



dwif
WEGWEISEND IM TOURISMUS

Endbericht

PERSPEKTIVEN FÜR DIE WEITERENTWICKLUNG DER TOURISTISCHEN REGIONEN IM LANDKREIS GÖRLITZ



PERSPEKTIVEN FÜR DIE WEITERENTWICKLUNG DER TOURISTISCHEN REGIONEN IM LANDKREIS GÖRLITZ

ENDBERICHT

Ihre Ansprechpartner*innen



MICHAEL DECKERT

Senior Consultant
m.deckert@dwif.de
Tel. +49(0)30 / 757 94 9-
21



ANJA SCHRÖDER

Senior Consultant
a.schroeder@dwif.de
Tel. +49(0)30 / 757 94 9-
31



FRANZISKA SCHOLLER

Junior Consultant
f.scholler@dwif.de
Tel. +49(0)89 / 237 028 9-
27

dwif-Consulting GmbH
Marienstr. 19/20, 10117 Berlin
Sonnenstr. 27, 80331 München
www.dwif.de

Berlin/München, den 20. Dezember 2024

INHALT

I.	AUSGANGSSITUATION & AUFGABENSTELLUNG.....	- 4 -
II.	STATUS QUO, ENTWICKLUNGEN & EVALUATION	- 6 -
	1. Angebot und Nachfrage.....	- 6 -
	2. Qualität und Gästezufriedenheit.....	- 8 -
	3. Arbeitsmarkt Tourismus.....	- 10 -
	4. Tourismusakzeptanz und Gastfreundschaft.....	- 11 -
	5. Zusammenarbeit und Vernetzung.....	- 13 -
	6. Bewertung der bisherigen strategischen Festlegungen.....	- 14 -
	7. Trends und Potenziale für die Tourismusedwicklung.....	- 16 -
	8. Kernerkenntnisse	- 23 -
III.	STRATEGIE FÜR DIE TOURISMUSEDWICKLUNG	- 24 -
	1. Touristische Leitidee.....	- 24 -
	2. Themenschwerpunkte und Angebote.....	- 24 -
	3. Zielgruppen	- 30 -
	4. Zukunftsthemen und Handlungsfelder	- 31 -
	4.1 Angebots- & Qualitätssicherung.....	- 32 -
	4.2 Digitalisierung.....	- 34 -
	4.3 Arbeits- & Fachkräftesicherung.....	- 35 -
	4.4 Organisation & Zusammenarbeit.....	- 36 -
	4.5 Nachhaltigkeit.....	- 37 -
	4.6 Tourismusbewusstsein & Gastfreundschaft.....	- 38 -

INTERNER GEBRAUCH UND BILDQUELLEN

Zur Veranschaulichung von guten Beispielen und Vorbildern werden im Bericht Fotos und Abbildungen verwendet, für die dem dwif keine Rechte zur allgemeinen Veröffentlichung vorliegen. Deshalb ist dieser Teil des Berichts ausdrücklich nur für den internen Gebrauch bestimmt. Mit Ausnahme der Fotos und Abbildungen, für die der Auftraggebende selbst oder das dwif über Bildrechte verfügen, dürfen diese nicht weitergegeben oder öffentlich publiziert werden. Die Fundstellen im Internet sind jeweils unter den Fotos und Abbildungen im Bericht vermerkt.,

I. AUSGANGSSITUATION & AUFGABENSTELLUNG

Strategische Grundlage für die Tourismusentwicklung

Gesellschaftliche und branchenspezifische Veränderungen, Wettbewerbs- und Professionalisierungsdruck stellen touristische Regionen und Leistungsträger*innen vor neue **Herausforderungen**. Zur zukunftsfähigen Gestaltung des Tourismus ist daher eine **strategische Grundlage** gefragt, die sowohl aktuelle Entwicklungen als auch destinationsspezifische Potenziale und Herausforderungen berücksichtigt.

In diesem Sinne legten die touristischen Regionen im Landkreis Görlitz Anfang 2015 ihre **erste Tourismuskonzeption** vor. Diese identifizierte die zentralen Stärken und Schwächen und formulierte erstmals die **strategische Ausrichtung** für eine zielorientierte Weiterentwicklung des Tourismus. Dazu zählten insbesondere die Formulierung einer touristischen Leitidee sowie die Definition von Zielgruppen, thematischen Schwerpunkten und Premiumangeboten. Mit Zielen, Handlungsfeldern und Maßnahmen schuf die Konzeption die Arbeitsgrundlage für eine zielgerichtete Umsetzung.

Knapp vier Jahre später wurde im Sinne eines **Zwischenstandes** eine **Bilanz** gezogen, um den Stand der Umsetzung und die bisher erreichten Ergebnisse zu bewerten. In dieser **Evaluation** wurde deutlich: Die Konzeption war ein **Meilenstein für die Tourismusentwicklung** im Landkreis Görlitz. Bestätigt wurden die Bedeutung, der Ansatz und der Umsetzungserfolg dieser strategischen Grundlage durch die **Zufriedenheit** der Gäste und der touristischen Akteur*innen sowie die **dynamische Entwicklung** der Nachfrage. Es galt, die gemeinsame strategische Ausrichtung fortzuführen und die Fokussierung auszubauen. Gleichzeitig sollte die Arbeit nach innen ausgedehnt werden, um die touristische Basis stärker mitzunehmen, die Strukturen und das Wir-Gefühl zu stärken. Der insgesamt gute Umsetzungsstand der Tourismuskonzeption sollte weiter vorangetrieben werden.¹

Dynamisches Umfeld: Neue Herausforderungen für den Tourismus

Bereits die Evaluation verwies auf die Bedeutung von **gesellschaftlichen und touristischen Trends** für die Tourismusentwicklung. Seitdem haben sich die Rahmenbedingungen teilweise rasant verändert. Dazu zählen insbesondere **Marktveränderungen** im Kontext der Pandemie, das **Buchungs- und Reiseverhalten** unterliegt einem starken Wandel. Zu den Herausforderungen gehören darüber hinaus die anhaltenden **Transformationsprozesse durch Digitalisierung, Klimawandel und Nachhaltigkeit**. Geopolitische Entwicklungen, Kriege und Krisen wirken sich ebenso auf den Tourismus aus wie der Mangel an Arbeits- und Fachkräften, Inflation und Konsumzurückhaltung sowie weitere gesellschaftliche und branchenspezifische (Mega-)Trends und Entwicklungen. Kurzum: Das Umfeld für die zielgerichtete und erfolgreiche Tourismusentwicklung ist deutlich anspruchsvoller als 2019.

¹ Evaluationsbericht der Tourismuskonzeption für die touristischen Regionen des Landkreises Görlitz (dwif 2019)

Zudem sind auch wegweisende **übergeordnete Tourismusstrategien** wie der Masterplan Tourismus Sachsen 2025 und die Destinationsstrategie Oberlausitz neu aufgelegt worden.

Daher war es an der Zeit, die strategische Grundlage für die weitere Tourismusedwicklung in den touristischen Regionen im Landkreis Görlitz zu aktualisieren und an die **neuen Rahmenbedingungen** anzupassen. In diesen Prozess zur Erarbeitung einer aktualisierten strategischen Perspektive wurden neben der Auswertung statistischer Daten und vorliegender Konzepte insbesondere die Akteur*innen durch verschiedene Beteiligungsformate, darunter eine breit angelegte Online-Befragung, Fachgespräche und ein Workshop, intensiv einbezogen. Begleitet wurde das Projekt durch eine Lenkungsgruppe aus Vertreter*innen des Landkreises, der touristischen Regionen sowie der Oberlausitz.

II. STATUS QUO, ENTWICKLUNGEN & EVALUATION

1. Angebot und Nachfrage

Im Jahr 2023² gab es 206 gewerbliche **Beherbergungsbetriebe** im Landkreis Görlitz, die insgesamt 14.519 **Schlafgelegenheiten** anboten. Während die Zahl der Betriebe gegenüber 2018 um 2,8 % zurückgegangen ist, gab es bei den Schlafgelegenheiten einen Ausbau um 6,7 %. Dieser resultiert größtenteils aus einem Zuwachs der Schlafgelegenheiten in der Stadt Görlitz sowie in den Gemeinden im Lausitzer Seenland. In Sachsen (+2,3 %) und in der Oberlausitz³ (+3,5 %) fiel der Kapazitätsausbau gegenüber 2018 geringer aus.

Die Hotellerie im Landkreis Görlitz profitierte jedoch nicht vom Ausbau der Kapazitäten. Hier ging die Bettenzahl gegenüber 2018 um 5,3 % zurück. Die **Bettenauslastung** (ohne Camping) lag 2023 bei 34,3 % und damit 0,9 Prozentpunkte über der des Jahres 2018. Die Nachfrage hat somit mit dem Ausbau des Bettenangebots Schritt gehalten. In Sachsen ging sie im gleichen Zeitraum um 2,5 Prozentpunkte, im Landkreis Bautzen um 0,5 Prozentpunkte zurück.

Die **touristische Nachfrage** im Landkreis Görlitz hat sich seit 2018 sehr dynamisch entwickelt. Im Jahr 2023 wurden in den gewerblichen Beherbergungsbetrieben mit zehn und mehr Betten 0,46 Millionen Ankünfte und 1,24 Millionen Übernachtungen gezählt. Die Zahl der **Ankünfte** ist damit um 4,6 % gestiegen, die der **Übernachtungen** um 8,0 %. Damit entwickelte sich der Landkreis Görlitz dynamischer als die Region Oberlausitz (Übernachtungen +5,1 %), der Landkreis Bautzen (+0,6 %) und das Bundesland Sachsen (-1,1 %). Getragen wurde diese Entwicklung von der Stadt Görlitz, die rund ein Viertel aller gewerblichen Übernachtungen generiert. Bei einem Wachstum der Schlafgelegenheiten um 4,5 % stieg die Zahl der Übernachtungen gegenüber 2018 um knapp ein Fünftel. Die TGG Naturpark Zittauer Gebirge/Oberlausitz, in der rund 40 % aller gewerblichen Übernachtungen getätigt werden, entwickelte sich mit einem Übernachtungswachstum von rund 2 % weniger dynamisch.⁴ Ähnlich verlief die Entwicklung in der TGG Neißegebiet.

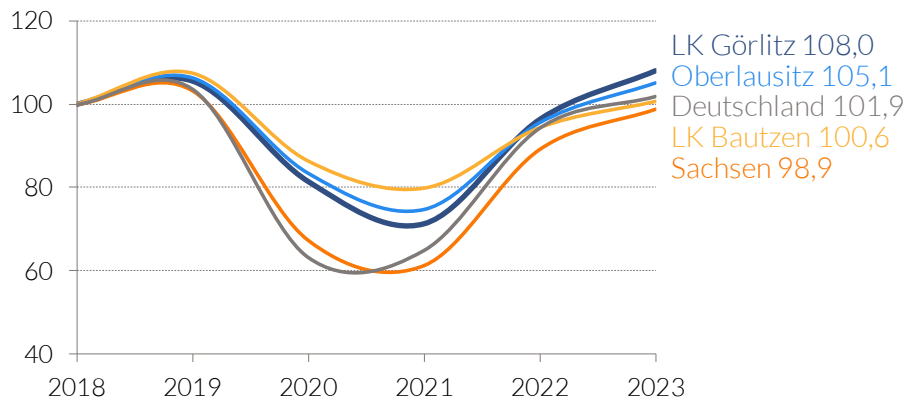
Einige Gemeinden im Landkreis zählen zum Lausitzer Seenland bzw. dem Oberlausitzer Bergland. Während sich die Gemeinden im Lausitzer Seenland bei stark gestiegenen Kapazitäten ähnlich dynamisch wie die Stadt Görlitz entwickelten, war die Entwicklung in den Gemeinden des Oberlausitzer Berglandes deutlich rückläufig.

² Stand Juli

³ Der Begriff Oberlausitz wird in dem vorliegenden Papier synonym für das statistische Reisegebiet Oberlausitz-Niederschlesien verwendet.

⁴ Betrachtung der acht Gemeinden ohne Datenschutz in der amtlichen Statistik

Abb. 1: Übernachtungsentwicklung in den gewerblichen Betrieben 2018 bis 2023
(Index 2018 = 100)



Quelle: dwif 2024, Daten Statistisches Landesamt Sachsen, Destatis

4,2 % aller gewerblichen Übernachtungen (rd. 52.000) im Landkreis Görlitz 2023 stammten aus dem Ausland. Dieser Anteil ist vergleichsweise niedrig (Oberlausitz 4,7 %, Sachsen 10,2 %). Bei der Entwicklung der **Incoming-Übernachtungen** zeigt sich der Landkreis Görlitz im Wettbewerbsvergleich jedoch ebenfalls sehr dynamisch. Insgesamt stiegen die ausländischen Übernachtungen um 2,6 %. Rund zwei Drittel der ausländischen Übernachtungen stammen aus den fünf Top-Quellmärkten Tschechien, Polen, Österreich, Schweiz und Niederlande. Deutlichen Zuwächsen aus Tschechien (+35,8 %), Polen (+49,9 %) und Österreich (+64,5 %) steht hierbei ein Rückgang aus der Schweiz (-3,7 %) und den Niederlanden (-31,4 %) gegenüber 2018 entgegen.⁵

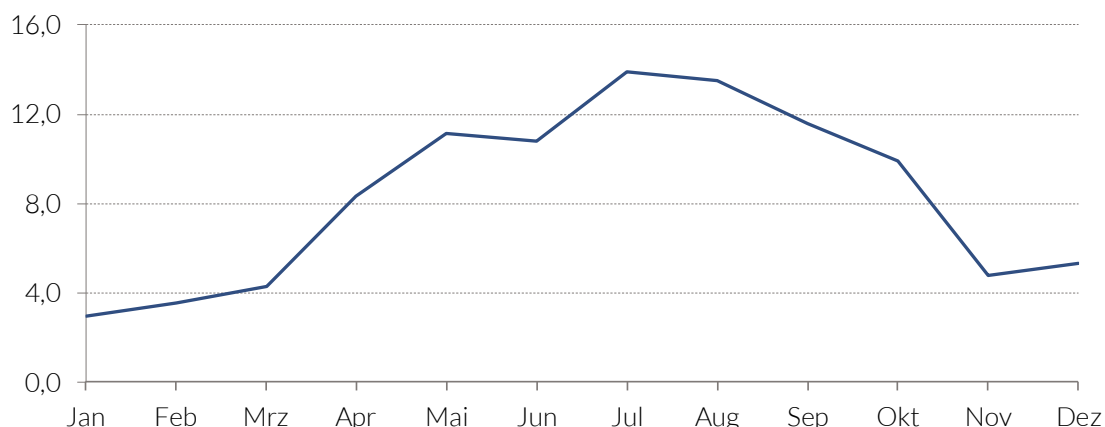
Die **Aufenthaltsdauer** lag im Landkreis Görlitz im Jahr 2023 bei 2,7 Tagen und damit auf einem ähnlichen Niveau wie in der Oberlausitz sowie im Landkreis Bautzen. Sie ist gegenüber dem Jahr 2018 um 0,1 Tage gestiegen. In Sachsen ist die Aufenthaltsdauer im gleichen Zeitraum stabil geblieben, bundesweit ebenfalls um 0,1 Tage gestiegen.

Die **positive Entwicklung der Nachfrage** wurde sowohl in der Befragung der touristischen Akteur*innen, in der sich über 80 % der Teilnehmenden sehr zufrieden oder zufrieden mit der touristischen Entwicklung im Landkreis Görlitz in den letzten Jahren zeigten, als auch in den Fachgesprächen bestätigt.

Die Übernachtungsnachfrage im Landkreis Görlitz ist von einer starken **Saisonalität** geprägt. 69,3 % der Übernachtungen wurden im Jahr 2023 im Sommerhalbjahr zwischen April und September getätigt. Die Peaks liegen im Juli und August. Zu Jahresbeginn und Jahresende besteht dagegen noch deutliches Potenzial.

⁵ Teile der Nachfrage aus Tschechien und Polen gehen auf Saisonarbeiter*innen und Monteur*innen zurück und sind nicht durch touristisches Marketing beeinflussbar..

Abb. 2: Saisonverteilung der Übernachtungen im Landkreis Görlitz 2023 in %



Quelle: dwif 2024, Daten Statistisches Landesamt Sachsen

2. Qualität und Gästezufriedenheit

Klassifizierungen und **Zertifizierungen** für Beherbergungsbetriebe sind nach wie vor ein wichtiges Qualitätssignal. In den letzten Jahren zeigte sich bundesweit bei vielen Klassifizierungen ein Abwärtstrend. Nicht so im Landkreis Görlitz. Zu Beginn des Jahres 2024 gab es 35 Betriebe mit einer **Dehoga-Sterneklassifizierung** und damit acht mehr als noch 2019. Die Zahl der **DTV-klassifizierten Ferienhäuser und -wohnungen** ist mit 91 Einheiten stabil geblieben. In Sachsen insgesamt waren dagegen beide Klassifizierungen gegenüber 2019 rückläufig, 43 % der Dehoga-klassifizierten Hotels und 90 % der DTV-klassifizierten Ferienhäuser und -wohnungen lagen im höherwertigen 4- und 5-Sterne-Segment. Im Sachsen-Vergleich liegt der Landkreis Görlitz damit bei den Dehoga-klassifizierten Hotels leicht unter dem Durchschnitt, bei den DTV-klassifizierte Objekten über dem Durchschnitt.

Bei den **Themenlabeln** und **Zertifizierungen** zeigt sich ein etwas anderes Bild. Das sachsenweit stabile Label **Bett+Bike** verzeichnete im Landkreis Görlitz in den letzten Jahren einen deutlichen Rückgang. Waren 2019 noch 48 Betriebe als fahrradfreundlich gekennzeichnet, so sind es 2024 nur noch 21. Die bundesweit stabile **i-Marke-Zertifizierung** für Touristinformationen war im Landkreis Görlitz ebenfalls rückläufig (2024: 7, 2019: 12). Die Teilnehmendenzahl an der **Qualitätsinitiative ServiceQ Deutschland** hat sich gegenüber 2019 ähnlich wie sachsenweit in etwa halbiert (2024: 11 teilnehmende Betriebe). Um einen Platz zugenommen hat die Zahl der **ADAC-klassifizierten Campingplätze**, so dass es 2024 sechs entsprechende Objekte im Landkreis gab. Der Oberlausitzer Bergweg, der durch den Landkreis führt, ist ein durch den Deutschen Wanderverband **zertifizierter Qualitätswanderweg**. Beherbergungsbetriebe, die das Label „Wanderbares Deutschland“ tragen, gibt es hingegen keine.

Die **Barrierefreiheit** von touristischen Angeboten gewinnt auch vor dem Hintergrund des demografischen Wandels zunehmend an Bedeutung. Nach dem derzeit verfügbaren Datenstand

verzeichnet die TMGS **53 barrierefreie Angebote** im Landkreis Görlitz, darunter acht Beherbergungsangebote. Während die Anzahl der barrierefreien Unterkünfte erfahrungsgemäß auf einem ähnlichen Stand bleibt, ist bei den gelisteten Freizeiteinrichtungen von einem Wachstum auszugehen (endgültige Werte liegen noch nicht vor).

Insgesamt kann der Landkreis Görlitz zwar nicht als Vorreiter touristischer Barrierefreiheit bezeichnet werden. Während in historischen Städten wie Görlitz oder Zittau die Gegebenheiten für Menschen mit Mobilitätseinschränkungen durch Kopfsteinpflaster oder hohe Bordsteinkanten herausfordern, ist in ländlichen Gebieten generell die Schaffung umfassender Barrierefreiheit erfahrungsgemäß schwieriger, beispielsweise bei der Mobilität oder im Hinblick auf die Topographie. Dennoch verdeutlichen das vorhandene Angebot und mehrere Initiativen die Bestrebungen und Erfolge zum weiteren Ausbau der Barrierefreiheit. So zeigt das grenzüberschreitende Projekt „Reisen ohne Barrieren“ im Zittauer Gebirge, wie mithilfe der App „Disway Trails“ barrierefreier Urlaub entlang von zwölf getesteten Routen geplant und vor Ort erlebt werden kann. Mithilfe eines Ampelsystems sind die Zugänglichkeit und die Schwierigkeitsgrade der Routen vorab gut einzuschätzen. Auch einzelne Einrichtungen wie das Schlesische Museum (u. a. Informationen und Unterstützungsbemühungen für Menschen mit Mobilitätseinschränkungen im historischen Gebäude, Führungen in einfacher Sprache und für Menschen mit Demenz, Museumsführer in Leichter Sprache)⁶ oder das Senckenberg Museum für Naturkunde in Görlitz (u. a. rollstuhlgerechtes Museumsgebäude, Museumsrundgang für blinde und sehbehinderte Besucher*innen, Audioguidesystem, Brailleschrift, Fußbodenleitsystem)⁷ haben Beispielcharakter. Diese bestehenden guten Ansätze gilt es zu verstetigen bzw. umzusetzen und weiter auszubauen. Ganz aktuell formuliert der parallel zum vorliegenden Konzept erarbeitete **Teilaktionsplan** auf Grundlage einer Ist-Analyse und entsprechender Workshops Maßnahmenempfehlungen zum Ausbau des barrierefreien Tourismus im Landkreis Görlitz.

Ein weiteres positives Qualitätssignal stellt der TrustScore, also die **Gästezufriedenheit** mit den Beherbergungsbetrieben, dar. Er lag 2024 bei 87,7 von 100 möglichen Punkten und damit über dem Wert von Sachsen (87,3 Punkte) und dem bundesweiten Wert (86,8 Punkte). Gegenüber dem letzten Vor-Pandemie-Wert ist die Gästezufriedenheit im Landkreis Görlitz um 0,9 Punkte gestiegen. In Sachsen (-0,3 Punkte) sowie Deutschland insgesamt (-0,6 Punkte) wurde der 2020er Wert noch verfehlt. Auch in der Reiseregion Oberlausitz (2024: 88,0 Punkte) liegt die Gästezufriedenheit noch unter dem Wert des Jahres 2020.

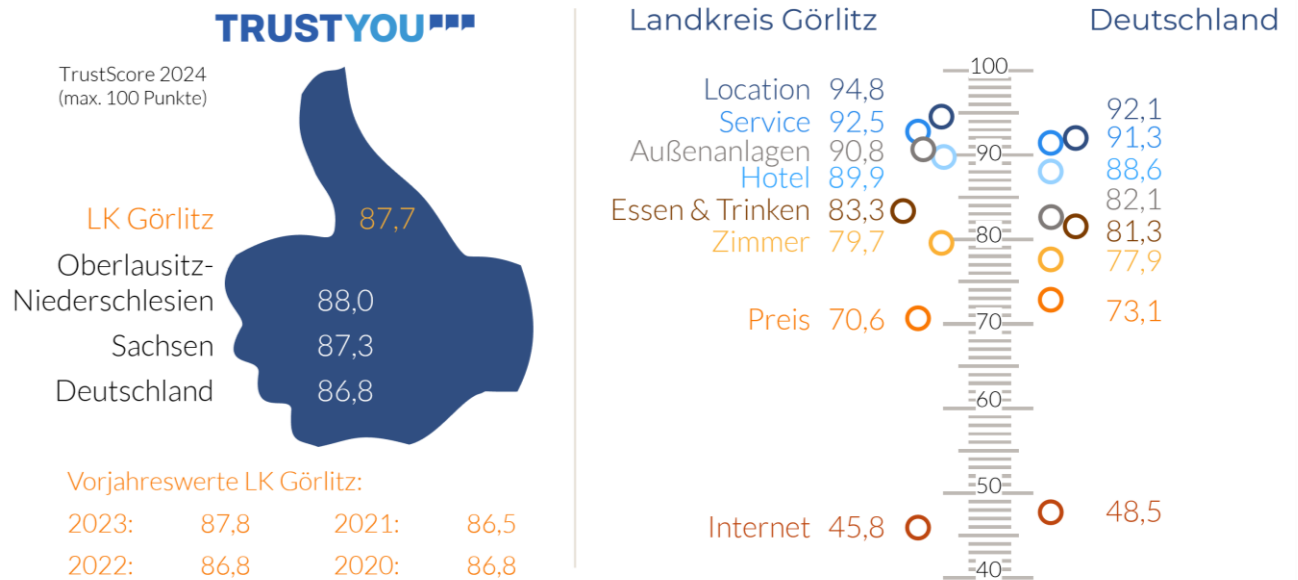
Der Blick auf die einzelnen Kategorien der Sentiment Analysis gibt Aufschluss darüber, in welchen Bereichen die Beherbergungsbetriebe im Landkreis Görlitz noch Potenzial haben. Die Ausstattung der Zimmer, die Außenanlagen der Betriebe, die Location insgesamt, das gastronomische Angebot in den Betrieben sowie der Service werden im Landkreis Görlitz im bundesweiten Vergleich überdurchschnittlich gut bewertet. Beim Preis-Leistungs-Verhältnis sowie der Internetverfügbarkeit schneidet der Landkreis hingegen unterdurchschnittlich ab. Gerade ein gutes Preis-Leistungs-

⁶ www.schlesisches-museum.de

⁷ museumgoerlitz.senckenberg.de

Verhältnis bildet jedoch ein zentrales Entscheidungskriterium bei einer Urlaubsbuchung, wie verschiedene repräsentative Bevölkerungsumfragen in den letzten Jahren gezeigt haben.

Abb. 3: Gästezufriedenheit (TrustScore) in den Beherbergungsbetrieben im Landkreis Görlitz



Quelle: dwif 2024, Daten TrustYou GmbH

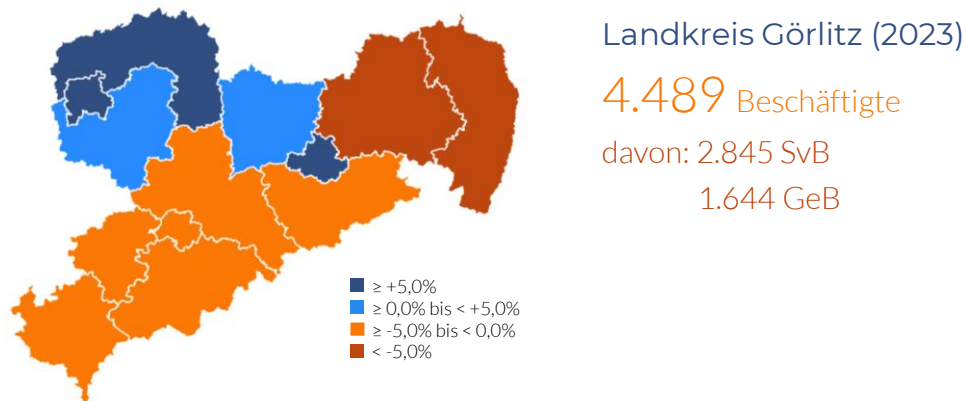
3. Arbeitsmarkt Tourismus

Der **Fachkräftemangel** im Tourismus ist auf Landesebene in Sachsen ein zentrales Thema. Im Handlungsfeld Fachkräfte wurden im aktuellen Masterplan Tourismus Sachsen aus dem Jahr 2023 Ziele und Aufgaben festgelegt, um dem Fachkräftemangel aktiv zu begegnen. „Talente finden, Potenziale heben, Fachkräftebedarf sichern“ ist dabei eines von 15 Themen, die in den kommenden Jahren insbesondere vor dem Hintergrund der Angebots- und Qualitätssicherung angegangen werden sollen. Auch im Landkreis Görlitz spielt der Fachkräftemangel bereits punktuell eine Rolle. Die Betriebe im Landkreis Görlitz profitieren hier aktuell noch von ihrer Lage in der Dreiländerregion, da die Löhne in Deutschland derzeit noch über denen in Polen und Tschechien liegen. Wie lange dies der Fall sein wird, ist jedoch unklar.

Im Jahr 2023 gab es im Landkreis 4.489 sozialversicherungspflichtig und geringfügig **Beschäftigte im Gastgewerbe**. Gegenüber dem Jahr 2018 bedeutet das einen Rückgang um -5,6 %. Die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten gingen dabei mit -6,5 % noch etwas stärker zurück als die geringfügig Beschäftigten (-3,9 %). Die Beschäftigtenzahlen im Landkreis Görlitz entwickelten sich damit unterdurchschnittlich. Sachsenweit stieg die Zahl der sozialversicherungspflichtig und geringfügig Beschäftigten im Gastgewerbe im betrachteten Zeitraum um +3,6 %. Die Beschäftigtenzahlen im Landkreis Bautzen gingen mit -7,4 % noch etwas stärker zurück als im Landkreis Görlitz.

Arbeitskräfte aus dem Ausland sind eine Option, dem Fachkräftemangel aktiv entgegenzuwirken. Laut Masterplan Tourismus stammt jede*r fünfte Beschäftigte im sächsischen Gastgewerbe aus dem Ausland. Der Anteil ist damit dreimal so hoch wie in der Gesamtwirtschaft.

Abb. 4: Beschäftigte (SvB & GeB) im Gastgewerbe nach Landkreisen in Sachsen 2023 ggü. 2018



Quelle: dwif 2024, Daten Bundesagentur für Arbeit, Kartengrundlage: GfK

Im Ausbildungsjahr 2022/2023 gab es im Landkreis Görlitz 30 gemeldete **Ausbildungsstellen im Gastgewerbe** und damit zwei Stellen weniger als im Ausbildungsjahr 2018/2019. Die Zahl der gemeldeten Ausbildungsstellen in der Gastronomie ist mit elf stabil geblieben, die Zahl der gemeldeten Ausbildungsstellen im Beherbergungssegment ging von 21 auf 19 zurück. Der Abbau der gemeldeten Ausbildungsstellen ist im Landkreis Görlitz (-6,3 %) ähnlich wie im Landkreis Bautzen vergleichsweise moderat. In Sachsen ging die Zahl der gemeldeten Ausbildungsstellen mit -16,4 % deutlich stärker zurück.⁸ Mit Stand 01. Oktober 2024 bildeten laut IHK Dresden 44 Betriebe (Beherbergung: 23 Betriebe, Gastronomie: 21 Betriebe) im Landkreis Görlitz aus. Es gab über alle Ausbildungsjahre 138 laufende Ausbildungsverträge in neun verschiedenen Berufen. Die Zahl der Ausbildungsverhältnisse ist in den letzten Jahren gestiegen. 2019 lag sie bei 131. Koch/Köchin war mit 48 Ausbildungsverträgen am stärksten vertreten, gefolgt von Hotelfachmann/-frau (27) und Fachmann/-frau für Restaurants und Veranstaltungsgastronomie (22).⁹

4. Tourismusakzeptanz und Gastfreundschaft

Tourismusakzeptanz und **Tourismusbewusstsein**, **Weltoffenheit** und **Gastfreundschaft** bilden die Grundlagen für eine erfolgreiche touristische Weiterentwicklung. Der Tourismus in ganz Sachsen kann nur erfolgreich sein, wenn sich Gäste und Einheimische gleichermaßen wohlfühlen und der Tourismus als Wirtschafts- und Standortfaktor sowie als Beitrag zur allgemeinen Lebensqualität der Einheimischen wahrgenommen wird. Die Steigerung der Akzeptanz des Tourismus ist daher ein wichtiges Ziel der sächsischen Tourismuspolitik. Konkret sieht der Masterplan Tourismus vor, den

⁸ Bundesagentur für Arbeit

⁹ Stand 01.10.2024, IHK Dresden

Tourismus sowohl aus Sicht der Gäste als auch aus Sicht der Einheimischen zu betrachten und die Bevölkerung für die Vorteile des Tourismus zu sensibilisieren.¹⁰

Studien zur Tourismusakzeptanz in der sächsischen Bevölkerung haben gezeigt, dass viele Einheimische die vorhandene **freizeittouristische Infrastruktur in ihrem Wohnort nutzen** und dass die Sachsen dem Tourismus bereits eine hohe Wertschätzung entgegenbringen. Es ist jedoch wichtig, dieses positive Image beizubehalten und die Akzeptanz für den Tourismus weiter zu stärken. Auf Bundeslandebene wird deshalb mit Wertschätzungskampagnen gearbeitet, die für die Mehrwerte des Tourismus im Hinblick auf die lokale Lebensqualität und den Wohlstand vor Ort werben.¹¹

Der **Lausitz Monitor** bestätigt die Eindrücke auf Freistaatebene ebenfalls für die Lausitz, wenn auch ohne Sonderauswertung für die touristischen Regionen im Landkreis Görlitz. In der repräsentativen Befragung stimmten 73 % der Aussage zu, dass die Lausitz eine attraktive Urlaubsregion ist. Die Bevölkerung erkennt somit die Qualitäten der Region aus touristischer und freizeittouristischer Perspektive. 65 %, und damit rund 8 Prozentpunkte weniger, stimmen zudem der Aussage zu, dass die Lausitz insgesamt eine attraktive Region ist. Mit Blick auf den Strukturwandel unterstützen weitere Befragungsergebnisse die Bedeutung des Tourismus. 86 % halten „Tourismus & Lebenswerte Region“ für einen wichtigen bis besonders wichtigen Entwicklungsschwerpunkt für den Strukturwandel in der Lausitz. Dieser Aspekt rangiert dabei auf Platz zwei aller Schwerpunkte nach der Gesundheitsregion und vor der Energieregion, Mobilität und Informationstechnologie sowie Kreislaufwirtschaft und Bioökonomie.¹² Somit wird deutlich, dass die Mehrwerte aus dem Tourismus für die Region nicht nur gesehen, sondern auch als zukünftig besonders relevant eingestuft werden und damit der Tourismus zum Motor der Region und des Strukturwandels wird. Die **Bevölkerung profitiert** schon jetzt von den bestehenden Angeboten. Befragte, für die die entsprechenden Aspekte auch von persönlicher Bedeutung waren, zeigen mehrheitlich ihre Zufriedenheit mit dem vorhandenen Freizeitmöglichkeiten. Besonders die attraktiven Naherholungsmöglichkeiten, die intakte Natur und das umfangreiche Radwegenetz rufen Zufriedenheit hervor. Ebenfalls mehrheitlich zufriedenstellend, jedoch noch mit Luft nach oben, werden das Angebot an Kulturveranstaltungen, die vielfältigen Freizeitangebote und ein guter öffentlicher Nahverkehr gesehen.¹³ Die Ergebnisse zeigen, aus welchen Angeboten die Tourismusakzeptanz rührt und welche Entscheidungen die **Mehrwerte der Tourismusedwicklung** auch für die einheimische Bevölkerung sichtbar machen.

Das hohe Tourismusbewusstsein sowie die hohe Tourismusakzeptanz spiegeln sich einerseits in den Rückmeldungen der Gäste wider. Sie heben immer wieder die **Gastfreundschaft** der heimischen Bevölkerung hervor. Andererseits zeigt die Erfahrung aus der Praxis, dass einige potenzielle Gäste einen Urlaub in der Region mit Blick auf **politische Entwicklungen** nicht mehr in Betracht

¹⁰ Sächsisches Staatsministerium für Wissenschaft, Kultur und Tourismus: Masterplan Tourismus Sachsen, 2023

¹¹ Sächsisches Staatsministerium für Wissenschaft, Kultur und Tourismus: Masterplan Tourismus Sachsen, 2023

¹² Lausitz Monitor 2024, dt.-sprachige Bevölkerung ab 16 Jahren, LK Dahme-Spreewald, Elbe-Elster, Oberspreewald-Lausitz, Spree-Neiße, Cottbus, Bautzen, Görlitz

¹³ Lausitz Monitor 2024, dt.-sprachige Bevölkerung ab 16 Jahren, LK Dahme-Spreewald, Elbe-Elster, Oberspreewald-Lausitz, Spree-Neiße, Cottbus, Bautzen, Görlitz

ziehen.¹⁴ Auch wenn sich die Anzeichen noch nicht in den tatsächlichen Übernachtungszahlen widerspiegeln, ist Vorsicht geboten. Das Image der touristischen Regionen im Landkreis kann dadurch langfristig in Mitleidenschaft gezogen werden und abschreckend für potenzielle Gäste wirken, auch wenn die touristischen Angebote und die tatsächlichen Erlebnisse der Gäste vor Ort durchaus Attraktivität ausstrahlen. Die touristischen Akteur*innen im Landkreis Görlitz sehen deshalb auch **Gastfreundschaft und Weltoffenheit** mit 78 % auf Platz eins der zentralen Zukunftsthemen der touristischen Regionen.¹⁵ Aus touristischer Perspektive beseht hier folglich deutlicher Handlungsbedarf.

5. Zusammenarbeit und Vernetzung

Um den Tourismus gemeinsam zu gestalten und die wichtigen Zukunftsthemen mit vereinten Kräften zu bearbeiten, sind eine **vertrauensvolle Zusammenarbeit und Vernetzung der touristischen Akteur*innen** unabdingbar. Auf Freistaatebene werden hier noch ungenutzte Potenziale gesehen, weshalb im Masterplan Tourismus die Stärkung der Zusammenarbeit als wichtiges Ziel ausgewiesen ist. Gemäß den etablierten Strukturen bilden die sieben Destinationsmanagementorganisationen (DMOs) in Sachsen den organisatorischen Kern des Tourismus und spielen damit eine zentrale Rolle bei der Bewältigung der Herausforderungen der Branche. Um diese erfolgreich zu meistern, ist es für die DMOs unerlässlich, ihre Kräfte zu bündeln und ihre Ressourcen gezielt einzusetzen. Ein wichtiger Erfolgsfaktor ist dabei der kontinuierliche Austausch mit den Akteur*innen vor Ort, der es ermöglicht, Aufgaben und Verantwortlichkeiten klar aufzuteilen und die Finanzierung von Projekten und Vorhaben in den jeweiligen Destinationen strukturiert und effizient zu planen. Weitere Entwicklungsmöglichkeiten liegen in einer stärkeren Kooperation und Zusammenarbeit zwischen den privaten und öffentlichen Akteur*innen sowie in der interkommunalen Zusammenarbeit. Gerade ein Kirchturmdenken auf dieser Ebene ist langfristig nicht zielführend und hemmt die gesamte regionale Tourismusedwicklung. Auch hier stellen eine gesicherte Finanzierung und eine positive Einstellung der Bevölkerung zum Tourismus die Basis dar.¹⁶

Im Landkreis Görlitz und in der Oberlausitz allgemein zeigt sich im Hinblick auf die **touristische Zusammenarbeit** ein **heterogenes Bild**. Die befragten Akteur*innen erkennen klare Unterschiede innerhalb der touristischen Regionen des Landkreises Görlitz und innerhalb der Oberlausitz. So bewerten 70 % die Zusammenarbeit innerhalb des Landkreises als sehr gut (18 %) bzw. gut (52 %) und nur 30 % mit weniger gut. Die Einschätzung zur Oberlausitz fällt deutlich schlechter aus. Nur knapp die Hälfte bewerten die Zusammenarbeit als gut (54 %), während 41 % die Zusammenarbeit als weniger gut und 5 % als nicht gut wahrnehmen.¹⁷ Die Fachgespräche bestätigten diesen Eindruck größtenteils. Während im Landkreis Görlitz eine gute Zusammenarbeit besteht, sind der Austausch und die Vernetzung zwischen den TGGs und anderen Akteuren im Landkreis Bautzen nicht ausreichend. Dies führt zur Bearbeitung von vielen, nicht zusammenhängenden Projekten

¹⁴ Fachgespräche

¹⁵ dwif 2024, Befragung der touristischen Akteur*innen (n = 54)

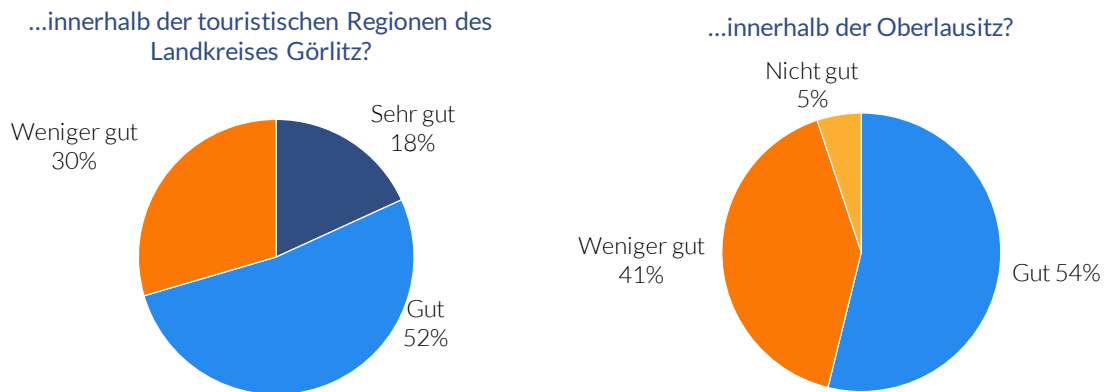
¹⁶ Sächsisches Staatsministerium für Wissenschaft, Kultur und Tourismus: Masterplan Tourismus Sachsen, 2023

¹⁷ dwif 2024, Befragung der touristischen Akteur*innen (n = 54)

und Themen innerhalb der Destination. Gleichzeitig ist man sich jedoch einig, dass sich die Oberlausitz gemeinschaftlich weiterentwickeln sollte. Es bestehen bereits einige Austauschformate, teils mit Teilgruppen an Akteur*innen, teils TGG-spezifisch und teils auch themenspezifisch. Während sich einige dieser Formate gut etabliert haben, werden andere nur wenig in Anspruch genommen.¹⁸

Abb. 5: Bewertung der touristischen Zusammenarbeit

Wie bewerten Sie die derzeitige touristische Zusammenarbeit...



Quelle: dwif 2024, Befragung der touristischen Akteur*innen (n=54)

Insgesamt zeigt sich, dass besonders aus der Innensicht die Zusammenarbeit und Vernetzung weiter verbessert werden müssen, um Potenziale für die gemeinschaftliche Weiterentwicklung zu nutzen. Entscheidend wird dabei auch sein, welche Empfehlungen aus dem parallellaufenden Projekt „Transformationsprozess II – Weiterentwicklung der touristischen Organisationsstruktur in der Oberlausitz“ abgeleitet werden.

6. Bewertung der bisherigen strategischen Festlegungen

Damit die strategischen Grundlagen zur touristischen Weiterentwicklung in der Praxis gelebt werden können, sind die Identifikation und die Mitwirkung der Akteur*innen erforderlich. Zur Evaluation der Festlegungen aus der Tourismuskonzeption von 2015 wurden daher die Touristiker*innen aus dem Landkreis um ihre persönlichen und fachlichen Einschätzungen und Erfahrungen gebeten. Die Ergebnisse der breit angelegten Online-Befragung verdeutlichen, in welchen Bereichen **Anpassungsbedarf** wahrgenommen wird.

Das primär nach innen gerichtete **touristische Selbstverständnis** wurde 2015 erstmals in Form einer Leitidee auf den Punkt gebracht. Mit der Formulierung „Grenzenlos entdecken: Kulturschätze und aktive Freizeit- und Naturerlebnisse im Dreiländereck Deutschland-Polen-Tschechien“ wurde der bestehenden Angebotsstruktur und der besonderen Lage des Landkreises Rechnung getragen. Dass diese Leitidee generell nur wenig an Gültigkeit verloren hat, zeigen die Ergebnisse der Online-

¹⁸ Fachgespräche

Befragung unter den touristischen Akteur*innen: Knapp drei von vier Befragten sind der Meinung, dass die Leitidee weiterhin stimmig ist.

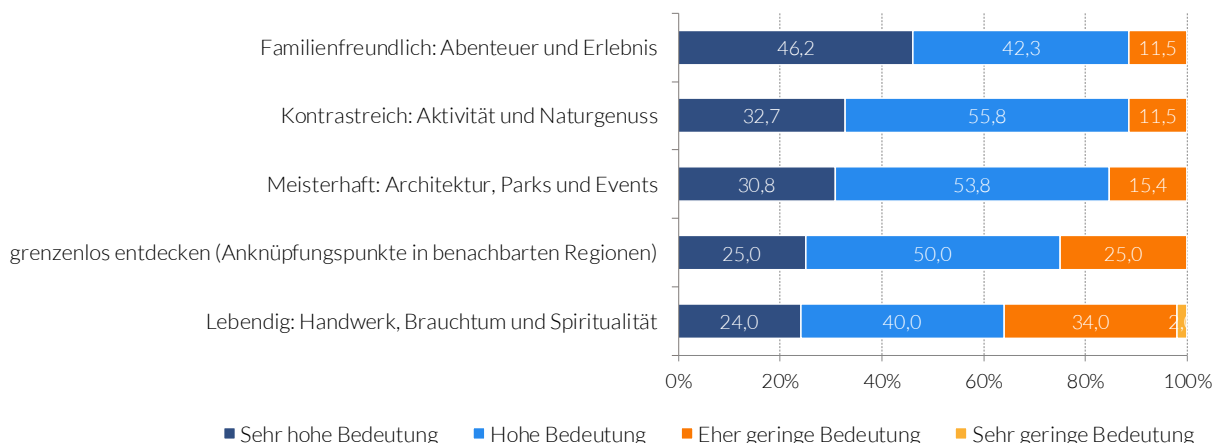
Mehr Anpassungsbedarf bescheinigen die befragten Touristiker*innen dagegen den bisherigen **thematischen Schwerpunkten und Premiumangeboten**. 2015 wurde unter Berücksichtigung der vorhandenen Kompetenzen im Landkreis festgelegt, dass künftig die touristischen Themen Kultur und Aktiv in der Natur im Fokus stehen. Auf dieser Grundlage konkretisierte die Tourismuskonzeption die vier thematischen Schwerpunkte

- „Meisterhaft: Architektur, Parks und Events“
- „Lebendig: Handwerk, Brauchtum, Spiritualität“
(beide tendenziell mit Bezug zum Thema Kultur) sowie
- „Kontrastreich: Aktivität und Naturgenuss“
- „Familienfreundlich: Abenteuer und Erlebnis“
(beide tendenziell mit Bezug Thema Aktiv in der Natur, letzterer mit Fokus auf Familien).

Die ergänzende Begrifflichkeit „grenzenlos entdecken“ verbindet diese Schwerpunkte mit dem zentralen Gedanken der touristischen Leitidee und verweist auf Anknüpfungspunkte in benachbarten Regionen. Herausragende Attraktionen und touristische Angebote (Premiumstandorte bzw. Premiumangebote) untersetzen die thematischen Schwerpunkte, machen sie in konkreten Produkten und Angeboten greifbar und belegen damit die entsprechenden Stärken vor Ort.

Aus heutiger Sicht geben jedoch vier von zehn Befragten an, dass hier Anpassungen erforderlich sind. Konkrete Einzelnennungen zu den Aktualisierungsbedarfen der Leitidee sowie der thematischen Schwerpunkte und Premiumangebote betreffen insbesondere das Dreiländereck, das UNESCO-Welterbe, Zielgruppen und Angebotsgestaltung (z. B. familienfreundliche Erlebnisse oder Ältere als Zielgruppe) und die regionale Ausgeglichenheit im gesamten Landkreis bzw. der gesamten Lausitz.

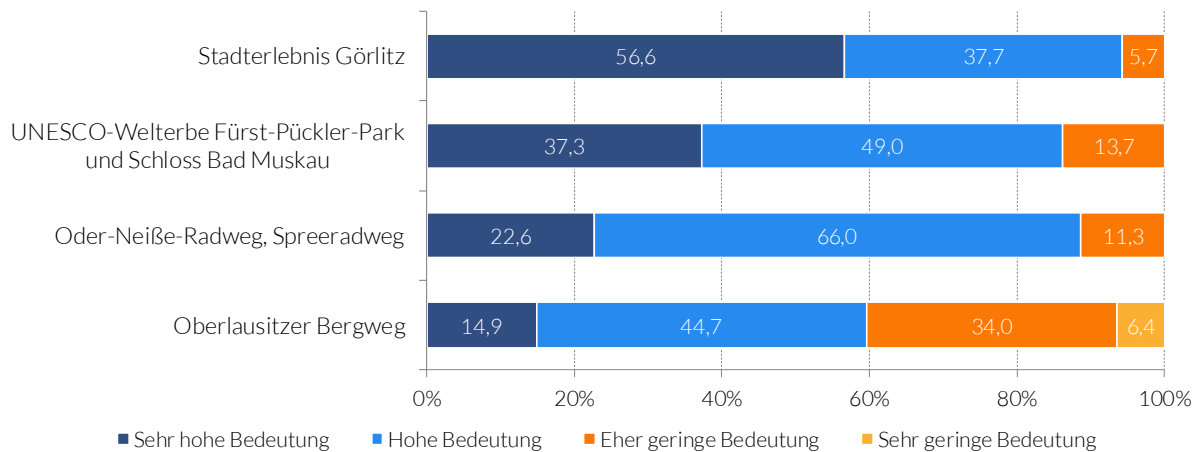
Abb. 6: Wie bewerten Sie das Zukunftspotenzial der folgenden thematischen Schwerpunkte für den Tourismus in den touristischen Regionen im Landkreis Görlitz?



Quelle: dwif 2024, Daten: Befragung der touristischen Akteur*innen (n = 54)

Mit Blick auf die Zukunft bescheinigen die Befragten den meisten thematischen Schwerpunkten und Premiumangeboten dennoch **(sehr) gute Zukunftsaussichten**. Dies gilt insbesondere für die Schwerpunkte „Familienfreundlich“ und „Kontrastreich“ sowie das Stadterlebnis Görlitz und die UNESCO-Welterbestätte Muskauer Park/ Park Mużakowski. Etwas verhaltener werden die Zukunftspotenziale für den Schwerpunkt „Lebendig“ und den Oberlausitzer Bergweg bewertet.

Abb. 7: Wie bewerten Sie das Zukunftspotenzial der folgenden Premiumangebote für den Tourismus in den touristischen Regionen im Landkreis Görlitz?



Quelle: dwif 2024, Daten: Befragung der touristischen Akteur*innen (n = 54)

7. Trends und Potenziale für die Tourismusedwicklung

Megatrends

Gesellschaftliche Megatrends bilden laut Zukunftsinstitut weniger kurzfristige „Hypes“, sondern vielmehr relevante gesellschaftliche Tiefenströmungen und Wandelbewegungen mit einer Dauer von mindestens mehreren Jahrzehnten ab.¹⁹ Somit prägen sie Gesellschaften und damit auch den Tourismus langfristig. Digitalisierung und Nachhaltigkeit sind die gesellschaftlichen Transformatoren, die künftig bei jedem Schritt mitgedacht werden müssen. Besondere Relevanz für die Tourismusedwicklung der touristischen Regionen im Landkreis Görlitz haben darüber hinaus die Megatrends Individualisierung, New Work, Mobilität und Glokalisierung²⁰.



Digitalisierung wird zum dominierenden Grundmuster des gesellschaftlichen Wandels, weiter beschleunigt durch die Entwicklungen im KI-Bereich. Es handelt sich dabei nicht um Digitalität um jeden Preis, sondern um Digitalität, die dort Anwendung findet, wo sie die Menschen unterstützt und deren Bedürfnisse erfüllt.

Das bedeutet starke Auswirkungen auf Lebens- und Urlaubsstile, Verhaltensmuster sowie das Kommunikations- und Informationsverhalten der Gäste. Das konversationsbasierte Abrufen von Informationen (über Perplexity AI, Chat-GPT usw.) wird das Suchverhalten und

¹⁹ Zukunftsinstitut, 2024 /www.zukunftsinstitut.de

²⁰ Verbindung aus Globalisierung und Lokalisierung

die genutzten Kanäle stark beeinflussen. Die maximale Personalisierung und Relevanz von Inhalten und Angeboten wird zur Norm. Digitale Kontaktmöglichkeiten (z. B. Chatbots), Online-Buchbarkeit und digitale Sichtbarkeit, bargeldloses Bezahlen sowie perspektivisch Besuchendenlenkung über digitale Hilfsmittel werden zu Basisaufgaben, die nur durch eine konsequente Förderung von Open Data und vernetzten Content-Strukturen und Datenpflege sichergestellt werden können. Aber auch intern in Betrieben und Tourismusorganisationen werden Automatisierungen und KI Mitarbeitende künftig insbesondere bei einfachen sich wiederholenden Aufgaben, Contenterstellung und Serviceleistungen unterstützen.



Nachhaltigkeit wird die 2020er Jahre stärker prägen als jeder andere Megatrend. Dies zeichnet sich durch eine immer stärkere Ausrichtung und Verbindlichkeit lokal bis global ab – vor allem ökologisch konnotiert (Klima- und Ressourcenschutz, Erhalt der Biodiversität), aber mit wesentlichen Elementen auch im Bereich der sozialen und ökonomischen Nachhaltigkeit, wie es die 17 Sustainable Development Goals skizzieren. Eine nachhaltige Ausrichtung im touristischen Angebot (Mobilität, Beherbergung, Speisenangebot etc.) wird auch aus Sicht der Nachfrage zum Must-Have. Das Erfahren und Bewahren von Natur, der Genuss bewusster Langsamkeit, regionaler Produkte und authentischer Erlebnisse sind die Antworten auf Lebensknappheiten in einer beschleunigten Gesellschaft. Die Implementierung von nachhaltigen Standards und Angeboten entlang der gesamten touristischen Servicekette sowie die Entwicklung in Richtung lokaler und regionaler Kreisläufe wird auch im Tourismus zur Grundvoraussetzung. Die nachhaltige touristische Entwicklung kann zudem den Schutz der vorhandenen Natur befördern. Durch achtsames und informiertes Erholen in der Natur (z. B. über Citizen Science) werden Gäste als auch die Menschen vor Ort sensibilisiert.



Individualität beeinflusst das gesamte Alltagsleben inklusive Wertesystem und Konsumverhalten. Die Wünsche, „einzigartig“ zu sein, Unverwechselbares zu erleben sowie Emotionalität und authentische Inszenierung werden zu wichtigen Entscheidungsargumenten bei der Angebotswahl. Selbstverwirklichung und Identität stehen dabei aber auch im Zusammenspiel mit der Suche nach Gleichgesinnten und einem Zugehörigkeitsgefühl. Im Tourismus erhalten so einzigartige, individuelle, maßgeschneiderte Angebote und Erlebnisse am Ausflugs- oder Urlaubsort eine wachsende Relevanz. Es gilt aber auch, die Sehnsucht der Gäste nach authentischen Einblicken, individuellen Service-Angeboten, Aufmerksamkeiten und einem Zugehörigkeitsgefühl – „home away from home“ – zu stillen. Dies stellt nicht zuletzt durch den steigenden Wettbewerbsdruck ambitionierte Anforderungen an eine klare Positionierung und strategische Zielgruppenzentrierung. Ein zielgruppen- und storytelling-orientierter Ansatz zunächst in der Angebotsgestaltung und dann in der Außenkommunikation stellt dabei die richtigen Weichen.



New Work verändert grundsätzlich die Haltung in Unternehmen und der Gesellschaft. Der Mensch steht immer stärker im Mittelpunkt, es geht um die Sinnfrage der Arbeit, die Potenzialentfaltung jedes einzelnen Menschen sowie um eine gelungene Symbiose zwischen Leben und Arbeit. Unternehmenskultur dreht sich mehr denn je um Augenhöhe, Vertrauen, Verantwortung und Wirksamkeit. Gerade in einer Branche wie dem Tourismus mit einem sich zuspitzenden Arbeitskräftemangel – vor allem im Gastgewerbe – bedeutet dies massive Veränderungen: Wertschätzung im Arbeitsalltag sowie die Einführung neuer Betriebs- und Beschäftigungsmodelle (z. B. weniger personalintensive Dienstleistungen, veränderte Öffnungszeiten, Self-Check-in) sind dringlicher denn je. Gleichzeitig verändern sich auf Seiten der Nachfrage Lebensstile durch neue Anforderungen an Lebens-, Freizeit- und Arbeitsräume. Damit entsteht ein steigendes Interesse an Möglichkeiten für ortsunabhängiges Arbeiten oder einer bewussten Vermischung von Urlaub und Arbeit (Co-Working/Workation), das aber auch eine passfähige Angebots- und Begleitinfrastruktur voraussetzt.



Mobilität im Sinne von Möglichkeiten, Mobilitätsanforderungen und -wünsche ökonomisch, bequem und nachhaltig umzusetzen, wird immer wichtiger. Wir stehen am Beginn eines multimobilen Zeitalters. Es geht um nahtlos aufeinander abgestimmte Mobilitätsketten, die Gästen eine unkomplizierte An- und Abreise und Vor-Ort-Mobilität ermöglichen – auch ohne Pkw. Gerade großstädtische Zielgruppen haben immer größere Bedarfe und Erwartungen an ein funktionierendes Mobilitätsangebot bis zur letzten Meile. Dementsprechend geht es verstärkt um die Schaffung zeitgemäßer und nachfrageorientierter touristischer Mobilitätsangebote, die nachhaltig, barrierefrei und vernetzt von Ballungsräumen bis in den ländlichen Raum verfügbar sind (ÖPNV, Fahrrad, E-Mobilität etc.).



Glokalisierung verändert das Spannungsfeld zwischen Globalisierung und lokalen Strukturen sowie das Stadt-Land-Gefüge. Ein wachsendes globales Bewusstsein²¹ hinterfragt die ökonomischen Abhängigkeiten von traditionellen Lieferketten und konzentriert sich stattdessen auf nachhaltige, sozial gerechte und resiliente Produktions- und Handelskreisläufe. Lokale Strukturen erfahren in diesem Kontext einen enormen Bedeutungszuwachs und Selbstbewusstseinsschub. Diese Revitalisierung des Lokalen verändert die Ansprüche an Lebensumfelder auch im ländlichen Raum, die auf Wandlungsfähigkeit und Lösungsorientierung setzen. Lokale Wertschöpfungsketten stärken die Region und bringen mehr Authentizität in touristische Produkte. Gäste suchen immer stärker nach einer Kombination aus ruraler und urbaner Lebensqualität. Die Ansiedlung innovativer Konzepte und Angebote (inkl. unterstützender Infrastruktur) im ländlichen Raum, um Versorgungsknappheiten auszugleichen und in Kontakt mit Menschen zu kommen, spielen dabei eine wichtige Rolle (z. B. flexible Gastronomiekonzepte und Mobilitätsangebote, Kombinationslösungen für Nahversorgung, Serviceleistungen und Begegnungsorte etc.).

²¹ Lokales Bewusstsein im Kontext der Globalisierung

Segmentspezifische Trends

Auch in der Tourismusbranche unterliegen Nachfrage und Angebot aktuellen Entwicklungen, die insbesondere in der Produktentwicklung und im Marketing berücksichtigt werden müssen. Urlaubsreisen und Tagesausflüge werden (auch schon vor der Pandemie) immer flexibler und kurzfristiger geplant und gebucht. Der Trend geht in Richtung mehrerer kürzerer Reisen über das Jahr verteilt. Gleichzeitig werden die Ansprüche der Gäste immer höher: **Qualität, Trendbewusstsein und Erlebniswert** werden zunehmend wichtiger. Angesichts zielgruppenspezifischer Ansprüche, reiseerfahrener Gäste und auch der Wichtigkeit von Online-Reputation besitzt das Thema Qualität entlang der gesamten touristischen Leistungskette eine hohe Relevanz. Zentrale Entwicklungen in den für die touristischen Regionen des Landkreis Görlitz besonders relevanten Segmenten sind nachfolgend kompakt zusammengestellt.

Familientourismus

Trotz demografisch zu erwartendem, leichten Volumenrückgang bleibt dieses Segment für viele Destinationen und ihre spezialisierten Anbieter*innen im Gastgewerbe und Freizeitsektor weiter relevant. 2023 war Familienurlaub mit 14,6 % die dritthäufigste Reiseart unter der deutschsprachigen Bevölkerung, für 47 % kommt ein Familienurlaub auch in den nächsten Jahren in Frage. Familienfreundlichkeit ist dabei für 42 % der deutschen Urlauber*innen ein wichtiges Kriterium zur Auswahl des Reiseziels.



Urlaub mit Kindern ist anspruchsvoller geworden, denn Individualisierung und Wertewandel prägen auch den Familienurlaub. Unter dem Motto „Die Familie im Mittelpunkt“ stehen gemeinsame Aktionen und Aktivitäten (z. B. im und am Wasser), die den Urlaub zum besonderen Erlebnis machen, im Vordergrund. Wichtig sind Aktivangebote mit Erlebnischarakter, mit Option auf Schlechtwetteralternativen (z. B. Familien-Olympiade, Geocaching, generationenübergreifende Angebote). Auch Gesundheit und „fit sein“ von Kindesbeinen an sowie Bildung und der Frühstart in ein lebenslanges Lernen spielen als Urlaubsmotiv eine wichtigere Rolle. Veränderte Familienstrukturen infolge des demografischen Wandels verstärken generationenübergreifenden Familienurlaub (Großeltern mit den Enkelkindern). Wichtig für die Anbieter*innen sind die Zunahme von Patchwork-Familien, Alleinerziehenden, Familien mit Migrationshintergrund und die (inter-) nationale Mobilität der verschiedenen Familienmitglieder. Der Familienurlaub auf dem Bauernhof steht zwar weiter hoch im Kurs, aber im Zuge der Erlebnisorientierung erlebt auch der Städteurlaub einen Nachfragezuwachs aus diesem Segment. Im Vorteil sind hier Unterkünfte mit schneller Erreichbarkeit der Innenstadt, Verpflegungsoptionen, verschiedenen Zimmergrößen, Spielbereich für Kinder und Angebote für Familien wie beispielsweise spezielle Familienausflüge.

Destinationen sind vor allem beim Ausbau der familienorientierten, witterungsunabhängigen Erlebnisinfrastruktur und öffentlichen Angebote gefordert. Sie schaffen das Erlebnisumfeld für alle Betriebe, die kein All-inclusive-Angebot vorhalten können und müssen angesichts volatiler

Klimabedingungen insbesondere geeignete Schlechtwetterangebote bereitstellen. Öffentlich zugängliche, preisgünstige Angebote (Spielhäuser, Veranstaltungsprogramme) ergänzen hier die meist stärker kostenpflichtigen privaten (z. B. Spielscheunen, Indoor-Sporthallen etc.). Nur mit einem fundierten Qualitätsmanagement und einer aktiven Netzwerkarbeit über die Bandbreite der Betriebe lässt sich Wettbewerbsfähigkeit als Familiendestination längerfristig erhalten. Je nach Destination gilt es Freizeitanbieter vom Schwimmbad oder den Badesees über das Heimatkundemuseum bis hin zur Forstverwaltung, dem Naturpark oder Wanderführerverein für familienfreundliche Angebote zu gewinnen und in ihrer Weiterentwicklung zu begleiten. Dabei ist heraus- und sicherzustellen, dass Angebote möglichst den Einheimischen wie Gästefamilien zugutekommen.²²

Kultur- und Städtetourismus

Es gibt verschiedene Formen des Städtetourismus, die je nach den Interessen und Vorlieben der Reisenden variieren können. Eine wichtige Schnittstelle ist hierbei der Kulturtourismus: Diese Form des Städtetourismus konzentriert sich darauf, das kulturelle Erbe einer Stadt in Museen, Kunstgalerien, historischen Stätten, Denkmälern und architektonischen Schätzen mit Hilfe von (geführten) Touren, u. a. auch mit einheimischen Guides oder individuell per App u. ä. sowie (Kultur-)Veranstaltungen zu besuchen. Gleichzeitig entwickeln sich jedoch auch im ländlichen Raum zunehmend Angebote und Initiativen, die den Kulturtourismus befördern.



Kulturtourismus erschließt sich immer mehr Nischen abseits der klassischen Angebotssegmente der „Hochkultur“. Gäste möchten die regionalen Besonderheiten über Geschichten und authentische Angebote abseits der klassischen Touristenpfade („off the beaten track“) erleben – deshalb fragen sie aktiv Veranstaltungen an ungewöhnlichen Locations oder gelebtes Brauchtum und Traditionen nach.

Insbesondere kleinere Städte und ländlich geprägte Destinationen können von diesen Entwicklungen profitieren. Neben kulturtouristischen Leuchttürmen mit überregionaler Anziehungskraft und der Schaffung immer wieder neuer Besuchsansätze bilden zudem marktfähige Produkte mit Erlebniswert wichtige Erfolgsfaktoren für die kulturtouristische Entwicklung. Angebote, die klassische Bildungsaufgaben (education) mit Unterhaltungselementen (entertainment) verknüpfen, sind gefragt. Dennoch stellen einzelne Kultureinrichtungen meist nur einen einmaligen Besuchsanlass dar. Um Gäste immer wieder anzulocken, müssen regelmäßig neue Anreize geschaffen werden, beispielsweise über Wechselausstellungen mit spannenden (digitalen) Elementen, Events, neue Erlebnisangebote oder die bewusste Verknüpfung zu anderen, teils nicht-kulturtouristischen Angeboten in der Region. Denn Kulturtouristen erwarten auch ein ansprechendes Komplementärangebot und spezifische Mehrwerte wie Genuss oder Kulinarik (auch außerhalb der besuchten Kultureinrichtung) sowie überraschende Servicefaktoren wie beispielsweise eine außerordentliche Familienorientierung oder besondere Nachhaltigkeitsaktivitäten. Über Smartphones nehmen Selbstinszenierung und Selbsterfahrung der Besucher zu. Augmented/Virtual Reality oder auch nur die

²² Zusammenstellung dwif auf Basis von Verband Internet Reisevertrieb e.V., Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V., inspektour (international) GmbH, FUR

„Instagrammability“ eines Angebots kann je nach Zielgruppe einen entscheidenden Unterschied machen.²³



Städtetourismus konnte in den vergangenen Jahren ein starkes Wachstum verbuchen. Dabei sind nicht nur die bekannten Metropolen Anziehungspunkte für Städtetourist*innen, auch kleinere und mittelgroße Städte erfreuen sich zunehmender Beliebtheit bei dieser Zielgruppe. Neue Trends haben auch im Städtetourismus Einzug gehalten und sind eine gute Möglichkeit, um positive Effekte für die Städte und ihre Einwohner*innen zu erzielen: Dazu gehören nachhaltiger Tourismus inklusive nachhaltiger Mobilität („Bikeable- und Walkable City“), kultureller Austausch und digitale Lösungen wie Apps und Online-Reiseführer. Mit Blick auf das Kulturangebot bieten Städte neben klassischen Museen oder Denkmälern häufig eine attraktive Bühne für Feste, Feiern und Veranstaltungen verschiedenster Art wie Musikfestivals, Straßenparaden, kulturelle Festivals, Sport- und andere große Veranstaltungen. Eine wichtige Rolle spielt auch der Shopping-Tourismus, denn die meisten Städte bieten ein vielfältiges Shopping-Angebot in Form von Geschäften, Einkaufszentren, Märkten und Boutiquen, Souvenirläden, Handwerksprodukte und sind damit ein bedeutender Anziehungspunkt für Tourist*innen. Die Verknüpfung mit dem Umland /der näheren Umgebung der Städte bietet Chancen im Natur- und Outdoor-Tourismus: Obwohl Städte oft mit Urbanität und Beton in Verbindung gebracht werden, bieten viele von ihnen durch innerstädtische Grünflächen (Parks, Gärten), Promenaden, Strände ebenso wie die nähere Umgebung der Stadt Möglichkeiten für Aktivitäten wie Radfahren und Wandern.²⁴

Natur- und Aktivtourismus

Natur und Urlaub gehören für viele Menschen untrennbar zusammen. Das Reisemotiv „Natur erleben“ hat sich kontinuierlich unter den Top 10 der beliebtesten Urlaubsmotive etabliert. Aktuelle Studien weisen sogar darauf hin, dass die Natur mittlerweile zum wichtigsten Urlaubsmotiv geworden ist. Dies wird auch dadurch unterstrichen, dass für sechs von zehn Deutschen die Naturbelassenheit des Reiseziels ein relevantes Entscheidungskriterium bei der Urlaubsplanung darstellt. Natur ist auf vielfältige Art und Weise erlebbar, sei es beim Wandern, Radfahren, Spaziergehen oder durch den Genuss regionaler Produkte. Darüber hinaus bieten besonders Schutzgebiete viel ursprüngliche Natur und Wildnis, was mittlerweile bei vielen Zielgruppen(-milieus) als wichtiges Argument gilt. Die Naturbelassenheit des Reiseziels ist dabei sogar ein relevantes Entscheidungskriterium.

Die Motive sind vielfältig: Ausgleich zum Alltag, eine ungezwungene Entfaltung, Entschleunigung in der Natur und zu sich selbst finden sowie die persönliche Bereicherung durch Erfahrungen und erlangtes Wissen während der Reise. Insbesondere jüngere Generationen ohne Kinder sind dabei auf der Suche nach „Abenteuererfahrungen“ in der Wildnis. Abenteuertourismus besteht aus vielen Nischenmärkten. Dabei wird zwischen sanften und anspruchsvollen Abenteuertouren unterschieden:

²³ Zusammenstellung dwif auf Basis von Tourismus NRW, Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus, Bayern Tourismus Marketing GmbH

²⁴ Zusammenstellung dwif auf Basis von Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V., ETI, Andreas Kagermeier, Natalie Stors und Eva Erdmenger

So sind sanfte Abenteuerreisen i. d. R. sicher und erfordern kaum Fähigkeiten und Erfahrung der Reisenden. Dazu gehören z. B. Rucksackreisen, Vogelbeobachtung, Camping, Wandern, Reiten.



Wandern profitiert weiterhin vom Boom von Outdooraktivitäten der letzten Jahre. Bei der Zielgebietswahl spielen dabei Natur/Landschaft und konkrete differenzierende Angebote der Region eine wichtige Rolle. Neben Gebirgsregionen zeigen auch Fluss-, Seen- sowie Themenwanderwege im Flachland Potenziale. Gewandert wird in jedem Alter, wenngleich ältere Zielgruppen hinsichtlich des Interesses am Wandern nach wie vor dominieren: Vor allem Best Ager und Senior*innen haben „sehr großes“ Interesse am Wandern im Urlaub. Die Wanderintensität steigt aber insbesondere bei jüngeren Zielgruppen. Es gibt viele Teilmärkte und Nischen, mit denen sich Wanderdestinationen auseinandersetzen können. Sie reichen vom Trailrunning für Extremsportler*innen, die sich in Camps auf Sportevents vorbereiten, über passionierte Etappenwandernde oder Wildwandern mit natürlichen Trekkingplätzen bis hin zum Barfußpfad für spazierwandernde Familien, barrierefreie Wanderrouten oder so genannte Mikroabenteuer im wohnortnahen Umfeld. Die Kombination mit Erlebnissen gewinnt sowohl im Kleinen entlang von Spazier- oder Rundwegen als auch entlang von Fernwanderwegen an Bedeutung. Dazu gehören Gamification (z. B. Detektivspielen auf der Strecke für Familien oder Leistungsmessung für sportive Wandernde) genauso wie Erlebnisinfrastrukturen (z. B. Highlines, Bergspielplätze, Sommerrodelbahnen, Flylines, Baumwipfelpfade, Niedrigseilgärten, Gipfelinstallationen) als neue Anlässe für Familien und weniger Wandergeübte. Angebotsneuerungen, die Gesundheitstrends aufgreifen wie Waldbaden, Yoga und Wandern, kreieren immaterielle Erlebnisse, bei denen das Wandern einen Baustein neben anderen bildet.²⁵



Radfahren und Radtourismus liegen im Trend. Dies gilt vor allem für Tagesausflüge, aber auch im Rahmen mehrtägiger Übernachtungsreisen. Allerdings sind die Zielgruppen sehr heterogen. Dominierten lange die klassischen „Streckenradelnden“, die hauptsächlich auf Radfernwegen unterwegs sind, den Radtourismus, differenziert sich der Markt zunehmend aus: Mittlerweile machen die sogenannten „Regio-Radlerinnen und -Radler“, die eine Region auf Sterntouren oder im Rahmen von Radausflügen erkunden und diese mit anderen (aktiven wie kulturellen) Aktivitäten kombinieren, den überwiegenden Teil des Nachfragevolumens aus. Auch Radanfänger und Familien wachsen vermehrt in das Segment hinein. So unterscheiden sich auch die Erwartungen an das radtouristische Erlebnis je nach Zielgruppe zum Teil stark. Zwar führen die beliebtesten Radrouten seit jeher entlang von Flüssen oder Küsten. Doch auch topografisch anspruchsvolle Routen gewinnen stark an Bedeutung, der steigenden Bedeutung von Elektrofahrrädern zum Dank. Dadurch erhöht sich auch seit Jahren die Länge der Radtouren und damit der Radius der Radfahrenden.²⁶

²⁵ Zusammenstellung dwif auf Basis von Deutsches Institut für Tourismusforschung, Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften, inspektour GmbH, Deutscher Wanderverband Service GmbH

²⁶ Zusammenstellung dwif auf Basis von ADFC, Deutsches Institut für Tourismusforschung, DestinationBrand, Sinus Markt- und Sozialforschung GmbH

Für erfolgreiche Destinationen im Wander- und Radfahrsegment bedeutet dies, eine konsequent hohe Qualität im gesamten touristischen Netz zu gewährleisten. Dies kann durch die Festlegung von Netzschnittpunkten erreicht werden, was gegebenenfalls auch den Rückbau von Nebenrouten und die vorrangige Pflege von Hauptrouten bedeuten kann. Die Vernetzung der Angebote über Gemeinde- und Regionsgrenzen hinweg, die Einbeziehung der Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln in die Routenplanung sowie die Berücksichtigung von Barrierefreiheit, Nachhaltigkeit und Digitalisierung bei der Infrastrukturentwicklung sind wichtige Themen. Ebenso wichtig sind eine gute Beschilderung sowie Rast- und Verpflegungsmöglichkeiten wie z. B. Verpflegungsautomaten. Speziell für den Radtourismus gilt es zudem zielgruppenspezifische Unterkünfte sowie innovative radtouristische Dienstleistungen (z. B. Fahrradstationen und -garagen) mitzudenken.

8. Kernerkenntnisse

Die Kernerkenntnisse aus der Analyse zum Status Quo und der Entwicklung des Tourismus lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- (1) Die **Nachfrage** in den touristischen Regionen im Landkreis Görlitz hat sich positiv entwickelt. Im Wettbewerbsvergleich fällt die Dynamik bei den erfassten (internationalen) Übernachtungen auf. Diese erfreuliche Entwicklung spiegelt sich auch in der **Zufriedenheit** der Akteur*innen wider.
- (2) Die **Übernachungskapazitäten** sind trotz rückläufiger Betriebszahlen gewachsen. Dabei bilden der **Fach- und Arbeitskräftemangel** sowie **Nachfolgeprobleme** eine große Herausforderung im Hinblick auf die Sicherung des Angebotes.
- (3) Die derzeitige **Qualität** des Angebotes schlägt sich auch in einer **hohen Gästezufriedenheit** nieder. Dies darf jedoch nicht dazu führen, sich auf dem derzeitigen Stand auszuruhen. Insbesondere die Entwicklung des **Preis-Leistungs-Verhältnisses** muss genau beobachtet werden.
- (4) Die zentralen **strategischen Festlegungen** der bisherigen Tourismuskonzeption treffen generell weiter auf Zustimmung. Gleichzeitig bestehen durchaus **Aktualisierungs- und Anpassungsbedarfe**, auch und insbesondere mit Blick auf übergeordnete Strategien.
- (5) **Tourismusakzeptanz** und **Tourismusbewusstsein, Weltoffenheit** und **Gastfreundschaft** bilden die Grundlagen für eine erfolgreiche touristische Weiterentwicklung. Die Bedeutung dieser Zukunftsthemen für die touristischen Regionen im Landkreis Görlitz spiegelt sich auch im Masterplan Tourismus bzw. der Bewertung der Akteur*innen wider.

- (6) Um den Tourismus gemeinsam zu gestalten und die wichtigen Zukunftsthemen mit vereinten Kräften zu bearbeiten, ist eine **vertrauensvolle Zusammenarbeit** und **Vernetzung** der touristischen Akteur*innen unabdingbar. Hier besteht gerade aus der Innensicht noch hohes Potenzial.

Diese zentralen Erkenntnisse bilden die Grundlage für die zukunftsgerichtete strategische Weiterentwicklung des Tourismus im Landkreis Görlitz.

III. STRATEGIE FÜR DIE TOURISMUSENTWICKLUNG

1. Touristische Leitidee

Die langfristig angelegte Leitidee fasst das nach innen gerichtete **Selbstverständnis** der touristischen Regionen im Landkreis Görlitz kompakt zusammen. Sie berücksichtigt die vorhandenen Angebote und formuliert, wofür der Landkreis aus touristischer Sicht steht. Damit bietet sie den Akteur*innen eine **strategische Orientierung** für ihre eigenen Aktivitäten, insbesondere Produktentwicklung und Marketing.

Bei der bisherigen Leitidee besteht nach Einschätzung der Akteur*innen nur leichter Anpassungsbedarf. Die nachfolgende Formulierung wurde im Workshop gemeinsam diskutiert und im Anschluss mit der Lenkungsgruppe abgestimmt.

**„Grenzenlos Kulturschätze und Familien- und Naturerlebnisse
in der Dreiländerregion (aktiv) entdecken“**

Damit hebt die Leitidee weiterhin die zentralen touristischen Themen Kultur und (aktiv in der) Natur sowie die Erlebnismöglichkeiten in der Region hervor. Neu ist aufgrund ihrer Bedeutung in der Angebotsstruktur und als Zielgruppe die ausdrückliche Nennung von Familien. Der Begriff des konkret benannten Dreiländerecks wird ersetzt durch die Dreiländerregion, wodurch der gesamte Landkreis und benachbarte Gebiete stärker als bisher hervorgehoben werden.

2. Themenschwerpunkte und Angebote

Die touristischen **Themenschwerpunkte** geben Orientierung nach innen und außen. Sie verdeutlichen die Schwerpunkte für Produktentwicklung und Marketing in den touristischen Regionen im Landkreis Görlitz. Dabei geben die ihnen zugeordneten **Produktlinien** den Angeboten eine Struktur. Die Premiumstandorte bzw. Premiumangebote stehen stellvertretend für die Kompetenz des Landkreises in den jeweiligen Themenschwerpunkten und Produktlinien, sind stark nachgefragt und bilden idealerweise einen eigenen Reiseanlass. Sie bieten ausgewiesene Qualität, verfügen über eine besonders starke überregionale Anziehungskraft und sind daher im Marketing gut als

„Schaufensterprodukte“ einsetzbar. Vor Ort belegen weitere passende Standorte und Angebote die breite thematische Kompetenz.

Zielführend bei der Auswahl ist die **Orientierung** an den Festlegungen auf übergeordneten Ebenen. Sie stärkt gegenseitig die Authentizität, schafft Verknüpfungs- und Vernetzungsmöglichkeiten über die Landkreisgrenzen hinaus und bietet Synergiepotenziale bei Produktentwicklung und Marketing. Für den Freistaat stehen die Leitthemen „Aktiv & Natur“, „Kultur & Städte“ sowie „Familie“ im Fokus. Ähnlich sieht es in der Oberlausitz aus, wo die Schwerpunkte in der Kommunikation auf „Aktiv.Sein!“, „Kultur.Schatz!“ und „Familien.Abenteuer!“ liegen. Als Leitprodukte definiert die MGO

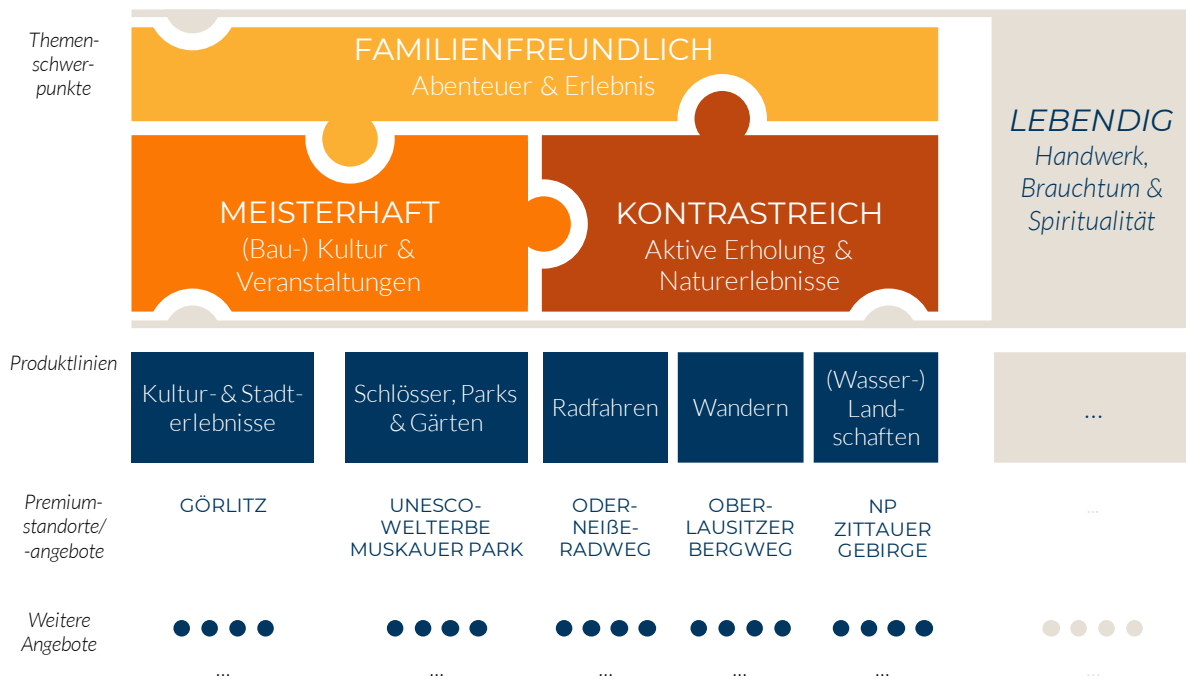
- den Oberlausitzer Bergweg und den Oder-Neiße-Radweg (Aktiv.Sein!)
- Bautzen & Görlitz im Sechsstädtebund und Pücklers Gartenträume (Kultur.Schatz!)
- Zu Gast im Saurierpark und bei den Freizeitknüllern (Familien.Abenteuer).

Unter Berücksichtigung dieser Festlegungen auf Bundesland- und Regionalebene sowie der bisherigen Ausrichtung wurden die Themenschwerpunkte für die touristischen Regionen im Landkreis Görlitz aktualisiert. Wie bisher gilt: Die Themenschwerpunkte

- sind überschaubar und basieren auf einem soliden Fundament an geeigneten Angeboten.
- greifen Besonderheiten der touristischen Regionen im Landkreise Görlitz auf.
- passen zu den Themen/Produktlinien Sachsens und der Oberlausitz.
- bieten viele Anknüpfungspunkte zu thematisch passenden Angeboten in den benachbarten Regionen.
- eignen sich für Kombinationen untereinander.

Den Themenschwerpunkten sind Produktlinien und Angebote zugeordnet, die die Überschriften mit Leben füllen und vor Ort erlebbar machen. Teilweise sind Angebote aufgrund ihrer thematischen Passfähigkeit mehreren Themenschwerpunkten zugeordnet.

Abb. 8: Übersicht Themenschwerpunkte, Produktlinien und Premiumstandorte/-angebote



Quelle: dwif 2024

Familienfreundlich: Abenteuer & Erlebnis

In den touristischen Regionen im Landkreis Görlitz gibt es zahlreiche Angebote, die besonders für Familien geeignet sind, darunter auch einige zertifizierte Freizeitanbieter*innen und Orte. Unter der Marke „Familienurlaub in Sachsen“ erfüllen diese nachweislich festgelegte Kriterien, die sie als besonders familienfreundlich auszeichnen.

Zu den zertifizierten familienfreundlichen Orten gehören im Landkreis die Stadt Görlitz und der Kurort Jonsdorf. Dazu kommen zahlreiche zertifizierte Freizeitanbieter*innen und weitere Einrichtungen, die besonders auf Familien ausgerichtet sind, dazu zählen beispielsweise:

- Die geheime Welt von Turisede (Kulturinsel Einsiedel)
- TRIXI-Ferienpark Zittauer Gebirge
- Kiez Querxenland Seifhennersdorf
- Erlichthof Rietschen
- Herrnhuter Sterne Manufaktur
- Burg und Kloster Oybin
- Steinzoowanderung: Runde um den Töpfer
- Steinzoo im Zittauer Gebirge: Rund um die Fuchskanzel
- Steinzoo im Zittauer Gebirge, Kurort Jonsdorf
- Windmühle Seifhennersdorf

- Waldeisenbahn Muskau
- Zittauer Schmalspurbahn, Zittau
- Erlebniswelt Krauschwitz
- Tierparks: Görlitz, Zittau, Weißwasser
- Schmetterlingshaus Jonsdorf
- Senkenburg Museum für Naturkunde Görlitz
- Rodelpark Oberoderwitz
- Lausitzer Findlingspark
- Landschaftsbetrieb „Mühlenhof“
- Paddeltouren auf der Neiße, u. a. mit Neiße-Tours, Engemanns
- Abenteuer-Kletterwald Zittauer Gebirge, Kletterpark am Berzdorfer See
- Veranstaltungen: Oberlausitzer Familienfest im Querxenland, Flenntippl-Fest im TRIXI-Park

Darüber hinaus lassen sich viele weitere Angebote in den touristischen Regionen, auch aus den anderen Themenschwerpunkten, so gestalten, dass sie für die Zielgruppe Familien gut geeignet sind.

Meisterhaft: (Bau-) Kultur & Veranstaltungen

Im Landkreis Görlitz finden sich zahlreiche Kulturangebote. Dieser leicht angepasste Themenschwerpunkt orientiert sich auch an der kürzlich erarbeiteten Definition für den Kulturtourismus in der Oberlausitz, die die bewegte europäische Geschichte und spannende Bau- und Landschaftskultur als besonders prägend identifiziert.

Der Themenschwerpunkt gliedert sich in zwei Produktlinien auf, die stellvertretend für die Kulturangebote im Landkreis Görlitz stehen:

- **Kultur- & Stadterlebnisse** mit dem **Premiumstandort Görlitz** als besonders nachfragestarker Ort mit starker Ausstrahlung, der sehenswerten Altstadt und 3.500 Bauwerken aus Gotik, Renaissance, Barock und Gründerzeit
- **Schlösser, Parks & Gärten** mit dem **Premiumangebot Muskauer Park / Park Mużakowski** mit dem dortigen Schloss als grenzüberschreitende UNESCO-Welterbestätte und entsprechender internationaler Reputation.

Darüber hinaus gibt es im Landkreis Görlitz zahlreiche weitere Kultur- und Veranstaltungsangebote, die gut zum Themenschwerpunkt und den beiden Produktlinien passen. Hierzu zählen beispielsweise:

- die Zittauer Altstadt
- das Haus Schminke, Löbau
- das Konrad-Wachsmann-Haus, Niesky
- der König-Friedrich-August-Turm, Löbau

- Burg und Kloster Oybin
- der Rhododendronpark Kromlau
- der Findlingspark Nochten
- Kulturveranstaltungen: ViaThea, Altstadtfest Görlitz, Spectaculum Citaviae, Lausitz Festival, Neiße Filmfestival, Jazz-Festival Görlitz, J-O-Ś Trinationales Theaterfestival

Kontrastreich: Aktive Erholung & Naturerlebnisse

Die Naturlandschaften im Landkreis Görlitz reichen von der flachen Heide- und Teichlandschaft im Norden über die Bergbaufolgeseen und -landschaften bis zum Oberlausitzer Bergland und dem Naturpark Zittauer Gebirge im Süden. Sie bilden die Kulisse für aktive Erholung und Erlebnisse in der kontrastreichen Natur. Zu diesem Themenschwerpunkt gehören die Produktlinien

- **Radfahren** mit dem **Premiumangebot Oder-Neiße-Radweg** als qualitativ hochwertige und touristisch vermarktete Route, die den Landkreis Görlitz von Süd nach Nord durchquert
- **Wandern** mit dem **Premiumangebot Oberlausitzer Bergweg**: als zertifizierter Qualitätsweg Wanderbares Deutschland
- **(Wasser-) Landschaften** mit dem **Premiumstandort Naturpark Zittauer Gebirge**.

Diese Produktlinien und Premiumangebote bzw. -standorte repräsentieren die kontrastreiche Naturlandschaft in den touristischen Regionen mit ihren Aktiv- und Erlebnisangeboten. Unteretzt werden sie durch weitere thematisch passende Angebote wie beispielsweise:

- UNESCO Biosphärenreservat Oberlausitzer Heide- und Teichlandschaft
- UNESCO Global Geopark Muskauer Faltenbogen/Łuk Mużakowa
- Wassertouristische Angebote an/auf der Neiße, dem Halbendorfer See, dem Bärwalder See, dem Olbersdorfer See und dem Berzdorfer See
- „Abenteuer-Sportarten“: Klettern, Wassersport, MTB
- Besondere Bahnen mit Bezug zu den Landschaften: Zittauer Schmalspurbahn, Waldeisenbahn Muskau
- Sport- und Aktivveranstaltungen mit Bezügen zu (Wasser-) Landschaften: O-See-Challenge Olbersdorfer See, Europamarathon Görlitz, Neiße Adventure Race Rothenburg/ O.L., Lausitz Rallye

Lebendig: Handwerk, Brauchtum & Spiritualität (Entwicklungsthema)

Zu diesen drei Themenschwerpunkten mit einer Fülle an buch- und erlebbaren touristischen Produkten im Landkreis gesellt sich ein weiterer Bereich, der tourismusrelevante Angebote bündelt, die regionale Besonderheiten widerspiegeln und sich meist im ländlichen Raum finden. Im Rahmen des Prozesses wurde jedoch deutlich, dass die touristische Qualität des Themenschwerpunktes „Lebendig: Handwerk, Brauchtum & Spiritualität“ noch nicht mit den anderen vergleichbar ist. Die

Angebotsstruktur ist vielfach kleinteilig und nur eingeschränkt erlebbar. Ein Premiumprodukt, das aus der Vielzahl der kleineren Angebote herausragt und stellvertretend für diesen Themenschwerpunkt ins Marketingschaufenster gestellt werden könnte, existiert bisher nicht. Auch aus den Ergebnissen der Online-Befragung wird deutlich, dass „Handwerk, Brauchtum & Spiritualität“ deutlich verhaltener als die übrigen Themenschwerpunkte bewertet wird. Mehr als ein Drittel der Befragten bewertet das Zukunftspotenzial als eher (oder in Einzelfällen sogar sehr) gering.

Hier bestehen folglich Entwicklungspotenziale, die künftig gezielt erschlossen werden müssen, bevor dieser Themenschwerpunkt eine ähnliche Bedeutung wie die anderen erreicht. Die Bemühungen sollten sich insbesondere auf die Produktentwicklung richten mit der Perspektive, mittelfristig ein ebenbürtiges Premiumprodukt vorweisen zu können. Zu den derzeitigen thematischen Angeboten zählen beispielsweise:

- das Erlebnis Umgebindehaus
- der Erlichthof Rietschen
- Herrnhut (UNESCO Weltkulturerbe): Brüderunität und Manufaktur
- Handwerk und Manufaktur, u. a. Textildorf Großschönau
- Sorbische Kultur und Veranstaltungen (Immaterielles Kulturerbe): Ostereiermarkt (Schleife), Internationales Dudelsackfestival (Schleife)
- Zittauer Fastentücher
- Kloster St. Marienthal
- Heiliges Grab Görlitz
- Kulturforum Görlitzer Synagoge

Veranstaltungsangebote, z. B. im Lausitzer Findlingspark Nochten wie das jährlich stattfindende Heidefest.

Zahlreiche thematische Anknüpfungspunkte

Die beschriebenen Themenschwerpunkte stehen im Mittelpunkt von Produktentwicklung und Marketing in den touristischen Regionen im Landkreis Görlitz. Gleichzeitig bieten sie viele **Anknüpfungspunkte** für bisher nicht genannte Angebote im Landkreis und darüber hinaus. **Kooperationen** mit Leistungsträger*innen und Organisationen im Landkreis Bautzen, in Brandenburg (Lausitzer Seenland), in Polen und Tschechien sind ausdrücklich wünschenswert. Sie schaffen und entwickeln Netzwerke, erhöhen die Authentizität der Themenschwerpunkte und erweitern das Angebot für die Gäste.

3. Zielgruppen

Bei den Zielgruppen ist es für den Landkreis Görlitz empfehlenswert, sich an den übergeordneten, für Sachsen und die Oberlausitz definierten **Sinus-Milieus** zu orientieren und einen besonderen Fokus auf Familien zu legen. Die Sinus-Milieus fassen Menschen mit ähnlichen Werten und einer vergleichbaren sozialen Lage zu „Gruppen Gleichgesinnter“ zusammen. Sachsen und die Oberlausitz arbeiten seit dem Jahr 2020 mit den Sinus-Milieus. Der Schwerpunkt wird dabei auf das sozial-ökologische Milieu, das liberal-intellektuelle Milieu und das adaptiv-pragmatische Milieu gelegt.

Im Rahmen der Aktualisierung der Sinus-Milieus im Jahr 2021 wurden das liberal-intellektuelle Milieu und das sozial-ökologische Milieu zum **postmateriellen Milieu** zusammengefasst. Dieses Milieu ist durch Selbstbestimmung und -entfaltung und Gemeinwohlorientierung gekennzeichnet. Nachhaltigkeit, diskriminierungsfreie Verhältnisse sowie ein verantwortungsvoller Konsum sind für dieses Milieu wichtig. Das Milieu erreicht überdurchschnittliche Werte bei den Urlaubsarten Familienurlaub, Natururlaub sowie Erlebnis- und Entdeckungsreise. Bei den Urlaubsaktivitäten werden im Vergleich zur Gesamtbevölkerung u. a. überdurchschnittliche Werte bei Ausflügen in die Umgebung, dem Besuch von Naturattraktionen, dem Besuch kultureller und historischer Sehenswürdigkeiten, bei Wanderungen, Fahrradfahren, Baden sowie dem Genuss landestypischer Spezialitäten erreicht. Für alle diese Aktivitäten stehen die touristischen Regionen im Landkreis Görlitz mit ihren Angeboten.

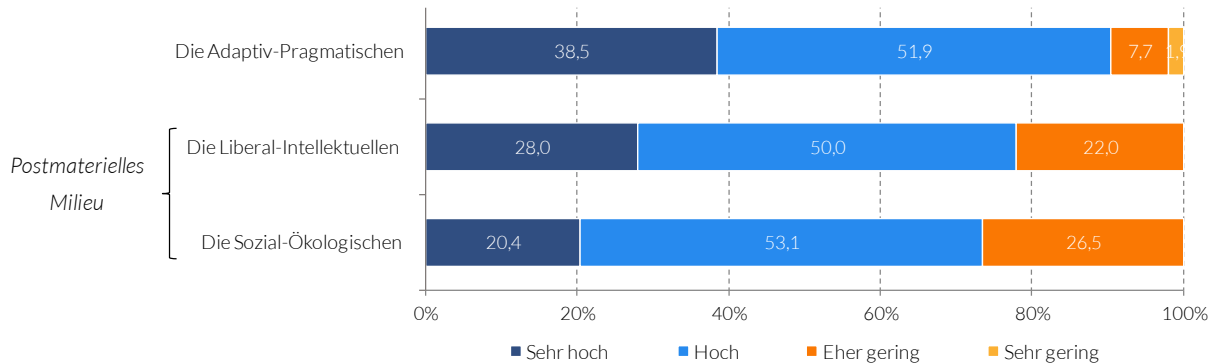
Das **adaptiv-pragmatische Milieu** ist gekennzeichnet durch eine hohe Anpassungs- und Leistungsbereitschaft, ein starkes Bedürfnis nach Verankerung und Zugehörigkeit und eine gesunde Work-Life-Balance. Neben einem Nützlichkeitsdenken ist dem Milieu auch der Wunsch nach Spaß und Unterhaltung wichtig. Ebenso wie beim postmateriellen Milieu werden auch hier überdurchschnittliche Werte bei der Urlaubsart Familienurlaub erreicht. Auch Erholungs-/Entspannungsreisen werden überdurchschnittlich häufig unternommen. Bei den Urlaubsaktivitäten sind Radfahren, Wanderungen, Baden sowie der Besuch von Freizeitparks überdurchschnittlich stark ausgeprägt.

Auf Basis von drei **Personas** werden die fokussierten Milieus für das Marketing noch greifbarer. „Julia und Thomas“ stellen dabei die **familienorientierten Aktiv-Urlauber**, „Verena und Alexander“ die **genussvollen Entdecker** und „Anne und Christoph“ die **verantwortungsbewussten Naturliebhaber** dar und stehen stellvertretend für eine Vielzahl von Gästen.²⁷

Die Befragung der Akteur*innen hat ergeben, dass das **Zukunftspotenzial** des adaptiv-pragmatische Milieus für den Tourismus in den touristischen Regionen im Landkreis Görlitz am höchsten bewertet wird. Rund 90 % der Befragten schätzen dieses sehr hoch oder hoch ein. Bei den anderen beiden Milieus bzw. dem zusammengefassten postmateriellen Milieu liegt dieser Wert zwischen 70 und 80 %.

²⁷ <https://sachsen.tourismusnetzwerk.info/>

Abb. 9: Zukunftspotenzial der Zielgruppen von Sachsen und der Oberlausitz für den Tourismus in den touristischen Regionen im Landkreis Görlitz



Quelle: dwif 2024, Daten: Befragung der touristischen Akteur*innen (n = 54)

4. Zukunftsthemen und Handlungsfelder

Die Zukunftsthemen und Handlungsfelder bilden diejenigen Bereiche, in denen die Akteur*innen in den touristischen Regionen im Landkreis Görlitz primär tätig werden müssen, um die Tourismusentwicklung voranzubringen. Sie schaffen eine **Struktur für die Maßnahmen**.

Zentral im Sinne der **Umsetzung** sind die **Fokussierung** und die weitere **Konkretisierung**. Das vorliegende Papier benennt bewusst nur Zukunftsthemen und untersetzt diese mit fachlichen Hinweisen und Ideen zur weiteren Ausgestaltung, die sich aus dem Prozess (Analyse und insbesondere die im Workshop entwickelten Ideen und Lösungsansätze) und als gutachterliche Empfehlungen ergeben. Damit gibt es eine **klare und längerfristige strategische Richtung** vor und wahrt gleichzeitig die **Flexibilität** für die Umsetzung. Die Akteur*innen sind hier gefragt, auf dieser Grundlage passende Maßnahmen auszuarbeiten und Verantwortlichkeiten festzulegen. Diese Vorgehensweise ermöglicht nicht nur **jährliche Aktionspläne** oder wechselnde **inhaltliche Schwerpunkte**, sondern gibt auch die Möglichkeit, bisher nicht absehbare Entwicklungen unter Wahrung der strategischen Richtung zu berücksichtigen. Dabei ist gleichwohl ausdrücklich zu empfehlen, bewusst auf eine kleinere Anzahl wirkungsvoller Maßnahmen zu setzen, statt umfangreiche Maßnahmenkataloge auszuarbeiten, die letztlich nicht umgesetzt werden können. Die vorliegende Perspektive bildet hierfür den Orientierungsrahmen.

Viele dieser Zukunftsthemen und Handlungsfelder spielen auch für die Tourismusentwicklung auf **Landesebene** bzw. im **Masterplan Tourismus** des Freistaates eine wichtige Rolle. Dies bietet den Akteur*innen im Landkreis die Chance, an übergeordnete Projekte und Initiativen anzuknüpfen, um gemeinsam an den individuellen Herausforderungen zu arbeiten.

4.1 Angebots- & Qualitätssicherung

Das Handlungsfeld Angebots- & Qualitätssicherung ist von zentraler Bedeutung, um die Attraktivität und Wettbewerbsfähigkeit der touristischen Regionen zu halten und weiter zu stärken. Aus Sicht der Akteur*innen aus dem Landkreis zählt die Sicherung der Angebotsqualität zu den wichtigsten Zukunftsthemen. Im Fokus steht die Schaffung eines qualitativ hochwertigen und barrierefreien Angebots, das sich auf die Gästezufriedenheit und die Lebensqualität für die Einheimischen auswirkt. Dabei sind die folgenden inhaltlichen Ansätze zielführend:

- **Produktweiterentwicklung und Angebotsausbau entlang der festgelegten Themen und Zielgruppen:** Es gilt, gezielt neue Angebote und Produkte zu entwickeln, die die definierten Themenschwerpunkte stützen und den Bedürfnissen der Zielgruppen entsprechen. Für den Themenschwerpunkt „Lebendig“ ist mittelfristig die Entwicklung eines ausgewiesenen Premiumberbietes erforderlich. Die ergänzenden Informationen zu den gewählten Sinus-Milieus und die auf Freistaat-Ebene erarbeiteten Personas bieten dabei wertvolle Ansätze. Ideen aus dem Workshop beziehen sich beispielsweise auf den Ausbau des Oder-Neiße-Radwegs hinsichtlich Erlebbarkeit und die Schaffung authentischer regionaler Angebote. Um die bestehende starke Saisonalität etwas zu verringern und eine bessere Verteilung der Nachfrage im Jahresverlauf zu erreichen, soll bei der Produktentwicklung auch darauf geachtet werden, dass die Angebote unabhängig von der Jahreszeit attraktiv sind. Personalarme Angebote wie Selbstbedienungsangebote oder digitale Führungen lindern, auch mit Unterstützung digitaler Tools, den Fach- und Arbeitskräftemangel und sichern beispielsweise das gastronomische Angebot entlang wichtiger touristischer Infrastruktur. Bei der Umsetzung dieser Vorhaben ist eine enge Zusammenarbeit mit der MGO, der TMGS und den Leistungsträger*innen vor Ort zielführend.
- **Qualitätssicherung der bestehenden Angebote:** Die heutigen Gäste sind derzeit sehr zufrieden mit der Qualität des Beherbergungsangebotes im Landkreis Görlitz. Angesichts hoher und weiter steigender Qualitätsansprüche und des letztlich globalen Wettbewerbs darf hier jedoch nicht nachgelassen werden. Workshop-Teilnehmende regten beispielsweise die Entwicklung hochwertiger Hotellerie mit je nach Zielgruppe passender Themeninszenierung an. Die Mindeststandards zur Qualitätssicherung bestehender Angebote richten sich an den Erwartungen und spezifischen Bedürfnissen der definierten Zielgruppen aus. Dies gilt für die gesamte Leistungskette inkl. touristischer Infrastruktur und nicht für nur einzelne Betriebe oder Angebotsbausteine. Im Fokus steht die Gewährleistung eines angemessenen Preis-Leistungs-Verhältnisses. Das regelmäßige Monitoring der Gästezufriedenheit, der Ausbau bestehender Klassifizierungen und Zertifizierungen oder ein 1-zu-1-Coaching von Leistungsträger*innen unterstützen dabei, Schwachstellen zu erkennen und besser zu werden.
- **Barrierefreiheit entlang der Customer Journey:** Barrierefreiheit bildet ein Qualitätsmerkmal und soll künftig weiter gestärkt werden. Es gilt, den Mehrwert für Alle herauszustellen, anstatt Barrierefreiheit als Nische zu verstehen. Entscheidend ist, nicht nur ein einzelnes barrierefreies Angebot vorzuhalten, sondern auch Produkte und Routen zu entwickeln, die

barrierefreie Angebote in Sehenswürdigkeiten, Unterkünften, Restaurants und öffentlicher touristischer Infrastruktur miteinander verbinden und somit barrierefreie Mehrtagesaufenthalte ermöglichen. Denkbare Ansatzpunkte zur Stärkung der Barrierefreiheit sind die Sensibilisierung der Leistungsträger*innen für die Bedeutung des Themas und Handlungsmöglichkeiten, Bündelung und Netzwerkbildung, Entwicklung und Ausbau sowie Kommunikation und Marketing entsprechender Angebote. Mit dem für den Landkreis Görlitz entwickelten Teilaktionsplan Barrierefreier Tourismus liegt zeitgleich bereits eine fachliche Grundlage mit konkreten und priorisierten Maßnahmenempfehlungen vor.

- **Unterstützung der Betriebe bei Produktentwicklung, Innovation und Ermutigung zu Neugründungen:** Die touristischen Leistungsträger*innen und ihre Angebote sind für den Tourismus im Landkreis von höchster Bedeutung. Sie prägen die Eindrücke der Gäste und sind gleichzeitig häufig zu sehr im Alltagsgeschäft gebunden, um sich mit Strategien, Weiterbildungsmöglichkeiten und Innovationen zu beschäftigen. Mit praxisorientierten Unterstützungsangeboten können die TGGs und ihre Partner wie IHK oder Dehoga die Betriebe dabei begleiten, zielgruppengerechte, marktfähige Produkte zu entwickeln und Innovationen einzuführen. Dies gilt ebenso für die Beratung und Begleitung von Gründer*innen und Betriebsübernehmer*innen. Mögliche Formate sind beispielsweise Weiterbildungsveranstaltungen, Beratung vor Ort, Fachexkursionen, die Identifikation von Fördermöglichkeiten oder Produktentwicklungsworkshops. Um keine Doppelstrukturen zu schaffen und gezielt Lücken zu füllen, sollte die Umsetzer*innen zunächst einen Überblick bestehender Angebote, idealerweise mit Tourismusbezug, schaffen.
- **Vernetzung der Angebote:** Erst durch eine enge Vernetzung und Abstimmung einzelner qualitativvoller und zuverlässiger Angebote im Landkreis und ausdrücklich auch grenzübergreifend entsteht für den Gast das stimmige Gesamterlebnis Urlaub. Dies gilt auch für die Schaffung barrierefreier Urlaubserlebnisse. Mögliche Ansätze sind die Förderung der Vernetzungsmöglichkeiten unter den Leistungsträger*innen, die Organisation von Netzwerktreffen, die Zusammenarbeit in thematischen Netzwerken, regionaler Informations- und Erfahrungsaustausch, gemeinsame Produktentwicklungsworkshops oder die Entwicklung von Pauschalangeboten bzw. stimmigen thematischen oder geografischen Kombinationsangeboten wie einer grenzübergreifenden „Genussroute“ sowie Kombitickets und gegenseitige Empfehlungen.

4.2 Digitalisierung

Die Digitalisierung ist eine zentrale Transformationstreiberin und wirkt sich entscheidend auf die die Zukunftsfähigkeit des Tourismus im Landkreis Görlitz aus. Das Handlungsfeld richtet sich darauf, eine moderne und benutzerfreundliche digitale Infrastruktur zu schaffen, die es Gästen ermöglicht, ihre Reise einfach und bequem zu planen und zu buchen. Darüber hinaus sollen digitale Tools auch zu einer Steigerung der Effizienz und Produktivität in den Betrieben und Organisationen beitragen und die Auswirkungen des Fach- und Arbeitskräftemangels lindern, indem Prozesse automatisiert werden. Wichtig ist dabei jedoch, insbesondere dort digitale Möglichkeiten zu nutzen, wo sie Mehrwerte für Gäste und Leistungsträger*innen schaffen. Bestehende Unterstützungsangebote auf Landesebene wie die Initiative „Tourismus 360Grad Digital“ oder der mit ihr verbundene Mehrwertekompass Digitalisierung des LTV²⁸ sollten in der Planung und Umsetzung der Maßnahmen ausdrücklich berücksichtigt werden. Denn viele Instrumente und Unterstützungsangebote liegen hier bereits vor und kommen auch der Anregung aus dem Workshop entgegen, „Digitalisierung ganz praktisch/für jedermann“ zu ermöglichen. Auch im digitalen Raum sollte größtmögliche Barrierefreiheit angestrebt werden. Folgende Ansatzpunkte sind denkbar:

- **Digitales Marketing:** Ein zeitgemäßes digitales Marketing trägt dazu bei, die Bekanntheit und Attraktivität des Landkreises Görlitz als touristisches Ziel zu stärken. Dabei ist nicht nur die Aussendung einheitlicher Botschaften auf Grundlage der vorliegenden strategischen Ausrichtung (Themenschwerpunkte und Premiumangebote) von hoher Bedeutung. Im Fokus steht das Informationsverhalten der beiden definierten Zielgruppen. Es gilt daher, vor allem aus der Sicht des Gastes zu denken. Für die Umsetzung sollte die intensive Zusammenarbeit unter den TGGs sowie mit der MGO, der TMGS und dem LTV gesucht werden.
- **Online-Buchbarkeit:** Angebote, die heute und in Zukunft nicht online buchbar sind, haben es zunehmend schwer. Unterkünfte, Gastronomie, Veranstaltungen und Attraktionen komfortabel und direkt online buchen zu können, wird heute vielfach erwartet. Hier müssen die Leistungsträger*innen selbst aktiv werden und dafür Sorge tragen, dass sie auf gängigen Buchungsplattformen vertreten sind bzw. auch über weitere Kanäle einfach buchbar sind. Gerade kleinere Anbieter*innen brauchen hierfür jedoch Unterstützung. Die TGGs, die MGO und auf Landesebene die TMGS und der LTV können hierfür sensibilisieren und fachliche Unterstützung bieten.
- **Digitale Unterstützung entlang der gesamten Customer Journey:** Der nutzenstiftende Einsatz digitaler Anwendungen sollte nicht nur auf die Inspirations- und Buchungsphase beschränkt sein, sondern die gesamte Customer Journey umfassen. Dies kann beispielsweise durch die Bereitstellung von digitalen Reiseführern, die Einrichtung virtueller Informationspunkte und die Schaffung von mobilen Apps, die Besucher während ihres Aufenthalts unterstützen, erreicht werden. Schulungen und weitere Unterstützungsangebote für Betriebe können die Umsetzung befördern.

²⁸ <https://sachsen.tourismusnetzwerk.info/>

- **Bargeldloses Zahlen:** Nachfrager*innen erwarten heute vielfach bargeldlose Zahlungsmöglichkeiten, und dies gilt insbesondere für internationale Gäste beispielsweise aus Tschechien. Die Akzeptanz von Kreditkarten, kontaktlose Zahlungsmethoden und die Bereitstellung von Mobile-Payment-Lösungen sind jedoch bisher nicht durchgängig vorhanden. Unterkünfte, Gastronomiebetriebe sowie Kultur- und Freizeiteinrichtungen im Landkreis Görlitz sollten diese Services verstärkt anbieten – und damit nicht nur den Komfort für ihre Kundschaft erhöhen, sondern auch Kaufanreize steigern. Im Fokus stehen unter Berücksichtigung bestehender Initiativen die Information und Sensibilisierung der Betriebe.
- **Datenpflege und einheitliche Digitalstruktur:** Die Bereitstellung und regelmäßige Pflege von Daten zu touristischen Angeboten, Veranstaltungen und Mobilitätslösungen ist erforderlich, um Besucher mit aktuellen und zuverlässigen Informationen zu versorgen. Dabei kommt der Bereitstellung einer einheitlichen, landkreisübergreifenden Digitalstruktur und entsprechenden Schnittstellen eine hohe Bedeutung zu. Die Akteur*innen im Landkreis Görlitz sollten sich bei der weiteren Ausgestaltung an den Aktivitäten auf Landesebene orientieren und sich dort aktiv einbringen (u. a. Digitalstrategie Sachsen, Digitalarchitektur und Datenmanagement SaTourN)

4.3 Arbeits- & Fachkräftesicherung

Ohne motivierte und qualifizierte Menschen, die gut und gerne touristische Dienstleistungen erbringen, sind Quantität und Qualität des touristischen Angebotes gefährdet. Die touristischen Regionen im Landkreis Görlitz profitieren im Vergleich zu anderen Regionen derzeit noch von ihrer Grenzlage zu Polen und Tschechien, doch auch hier ist der Personalmangel bereits wahrnehmbar und gefährdet längerfristig die Grundlage einer erfolgreichen Tourismusentwicklung. Aus Sicht der Akteur*innen bildet der Arbeits- und Fachkräftemangel eines der zentralen Zukunftsthemen für den Tourismus im Landkreis Görlitz. Auf Landesebene adressiert der Masterplan Tourismus dieses wichtige Thema bereits, sodass sich hierdurch auch Synergie- und Anknüpfungsmöglichkeiten für die Umsetzung im Landkreis Görlitz ergeben. Mögliche Ansatzpunkte in diesem Handlungsfeld sind:

- **Gewinnung und Bindung von Arbeitskräften für/an die Branche und die Region:** Eine hohe Wechselbereitschaft auf dem Arbeitsmarkt trifft auf Rahmenbedingungen, die in der Tourismusbranche vielfach besonders herausfordernd sind. Touristische Betriebe müssen heute um ihre Mitarbeitenden ähnlich stark werben wie um ihre Gäste. Dabei bildet die emotionale Bindung der Mitarbeitenden einen wichtigen Faktor für ihren längerfristigen Verbleib im Unternehmen (und in der Branche). Wichtige Stichworte im Sinne einer wertorientierten Unternehmenskultur sind z. B. Mitgestaltungsmöglichkeiten, Willkommenskultur und hohe Wertschätzung sowie sinnstiftende Arbeit. Darüber hinaus wirken sich auch Weiterbildungsprogramme, familienfreundliche Arbeitsbedingungen, faire Bezahlung und attraktive Zusatzleistungen auf die Mitarbeitendenbindung aus. Hier sollten sich die Akteur*innen aus dem Landkreis Görlitz zunächst einen Überblick bestehender Initiativen auf übergeordneten

Ebenen bzw. auch branchenübergreifender Projekte verschaffen, bevor bei Bedarf eigene tourismus- und landkreisspezifische Maßnahmen umgesetzt werden können. Im Fokus stehen die Betriebe. Die TGGs können Unterstützung leisten, indem sie beispielsweise die Arbeitsgeber*innen sensibilisieren, erfolgreiche Praxisbeispiele aufzeigen, Kontakte vermitteln oder eigene regionale und tourismusspezifische Veranstaltungen zum Thema im Landkreis organisieren.

- **Werbe-/Informationsinitiative für die Arbeit im Tourismus:** Eine Kampagne kann dabei helfen, das Image touristischer Tätigkeiten zu verbessern. Entscheidend ist jedoch, dass auch diese Werbe- und Informationsoffensive authentisch ist und realistische Versprechen macht. Die Gewinnung von Auszubildenden, Gründer*innen und Quereinsteiger*innen für die Tourismusbranche können gute Ansatzpunkte sein. Unter dem Dach der Tourismuskoooperation könnten beispielsweise Betriebe für einen gemeinsamen Auftritt auf der INSIDER-Messe oder den Oberlausitzer Karrieretagen gebündelt werden.
- **Kooperation von Betrieben:** Jobsharing kann dabei helfen, den Arbeitskräftemangel auszugleichen. Interessierte Betriebe können dabei gemeinsam Mitarbeiter*innen in gleichen Aufgabenfeldern mit unterschiedlichen Kernarbeitszeiten einsetzen. Voraussetzung hierfür ist eine entsprechende Aufgeschlossenheit der Betriebe und Arbeitnehmer*innen für neue Arbeitsformen bzw. neue Formen der Zusammenarbeit.
- **Unternehmensnachfolge und Gründungen:** Wenn Betriebsinhaber*innen keine Nachfolger*innen finden, brechen Angebote weg. Besonders kritisch ist dies entlang zentraler touristischer Infrastruktur. Die Begleitung und Beratung von Betrieben bei der Nachfolgeregelung, Betriebsübernahmen und Neugründungen können dazu beitragen, die Herausforderung zu meistern. Hierbei sollten zunächst bestehende Initiativen geprüft und ggf. übernommen bzw. im Landkreis kommuniziert werden.

4.4 Organisation & Zusammenarbeit

Aus Sicht der Akteur*innen hat die touristische Kooperation noch deutliche Potenziale. Rund jede*r dritte Befragungsteilnehmer*in bewertet die Zusammenarbeit innerhalb der touristischen Regionen im Landkreis als weniger gut, bezogen auf die Oberlausitz insgesamt sind es vier von zehn Befragten. Zusammenarbeit und Vernetzung bilden auch aus der Innensicht einen zentralen Erfolgsfaktor für die zielgerichtete Weiterentwicklung des Tourismus. Wichtige Stichworte aus dem konzeptionellen Prozess zur Tourismusentwicklung im Landkreis Görlitz sind:

- Klärung/Zuweisung von Aufgaben und Kompetenzen
- Weiterentwicklung der Organisationsstrukturen, gemeinsame DMO-Struktur für Management und Marketing
- stabile Tourismusfinanzierung, nicht nur Förderprojekte, einheitliche Einführung einer Gästetaxe zur Finanzierung der touristischen Arbeit
- Vernetzung innerhalb der Ebenen und Ebenen übergreifend sowie Austauschformate (siehe auch oben zur Vernetzung)

- Kooperationen (inkl. Tourismuskoooperation des Landkreises, Privat-Public Partnership, Leistungsträger-Leistungsträger, branchenübergreifende Kooperationen z. B. zwischen Tourismus und Einzelhandel),

Zu diesem Handlungsfeld zählen insbesondere die Themen **Organisationsstrukturen, Aufgabenteilung und Finanzierung**. Details und Handlungsempfehlungen für die Oberlausitz werden im parallellaufenden Projekt „**Transformationsprozess II – Weiterentwicklung der touristischen Organisationsstruktur in der Oberlausitz**“ erarbeitet. Diesen Ergebnissen soll an dieser Stelle weder vorgegriffen werden, noch sollen hier parallel separate Empfehlungen erarbeitet werden.

4.5 Nachhaltigkeit

Neben der Digitalisierung bildet Nachhaltigkeit die zweite große Transformationstreiberin und damit ein Zukunftsthema, das die touristischen Akteur*innen im Landkreis Görlitz aktiv gestalten müssen. Hier gilt es, im Rahmen der Umsetzung die individuellen Schwerpunkte einer nachhaltigen Tourismusedwicklung noch tiefer zu definieren. Im bisherigen Prozess wurden jedoch bereits erste Bedarfe deutlich. Im Zentrum steht demnach die Stärkung der ökologischen Nachhaltigkeit, und hier insbesondere die Schaffung nachhaltiger Mobilität und die Entwicklung nachhaltiger Produkte. Mögliche Ansätze und Maßnahmen sind:

- **Konkretisierung der Schwerpunkte und Handlungsbedarfe:** Grundlegend für die Bearbeitung dieses Zukunftsthemas sind ein einheitliches Verständnis von Nachhaltigkeit unter den touristischen Akteur*innen, eine gemeinsame Zielrichtung sowie darauf aufbauend die weitere Konkretisierung der Schwerpunkte und die daran orientierte Erarbeitung eines Aktionsplanes. Ansätze hierfür sind der Abgleich mit bestehenden Aktivitäten auf Landkreisebene, die Befragung von Interessensgruppen sowie die Erarbeitung von Nachhaltigkeitsleitlinien oder einer kompakten Nachhaltigkeitsstrategie.
- **Nachhaltige Mobilität:** In Zusammenarbeit mit Verbänden und Mobilitätsanbietern stehen die Verbesserung der nachhaltigen Erreichbarkeit und Mobilität vor Ort für Gäste und Bevölkerung sowie der Ausbau autofreier Verbindungen entlang wichtiger touristischer Routen im Landkreis im Fokus. Hierfür sind u. a. eine entsprechende Infrastruktur (z. B. tourismusorientierte Routen und Taktungen, Verleihsysteme, Ladesäulen) sowie branchenübergreifende Netzwerkpartner*innen erforderlich. Pauschalen und Tourenvorschläge, die ohne eigenen Pkw erlebbar sind, sowie Bonus-Angebote für die öffentliche Anreise oder eine Gästekarte inkl. Mobilität tragen dazu bei, nachhaltige Mobilität verstärkt in die Produktentwicklung zu integrieren und entsprechende Anreize in der Nachfrage zu setzen. Bei der Ausgestaltung sollten touristische Bedarfe und die Gewährleistung von Barrierefreiheit berücksichtigt werden.
- **Nachhaltigkeit als Qualitätsstandard entlang der Customer Journey:** Neben der Mobilität steht die Entwicklung nachhaltiger Angebote im Fokus. Das bedeutet, dass nicht nur einzelne Leistungen Nachhaltigkeitsansprüche erfüllen, sondern dass die gesamte touristische Angebotskette deutlich stärker auf ökologische (und ggf. auch ökonomische und soziale)

Nachhaltigkeit ausgerichtet wird. Nachhaltigkeit soll künftig als ganzheitliches Qualitätsmerkmal verstanden werden. Hierfür sind insbesondere die Leistungsträger*innen gefragt. Unterstützt werden sie bei ihren Nachhaltigkeitsbemühungen durch die touristischen Organisationen und ihre Partner*innen, beispielsweise mit thematischen Workshops, Leitfäden oder Beratungsangeboten. Dabei ist jeweils darauf zu achten, diese Angebote möglichst praxisorientiert zu gestalten.

4.6 Tourismusbewusstsein & Gastfreundschaft

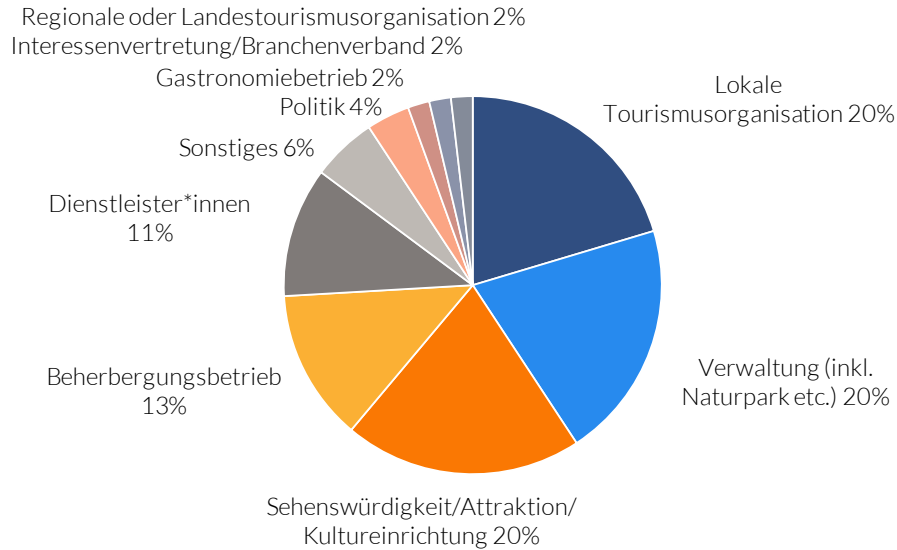
Das Handlungsfeld Tourismusbewusstsein & Gastfreundschaft setzt sich mit den Grundwerten eines erfolgreichen Tourismus auseinander und setzt damit an den Wurzeln an, um den Tourismus erfolgreich in die Zukunft zu tragen. Tourismus lebt von einem offenen, freundlichen Aufeinandertreffen von Einheimischen und Gästen. Nur so können Mehrwerte für die Bevölkerung generiert, Gästeerwartungen erfüllt und zukünftige Tourismusvorhaben umgesetzt werden. Ziel ist deshalb, das Bewusstsein der Bevölkerung für die Mehrwerte zu stärken und sie gleichzeitig für einen welt-offenen, gastfreundlichen Umgang zu sensibilisieren. Die Aktivitäten im Landkreis Görlitz sollten sich dabei insbesondere an den Initiativen auf Landesebene (Masterplan, LTV) orientieren. Folgende Ansatzpunkte sind denkbar:

- **Bewusstseins-schaffung für Mehrwerte aus dem Tourismus:** Das vorhandene Bewusstsein gilt es im Rahmen einer Daueraufgabe nicht nur zu erhalten, sondern weiter zu stärken. Dazu ist es notwendig, einerseits den Zusammenhang zwischen dem geschaffenen Nutzen und dem Tourismus als Ursprung aufzuzeigen und andererseits die positiven Auswirkungen auf den Standort Landkreis Görlitz und das Leben der Einheimischen zu verdeutlichen. Wichtig ist es dabei, ehrlich und transparent zu kommunizieren, ohne die negativen Aspekte zu beschönigen oder zu unterschlagen. Nur so kann dann auch Akzeptanz für die Weiterentwicklung in Form von unterschiedlichen Maßnahmen entstehen. Die Tourismusverantwortlichen nehmen als Führungssprecher*innen des Tourismus, die den ständigen Austausch suchen und kontinuierlich neue und gewohnte Kommunikationskanäle nutzen, eine federführende Rolle bei der Bewusstseins-schaffung ein.
- **Darstellung des Zusammenhangs zwischen Weltoffenheit, Gastfreundschaft und Tourismus:** Mehrwerte aus dem Tourismus können nur abgerufen werden, wenn der Tourismus vor Ort langfristig gesichert ist. Dazu leisten nicht nur die Leistungstragenden und die Tourismusverantwortlichen vor Ort ihren Beitrag, sondern auch die Bevölkerung selbst durch ihre Interaktion mit den Gästen. Im Fokus steht, der Bevölkerung ihre eigene Rolle bewusst zu machen und den Zusammenhang zwischen einem weltoffenen und gastfreundlichen Auftreten gegenüber den Gästen und einem erfolgreichen Tourismus mit all seinen Mehrwerten aufzuzeigen. Auch hierfür bedarf es entsprechende Sensibilisierungsmaßnahmen, die die Bevölkerung abholen und langfristige Wirkung erzeugen.
- **Gelebte Willkommenskultur:** Der Tourismus ist nicht losgelöst von anderen regionalen Entwicklungen zu betrachten. So wird das Image einer Region auch durch die nicht-touristische

Berichterstattung zum Beispiel zu politischen Entwicklungen geprägt. Anbieter*innen und die Bevölkerung gilt es hierfür zu sensibilisieren und eine gelebte Willkommenskultur gegenüber allen weiteren Gruppen wie z. B. kürzlich Zugezogenen und temporären Gästen zu unterstützen. Die Teilnehmenden des Workshops sehen darin einen wichtigen, weichen Standortfaktor, der letztlich auch bei der Bewältigung des Arbeits- und Fachkräftemangels zum Tragen kommt. Eine gelebte Willkommenskultur profitiert dabei von Persönlichkeiten aus Politik und Gesellschaft, die als positive Beispiele vorrangehen. Weitere mögliche Partner*innen können unter anderem die Wirtschaftsförderung oder auch lokale Vereine sein.

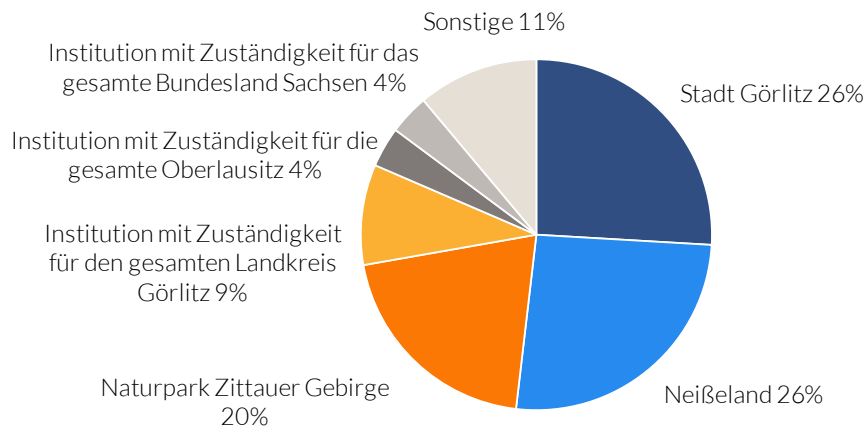
Anhang Ergebnisse der Online-Befragung

Anhang 1: Bitte geben Sie an, welcher der folgenden Gruppen Sie sich in erster Linie zuordnen.



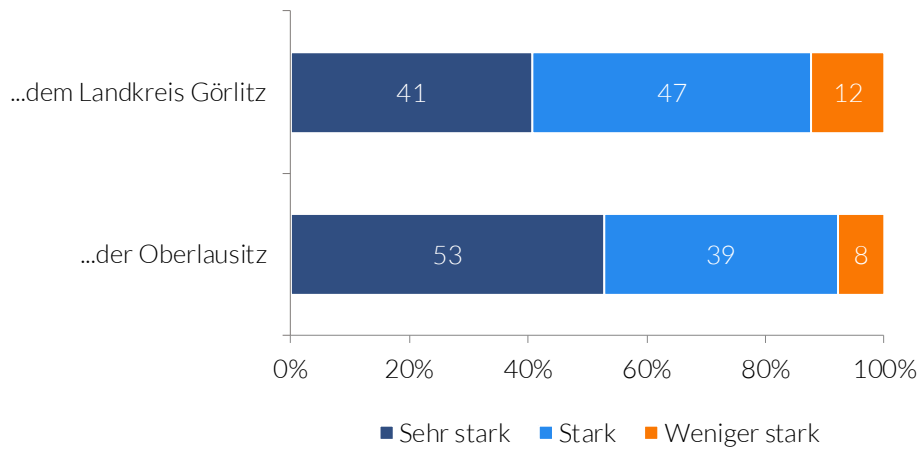
Quelle: dwif 2024, Daten: Befragung der touristischen Akteur*innen (n = 54)

Anhang 2: 2. Bitte ordnen Sie sich geografisch einer der folgenden touristischen Regionen zu.



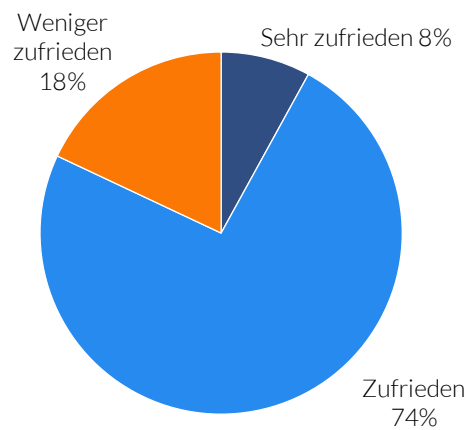
Quelle: dwif 2024, Daten: Befragung der touristischen Akteur*innen (n = 54)

Anhang 3: Bitte geben Sie an, inwiefern Sie sich mit der Oberlausitz bzw. dem Landkreis Görlitz identifizieren.



Quelle: dwif 2024, Daten: Befragung der touristischen Akteur*innen (n = 54)

Anhang 4: Wie zufrieden waren Sie mit der touristischen Entwicklung in den touristischen Regionen im Landkreis Görlitz seit 2019 insgesamt?



Quelle: dwif 2024, Daten: Befragung der touristischen Akteur*innen (n = 54)

Anhang 5: Die Konzeption formuliert die folgende touristische Leitidee für die touristischen Regionen im Landkreis Görlitz: „Grenzenlos entdecken: Kulturschätze und aktive Freizeit- und Naturerlebnisse im Dreiländereck Deutschland-Polen-Tschechien“. Wie bewerten Sie mit Blick auf die Zukunft dieses nach innen gerichtete touristische Selbstverständnis?

73%

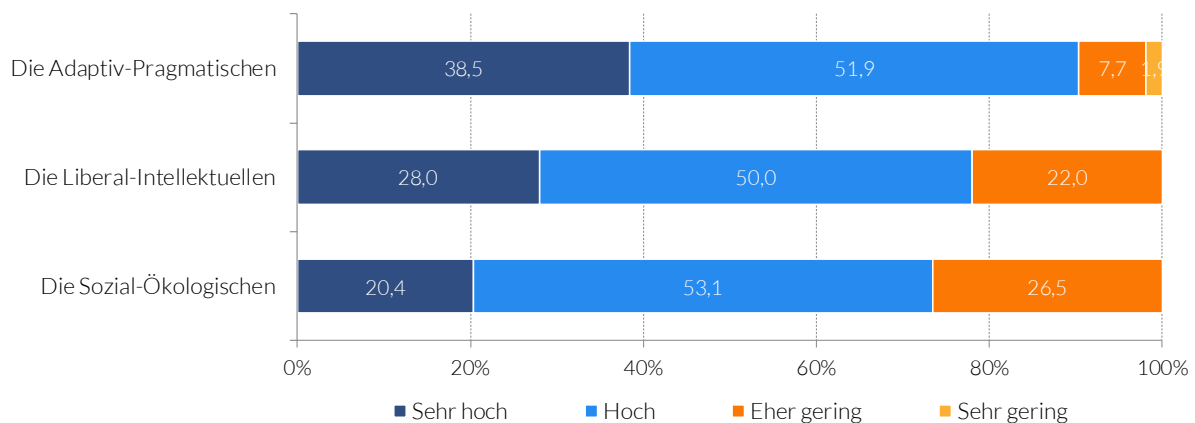
Touristische Leitidee ist nach wie vor stimmig.

27%

Touristische Leitidee benötigt eine Anpassung.

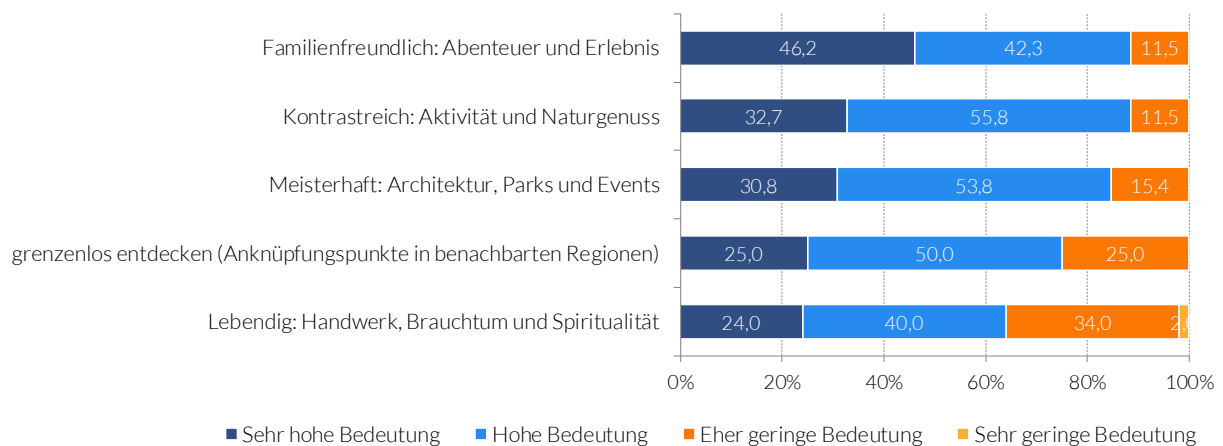
Quelle: dwif 2024, Daten: Befragung der touristischen Akteur*innen (n = 54)

Anhang 6: Wie bewerten Sie das Zukunftspotenzial der Zielgruppen von Sachsen und der Oberlausitz für den Tourismus in den touristischen Regionen im Landkreis Görlitz?



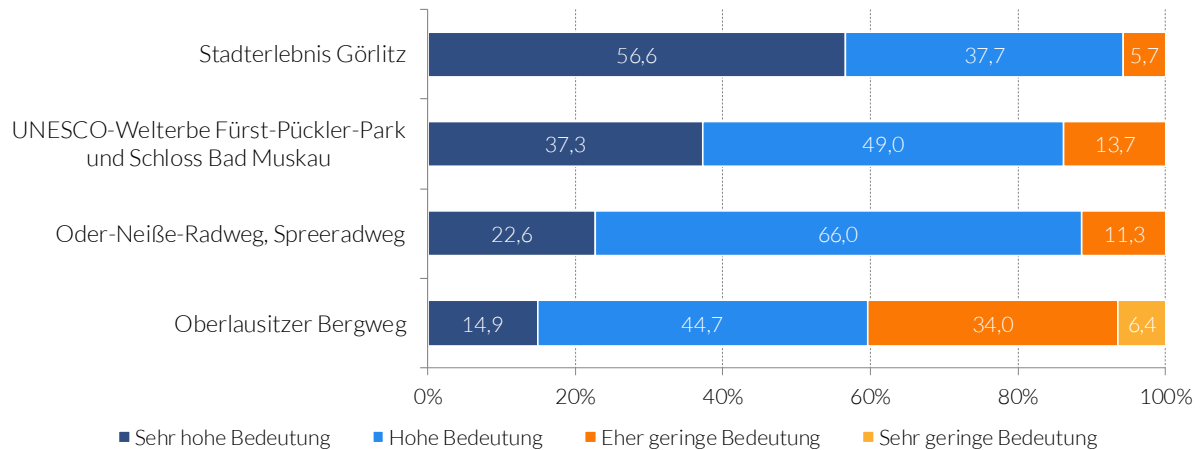
Quelle: dwif 2024, Daten: Befragung der touristischen Akteur*innen (n = 54)

Anhang 7: Wie bewerten Sie das Zukunftspotenzial der folgenden thematischen Schwerpunkte für den Tourismus in den touristischen Regionen im Landkreis Görlitz?



Quelle: dwif 2024, Daten: Befragung der touristischen Akteur*innen (n = 54)

Anhang 8: Wie bewerten Sie das Zukunftspotenzial der folgenden Premiumangebote für den Tourismus in den touristischen Regionen im Landkreis Görlitz?



Quelle: dwif 2024, Daten: Befragung der touristischen Akteur*innen (n = 54)

Anhang 9: Wie relevant finden Sie die Leitthemen und Leitprodukte der Oberlausitz für die künftige Ausrichtung des Tourismus in den touristischen Regionen im Landkreis Görlitz?

60%

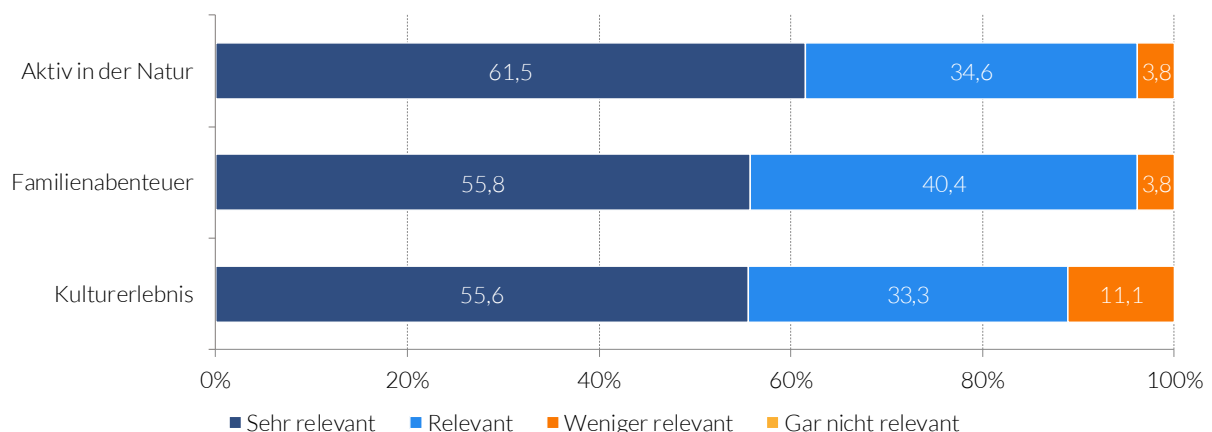
Thematische Schwerpunkte und Premiumangebote sind nach wie vor stimmig.

40%

Thematische Schwerpunkte und Premiumangebote benötigen eine Anpassung.

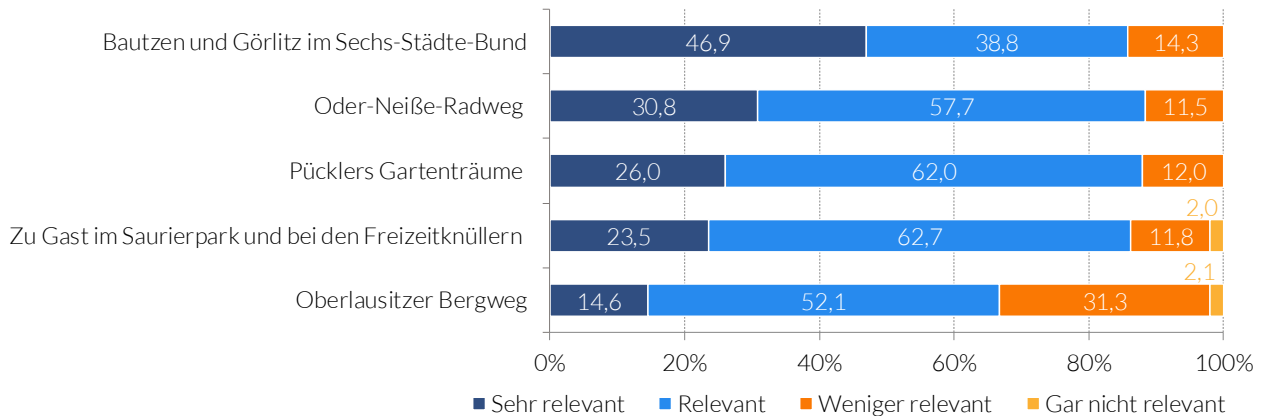
Quelle: dwif 2024, Daten: Befragung der touristischen Akteur*innen (n = 54)

Anhang 10: Wie relevant finden Sie die Leitthemen der Oberlausitz für die künftige Ausrichtung des Tourismus in den touristischen Regionen im Landkreis Görlitz?



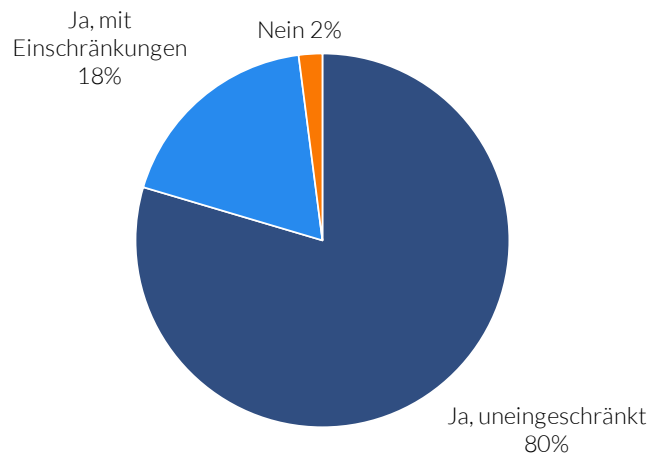
Quelle: dwif 2024, Daten: Befragung der touristischen Akteur*innen (n = 54)

Anhang 11: Wie relevant finden Sie die Leitprodukte der Oberlausitz für die künftige Ausrichtung des Tourismus in den touristischen Regionen im Landkreis Görlitz?



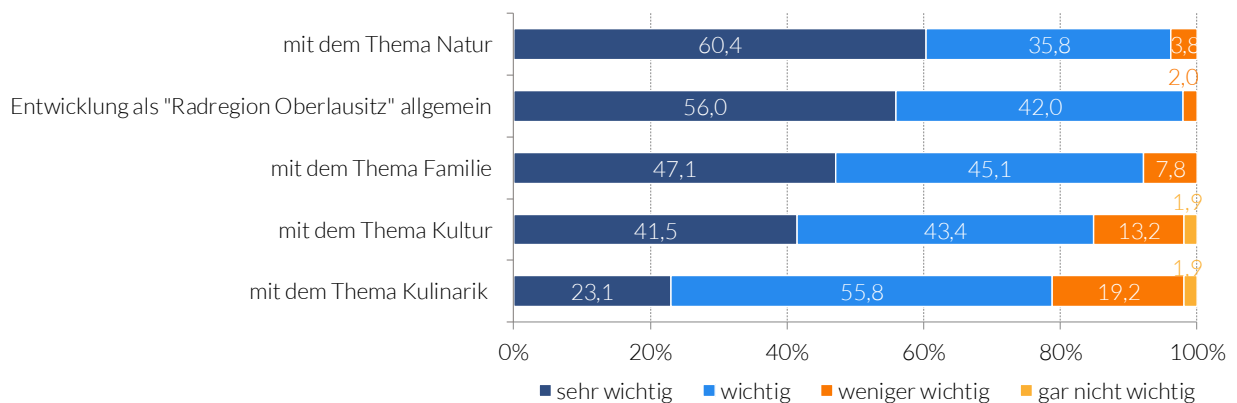
Quelle: dwif 2024, Daten: Befragung der touristischen Akteur*innen (n = 54)

Anhang 12: Unterstützen Sie die Entwicklung der Oberlausitz als „Radregion Oberlausitz“ in Verknüpfung mit den Themen Kulinarik, Natur, Kultur und Familie?



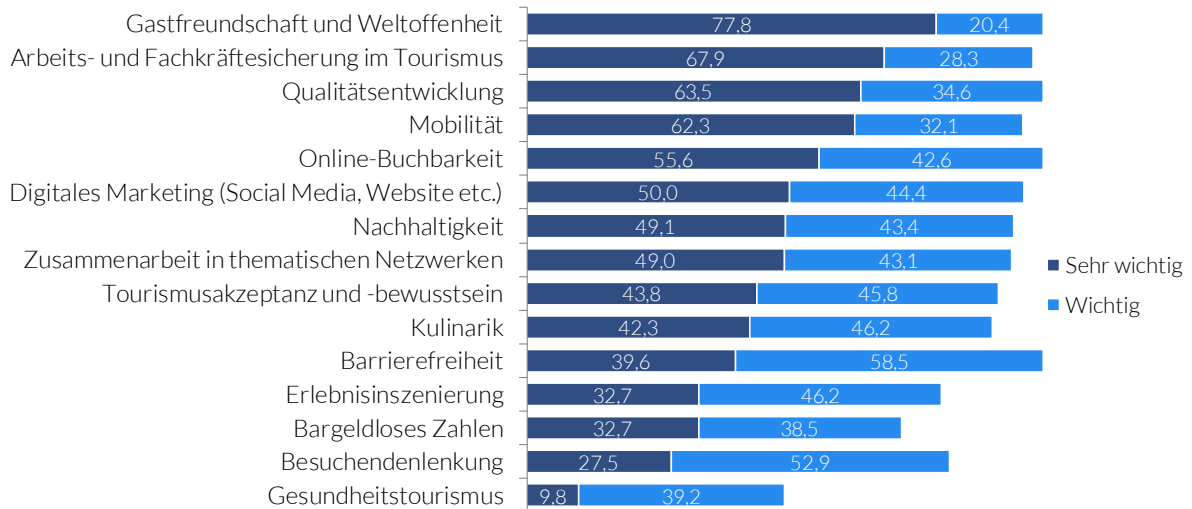
Quelle: dwif 2024, Daten: Befragung der touristischen Akteur*innen (n = 54)

Anhang 13: Als wie wichtig bewerten Sie die Entwicklung der Oberlausitz als „Radregion Oberlausitz“ in Verknüpfung mit den Themen Kulinarik, Natur, Kultur und Familie?



Quelle: dwif 2024, Daten: Befragung der touristischen Akteur*innen (n = 54)

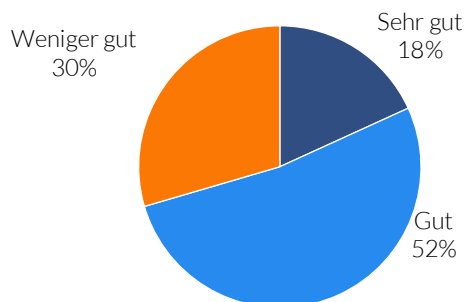
Anhang 14: Wie bewerten Sie die nachfolgenden Zukunftsthemen für die touristische Entwicklung in den touristischen Regionen im Landkreis Görlitz?



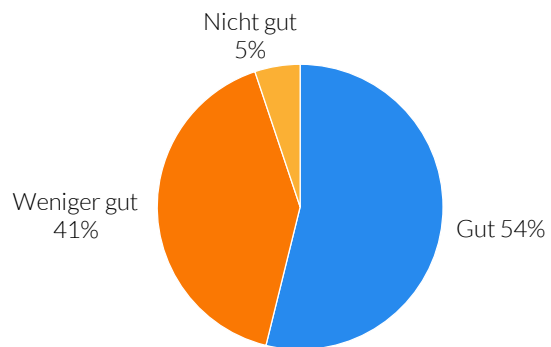
Quelle: dwif 2024, Daten: Befragung der touristischen Akteur*innen (n = 54)

Anhang 15: Wie bewerten Sie die derzeitige touristische Zusammenarbeit?

...innerhalb der touristischen Regionen des Landkreises Görlitz?



...innerhalb der Oberlausitz?



Quelle: dwif 2024, Daten: Befragung der touristischen Akteur*innen (n = 54)

Anhang 16: Was muss aus Ihrer Sicht passieren, um den Tourismus in den touristischen Regionen im Landkreis Görlitz und der Oberlausitz zielgerichtet weiterzuentwickeln? Bitte nennen Sie die wichtigsten Erfolgsfaktoren.



Quelle: dwif 2024, Daten: Befragung der touristischen Akteur*innen (n = 54)