

Fahrplan Tourismus 2025

Sebnitz und seine Ortsteile

Altendorf, Hainersdorf, Hertigswalde, Hinterhermsdorf,
Lichtenhain, Mittelndorf, Ottendorf, Saupsdorf, Schönbach



Was ist ein Tourismusfahrplan?

Tourismusfahrpläne sind fundierte Grundlagen für die systematische und zielgerichtete Entwicklung des Tourismus und der tourismusrelevanten Grundlagen einer Region.

Ein Tourismusfahrplan ist dabei weder ein Werbeprospekt, der verteilt wird, um Touristen anzulocken, noch eine abschließende Aufzählung aller Leistungsträger, Attraktionen, Sehenswürdigkeiten oder Veranstaltungen der Region.

In zeitlich größeren Maßstäben als dem aktuellen Haushaltsjahr gedacht, bildet er die politische Strategie zur Entwicklung des Tourismus in einer Destination oder Verwaltungseinheit und somit die Grundlage für tourismuspolitisches Handeln.

Ein Tourismusfahrplan besteht aus einer Ist-Analyse mit Auswertung vorhandener Untersuchungen und Statistiken, einer Wettbewerbs- und Benchmarkanalyse und den Folgerungen aus den Analysen und Definition von Handlungsfeldern. Darauf basierend werden Zielsetzungen und Leitlinien für die Arbeit der Verwaltung in den Folgejahren formuliert.

Um die großen Zielsetzungen in die Realität umsetzen zu können, müssen die Aufgaben zwingend in kleine, planbare Abschnitte heruntergebrochen werden. Dies geschieht unter anderem mit den jährlichen Marketing- und Haushaltsplänen, in denen die Verwaltung das Erreichen der Zielstellung, sowohl finanziell als auch strategisch gesehen, unterlegen muss. Die Marketingpläne und Haushaltspläne sind dabei kein Bestandteil des großen Tourismusfahrplanes, sondern eine sich jährlich den aktuellen Gegebenheiten anpassende Ergänzung.

Tourismusfahrpläne werden meist für einen Zeitraum von 10 Jahren und mehr geschrieben. In einem sich schnell ändernden Wirtschaftszweig wie der Tourismuswirtschaft ist es daher notwendig, nach spätestens 4 bis 5 Jahren erneut zu prüfen, ob die gesetzten Zielstellungen noch mit der aktuellen Realität konform gehen oder Änderungen vorgenommen werden müssen.



Vorwort des Oberbürgermeisters



Erfolg kommt nicht von alleine

Sehr geehrte Leserinnen und Leser,

Sachsen ist als Reiseziel so beliebt wie noch nie. Ende des Jahres rechnet man mit über 19 Millionen Übernachtungen. Unsere Sächsische Schweiz und damit auch unser Sebnitz profitiert von dieser guten Entwicklung.

Doch das kommt nicht von ungefähr und schon gar nicht von alleine.

Im harten Wettbewerb um König Kunde muss jeden Tag mit Qualität, attraktiven Angeboten, hervorragender Infrastruktur und gutem Preis-/Leistungsverhältnis gepunktet werden. Dafür gilt es, die Kräfte

zu bündeln, die Menschen und Politik vor Ort für die Belange des Tourismus zu sensibilisieren und die Unternehmen und Vermieter aktiv zu unterstützen.

Mit dem Ihnen vorliegenden touristischen Fahrplan 2025 geben wir Rechenschaft über die bisherige Arbeit und definieren die Ziele für die nächsten Jahre.

Es freut mich besonders, dass sich in dem fast einjährigen Diskussionsprozess, an dessen Ende der Stadtrat im Dezember 2017 den Plan für verbindlich beschlossen hat, sich so viele Bürgerinnen und Bürger und touristische Leistungsträger beteiligt haben. Damit haben wir uns eine gute Arbeitsgrundlage geschaffen.

Viel Spaß beim Lesen und noch mehr Erfolg beim gemeinsamen Umsetzen wünscht Ihnen

Mike Ruckh
Oberbürgermeister



Inhalt

1. Einführung – Wo wir herkommen	1
1.1. Entwicklung der Großen Kreisstadt Sebnitz und seiner Ortschaften	1
1.2. Landschaft und Klima	1
1.3. Gewerbliche Wirtschaft	2
1.4. Versorgungseinrichtungen	2
1.5. Tourismus und Naherholung, Freizeit und Sport	3
1.6. Verkehr	3
1.7. Wirtschaftsfaktor Tourismus	3
1.7.1. Tourismusintensität	3
1.7.2. Tourismusbedingter Nettoumsatz	4
1.7.3. Einkommenseffekte durch den Tourismus	7
1.7.4. Beschäftigte im Tourismus	8
1.7.5. Steueraufkommen aus dem Tourismus	9
2. Bestandsaufnahme aus den Zielen des Fahrplanes 2020	11
2.1. Quantitative Ziele	11
2.1.1. Übernachtungszahlen	11
2.1.2. Aufenthaltsdauer	12
2.1.3. Auslastung	12
2.1.4. Bettenkapazität	13
2.1.5. Tagestourismus	13
2.1.6. Blumentage	14
2.2. Qualitative Ziele	14
2.2.1. Arbeitsplätze	14
2.2.2. Gästezufriedenheit	14
2.2.3. Tourismusbewusstsein	15
2.2.4. Erscheinungsbild	15
2.2.5. Zusammenarbeit	16
2.2.6. Ganzjahrestourismus	16
3. Dritte Fortschreibung des Tourismusfahrplanes	17
3.1. Einführung	17
3.2. Grundvoraussetzungen für die nachhaltige Entwicklung bis 2025	18
3.2.1. Etablierung einer verkehrstechnischen und kommunikativen Infrastruktur	18
3.2.2. Qualitäts- und Dienstleistungsorientierung	20
3.2.3. Digitalisierung	22



3.3.	Bürgermarketing.....	22
3.3.1.	Touristische Betriebe.....	22
3.3.2.	Familienfreundliche Gesamtausrichtung	25
3.3.3.	Kulturveranstaltungen.....	26
3.4.	Tourismusmarketing.....	27
3.4.1.	Übernachtungen.....	27
3.4.2.	Tourist-Information	27
3.4.3.	Touristische Betriebe.....	29
3.4.4.	Veranstaltungen	33
3.4.5.	Touristische Produkte.....	35
4.	Fazit	39



1. Einführung – Wo wir herkommen

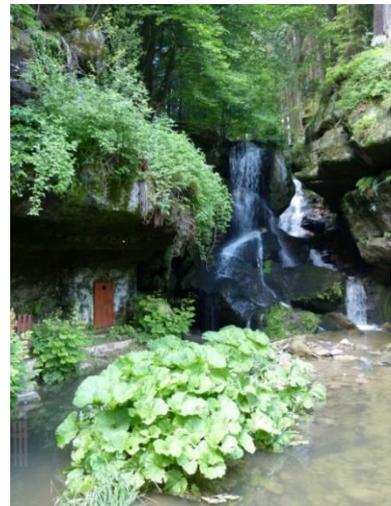
1.1. Entwicklung der Großen Kreisstadt Sebnitz und seiner Ortschaften

Die Stadt Sebnitz und der Siedlungsraum mit den Dörfern können auf eine 775-jährige Geschichte zurückblicken, deren Anfänge in der 2. Hälfte des 12. Jahrhunderts liegen. Fränkische Bauernfamilien gründeten auf ihrem Weg nach Osten den Ort Sebnitz, der damals auf böhmischem Territorium lag.

Schon im ausgehenden 12. Jahrhundert erfolgte die Anlage der Stadt als Marktsiedlung. Allerdings entwickelte sich Sebnitz aufgrund seiner Grenzlage zu Böhmen und seiner ungünstigen geographischen Lage nicht zum angestrebten Handelszentrum, da die damaligen Handelsstraßen an Sebnitz vorbei nach Pirna bzw. Bad Schandau führten. Diese Situation suchte die Stadt durch die verstärkte Entwicklung des Handwerks auszugleichen, wobei das Leben mit landwirtschaftlichem Nebenerwerb abgesichert werden musste.

Erst ab dem 16. Jahrhundert konnte das Handwerk auch als alleinige Einnahmequelle dienen. Das Weberhandwerk drängte sich dabei immer weiter in den Vordergrund. Die durch die Leinenweberei ausgebildete Fingerfertigkeit verhalf den Sebnitzern, sich einen neuen Erwerbszweig zu erschließen, der die Stadt bis in die heutige Zeit prägen sollte – die Kunstblumenherstellung.

Mitte des 19. Jahrhunderts war Sebnitz Zentrum der deutschen Kunstblumenherstellung, was im Laufe der nächsten 40 Jahre zu einer Verdopplung der Bevölkerung führte und von einer erhöhten Bautätigkeit geprägt war, die im heutigen Stadtbild noch klar ablesbar ist. Sebnitz behielt auch nach dem 2. Weltkrieg ihre Stellung als ostdeutsches Kunstblumenzentrum, bis mit der politischen Wende 1989 auch der Wirtschaftsstandort zerfiel.



Das Stadtgebiet vergrößerte sich über die Jahre durch die Eingemeindung von Hofhainersdorf (1920), Schönbach (1935) Amtshainersdorf und Hertigswalde (1950), Hinterhermsdorf (1998) sowie Altendorf, Lichtenhain, Mittelndorf, Ottendorf und Saupsdorf im Jahr 2012.

Die Ortschaften mit ihrer touristischen Infrastruktur, dem Nationalpark Sächsische Schweiz und dem Angebot der touristischen Leistungsträger bilden seit der Wende die Grundlage der Entwicklung von Sebnitz zu einer touristischen Destination. Neben der Stadt Sebnitz selber sind dabei die Orte Hinterhermsdorf, Altendorf, Lichtenhain, Mittelndorf, Ottendorf und Saupsdorf als staatlich anerkannte Erholungsorte zertifiziert.

1.2. Landschaft und Klima

Die Gemarkung Sebnitz gehört innerhalb der naturräumlichen Gliederung zu den Sächsischen Bergländern. Ihr Landschafts- und Klimaraum ist das Oberlausitzer Bergland mit westlicher Ausdehnung zum Elbsandsteingebirge.

Die großen Höhendifferenzen im Raum Sebnitz wurden durch die Jahrmillionen lange Arbeit der Erosionsvorgänge in diesem Bergland so verschärft, dass wir heute im Hinblick auf mögliche Siedlungsflächen zwei schwer verflechtbare, fast getrennt voneinander bestehende Räume vorfinden. Das ist der weitläufige oder auch terrassenartig gegliederte obere Raum der Acker-, Wald- und



Weidelandchaft mit großem Horizont und weitem Himmel. Darunter quasi als Kelleretage die ausgewaschenen und z. T. wieder aufgefüllten Bach- und Flusskorridore die oft uneinsehbar eng vernetzt und in der Gemarkung Sebnitz fast immer durch Steilhänge und hohe Hangböschungen kammerartig begrenzt sind.

Klimatisch liegt Sebnitz im Bereich des ostdeutschen Binnenklimas. Es liegt zwischen dem Klimaraum des Oberlausitzer Berglandes, des westlichen Elbsandsteingebirges und den Einflüssen des Deutschen Mittelgebirgsklimas. Die Winter sind nur während kurzer Perioden schneereich. Der Herbst ist eigentlich ein „Goldener Herbst“ mit auffallend stabiler Wetterlage, d.h. eine Jahreszeit für Wanderer. Die erste Schneeglöckchenblüte vor dem 11.3 ist nicht auffallend spät (wie Ostsee, Brandenburg) und ein Hinweis auf einen möglichen attraktiven Frühling, der auch mit mäßigen Niederschlagsmengen im Durchschnitt auftritt.

1.3. Gewerbliche Wirtschaft

Nach dem Zusammenbruch der in Sebnitz vorherrschenden Kunstblumenindustrie nach der deutschen Wiedervereinigung und den daraus resultierenden Nachteilen für den Wirtschaftsstandort hat Sebnitz es geschafft, durch wirtschaftliche Umstrukturierung die Anzahl der Gewerbetreibenden zu erhöhen. Während in den Ortschaften schon immer touristische Wertschöpfung stattfand, wurde dieser Wirtschaftszweig in Sebnitz erst maßgeblich nach 1990 aufgebaut.

Dies ist zum einen der unternehmerischen Initiative der Gewerbetreibenden zu verdanken, die durch Anpassung der industriellen und handwerklichen Angebote jetzt eine breite Palette an Waren und Dienstleistungen anbieten als auch an der Unterstützung der Stadt Sebnitz, die durch die Schaffung von guten Voraussetzungen besonders für das Handwerk sowie klein- und mittelständische Betriebe ein stabiles Handlungsumfeld geschaffen hat.

Diese Unternehmen sind, neben der immer größer werdenden Bedeutung des Tourismus, die Eckpfeiler für die Erhaltung und Stärkung der vorhandenen Lebenskraft und Qualität. Die weiter fortlaufende Unterstützung des Gewerbes seitens der Stadt trägt damit dazu bei, Arbeitsplätze dauerhaft zu sichern und neue zu schaffen.

Zurzeit gibt es in Sebnitz drei Gewerbegebiete, die auf Grund der guten Nachfrage zu 100 % ausgelastet sind sowie drei Sondergebiete „Handel/Dienstleistungen“.

1.4. Versorgungseinrichtungen

Die Versorgungssituation der Bevölkerung und der Touristen in Sebnitz ist sowohl, was den täglichen als auch den sporadischen Bedarf anbelangt, gut.

Im Vergleich zu umliegenden Gemeinden ist in Sebnitz besonders hervorzuheben, dass sich der lebendige Einzelhandel – besonders kleine Anbieter - im Stadtzentrum halten konnte. Unterstützt durch einen aktiven Gewerbeverein bieten die unterschiedlichen Angebote sowohl Touristen als auch Einheimischen eine gute Ergänzung zu den Filialen der großen Discounter. Dennoch zeigt sich auch hier der negative Effekt





des Onlinehandels auf den Einzelhandel. Um weitere Leerstände zu vermeiden, wird daher zurzeit in Zusammenarbeit mit dem Gewerbeverein eine Einzelhandelsstudie für das Stadtzentrum durchgeführt.

1.5. Tourismus und Naherholung, Freizeit und Sport

Der Tourismussektor ist für die Stadt Sebnitz ein wichtiger Wachstumsbereich. Er wird vor allem durch die attraktive landschaftliche Lage, die Nähe zum Nationalpark Sächsische Schweiz sowie die touristisch nutzbare Infrastruktur, bzw. die vielfältigen touristischen Attraktionen und Anziehungspunkte in der Stadt und den Ortsteilen geprägt.



Nach Jahren des Aufbaus touristischer Infrastruktur wurde 2007 erstmals ein Tourismusfahrplan erstellt, der 2011 erweitert und fortgeschrieben wurde. Das touristische Positionspapier analysiert die Situation des Tourismus in der Stadt (inklusive der eingemeindeten Gemeinde Hinterhermsdorf), definiert die Wichtigkeit des Tourismus als Wirtschaftsfaktor und skizziert im Touristischen Positionspapier die Entwicklungsziele bis ins Jahr 2020. Die erst 2012 eingemeindeten Ortschaften der ehemaligen Gemeinde Kirnitzschtal, die einen großen Teil des Übernachtungsaufkommens ausmachen, sind in der Fortschreibung noch nicht enthalten.

Die Stadt Sebnitz mit den Ortschaften ist langjähriges Mitglied des Tourismusverbandes Sächsische Schweiz und die touristische Entwicklung der Stadt deshalb eng an die Entwicklung in der gesamten Region geknüpft. Das touristische Konzept von Sebnitz deckt sich deshalb in der Zielstellung oft mit dem Touristischen Leitbild 2025 des Tourismusverbandes, das in seiner jetzigen Version Mitte 2015 vorgestellt wurde.

1.6. Verkehr

Die Stadt Sebnitz ist sowohl für den mobilen Individualverkehr als auch durch den öffentlichen Nahverkehr gut erreichbar. Neben einem zentral gelegenen Bus-bahnhof, der an ein gut ausgebautes öffentliches Verkehrsnetz in der Region angebunden ist, ist es vor allem der Bahnhof, der nach dem erfolgten Lückenschluss mit Tschechien (Mitte 2014) mit steigenden Besucherzahlen aufwartet.

1.7. Wirtschaftsfaktor Tourismus

Mit den in den Jahren nach der Wende getätigten Investitionen hat Sebnitz den Grundstein für eine nachhaltige touristische Etablierung der Gemeinde in der Urlaubsregion Sächsische Schweiz gelegt. Neben den Investitionen benötigen die touristischen Betriebe der Stadt einen jährlichen finanziellen Zuschuss, um funktionieren zu können.

Für die zukünftige Zielsetzung und Entwicklung ist es wichtig zu prüfen, inwieweit sich die Tourismusförderung für die Stadt lohnt, d.h. inwieweit sich der Tourismussektor positiv als Wirtschaftsfaktor bemerkbar macht.

1.7.1. Tourismusintensität

Die Tourismusintensität ist ein Indikator, der die Anzahl touristischer Übernachtungen mit der Wohnbevölkerung einer Destination ins Verhältnis setzt. Dadurch wird definiert, ob der



Tourismussektor in der Destination ein dominierender Wirtschaftsfaktor ist. Ab einem Wert von 5.000 aufwärts gilt der Tourismus in einer Destination als dominierender Wirtschaftszweig.

Eine „Schwäche“ der Kennziffer Tourismusintensität ist, dass die Tagestouristen, die in manchen Gegenden das bis zu Zehnfache der Übernachtungstouristen ausmachen, unberücksichtigt bleiben.

Benchmark Tourismusintensität		
Sachsen	Sächsische Schweiz	Sebnitz
4.671	11.600	2.021
Deutschland in Zahlen, 2016	LTV Sachsen (2016)	Berechnung Regiebetrieb

Sebnitz liegt mit einem Wert von 2.021 zwar noch unter dem Wert von Sachsen und der Sächsischen Schweiz, allerdings darf in dieser Betrachtung nicht außer Acht gelassen werden, dass sich die Tourismusintensität seit dem ersten Tourismusfahrplan 2007 (auch dank der Eingemeindung der Orte Altendorf, Lichtenhain, Mittelndorf, Ottendorf und Saupsdorf) innerhalb von 10 Jahren etwas mehr als verdoppelt hat.

Entwicklung Tourismusintensität in Sebnitz	
2007	1.007
2015	2.021

1.7.2. Tourismusbedingter Nettoumsatz

Obwohl der Tourismussektor in Sebnitz per Statistik noch nicht als dominierender Wirtschaftszweig definiert werden kann, profitieren von ihm eine ganze Anzahl an Branchen: Egal ob Gastgewerbe, Einzelhandel, Dienstleister oder Zulieferer, wie regionale Produzenten und Handwerksbetriebe, es gibt kaum einen Wirtschaftsbereich, der nicht vom Tourismus betroffen ist.

Um diesem Effekt eine Zahl zuzuordnen wird der „Tourismusbedingte Nettoumsatz“ verwendet, der die erfassten Besucherzahlen mit einem durchschnittlichen täglichen Ausgabenwert multipliziert.

1.7.2.1. Übernachtungstourismus

Während die erste für Sebnitz erhobene Zahl in 2007 von 6,84 Mio. € noch von einem Einheitswert von 75,10 € pro Tag und Übernachtung ausgeht, wurden für die Berechnung des 2015er Wertes die feiner aufgliederten Angaben des LTV Sachsen (2014) benutzt.

In diese Tabelle wird noch eine Unterscheidung zwischen den vom Statistischen Landesamt Sachsen erfassten Übernachtungen und dem sogenannten „grauen Markt“ eingearbeitet, die aus Übernachtungen bei Vermietern unter 10 Betten (die über die Statistik der Kämmerei erfasst werden) und bei Freunden und Familie besteht. Der „graue Markt“ beträgt in Sachsen statistisch gesehen 62 % aller Übernachtungen (TMGS Sachsen 2014). Da Sebnitz als Grenzstadt einen deutlich geringeren Einzugsbereich hat als andere sächsische Gemeinden (siehe auch Berechnung des Tagestourismus) wurde hier ein konservativer Wert von 60 % angenommen.



Berechnung Nettoumsatz des Übernachtungstourismus						
Markt	Segment	Übernachtungen		Ø Tagesausgaben		Umsatz
Erfasst	Camping	9.425	x	33,50 € Brutto	=	315.737,5 €
	Betriebe <10 Betten	142.587	x	96,20 € Brutto*	=	13.716.869,4 €
grauer Markt	Betriebe >10 Betten	36.842	x	80,20 € Brutto	=	2.954.728,4 €
	Verwandtenbesuche	118.456	x	26,70 € Brutto	=	3.162.795,1 €
				gesamt Brutto	=	20.150.130,4 €
				- MwSt. 11,39 %	=	2.060.418,3€
				= gesamt Netto	=	18.089.712,1 €

Quelle: Stat. Landesamt Sachsen, DWIF, TMGS, Kämmerei Große Kreisstadt Sebnitz – Berechnung siehe „Berechnungen“, LTV Sachsen

* auf Grund der geringen Zahl an Hotels wurde der konservativere Wert für sonstige gewerbliche Betriebe genommen

Da unterschiedliche touristische Dienstleistungen unterschiedliche Mehrwertsteuersätze haben (zwischen 0 % und 19 %) wird für die Berechnung der Nettoumsätze mit einem vom DWIF errechneten Wert von 11,39 % gearbeitet.

1.7.2.2. Tagestourismus

Neben den durch den Übernachtungstourismus generierten Umsatz gerät die Bedeutung des Tagestourismus – oft auch aus fehlender Datenlage – in den Hintergrund. Der Sächsische Landestourismusverband (2014) schätzt, dass im Schnitt auf jeden Übernachtungsbesucher in Sachsen 8,1 Tagesgäste die Destination besuchen.

Für den zuletzt im Fahrplan ermittelten Wert von 151.432 Tagesbesuchern für das Jahr 2005 wurden die Besucher der von der Stadt geleiteten Sebnitzer Einrichtungen zusammengezählt und mit einem geschätzten Wert für Einkaufsbesucher ergänzt. Diese Methodik wird für die Neuberechnung nicht mehr verwendet, da in den Einrichtungen keine saubere Trennung der Benutzer zwischen Tagesgästen und Übernachtungsgästen gemacht wird, d.h. eine Dopplung in der Berechnung auftreten würde.

Um einen möglichst genauen Näherungswert an die Realität zu haben, wird der Multiplikatorwert von 8,1 Tagesbesuchern pro Übernachtung an Sebnitzer Verhältnisse angepasst:

Motive bei Tagesausflügen: 77 % der Tagesreisen sind für Besuche von Sehenswürdigkeiten, Spazierfahrten, Restaurantbesuche, Einkaufsfahrten und andere Freizeitaktivitäten. 23 % begründen sich in der Teilnahme an Messen, Kongressen, Symposien, etc. (LTV Sachsen 2014)

Da der MICE (Meetings Incentives Conventions Events) Markt in Sebnitz noch in den Kinderschuhen steckt, wird dieser Prozentsatz vom Multiplikator subtrahiert.

Einzugsgebiet: Im Multiplikatorwert des LTV sind nur deutsche Besucher eingerechnet. Da Sebnitz aus geographischer Sicht nur einen deutschen Einzugsbereich von 60 % hat, werden die fehlenden 40 % als „Grenzstadt-Malus“ mit eingerechnet.

Zusammengerechnet ergibt sich für Sebnitz ein Multiplikatorwert von 8,1 Tagesbesuchern – (23 % Mice + 40 % Grenzstadt-Malus) = 2,99 Tagesbesucher pro Übernachtungsgast.



Bei 188.854 Übernachtungen im Jahr 2015 (nicht eingerechnet Besuche bei Freunden & Bekannten, da diese im Multiplikatorwert enthalten sind) ergibt sich für Sebnitz eine Zahl von 564.673 Tagesbesuchern.

Die gleiche Systematik rückwirkend auf das Jahr 2005 angewendet (um alte und neue Zahlen vergleichen zu können), würde die errechnete Anzahl der Tagesbesucher von 151.432 auf 269.100 Tagesbesucher steigen.

Entwicklung Tagestourismus in Sebnitz (in Personen)	
2005	151.432/269.100*
2015	564.673

*alte/ neue Berechnung

Berechnung Nettoumsatz des Tagestourismus					
Anzahl der Tagestouristen	564.673	x	26,70 € Brutto	=	15.076.769,1 €
			- MwSt. 11,39 %	=	1.541.650,1 €
			= Netto	=	13.535.119,0 €

Quelle: LTV(2014), DWIF (2002), Eigenberechnung der Besucherzahlen

Der Nettoumsatz des Tagestourismus hat sich, der ursprünglichen Ermittlung folgend, von 4,31 Mio. € in 2005 auf 13,53 Mio. € verändert. Nach der neuen Methodik wäre es immer noch ein Sprung von 7,67 Mio. € in 2005 auf 13,53 Mio. € in 2015. Dabei ist allerdings zu bedenken, dass die durchschnittlichen Ausgaben pro Tag in 2005 mit 28,50 € Netto angegeben wurden, während aktuelle Zahlen des DWIF nur noch von 23,96 € Netto (26,70 € Brutto) ausgehen, was ein sich änderndes Konsumverhalten andeutet.



1.7.3. Einkommenseffekte durch den Tourismus

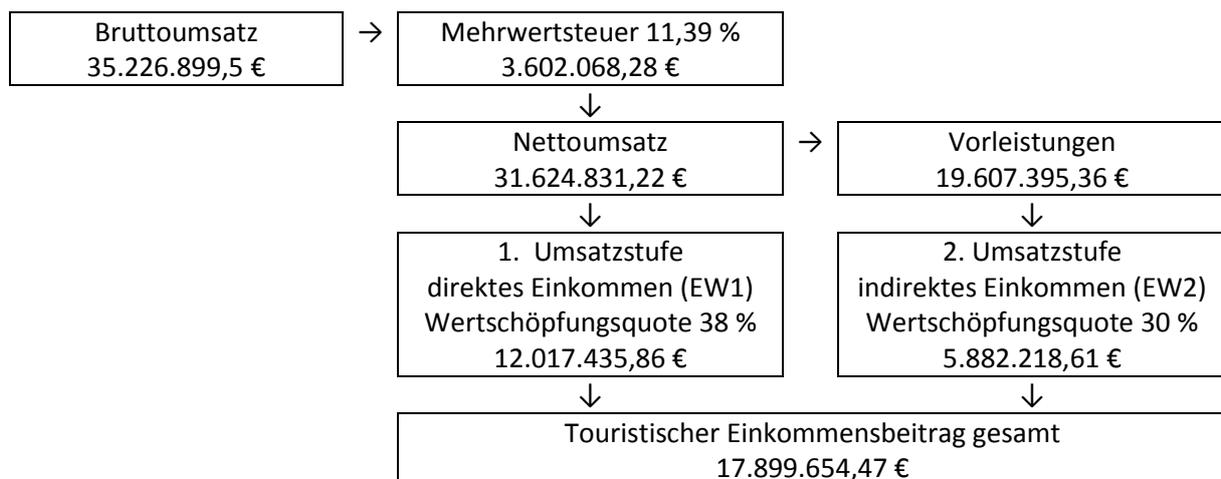
Die Einkommenswirkungen bzw. Einkommenseffekte durch den Tourismus werden in zwei Stufen berechnet:

Die erste Stufe oder das **direkte Einkommen (EW1)** gibt den Anteil des Nettoumsatzes an, der direkt zu Einkommen (in Form von Löhnen, Gehältern oder Gewinnen) wird.

Die zweite Stufe oder das **indirekte Einkommen (EW2)** beschreibt die Einkommenswirkungen aus den Vorleistungen (Nettoumsatz – EW1), die zur Aufrechterhaltung der touristischen Dienstleistungsqualität aufgebracht werden. Beispiele hierfür sind Lieferungen von Lebensmitteln (Bäckerei, Fleischerei), andere Dienstleistungen, wie Wäschereien, aber auch Investitionen in den Substanzerhalt (Handwerker).

Ableitung des direkten und indirekten Einkommens aus der Tourismuswirtschaft in Sebnitz

Herkunft	Bruttoumsatz
Übernachtungstourismus	20.150.130,4 €
Tagestourismus	15.076.769,1 €
Gesamt	35.226.899,5 €



Insbesondere aufgrund der Zuordnung der Vielzahl der Lieferanten zu den jeweiligen Umsatzbereichen, die Experten für nicht exakt ermittelbar halten, wird für die Einkommenswirkungen der zweiten Umsatzstufe von Übernachtungsgästen als auch von Tagesgästen mit einem durch das DWIF (2012) veröffentlichten Näherungswert in Höhe von 30 % gerechnet.

Insgesamt leistet der Tourismussektor in Sebnitz in 2015 einen Einkommensbeitrag von 17,89 Mio. €.

Entwicklung der Einkommenseffekte durch den Tourismus in Sebnitz			
Jahr	Direktes Einkommen	Indirektes Einkommen	Gesamt
2005	11,15 Mio. €	2,23 Mio. €	13,38 Mio. €
2015	12,01 Mio. €	5,88 Mio. €	17,89 Mio. €



1.7.4. Beschäftigte im Tourismus

Der Tourismus ist eine sehr arbeitskräfteintensive Branche mit vielen Facetten. Bei der Darstellung der touristisch abhängigen Arbeitsmarkteffekte ist zu berücksichtigen, dass viele Beschäftigte in Tourismusbetrieben

- nur anteilig vom Tourismus leben,
- einer Teilzeit- und Saisontätigkeit nachgehen,
- nur im Nebenerwerb beschäftigt sind und
- ein eher unterdurchschnittliches Einkommen beziehen.

Um zu berechnen, wie viele Menschen in Sebnitz wirklich vom Tourismus abhängig sind, werden hier mehrere Ansätze miteinander verglichen:

Beschäftigte nach angebotenen Betten: Die Anzahl der Beschäftigten wird im Verhältnis von 2 : 10, d.h. 2 Beschäftigte pro 10 Betten berechnet. Diese Berechnung wurde auch zur Erstellung des Tourismusfahrplan Sebnitz in 2007 angewendet. Zu beachten ist hier, dass nur auf die touristischen Übernachtungsbetriebe eingegangen wird und Freizeitanbieter, Zulieferer und andere Dienstleister (Restaurants) außen vor bleiben. Die 48 Mitarbeiter des Regiebetriebes können zum Beispiel direkt auf diese Zahl aufgerechnet werden.

	angebotene Betten	Beschäftigte
Betriebe > 10 Betten	1.416	283
Betriebe < 10 Betten	717	143
Gesamt	2.133	426

Quelle: Statistisches Landesamt, Kämmerei Große Kreisstadt Sebnitz

Beschäftigte nach Arbeitsamt Statistik: Die Bundesagentur für Arbeit hat nach Anfrage die folgenden Zahlen für das Gebiet Sebnitz übermittelt: Insgesamt sind in der Kategorie „Gastgewerbe“, unter die die Kategorien „Beherbergung“ und „Gastronomie“ fallen, in Sebnitz 221 sozialversicherungspflichtige und 65 geringfügig Beschäftigte (gesamt 286 Beschäftigte) registriert. Auch in dieser Statistik fehlen Freizeitanbieter, Zulieferer sowie die 48 Mitarbeiter des Regiebetriebes.

Beschäftigte nach Einkommensäquivalenten: Die umfassendste Methode, um den Einfluss der Tourismuswirtschaft auf den Arbeitsmarkt darzustellen, ist die Berechnung von Einkommensäquivalenten.

Das Einkommensäquivalent errechnet sich aus der Division des touristischen Einkommensbeitrages (17.899.654,47 €) durch das durchschnittliche Primäreinkommen pro Kopf von 18.968 € (Statistisches Landesamt 2016) in Sebnitz. Der Übersichtlichkeit halber hier nach direktem (EW1) und indirekten (EW2) Einkommensbeitrag aufgeteilt.

Beschäftigte nach EW1	Beschäftigte nach EW2	Beschäftigte Gesamt
633	310	943



Aus dieser Berechnung resultiert ein Äquivalent von 943 Personen, die rein rechnerisch ihren Lebensunterhalt, gemessen an einem durchschnittlichen Primäreinkommen pro Kopf, durch den Übernachtungs- und Tagestourismus bestreiten können.

Diese Nummer beschränkt sich nicht nur auf die direkt dem Tourismus zugeordneten Betriebe, sondern auch Zulieferer (z.B. Bäckereien oder Handwerker) und ist daher die genaueste und umfassendste.

Beim zugrunde legen der Beschäftigten nach Einkommensäquivalenten ergibt sich bei in Sebnitz 2015 insgesamt 3.536 Angestellten (Bundesagentur für Arbeit, 2016) folgendes Bild:

	Anzahl der Personen	% des Sebnitzer Arbeitsmarktes
Personen, die ihr Einkommen direkt durch Löhne, Gehälter und Gewinne beziehen	633	17,90 %
Personen, die ihr Einkommen indirekt durch den Tourismus beziehen (Dienstleister, Einzelhandel, Handwerker)	310	8,76 %

Selbst wenn man davon ausgeht, dass nicht alle Angestellten, die in Sebnitz arbeiten, auch in Sebnitz wohnen, bzw. nicht alle Vorleistungen lokal vergeben werden, sieht man recht klar den stark positiven Einfluss der Tourismuswirtschaft auf den Sebnitzer Arbeitsmarkt.

1.7.5. Steueraufkommen aus dem Tourismus

Während die Stadt den Tourismus jedes Jahr durch einen hohen Förderbetrag in Infrastruktur und den Regiebetrieb unterstützt, profitiert sie auch von den durch den Tourismus generierten Einkünften in Form von Steuern.

Analog zum Tourismusfahrplan 2007 gehen wir auch hier davon aus, dass das Steueraufkommen einen Wert von ca. 3 % des touristischen Nettoumsatzes ausmacht (Reidenbach, 2007):

Herkunft	Nettoumsatz		Steueraufkommen
Übernachtungstourismus	18.089.712,1 €	x 0,03 =	542.691,36 €
Tagestourismus	13.535.119,0 €	x 0,03 =	406.053,57 €
		Gesamt	948.744.93 €

Das Steueraufkommen der Stadt Sebnitz für den Übernachtungs- und Tagestourismus betrug im Jahr 2015 nach dieser Berechnung ca. 948.744.93 €. Als Vergleich: Der im Haushalt 2015 eingeplante finanzielle Zuschuss für den Regiebetrieb lag bei 920.950 € wovon die Einrichtungen die primär der Daseinsvorsorge dienen (Bad, Bibliothek, Solivital) etwa 70% beanspruchen.



Um diese Zahlen etwas zu illustrieren, wurden überschlägich von der Kämmerei folgende Steuerdaten zusammengetragen:

Grundsteuer	ca. 60.000 €
Gewerbesteuer	ca. 100.000 €
Fremdenverkehrsabgabe	ca. 70.000 €
Kurtaxe	ca. 120.000 €
<hr/> Summe	350.000 €

Zu diesen Steuereinnahmen sind der Anteil der Einkommens- und Umsatzsteuer zu ergänzen



2. Bestandsaufnahme aus den Zielen des Fahrplanes 2020

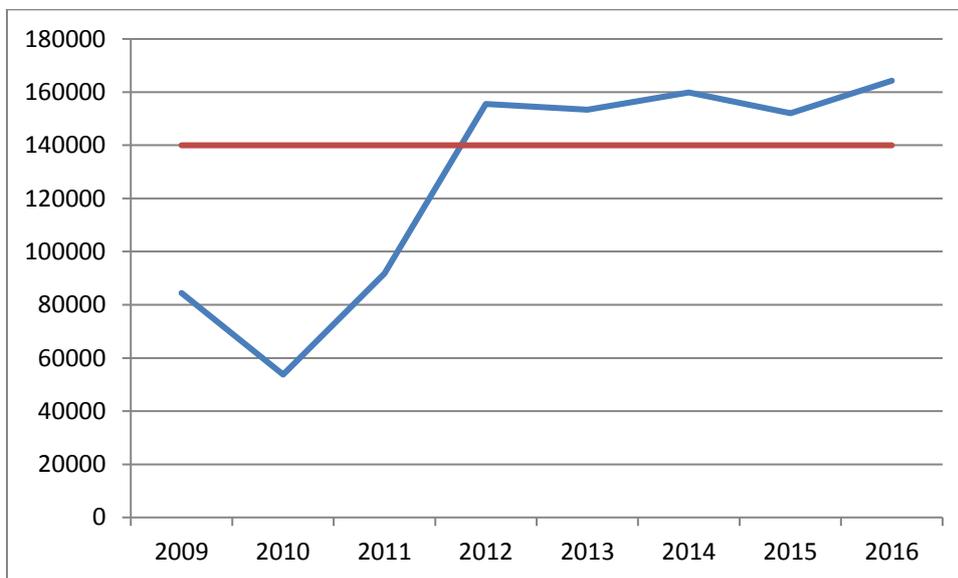
Der „Fahrplan Tourismus Seidenblumenstadt Sebnitz“ liegt hier in der dritten Fortschreibung vor. Nach der ersten Bestandsaufnahme 2011 ist es jetzt notwendig, erneut den Plan mit den Ist-Zuständen zu vergleichen, um Fortschritte oder eventuelle Fehlentwicklungen zu erkennen. Ebenso ist die Eingemeindung der ehemals selbstständigen Gemeinde Kirnitzschtal zu berücksichtigen.

In den neuen Zielstellungen werden die Fristigkeit dabei in „kurz“ (1-2 Jahre), „mittel“ (4-5 Jahre) und „lang“ (8-10 Jahre) unterteilt.

2.1. Quantitative Ziele

2.1.1. Übernachtungszahlen

Ansatz: Steigerung der Übernachtungen von (2006) 90.000 auf 140.000



Die ursprünglich angedachte Zielstellung einer Steigerung der Übernachtungszahlen auf 140.000 bis zum Jahr 2020 hat sich für Sebnitz mit der Eingemeindung der Gemeinde Kirnitzschtal im Jahr 2012 überholt. Alleine die vom Statistischen Landesamt Sachsen publizierten Zahlen, die in der Grafik dargestellt sind, liegen seit der Eingemeindung zwischen 150.000 und 160.000 Übernachtungen. Dazu kommen noch die allein von der Kämmererei erfassten Übernachtungen in Klein- und Kleinstbetrieben, die z.B. im Jahr 2015 noch einmal etwa 37.000 Übernachtungen ausmachen.

Nr.	Zielstellung „Übernachtungszahlen“	Fristigkeit		
		kurz	mittel	lang
1	Quantitativ: Steigerung der Übernachtungszahlen in der Gemeinde Sebnitz auf 230.000 p.a.			v



2.1.2. Aufenthaltsdauer

Ansatz: Sicherung der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von derzeit 3,2 Tagen

Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer in der Gemeinde Sebnitz lag Ende 2015 bei genau 3 Tagen. Dabei muss beachtet werden, dass die Aufenthaltsdauer je nach Unterkunftsart stark variiert:

Aufenthaltsdauer nach Unterkunftsart	
Hotels	2,6
Gasthöfe	2,7
Ferienzentren, -häuser und -wohnungen	5,4
Hütten und Jugendherbergen	2,1
Insgesamt	3,0

Quelle: Statistisches Landesamt

Während in Ferienwohnungen statistisch gesehen noch die klassische „Urlaubswoche“ mit 1 - 2 Tagen An- und Abfahrt sowie 5 Tagen Aufenthalt gebucht wird, sind es in Hotels und Gasthöfen vor allem die Kurzbesucher, die den Schnitt senken.

Benchmark Aufenthaltsdauer		
Sachsen	Sächsische Schweiz	Sebnitz
2,5 Tage	3,5 Tage	3 Tage

Quelle: Statistisches Landesamt

Im Vergleich zum Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge bzw. zum Bundesland Sachsen liegt Sebnitz relativ genau in der Mitte. Es muss zur Berechnung der durchschnittlichen Übernachtungsdauer im Landkreis allerdings zur kritischen Betrachtung angemerkt werden, dass der Schnitt vor allem durch die Gemeinden Bad Schandau (4,2 Tage) und Bad Gottleuba-Berggießhübel (11,7 Tage) nach oben gedrückt wird, da diese Gemeinden eine hohe Übernachtungszahl in Kliniken und Kureinrichtungen vorweisen.

Nr.	Zielstellung „Zielstellung Aufenthaltsdauer“	Fristigkeit		
		kurz	mittel	lang
2	Quantitativ: Sicherung der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von derzeit 3,0 Tagen			v

2.1.3. Auslastung

Ansatz: Steigerung der durchschnittlichen Auslastungen von derzeit 34,9 % auf 44,0 %

In Bezug auf die durchschnittliche Auslastung ist es bis jetzt nicht gelungen, diese signifikant zu steigern. Auch hier sind, je nach Unterkunftsart, große Unterschiede zu verzeichnen.

Auslastung nach Unterkunftsart	
Hotels	27,8
Gasthöfe	29,2
Ferienzentren, -häuser und wohnungen	41,1
Hütten und Jugendherbergen	23,4
Insgesamt	30,8

Quelle: Statistisches Landesamt

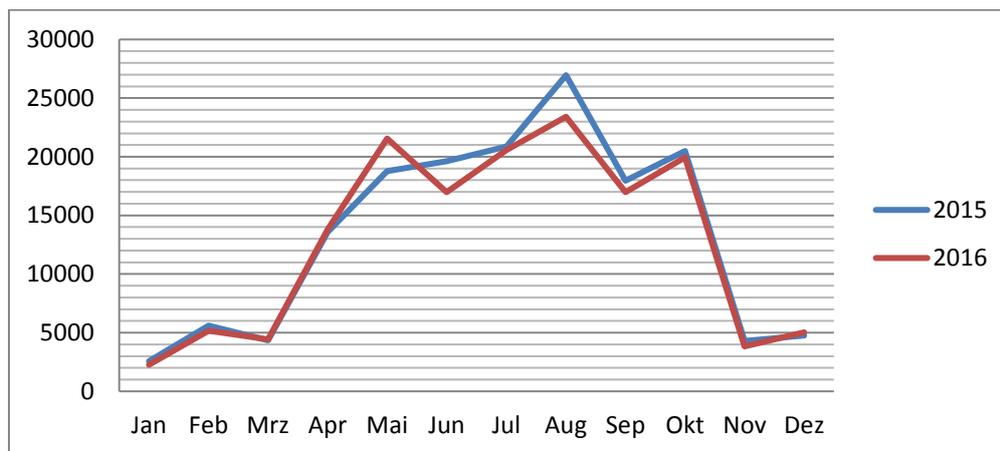


Im Vergleich mit dem Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge und dem Bundesland Sachsen verzeichnet Sebnitz bei den vom Statistischen Landesamt Sachsen erhobenen Daten eine Differenz von etwa 10 %.

Benchmark Auslastung		
Sachsen	Sächsische Schweiz	Sebnitz
42,3%	41,2%	30,8%

Quelle: Statistisches Landesamt

Über das Jahr verteilt, finden dabei über 80 % aller Übernachtungen im Zeitraum Ostern - Oktober statt. Dieser Trend ist nicht nur spezifisch für Sebnitz, sondern auch generell für die Sächsische Schweiz zu verzeichnen.



Nr.	Zielstellung „Auslastung“	Fristigkeit		
		kurz	mittel	lang
3	Quantitativ: Steigerung der Auslastung auf 40 %, unter anderem durch Belebung der Nebensaison			v

2.1.4. Bettenkapazität

Ansatz: Erhöhung der Bettenkapazität von derzeit 734 Betten auf ca. 900 Betten

Mit Stand Dezember 2015 wurden alleine in Sebnitz 1.416 Betten in der vom Statistischen Landesamt erhobenen Statistik angeboten. Dazu kommen noch einmal 717 Betten von kleinen Vermietern, die in der Statistik der Kämmerei erfasst sind. Diese, im Vergleich zum Ursprungsplan hohe Zahl, liegt in der Eingemeindung der ehemaligen Gemeinde Kirnitzschtal begründet. Die ursprüngliche Zielstellung ist damit überholt und muss neu formuliert werden.

Nr.	Zielstellung „Bettenkapazität“	Fristigkeit		
		kurz	mittel	lang
4	Quantitativ: Sicherung der momentanen Bettenkapazität bei rund 2.100 Betten			v

2.1.5. Tagestourismus

Ansatz: Steigerung von derzeit ca. 150.000 Tagesgästen auf künftig 250.000 Gäste



Wie unter Punkt „1.2.2.2 Tagestourismus“ schon erläutert, wird die ursprünglich verwendete Methodik zur Ermittlung der Tagesgäste für diese Fortschreibung nicht mehr angewendet. Wenn man die neue Methodik zur Ermittlung der Tagesgäste an die Datenlage von 2005 anlegt, wäre die ursprüngliche Zielstellung schon 2005 überholt gewesen. Es ist deshalb Zielstellung, diese neu zu formulieren.

Nr.	Zielstellung „Tagestourismus“	Fristigkeit		
		kurz	mittel	lang
5	Quantitativ: Steigerung der Tagesbesucher auf rund 687.700 (230.000 Übernachtungsgäste mal Multiplikatorwert 2,99)			v

2.1.6. Blumentage

Ansatz: Erhöhung der Besucher der Blumentage von 5.000 auf künftig 20.000

Die Blumentage wurden 2012 das letzte Mal durchgeführt. Das Ziel wird daher aus dem Plan gestrichen.

2.2. Qualitative Ziele

Im Gegensatz zu den quantitativen Zielen, die sich unmittelbar an messbaren Zahlen orientieren, muss für qualitative Ziele eine alternative Bewertungsgrundlage angegeben werden. Da diese für den ursprünglichen Tourismusfahrplan und die erste Fortschreibung nicht klar definiert sind, kann bei der Bestandsaufnahme nur ein genereller Trend angegeben werden. Für diese Fortschreibung ist es daher notwendig, für die nächsten Jahre eine klar definierte Grundlage anzugeben, um die Verwirklichung der Zielstellung messbar zu machen, zu kontrollieren und Fehlentwicklungen zu korrigieren.

2.2.1. Arbeitsplätze

Ansatz: Stabilisierung des Tourismus und mehr Arbeitsplätze mit entsprechenden Einkommenseffekten

Von der Methodik her eher ein quantitatives Ziel kann die Anzahl der von der Tourismuswirtschaft direkt bzw. indirekt abhängigen Arbeitsplätze in Bandbreiten bestimmt werden. Im Jahr 2005 wurden zwischen 147 (Arbeitsamt) und 350 (Stadtverwaltung Sebnitz) Beschäftigte angegeben während 2015 zwischen 221 (Arbeitsamt) und 986 (Berechnung nach Einkommensequivalenten) angegeben wurden.

Nr.	Zielstellung „Arbeitsplätze“	Fristigkeit		
		kurz	mittel	lang
6	Quantitativ: Sicherung und Ausbau der Tourismusindustrie zwecks Schaffung von Arbeitsplätzen mit entsprechenden Einkommenseffekten			v

2.2.2. Gästezufriedenheit

Ansatz: Entwicklung einer hohen Gästezufriedenheit

Die Messung der Gästezufriedenheit hängt zum einen vom Gastgeber (Zufriedenheit mit der Unterkunft) als auch der gastgebenden Gemeinde ab. Für die Messung der Gästezufriedenheit wurde 2015 in Zusammenarbeit mit dem Tourismusverband Sächsische Schweiz ein Fragebogen entwickelt, der sowohl gemeindeintern als auch gemeindeübergreifend ausgewertet werden kann. Um eine



objektive Datengrundlage zu schaffen, muss in den folgenden Jahren verstärkt versucht werden, über die Touristeninfos und Leistungsträger so viele Fragebögen wie möglich zu erhalten.

Nr.	Zielstellung „Gästezufriedenheit“	Fristigkeit		
		kurz	mittel	lang
7	Qualitativ: Erhöhung der Rückläuferquote der Fragebögen zur Gästezufriedenheit auf mindestens 150 pro Jahr	✓		
8	Qualitativ: Analyse der Problembereiche durch Auswertung der Fragebögen zur Gästezufriedenheit und Entwicklung von Maßnahmen, diese zu verbessern		✓	

2.2.3. Tourismusbewusstsein

Ansatz: Entwicklung eines breiten Tourismusbewusstseins in der gesamten Einwohnerschaft

Für die touristischen Einrichtungen der Großen Kreisstadt Sebnitz wird, neben der seit Jahren laufenden Pressearbeit im Grenzblatt, dem Wochenkurier und der Sächsischen Zeitung, seit 2014 aktiv in den jährlich stattfindenden Vermieterversammlungen Werbematerial verteilt. Ziel und Zweck ist es, der Bevölkerung und den Leistungsträgern im Besonderen die städtischen Einrichtungen vorzustellen und näher zu bringen.

Daneben ist es wichtig, die Bedeutung des Tourismus für die Stadt Sebnitz der Bevölkerung näher zu bringen. Dazu zählt auch die Tatsache, dass die Bürger den Tourismus nicht nur mittragen müssen, sondern selber auch ein Teil des Tourismuserlebnisses eines Besuchers sind.

Nr.	Zielstellung	Fristigkeit		
		kurz	mittel	lang
9	Qualitativ: durch kontinuierliche Pressearbeit, Vermieterzusammenkünfte und -gespräche Erhöhung des Tourismusbewusstseins bei allen Anspruchsgruppen	✓		
10	Qualitativ: durch Vermieterversammlungen in den Ortsteilen einen aktiven Dialog anschieben	✓		

2.2.4. Erscheinungsbild

Ansatz: Weiterentwicklung des harmonisch gepflegten Erscheinungsbildes

Die Stadt Sebnitz und die Ortsteile haben seit der ersten Version des Tourismusfahrplanes konstant daran gearbeitet, das Erscheinungsbild zu erhalten und, wo möglich, zu verbessern. Dazu zählt nicht nur die konstante Pflege der Grünanlagen, sondern auch die Sanierung von Straßen und der Aufkauf von nicht mehr sanierbaren Gebäuden und Anlagen zwecks Abriss und Renaturierung.

Nr.	Zielstellung	Fristigkeit		
		kurz	mittel	lang
11	Qualitativ: Halten des hohen Niveaus eines gepflegten Erscheinungsbildes in Zusammenarbeit mit den betreffenden Abteilungen der Stadtverwaltung		✓	



2.2.5. Zusammenarbeit

Ansatz: Verstärkung der Zusammenarbeit und Bündelung der Kräfte auf allen Ebenen und aller Beteiligten in der Stadt

Um einen breiten Konsens zur touristischen Entwicklung der Gemeinde Sebnitz zu erhalten, werden wichtige Entscheidungen im Ausschuss Tourismus und Stadtmarketing getroffen, der quartalsweise tagt und mit Stadträten der im Sebnitzer Stadtrat vertretenen Parteien als auch Sachkundigen Bürgern des Fremdenverkehrsvereines e.V., des Gewerbevereines, der AG Kirnitzschtal und der IG Hinterhermsdorf besetzt ist. Hinzu kommen seit 2015 eingeführte regelmäßige Treffen mit Gruppen von Leistungsträgern der verschiedenen Ortschaften, die auch in Zukunft ausgebaut und fortgeführt werden sollen.

2.2.6. Ganzjahrestourismus

Ansatz: Stärkung und Ausbau des Ganzjahrestourismus

Über 80 % der Übernachtungen (siehe auch Punkt 2.1.3. Auslastung) konzentrieren sich auf die Hauptsaison zwischen Ostern und Oktober. Da dies ein allgemeiner Aspekt der umliegenden Tourismusgemeinden ist, kann ein Ausbau nur durch Unterstützung der Tourismuskonzeption des Tourismusverbandes Sächsische Schweiz realisiert werden.

Nr.	Zielstellung „Ganzjahrestourismus“	Fristigkeit		
		kurz	mittel	lang
12	Qualitativ: Zusammenarbeit mit den Leistungsträgern, dem TVSSW und umliegenden Gemeinden zur Realisierung einer Saisonverlängerung		v	
13	Qualitativ: Teilnahme am Projekt „Winterträume“ des Tourismusverbandes	v		



3. Dritte Fortschreibung des Tourismusfahrplanes

3.1. Einführung

„Sebnitz soll einer der wichtigsten Tourismusorte in der Sächsischen Schweiz sein und als Grenzgemeinde zu Böhmen eine Schlüsselstelle in der Sächsisch-Böhmischen Schweiz einnehmen.“

„Gemeinsam müssen in Sebnitz die weiteren Grundlagen für eine funktionierende, gut organisierte und leistungsfähige Tourismuswirtschaft mit aktiven Partnern aus privaten, privatwirtschaftlichen und kommunalen Bereichen geschaffen werden.“

„Die Entwicklung von Sebnitz beachtet auch künftig besondere ökologische, gesellschaftliche und soziale Rahmenbedingungen.“

„Oberstes Ziel bei der Entwicklung ist der ‚Wohlfühlfaktor‘ für unsere Gäste und die einheimische Bevölkerung. Beide sollen sich mit ihrem Urlaubs- und Wohnort identifizieren.“

Die genannten Ziele wurden mit der ersten Auflage des Tourismusfahrplanes für Sebnitz in 2007 als „Oberziele“ aufgestellt und sind heute mehr denn je von Bedeutung.

Die touristische Entwicklung ist dabei bis jetzt in zwei Stufen verlaufen:

Die **Entwicklung Sebnitz von 1990 bis 2006** war gekennzeichnet durch die Schaffung der touristischen und städtischen Infrastruktur (siehe „1.1. Wo wir herkommen“), die für Sebnitz als Tourismusstandort wichtig war.

Die **Entwicklung Sebnitz von 2007 bis 2016** fokussierte sich hingegen weniger auf die Schaffung von Infrastruktur (mit der Ausnahme des Solivital Sport- und Freizeitzentrums) als auf eine Professionalisierung des Marketings, dem Aufbau einer Dachmarke und von Vertriebs- und Kommunikations-schienen. Das Ziel hier war die Etablierung der „Marke Sebnitz“, die bessere Auslastung und die Verringerung der Defizite der Einrichtungen.

Für die Planung der dritten Stufe „**Entwicklung von Sebnitz von 2017 bis 2025**“ ist es empfehlenswert, sich unter der Berücksichtigung der bisher erfolgten Entwicklung im Ansatz wieder mehr auf die Grundlagen einer erfolgreichen, nachhaltigen Tourismuspolitik zu konzentrieren. Ebenso die Zielstellung und Entwicklung nach Tourismusmarketing, d.h. vor allem auf Touristen ausgerichteter Entwicklung, und Bürgermarketing, d.h. auf den Sebnitzer Bürger ausgerichteter Entwicklung zu differenzieren sowie die Integration der Ortsteile in die strategische Ausrichtung.

Die Begriffe „Tourismusmarketing“ und „Bürgermarketing“ werden dabei nicht nur ausschließlich für das reine Marketing, sondern als Sammelbegriffe für die gesamte Entwicklung nach innen und außen verwendet.

Unsere Definition zur Nachhaltigkeit übernehmen wir aus den Ansätzen des Stadtleitbildprozesses „Sebnitz 2000 Plus“, den ersten beiden Versionen des Tourismusfahrplanes 2020 als auch aus der Zusammenfassung der Arbeitsgruppe „Tourismus und Kultur“ aus dem lokalen Agenda 21-Prozess aus dem Jahre 2002.

Zur „Nachhaltigkeit“ gehört auf der einen Seite die bestmögliche Entwicklung und Vernetzung der Potenziale, über die die Stadt Sebnitz mit ihren Ortsteilen durch ihre Bürger, ihre Betriebe, ihre Lage, ihre Infrastruktur etc. verfügt. Auf der anderen Seite bedeutet nachhaltige Entwicklung eine



behutsame, gewachsene Strukturen und Ressourcen schonende, die Umwelt entlastende und die Bedürfnisse aller gesellschaftlichen Gruppen berücksichtigende, zukunftsorientierte Entwicklung. (Sebnitz 2002)

1. Die ökologisch geprägte flächenschonend vorgenommene Stadtentwicklung sowie die bewusste Wahrnehmung, Schonung und Erhaltung der Natur und Landschaft wird in Sebnitz schon seit Jahren betrieben und ist die wichtigste Voraussetzung für eine positive touristische Entwicklung.
2. Der Tourismus hat sich zu einem der wichtigsten Wirtschaftsfaktoren in Sebnitz entwickelt. Er ist ein wesentlicher Bestandteil des regionalen Wirtschaftskreislaufs und wirkt sich positiv auf die verschiedensten Betätigungsfelder aus.
3. Soziokulturell besticht Sebnitz und vor allem auch die ländlich geprägten Ortsteile mit einer extrem wahrnehmbaren Gastfreundschaft. Wer sich selbst in seiner Heimat wohl fühlt, der besitzt auch die Motivation, seine Gäste vom hervorragenden kulturellen Angebot zu überzeugen.

Diese ökologischen, ökonomischen und soziokulturellen Grundsätze stellen unbewusst den Kern bei allen (auch zukünftigen) Aktivitäten zur Entwicklung des Tourismus dar.

3.2. Grundvoraussetzungen für die nachhaltige Entwicklung bis 2025

3.2.1. Etablierung einer verkehrstechnischen und kommunikativen Infrastruktur

3.2.1.1. *Kommunikationswege zwischen den verschiedenen Anspruchsgruppen*

Die wichtigste Kommunikationskette im Tourismus stellt jene vom Gast über seinen Beherbergungsbetrieb/ Gastgeber zur Verwaltung bzw. lokalen Touristinformation und umgekehrt dar. Informationen müssen transparent und sowohl langfristig als auch in besonderen Fällen auf kurzen Wegen in beiden Richtungen fließen, damit dem Gast in allen Belangen ein angenehmer Aufenthalt ermöglicht werden kann.



Eine offene und transparente Kommunikation, welche von allen Seiten Anerkennung findet, muss aber zwingend „aus der Bevölkerungsmitte heraus“ geboren werden und sollte keiner Willkür unterliegen. Um dies zu gewährleisten, wurden bereits verschiedenste Gremien und Beratungsrunden unter Beteiligung der Bürger installiert, an welchen auch in der Entwicklung bis 2025 weiter festgehalten werden soll.

Der Ausschuss für Tourismus und Stadtmarketing wird quartalsweise über aktuelle Projekte und Entwicklungen informiert, berät und diskutiert über touristisch relevante Vorhaben und hat als abstimmungsberechtigtes Organ die Möglichkeit, Entscheidungen maßgeblich mit zu gestalten.

Bereits etabliert haben sich ebenfalls kleinere Beratungsrunden mit den Leistungsträgern und Ortsvorstehern der einzelnen Ortsteile bzw. der „Panoramadörfer“ als Gesamtheit. An jedem Treffen soll festgehalten werden, um Probleme schneller aufdecken und besprechen zu können und somit die



gegenseitige Akzeptanz zu steigern. Nur Hand in Hand mit den Leistungsträgern kann eine optimale Gästekultur aufgebaut und etabliert werden.

In der vergangenen Zeit neu hinzugekommen sind außerdem Gespräche mit den Gastronomen vor Ort, wie der „Wirtestammtisch“ der Gastronomen aus dem Kirnitzschtal. Erste Kontakte sollen hier ebenfalls zu regelmäßigen Treffen ausgeweitet werden, um gemeinsame Projekte zu entwickeln und auch hier den Informationsfluss zu erhöhen.

Neben der Kontaktpflege auf deutscher Seite muss der Regiebetrieb in Zukunft auch stärker den Austausch mit Partnern auf tschechischer Seite suchen. Dazu zählt zum einen der Tourismusverband Böhmisches Schweiz als auch ganz konkret die an Sebnitz grenzenden tschechischen Partnergemeinden.

Nr.	Zielstellung „Kommunikation“	Fristigkeit		
		kurz	mittel	lang
14	Quantitativ: Jahresplanung mit Beratungsterminen für die verschiedenen Anspruchsgruppen (Kirnitzschtal/Panoramadörfer/Hinterhermsdorf, Sebnitzer Gastronomen)	✓		
15	Qualitativ: Verbesserung des Informations- und Kommunikationsflusses zwischen Verwaltung - Stadtmarketing - Leistungsträgern durch regelmäßige Rundschreiben		✓	
16	Qualitativ: Aufbau von Kommunikationswegen und eventuell regelmäßiger Arbeitstreffen mit tschechischen Partnern		✓	
17	Qualitativ: Vermietererversammlung in den Ortsteilen	✓		

3.2.1.2. Erweiterung der Infrastruktur im verkehrstechnischen Zusammenhang

Sebnitz und seine Ortsteile sind bereits mit einem gut ausgebauten ÖPNV-Netz ausgestattet. Nun soll es kommunikatives Ziel sein, den Gästen diese Vorteile in der Vermarktung aufzuzeigen und die ohnehin schon naturbewussten Urlauber zur Nutzung des Bus- und Bahnverkehrs zu bewegen. Die wanderfreundlichen Anschlüsse geben hier den Anlass, kleine „Wanderpakete“ inklusive der gastronomischen Landschaft zu kreieren und zu vermarkten. Hier ist eine enge Zusammenarbeit mit den örtlichen Verkehrsbetrieben und der Nationalparkverwaltung auf deutscher und tschechischer Seite notwendig.



Hier ist eine enge Zusammenarbeit mit den örtlichen Verkehrsbetrieben und der Nationalparkverwaltung auf deutscher und tschechischer Seite notwendig.

Um für Gäste einen echten Mehrwert zu bieten und den Umstieg auf die öffentlichen Verkehrsmittel so interessant wie möglich zu machen müssen, wie schon seit längerem diskutiert, Teile des ÖPNV kostenlos mit der Gästekarte nutzbar sein. Für Sebnitz wäre es ein guter erster Schritt die Stadtbushlinie und eine Rundlinie durch das Kirnitzschtal in die Gästekarte zu integrieren.

Ein positives Beispiel für eine erfolgreiche Kooperation ist die seit 5. Juli 2014 wiedereröffnete Strecke zwischen Sebnitz und Dolní Poustevna. Hier rollen jetzt wieder durchgehende Züge auf der neuen



Verbindung Rumburk – Dolní Poustevna – Sebnitz – Bad Schandau – Děčín. Die Züge der Linie U 28, der sogenannten Nationalparkbahn, fahren acht Mal täglich im Zwei-Stunden-Takt.

Seit Februar 2017 wird auf dem Bahnhof Sebnitz – als neuer, zweiter „Nationalparkbahnhof“ in der Sächsischen Schweiz verstärkt für den Nationalpark, aber auch den öffentlichen Nahverkehr und die Möglichkeit vom Auto auf Bus & Bahn umzusteigen, geworben.

In diesem Zusammenhang soll der Titel „Wanderhauptstadt Sebnitz“, als Resultat des Deutschen Wandertages 2016, weiter fokussiert werden und somit den direkten Bezug zur Wanderregion Sächsische Schweiz festigen. Erstrebenswert wäre dahingehend langfristig die Zertifizierung einiger Wanderwege in der Marke „Wanderbares Deutschland“, welche vom Deutschen Wanderverband e.V. durchgeführt wird. Die Möglichkeiten sollten im Hinblick auf den Panoramaweg an der alten Hohen Straße oder aber den Flößersteig im Kirnitzschtal geprüft und möglicherweise in die mittelfristigen Ziele integriert werden.

Des Weiteren sollte langfristig im Rahmen der Sportgemeinschaft Sebnitz - Neustadt die bereits in einem Projekt geprüfte, aber nie verwirklichte Errichtung eines Bike-Parks im Gebiet SoliVital - Rugiswalde forciert werden. Gerade im Hinblick auf die zunehmende Zielgruppe der Aktivurlauber könnte man mit solch einer Attraktion auch Anreize zur Saisonverlängerung setzen. (In diesem Zusammenhang steht auch die, bis zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht bearbeitete Zielgruppe der Trainingslager für Sebnitz und Umgebung.) Darüber hinaus sollte das Fahrrad-Wege-Netz im Hinblick auf die stetige Nachfrage nach E-Bike tauglichen Touren kontinuierlich geprüft und erweitert werden.

Nr.	Zielstellung „Infrastruktur“	Fristigkeit		
		kurz	mittel	lang
18	Qualitativ: Erhalt und Bewerbung der Wanderwege			v
19	Qualitativ: Prüfung welche Wanderwege sich für eine Zertifizierung (z.B. Wanderbares Deutschland) eignen	v		
20	Qualitativ: Überprüfung, ob das Projekt „Bike-Arena“ auch im Hinblick auf die überregionale Vernetzung der Radwanderwege reaktiviert werden kann		v	
21	Qualitativ: Überprüfung wie die E-Mobilität (E-Bikes) weiter gefördert werden kann (z.B. Aufbau eines Netzwerkes von Ladestationen an touristisch relevanten Punkten, usw...)		v	
22	Weitere Belegung des „Nationalparkbahnhofes“ Sebnitz			v
23	Integration des ÖPNV in die Gästekarte Sächsische Schweiz		v	

3.2.2. Qualitäts- und Dienstleistungsorientierung

Im Zuge des stetigen Wachstums des Qualitätsbewusstseins bei Besuchern und Einheimischen muss die Etablierung einer bewussten Serviceorientierung als eines der Hauptziele in der Strategie 2025 betrachtet werden. In dem Meer an Anbietern können sich langfristig nur jene halten, die den wachsenden Ansprüchen an Qualität und Service in besonderem Maße gerecht werden. Das betrifft zunächst Sebnitz und seine Ortsteile als Urlaubsregion allgemein sowie im weiteren Sinne die einzelnen Leistungsträger direkt. Die Kommune sollte an jener Stelle als Vorreiter vorgehen und durch seine qualitative Ausrichtung ein Vorbild für seine Betriebe darstellen. Dazu gehört nicht nur das



reine Erlangen von Zertifikaten und Siegeln zur aktiven Vermarktung, sondern auch die spürbare Verbesserung der Dienstleistungen am Gast.

3.2.2.1. ServiceQualität Deutschland

Das sogenannte Q-Siegel ist ein bundesweit bereitgestelltes, dreistufiges Qualitätsmanagementsystem zur schrittweisen Verbesserung von Dienstleistungen und Angeboten. (Q-Deutschland, 2016) Wer seine Qualität stetig auf den Prüfstand stellt trägt zur Steigerung der Kundenzufriedenheit bei. Betriebe, die sich mit dem symbolischen „Q“ ausweisen, können dem Gast zeigen, dass sie an Weiterentwicklung interessiert sind, an der Servicequalität gearbeitet haben und diese nachhaltig verfolgen. Kurzfristig sollte versucht werden, die Touristinformation Sebnitz inkl. Haus Deutsche Kunstblume als Q-Betrieb zertifizieren zu lassen, langfristig könnte die Zertifizierung als Q-Stadt oder Q-Gemeinde ein echtes Alleinstellungsmerkmal in der Sächsischen Schweiz darstellen.



3.2.2.2. DTV-Klassifizierung

Wenn sich der Gast einmal für eine Region entschieden hat, sollte er die Qualitätsorientierung auch vor Ort spüren können. Die offiziellen DTV-Sterne signalisieren dem Gast: Diese Unterkunft ist nach den Sternekriterien des Deutschen Tourismusverbandes geprüft und bewertet. (DTV, 2016) Von Seiten der Verwaltung sollte die Klassifizierung in allen Unterkunfts-kategorien aktiv vorangetrieben werden und klassifizierte Betriebe sollten verstärkt in die Außen-darstellung aufgenommen werden. Das prägt das Erscheinungsbild der Stadt und seiner Ortsteile nach Außen und hat maßgeblichen Einfluss auf die Gästezufriedenheit. Langfristig gesehen werden sich nicht-qualifizierte Betriebe nicht mehr am Markt durchsetzen können.



3.2.2.3. I-Marke

Gewissermaßen stellt hierbei wiederum die örtliche Touristinformation eine Art Vorreiter dar. Die deutschlandweite Etablierung eines einheitlichen und zeitgemäßen Qualitätssiegels für Tourist-Informationen beinhaltet die I-Marke. Für die Haupt-Touristinformation in Sebnitz sollte es kurzfristiges Ziel sein, sich zertifizieren zu lassen, um im Wettbewerb mit den umliegenden Kommunen mithalten zu können. Die Zertifizierung wird vom Tourismusverband Sächsische Schweiz unterstützt und flächen-deckend angestrebt.



Nr.	Zielstellung „Qualitätsorientierung“	Fristigkeit		
		kurz	mittel	lang
24	Qualitativ: Zertifizierung der Haupt-Touristinformation Sebnitz mit der I-Marke	v		
25	Quantitativ: Steigerung der DTV-zertifizierten Beherbergungsbetriebe um 25 %		v	
26	Qualitativ: Etablierung eines Qualitätsmanagement-systems nach Maßgaben der Service-Qualität Deutschland für die touristischen Einrichtungen der Stadt			v



27	Qualitativ: Ausgabe des Gästefragebogens des Tourismusverbandes forcieren damit Vergleiche zu anderen Gemeinden gezogen werden können.	V		
28	Qualitativ: Öffnungszeiten der Touristinformation Hinterhermsdorf der touristischen Nachfrage anpassen. D.h. Öffnungszeiten über das Wochenende ausdehnen		V	

3.2.3. Digitalisierung

In der heutigen digitalen Welt ist die Verfügbarkeit von schnellen Internetzugängen und verbreiteten Hot-Spots unabkömmlich. Die Verfügbarkeit von funktionierendem und schnellem WLAN kann die Zufriedenheit der Gäste sehr schnell extrem steigern. Deshalb hat der Breitband-Ausbau Auswirkungen auf nahezu alle den Tourismus betreffende Bereiche und muss entsprechend forciert werden.

Nr.	Zielstellung „Qualitätsorientierung“	Fristigkeit		
		kurz	mittel	lang
29	Qualitativ: Einführung eines flächendeckenden WLANs in Sebnitz und den TI's Altendorf und Hinterhermsdorf		v	

3.3. Bürgermarketing

Bereits in der Einleitung war zu lesen „nur wer selbst zufrieden mit seiner Umgebung und dem kulturellen Angebot ist, wird auch die Motivation haben, es weiter zu empfehlen“. Sebnitz besitzt einige solcher Betriebe, die vorrangig den Einheimischen Bewohnern vorbehalten sind und im Tourismus im großen Sinne lediglich eine Schlechtwetteralternative darstellen. Bei diesen Einrichtungen sollte man sich darauf konzentrieren, die Bedürfnisse der Sebnitzer in besonderem Maße zu befriedigen, um die Lebensqualität in der Kommune aktiv zu verbessern.

3.3.1. Touristische Betriebe

Die im Teil „Bürgermarketing“ beschriebenen touristischen Betriebe werden nicht exklusiv von Einheimischen besucht, aber ein großer Teil der Besucher kommt aus Sebnitz und den Ortsteilen (80 - 90 %). Auf Grund der relativ hohen Dichte an ähnlichen Einrichtungen in der näheren Umgebung dienen diese auch nicht primär als touristische Leuchttürme oder Attraktionen, die weitere Gäste in die Gemeinde locken, eher als Daseinsvorsorge für die lokale Bevölkerung. Je nach Einrichtung werden aber, neben der Bewerbung der Angebote für die Sebnitzer, spezifische Kampagnen gefahren, um auch mehr Touristen für das Kräutervitalbad und SoliVital Sport- und Freizeitzentrum zu begeistern.

3.3.1.1. KräuterVital-Bad

2013 wurde das umfassend energetisch sanierte und bis dahin als „Dr.-Petzold-Bad“ bekannte KräuterVital-Bad unter städtischer Leitung neu eröffnet. Man hielt an dem bereits etablierten Begriff des „Kräutervitalbades“ fest und nutzte das Thema optisch und in der Ausrichtung der Anwendungen aus, um ein Alleinstellungsmerkmal zu generieren. Während die Konkurrenz im benachbarten Neustadt mit dem Mariba, bzw. die Stadt Bad Schandau mit der Toskana Therme eher Richtung „Spaßbad“ streben, so findet sich in Sebnitz die





„Oase der Ruhe“. Die Kernbereiche setzen sich aus der Saunalandschaft mit orientalischem Rasul im Innenbereich und dem üppigen Freibadebereich außen zusammen. Die Badehalle hat sich in die Richtung einer reinen Kurshalle entwickelt und wird in der Außenkommunikation für Individualbesucher kaum noch Beachtung finden. Vielmehr konnte sich in den vergangenen Jahren eine Saunakultur mit modernen und saisonal wechselnden Themenaufgüssen, Saunanächten und Ritualen etablieren, welche zunehmend auch Gäste aus dem Umland und der Tschechischen Republik anlockt. Die familiäre und heimelige Atmosphäre kann ganz deutlich als Vorteil im Gegensatz zu den massentouristisch genutzten Bädern der Region angesehen werden. An dieser Werbestrategie sollte sich die Entwicklung 2025 orientieren und sich stetig neuen Trends im Saunabereich anpassen. Zur Steigerung der Auslastung muss langfristig über eine Erweiterung der Saunalandschaft und des Saunagartens beraten werden. Zukünftig sollte weiter an der Verbesserung der Service-Qualität gearbeitet werden, um das Bad im Qualitätssegment in der Region etablieren zu können. Die Zielgruppe der tschechischen Besucher sollte noch stärker in die Marketingaktivitäten aufgenommen werden.

Mit dem jährlich Ende Juli/Anfang August stattfindendem Familienfest im Freibad hat sich ein Höhepunkt im Veranstaltungskalender der gesamten Stadt etabliert. In den vergangenen beiden Jahren konnten jeweils um 500 Besucher gezählt werden. An der Fortführung als Familienfest sollte dringend festgehalten und das Programm jährlich aktualisiert und erweitert werden.

Durch die kontinuierliche Steigerung der Besucherzahlen, Stammgäste sollte mittelfristig die Stabilisierung bzw. Senkung des Zuschusses im Mittelpunkt der Geschäftstätigkeit stehen.

Nr.	Zielstellung „KräuterVital-Bad“	Fristigkeit		
		kurz	mittel	lang
30	Qualitativ: Sauna – Spezialisierung und Abgrenzung durch individuelle, familiäre Atmosphäre	v		
31	Qualitativ: Bewerbung des Rasuls als absolutes Alleinstellungsmerkmal in der Region (nach erfolgter umfangreicher Reparatur)		v	
32	Qualitativ: Ausschließliche Bewerbung der Badehalle für Therapiezwecke	v		
33	Qualitativ: Überarbeitung des Anwendungs- und Therapiebereiches – Aktualisierung mit zeitgemäßen Angeboten		v	
34	Quantitativ: Langfristige Steigerung der Besucherzahlen im Bereich des Freibades auf 10.000			v

3.3.1.2. SoliVital Sport- und Freizeitzentrum

Das Anfang 2014 durch die Stadt Sebnitz wiedereröffnete SoliVital stellt seitdem den Mittelpunkt der aktiven Freizeitgestaltung in der Gemeinde dar und ergänzt das Sportgebiet rund um das Sparkassen-Waldstadion hervorragend. Die Möglichkeiten der Ausrichtung von Veranstaltungen und Wettkämpfen bietet im gesamten Haus schier unzählige Möglichkeiten. Die stetig wachsende Zielgruppe der Aktivurlauber in der Region kann die





Besucherzahlen positiv beeinflussen, wird aber nicht den Kern des Marketings darstellen. Seit Mitte 2016 ist die Einrichtung durch die Tourismus-Marketing-Gesellschaft Sachsen als familienfreundliche Freizeiteinrichtung zertifiziert. Der Familien-Gedanke sollte daher in den Folgejahren stärker in den Fokus der Vermarktung rücken und das Erlebnis für die ganze Familie verdeutlichen.

Mit dem 2015 nachgerüsteten Sporthallen-Boden im Bereich der Soccer-Arena stellt es die Top-Trainingsmöglichkeit für Vereine der verschiedensten (Ball)Sportarten dar und kann trotzdem als Multifunktionsfläche für Veranstaltungen genutzt werden.

Das benachbarte Kinder-Tobeland hat als kunterbuntes Kinderzimmer genau den Zeitgeist der einheimischen Familien getroffen und besticht größere Einrichtungen in Bautzen und Dresden mit der vorhandenen Modernität und den Spielmöglichkeiten für alle Altersgruppen. Die gastronomische Betreuung durch das Kinderrestaurant Gänseblümchen rundet den Aufenthalt servicetechnisch ab und trägt zur Erholung der Gäste bei. Kindergeburtstagsarrangements haben einen festen Platz in der Auslastung eingenommen und sollten durch sportliche Betreuungsangebote noch ergänzt werden. Kinder- und Familienfeste, wie die traditionelle Halloweenparty, haben es geschafft, den Bekanntheitsgrad bis nach Pirna und Bischofswerda auszuweiten und locken immer mehrere hundert einheimische Gäste an.

Die topmoderne Kletterhalle fügt sich bestens in die Sächsische Schweiz als Kletterregion ein und stellt eine Schlechtwetteralternative aber auch Trainingsmöglichkeit für ungeübte zugleich dar. Ansässige Klettervereine halten hier ihre wöchentlichen Trainings ab und schulen interessierte Nachwuchskletterer.

Die 2015 speziell für die Beherbergungsbetriebe eingeführte „Gesamthauskarte“ mit Preisvorteil für den Leistungsträger wird derzeit noch verhalten angenommen. Es sollte weiter am Empfehlungsmarketing durch die Beherbergungen gearbeitet werden, um vor allem die saisonal schwächer ausgelasteten Monate durch Touristen abfedern zu können. Hauptaufgabe für die Entwicklung gen 2025 sollte die Erschließung des naheliegenden tschechischen Marktes für alle Erlebnisbereiche sein. Das Vorhandensein tschechischer Mitarbeiter stellt eine große Chance dar, um einen adäquaten Service bieten zu können und sollte noch effektiver für die Auslastung genutzt werden.

Nr.	Zielstellung „SoliVital“	Fristigkeit		
		kurz	mittel	lang
35	Qualitativ: Verbesserung der Serviceorientierung unter dem Label „Familienfreundlichkeit“		v	
36	Quantitativ: Verbesserung der Auslastung in der Soccer-Arena durch einheimische Vereine und Sportgruppen		v	
37	Quantitativ: Steigerung der Mitglieder im Fitnessstudio auf eine Zielgröße von 300			
38	Qualitativ: Verstärkte Nutzung von Kletterhalle und Kinder-Tobeland auch in den besucherschwachen Sommermonaten durch Schaffung von geeigneten Angeboten		v	



3.3.1.3. Stadtbibliothek

Der aktuelle Abwärtstrend in Bezug auf die Nutzung von Printprodukten spiegelt sich auch in den stetig sinkenden Besucherzahlen der Stadtbibliothek wider. Bei dieser Betrachtung darf jedoch nicht außer Acht gelassen werden, dass es einen rund 80 Personen umfassenden Kreis an Stammgästen gibt, die regelmäßig Medien aus dem Bestand ausleihen. Die intensive Kooperation mit Schulen und Kindergärten kann glücklicherweise einen Teil des Besucherdefizites auffangen, trägt jedoch nicht zur erheblichen Umsatzsteigerung bei.



Mit der Teilnahme an den Spielewochen des Tourismusverbandes Sächsische Schweiz wurden bereits erste Versuche unternommen, die Bibliothek nicht nur als reine „Ausleihstation“ zu verstehen, sondern auch Ansätze einer Familieneinrichtung aufzuzeigen.

Entweder die Ausrichtung bis 2025 muss sich ausgesprochen stark in die Richtung eben jener Erlebniseinrichtung entwickeln, oder aber es muss unter enormen Kosten in die Bereitstellung digitaler Medien investiert werden. Dazu sind in den kommenden Jahren einige Grundsatzentscheidungen notwendig.

Nr.	Zielstellung „Stadtbibliothek“	Fristigkeit		
		kurz	mittel	lang
39	Qualität: Erhalt der derzeitigen Servicequalität und Öffnungszeiten	v		
40	Qualitativ: Einführung eines Systems zur Ausleihe von digitalen Medien		v	

3.3.2. Familienfreundliche Gesamtausrichtung

Mit dem SoliVital als familienfreundlich zertifizierte Freizeiteinrichtung (2016) und dem Ortsteil Hinterhermsdorf als familienfreundlicher Ort ist Sebnitz bereits auf einem guten Weg zur familienfreundlichen Gesamtausrichtung. Die familienorientierte demografische Ausrichtung von Seiten der Verwaltung verstärkt diesen Effekt entscheidend. Es ist nun nötig, diese positiven Entwicklungen auch aktiv in die Außenkommunikation mit aufzunehmen und verstärkt Werbepakete für (vor allem jüngere) Familien zu schnüren – angefangen bei besonders familienfreundlichen Wanderungen, kinderfreundlichen Werbematerialien, Spiel- und Lernangeboten in den verschiedenen Einrichtungen und im weitesten Sinne auch mit einer entsprechenden Stadtgestaltung. Zur langfristigen Ausrichtung werden pädagogisch geschulte Mitarbeiter in den Betrieben benötigt, die das versprochene dann auch vor Ort kindgerecht umsetzen können. Dieser Prozess muss auf lange Sicht realisiert und mit konkreten Projekten untermauert werden. Sollten die Aktivitäten sogar die Prüfung als familienfreundliche Kommune ermöglichen, dann könnte man in der Sächsischen Schweiz und in ganz Sachsen eine Vorreiter-Rolle für andere Gemeinden übernehmen und ein echtes Alleinstellungsmerkmal etablieren.





Fokussiert werden sollte in diesem Zusammenhang wiederum auch die Zertifizierung der touristischen Leistungsträger und Beherbergungsstätten. Im gesamten Sebnitzer Stadtgebiet ist derzeit leider kein familienfreundlicher Beherbergungsbetrieb mehr gelistet.

Nebenbei begünstigt eine familienfreundliche Arbeits- und Lebenskultur selbstverständlich auch die Ansiedlung von jungen Menschen und Familien, was weit über die touristischen Aspekte hinaus positive Auswirkungen auf die Stadtentwicklung bis 2025 haben könnte.

Nr.	Zielstellung „Familienfreundlichkeit“	Fristigkeit		
		kurz	mittel	lang
41	Qualitativ: Prüfung des Zertifikates „Familienfreundliche Kommune“	v		
42	Quantitativ: Die familienfreundliche Ausrichtung in der Stadt mit Ortsteilen, bei den städtischen Einrichtung und den Gastgebern muss forciert werden			v

3.3.3. Kulturveranstaltungen

Kultur ist Bestandteil des täglichen Lebens und eine Bereicherung. Die kulturelle Bildung ist als Querschnittsaufgabe in der Stadt Sebnitz fest eingebunden. Dies sind die kulturellen städtischen Veranstaltungen:

3.3.3.1. Blumenball und Blumenmädchen

Beim Sebnitzer Blumenball mit der Wahl des Sebnitzer Blumenmädchens wird in einem festlichen Rahmen die Repräsentantin des traditionellen Kunsthandwerkes der Stadt und der Schaumanufaktur für ein Jahr bestimmt. Sie wird die Stadt auch auf touristischen Gebieten mit präsentieren. Das Blumenmädchen ist fester Bestandteil des „kulturellen Gesichtes“ unserer Stadt und der Bürgerschaft und mit der Entwicklung der einmaligen Handwerkskunst fest verbunden.

3.3.3.2. Museumsnacht

Die Museumsnacht hat einen festen Bestandteil in der Jahresplanung der Stadt Sebnitz und hat vorwiegend einen regionalen Charakter.

In Zusammenarbeit mit dem Gewerbeverein Sebnitz werden kulturelle Projekte der einzelnen Museen und der städtischen Einrichtungen präsentiert.

In Symbiose mit den ortsansässigen Gewerbetreibenden und Kulturvereinen der Stadt ist es gelungen, jedes Jahr mit steigenden Besucherzahlen die Veranstaltung erfolgreicher durchzuführen. Nicht zuletzt dadurch, dass alle Altersgruppen sich angesprochen fühlen.

Der Erfolg beruht auch darauf, dass die neuen Konzepte auf die Akzeptanz der Bevölkerung treffen. Hier ist es durchaus sinnvoll, die Museumsnacht als Tagesveranstaltung zu einer „Wochenendveranstaltung“ wachsen zu lassen“, um damit die nicht unerheblichen Aufwendungen noch präsenter darzustellen.

3.3.3.3. Kultursommer in der Region

Ausgangslage: Der Kultursommer beruht auf der Initiative der Wirtschaftsinitiative Sächsische Schweiz (WIN). Die Städte Hohnstein, Neustadt in Sachsen, Sebnitz und Stolpen sind deren Mitglieder und veranstalten eigenständig jedes Jahr eine Woche „Kulturangebote“ in ihrer Stadt.

Unsere Philosophie: Sebnitzer Kulturvereine präsentieren sich und ihr Programm auf dem Marktplatz in Sebnitz. Dargeboten werden musikalische Programme, die Zuhörer in allen Altersgruppen finden. Der Kultursommer ist ein Erfolgsprojekt und ist für die kommenden Jahre ein fester Bestandteil im Kulturraum der Stadt Sebnitz.

Das Event geht eine Woche und wird von ca. 3000 Besuchern frequentiert.



3.3.3.4. Weihnachtsmarkt – Tannert-Weihnacht

Die Stadt Sebnitz hat eine eigene kulturelle Identität. Dazu gehören auch die Scherenschnittkunst und das Sebnitzer Schattenspiel. Ein großer Künstler dieses Fachs ist Adolf Tannert, einer der bedeutendsten Scherenschnittkünstler des 19. Jahrhunderts, der das Leben der Menschen in Sebnitz und die Natur der Sächsischen Schweiz in seinen Scherenschnitten darstellte.

Mit dem Thema „Tannert-Weihnacht“ und Sebnitzer-Schattenspiel hat die Stadt ein Alleinstellungsmerkmal zum Thema Weihnachtsmarkt, das auch im Umland auf Interesse stößt. Steigende Besucherzahlen und auch Umfragen beweisen dies und es gibt ein umfangreiches Entwicklungspotential.

3.4. Tourismusmarketing

Neben den zahlreichen Aspekten des internen Bürgermarketings kann Sebnitz mit seinen touristischen Highlights und dem Naturerlebnis besonders in den Ortsteilen natürlich auch im Tourismusmarketing der gesamten Region einen entscheidenden Standpunkt einnehmen. Diesen gilt es in den folgenden Jahren zu festigen und auszubauen. Die Vorteile der Hinteren Sächsischen Schweiz fern ab vom Massentourismus auf der Bastei müssen dazu genutzt werden, die eng gefasste Region um Sebnitz als das „wahre“ Urlaubserlebnis zu bewerben, ohne sich aus dem Gesamtmarketing des Tourismusverbandes zu entfernen.

3.4.1. Übernachtungen

Nr.	Zielstellung „Übernachtungszahlen“	Fristigkeit		
		kurz	mittel	lang
43	Quantitativ: Steigerung der Übernachtungszahlen in der Gemeinde Sebnitz auf 230.000 p.a.			v
44	Quantitativ: Steigerung der Tagesbesucher auf rund 687.700 (230.000 Übernachtungsgäste mal Multiplikatorwert 2,99)			v
45	Quantitativ: Sicherung und Ausbau der Tourismusindustrie zwecks Schaffung von Arbeitsplätzen mit entsprechenden Einkommenseffekten			v
46	Qualitativ: Erhöhung der Rückläuferquote der Fragebögen zur Gästezufriedenheit auf mindestens 150 pro Jahr		v	
47	Qualitativ: Analyse der Problembereiche durch Auswertung der Fragebögen zur Gästezufriedenheit und Entwicklung von Maßnahmen, diese zu verbessern		v	
48	Qualitativ: durch kontinuierliche Pressearbeit, Vermieter-zusammenkünfte und -gespräche Erhöhung des Tourismusbewusstseins bei allen Anspruchsgruppen		v	

3.4.2. Tourist-Information

Die Tourist-Informationen bilden im Regiebetrieb die Hauptanlaufstellen für Besucher, solche, die es werden wollen, als auch Ansprechpartner für Leistungsträger und die Sebnitzer Bevölkerung. Als solche ist vor allem die Tourist-Information Sebnitz gefragt, die nicht nur ganzjährig, sondern auch täglich offen hat. Für die Ortsteile steht in der Saison die Tourist-Information Altendorf und ganzjährig die Tourist-Information Hinterhermsdorf zur Verfügung.

Um die Qualität der angebotenen Dienstleistungen zu erhöhen, wurden in den vergangenen Monaten mehrere Initiativen angeschoben:



3.4.2.1. I-Netzwerk

Das I-Netzwerk ist ein vom Tourismusverband Sächsische Schweiz in Zusammenarbeit mit mehreren Gemeinden gestartetes Projekt zur Professionalisierung der Tourist-Informationen. Es zielt durch Aufgabenteilung und -konzentration auf die Entlastung einzelner, vor allem kleinerer Tourist-Informationen ab. So werden Buchungsservices in den großen Tourist-Informationen gebündelt, ein telefonisches Überlaufsystem soll für eine bessere Erreichbarkeit für Gast und Partner vor Ort sorgen. Für das interne Informationsmanagement wird eine Online-Plattform eingerichtet – das Einstellen und Abrufen von Informationen wird somit vereinfacht. Interne Qualifizierungen des Personals erfolgen künftig gemeinsam, wodurch Kosten gespart werden.

Die Koordination des Netzwerkes übernimmt ein zentral beim Tourismusverband angesiedeltes Netzwerkmanagement. Die einzelnen Gemeinden entscheiden in den regelmäßig stattfindenden Netzwerkversammlungen über die weitere Entwicklung.

3.4.2.2. Buchungssystem Deskline

Die Tourist-Informationen sind über den Tourismusverband an das Buchungssystem der Firma Deskline angeschlossen. Durch Integration auf der städtischen Webseite können sowohl Kunden über die Sebnitzer Seite Unterkünfte in der gesamten Sächsischen Schweiz buchen als auch andersherum Kunden auf den Webseiten anderer Gemeinden Unterkünfte in Sebnitz. Es muss Ziel sein, möglichst viele Unterkünfte in Sebnitz ins System aufzunehmen.

3.4.2.3. Elektronisches Meldewesen

Das elektronische Meldewesen ist ein Projekt, das durch das I-Netzwerk entstanden ist und gefördert wird. Den Leistungsträgern wird angeboten, statt per Hand ausgefüllte Kurkarten auszugeben, die Daten per Web-Interface einzugeben und auf bereitgestellten Vordrucken die Kurkarten auszudrucken. Der Vorteil für Leistungsträger ist zum einen, dass keine separate Abrechnung der Kurtaxe mehr erstellt werden muss, und zum anderen (vor allem für Vermieter mit Buchungssystem) Schnittstellen für die Datenübertragung bereit stehen, die dann direkt auf die Kurkarten übertragen werden können.

Für Gäste bieten die neuen Gästekarten den Vorteil, dass Rabatte nicht nur in Sebnitz, sondern in allen beim Meldewesen teilnehmenden Gemeinden in Anspruch genommen werden können.

Ziel muss es sein, innerhalb der gegebenen Möglichkeiten, den Service und das Angebot ständig zu verbessern und an die Erfordernisse einer sich wandelnden Tourismusindustrie anzupassen.

Nr.	Zielstellung „Tourist Information“	Fristigkeit		
		kurz	mittel	lang
49	Qualitativ: Komfortable Buchung von Unterkünften in Sebnitz über die städtische Website	v		
50	Quantitativ: Aufnahme von mindestens 80 Vermietern in das Buchungssystem „Deskline“		V	
51	Qualitativ: Unterhalt und Pflege eines Veranstaltungskalenders mit konkreten Veranstaltungen der Vermieter	v		
52	Quantitativ: Flächendeckende Nutzung des elektronischen Meldewesens von mind. 90 % der Vermieter			v



53	Qualitativ: Ausbau der Kommunikation mit Einheimischen und Gästen über Social-Media-Kanäle wie Facebook		V	
54	Qualitativ: Schulung der Mitarbeiter in den Bereichen elektronisches Meldewesen und Buchungssystem als Multiplikatoren für die Leistungsträger	v		
55	Qualitativ: Schulung der Mitarbeiter durch Service-Qualität-Deutschland			
56	Qualitativ: Etablierung eines ausgeprägten Beschwerdemanagements		v	
57	Qualitativ: Verbesserung der Kommunikation mit Vermietern durch kontinuierliche Gesprächsrunden		v	
58	Qualitativ: Zusammenarbeit mit Vermietern bei der Erstellung von Übernachtungsarrangements	V		

3.4.3. Touristische Betriebe

3.4.3.1. Kahnfahrt Obere Schleuse Hinterhermsdorf

Die Kahnfahrt auf der Oberen Schleuse bei Hinterhermsdorf zählt zu den beliebtesten Ausflugszielen der Sächsischen Schweiz. Sie besticht mit dem einzigartigen Naturerlebnis einer Bootsfahrt mitten in der Kernzone des Nationalparks und setzt somit vielen Wanderungen in der urwüchsigen Felslandschaft einen echten Höhepunkt.



Kaum eine der anderen touristischen Einrichtungen in Sebnitz ist so stark an den Servicegedanken gekoppelt wie die Kahnfahrt. Die Gäste haben eine teils beschwerliche Wanderung auf sich genommen, um die Bootsstation zu erreichen und haben nun eine ausgeprägte Erwartungshaltung an den Dienstleister.

Dazu gehören in aller erster Linie Freundlichkeit des Kassen-, Gastronomie- und Fahrpersonals, als auch angemessene Wartezeiten, Sauberkeit, intakte Infrastruktur (Bänke, Kähne) und eine reibungslose Abwicklung. An diesem Service muss kontinuierlich weiter gearbeitet werden, um die Kundenzufriedenheit so hoch wie möglich zu halten und ein starkes Empfehlungsmarketing zu generieren.

Neben reiner Imagewerbung an den touristisch relevanten Punkten sollten zwei Themen schwerpunktmäßig in die zukünftige Außenwerbung mit aufgenommen werden:

Erstens muss der Aspekt der Nachhaltigkeit gerade im engen Zusammenhang mit der Kernzone des Nationalparks stärker heraus gearbeitet werden. In Anbetracht der Installation eines umweltschonenden Shuttleverkehrs könnte man hier wiederum eine Vorreiter-Rolle in der Region generieren. Ohnehin sollten die Absicherung der Anreise der Zielgruppe 50+ sowie die Entschlammung des Flussbettes das mittelfristige Oberziel darstellen.

Ein zweiter Aspekt zur Erhöhung der Besucher könnte die Einführung eines Saisonauftaktes als feste Veranstaltung darstellen. Er würde sich hervorragend in den Veranstaltungsscharme von Hinterhermsdorf eingliedern und könnte neben Urlaubern auch eine ganze Menge Einheimische wieder einmal in die Klamm locken.



Nr.	Zielstellung „Obere Schleuse“	Fristigkeit		
		kurz	mittel	lang
59	Qualitativ: Sicherung der Befahrbarkeit der Oberen Schleuse in Hinblick auf die wiederkehrende Verschlammung der Fahrinne		v	
60	Quantitativ: Halten der Besuchermarke von 50.000 pro Saison		v	
61	Qualitativ: Erhalt der Rindenhütte als gastronomische Einrichtung an der Bootsstation	v		
62	Qualitativ: Suchen von Lösungsansetzen für einen Shuttleverkehr mittels Elektrobussen oder anderen Antriebstechniken die mit dem Nationalparkgedanken vereinbar sind		v	

3.4.3.2. Haus Deutsche Kunstblume

Das Herzstück der Seidenblumenstadt ist die Schaumanufaktur im Haus Deutsche Kunstblume. Der Generationenwechsel in der Geschäftsführung liefert bereits erste Anreize, die Hauptattraktion der Stadt wieder zu vollem Glanz zu bringen. Es gilt, die Potenziale dieser einmaligen Handwerkskunst auszunutzen und umsatzfördernd zu vermarkten. Die Schwierigkeit der Geschäftstätigkeit besteht zweifelsfrei in der



Bedürfnisbefriedigung der Auftragskunden und gleichzeitig den Ansprüchen der Tagesgäste gerecht zu werden. Eine angespannte Personalsituation mit hohem Durchschnittsalter kann sich kontraproduktiv auf den Service vor Ort auswirken. Ausreichend serviceorientiertes Personal ist zwingend erforderlich, um die Erwartungshaltung der Gäste zu befriedigen.

Oberstes Ziel sollte mittelfristig die aktive Sicherung des Know-hows der ehemaligen Ausbildungsgänge darstellen und die Abwicklung des Weiterbildungslehrganges in Kooperation mit der Industrie- und Handelskammer Dresden. Ohne die Gewissheit, das Wissen aus über 180 Jahren Kunstblumenindustrie in Sicherheit zu halten, können bereits kurzfristig Engpässe in der Personalsituation Schaden verursachen.

Des Weiteren muss der Erlebnischarakter des Manufakturbesuches verstärkt in den Fokus gerückt werden. Dazu sind in absehbarer Zukunft bauliche Veränderungen des Rundganges nötig (Einbeziehung des dritten Obergeschosses) sowie eine stückweise Digitalisierung der Informationsmaterialien. Damit einher geht die Konzentration der Kunstblumengeschichte im Haus der Deutschen Kunstblume. Konkret bedeutet das die Eingliederung der Ausstellungsbestandteile aus dem Heimatmuseum zurück in die Schaumanufaktur.

Das Erlebnisangebot kann auf zweierlei Arten kurzfristig aufgestockt werden. Mit der Einrichtung des neuen „Blümelzimmers“ muss der Aspekt des „Selberblümelns“ stärker in der Vermarktung hervortreten und die Zielgruppe der Kreativurlauber angesprochen werden. Zweitens können kurzfristig Kindergeburtstagsangebote gestrickt und beworben werden, die eine Nachfragenische abdecken können.



Ebenfalls muss der Manufakturen-Charakter noch weiter entwickeln werden, welcher durch verschiedene Initiativen (Handmade in Germany, Handwerk erleben, Manufakturenhaus) bereits fokussiert wird.

Um neben der Funktion als Schaumanufaktur auch als hochwertiger Produzent wieder mehr in Erscheinung treten zu können, müssen die Märkte „Hochzeit“ und „Lifestyle“ fundierter bearbeitet werden. Zur Etablierung im Luxussegment muss eine gleichbleibend sehr hohe Qualität der Produkte angestrebt werden und die Produktion muss im Hintergrund in kurzer Zeit auch hohe Auftragsvolumen abarbeiten können.

Nr.	Zielstellung „Haus Deutsche Kunstblume“	Fristigkeit		
		kurz	mittel	lang
63	Qualitativ: Listung des traditionellen Handwerkes „Blümeln“ als immaterielles Kulturerbe bei der UNESCO			v
64	Qualitativ: Etablierung der Marke im Bereich der Premium-Produkte am Markt		v	
65	Qualitativ: Bewerbung des Hauses der Deutschen Kunstblume als identitätsstiftende touristische Einrichtung der Seidenblumenstadt			v

3.4.3.3. Städtische Sammlungen

„Zwei Perlen unter einem Dach“, so werden die beiden Häuser der Städtischen Sammlungen derzeit in der überregionalen Werbung benannt. Und das zur Recht, denn beide Einrichtungen besitzen ein ungeheures Potenzial für wechselnde Zielgruppen. Wünschenswert, um die Nachfrage decken zu können, wäre die Möglichkeit eines Bus-Parkplatzes in direkter Nähe zum Haus. Möglicherweise sollte dies ein mittelfristiges Ziel darstellen. In Hinterhermsdorf schließt sich die Waldarbeiterstube den Städtischen Sammlungen an.

Kunstblumen- und Heimatmuseum Prof. Alfred Meiche

Neben dem reinen Tagestourismus liegt das besondere Potenzial des Heimatmuseums in den wechselnden Sonderausstellungen zu den verschiedensten heimatkundlich relevanten Themen. Die Fokussierung dieser Ausstellungen sollte noch stärker ausgebaut werden, um immer wieder ein neues interessiertes Fachpublikum für das Heimatmuseum zu begeistern. Die Einbeziehung der Sebnitzer Bevölkerung bei der Erstellung verschiedener Ausstellungen hat gezeigt, dass sich eine bessere Akzeptanz in der Bevölkerung entwickelt. Der Einsatz von bekannten Referenzen (z.B. Dieter Bellmann) hat sich außerdem positiv auf die Bekanntheit des Museums ausgewirkt. Möglicherweise sollte man frühere Veranstaltungskonzepte wieder aufleben lassen (z.B. Harry-Potter-Nacht), um vor allem auch jüngere Zielgruppen für das Museum zu sensibilisieren. In starkem Zusammenhang hiermit steht ebenfalls die schrittweise Digitalisierung der gesamten Ausstellung. Die Arbeit mit dem Freundeskreis der Städtischen Sammlungen bringt immer wieder beachtliche Impulse für die Gestaltung des Museumsalltags und sollte unbedingt beibehalten werden.





Afrikahaus

Das Thema „Afrika“ ist nirgendwo in der Region so einzigartig aufbereitet und erlebbar wie in Sebnitz. Es ist der perfekte Anlaufpunkt für Afrika-interessierte Urlauber und Fachbesucher. Die Schätze im Bestand locken immer wieder interessierte Sammler an und erhöhen den Bekanntheitsgrad in Fachkreisen.



Die zukünftige Ausrichtung des Afrikahauses sollte sich noch spezieller an Familien- und Kindergruppen orientieren. Auch tschechische Gäste stellen mittlerweile einen größeren Besucheranteil dar, was durch eine Bearbeitung des näheren tschechischen Marktes weiter ausgebaut werden könnte.

Waldarbeiterstube

Die historische Waldarbeiterstube gibt Einblick in die Wohnverhältnisse einer Familie am Ende des 19. und zu Beginn des 20. Jahrhunderts. Verbunden mit diesem Raum ist eine kleine Ausstellung zur Geschichte des Dorfes.

An der Giebelseite des Hauses sind in einem Garten Pflanzen, Stauden und Sträucher zu sehen, die einst in den heimatlichen Dorfgärten angebaut wurden. Das Museum selbst ist in einem der für die Region typischen Umgebendhäuser untergebracht.

Nr.	Zielstellung „Städtische Sammlungen“	Fristigkeit		
		kurz	mittel	lang
66	Qualitativ: Konzentration auf heimatgeschichtliche Aspekte		v	
67	Qualitativ: Herausheben des Afrikahauses als Alleinstellungsmerkmal in ganz Deutschland		v	
68	Qualitativ: Lösen der Depot-Problematik durch Schaffung eines zentralen Depots		v	
69	Qualitativ: Weitere Etablierung des „Blümpelpfades“ als innerstädtischen Wanderweg mittels Führungen	v		

3.4.3.4. Weitere private touristische Einrichtungen

Neben den von der Stadt Sebnitz betriebenen Einrichtungen finden sich in Sebnitz noch eine Reihe von privater Hand, Vereinen oder Firmen betriebener Einrichtungen, von denen hier eine Handvoll erwähnt werden soll:

Altendorfer Stuben: Im Gemeindezentrum Altendorf finden sie eine kleine, sehr informative Ausstellung zur Geschichte des Dorfes und der Region, gestaltet vom Heimatverein Altendorf. Die ständige Ausstellung wurde 2010 eröffnet und zeigt unter anderem ein Schulzimmer mit Altendorfer Schulgeschichte, ein sogenanntes „Fremdenzimmer“ und gibt Einblicke in die Altendorfer Tourismus-Geschichte.

Kaukasusstube Sebnitz: Mit viel persönlichem Engagement hat Familie Mütze dieses kleine private Museum in ihrem Wohnhaus, einem alten Umgebendehaus, eingerichtet. Die beiden Kaukasus-Kenner geraten ins Erzählen und Schwärmen, wenn Besucher die Blockstube mit den vielen, teils außergewöhnlichen und seltenen Exponaten betreten.



Tillig Modellbahngalerie: Die Firma Tillig, die seit über 10 Jahren in Sebnitz Modellbahnen produziert, hat für Modellbahn-Fans ein Museum eröffnet, das neben einer Ausstellung über 100 Jahre Modellbahngeschichte auch für Kinder ein „TT-Spielzimmer“ bereithält.

In der TILLIG Modellbahn-Galerie finden sie das Werksmuseum mit aktuellen Modellen, Schauanlagen sowie der Geschichte der Modellbahn mit Schwerpunkt TT.

Oldtimer Museum: Die IG Oldtimer Stolpen betreibt im Nationalparkbahnhof Sebnitz ein kleines Museum, welches gleichzeitig als Stützpunkt für den Verleih von Oldtimer-Motorrädern für Rundtouren in der Region gilt. Es werden unter anderem die Modelle Jawa Perak (Bj. 1952), DKW RT 200/2 (Bj. 1955), Simson 425 T (Bj. 1950) und Tornax T (Bj. 1950) verliehen.

Technisches Denkmal Neumannmühle: Der 1998 gegründete Verein Schauanlage Neumannmühle e.V., sorgt im Kirnitzschtal für die Restauration und Instandhaltung der vor etwa 450 Jahren gegründeten Neumannmühle als funktionsfähiges technisches Denkmal. Der Museums-betrieb von Ostern bis Ende Oktober wird ebenfalls vom Verein abgesichert.

Urzeitpark Sebnitz: Seit 1996 werden auf mehr als 10.000 m² über 400 Plastiken der Entwicklung der Lebewesen vom Wasser auf das Land dargestellt. Neben bis zu 1000-fach vergrößerten Mikroorganismen und Bakterien u.a. auch Säugetiere sowie Riesenkraken und Urmenschen. Der Park wird durch eine Ausstellung mit Mineralien und Fossilien ergänzt.

Nr.	Zielstellung „Andere touristische Einrichtungen“	Fristigkeit		
		kurz	mittel	lang
70	Qualitativ: Prüfung inwieweit eine Kooperation mit privaten touristischen Einrichtungen möglich und im gegenseitigen Interesse ist	v		

3.4.4. Veranstaltungen

3.4.4.1. *Sebnitzer Wanderwoche – Ein kleiner Wandertag*

Vom 22. - 27.06.2016 fand in der Sächsischen Schweiz und in der Stadt Sebnitz der 116. Deutsche Wandertag statt. Ca. 30.000 Wanderer besuchten die Region und Sebnitz.

Diese Synergien, ausgehend von diesem größten deutschen Wanderevent, werden für die touristische Entwicklung für die nächsten Jahre in den Tourismusfahrplan mit eingebaut.

Eingeladen sind Wanderer aus ganz Deutschland, in Symbiose mit unseren eigenen touristischen Einrichtungen, die Sächsische Schweiz zu erleben.

Das Wandern hat in den letzten Jahren bundesweit einen enormen Aufschwung genommen und wird in Sebnitz und Umgebung den touristischen Aspekt in den nächsten Jahren positiv entwickeln. Unsere eigenen touristischen Einrichtungen, wie Kunstblume, Städtische Sammlungen, werden in das Projekt mit einbezogen, genau wie die Vermieter und Gastronomen der Sebnitzer Region.

3.4.4.2. *Die Sparkassen-Panoramatour in der Sächsischen Schweiz in Sebnitz / OT Hinterhermsdorf*

Sebnitz ist seit 2006 „Sportfreundliche Kommune“, ein Spektrum von Wandern, Klettersport, Radsport oder Fußball prägt die Kommune.



In Zusammenarbeit mit dem „Lausitzer Sportevents“ und der Stadt Sebnitz, werden in der Sächsisch-Böhmischen Schweiz Veranstaltungen in den Sportarten Wandern, Radfahren, Laufen als Wettkampfdisziplinen jedes Jahr durchgeführt. Die Erfolgsbilanz ist beeindruckend. Ca. 2000 Sportler nehmen jährlich an dem Event teil, mit steigender Tendenz.

Der touristische Mehrwert ist einmal die hohen Vermietungen in Hinterhermsdorf und Umgebung und der individuelle Eindruck der Kulturlandschaft. Sportler aus ganz Deutschland kommen zu diesem Wochenende. Es ist zukunftsweisend, da die Planungen bis ins Jahr 2020 gehen. Erweiterung der Panoramatour ist geplant auf unsere eigenen sportlichen Einrichtungen SoliVital und Sparkassen-Waldstadion.

3.4.4.3. Kirnitzschtalfest

2017 feiern die Wirte des Kirnitzschals mit Unterstützung der Städte Bad Schandau und Sebnitz bereits zum 20. Mal das beliebte Kirnitzschtalfest am letzten Wochenende im Juli. Das Fest hat sich überregional zu einem echten Highlight in der Tourismuslandschaft entwickelt, was die stetig steigenden Besucherzahlen und die schrittweise Ausweitung des Festes auf Freitag bis Sonntag zeigen. Mit diesem Fest gelingt es, das Kirnitzschtal sachsenweit kontinuierlich in das Gedächtnis zu rufen und Anreize für Übernachtungsgäste und Tagestouristen zugleich zu schaffen.

Sebnitz unterstützt das Fest seit einiger Zeit finanziell. 2016 nahm der Regiebetrieb erstmals mit einem Informations- und Aktivstand am Fest im Bereich des Straßenbahndepots teil, was in den Folgejahren wiederholt und ausgebaut werden soll. Die Werbemaßnahmen der Wirte sollen weiterhin über die Kanäle der Stadt unterstützt werden.

3.4.4.4. Andere Feste

Neben den oben genannten Veranstaltungen, die von der Stadt Sebnitz organisiert oder unterstützt werden, gibt es in den Ortschaften noch eine ganze Reihe selbst organisierter Höhepunkte über das Jahr (zum Beispiel Lichtenhainer Blumenfest). Um die Vielfalt zu erhalten, muss geprüft werden, inwiefern die Stadt sinnvoll diese Feste in der Durchführung und Vermarktung unterstützen kann.

Nr.	Zielstellung „touristische Veranstaltungen“	Fristigkeit		
		kurz	mittel	lang
71	Qualitativ: Etablierung der „Sebnitzer Wanderwoche“ als jährlich wiederkehrendes Event	v		
72	Qualitativ: Vermarktung von Sebnitz als „Wanderhauptstadt der Sächsischen Schweiz“ fokussieren		v	
73	Qualitativ: Unterstützung der Kirnitzschtal-Wirte bei der Durchführung des jährlich stattfindenden Festes	v		
74	Qualitativ: Unterstützung interessierter Hinterhermsdorfer Wirte aktiv am Kirnitzschtalfest teilzunehmen	v		
75	Qualitativ: Integration der Sebnitzer Sportstätten als festen Bestandteil der Panoramatour		v	
76	Qualitativ: Erstellen eines Veranstaltungskalenders über alle in Sebnitz und den Ortschaften stattfindenden wiederkehrenden Veranstaltungen	v		
77	Qualitativ: Prüfen, wo die Stadt Veranstaltungen in den Ortschaften sinnvoll unterstützen kann	v		



3.4.5. Touristische Produkte

Neben den Einrichtungen der Stadt Sebnitz und den Veranstaltungen gibt es in Sebnitz und den Ortsteilen noch eine Reihe für den Tourismus relevanter Produkte. Darunter zählen sowohl geographisch abgegrenzte Regionen, wie zum Beispiel das Kirnitzschtal, als auch (teils überregionale) Wanderwege, die für die Generierung von Touristen hilfreich sind und entsprechend beworben werden. Eine Auswahl ist hier aufgeführt.

3.4.5.1. Ortschaften

Ein Großteil der touristischen Wertschöpfung findet nicht in Sebnitz selber sondern in den Ortschaften statt. In der Vergangenheit wurden die Ortschaften in der Bewerbung, von einigen Ausnahmen wie Hinterhermsdorf abgesehen, eher stiefmütterlich behandelt. Um potentiellen Touristen die Geschichte, Traditionen und Attraktionen der Ortschaften näher zu bringen ist es notwendig diese in Zukunft stärker in den Fokus zu rücken.

Parallel zur Erstellung dieses Tourismusfahrplanes laufen in den Ortschaften Arbeitsgruppen die Ortsentwicklungskonzepte für die zukünftige Ausrichtung erarbeiten. Die Ortsentwicklungskonzepte beinhalten auch einen touristischen Teil. Damit die touristischen Ziele der Dorfentwicklungskonzepte nicht konträr zum Tourismusfahrplan sind ist es sinnvoll nach Bestätigung aller Konzepte durch den Stadtrat einen Abgleich mit dem Tourismusfahrplan zu machen.

Für Übernachtungstouristen und Tagesbesucher sind in einigen Ortschaften vorhandene Dorfläden ein wichtiger Informationspunkt und Anlaufstelle für kleinere Einkäufe. Als Bestandteil der touristischen Infrastruktur ist es sinnvoll in Zukunft den Aufbau und Betrieb solcher Einrichtungen zum Beispiel durch das zur Verfügung stellen von touristischen Informationsmaterialien zu unterstützen.

Dass die Sauberkeit der Orte, inklusive dem Grünschnitt, einen großen Anteil zur Gästezufriedenheit und Retention haben ist selbsterklärend. Die Große Kreisstadt Sebnitz muss daher darauf achten dass das Erscheinungsbild der Orte dem touristischen Selbstbild entspricht.

Nr.	Zielstellung „Ortschaften“	Fristigkeit		
		kurz	mittel	lang
78	Qualitativ: Mehr Informationen zu den Ortschaften auf die städtische Webseite stellen (Geschichte, usw.)	v		
79	Qualitativ: Anpassen des Tourismusfahrplanes an die Ergebnisse der Ortsentwicklungskonzepte		v	
80	Qualitativ: Unterstützung von Ortschaftsläden durch die Bereitstellung von touristischen Informationsmaterial	V		
81	Qualitativ: Bessere Bewerbung der örtlichen Rundwege	V		

3.4.5.2. Wanderwege und Landschaft

Neben den Premiumwanderwegen, von denen einige weiter unten aufgeführt wurden, gibt es in Sebnitz und Ortsteilen eine Vielzahl kleiner Rundwege, Wanderwege und thematischer Pfade. Da ein Großteil der touristischen Anziehungskraft der Region durch die Landschaft geprägt ist liegt hier noch viel ungenutztes Potential um die touristische Entwicklung voranzubringen.

Die reine Bewerbung der bestehenden Wanderwege reicht dabei aber nicht aus. Es muss auch gewährleistet sein dass Wegezustand, Ausschilderung und besonders die Aussichten in einen



ordentlichen Zustand sind. Es ist also zwingend notwendig auf die Nationalparkverwaltung einzuwirken um das Freischneiden der Aussichten und Sichtachsen sowie der Wiesen im Kirnitzschtal zu gewährleisten.

Nr.	Zielstellung „Wanderwege und Landschaft“	Fristigkeit		
		kurz	mittel	lang
82	Qualitativ: Auch kleine Wanderwege in der Region stärker in den Fokus rücken	v		
83	Qualitativ: Im Marketing die „Wanderregion“ stärker vermarkten		V	
84	Qualitativ: Zusammenarbeit mit der Nationalparkverwaltung um das Freischneiden der Sichtachsen, Aussichten und Wiesen im Kirnitztal zu erreichen.		v	

3.4.5.3. Panoramaweg und Panoramadörfer

Der 2002 als Panoramaweg eröffnete und ausgeschilderte Wanderweg entlang der ehemaligen Handelsstraße „Hohe Straße“ von Bad Schandau nach Saupsdorf soll sich in den kommenden Jahren zu einem echten Aushängeschild für die Region Sebnitz entwickeln. Mit der Neuproduktion des Image-Flyers für die Saison 2017 wurde bereits der Grundstein für eine flächendeckende Vermarktung gelegt. Die fantastischen Ausblicke auf die touristischen Highlights, wie die Affen- oder Schrammsteine, vermitteln Sebnitz und seinen Ortsteilen ein Image, „inmitten der Sächsischen Schweiz“ und nicht an deren Rand zu liegen. Nirgendwo sonst hat man einen so uneingeschränkten Blick während der gesamten Wanderung. Der Weg ist aufgrund der kaum spürbaren Steigung, seiner Breite und seiner guten Ausschilderung außerdem prädestiniert für Zertifizierungen. Langfristig sollte der Panoramaweg den Dörfern entlang der Strecke als Alleinstellungsmerkmal und als direkter Grund zur Buchungsentscheidung dienen.

Die Dörfer am Panoramaweg können dabei mit dem Prädikat „Panoramadörfer“ versehen werden und in Print- und Onlinemedien effektiver beworben werden. Zusammen bilden der Panoramaweg und die Panoramadörfer ein echtes touristisches Premiumprodukt.

Nr.	Zielstellung „Panoramaweg“	Fristigkeit		
		kurz	mittel	lang
85	Qualitativ: Verstärkte Bewerbung des Panoramaweges		v	
86	Qualitativ: Etablierung der Bezeichnung „Panoramadörfer“		V	
87	Qualitativ: „Panoramadörfer“ in die Werbeauftritte im Urlaubsmagazin und Erlebniskompass integrieren	V		

3.4.5.4. Malerweg

Wo sich einst Maler zu romantischen Werken inspirieren ließen, führen heute 112 abwechslungsreiche Wanderkilometer in acht Tagesetappen einmal quer durch die faszinierende Felsenwelt der Region. Der Malerweg, einer der schönsten Wanderwege Deutschlands, vereint auf einzigartige Weise Natur, Wandern und Kunst miteinander. Der Ursprung des Rundwanderweges geht bis in das 18. Jahrhundert zurück, als das Elbsandsteingebirge als wildromantisches Reiseziel in Mode kam. Im Jahr



2006 wurde der Malerweg rekonstruiert und neu ausgeschildert. Seit 2012 vermitteln Schautafeln mit historischer Landschaftskunst ein Gefühl für die kunsthistorische Bedeutung der Region.

3.4.5.5. *Dichter-Maler- Musikerweg*

"Der Dichter-Musiker-Maler-Weg (DMM-Weg) ist ein Fernwanderweg, der vorwiegend entlang des ehemaligen historischen Malerweges bzw. Fremdenweges von Dresden in die Sächsische Schweiz und Böhmisches Schweiz führt. Unter anderem führt der Weg durch das Sebnitztal nach Altendorf und über den Panoramaweg sowie Schaarwändeweg zum Lichtenhainer Wasserfall, über den Kuhstall und Großen Winterberg zum Grenzort Schmilka." DWBV (2017)

3.4.5.6. *Kirnitzschtal mit Flößersteig*

Genauso faszinierend, aber um einiges anspruchsvoller verhält es sich mit dem Flößersteig entlang des Kirnitzschtales. Der Lehrpfad bereichert die Wanderung auf 16 km Länge mit wissenswerten Informationen zur Geschichte der Holzflößerei und vermittelt somit einen echten Erlebnischarakter. Auch wenn für den ein oder anderen die Hügel und Wurzelberge auf dem Weg eine Anstrengung darstellen, so prägen sie gleichermaßen auch den unverwechselbaren Charakter dieses Pfades. Das macht ihn besonders für größere Kinder sehr interessant und lehrreich.

Der Flößersteig besitzt das Potenzial, sich in den kommenden Jahren als im Tal gelegene Ergänzung zum Panoramaweg in der Sächsischen Schweiz zu etablieren. Die besonders gute Anbindung an den ÖPNV und das Vorhandensein einer Vielzahl an Einkehrmöglichkeiten unterstützt diesen Aspekt nochmals. Er ist außerdem Verbindungsstrecke innerhalb des Tales und gleichzeitig Ausgangsort für weiterführende Wanderungen in die Mitte der Sächsischen Schweiz. Eine familienfreundliche Gesamtausrichtung der Strecke könnte durch speziell kindgerechte Lehrtafeln noch verbessert werden, wenngleich er aufgrund seiner beschwerlichen Begehbarkeit wohl kaum kinderwagengerecht erweitert werden kann.

In diesem Zusammenhang bekommen die bereits häufig in ihrem Grundsatz diskutierten Themen des „Freischneidens von Blickbeziehungen“ und die Parksituation im Kirnitzschtal ein neues Ausmaß an Wichtigkeit.

3.4.5.7. *Hinterhermsdorf als Nationalparkgemeinde und familienfreundlicher Urlaubsort mit Oberer Schleuse*

Hinterhermsdorf kann mit Titeln und Zertifikaten nur so strotzen. Dass diese allesamt berechtigt sind und über die lange Zeit der Eingemeindung hinweg ein echtes Vorzeigedorf entwickelt haben, ist vor allem der Arbeit sehr aktiver Leistungsträger, vieler rühriger Vereine und Interessengruppen und des engagierten Ortschaftsrates zu verdanken.

Die 600-Seelen-Gemeinde hat sich einen festen Bestandteil als Tourismusdestination in der Sächsischen Schweiz gesichert und die Obere Schleuse kann sich auf einer Ebene mit den „richtig großen“ Highlights sehen lassen.

Die Sanierung des Weißbergturmes, als wichtiges Ausflugsziel und Aussichtspunkt der besonderen Art, sollte im Fokus der kurzfristigen Tätigkeiten stehen, ebenso wie die Sicherung eines Shuttleverkehrs zur Oberen Schleuse, um den Bustourismus wieder stärker bedienen zu können.



Als ausgewiesene Nationalparkgemeinde spielen Themen wie E-Mobilität, Nachhaltigkeit und ressourcenschonender Umgang natürlich eine ganz besonders wichtige Rolle in der Vermarktung. Auch hier ist ein enger Draht zum Nationalpark und den betreffenden Ansprechpartnern unabdingbar und kann viele positive Anreize zur beiderseitigen Zufriedenheit schaffen. Aber auch der familienfreundliche Aspekt tritt in Anbetracht der Ausrichtung des Ortes immer wieder einmal in den Vordergrund. Auch wenn Hinterhermsdorf auf diesem Gebiet schon recht weit ist, so sollten die Angebote für Familien stetig verbessert und ausgebaut werden, um dies als echtes Alleinstellungsmerkmal im dörflichen Bereich etablieren zu können.

Die jährlich stattfindenden Veranstaltungen, wie Weifbergturmfest, Mühlentag oder Pyramidenfest im Advent, haben durchaus Potenzial, auch auf überregionaler Ebene Bekanntheit zu wecken und zusätzliche Besucher anzulocken. Daran sollte unbedingt festgehalten werden.

Nr.	Zielstellung „weitere Produktentwicklung“	Fristigkeit		
		kurz	mittel	lang
88	Qualitativ: Sanierung und Erhaltung des Weifbergturmes als touristisches Highlight und Gegenpol zur im Tal befindlichen Oberen Schleuse		v	
89	Qualitativ: Etablierung des Flößersteigs als Wanderweg unter Einbeziehung der Oberen Schleuse			v
90	Qualitativ: Intensive und transparente Zusammenarbeit mit der Nationalparkverwaltung zur Sicherung der touristischen Belange der Gemeinde und der Vermieter	v		



4. Fazit

Seit der Wende hat sich die Tourismusindustrie in Sebnitz zu einem wichtigen Garanten für Arbeitsplätze entwickelt. Es ist Ziel dieses Tourismusfahrplanes, die positiven Effekte in den folgenden Jahren weiter auszubauen, um Sebnitz als Wohn- und Urlaubsort attraktiv zu machen.

Es ist wichtig dabei im Auge zu behalten dass auch in Zukunft der Fokus nicht alleine auf dem Generieren von Urlaubern liegt. Qualifizierte Arbeitskräfte und eine Stadtgemeinschaft die den Tourismus trägt und unterstützt sind für die Urlaubsdestination Sebnitz genauso wichtig wie das reine Tourismusmarketing selber: Investitionen in die Stadtgemeinschaft, d.h. das „Bürgermarketing“ inklusive der Unterhaltung von Einrichtungen die primär der Daseinsvorsorge gelten (z.B. das Kräutervitalbad) müssen Kernaufgabe des Regiebetriebes und der Stadtverwaltung bleiben.

Im Tourismusmarketing liegt neben den bereits seit vielen Jahren erfolgreich am Markt etablierten Produkten noch viel Potential in der weiteren Bewerbung der Landschaft und Wanderwege die, auch zusammen mit den Leistungsträgern in der Region, in den nächsten Jahren intensiviert werden muss.

Dafür ist es unabdingbar, dass die verschiedenen Anspruchsgruppen offen und ehrlich miteinander kommunizieren und gemeinsam Lösungsansätze zur allgemeinen Zufriedenheit ermitteln.



Quellen

- Sebnitz (2002): Arbeitspapier der Arbeitsgruppe Tourismus und Kultur; S. 2;
Stand 18.03.2002
- Deutschland in Zahlen (2016): <http://www.deutschlandinzahlen.de/?644>; Stand 24.02.2017
- DWBV (2017): <https://dwbv.org/angebote/wanderabzeichen/dichter-musiker-maler-weg/>
- DWIF (2002): Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland (Nr.49),S.139ff.
- TMGS Sachsen (2014): Der Sächsische Urlaubsreisemarkt, S.18
- LTV Sachsen (2014): Statistiken und Zahlen Tourismus in Sachsen
- LTV Sachsen (2016): http://www.ltv-sachsen.de/Aktuelles/Blog_1697.html?Blog2843.id=25; Stand 24.02.2017
- Reidenbach (2007): Neue Baugebiete: Gewinn oder Verlust für die Gemeindekasse?
fiskalische Wirkungsanalyse von Wohn- und Gewerbegebieten
- Statistisches Landesamt
Sachsen (2016): https://www.statistik.sachsen.de/download/050_W-Gesamtrechnungen/VFE_T01_14524.xlsx Stand 13.10.2016
- Q-Deutschland (2016): <http://www.q-deutschland.de/initiative>; Stand 24.11.2016
- DTV (2016): <http://www.deuschertourismusverband.de/qualitaet/sterneunt erkuenfte.html>; Stand 24.11.2016