privatwirtschaftlicher Investitionen, auch mit Unterstützung des Freistaates, haben insbesondere die fünf staatlich anerkannten Kurorte ihre Infrastruktur und Anlagen auf die sich veränderten Gesundheits- und Erholungsansprüche ihrer Gästeklientel angepasst. Aue-Bad Schlema, Thermalbad Wiesenbad, Wolkenstein, Altenberg und Kurort Oberwiesenthal haben mit ihren unterschiedlichen Prädikatisierungen die Kooperation "Thermenregion Erzgebirge" gegründet, welcher Ausdruck für eine gemeinsame Plattform für Synergien im Marketing ist.

Grundsätzlich sollte der Austausch zwischen den Kur- und Erholungsorten weiter forciert werden. Dafür ist eine klare Zieldefinition des Freistaates Sachsen zur weiteren Stärkung und Vermarktung der prädikatisierten Orte notwendig. Voraussetzung dazu ist ebenso eine Überprüfung der Vergaberichtlinien von Fördermitteln, um eine Besserstellung der staatlich anerkannten Kurorte und Erholungsorte gegenüber anderen Orten zu ermöglichen. Das wäre die Grundlage für mehr Qualität und Quantität in der Fortentwicklung dieser touristischen Leistungsträger im Kurund Erholungsbereich, als einen wichtigen Träger und Ankerpunkt im Landestourismus.

Jeder Kurort selber und in Abstimmung mit den Angebotsprofilen der Anderen, sollte über einen Masterplan seine Investitionen und Veränderungen für die nächsten Jahre, auch gekoppelt an die



noch vorhandenen Förderbedingungen, festlegen. Eine Koordination dieser Aktivitäten durch eine Zielvorgabe des Freistaates Sachsen sowie die Destination als Impulsgeber und Netzwerker wird dabei als zielführend erachtet.

Für die weitere Entwicklung und Profilierung der Kurorte werden folgende Schwerpunkte forciert:

- stetige Fokussierung der Arbeit von Stadt- und Gemeinderäten zur planmäßigen Abarbeitung und Umsetzung inhaltlicher und finanzieller Entwicklungs-Schritte der Entwicklungskonzeption/Umsetzung Masterplan. (mind. ein jährlicher Entwicklungsbericht mit entsprechender Aufgabenableitung)
- stärkere Ausarbeitung des Markenkerns jedes Kurortes zur Abgrenzung gegenüber Mitbewerbern und zur besseren Angebotsprofilierung der Zielgruppen
- Weiterentwicklung eines übergreifenden, attraktiven Kurortmilieus
- planerische Sicherung von Flächen für kurorttypische Einrichtungen, die den Klinikbereich ergänzen oder für Beherbergungseinrichtungen zur Entwicklung neuer infrastruktureller Angebote bzw. zur Erweiterung bestehender Angebote

Für die weitere Entwicklung und Profilierung der staatlich anerkannten Erholungsorte als besonders touristische Orte werden nachfolgende übergreifende Schwerpunkte empfohlen:

- stetige Fokussierung der Arbeit von Stadt- und Gemeinderäten zur planmäßigen Abarbeitung und Umsetzung inhaltlicher und finanzieller Entwicklungs-Schritte der Entwicklungskonzeption (mindestens ein jährlicher Entwicklungsbericht mit entsprechender Aufgabenableitung)
- stärkere Ausarbeitung touristischer, landschaftlicher und geschichtlicher Alleinstellungsmerkmalen zur Angebotsentwicklung
- stärkere familienorientierte Ausrichtung der touristischen Infrastruktur (z.B. durch die Prädikatisierung als "familienfreundlicher Ort" durch die TMGS)

2.2 Wettbewerbsfähigkeit der Destination

Die Einschätzung der Wettbewerbsfähigkeit des Erzgebirges als Destination erfolgt im Rahmen des Kriterienkatalogs der Tourismusstrategie Sachsen 2025. Auf diese wird in Absatz 5 "Businessplan und Monitoring-System" Bezug genommen.

2.3 Aktuelle Nachfragetrends und Entwicklungen

Umwelt- und Nachfrageeinflüsse gehen besonders im touristischen Bereich in der Folge stets eng mit der Anpassung von Produkten und Angeboten einher. Aus diesem Grund ist es von besonderer Relevanz, aktuelle Nachfragetrends stets im Blick zu behalten und geeignete Maßnahmen für das Destinationsmanagement frühzeitig ab- bzw. einzuleiten.



Aktuell bestimmen insbesondere die Themen Naturschutz/Besucherlenkung, Digitalisierung und Mobilität – stets in Verbindung mit dem Querschnittsfeld der Nachhaltigkeit – die Trends der Zukunft im Tourismus:

Naturschutz/Besucherlenkung

Alle Naturräume stehen durch die Klima- und Biodiversitätskrise unter enormen Stress. Die Landschaft als Basis des Aktivtourismus steht in weiten Räumen vor extremer Veränderung:

- Die Bedingungen für den Ausbau existierender und die Schaffung neuer Angebote stehen langfristig infrage. Naturschutzfachliche Fragen werden Umsetzungshorizonte weiter verlängern, in Teilbereichen des Aktivtourismus mehr und mehr Projekte verhindern.
- Besonders in nachwachsenden Zielgruppen ist das Bewusstsein um strukturelle Probleme stark ausgeprägt. Dies führt zu spartanischen Reisegewohnheiten.

Digitalisierung

Die **Digitalisierung** nimmt in der Gesellschaft Fahrt auf. Die traditionellen touristischen Strukturen befinden sich aber noch immer in ihren digitalen Kinderschuhen.

- Der Ausbau der digitalen Infrastruktur bleibt eine Langzeitaufgabe. Nur Destinationen, die weitreichend über digital qualifiziertes Personal verfügen, können die Chancen und Risiken für ihre Wertschöpfung bewerten, ihre Leistungsträger qualifizieren und zusammen mit ihnen wesentliche Kontaktpunkte digital neu gestalten und vernetzen. Dies trifft auf Marketing, Kommunikation, Vertrieb und Besucherlenkung gleichermaßen zu.
- Digitalisierung führt zu einem Informationsüberfluss und einer Anreizübersättigung. Rezeptionsgewohnheiten ändern sich drastisch (kürzer, oberflächlicher, bewegter, kurzfristiger). Situativer Inhalt im richtigen Kontext (Content und Context) wird immer entscheidender. Sorgfältig orchestrierte Customer Journeys, stolperfreie Übergabe an den Schnittstellen, menschliche Nutzeroberflächen und ein gemeinsames Datenmanagement werden zu zentralen Aufgaben. Weiterhin gilt es, die Datenstrukturen und Schnittstellen so zu gestalten, dass auf den Websites der DMO's und Leistungsträger tagesaktuelle sowie individuell relevante Inhalte durch den Gast aufgefunden werden können. Nur so wird ein vollständiges Abwandern der Gäste zu den dominierenden Content-Plattformen wie Outdooractive ermöglicht.
- → Die TMGS geht dabei auf sächsischer Ebene bereits neue Wege und ermöglicht mit einem eigenen Framework zukünftig ein zentrales Daten- und Contentmanagement. Die Etablierung der Content-Strategie ermöglicht eine Vernetzung der Inhalte und steigert somit auch die Relevanz und Auffindbarkeit von Inhalten in den Suchmaschinen. Mithilfe des Projekts kann der Trend der Digitalisierung zielgerichtet verfolgt und bedient werden das Erzgebirge ist im Prozess Digitalarchitektur Sachsen aktiv eingebunden.



Mobilität

Die **Mobilität** ändert sich grundlegend. Das betrifft sowohl die Wahl der verschiedenen Mobilitätsformen als auch die Verkehrsmittel selbst. Ansprüche an Infrastruktur und multimodale Vernetzung steigen.

- Das Thema "E" spielt in allen Bereichen der Mobilität eine Rolle. Elektroautos werden durch Carsharing, größere Reichweiten und den Ausbau entsprechender Infrastruktur für immer breitere Teile der Bevölkerung attraktiv. Im Zweiradbereich ist die Entwicklung noch deutlicher spürbar.
- Im Urlaub ist die Bereitschaft, neue Mobilitätsformen auszuprobieren deutlich höher als im Alltag. Gleichzeitig führt bspw. eine Fahrradnutzung im Urlaub zu einer verstärkten Nutzung in der Alltagsmobilität.
- Multimodale Reiseketten werden im touristischen Kontext nicht nur bei der Anreise, sondern auch bei der Mobilität vor Ort wichtiger. Die Vernetzung verschiedener Mobilitätsformen, eng orientiert an den Gästebedürfnissen, spielt daher eine entscheidende Rolle.
- Der Ausbau und die Instandhaltung stellen Regionen zunehmend vor große Herausforderungen. Vor allem mit Blick auf Finanzierungslücken im Tourismus wird eine immer stärkere Verknüpfung von Alltags- und Freizeitinfrastruktur, insbesondere im Bereich der Rad-Infrastruktur, nötig.

Tourismus als Lebensraumgestalter

Die Rolle des Tourismus bewegt sich zunehmend hin zum "Lebensraumgestalter". Die Angebotsund Produktentwicklung vor Ort steigert die Lebens- und Aufenthaltsqualität einer Region, geht jedoch andererseits häufig auch mit einem Anstieg an Besuchern und der damit verbundenen Gefahr von Overtourism einher. Um mehr Verständnis für touristische Entwicklungen zu schaffen sowie frühzeitig Maßnahmen zur Besucherlenkung einleiten zu können, gilt es daher, Akteure vor Ort sowie Einheimische gezielt in die Angebots- und Produktentwicklung einzubeziehen.

- → Mit der Erlangung des UNESCO-Welterbetitels und des vorangegangen langjährigen Bewerbungsprozesses ist die Region die Verpflichtung eingegangen, das Erbe für gegenwärtige und zukünftige Generationen zu erhalten. Dieser Vorsatz bedingt unmittelbar die Einbeziehung Einheimischer in den Gestaltungsprozess sowie die enge Zusammenarbeit mit Akteuren verschiedener Interessensgruppen (Bottom-Up-Verfahren).
- → Zum Schutz und Erhalt der Artenvielfalt in der Kulturlandschaft des Erzgebirges plant der Erzgebirgskreis das Naturschutzprojekt "Bergwiesen im Erzgebirgskreis" im Rahmen des Programms "chance.natur". Die Philosophie des Naturschutzgroßprojektes geht davon aus, eine nachhaltige Landnutzung zu fördern und dies gemeinsam mit den Bürgern vor Ort zu tun.



→ Mit dem Gedanken die Identität der Region zu bewahren, weiter zu entwickeln und nach außen erlebbar zu machen, beschäftigt sich auch das Projekt "Sagenhaftes Mittelsachsen" des Landkreises Mittelsachsen. Sagen als Identitätsstiftendes Instrument sollen der Schlüssel sein, der die Tür aufschließt um neue Netzwerke und Kooperationen in Gang zu bringen, Grundlagen für die künftige Regionalentwicklung und -planung zu legen, das Interesse an der Region und ihrer Entwicklung zu wecken, neue Projekte und Angebote rund um die Sagen ins Lebens zu rufen und eine positive Wahrnehmung zu fördern.

2.4 Ist-Analyse der Destinations-Aktivitäten

2.4.1 Digitalisierung

Auf die stetig steigende Nachfrage von Gästen nach digitalisierten Angeboten, Produkten und Dienstleistungen wird durch den TVE destinationsübergreifend sehr vielschichtig reagiert. Der



Abbildung 9: Übersicht Online-Kommunikationskanäle des TVE

TVE selbst verfügt über starke Online-Kommunikationskanäle, deren Strukturen, Inhalte und Bewerbung kontinuierlich ausgebaut werden (Abbildung 9).

Als zentraler Kanal dient dabei die Destinationswebsite <u>www.erzgebirge-tourismus.de</u>, auf welche die Gäste von allen Medien hingeleitet werden. Die Website des TVE hat mehrere Funktionen, die inhaltlich und visuell entsprechend ausgerichtet sind und als Grundlage für die Reiseplanung dienen. Ziel ist es, die Gäste innerhalb der Produktlinien mit ansprechenden Bildern, inspirierenden Beschreibungstexten und zielgruppenspezifischen Angeboten zu inspirieren und Empfehlungen für einen Aufenthalt abzuleiten. Verbunden sind diese Inspirationen immer mit der Möglichkeit zur entsprechenden Interaktion, wie der individuellen Reiseplanung, Buchung, oder Bewertung.



Ein Vergleich der Aufrufzahlen der Destinationswebsite in Abbildung 10 honoriert das hohe Engagement des TVE bei der Content-Pflege des Online-Kanals.

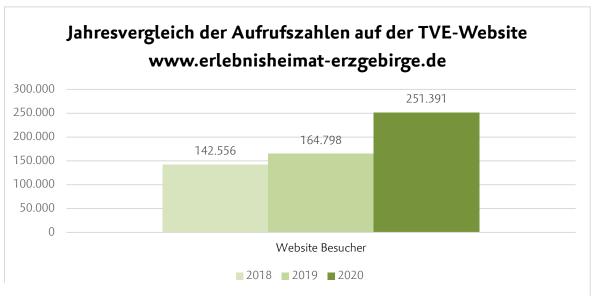


Abbildung 10: Entwicklung der Aufrufzahlen der TVE-Website (2018-2020)

Zusätzlich dazu bietet der TVE die App "Erzgebirge Erleben" (bis 2021: ErzAppAktiv) als mobilen Reisebegleiter an. In dieser werden Empfehlungen für Rad-, Wander- & Wintertouren gelistet, aber auch die individuelle Tourenplanung mit Navigation ist möglich. Zahlreiche Ausflugsziele, Freizeiteinrichtungen sowie gastronomische Einkehrmöglichkeiten und Unterkünfte sind in der App abrufbar. Durch eine Optimierung des Contents und der Darstellung, wurde die Benutzerfreundlichkeit und Qualität der App im Jahr 2021 deutlich gesteigert.

Weitere reichweitenstarke Kanäle mit zunehmender Bedeutung stellen die Social-Media-Kanäle der Erlebnisheimat Erzgebirge dar. Die Beiträge der Facebook-Seite sowie der Instagram- und Pinterest-Kanäle des TVE basieren auf einer crossmedialen Strategie, um alle Vorzüge der jeweiligen Kanäle optimal nutzen zu können. Der inhaltliche Schwerpunkt liegt auf hochwertigem und informativem Content zu allen Produktlinien mit besonderem Augenmerk auf dem Thema Welterbe. Ansprechende Bilder von regionalen Fotografen, spannende Geschichten und interessante Informationen tragen zu einer großen Reichweite bei und bieten einen enormen Mehrwert für die Destination.

Zur effektiven Bündelung und Vermarktung von Informationen werden die Mitglieder und Leistungsträger der Destination aktiv in das Online-Marketing einbezogen. Dies erfolgt zum einen mithilfe der Datenplattform Outdooractive, in welcher die Kommunen und die Leistungsträger Informationen zu Touren, Sehenswürdigkeiten, Veranstaltungen und Angeboten erfassen, welche mithilfe einer Schnittstelle direkt auf der TVE-Website ausgegeben werden.

Außerdem werden passende Angebote und Produkte von Mitgliedern und Leistungsträgern zielgerichtet und effektiv in die Social-Media-Kanäle und Gästenewsletter des TVE eingebunden. Zur



Content-Optimierung bietet der TVE seinen Mitgliedern diverse Weiterbildungsmöglichkeiten an.

Der Tourismusverband Erzgebirge e.V. möchte in enger Zusammenarbeit mit der TMGS die Open Data gerechte Erstellung touristischer Inhalte aller Partner im Erzgebirge vorantreiben. Ein damit einhergehendes Handlungsfeld ist die Schaffung einer einheitlichen Content-Strategie für den sächsischen Tourismus mit Blick auf Inhalte, Themen, Verantwortung für die Pflege der Daten auf den unterschiedlichen Servicelevels sowie die Content-Qualität. Hierbei muss ein einheitlicher Standard für alle Partner etabliert sowie das Verständnis für die Bereitstellung der eigenen Inhalte für Open Data vermittelt werden. Die Schwerpunkte liegen in der Überarbeitung von Texten (Content) und Klärung der Urheberrechte von Foto- und Videoaufnahmen.

Ziel der Datenbank ist eine Sammlung von Inhalten die für alle zugänglich ist und wo Inhalte wie Informationen, Bilder, usw. gemeinsam von den Partnern frei verwendet werden können.

2.4.2 Nachhaltigkeit

Als Ursprungsregion der Nachhaltigkeit sieht sich das Erzgebirge in besonderem Maße zu einer umweltverträglichen, sozial verantwortlichen und wirtschaftlich ergiebigen Entwicklung verpflichtet. Bereits in den vergangenen Jahren wurde der Aspekt der Nachhaltigkeit bei der Produktentwicklung berücksichtigt. Besonders nennenswert ist dabei das Engagement im Rahmen des Projekts Heimatgenuss Erzgebirge, welchem sich zahlreiche regionale Erzeuger und Gastronomen angeschlossen haben, um mithilfe qualitativer und regionaler Produkte eine hohe Urlaubsqualität zu garantieren sowie regionale Wertschöpfungsketten zu erhalten und zu stärken.

Ebenso die Entwicklungen im Rahmen des UNESCO-Welterbes tragen wesentlich zur Stärkung der Nachhaltigkeit in der Region bei. Bereits die zentrale Aufgabe einer Welterbestätte, welche im Schutz und Erhalt der Objekte sowie in der Vermittlungsarbeit und dem Wissenstransfer begründet liegt, signalisiert die Bedeutung der nachhaltigen Sicherung natürlicher, kultureller und sozialer Ressourcen für die Einwohner und Gäste der Region.

Um die einzigartigen Gegebenheiten vor Ort langfristig zu schützen, wird der TVE die Thematik der Nachhaltigkeit zukünftig noch stärker in seiner Ausrichtung nach innen und außen verankern. Geplant ist dazu die strategische Erarbeitung eines Gesamtkonzepts unter aktiver Einbindung der lokalen Akteure mit dem Ziel, die Destination mittelfristig als Nachhaltiges Reiseziel zertifizieren zu lassen. Einen wichtigen Eckpunkt bildet dabei auch die zielführende Planung von Rad- und Wanderwegen, um bedarfsgerecht und dennoch umweltschonend auf die gestiegene Nachfrage an Outdoorangeboten reagieren und Besucher weiträumig (um-)lenken zu können.



2.4.3 Internationalität der Angebotspräsentation

Aufgrund des kürzlich erlangten UNESCO-Welterbetitels, der unmittelbaren Grenznähe zu Tschechien sowie dem wachsenden Auslandsmarkt, wird die Mehrsprachigkeit als wichtiger Aspekt bei der Marketingarbeit des TVE bedacht und im Rahmen der zur Verfügung stehenden finanziellen Mittel ausgebaut.

Die TVE-Website ist bereits in den Sprachen Deutsch, Englisch und Tschechisch verfügbar und wird contentseitig stetig erweitert.

Im Printbereich wurde der Schwerpunkt bisher zumeist auf den deutschsprachigen Raum gelegt. Daher sind nur vier der insgesamt zwölf Bestandsprintprodukte des TVE mehrsprachig verfügbar. Bei diesen Broschüren handelt es sich allerdings um bedeutende Informationsmaterialien zum UNESCO-Welterbe oder zu Freizeit- und Erlebnistipps in der Region (Abbildung 11).



Abbildung 11: Übersicht zu den mehrsprachigen TVE-Printprodukten

Perspektivisch soll insbesondere überprüft werden, ob eine Neuauflage von Übersichtskarten mit der Integration der Rad- und Wanderinfrastruktur sowie speziellen Familienangeboten sinnvoll ist. Besonders tschechische Gäste zeichnen sich durch eine hohe Affinität zu Ausflügen und Unternehmungen in der Familie aus. Kartenmaterialien gelten als beliebtes Werbemittel in diesem Quellgebiet, weswegen eine Erstellung durchaus als zielführend angesehen werden kann. In diesem Zusammenhang steht auch die Ausweitung bzw. Erschaffung des Vertriebsnetzes im Mittelpunkt der weiteren Strategie, da der Vertrieb bisher lediglich über die Reisemesse in Prag sowie die regionalen grenznahen Tourist-Informationen erfolgt.



2.4.4 Destinations- und grenzüberschreitende Kooperationen

Das Erzgebirge kooperiert in verschiedenen Projekten sowohl mit den umliegenden ländlichen Destinationen wie dem Vogtland und der Sächsischen Schweiz als auch grenzüberschreitend mit dem unmittelbar angrenzenden Nachbarland Tschechien.

Durch die bereits bestehende Zusammenarbeit mit den Destinationsagenturen Krušnohoří und Karlovarský Kraj sowie verschiedenen grenzübergreifenden Projekten ist eine optimale Ausgangslage für eine noch tiefergehende Kooperation mit der Tschechischen Republik geschaffen wurden. Das bezieht sich in erster Linie auf die gemeinsame UNESCO-Welterberegion Erzgebirge/Krušnohoří sowie weiterhin auf gemeinsame Projekte im Bereich des Aktivtourismus. Über eine weiterführende konsequente Zusammenarbeit der touristischen Akteure und den Kommunen sollte die Zielstellung erreicht werden, das sächsisch-böhmische Erzgebirge immer mehr als eine ganzheitliche Tourismusregion zu begreifen und zu entwickeln.

Ein Schlüsselprojekt dafür wird die Umsetzung der "Sächsisch-Böhmischen SILBERSTRASSE" (2021-2027) darstellen, deren Verlauf alle deutschen und tschechischen Welterbe-Bestandteile miteinander verbinden wird. Das Ziel des Projektes besteht darin, ein gemeinsames Leitprodukt zur Vermarktung der UNESCO-Welterberegion zu schaffen, aus dessen schrittweisen Umsetzung zahlreiche buchbare produktlinienübergreifende Angebote hervorgehen.

Als eine weitere grenzüberschreitende Maßnahme ist die durchgängig zweisprachige touristische Ausschilderung der sächsisch-böhmischen Kammregion angedacht. Diese soll in Abstimmung der Ausschilderung der Welterbe-Bestandteile erfolgen und über einen Förderantrag an die Euroregionen umgesetzt werden. (2021-2027)

Im Bereich Aktiv-Tourismus besteht ein weiteres Entwicklungsziel in der Qualitätssicherung des länderübergreifenden Kammwegs Erzgebirge-Vogtland in Leiterstruktur zur gemeinsamen Zertifizierung zum "Leading Quality Trail – Best of Europe". (2021-2027)

Die Internationalität des Wanderangebotes soll außerdem mit der Bewerbung um die Ausrichtung der "Eurando 2026"–Konferenz der Europäischen Wandervereinigung (EWV) im Erzgebirge unterstrichen werden.

Ein weiterer Fokus liegt im Vorantreiben der internationalen Vermarktung des Mountainbike-Angebots Stoneman Miriquidi begründet. Dazu erfolgt ein europaweiter Ausbau der Stoneman-Strecken, beispielsweise in Tschechien, Polen und Norwegen, um den internationalen Bekanntheitsgrad des Aktiv-Angebotes in allen teilhabenden Destinationen weiter zu stärken. Perspektivisch ist dazu eine gemeinsame Vermarktungsplattform unter der Dachbezeichnung "MTB ERZ" vorgesehen. Den sachsenweiten Rahmen bildet der avisierte "MTB BELT" als grenzüberschreitender Produktmantel für bestehende und in der Entwicklung befindlichen Bike-Angebote.



Destinationsübergreifend steht die Initiierung eines neuen Rennrad- bzw. perspektivisch auch Gravelprojektes im Mittelpunkt der nächsten Entwicklungen. Mit dem seit 2018 fest etablierten Rennradprojekt "Stoneman Miriquidi-Road" hat sich mit bisher über 2.500 Fahrten und 4.500 Fahrtagen bereits deutlich gezeigt, dass die touristische Mittelgebirgsregion Erzgebirge und das Reiseland Sachsen ein enormes Potential für Radtourismus in Deutschland und Europa aufweisen. Durch die Entwicklung von Mehrtagestouren werden den Nutzern die vielfältigsten Naturund Kulturräume erschlossen und das Reiseland Sachsen erfahrbar gemacht. Mit dem neu geplanten Projekt sollen diese Potentiale für die Zielgruppe der Rennradfahrer und konzeptionell auch für den Bereich Gravel betrachtet und weiter erschlossen werden. Bei einer geschätzten Zielgruppengröße von 6,3 Mio. Rennradfahrern in Deutschland, die gelegentlich bzw. häufig das Rennrad nutzen (IFD Allensbach 2017) wird deutlich, dass es sich hier um ein lohnenswertes Marktsegment handelt. Ergänzt durch die gute Erreichbarkeit aus den umliegenden Ballungsräumen Berlin, Magdeburg, Erfurt, Hannover sowie Bayern sind gute Voraussetzungen für eine erfolgreiche Positionierung gegeben.

2.5 Wettbewerber-Analyse

Als Datengrundlage für die Wettbewerber-Analyse wird die Studienreihe Destination Brand 2020 der Unternehmen "inspektour (international) GmbH / DITF der FH Westküste, 2020" herangezogen. Das Erzgebirge fügt sich im Gesamt-Ranking des ungestützt abgefragten Bekanntheitsgra-



Ungestützte Bekanntheit von <u>deutschen</u> Mittelgebirgen u. Alpenregionen TOP 10-Ranking im Quellmarkt Deutschland





Abbildung 12: Ungestützte Bekanntheit deutscher Mittelgebirge und Alpenregionen (Quelle: Destination Brand 2020, inspektour (international) GmbH / DITF der FH Westküste, 2020)



des im Quellmarkt Deutschland auf dem 32. Platz ein. Im direkten Vergleich deutscher Mittelgebirge und Alpenregionen wird der 8. Platz bei Kurzurlauben und der 9. Platz bei längeren Urlauben durch das Erzgebirge belegt (vgl. Abbildung 12).

Die Besuchsbereitschaft ist im Vergleich der Mittelgebirge bzw. Gebirgs- und Berglandschaften für Kurzurlaube besonders hoch angesiedelt. Das Erzgebirge erreicht hier den 4. Platz, als Reiseziel für längere Urlaube innerhalb der nächsten drei Jahre wird der 6. Platz belegt (vgl. Tabelle 1). Als direkte nationale Wettbewerber werden auf Basis dieser Datengrundlage insbesondere die nationalen Mittelgebirgsregionen Schwarzwald, Allgäu, und Bayerischer Wald erachtet. Weiterhin wird die Mittelgebirgsregion Harz aufgrund ihrer drei lokalisierten UNESCO-Welterbestätten als Wettbewerber eingestuft.

Perspektivisch gilt es, die Positionierung der Destination als Reiseziel für Kurzurlaube und längere Aufenthalte zu festigen und mithilfe zielgruppenspezifischer Angebote weiter auszubauen.

Tabelle 1: eigene Darstellung in Anlehnung an die Konkurrenzanalyse deutscher Mittelgebirge und Alpenregionen (Quelle: Destination Brand 2020, inspektour (international) GmbH / DITF der FH Westküste, 2020)

Besuchsbereitschaft Kurzurlaube (nächste 3 Jahre); Quellmarkt Deutschland, TOP 10			Besuchsbereitschaft längere Urlaube (nächste 3 Jahre); Quellmarkt Deutschland, TOP 10	
1	Schwarzwald	1	Schwarzwald	
2	Allgäu	2	Bayerischer Wald	
3	Bayerischer Wald	3	Allgäu	
4	Erzgebirge	4	Tirol	
5	Eifel	5	Thüringer Wald	
6	Harz	6	Erzgebirge	
7	Hochschwarzwald, die Region um Feldberg, Titisee, Schluchsee und Hinterzarten	7	Hochschwarzwald, die Region um Feldberg, Titisee, Schluchsee und Hinterzarten	
8	Thüringer Wald	8	Harz	
9	Schwäbische Alb	9	Salzburger Land	
10	Zugspitzregion	10	Eifel	

Ein großer Vorteil liegt dabei in der Steigerung der Bedeutung von Naturerlebnissen und Outdoor-Aktivitäten, wie zum Beispiel Wandern oder Radfahren begründet (Abbildung 13). Ebenso



ist die positive Einstufung des Interessentenpotentials für UNESCO-Welterbestätten. Aufgrund der natürlichen Voraussetzungen und der darauf ausgerichteten Angebotsinfrastruktur im Erzgebirge kann diese steigende Nachfrage in besonderem Maße bedient werden.







Allgemeines Interessentenpotenzial - Veränderung DB19/DB20

Ranking der untersuchten Urlaubsaktivitäten zum allgemeinen Interessentenpotenzial Veränderung der Top-Two-Box in %-Pkt. von DB19 zu DB20				
	veraficerung der	Veränderung in %-Pkt.	III %-FKL VOII DB19 20 DB20	Veränderung in %-Pkt
1	Entspannung	-1%	22 Kultur- / Musikfestivals	0%
2	Natur	4%	23 Aktiv-Sport	2%
3	Kulinarik	6%	24 Weinreise	2%
4	Baden / Strand	2%	25 Brauchtumsveranstaltunger	n
5	Städtereise	1%	26 Familien	-2%
6	Burgen	4%	27 Thalassoangebote	1%
7	Gärten / Parks	5%	28 Industriekultur	1%
8	Schlösser / Herrenhäuser		29 Gesundheit	0%
9	Wandern	5%	30 Barrierefreier Urlaub	0%
10	Kultur	4%	31 Wassersport	3%
11	UNESCO Welterbestätten	3%	32 Bergsteigen	4%
12	Wellness	1%	33 Luxusangebote	-5%
13	Museen	4%	34 Wintersport	1%
14	Lebendige "Szene"	1%	35 Studien- / Bildungsangebote	e -1%
15	Landurlaub	2%	36 Mountainbike	1%
16	Shopping	-2%	37 Luxus-Shopping	
17	Nachhaltiger Urlaub	-3%	38 Fußball	-5%
18	Indigene Völker	-1%	39 Klettersteigen	2%
19	Freizeitparks	-4%	40 Segeln	1%
20	Events	-2%	41 Motorrad	-1%
21	Rad fahren	2%	42 Volunteer	

Basis: alle Befragte im QM Deutschland (n = mind. 4.000) Veränderung der Top-Two-Box in %-Pkt. von DB19 zu DB20; Angabe in % der Befragten

Quelle: inspektour (international) GmbH / DITF der FH Westküste, 2019 / 2020

■■■■ Destination Brand 20: Erste Ergebnisse

Abbildung 13: Veränderung allgemeines Interessenspotential - Vergleich DB: 19/20 (Quelle: inspektour (international) GmbH / DITF der FH Westküste, 2019 / 2020)

2.6 SWOT-Analyse

Stärken

- erfolgreich erlangter UNESCO-Welterbetitel
- einzigartige Natur- & Kulturlandschaft
- → Zusammenwachsen der Destination als Natur-& Kulturdestination
- Authentizität & Herzlichkeit der Einheimischen ggü. Gästen
- Bewahrung & Leben von Traditionen

Schwächen

- mangelndes Bewusstsein der Bewohner für die Bedeutung des Tourismus für die Region
- unzureichende Vernetzung der touristischen Leistungsträger
- Bereich Rad: Umfang und Qualität des Wegeang botes in den Schwerpunkten MTB, Gravel und E-Bike für Vermarktung als Bike-Region unzureichend



- Vielzahl an möglichen Outdooraktivitäten (Wandern, Rad, MTB, Wintersport)
- Ursprünglichkeit der Region (kein Overtourism)
- hohe Dichte an Freizeiteinrichtungen
- Vielseitigkeit der Destination

- Bereich Wandern: themen- und zielgruppengeeignete Wege durch fehlende Zertifizierungen nicht sichtbar/vermarktbar
- ausbaufähiger Zertifizierungsgrad im Beherbergungssegment
- fehlende Bettenkapazitäten im Beherbergungsbereich
- Ressourcenknappheit in den Kommunen & Betrieben
- fehlende Angebote & Produkte im Bereich Barrierefreiheit
- weiterhin ausbaufähige Onlinebuchbarkeit in der Destination
- entwicklungsfähige ÖPNV-Angebotsvernetzung und -akzeptanz

Chancen

- zunehmende Bedeutung von Outdoorangeboten
- steigende Nachfrage nach Urlaub im ländlichen Raum (Sicherheit, Abstand, Ruhe, etc.)
- Grenzüberschreitende Destination: Stärkung der Zusammenarbeit mit der Tschechischen Republik
- Inwertsetzung der UNESCO-Welterberegion
- weitere Stärkung des Ganzjahrestourismus durch entsprechende Produktentwicklung
- gestiegene Bedeutung von Nachhaltigkeit/ Slow-Travel

Risiken

- Klimawandel & damit verbundene abnehmende Schneesicherheit
- Fachkräftemangel & Imagegrad der Branche
- Demografischer Wandel & damit einhergehende Nachfolgeprobleme in tour. Betrieben
- Insolvenzwelle tour. Betriebe durch Corona-Pandemie
- Zunehmende Professionalisierung von Mitbewerbern
- Degression von Fördermitteln



2.7 Entwicklungsziele

Die strategischen Schwerpunkte der Destination wurden im Jahr 2021 überarbeitet, dies geschah in einem bisher unbekannten Spannungsfeld der Corona-Pandemie und hat durch den Strategie-Sprint mehr Klarheit und Fokussierung gebracht. Qualität in Form von Nachhaltigkeit und einer wertebasierten Produktentwicklung, die touristische Inwertsetzung der UNESCO Welterbe Montanregion Erzgebirge/Krušnohoří sowie die Forcierung und Qualifizierung im Bereich Digitalisierung haben Ihren Platz gefunden. Dabei ist die Balance der drei Säulen der Nachhaltigkeit ein besonderes Anliegen, es geht also nicht um quantitatives Wachstum, sondern die Wertschöpfung der Region als (Er)Lebensraum zu steigern.

Aus der vorangegangenen Ist-Analyse werden für die zukünftige Destinationsentwicklung folgende Ziele festgehalten:



- Zielgerichtete Produktentwicklung und -anpassung für die Zielgruppe der Liberal-Intellektuellen
- Intensivere Entwicklung und Vermarktung familienorientierter Produkte und Angebote
- Klare Ausrichtung auf Qualitätsangebote & intensive Unterstützung dieser
- Entwicklung des Kammweges zum Leading Quality Trail Best of Europe
- Intensivierung der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit (z.B. Stoneman Miriquidi international)



- Steigerung des europaweiten Bekanntheitsgrades der Destination
- Vermarktung des erlangten UNESCO-Welterbetitels innerhalb der bestehenden Produktlinien
- Vorantreiben der virtuellen Erlebbarkeit des UNESCO-Welterbes im Rahmen der touristischen Inwertsetzung (Projekt Silberstraße)
- Stärkere Fokussierung der Marketingaktivitäten auf analysierte & definierte Quellmärkte & Zielgruppen
- qualitative & marketingtechnische Forcierung & Weiterentwicklung der TMGS-Leitprodukte sowie Ableitung der "Vorbildfunktion" auf weitere Produkte
- Fortlaufende Stärkung des Ganzjahrestourismus



Ziele im Innennarketing

- Zertifizierungsprozess zum Nachhaltigen Reiseziel
- Vorantreiben des touristischen Mobilitätsaspekts (z.B. im Rahmen des WIR-Projekts mit der TU Chemnitz)
- Sensibilisierung der Mitglieder & Leistungsträger für die Zukunftsthemen Qualität, Nachhaltigkeit & Digitalisierung im Rahmen von Seminaren & Workshops
- Förderung & Initiierung einer stärkeren Netzwerkarbeit
- Vorantreiben der Onlinebuchbarkeitsinitiative innerhalb der Region

3. Marketingstrategie der Destination

3.1 Elemente des Marktforschungssystems

Für ein erfolgreiches Marketing ist die Marktforschung unerlässlich. Aus diesem Grund wertet der TVE vorhandene Studien und Befragungen systematisch aus, gibt eigene Studien oder Diplomarbeiten in Auftrag und beteiligt sich an gemeinsamen Marktforschungsinstrumenten mit der Landesmarketingorganisation. Ziel ist es, permanent aktuelle Informationen zu Trends, Entwicklungen der Zielgruppen und Quellmärkte zu erhalten und geeignete Maßnahmen abzuleiten.

Die Aufbereitung, Visualisierung und Kommunikation der Marktforschungsdaten für die Mitglieder zur Verbesserung und Anpassung des touristischen Angebotes in der Destination bleibt dabei ein wesentlicher Arbeitsschwerpunkt.

Folgende wichtige Basisbausteine der Marktforschung werden kontinuierlich eingesetzt:

Amtliche Beherbergungsstatistik

- monatliche Auswertung zu den aktuellen Entwicklungen der Gästeankünfte, struktur, Übernachtungen, Anzahl der Beherbergungseinrichtungen
- Ermöglichung v. Zeitreihenvergleichen
- eine Datenbasis für die Mitgliedsbeitragsberechnung des TVE



TRIX

 differenzierte Betrachtung der Tourismusentwicklung auf Teilraumebene (Zeitraumvergleiche)

Marktforschungsdaten des SINUS-Instituts

- gemeinsame Beziehung mit der TMGS/Nachbar-DMO's angestrebt
- Basis-Pakete Deutschland für die drei Hauptzielgruppen (Liberal-Intellektuelle, Adaptiv-Pragmatische & Sozial-Ökologische), sowie zur weiteren Beurteilung der Entwicklung: Expeditive & Performer
- •Interessenspakete: Medien, Reisen, Konsum&Lifestyle, Nachhaltigkeit sowie das Glückspaket für die definierte Hauptzielgruppe der Liberal-Intellektuellen
- Strategisch:

Anwendungen der SINUS-Milieus in der Microgeografie (noch genaueres Targeting von Maßnahmen in den Bestands- bzw. Entwicklungsmärkten) Hauptzielmärkte Ausland: ebenfalls unter Anwendung der Microgeografie

Destination Brand

- renommierte Studienreihe der inspektour (international) GmbH & der DITF der FH Westküste mit drei Studienteilen:
- Markenstärke Deutscher Reiseziele: Ermittlung des Markenwerts von über 130 Reisezielen aufbauend auf dem theoretischen Fundament d. Markenmehrklangs
- •Themenkompetenz Deutscher Reiseziele: flächendeckende Ermittlung der Themeneignung für Reiseziele aus Sicht der deutschen Bevölkerung
- **Profileigenschaften:** Aussagen darüber, inwieweit definierte Eigenschaften aus Sicht der deutschen Bevölkerung auf das Reiseziel zutreffen
- •TVE-Auswertung jährlich für QM Deutschland (Ausweitung auf Auslands-QM haushaltsabhängig)

Bewertungsportale & Feedbackabfragen

- für Unterkünfte: Nutzung des TrustYou-Sichtzugangs (Bündelung v. Bewertungsdaten aus versch. Bewertungsportalen)
- für Touren & Veranstaltungen: Nutzung der Outdooractive-Bewertungsfunktion
- für POI's & Freizeiteinrichtungen: Monitoring der Google-Bewertungen
- ergänzende eigene Feedbackmaßnahmen zu spezifischen Produkten, wie z.B.
 Stoneman Miriquidi oder Kammweg Erzgebirge/Vogtland

Abbildung 14: Genutzte Marktforschungselemente des TVE



3.2 Zielgruppen- und Quellmarktstrategie

3.2.1 Zielgruppenstrategie

Um eine professionelle Grundlage für die zukünftige Tourismusarbeit auf Landes-, aber auch auf Regionalebene nachhaltig und vergleichbar zu etablieren, war es notwendig, die bestehende Urlaubertypologie des TVE auf Basis der SINUS-Milieus neu zu definieren. Dem vorausgegangen sind die Festlegungen der TMGS aus dem Jahr 2020. Hier wurde in einem mehrstufigen Prozess die Festlegung auf die konkrete Ansprache von drei Urlaubertypologien lt. Sinus Milieus vereinbart. Zukünftig wird sich das Landesmarketing ausrichten auf:

- Das Milieu der Adaptiv-Pragmatischen (ADA) Die moderne junge Mitte
- Das Milieu der Sozial-Ökologischen (SÖK) Das engagiert gesellschaftskritische Milieu
- Das Milieu der Liberal-Intellektuellen (LIB) Die aufgeklärte Bildungselite

Basierend auf den festgelegten Zielgruppen des Landesmarketings erscheint für den TVE die Adaption dieser Zielgruppen sinnvoll. Hiermit wird eine gemeinsame Vermarktung vor allem der definierten Leitprodukte durch die TMGS ermöglicht.

Im oben genannten Strategiesprint werden die Passfähigkeit der genannten Zielgruppen mit dem bestehenden und dem entwickelbaren Angebot des Erzgebirges überprüft und bewertet.

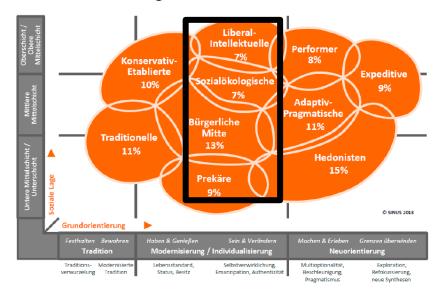
Um auch in Zukunft effektives Marketing unter der Herausforderung der immer rasanter wachsenden Informationsflut sowie begrenzten budgetären Mitteln betreiben zu können, konzentriert sich der TVE zukünftig auf ein Schwerpunkt-SINUS-Milieu. Hierbei wird es sich um die Zielgruppe der Liberal-Intellektuellen handeln. Das Erzgebirge bietet mit seinem naturräumlichen und kulturellen Angebot hierfür die besten Voraussetzungen. Ergänzt um eine qualitative Aufwertung der Infrastruktur, der Produktgestaltung und der Thematik Regionaler Genuss wird für diese Zielgruppe das höchste Potential für die Zukunft gesehen. Aufgrund der Korridorsegmentierung gelingt es zudem, die Interessen der bereits etablierten Stammgäste aus dem Milieu der Bürgerlichen Mitte sowie der Sozialökologischen weiter zu bedienen und tendenziell zu entwickeln (Abbildung 15).



sinus

Die Sinus-Milieus® in Deutschland 2019

Soziale Lage und Grundorientierung



© Sinus 2019

Abbildung 15: SINUS-Milieus in Deutschland 2019 (Quelle: SINUS-Institut)

3.2.2 Quellmarktstrategie

<u>Inlandsquellmärkte</u>

Mit 3.062.482 Übernachtungen im Jahr 2019 (Amtl. Beherbergungsstatistik) nimmt der Anteil von Gästen aus Deutschland mit 95,8 % die überragende Position ein. Eine hauptsächliche Bearbeitung und Mittelverwendung für den Quellmarkt Deutschland bleibt deshalb bestehen. Eine Differenzierung der Quellgebiete innerhalb Deutschlands ist aus der reinen amtlichen Statistik nicht ersichtlich. Mit Blick auf die nach SINUS definierte Hauptzielgruppe lassen sich aber hier konkrete Regionen als Quellgebiete definieren, wo mit einem Bevölkerungsanteil von mehr als 7,5% die Zielgruppe der Liberal-Intellektuellen überproportional groß vertreten sind und dementsprechend Marketingmaßnahmen zielgerichtet platziert werden können. (Abbildung 16)



Verteilung in Deutschland: Sinus-Milieus® in der Microgeographie



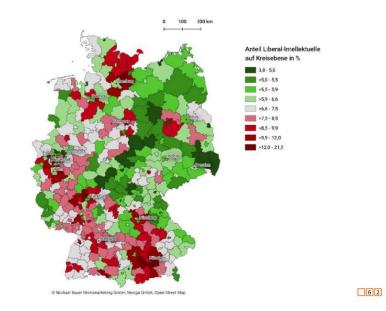


Abbildung 16: Verteilung der Liberal-Intellektuellen in den Regionen (Quelle: SINUS-Institut)

Vor diesem Hintergrund werden für zukünftige Vermarktungsaktivitäten Konzentrationsräume definiert. Der Schwerpunkt liegt dabei ganz klar auf Gebieten in den alten Bundesländern. Dies erklärt sich zum einen in den oben erwähnten Konzentrationen und zum anderen mit der Tatsache, dass besonders in den alten Bundesländern der Bekanntheitsgrad des Erzgebirges als ganzjährig attraktive Reisedestination noch unterrepräsentiert ist. Zukünftig angestrebte Quellgebiete bilden daher beispielsweise die Region Hannover, Nürnberg/Regensburg oder Stuttgart.

In den neuen Bundesländern wird der Großraum Potsdam weiter bedient. Durch die Bekanntheit des Erzgebirges kann hier mit konkreter Produktvermarktung agiert werden. Zukünftig gilt es, die Entwicklung der Verteilung an Liberal-Intellektuellen stets im Blick zu haben und daraus konkrete gezielten Marketingmaßnahmen zu Inlandsquellmärkten abzuleiten.

Ausländische Quellmärkte

Die Grundlage für die Definition ausländischer Zielmärkte bilden zum einen die Zahlen des statistischen Landesamtes zur Einordnung der tatsächlichen Herkunftsstruktur der Gäste. Weiterhin dienen die strategisch definierten Quellgebiete der TMGS sowie die Empfehlungen der DZT und des Vereins UNESCO-Welterbestätten Deutschland e.V. einen wichtigen Indikator zur Festlegung von Potentialdestinationen im Bereich des Auslandsmarketings.



Entsprechend werden als Hauptquellmärkte für das Erzgebirge vorwiegend die Niederlande, Österreich und die Schweiz definiert. Hier sollen in Zukunft die Marketingmaßnahmen durch die Übernahme der SINUS-Profileigenschaften in Ihrer Wirksamkeit weiter auf regionale Quellmärkte heruntergebrochen werden. Als Entwicklungsmärkte werden Tschechien sowie Belgien, Dänemark und Skandinavien betrachtet. Hier wird über konkrete Marketingkooperationen wie zum Beispiel im Stoneman-Netzwerk verstärkt eine Marktwirksamkeit angestrebt. Ziel ist es, als Netzwerkpartner gegenseitige Synergien in der Fernmarkterschließung effektiv zu nutzen.

3.3 Festlegung strategischer Geschäftsfelder

3.3.1 Produktentwicklung auf Basis des Markenversprechens und abgeleiteter Produktprinzipien

Im Zuge des Strategieprozesses vom Wert zum Produkt wurde für die Erlebnisheimat Erzgebirge das Markenversprechen neu definiert.:

"Wir präsentieren die Welterberegion Erzgebirge/Krušnohoři als natürlichen Rückzugsort mit inspirierender Geschichte und Geschichten sowie viel Raum und Zeit für individuelle Entdeckungen und zum Träumen. Das bewusste Leben und Bewahren unserer Wurzeln lässt sich mit allen Sinnen authentisch und ursprünglich erleben."

Auf Basis des Markenversprechens und den Bedürfnissen der Zielgruppe wurden für die weitere strategische Produktentwicklung vier Produktprinzipien definiert. Diese Prinzipien bilden das Gerüst aller weiteren Entwicklungen strategischer Geschäftsfelder. Der Fokus liegt hier in der Umgestaltung bestehender Leitprodukte und der Entwicklung neuer Produktideen.

Die 4 Produktprinzipien lauten:



Das Runterfahr-Prinzip:

Im Erzgebirge nehmen wir uns Zeit und schaffen Freiraum für Individualität und Genuss



Das frische Ursprünglichkeits-Prinzip:

Im Erzgebirge entdecken wir die lebendige Kulturlandschaft mit Leichtigkeit und allen Sinnen.



Das Erzgebirge-Wertigkeits-Prinzip:

Im Erzgebirge stellen wir die Regionalität und das Gleichgewicht von Einwohner und Gast in den Mittelpunkt und schaffen damit Wirtschaftlichkeit für unsere Region.



Das neue Horizonte-Prinzip:

Im Erzgebirge bieten wir inspirierende Geschichten, die hängen bleiben und zum Weitererzählen anregen.

Abbildung 17: Produktprinzipien der Destination Erzgebirge



3.3.2 Entwicklung der Produktlinien

Die bereits definierten Produktlinien werden grundsätzlich beibehalten. Als übergreifendes Querschnittsthema aller Produktlinien dienen die Entwicklungen im UNESCO-Welterbe, welche ebenso die ideale Basis zur Weiterverfolgung des strategischen Dreiklangs der Nachhaltigkeit bilden. Die bestehenden Leitprodukte sollen durch Anpassungen im Bereich Angebotsstruktur und Vertriebsmaßnahmen für die definierte Zielgruppe attraktiviert werden. Mit Ergänzungen der Produktpalette wird die langfristige Positionierung des Erzgebirges gesichert.



Sportlich & Vital in (h)erzreicher Natur



Traditionshandwerk & Weihnachtswunderland



Erlebnis Bergbau & Kulturschätze



Eisenbahnromantik & Oldtimerträume

Abbildung 18: Produktlinien des TVE

Sportlich & Vital in (h)erzreicher Natur

Der weitere konsequente Ausbau der Möglichkeiten als Ganzjahresdestination steht hier im Fokus.

Im Bereich Wandern wird der Qualitätsweg Kammweg Erzgebirge-Vogtland in der Angebotsgestaltung mit der Etablierung von Rund- und Tagestouren weiter attraktiviert. Ergänzend dazu sollen gemeinsam mit den Kommunen bestehende und neue Themenwege nach den Richtlinien zur Zertifizierung des Deutschen Wanderverbandes bewertet und einer Vermarktung zugeführt werden.

Der Themenbereich Fahrrad muss zukünftig in der Angebotsentwicklung und Kommunikation noch stärker segmentiert werden. Hierbei sind die Bereiche MTB, Gravel, Renn- und Trecking-



Rad verstärkt zu betrachten. Die Etablierung und Durchführung von sportlichen Veranstaltungen (Deutsche Meisterschaften, Europameisterschaften) in den Segmenten ist eine wesentliche Voraussetzung für die Inwertsetzung der Region.

Der Ausbau hochwertiger Verleihangebote für Bikes muss in der Region weiter vorangetrieben werden und ist Voraussetzung für eine erfolgreiche Bewerbung der Region in Auslandsquellmärkten.

Für das Leitprodukt Stoneman Miriquidi wird der Ausbau um die Komponenten Kids und Hike geprüft. Für die Blockline als Familienabenteuer-Strecke wird eine professionelle Vermarktung und nachhaltige Angebotsentwicklung durch die gemeinsame Betreibung zwischen TVE, den Anliegerkommunen und den Leistungsträgern aufgebaut.

Ein weiterer Ausbau der Trailangebote für den MTB-Markt ist unverzichtbar. Ergänzend zum Trailcenter Rabenberg sollen in der Fichtelbergregion, im Gebiet rund um Zschopau und im Bereich Altenberg weitere Trailcenter/ bzw. Trailstrecken mit einer Gesamtlänge von ca. 200 km entstehen. Eine entsprechende Verknüpfung der Teilgebiete durch attraktive Verbindungsstrecken ist ergänzend vorzunehmen.

Für den stark wachsenden Gravel-Sektor bietet das Erzgebirge aufgrund der Topografie und der vorhandenen Wegstrukturen (Forstwege, wenig befahrene Straßen) ideale Voraussetzungen. Für die Etablierung des Segmentes sind bereits vorhandene Tourenangebote wie zum Beispiel die Kammtour, die Rundtouren zur Erzgebirgsradmagistrale und Radroute Sächsische Mittelgebirge etc. zu bewerten und zielgruppenspezifisch für die Vermarktung aufzubereiten. Weitere Thementouren (z.B. entlang der Triangulationspunkte durch Sachsen) runden zukünftig das Angebot ab.

Der Rennrad-Bereich wird neben dem Stoneman Miriquidi Road noch um weitere attraktive Mehrtagestouren (2 bis 4 Tage) ergänzt werden. Hier stehen die Verknüpfung mit sportlichen Highlights und den attraktiven Landschaftsbestandteilen des Erzgebirges und der Nachbardestinationen im Vordergrund

Im Bereich der Trekkingtouren gilt es zukünftig, die Radfernwege und Regionalen Hauptradrouten des SachsenNetzRad mit attraktiven POI im Schwerpunkt der Bestandteile und Angebote der Montanregion Erzgebirge in Wert zu setzen.

Erlebnis Bergbau und Kulturschätze

Wesentlicher Schwerpunkt ist hier die Inwertsetzung der UNESCO Welterberegion Erzgebirge/Krušnohoří. Das Welterbe steht dabei stellvertretend als verbindendes Element für das bergbauhistorische Erbe.



Die Ferienstraße Silberstraße als verbindendes grenzüberschreitendes Element bildet die Grundlage für die Bewerbung der einzelnen Welterbebestandteile, der entstehenden Welterbezentren und der assoziierten Objekte. Die Bergstädte mit ihren vielseitigen kulturellen Angeboten in ihren Museen, bei zahlreichen Veranstaltungen und sehenswerten Ausstellungen dienen dabei als Startpunkte für die Entdeckung des Welterbes.

Ebenso verbindend ist der Ansatz, die Region im Rahmen der Nutzung geeigneter Synergien weiter zu stärken. Unter diesem Aspekt streben die Stadt Chemnitz und der Tourismusverband Erzgebirge e.V. in diesem Zusammenhang den Abschluss einer Kooperationsvereinbarung an, um damit die beiden Leuchttürme UNESCO Welterbe Montanregion Erzgebirge und Europäische Kulturhauptstadt 2025 in einer Gästeansprache zu kombinieren. Dies umfasst sowohl gemeinsame Angebotsentwicklungen als auch gemeinsame Kommunikationsmaßnahmen. Dabei werden erste konkrete Projekte wie bspw. der Purple Path aber auch der European Peace Ride, der in einer kleinen Version bereits in 2021 von Chemnitz nach Prag und damit auch durch das Erzgebirge führen wird, Anlass für gemeinsame Aktivitäten sein.

Traditionshandwerk & Weihnachtswunderland

Aufbauend auf den Produktprinzipien werden im Bereich Handwerk folgende Schwerpunkte verstärkt entwickelt:

- Die konkrete Erlebbarkeit von Handwerk durch eigenes Erlernen und Ausprobieren in Kursformen.
- Der Ausbau der Vermarktung von hochwertigen Manufakturen und deren Angeboten auch in Verbünden mit sachsenweiten Projekten.
- Die verstärkte Individualisierung des Handwerkserlebnis durch konkrete Tourenangebote für Wanderer und Radfahrer (Trekkingtouren)
- Für die Weihnachtszeit soll zukünftig der Fokus verstärkt auf kleinere Märkte sowie die Entzerrung der Besucherströme durch Angebote unterhalb der Woche gelegt werden.
 Eine weitere Individualisierung wird durch die Entwicklung von Tourenvorschlägen (Lichterfahrten, Inszenierung von Ortspyramiden und Außenschwibbögen) erreicht.
- Der Ausbau der Angebote an Mettenschichten bildet die Grundlage für effektivere Vertriebsmaßnahmen.

Eisenbahnromantik & Oldtimerträume

Die Bestandteile der Produktlinie werden zukünftig verstärkt mit Angeboten der anderen Produktlinien kombiniert. Konkrete Angebote wie "Bimmelbahn und Lichterglanz" oder inszenierte Themenwege, wie der Erlebnispfad Bimmelbahn werden gemeinsam mit den Kommunen und Leistungsträgern verstärkt weiterentwickelt und vermarktbar gemacht.



3.4 Einsatz der Marketinginstrumente im Marketing-Mix

Die Marketingaktivitäten der Erlebnisheimat Erzgebirge werden auch weiterhin über die verschiedenen Kanäle Onlinemarketing, themenorientierte Printmaterialien sowie die Medienberichterstattung verteilt.

Grundlage für die Bewertung und Durchführung von Maßnahmen sind zukünftig noch verstärkter die Bedürfnisse der Zielgruppe, die Präferenzen dieser in der Mediennutzung, verknüpft mit einem verstärkten Quellmarkttargeting. Für die Evaluierung der Maßnahmen werden diese Parameter fortlaufend dokumentiert und ausgewertet. Die konkrete Planung und Zuordnung der Einzelmaßnahmen erfolgt über die jährlich zu erstellenden Marketingpläne als Grundlage für die effiziente Nutzung von Fördermitteln.

Ein Ausbau der Nutzung der Social-Media-Kanäle Instagram und Pinterest sowie die verstärkte Erstellung und Aufbereitung von Geschichten durch Blogger und Redakteure geht damit ebenso einher wie der verstärkte Mitteleinsatz im Bereich Fotografie und Bewegtbild, da hier besonders vor dem Hintergrund der gestiegenen Anforderungen des Materials hinsichtlich der Verwendung im Open-Source-Bereich aktuell bestehende Defizite im Bestand ausgeglichen werden müssen.

4. Qualitätssicherung

Eine hohe Angebots- und Servicequalität trägt maßgeblich zur Entwicklung einer wettbewerbsfähigen und langfristig erfolgreichen Destination bei. Aus diesem Grund wird dem Thema Qualität im Erzgebirge sowohl in der DMO selbst als auch bei den Leistungsträgern innerhalb der Region ein hoher Stellenwert zugeordnet. Ziel ist, den Qualitätsstandard in der Region noch weiter auszubauen, um die Gästezufriedenheit insgesamt zu steigern. Die Auswahl und Konzentration auf bestimmte Qualitätssiegel erfolgt dabei unter der Beachtung der Empfehlungen des LTV Sachsen.

4.1 im Tourismusverband Erzgebirge e.V.

Als DMO sieht sich der TVE dazu verpflichtet, in Sachen Qualitätsmanagement eine Vorreiterrolle in der Destination einzunehmen, um auch die Leistungsträger authentisch und zielgerichtet für dieses wichtige Themenfeld sensibilisieren zu können.

Dazu nutzt der TVE bereits seit dem Jahr 2008 das Qualitätsmanagementsystem "ServiceQualität Deutschland". Im Rahmen dessen, werden jährlich neue Maßnahmen und Ziele für die interne und externe Qualitätsverbesserung erarbeitet und regelmäßig objektiv überprüft. Im Jahr 2018 gelang dem TVE eine erfolgreiche Rezertifizierung mit dem Siegel in Stufe II. Die Zielsetzung besteht nun insbesondere darin, sich weiterhin mit den hohen und stetig wandelnden Qualitätsanforderungen der Gäste zu befassen und diesen mit passenden Angeboten und Servicestandards



gerecht zu werden. Im stetigen Prozess werden daher Produkte und Angebote reflektiert, neu bewertet und zielgerichtet auf die Kundenerwartungen hin angepasst. Die Inhalte der SQD-Zertifizierung haben sich dafür als wichtige Werkzeuge erwiesen, die auch weiterhin effektiv genutzt werden sollen. In dieser Hinsicht ist im Oktober 2021 eine erneute Rezertifizierung des TVE mit dem Siegel in Stufe II angedacht.

4.2 in der Destination

Auch innerhalb der Region besteht ein hohes Engagement in Sachen Qualität, welches sich anhand der zahlreichen Zertifizierungen und Klassifizierungen nachweisen lässt. Insgesamt 476 Betriebe im gesamten Verbandsgebiet haben sich bereits mithilfe verschiedener Qualitätssysteme, je nach Betriebsart, für ihre Maßnahmen zertifizieren lassen.

Eine hohe Gästezufriedenheit unterstreicht die erfolgreichen Qualitätsbemühungen der erzgebirgischen Gastgeber. So kann sich die Region mit einer Gesamtpunktzahl von 88 von 100 Punkten im TrustScore über ausgezeichnete Leistungen über dem Landesniveau (86 Punkte) freuen (Stand: 12/2020). Um den Qualitätsstandard innerhalb der Destination weiter zu steigern, nutzt der TVE den vom LTV Sachsen zur Verfügung gestellten TrustYou-Sichtzugang. Mithilfe dessen können umfangreiche Auswertungen zur Gästezufriedenheit aufgestellt und für die weitere Qualitätsarbeit genutzt werden. Zukünftig sollen die Ergebnisse noch intensiver in Beratungen und Gespräche mit Leistungsträgern einbezogen werden.

Außerdem werden durch den TVE innerhalb von Schulungen und Workshops wichtige Grundlagen und Kenntnisse vermittelt, um das Qualitätsbewusstsein in der Region weiter zu schärfen. Auch im Rahmen von Arbeitsgruppentreffen, Netzwerkveranstaltungen oder Einzelgesprächen wird umfassend über die verschiedenen Zertifizierungsmöglichkeiten informiert und berichtet. Das zukünftige Ziel besteht insbesondere darin, noch mehr Akteure aus der Region für eine aktive Qualitätsarbeit zu begeistern und den Mehrwert auch in Bezug auf die Gästezufriedenheit und Kundenbindung aufzuzeigen. Damit einhergehend soll zudem die Sensibilisierung der Leistungsträger für das Thema Nachhaltigkeit erfolgen. Im Rahmen der mittelfristig angestrebten Zertifizierung des Erzgebirges zum nachhaltigen Reiseziel wird sich der TVE auch mit Nachhaltigkeitszertifizierungen für lokale touristische Akteure beschäftigen und diese gezielter in seine Beratungen und Konferenzen einbinden.

Insgesamt betrachtet, soll das Erzgebirge langfristig als bedeutende Mittelgebirgsregion führend im Bereich der Angebots- und Servicequalität aufgestellt werden.





Abbildung 19: Quantitative Erfassung der Qualitätsbetriebe im Erzgebirge

5. Businessplan & Monitoring-System

Zur zielgerichteten Evaluierung von Maßnahmen und Projekten sowie zur effektiven Ableitung von Handlungsfeldern nutzt der TVE verschiedene Monitoring-Elemente.

Neben den bereits aufgeführten Marktforschungsinstrumenten wird dabei besonders auf die Ergebnisse der Qualitätskriterienberechnung lt. Tourismusstrategie 2025 zurückgegriffen. Das Erzgebirge teilt sich dabei im Vergleich der Qualitätsmaßnahmen den 4. Platz gemeinsam mit der Destination Dresden-Elbland mit drei von insgesamt sechs zu erreichenden Punkten (Anlage 4). Vergleicht man die Ergebnisse der Bezugsjahre 2016 und 2018 lässt sich ein prozentualer Zuwachs in allen drei Qualitätsebenen erkennen. An diesen Erfolg soll in der Destinationsausrichtung bis 2025 weiter angeknüpft werden. Mithilfe der klaren Ausrichtung der Destination zu einer Qualitätsregion gilt es, die Leistungsträger zukünftig in persönlichen Gesprächen, Netzwerkveranstaltungen und Weiterbildungen noch aktiver für Qualitätsinitiativen zu sensibilisieren und so die Gästezufriedenheit und die damit verbundene Wettbewerbsfähigkeit der Region langfristig zu stärken. Der Fokus liegt dabei insbesondere in der gezielten Einbindung des TrustYou-Monitorings zur Ist-Analyse, der weiterführenden Betreuung von klassifizierten Betrieben bei der Content-Pflege sowie der Akquise von neuen Zertifizierungsinteressenten.



Eine konsequente Verfolgung unserer mittel – und langfristigen Ziele erfordert einen noch stärkeren Fokus auf Controlling. Grundlage dafür bildet der Wirtschaftsplan, welcher durch den Vorstand beschlossen und zur jährlichen Mitgliederversammlung umfassend erläutert wird.

Die Projektplanung, die vierteljährlichen Forecasts (SOLL-IST-Vergleich) sowie der Blick in die Liquiditätsplanung gehören zu unserem Standard. Die Erfolgskontrolle im Marketing mit den bereits genannten Instrumenten, sowie die ständige Kontrolle der Wirtschaftszahlen, wird in den Vorstandssitzungen gespiegelt und notwendige Maßnahmen abgeleitet. Diese werden wiederrum in das Team gegeben, um sie zeitnah und effizient wirken zu lassen.

Alle finanziellen Vorgänge werden bei uns im eigenem Buchhaltungssystem "Comet FI" elektronisch erfasst. Es wird jährlich eine Bilanz durch einen erfahrenen Steuerberater erstellt. Zusätzlich wird die Prüfung des Jahresabschlusses durch einen unabhängigen Wirtschaftsprüfer in Auftrag gegeben. Somit kann allen Mitgliedern jährlich die wirtschaftliche Situation des TVE transparent und rechtssicher dargestellt werden. Damit ist die Entlastung von Vorstand und Geschäftsführung für die Mitglieder auch ohne betriebswirtschaftliches Hintergrundwissen problemlos möglich.

Erfreulich ist, dass es dem TVE in den letzten beiden Wirtschaftsjahren (2019/2020) durch die Anwendung der vorgestellten Maßnahmen gelungen ist, die Rücklagen wieder zu aufzufüllen. Mittelfristig besteht hier die Herausforderung eine weitgehende wirtschaftliche Stabilität für den TVE zu erreichen. Grundstein für dies Stabilität ist der Ausbau der Einnahmen, über die weitere erfolgreiche Entwicklung eigener wirtschaftliche Tätigkeit sowie die Ergänzung durch öffentliche Mittel.

Quellen- & Anlagenverzeichnis

Quellenverzeichnis

Sächs. Staatsministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr: Tourismusstrategie Sachsen 2025

Studienreihe Destination Brand 2020 der Unternehmen "inspektour (international) GmbH / DITF der FH Westküste, 2020"

Trendbriefing Aktivtourismus Absolut GPS 2021

Qualitätsreport Sachsen, LTV Sachsen 2020

Wirtschaftsfaktor Tourismus Sachsen, dwif, 2020 durch den LTV Sachsen

Daten & Erhebungen des Statistischen Landesamtes des Freistaates Sachsen

Destinationssteckbrief des Landestourismusverbandes Sachsen e.V. 2020

Tourismusstrategie Sachsen 2025

<u>Anlagenverzeichnis</u>

Anlage 1	Inhaltliche Zielstellungen des TVE für die Erarbeitung der neuen LES zur Förderung der touristischen Weiterentwicklung der LEADER- Regionen
Anlage 2	Organigramm des TVE
Anlage 3	Übersicht über die Mitgliedschaft und Gremientätigkeit des TVE
Anlage 4	Qualitätskriterienberechnung lt. Tourismusstrategie Sachsen 2025 für das Bezugsjahr 2018
Anlage 5	Überblick Wirtschaftsfaktor Tourismus im Erzgebirge

Inhaltliche Zielstellungen des TVE für die Erarbeitung der neuen LES zur Förderung der touristischen Weiterentwicklung der LEADER- Regionen

Sportlich & Vital in (h)erzreicher Natur:

Kammweg:

- Ausbau/Sanierung d. Angebots an Rastplätzen/Schutzh./Bänken/Wegesystem/-zustand Wandern:
- Qualitätsverb. Wanderwege (Verknüpf./ Ausschilderung/ Hinweistafeln/ Wegezustand)
- Neubau/Ausbau: Rast-Wanderparkplätze/ Schutzhütten/Bänke
- Zertifizierung Qualitätswanderweg nach DWV
- Neuanlage/ Überarbeitung/ Neugestaltung Naturlehrpfade
- Neuanlage/ Überarbeitung/ Neugestaltung Themenwanderwege
- Kommunal übergreifende Wanderwegekonzepte
- Schaffung familienfreundlicher Erlebnis- und Themenwanderwege
- Nutzung digitaler Systeme zur Erfassung und Pflege von Wegeinfrastruktur
- Zentrale Schulungen für Wanderführer & Wanderwegewarte

Rad & Mountainbike:

- Qualitätsverb. Radwege (Verknüpfung/ Ausschilderung/ Hinweistafeln/ Wegezustand)
- Neubau / Lückenschluss / Instandsetzung / Ausschilderung Rad / MTB Wege
- Ständer für Rad / MTB und Einstellmöglichkeiten
- Neubau E-Bike Ladestationen
- Neuentwicklung innovativer Rad- & MTB Angebote/ Strecken
- Konzeption & Installation von Bikeparks und Skills-Parks (besonders im urbanen Raum)
- Installation & fortlaufendes Monitoring von Zählstellen für Fuß und Radverkehr an bestehenden und neu zu entwickelnden Strecken (Besucherzählung und -lenkung)
- Konzept & Sanierung v. Liftanlagen zur Ganzjahresnutzung (f. Räder, Roller, Barrierearm)
- Schaffung v. Raderlebnis- und Familienangeboten
- Kommunal übergreifende Radwegekonzepte
- Neubau / Ausbau / Lückenschluss / Ausschilderung Flusstalradwege

Vital / Gesund / Kulinarik:

- Neubau & Wandl. vorh. Angebote in innovative Angebote im Kur- und Wellnessbereich
- Investitionen im Thermalbäder- und Kurbereich zur Erhöhung Service & Qualität
- Neubau / Erneuerung Terrainkurwege-System

Erlebnis Bergbau- und Kulturschätze:

- Rekonstruktion & Ausbau v. bergbaulichen/ technischen/ kulturellen/ kirchlichen & sakralen Elementen, Gedenksteinen, Postmeilensäulen & historischen Wegemarkierungen zur Verbesserung Erlebbarkeit / Service und Qualität
- Förderung v. Übersetzungskosten im Print- & Digitalbereich in Englisch und Tschechisch
- Entw./ Ankauf von Hardware/ Umsetzung mehrsprach. Audioguides f. Welterbe Objekte
- Überarbeitung und Herstellung der Mehrsprachigkeit von bestehenden APP- Lösungen
- Ausbau/ Qualitätsverbesserung der Angebote v. Besucherbergwerken / Anlagen ober- & untertägig
- Neuanlage & Qualitätsverbesserung Bergbauerlebnispfade (Verknüpfung / Ausschilderung / Hinweistafeln / Wegezustand)
- Zentrale Schulungen / Fortbildungen für Gästeführer
- Bergbauliche & kulturelle Veranstaltungen v. Vereinen mit thematischem Bezug zum Welterbe

- Neubau / Erneuerung Anlagen im Kurpark
- Investitionen in die Spezialisierung v. Beherbergungseinr. im Bereich Vitalität/Wellness
- Konzept & Sanierung v. Liftanlagen zur Ganzjahresnutzung (Räder, Roller, barrierearm)
- Unterst. d. Ausbaus region. Verarbeitungs- & Vertriebsnetze für region. Produzenten
- Entwicklung familienfreundlicher (Mitmach)- Angebote
- Investitionen in Kochstudios (region. Küche) für Reisegruppen/ Kleingruppen/ Familien
- zentrale erzgebirgsweite öffentliche Messe/ Schau für erzgeb. Anbieter regionaler Produkte mit Kontaktbörse für Hotel & Gastronomie
- Förderung v. Kooperationen zwischen Hotellerie/Gastronomie und regionalen Erzeugern

Traditionshandwerk und Weihnachtswunderland:

- Neubau/ Erneuerung/ Erweiterung v. Schauwerkstätten & Mitmach-Angeboten
- Install. v. Themenwanderwegen/Erlebnispfaden m. Stationen Schauwerkst./Mitmachang.
- Aufstellung v. Schautafeln zum trad. Handwerk (Schnitzen/ Reifendrehen, etc.)
- Schaffung v. Werkstatt-Ausbildungsplätzen für die Erhaltung der erzg. Handwerkskunst
- Entwicklung familienfreundlicher (Mitmach-)Angebote
- Familienangebotsflyer zu trad. Handwerk mit Bastelbogen für Kinder (mit TVE)

Eisenbahnromantik und Oldtimerträume:

- Bahnstationen von Schmalspur-/ Nostalgiebahnen: Aktualisierung/ Ergänzung der Beschilderung und Errichtung von Informationstafeln + Warte-/Sitzgelegenheiten
- Ausbau/ Ausschilderung/ Informationstafeln von bahnstreckenbegleitenden Wanderund Radwegeangeboten
- Investitionen in tour. Infrastruktur in den Bahnen & an den Bahnstrecken/BHF/Haltep.
- Entwicklung familienfreundlicher (Mitfahr-)Angebote

Touristische Infrastruktur insgesamt:

- Neubau/Umgestaltung/Ausbau von Themenspielplätzen in Städten/ Gemeinden/ Hotels/ Pensionen/ Restaurants/ Freizeiteinrichtungen
- Erweiterung/Verbesserung der Angebote/ Ausstattung in Qualität & Service in Hotels / Pensionen/ FeWo/ FH/Freizeiteinrichtungen (Standard DEHOGA/ DTV)
- Investitionen in Spezialisierungen & zielgruppenorientierte Umstrukturierung von Beherbergungseinrichtungen (z. B. familienfreundlich / landtouristisch / barrierefrei)
- Aktualisierung vorhandener touristischer Websites für Städte / Orte / kommun. Freizeiteinrichtungen
- Neubau innovativer touristischer Freizeit- und Sportangebote
- Erneuerung / Ausbau der Infrastrukturangebote in Qualität/ Service in Hotels / Pensionen / Restaurants / FEWO / FH / Freizeiteinrichtungen
- Neubau/Erneuerung/ Ausbau von barrierefreien Angeboten in Qualität/ Service in Hotels / Pensionen / Restaurants / FEWO / FH / Freizeiteinrichtungen
- Neubau E-Ladestationen für PKW
- Erneuerung/ Erweiterung der Infrastruktur (verb. Qualität / Service) in öffentlichen Badeeinrichtungen (Freibad Becken / Seen) + kommun. Hallenbädern
- Zugang und Pflege eines Outdooractive-Zugangs (TVE) für Touren, Ausflugsziele und Veranstaltungen der Region
- touristische Entwicklungskonzepte (Kommunen)
- kommunale Mitwirkung an Gästekarte ERZGEBIRGE

Anlage 2

Organigramm des TVE

Geschäftsleitung

Kleine

► Außen-/

Teambesprechungen

Innenmarketing

➤ Außenmarketing/

Innenmarketing

Produktmanagement

► Produktmanagement/

Destinationsmanagement



Verwaltung | Internes

Controlling, Personal, Buchhaltung / Rechnungswesen, Vertragswesen, Logistik / Fuhrpark, Technik / Systemadministration

Außenmark

Hauptaufgaben:

Markenführung und Vermarktung der Destination nach außen

Ziele:

Bekanntheit erhöhen, Imageaufbau, Gästezahlen/Buchungen erhöhen

Verantwortlich: Ronny Schwarz

Kommunikation/Öffentlichkeitsarbeit

Strategie / Maßnahmenplanung Umsetzung:

- ✔ Online-Marketing und Social Media (Kampagnen / Themen, Text, Bild, Pflege ...)
- ✔ Pressearbeit (PM, Journalistenbetreuung, Pressereisen, Themenentwicklung, Inhalte Mediaserver...)
- ✓ Messen und Veranstaltungen
- ✓ Vergabe Printmedien / Agenturbetreuung
- ✔ Redaktion Urlaubsmagazin

Vertrieb

- ✔ Buchungsservice CRM (Gäste)
- ✔ Onlineshop
- ✔ Betreuung Reiseveranstalter etc.
- ✓ Marktforschung ✓ Informationsservice und Prospektanfragen
- ✓ Erzgebirgscard - Technik
- · Betreuung Leistungsträger
- · Außenmarketing

Produktmanag Hauptaufgaben: Produktentwicklung und Qualitätsmanagement

Ziele:

Qualitätssicherung und Innovation bei Produkten / Angeboten / Produktentwicklung

Verantwortlich: Karsten Gräning

Produktentwicklung

- ✔ Konzeptionelle Vorschläge f

 ür Produkte / Angebote in Zusammenarbeit mit Vertrieb (Nachfrageseite: Auswertung Mafo, Anfragen;
- Angebotsseite: Abfrage LT, Analyse Wettbewerber) ✓ (Weiter-)Entwicklung von Produkten und Angeboten in Zusammenarbeit mit den LT und in Abstimmung
- mit Behörden / Sachsenforst etc. ✓ Erarbeitung von Inhalten / Empfehlungen
- für Kommunikation und Vertrieb ✓ themen- und produktbezogene Gremienarbeit

Qualitätssicherung

- ✓ Zertifizierungen (DTV, Dehoga, weitere?)
- ✔ Andere Aufgaben Qualitätsmanagement noch genauer definieren?
- ✔ Beschwerdemanagement



Kleine

► Außen-/

Teambesprechungen

Innenmarketing

► Außenmarketing /

Innenmarketing

Produktmanagement

► Produktmanagement /

Interessen der Mitglieder vertreten, Vermetzung und Innovationsprozesse initiieren, Akzeptanz für die / Beteiligung an den Maßnahmen im Außenmarketing sichersteller

Verantwortlich: Inse Hanisch-Lunaschko

Mitgliederbetreuung & Service

- ✔ Ansprechpartner f
 ür / Information der Kommunen und Leistungstr
 äger
- ✔ Wissenstransfer / Innovation / Profi-Seminare ✓ Serviceangebote (Checks usw.)
- ✓ Beteiligung an Marketingmaβnahmen (Themen / Projektfond!)
- ✓ CRM (Mitglieder)

Interessenvertretung

- ✔ Lobbyarbeit
- ✓ Vertretung in Gremien

Interne Kommunikation

- ✓ Strategie (wie werden Themen kommuniziert,
- welche Kanale / Inhalte)
- ✓ Umsetzung: Newsletter, Tourismustag, Kooperationsbroschüre, Geschäftsbericht...)
- ✔ Fokusgruppe: TVE 2020

Übersicht über die Mitgliedschaft und Gremientätigkeit des TVE

Annaberger Land, Westerzgebirge, Zwönitzal-Grei-

fensteine, Mittleres Flöha- und Zschopautal, Silbernes Erzgebirge, Tor zum Erzgebirge-Vision 2020

Der TVE ist in folgenden Vereinen und Or-Der TVE fungiert als Interessensvertretung ganisationen Mitglied oder Gesellschafter: in folgenden Arbeitsgruppen, Ausschüssen und Gremien: Marketingbeirat TMGS Landestourismusverband Sachsen e.V., Dresden FG Kultur, Tourismus, Naherholung der Euroregion Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH, Elbe / Labe Nutzerbeirat Deskline TMGS Förderverein Montanregion Erzgebirge e.V., Freiberg AG Tourismus und Fremdenverkehr der Euroregion Bundesverband Deutsche Mittelgebirge e.V, Frei-Egrensis burg Ausschuss Hotelklassifizierung des DEHOGA Erzgebirgsverein e.V., Schneeberg AG Wirtschaft / Tourismus der Euroregion Erzge-Sächsischer Landesverband der Bergmanns-, Hüttenbirge und Knappenvereine e. V., Freiberg Fachausschuss Qualität, Bildung & Innovation LTV Landschaf(f)t Zukunft e. V., Pirna Fachausschuss Tourismuspolitik LTV Gottfried-Silbermann-Gesellschaft e. V., Freiberg AG Aktiv TMGS Grüne Schule grenzenlos e. V., Mulda AG Winter TMGS Zwönitztal-Greifensteinregion e. V., Zwönitz Hauptausschuss Deutsches Jugendherbergswerk, Verein zur Entwicklung der Region Annaberger Land Landesverband Sachsen e. V. e. V., Mildenau DJH, Regionalgruppe Erzgebirge Zukunft Westerzgebirge e. V., Bockau DTV-Fachausschuss Qualitätsinitiativen im Touris-Verein zur Entwicklung der Erzgebirgsregion Flöhamus und Zschopautal e. V., Oederan Koordinierungskreise der sechs LEADER-Regionen: Landschaf(f)t Zukunft e. V., Regionalmanagement

- Tor zum Erzgebirge Vision 2020, Lugau
- Top Trails of Germany e. V., Füssen

"Silbernes Erzgebirge", Freiberg

DHJ Landesverband Sachsen e. V.

Qualitätskriterienberechnung lt. Tourismusstrategie Sachsen 2025 für das Bezugsjahr 2018





Region	DEHOGA- Klassifizierung (max. 2)	ServiceQ und iMarke (max. 2)	TrustScore (max. 2)	Gesamtpunkte (max. 6)
Chemnitz-Zwickau	0	0		1 Punkt
Dresden-Elbland	•	0	• •	3 Punkte
Erzgebirge	0		• •	3 Punkte
Leipzig Region	0	0	•	2 Punkte
Oberlausitz	0	• •	• •	4 Punkte
Sächsische Schweiz	•	• •	• •	5 Punkte
Vogtland (SN + TH)	• •	0	• •	4 Punkte
Gesamt	4 Punkte	5 Punkte	12 Punkte	21 Punkte

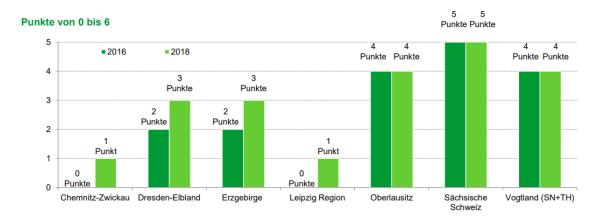
Im Vogtland veränderter Gebietszuschnitt im Vergleich zu 2016, die Stadt Schleiz ist zum Verbandsgebiet hinzu gekommen

Quelle: dwif 2020. Daten: Zulieferung LTV Sachsen



Gesamtergebnis 2016 und 2018 im Vergleich





Im Vogtland veränderter Gebietszuschnitt im Vergleich zu 2016, die Stadt Schleiz ist zum Verbandsgebiet hinzu gekommen

Quelle: dwif 2020, Daten: Zulieferung LTV Sachsen

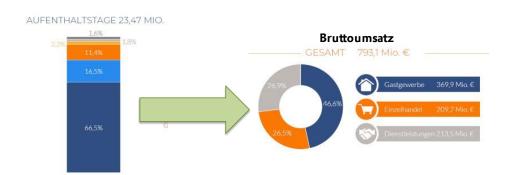
Überblick Wirtschaftsfaktor Tourismus im Erzgebirge

Ausgewählte Darstellungen aus: "Wirtschaftsfaktor Tourismus für die Region Erzgebirge 2018", dwif 2020

Wirtschaftliche Kennzahlen im Tourismus



Quelle: WIRTSCHAFTSFAKTOR TOURISMUS FÜR DIE REGION ERZGEBIRGE 2018, dwif 2020





Wirtschaftliche Kennzahlen im Tourismus



Quelle: WIRTSCHAFTSFAKTOR TOURISMUS FÜR DIE REGION ERZGEBIRGE 2018, dwif 2020





