

## Tourismusstrategie 2020 – Sachstand und Perspektive



## Rückblick

1998 legte das SMWA zum ersten Mal die „Grundzüge der sächsischen Tourismuspolitik“ vor, 2004 folgte eine Fortschreibung. Seitdem hat sich der Tourismus im Freistaat sehr positiv entwickelt und sich als wichtiger Wirtschaftsfaktor etabliert.

Angesichts neuer Herausforderungen, wie dem zunehmenden Wettbewerbsdruck und neuer Anforderungen für die Finanzierung des Tourismus, hat sich das SMWA zu einer Überprüfung der 2004 aufgestellten Ziele und Maßnahmen entschieden.



## Ein eigenes Produkt

Im Unterschied zur Vorgängerstrategie „Fortschreibung der Grundzüge sächsischer Tourismuspolitik“ aus dem Jahr 2004 wurde die Erarbeitung der „Tourismusstrategie für den Freistaat Sachsen bis 2020“ nicht extern vergeben.

## Ein offenes Verfahren

Mit ersten Vorarbeiten begann das Tourismusreferat Ende 2009.

Der erste Entwurf wurde am 11. Juni 2010 einem großen Fachpublikum präsentiert.

Damals noch mit einem mittelfristigen Zeithorizont bis 2016.

Die Stellungnahmen wurden, abweichend vom ursprünglichen Zeitplan, über ein Jahr lang diskutiert.

## Chronologie des Dialogs

Im Herbst 2010 wurde die breite Beteiligung von Tourismusakteuren aus Verbänden, IHK und Landtag vereinbart.

In insgesamt neun Arbeitsgruppensitzungen im ersten Halbjahr 2011 wurde über die Kernpassagen diskutiert.

Auf dieser Basis wurde der Entwurfstext am 25. August 2011 fertiggestellt und am 7. September 2011 den Ressorts zur Kenntnis gebracht.

Parallel wurden auch die Fachpolitiker der Koalitionsfraktionen in einer gemeinsamen Arbeitskreissitzung am 8. September darüber informiert.

**Die Tourismusstrategie liegt nunmehr als Kabinettsvorlage vor.**

## Beschränkung auf das Wesentliche

Die Tourismusstrategie wurde bewusst knapp gehalten, mit Beschränkung auf die wesentlichen Eckpunkte und von der Staatsregierung beeinflussbaren Handlungsfelder und Maßnahmen.

Kern der Tourismusstrategie ist die Bildung wettbewerbsfähiger Destinationen.

## Zentrale Handlungsfelder

Mit der vorliegenden Tourismusstrategie konzentriert sich die Staatsregierung auf **fünf zentrale Handlungsfelder** und fokussiert die wichtigsten Herausforderungen für den Sachsen-Tourismus bis 2020. Die Umsetzung der definierten Ziele und Maßnahmen erfolgt ab 2011 unter Federführung des SMWA.

**Die erfolgreiche Umsetzung kann jedoch keine Aufgabe Einzelner sein.**

Daher sind wichtige Partner im Rahmen der Maßnahmen benannt.



**Handlungsfeld 1:** Wettbewerbsfähigkeit der Tourismuswirtschaft

**Handlungsfeld 2:** Wettbewerbsfähigkeit der Destinationen und Aufgabenteilung

**Handlungsfeld 3:** Stärkung der Leistungsfähigkeit der touristischen Infrastruktur in den Destinationen

**Handlungsfeld 4:** Tourismusmarketing

**Handlungsfeld 5:** Tourismusförderung

## Handlungsfeld 2: Wettbewerbsfähige Destinationen

Wettbewerbsfähige Destinationen stärken die sächsische Tourismuswirtschaft. Bis 2020 sollen die „**Destinationsmanagementorganisationen**“ (DMO) in Sachsen auf Basis verschiedener Zielgrößen (Destinationskriterien) ihre Reisegebiete zu wirtschaftlich tragfähigen und damit wettbewerbsfähigen Destinationen entwickeln.

## 8 Kriterien für eine wettbewerbsfähige Destination

- |   |                         |
|---|-------------------------|
| 1. Übernachtungen p.a. (inkl. Camping, ohne grauen Beherbergungsmarkt) in der Destination                                   | > 1,5 Mio               |
| 2. Anzahl vorhandener Betten p.a. in der Destination  | > 15.000                |
| 3. Vollzeitäquivalente mit Studium oder adäquater Berufserfahrung in der DMO  | mindestens 5            |
| 4. Anzahl Qualitätsbetriebe mit DEHOGA-Klassifizierung  |                         |
| - in den ländlichen Destinationen   | > 15%                   |
| - in den Großstadtdestinationen   | > 45%                   |
| 5. Anzahl Qualitätsbetriebe mit ServiceQ-Zertifikat in der Destination  | > 3%                    |
| 6. <b>Gesamtbudget der DMO</b>  | <b>&gt; 1,5 Mio EUR</b> |
| 7. Anteil Marketingetat der DMO (ohne Personalausgaben) am Gesamtbudget   | > 40%                   |
| 8. <b>Anteil eigenerwirtschafteter Mittel der DMO am Gesamtbudget</b><br>inkl. Fremdenverkehrsabgabe und Mitgliedsbeiträgen | <b>&gt; 50%</b>         |

Die Bildung grenzüberschreitender Destinationen wird befürwortet und unterstützt.

## Perspektive

Die vorliegende Tourismusstrategie setzt bewusst den Akzent auf diejenigen Herausforderungen, denen sich die Akteure des öffentlichen Tourismus in Sachsen stellen müssen, wenn sie ihre Arbeit erfolgreich weitergestalten wollen.

Sie thematisiert dabei diejenigen Stellschrauben, bei denen die Staatsregierung Einwirkungsmöglichkeiten hat.

Dies sind vor allem die **Unterstützung der Entwicklung zukunftsfähiger Organisationsstrukturen und deren Finanzierung**, die Schaffung von Rahmenbedingungen für ein kundenorientiertes Marketing sowie die erforderliche Anpassung der Förderpolitik des Freistaates.

**Der Zeithorizont für die Umsetzung der definierten Maßnahmen ist das Jahr 2020.**

Das SMWA wird diesen Prozess federführend moderieren.

Für die Erreichung der Ziele ist aber darüber hinaus die Beteiligung aller wichtigen Partner notwendig.

Die Strategie wird nach der Beschlussfassung im Kabinett im Internet veröffentlicht.



*Vielen Dank für die Aufmerksamkeit.*