



ERZGEBIRGE

DIE ERLEBNISHEIMAT

Destinationsstrategie Erzgebirge 2030

Tourismusverband Erzgebirge e.V.

SACHSEN. LAND VON WELT.

Inhalt

0.	Einführung	4
1.	Grundsätze der Destination Erzgebirge	5
1.1	Überblick	5
1.2	Wirtschaftsfaktor Tourismus	6
1.3	Tourismuspolitischer Rahmen	7
1.3.1	Masterplan Tourismus Sachsen	7
1.3.2	Regionalplanung und Regionalentwicklung	9
1.3.3	LEADER-Regionen	9
1.3.4	Grenzüberschreitende Projekte	10
1.3.5	Qualität und Quantität von Beschäftigung in der Destination	11
1.4	Organisationsstruktur und Verantwortlichkeiten	12
1.4.1	Mitglieder	12
1.4.2	Vorstand	12
1.4.3	Struktur des Tourismusverbandes Erzgebirge e.V.	13
1.4.4	Arbeitsgruppen und -gremien	14
1.4.5	Wirtschaftliche Stabilität der DMO	15
1.4.6	Dialog mit Anspruchsgruppen	16
1.4.7	Resilienz	16
1.5	Erarbeitung und Kommunikation der Destinationsstrategie	16
2.	Analyse und Zieldefinition für die Destination	17
2.1	Touristische Kennzahlen	17
2.2	Ganzjahrestourismus in der Destination	20
2.2.1	Jahreszeiten und Auslastungsmuster	21
2.2.2	Übernachtungsgäste, Tagesgäste und Einheimische	21
2.2.3	Beherbergungswirtschaft	22
2.2.4	Tagestourismus/ Freizeitwirtschaft	23
2.2.5	Aktivtourismus – Wandern, Radsport, Wintersport, Pilgern	24
2.2.6	Traditions Handwerk	26

2.2.7	Kur- und Erholungsorte	27
2.2.8	Welterbe	28
2.2.9	Kulturhauptstadt 2025 / Kulturhauptstadt-Region - Legacy	29
2.2.10	Kulinarik – Regionalität – Heimatgenuss Erzgebirge	30
2.3	Aktuelle Entwicklungen und Zukunftsthemen der Destination	31
2.3.1	Mobilität	31
2.3.2	Digitalisierung	32
2.3.3	Nachhaltigkeit	36
2.3.4	Barrierefreiheit	37
2.4	Tourismusmarketing	38
2.4.1	Wettbewerber-Analyse	38
2.4.2	Zielgruppen- und Quellmarktstrategie	41
2.4.3	SWOT-Analyse der DMO	44
2.4.4	Elemente des Marktforschungssystem	45
3.	Marketingstrategie der Destination	45
3.1	Strategische Geschäftsfelder der DMO	45
3.1.1	Produktprinzipien	46
3.1.2	Produktlinien	47
3.2	Einsatz der Marketinginstrumente im Marketing-Mix	49
3.3	Entwicklungsziele der DMO	50
4.	Qualitätssicherung	52
4.1	Qualitätssicherung im Tourismusverband Erzgebirge e.V.	52
4.2	Qualitätssicherung in der Destination	53
5.	Monitoring-System	56
	Quellen- & Anlagenverzeichnis	58

0. Einführung

Die Erlebnisheimat Erzgebirge verbindet wie kaum eine andere Mittelgebirgsregion eine einzigartige Natur- und Kulturlandschaft mit der Faszination des Bergbaus, geliebter Weihnachtstradition und meisterhaftem Kunsthandwerk. Mit der Montanregion Erzgebirge/Krušnohoří wurde die Region 2019 als eine der wenigen binationalen Welterbestätten in die UNESCO-Welterbeliste aufgenommen. 2025 verlieh zudem das Kulturhauptstadtjahr Chemnitz 2025 im Verbund mit 38 Kommunen der Kulturregion neue Strahlkraft, eine hohe mediale Aufmerksamkeit und zusätzliche Besucherimpulse – auch für die Destination Erzgebirge.

Diese Rahmenbedingungen bieten hervorragende Voraussetzungen, Zukunftswerte für die Region zu schaffen und eine nachhaltige, wirtschaftlich erfolgreiche und resiliente Entwicklung des Tourismus einzuleiten. Gleichzeitig befindet sich der Tourismus in einem tiefgreifenden Transformationsprozess. Gäste suchen Erholung, hohe Gastgeberqualität mit starker regionaler Prägung, intakte Natur als Sehnsuchtsort, ebenso wie Entfaltung, Achtsamkeit und immersive, authentische Erfahrungen. Sie wollen Geschichten hören, Orte spüren und Teil von Prozessen werden.

Der Tourismusverband Erzgebirge e.V. (TVE) versteht sich als Destinationsmanagementorganisation (DMO) zur nachhaltigen Stärkung der Erlebnisheimat Erzgebirge. Die dafür grundlegenden Entwicklungsziele wurden 2020 im Rahmen einer Klausurtagung in einer Vision und Mission festgehalten. Bereits die Destinationsstrategie Erzgebirge 2025 setzte klare Schwerpunkte in den Handlungsfeldern Qualität, Digitalisierung, Mobilität, Regionalität und Nachhaltigkeit und spiegelte zentrale Inhalte des Masterplans Tourismus Sachsen wider, insbesondere in den Bereichen Tourismusmarketing, Finanzen & Verantwortung, Ganzjahrestourismus, Fachkräfte, Nachhaltigkeit, Mobilität und Digitalisierung.

Die Fortschreibung zur Destinationsstrategie Erzgebirge 2030 führt diesen Weg konsequent fort. Sie reflektiert die eigene Arbeit, relevante Zukunftstrends und veränderte Rahmenbedingungen und verknüpft sie mit den Zielsetzungen des Masterplans Tourismus Sachsen. Die Strategie versteht sich als Orientierungsrahmen für DMO, Tourismuswirtschaft, Partnerbetriebe und Kommunen. Sie bündelt die Ergebnisse eines breit angelegten Analyse- und Beteiligungsprozesses, an dem 2025 u. a. Vorstand, Marketingbeirat, Nachhaltigkeitsrat und Leistungsträger beteiligt waren.

Die Destinationsstrategie 2030 schafft damit die Grundlage für eine zukunftsfähige, wirtschaftlich starke und lebenswerte Tourismusregion, von der Gäste und Einheimische gleichermaßen profitieren. Im Mittelpunkt steht die Balance der drei Säulen der Nachhaltigkeit: Nicht quantitatives Wachstum, sondern die Steigerung der Wertschöpfung im (Er)Lebensraum Erzgebirge ist leitend. Ein begleitendes Monitoring stellt sicher, dass Ziele überprüfbar bleiben und die Destination flexibel auf neue Herausforderungen reagieren kann.

1. Grundsätze der Destination Erzgebirge

1.1 Überblick

Der Tourismusverband Erzgebirge e.V. ist die Dachorganisation für die nationale und internationale Vermarktung der Tourismusregion Erzgebirge. Das Erzgebirge erstreckt sich mit einer Gesamtfläche von ca. 3.300 km² über die drei Landkreise: Erzgebirgskreis, Landkreis Mittelsachsen und Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge. Damit gilt die Region als eines der flächenmäßig größten Reisegebiete in Sachsen. Die Region zählt ca. 741.000 Einwohner (davon entfallen rund 335.000 auf den Erzgebirgskreis und rund 406.000 auf die zum Verbandsgebiet zugehörigen Kommunen in den Landkreisen Mittelsachsen, Sächsische Schweiz-Osterzgebirge und Zwickau). Im Vergleich zu anderen Mittelgebirgsregionen weist das Erzgebirge damit eine hohe Bevölkerungsdichte auf. Eine gute Übersicht über die Reisedestination Erzgebirge bietet der Destinationssteckbrief des Landestourismusverbandes Sachsen e.V., in welchem ebenso die 79 Mitgliedskommunen des Tourismusverbandes hervorgehoben sind:

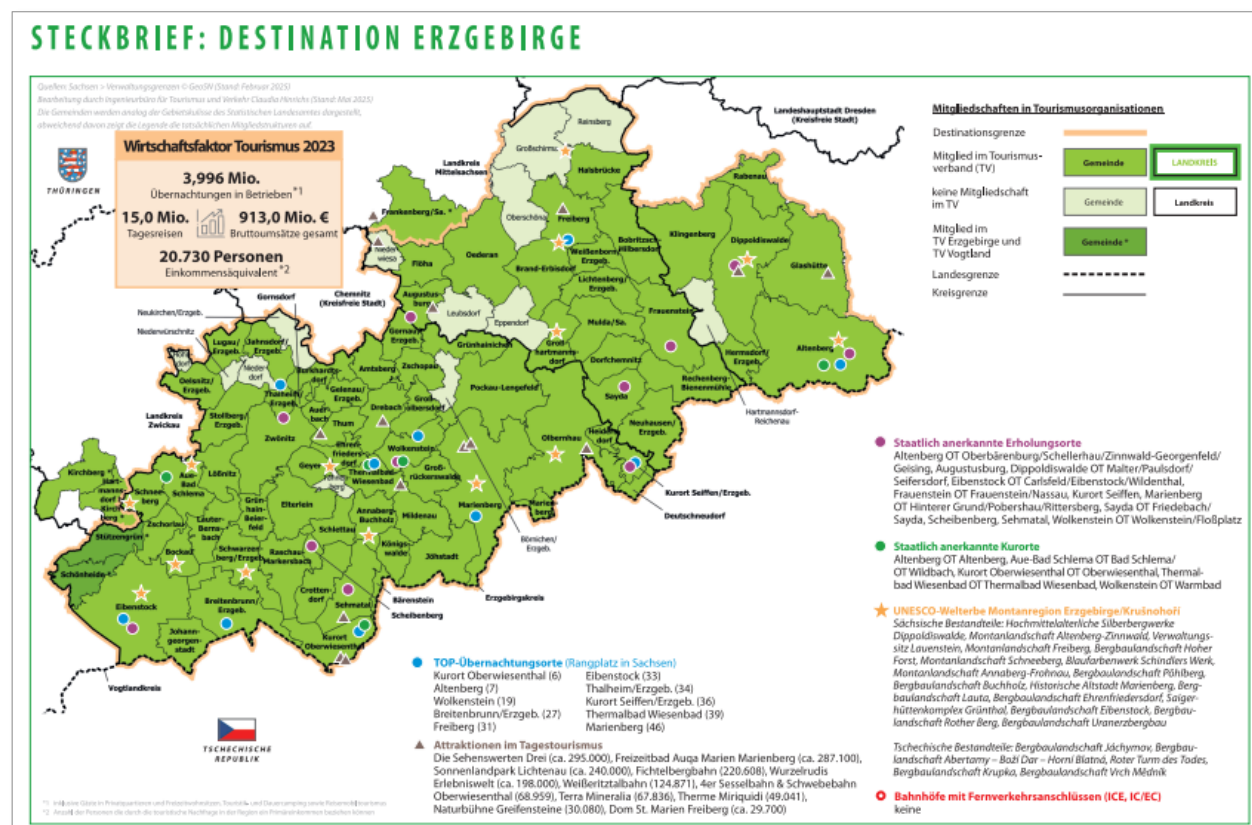


Abb. 1: Steckbrief Destination Erzgebirge (Quelle: Landestourismusverband Sachsen)

Die Region vermarktet sich als vom Bergbau geprägte Erlebnisheimat, sie bietet Besuchern mehr als 100 Freizeiteinrichtungen und Museen. Das Erzgebirge verfügt über knapp 30.000 Betten, zwei Drittel davon im gewerblichen Bereich, ein Drittel in Häusern mit weniger als zehn Betten.

1. Grundsätze der Destination Erzgebirge

Zehn der fünfzig übernachtungsstärksten Orte Sachsens stammen aus dem Erzgebirge und unterstreichen damit die hohe touristische Relevanz der Region.

Der TVE übernimmt die Funktion einer regionalen Destinationsmanagementorganisation (DMO) für das Erzgebirge. Die DMO versteht sich als Koordinator und Impulsgeber der Destinationsentwicklung in enger Zusammenarbeit mit den Tourismuspartnern, Kammern und Wirtschaftsverbänden der Region. Als Dachverband für das Erzgebirge übernimmt der TVE die Steuerung der Tourismuspolitik auf Destinationsebene und die touristische Vermarktung des Reisegebietes, seit 2011 unter dem Dach der Marke Erlebnisheimat Erzgebirge.

1.2 Wirtschaftsfaktor Tourismus

Der Tourismus ist im Erzgebirge eine klassische Querschnittsbranche und stabilisiert die regionale Wirtschaft über zahlreiche Wertschöpfungsketten, vom Gastgewerbe über den Einzelhandel bis zu Handwerk und Zulieferern. Im Jahr 2023 zählte die Destination:

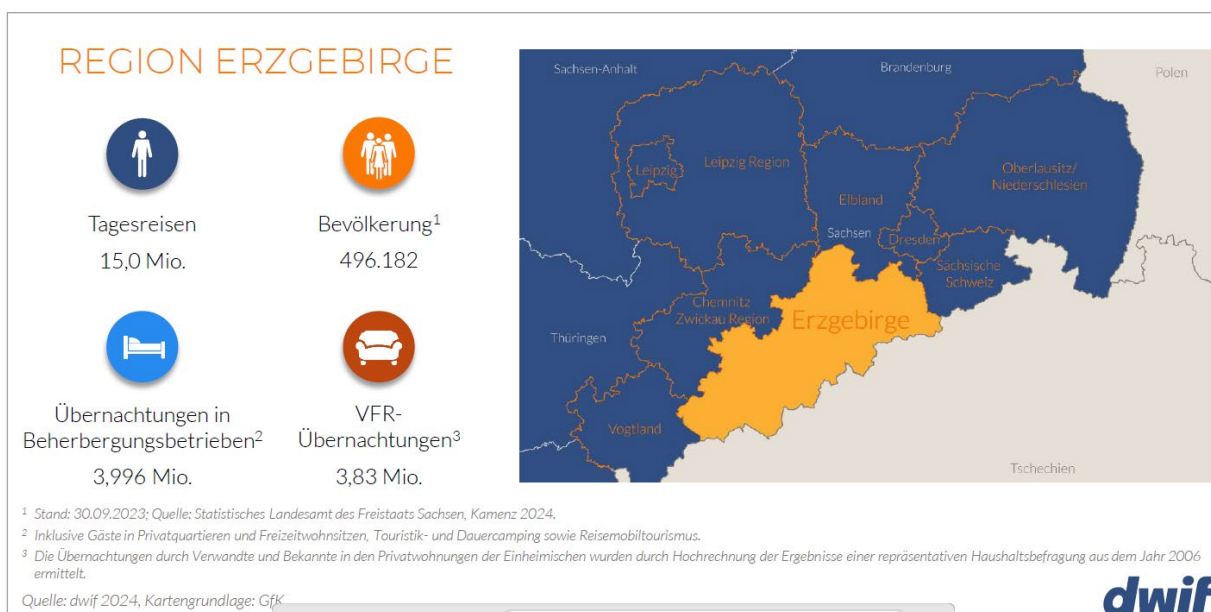


Abb. 2: Eckdaten Region Erzgebirge (Quelle: Wirtschaftsfaktor Tourismus für die Region Erzgebirge 2023 S. 5 – dwif)

Daraus resultierten in Summe ca. 913,0 Mio. € Bruttoumsatz bei 22,8 Mio. Aufenthaltstagen. Umsatzseitig profitierten insbesondere Gastgewerbe (424,1 Mio. €), Einzelhandel (249,6 Mio. €) und Dienstleistungen (239,3 Mio. €). Gegenüber 2018 legte der Gesamtumsatz um +15,1 % zu, was ein deutlicher Beleg für die wirtschaftliche Resilienz des Reiseziels Erzgebirge nach der Corona-Phase ist. Die wichtigsten Kennzahlen wurden durch das Deutsche Wirtschaftswissenschaftliche Institut für Fremdenverkehr e.V. an der Universität München (dwif) für das Jahr 2023 erhoben bzw. errechnet.

Aus den touristischen Umsätzen ergab sich 2023 ein touristischer Einkommensbeitrag von 442,2 Mio. € (entspricht 4,2 % des Primäreinkommens in der Region), rechnerisch ein Einkommensäquivalent von rund 20.730 Personen mit durchschnittlichem Primäreinkommen. Wichtig: Dieses Äquivalent ist kein 1:1-Beschäftigtenwert; die tatsächliche Zahl tourismusabhängiger Jobs liegt i. d. R. höher (u. a. durch Teilzeit- und Saisonarbeit). Zusätzlich generierte der Tourismus ca. 85,0 Mio. € an Mehrwert- und Einkommensteueraufkommen (Gemeinschaftssteuern), weitere kommunale Effekte entstehen etwa durch Kurtaxe oder Gewerbesteuer. Der Tourismus im Erzgebirge festigt damit seine Position als stabiler und bedeutender Wirtschaftsfaktor. (siehe **Anlage 1**)

Als Standortfaktor stärkt der Tourismus die Lebensqualität und die Attraktivität zum Wohnen und Arbeiten. In einer repräsentativen Lebensqualitätsstudie für 2023 nehmen 44 % der Einwohner eine hohe Lebensqualität wahr; besonders positiv bewertet werden:

- Naherholungsmöglichkeiten (79 %),
- soziale Beziehungen (77 %) und
- Qualität der Umweltbedingungen (69 %).

45 % sehen den Tourismus explizit als wichtigen Wirtschaftsfaktor, 29 % attestieren ihm einen Beitrag zur Lebensqualität. Der TAS-W-Wert beschreibt, wie positiv oder negativ die Auswirkungen des Tourismus am eigenen Wohnort wahrgenommen werden. Mit einem Saldo von +48 liegt er im Erzgebirge klar über dem Durchschnitt Sachsens. Deutlich mehr Einwohner des Erzgebirges bewerten die touristischen Effekte vor Ort als (eher) positiv.

Der Tourismus sichert Einkommen, schafft und bindet ortsgebundene Arbeitsplätze, stärkt kommunale Haushalte und erhöht die Lebensqualität – zentrale Gründe, die wirtschaftliche Stabilität der Destination durch qualitätsorientiertes, ökologisch und sozio-kulturell tragfähiges Wachstum weiter zu fördern.

1.3 Tourismuspolitischer Rahmen

1.3.1 Masterplan Tourismus Sachsen

Mit der Verabschiedung des Masterplans Tourismus Sachsen (2024) hat der Freistaat einen zukunftsweisenden Orientierungsrahmen geschaffen, der die touristische Entwicklung landesweit bündelt und auf sieben zentrale Handlungsfelder ausrichtet: Marketing und Sichtbarkeit, Finanzen und Verantwortung, Ganzjahrestourismus, Fachkräfte, Nachhaltigkeit, Mobilität und Digitalisierung. Damit bildet der Masterplan die Basis für die strategische Weiterentwicklung aller sächsischen Destinationen und liefert zugleich konkrete Anknüpfungspunkte für die zukünftige Arbeit im Erzgebirge.

Die Destinationsstrategie Erzgebirge 2030 knüpft unmittelbar an diesen Orientierungsrahmen an und überführt die Landesziele in regionale Schwerpunktsetzungen. Bereits die bisherige Destinationsstrategie 2025 sowie der Nachhaltigkeitsbericht des TVE haben wichtige Grundlagen geschaffen, bspw. durch die Profilierung als nachhaltiges Reiseziel (TourCert-Zertifizierung 2025), die klare Ausrichtung auf Qualität, Regionalität und Zielgruppenorientierung sowie die Stärkung der Angebotsvielfalt im Kultur-, Aktiv- und Familienbereich. Die Fortschreibung bis 2030 setzt darauf auf und verknüpft diese regionalen Stärken systematisch mit den Landesprioritäten.

Folgende zukunftsgerichtete Handlungsfelder bis 2030 wurden daraus abgeleitet:

Ganzjahrestourismus ausbauen - Durch die konsequente Weiterentwicklung saisonunabhängiger Angebote (Outdoor, Kultur, Gesundheit, Veranstaltungen) und Produkte soll das Erzgebirge seine Position als Ganzjahresdestination festigen und zugleich die Wertschöpfung pro Aufenthalt steigern.

Nachhaltigkeit in allen Bereichen verankern - Aufbauend auf der Zertifizierung wird Nachhaltigkeit zum verbindlichen Querschnittsthema, von klimafreundlicher Mobilität über ressourcenschonende Angebotsgestaltung bis hin zur Stärkung regionaler Wertschöpfungsketten.

Digitalisierung und Datenkompetenz stärken - Digitale Gästeservices, smarte Buchungssysteme und ein datenbasiertes Monitoring ermöglichen eine passgenaue Angebotsentwicklung, eine effektive Marktsteuerung und schaffen Transparenz für Entscheidungen.

Marketing und Sichtbarkeit erhöhen - Die regionale Markenführung der „Erlebnisheimat Erzgebirge“ wird künftig stärker mit den landesweiten Kampagnen der Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH (TMGS) und des Masterplans Sachsen verzahnt, um Reichweite zu maximieren und die internationale Wahrnehmung zu stärken.

Lebensqualität und Akzeptanz fördern - Tourismusentwicklung wird als Beitrag zur Steigerung der Lebensqualität verstanden: Investitionen in Infrastruktur, Naherholungsangebote und Mobilität kommen gleichermaßen Gästen wie Einheimischen zugute und fördern eine hohe Akzeptanz des Tourismus in der Region.

Die Destinationsstrategie Erzgebirge 2030 versteht sich als regionale Umsetzung des Masterplans Tourismus Sachsen und zugleich als konsequente Weiterentwicklung der bisherigen Strategie. Durch die gezielte Verknüpfung von Landeszielen mit regionalen Besonderheiten, insbesondere der nachhaltigen Positionierung, der Stärkung des Ganzjahrestourismus und der steten zukunftsgerichteten Weiterentwicklung im Digitalisierungsprozess, wird das Erzgebirge als starke, resiliente und lebenswerte Destination zukunftsfähig ausgebaut werden.

1.3.2 Regionalplanung und Regionalentwicklung

Die Destinationsstrategie 2030 orientiert sich an den Grundsätzen und strategischen Leitlinien der Regionalentwicklungspläne der Planungsverbände Chemnitz/Erzgebirge sowie Oberes Elbtal/Osterzgebirge. Aufbauend auf einem kontinuierlichen Austausch zu geplanten quantitativen und qualitativen Entwicklungsmaßnahmen verfolgt sie das Ziel, die Region ganzheitlich weiterzuentwickeln und für eine nachfrageorientierte touristische Produktgestaltung zu stärken.

1.3.3 LEADER-Regionen

Einen wichtigen tourismuspolitischen Bezugsrahmen für die Fortschreibung der Destinationsstrategie Erzgebirge 2030 bilden die Lokalen Entwicklungsstrategien (LES) der sechs LEADER-Regionen im Erzgebirge:

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

Der Tourismusverband Erzgebirge e. V. hat den Erarbeitungsprozess der LES 2023–2027 in allen sechs Regionen aktiv begleitet und dabei die Schnittstellen zum Tourismus konsequent eingebracht.

Alle Strategien der einzelnen LEADER-Regionen setzen vergleichbare inhaltliche Schwerpunkte, die für die touristische Entwicklung zentral sind. Tourismus und Naherholung werden als wichtiger Wirtschaftsfaktor mit Fokus auf Aktivtourismus (Wandern, Radfahren, Wintersport) verstanden. Nachhaltigkeit, Ressourcenschutz und die Inwertsetzung des montanhistorischen Erbes, insbesondere im Kontext des UNESCO-Welterbes, spielen eine ebenso bedeutende Rolle wie Digitalisierung und Qualitätsentwicklung durch einheitliche Content-Standards, Open-Data-Strukturen und eine stärkere digitale Sichtbarkeit. Ergänzt wird dies durch eine intensive Kooperation und Vernetzung über Gemeinde- und Regionsgrenzen hinweg, einschließlich grenzüberschreitender Ansätze mit Tschechien. Dies spiegelt sich im Ausbau der touristischen Infrastruktur in den Bereichen Wegesysteme, Erreichbarkeit und Mobilität (ÖPNV), Qualität von Beherbergung und Gastronomie sowie ergänzenden Serviceangeboten wider. Auf dieser Grundlage hat der TVE die Inhalte der LES gebündelt und daraus konkrete Kooperationsprioritäten für die Zusammenarbeit mit den LEADER-Regionen abgeleitet. Diese bilden einen verbindlichen Handlungsrahmen, um Synergien zwischen regionaler Entwicklungsplanung und der Destinationsstrategie 2030 wirksam zu nutzen. (siehe **Anlage 2**).

1.3.4 Grenzüberschreitende Projekte

Die Durchführung der internationalen Wanderveranstaltung „**EURORANDO 2026**“, gemeinsam mit Partnern aus Deutschland und Tschechien sowie der Europäischen Wandervereinigung, ist ein entscheidender Schritt in der Weiterentwicklung der grenzüberschreitenden Wanderdestination Erzgebirge. Das einwöchige Event mit dem Motto „UNESCO Welterbe“ erhöht den Bekanntheitsgrad der Region als Ziel für Wanderreisen, sorgt für eine verbesserte Infrastruktur entlang der Wege und stärkt die grenzübergreifende Vernetzung. Zudem werden tschechische Unterkünfte in das Buchungssystem des TVE aufgenommen.



Im Rahmen der Vorbereitung der EURORANDO soll der Stoneman Miriquidi Hike als langfristig buchbares Wanderangebot entstehen. Die herausfordernde, grenzübergreifende Strecke bedient die Zielgruppe der ambitionierten Wanderer und Trailrunner und ergänzt die bestehenden Radstrecken des Stoneman Miriquidi.

Ein weiteres Entwicklungsziel besteht in der Weiterentwicklung des **Kammwegs Erzgebirge-Vogtland** und der tschechischen Hřebenovka in Leiterstruktur, d.h. zwei parallel verlaufende Wanderwege mit Querverbindungen zueinander, zur gemeinsamen Zertifizierung zum „Leading Quality Trail – Best of Europe“. Dieser Relaunch-Prozess wird sich über die Jahre 2026/2027 erstrecken.

Die **Ferienstraße Silberstraße**, eine der ältesten Ferienstraßen Sachsens, bildet die Basis für das grenzüberschreitende Interreg-Projekt „Sächsisch-Böhmische Silberstraße“ (2024–2027). Das Vorhaben ist von der EU als Projekt von strategischer Bedeutung eingestuft. Der TVE führt dieses als Lead-Partner. Ziel ist der Aufbau eines gemeinsamen touristischen Leitproduktes mit dem Schwerpunkt Welterbe. Dazu werden fünf grenzübergreifende Themenrouten erarbeitet, die alle 22 Welterbe-Bestandteile sowie weitere touristische Objekte einbeziehen und damit die Grundlage für ganzjährig verfügbare Angebote schaffen.

Im Mittelpunkt stehen die Intensivierung der Zusammenarbeit, die Sichtbarmachung des Welterbes und die Förderung eines nachhaltigen Tourismus. Qualität, zweisprachige digitale Lösungen und eine langfristige Nachnutzung der Projektergebnisse sichern die Wirkung über die Laufzeit hinaus.

Die im Rahmen des Interreg-Projektes entwickelten Produkte und Angebote werden dauerhaft in die Destinationsarbeit integriert und kontinuierlich weiterentwickelt. Damit trägt die Sächsisch-Böhmische Silberstraße wesentlich dazu bei, das Welterbe im Erzgebirge auch langfristig als grenzübergreifendes Leitprodukt sichtbar, buchbar, qualitativ hochwertig und ganzjährig erlebbar zu verankern.

Die bereits bestehenden **Stoneman Miriquidi**-Angebote werden zukünftig für die Road-Variante mit durchgängiger Beschilderung auf tschechischer und deutscher Seite versehen sowie um die neuen Disziplinen Hike und Gravel erweitert und in das grenzüberschreitende Streckennetz integriert. Gemeinsame sportliche Großveranstaltungen mit tschechischen Partnern stärken die Zusammenarbeit und Netzwerke. Gleichzeitig werden Infrastruktur, Servicequalität und grenzüberschreitendes Marketing ausgebaut, um die Marke nachhaltig zu stärken.

1.3.5 Qualität und Quantität von Beschäftigung in der Destination

Das Erzgebirge verfügt über ein gutes Fundament: stabile Besucherzahlen, engagierte Netzwerke (z.B. Arbeitskreise Schule-Wirtschaft, Fachkräfteallianz Erzgebirge, Welcome Center Erzgebirge) und Förderprogramme, die bei der Rekrutierung und Integration von internationalen Fach- und Arbeitskräften helfen. Um den Fachkräftebedarf nachhaltig zu decken und die touristische Qualität weiter zu steigern, braucht es jedoch eine klar fokussierte Strategie, die alle Akteure enger vernetzt und verstärkt auf Attraktivität des Arbeits- und Lebensraums setzt. Diese Strategie sollte die Fachkräfteausbildung, die -weiterentwicklung in den Unternehmen bis hin zur Fachkräftesicherung auf politischer Ebene umfassen. Der TVE steht im regelmäßigen Austausch mit der Fachkräfteallianz Erzgebirge, der Wirtschaftsförderung sowie den Kammern und Verbänden, um Themen rund um Fachkräfte zu besprechen und wirkt bei Bedarf im Rahmen seiner Möglichkeiten aktiv mit.

Der TVE erhält teilweise aktuelle Daten zur Beschäftigung im Tourismus, bspw. über das Statistische Landesamt, den DEHOGA Sachsen oder die Wirtschaftsförderungsgesellschaften der Landkreise. Zusammen mit Branchenverbänden und politischen Institutionen werden Themen wie Saisonarbeit und Teilzeit, einheimische Beschäftigung, Fachkräftemangel und demografischer Wandel aufgenommen und behandelt. Eine aktive Beteiligung in Fachkräfteallianzen oder Fachkräfte-Arbeitsgemeinschaften von Seiten des TVE besteht nicht.

Zur eigenen Fachkräfteentwicklung betreut die Geschäftsstelle des TVE bereits seit vielen Jahren Studierende des dualen Studiengangs „Internationales Tourismusmanagement“ an der Dualen Hochschule Sachsen, Staatliche Studienakademie Breitenbrunn (DHSN Breitenbrunn). In den sechs berufspraktischen Studienabschnitten werden praxisbezogene Fachkenntnisse der geforderten Fachbereiche vermittelt und die Studierenden bei der Erstellung ihrer Bachelorarbeit unterstützt. Ebenso ist der TVE als Vertreter der Praxispartner im Erweiterten Studienakademierat der DHSN Breitenbrunn vertreten und kann somit strategische Ziele und Entwicklungen im Rahmen dieses Gremiums mitbestimmen.

1.4 Organisationsstruktur und Verantwortlichkeiten

1.4.1 Mitglieder

Zum 06.11.2025 zählt der TVE insgesamt 358 Mitglieder, welche sich nach Beitragsordnung wie folgt kategorisieren lassen:

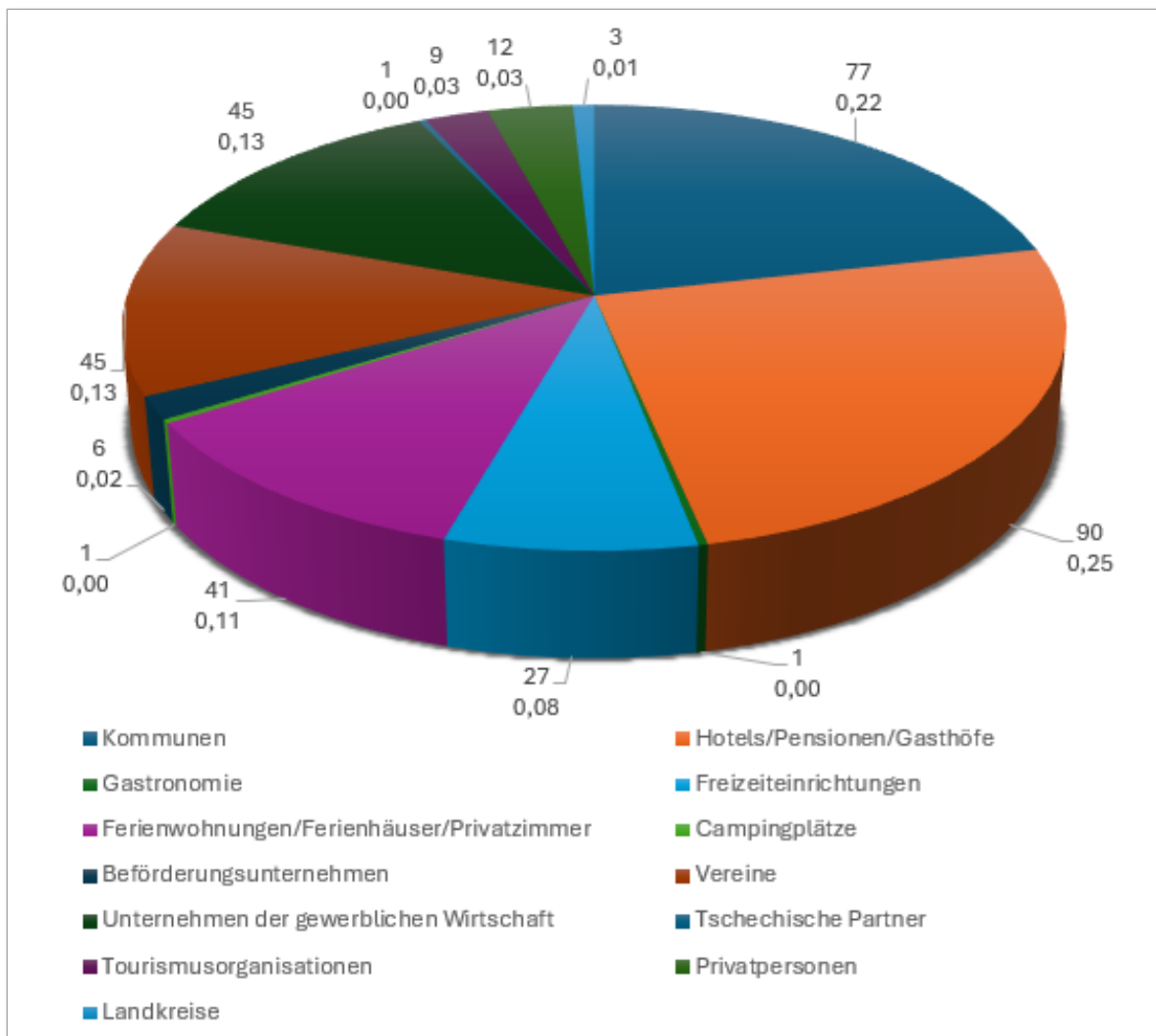


Abb. 3: Mitgliederstruktur des TVE zum 06.11.2025

1.4.2 Vorstand

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

Die Landräte der drei Landkreise sowie der Vorstand des Marketingbeirates sind feste Mitglieder im Vorstand des Tourismusverbandes Erzgebirge e.V. Die zwölf weiteren Mitglieder werden von der Mitgliederversammlung gewählt und setzen sich zusammen aus Interessensvertretern von

Städten und Gemeinden, Tourismusorganisationen, verschiedenen Vereinen, Beförderungsunternehmen, kulturellen Einrichtungen, Freizeiteinrichtungen, sonstigen Unternehmen, Beherbergungsbetrieben, Gaststätten, Kammern und Wirtschaftsverbänden.

Vorsitzender:

- Herr Rico Anton- Landrat des Erzgebirgskreises

Stellvertretende Vorsitzende:

- Herr Tom Unger – Abgeordneter im Sächsischen Landtag
- Herr Sven Krüger – Landrat Mittelsachsen

Schatzmeister:

- Herr Volkmar Viehweg – Bürgermeister Gemeinde Stützengrün

Weitere Vorstandsmitglieder:

- Frau Nicole Otto - Fachbereichsleitung für Kultur, Tourismus und Marketing der Stadt Annaberg-Buchholz (Vorsitzende des Marketingbeirates)
- Herr Michael Geisler (ständige Vertretung: Frau Katrin Hentschel) – Landrat Sächsische Schweiz/Osterzgebirge
- Frau Jana Dost - IHK Chemnitz, Regionalkammer Erzgebirge
- Herr Jens Benedict - Bürgermeister Stadt Kurort Oberwiesenthal
- Herr Martin Wittig - Bürgermeister Gemeinde Seiffen
- Herr Roland Richter - Geschäftsführer Regionalverkehr Erzgebirge GmbH
- Frau Marlen Kadner - Geschäftsführerin Weißeritztal-Erlebnis GmbH Dippoldiswalde OT Paulsdorf
- Herr Uwe Löschner - Technisches Museum "Alte Stuhlfabrik" & "Nußknackermuseum" Neuhausen
- Herr Jan Kempe - Geschäftsführer Naturhotel Gasthof Bärenfels Altenberg OT Bärenfels
- Herr Thomas Mey - Bürgermeister Gemeinde Thermalbad-Wiesenbad
- Herr Philipp Preißler - Oberbürgermeister Silberstadt Freiberg
- Herr Prof. Dr. Michael Leckebusch - Duale Hochschule Sachsen, Staatliche Studienakademie Breitenbrunn

Stand 06.11.2025

1.4.3 Struktur des Tourismusverbandes Erzgebirge e.V.

Die Geschäftsstelle des TVE befindet sich in Annaberg-Buchholz und wird durch das Regionalbüro in Dippoldiswalde ergänzt. Der TVE wird von der Geschäftsführerin, Frau Ines Hanisch-Lupaschko, geleitet. Insgesamt beschäftigt der Verband derzeit 21 Mitarbeiter, einen Studenten der Duale Hochschule Sachsen, Studienakademie Breitenbrunn sowie fünf geringfügig beschäftigte Mitarbeiter (entspricht einer VZÄ von 22,2, Stand 11/2025).

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

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

Quelle: Leitbild des Tourismusverbandes Erzgebirge e.V.

Die Geschäftsstelle des Tourismusverbandes Erzgebirge e.V. agiert als zentrale Koordinierungs- und Entwicklungsinstanz für die strategische Umsetzung der Destinationsstrategie. Transparente Kommunikation, teamorientierte Projektarbeit und agile Methoden prägen das tägliche Handeln.

Regelmäßige Treffen wie wöchentliche Morning Meetings und themenspezifische Projektteam-Beratungen sichern einen kontinuierlichen Austausch. Dreimal jährlich finden Teambesprechungen statt, um Projektfortschritte, aktuelle Trends und Herausforderungen zu reflektieren. Das Strategieteam des TVE berät sich alle 2 Monate zu aktuellen Themen, um die Destinationsentwicklung zu steuern, zentrale Prozesse zu begleiten und die operative Umsetzung in den Fachbereichen gezielt zu unterstützen.

Jährliche Mitarbeitergespräche helfen dabei, die individuelle Entwicklung zu besprechen, Ziele zu klären und Motivationen zu erörtern. Die Einführung agiler Arbeitsmethoden stärkt Eigenverantwortung, Innovationsfreude und Qualität in den Arbeitsprozessen. Ziel ist eine flexiblere, resilientere Organisation, die in der Lage ist, dynamisch auf sich verändernde Rahmenbedingungen zu reagieren. In einer Zeit stetiger Veränderung rücken neue Herausforderungen und Chancen für den Tourismus im Erzgebirge in den Fokus, wie bspw. der zunehmende Fachkräftemangel, die fortschreitende Digitalisierung sowie steigende Anforderungen an Nachhaltigkeit und Qualität. Diese Entwicklungen erfordern eine gezielte Weiterentwicklung der Kompetenzen in den Teams der Destinationsmanagementorganisation (DMO). Um den aktuellen und zukünftigen Herausforderungen gerecht zu werden, ist der gezielte Ausbau eines systematischen Fortbildungsprogramms zu fachlichen, methodischen und digitalen Themen unabdingbar und wird künftig stärker in den Fokus rutschen.

1.4.4 Arbeitsgruppen und -gremien

Die Arbeit des TVE wird durch ein umfangreiches und starkes Netzwerk unterstützt. Ein zentrales Gremium in diesem Zusammenhang ist der Marketingbeirat, dessen Mitglieder vom Vorstand ernannt werden. Der Beirat begleitet kontinuierlich die Marketingaktivitäten des TVE und wirkt aktiv an der Weiterentwicklung des Marketingprogramms des Verbandes mit. Aktuell setzt sich der Marketingbeirat aus 22 Personen zusammen.

Innerhalb der AG Qualität bilden die Projektmanager des TVE themenspezifische Expertenteams, prüfen kontinuierlich die Qualität der gemeinsamen Arbeit und entwickeln praxisnahe Handlungsempfehlungen zur Unterstützung der Innen- und Außenkommunikation.

Ergänzend finden bei Bedarf themen- oder projektbezogene Treffen mit unterschiedlichen Interessensgruppen statt, darunter Tourist-Informationen, Netzwerk BLOCKLINE und Kammweg, Kooperationspartner oder Logispartner des Stoneman Miriquidi. Ziele sind es, den Austausch mit den Leistungsträgern vor Ort stetig aufrechtzuerhalten und die Zusammenarbeit zu fördern.

Auch außerhalb des eigenen Netzwerks ist der TVE in verschiedenen Gremien aktiv beteiligt oder engagiert sich als Interessenvertreter. Eine detaillierte Übersicht über die vielfältigen regionalen, überregionalen und landesweiten Netzwerkarbeiten ist in **Anlage 3** dargestellt.

1.4.5 Wirtschaftliche Stabilität der DMO

Der TVE erhebt und nutzt spezifische Kennzahlen zur Bewertung der wirtschaftlichen Stabilität der Destination, überwacht diese und legt Ziele zu einem angemessenen Wachstum, unter Berücksichtigung der ökologischen und sozio-kulturellen Tragfähigkeit, fest.

Der Tourismus als Wirtschafts- und Standortfaktor hat im Erzgebirge einen sehr hohen und bedeutenden Stellenwert. Als klassische Querschnittsbranche, egal ob Gastgewerbe, Hotellerie, Einzelhandel, Dienstleistung oder Zuliefernde wie regional Produzierende und Handwerksbetriebe, es gibt kaum einen Wirtschaftszweig, der nicht vom Tourismus profitiert. Zurückblickend auf die vergangenen drei Jahre (nach Corona), entwickeln sich die Übernachtungszahlen kontinuierlich positiv. Der Tourismus im Erzgebirge festigt damit seine Position auf dem hohen Niveau der Vor-Corona-Jahre als stabiler und wichtiger Wirtschaftsfaktor. Mit 2,9 Mio. gewerblichen Übernachtungen erreichte die Destination im Jahr 2023 ein sehr gutes Ergebnis und ist damit weiterhin eine der übernachtungsstärksten Flächendestination im Freistaat Sachsen.

Die ökonomische Sicherung des Tourismusverbandes Erzgebirge (TVE) selbst ist eine zentrale Voraussetzung, um langfristig die Qualität der Angebote sowie die Weiterentwicklung der Region als touristisches Ziel zu gewährleisten. Die Erfassung und Analyse der Umsatzzahlen dient dabei als Grundlage für strategische Entscheidungen und die wirtschaftliche Stabilität der DMO. Der Gesamtumsatz der DMO setzt sich aus Mitgliedsbeiträgen, Umlagen, Fördermitteln, Sponsoring und sonstigen wirtschaftlichen Tätigkeiten, wie z.B. Buchungsservice, zusammen.

Die Einnahmen des Verbandes zeigen in den letzten Jahren eine stabile Entwicklung. Bereits im Jahr 2021 hatte der Verband die Aufgabe, die pandemiebedingten Auswirkungen zu analysieren und in eine für den Verband zukunftsfähige Basisfinanzierung, zu entwickeln. Nach einem intensiven Prozess wurde in einer außerordentlichen Mitgliederversammlung im Jahr 2023 mit überwiegender Zustimmung, die Einführung einer modifizierten Beitragsordnung (BO) ab dem Jahr 2024 beschlossen. Für das Jahr 2024 wurde, vor dem Hintergrund der angespannten finanziellen

Situation der Kommunen, eine Zwischenlösung gefunden, um die Einführung der neuen BO im Doppelhaushalt 2025/2026 zu ermöglichen. Ab dem Jahr 2025 greift die neue BO zu 100 % und eröffnet die Möglichkeit einer Dynamisierung des Beitrages nach Beschluss in der Mitgliederversammlung. Dieser wichtige Meilenstein gibt dem Verband Stabilität und Sicherheit für ein umsichtiges, planvolles und strategisches Arbeiten.

1.4.6 Dialog mit Anspruchsgruppen

Der TVE pflegt als Destinationsmanagementorganisation eine enge Zusammenarbeit mit zahlreichen Anspruchsgruppen aus Gesellschaft, Wirtschaft und Sozialwesen. Regelmäßige Formate fördern den aktiven Austausch und die strategische Partnerschaft zwischen diesen Gruppen und der DMO. Hierzu zählen unter anderem projektbezogene Arbeitsgruppen, Versammlungen, Abstimmungen mit touristischen Akteuren und die Arbeit in Projekten mit regionalen und überregionalen Partnern. Begleitend setzt der Tourismusverband auf intensive Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, um die Destination Erzgebirge in relevanten Quellmärkten bekannt zu machen, beispielsweise durch Advertorials, Social Media, Videoclips, Broschüren und Bloggerreisen. Der Fokus liegt auch auf der Nachhaltigkeit der Region und der Vermittlung von Informationen über sanften Tourismus, die den Anspruchsgruppen verstärkt nähergebracht werden sollen.

1.4.7 Resilienz

Die Destination Erzgebirge zeichnet sich seit Jahrhunderten durch besondere Widerstandskraft und Anpassungsfähigkeit aus. Wo früher der Bergbau das Leben bestimmte, sind nach seinem Niedergang neue wirtschaftliche und kulturelle Strukturen entstanden. Heute verbindet das Erzgebirge gelebte Tradition mit Offenheit für Innovationen und stärkt so seine Rolle als lebenswerte Heimat und attraktive Tourismusregion. Das Erzgebirge steht somit sinnbildlich für Resilienz: ein Landstrich, der sich kontinuierlich weiterentwickelt und dennoch seine Werte und Wurzeln bewahrt. Diese Haltung spiegelt sich auch in der internen Organisationsentwicklung wider. So hat sich der TVE im Jahr 2023 im Rahmen eines Workshops „Resilienz als Chance: für uns als Persönlichkeit & für uns als Team“ gezielt damit auseinandergesetzt.

1.5 Erarbeitung und Kommunikation der Destinationsstrategie

Mit der Destinationsstrategie Erzgebirge 2030 setzt der Tourismusverband Erzgebirge e.V. die bisherige Strategie 2025 fort und entwickelt sie gezielt weiter. Als übergeordneter politischer Rahmen dient der Masterplan Tourismus Sachsen, der die strategische Ausrichtung des Tourismus in der Region vorgibt.

Ein zentraler Bestandteil der Strategieentwicklung war ein umfassender mehrstufiger Beteiligungsprozess, der zugleich als Prüfprozess diente. Es wurde systematisch reflektiert, welche Anpassungen erforderlich sind, um die Strategie zeitgemäß, nachhaltig und zukunftsfähig zu gestalten. In diesen Prozess waren neben dem Marketingbeirat der DMO, dem Team des TVE, dem Vorstand und dem Nachhaltigkeitsrat auch weitere touristische Akteure sowie Partner einbezogen. Dabei wurden der bestehende Markenkern und seine Werte kritisch hinterfragt, zukünftige Zielgruppen bestätigt und daraus konkrete kurz-, mittel- und langfristige Handlungsprozesse abgeleitet.

Durch den engen Austausch mit lokalen Partnern und Stakeholdern wird sichergestellt, dass die Strategie breite Akzeptanz innerhalb der Destination findet und praxisnah umgesetzt werden kann. Der Beteiligungsprozess ist fortlaufend („on going“) und wird im Laufe der kommenden Jahre kontinuierlich und regelmäßig weitergeführt, um flexibel auf neue Entwicklungen reagieren zu können.

Für die Kommunikation der Strategie greift der TVE auf etablierte Kanäle der internen Kommunikation zurück, wie z.B. den regelmäßig erscheinenden Mitglieder-Newsletter, das Tourismusnetzwerk Sachsen, Gremiensitzungen sowie im Mitgliederbereich der Destinations-Website.

2. Analyse und Zieldefinition für die Destination

2.1 Touristische Kennzahlen

Die Entwicklung der touristischen Kennzahlen im Erzgebirge zwischen 2018 und 2024 zeigt einen deutlichen Einfluss globaler und regionaler Ereignisse auf das Reiseverhalten und die statistische Erfassung. Die Jahre 2018 und 2019 markierten eine stabile Ausgangslage mit über einer Million Ankünften und jeweils über drei Millionen Übernachtungen. Im Vergleich zu 2018 konnten im Jahr 2019 noch moderate Zuwächse von 3,0 % bei den Ankünften und 3,9 % bei den Übernachtungen verzeichnet werden.

Mit dem Ausbruch der COVID-19-Pandemie kam es 2020 zu einem drastischen Einbruch: Die Ankünfte sanken um 41,4 % auf rund 646.000, die Übernachtungen gingen um 32,1 % zurück. Auch im Jahr 2021 hielt die pandemiebedingte Belastung an. Im Jahr 2022 setzte eine deutliche Erholung ein, dieser positive Trend setzte sich auch 2023 fort, wenngleich mit moderateren Zuwächsen. Mit rund 977.000 Ankünften und knapp 2,93 Millionen Übernachtungen näherte sich das Erzgebirge wieder dem Vor-Corona-Niveau an, blieb jedoch leicht darunter. Ab dem Jahr 2024 ist ein direkter Vergleich mit den Vorjahren jedoch nicht mehr gegeben. Grund hierfür ist die Gründung des Tourismusverbands Chemnitz.Zwickau.Region e.V. (CZR) zum 1. Februar 2023. Mit dem CZR entstand eine neue Destinationsmanagementorganisation, die ab Januar 2024 als eigenständige Reiseregion statistisch erfasst wird. Durch diese strukturelle Veränderung

kam es zu einer Anpassung der Gebietszuordnungen, in deren Folge mehrere Kommunen vom TVE zum CZR wechselten. Diese Gebietsreform beeinflusst die statistischen Grundlagen erheblich: Die für 2024 gemeldeten Werte von 827.690 Ankünften und 2.601.612 Übernachtungen spiegeln eine veränderte Gebietskulisse wider und sind deshalb mit früheren Jahren nicht direkt vergleichbar.

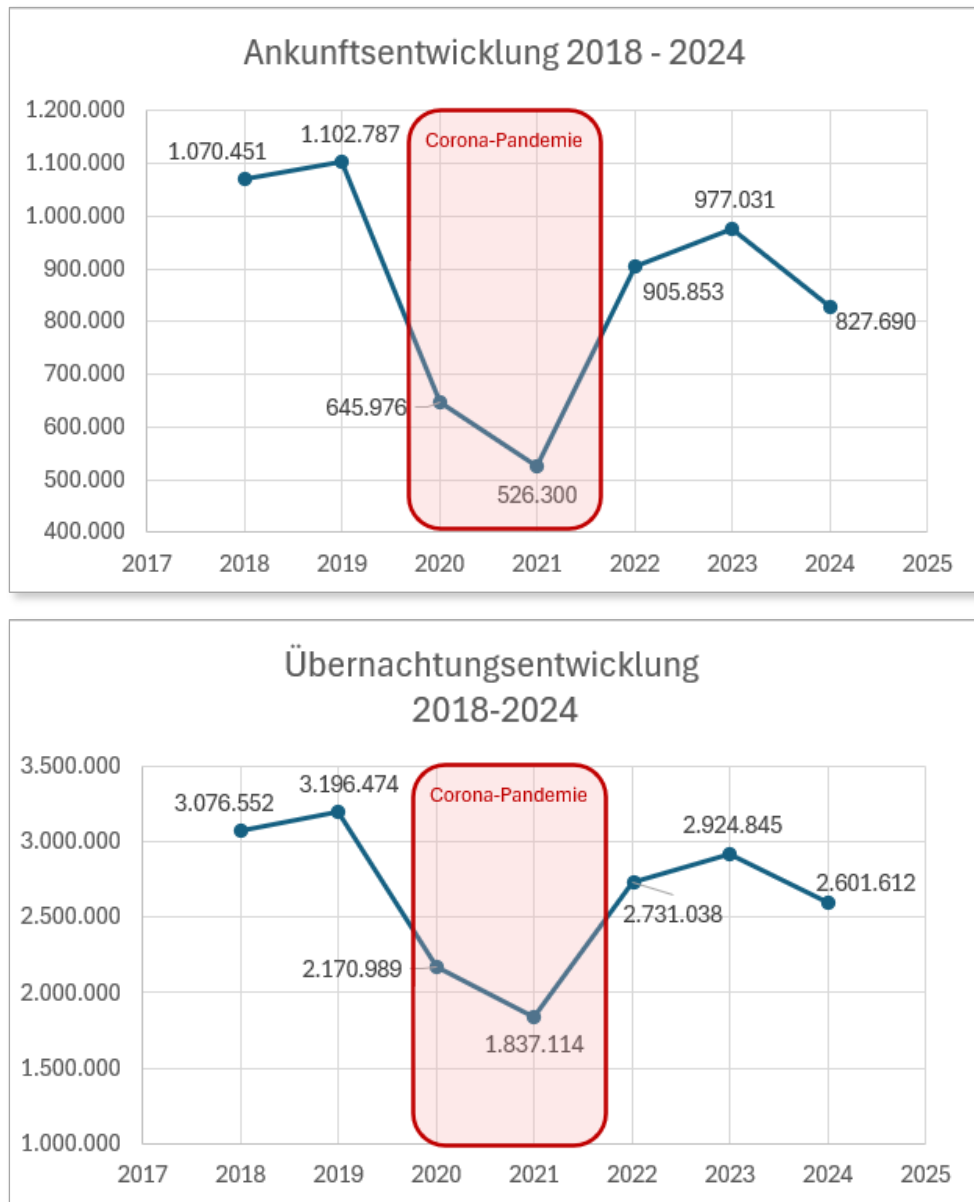


Abb. 4: Ankunfts- und Übernachtungsentwicklung 2018 – 2024 in der Destination Erzgebirge (Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen)

Unabhängig von den quantitativen Veränderungen zeigen sich gewisse qualitative Konstanten: Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer lag 2018 und 2019 noch bei 2,9 Tagen während die

Gäste 2024 durchschnittlich 3,1 Tage im Erzgebirge verweilen, was ein Indikator für die Attraktivität der Region als Erholungsdestination mit Mehrtagescharakter ist. Zudem bestätigt sich der August als übernachtungsstärkster Monat, was auf eine starke saisonale Nachfrage in der Ferienzeit schließen lässt.

Insgesamt lässt sich festhalten, dass das Erzgebirge nach der pandemiebedingten Delle eine robuste touristische Erholung gezeigt hat. Ab 2024 ist jedoch ein methodischer Neuanfang bei der Beobachtung der regionalen Entwicklung notwendig, um den neuen geografischen Zuschnitt adäquat in die strategische Planung einzubeziehen.

Übernachtungen aus dem Ausland im Erzgebirge: Im Jahr 2024 wurden laut Statistischem Landesamt Sachsen 25.019 Ankünfte aus dem Ausland gezählt, das entspricht einem Anstieg von 21,7 % gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Die Zahl der Übernachtungen aus dem Ausland stieg um 30,5 % auf insgesamt 87.208. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer internationaler Gäste lag bei 3,5 Tagen und war damit höher als der Gesamtdurchschnitt (3,1 Tage). Dies deutet auf ein gesteigertes Interesse internationaler Besucher an längeren Aufenthalten in der Region hin.

Top 10 - Übernachtungen aus dem Ausland im Erzgebirge 2024

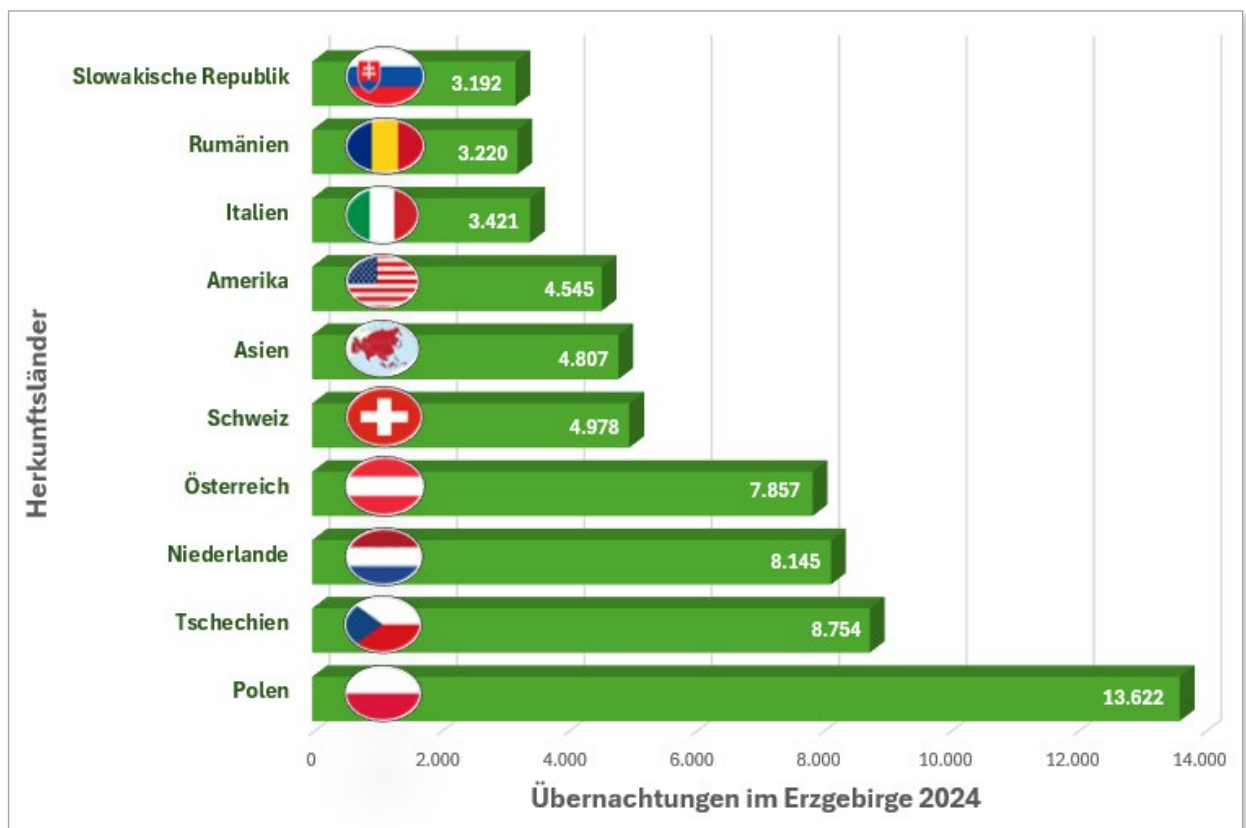


Abb. 5: Herkunftsländer der Übernachtungsgäste (Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen)

Hinweis: Es ist nicht auszuschließen, dass es sich bei Übernachtungsgästen aus Polen, Tschechien, Rumänien und der Slowakei unter anderem auch um Saisonarbeitskräfte handelt.

2.2 Ganzjahrestourismus in der Destination

Das Ziel der kommenden Jahre ist es, das Erzgebirge als Ganzjahresdestination weiter zu stärken, die Wertschöpfung vor Ort zu erhöhen und sowohl Gästen als auch Einheimischen ein hohes Maß an Lebensqualität zu bieten.

Das Erzgebirge ist eine traditionsreiche, zugleich zukunftsorientierte und moderne Destination. Seine Wurzeln im Bergbau, im Handwerk und in einer gelebten Kultur der Gemeinschaft bilden eine starke Grundlage, auf der sich Neues entfalten kann. Diese Verbindung von Herkunft und Aufbruch schafft einen besonderen Charakter, sie macht das Erzgebirge zu einem Ort, an dem Geschichte nicht Stillstand bedeutet, sondern Inspiration für Gegenwart und Zukunft ist.

Im Erzgebirge liegen Natur und Kultur in seltener Dichte und räumlicher Nähe beieinander. Diese Verbindung prägt das Landschaftsbild ebenso wie das Selbstverständnis der Menschen. Sie schafft ideale Voraussetzungen, um nachhaltige und authentische Tourismusangebote zu entwickeln, die das Erleben von Landschaft, Geschichte und handwerklicher Tradition miteinander verweben. So wird das Erzgebirge zu einer Region, die Besucher berührt und zugleich zum Nachdenken über Werte, Herkunft und Zukunft anregt.

Ein besonderes Merkmal ist die Vielfalt und Qualität der bestehenden Freizeit- und Kultureinrichtungen. Von Museen und Manufakturen über Naturerlebnisangebote bis hin zu modernen Aktiv- und Familienangeboten spannt sich ein dichtes Netz an Möglichkeiten, das in seiner thematischen Breite einzigartig ist. Diese Vielfalt bildet das Fundament für eine zukunftsfähige Tourismusentwicklung, die unterschiedliche Zielgruppen anspricht und die Aufenthaltsqualität weiter stärkt.

Zentraler Baustein der strategischen Ausrichtung ist die Vernetzung von Akteuren, Branchen und Regionen. Durch Kooperationen, gemeinsame Projekte sowie einen intensiven Wissens- und Erfahrungsaustausch werden Synergien genutzt, um innovative und nachhaltige Entwicklungen anzustoßen. Ziel ist es, die erzgebirgische Identität zu bewahren und zugleich mutig neue Wege zu gehen. So wird das Erzgebirge als moderne, authentische und verantwortungsvolle Erlebnisheimat positioniert.

Ein Schwerpunkt liegt in der saisonübergreifenden Produktentwicklung: Leitprodukte wie Wandern, Rad-, Mountainbike-, Familienangebote, Gesundheits-, Kultur- und Welterbe-Erlebnisse sowie Regionalgenuss werden so gestaltet, dass sie in allen vier Jahreszeiten funktionieren, etwa durch ganzjährig begehbare Themenwege, wetterunabhängige Indoor-Angebote oder mehrtägige Genuss- und Entdeckungsreisen. Projekte wie BLOCKLINE, Stoneman Miriquidi oder EURO-RANDO werden gezielt in die Vor- und Nachsaison verlängert. Ergänzend entstehen neben den Advents- und Weihnachtsmärkten kleinere, klar profilierte Formate über das Jahr verteilt, z.B. Wander-, Handwerks-, Kultur- und Kulinarik-Angebote. Entscheidend dafür sind die Passung zur

Marke Erzgebirge, hohe Qualität und klare Kommunikation. So werden zusätzliche Reiseanlässe in schwächeren Monaten geschaffen und die Auslastung der Betriebe ganzjährig gestärkt.

2.2.1 Jahreszeiten und Auslastungsmuster

Die aktuelle Nachfrage folgt einem klar erkennbaren saisonalen Profil:

Sommerhalbjahr: Hohe Nachfrage durch naturnahe Bewegung, inspirierende Kulturerlebnisse und regionale Angebote, die Verbundenheit, Ursprünglichkeit und Sinnstiftung vermitteln.

Winter: Anhaltend starke Prägung durch die erzgebirgische Weihnachtskultur und ihre atmosphärischen Traditionen; zugleich zunehmende Instabilität klassischer Wintersportnutzung infolge klimatischer Veränderungen.

Frühjahr/Herbst: Wachsende Attraktivität bei Personen, die ruhigere Reisezeiten, Naturverbundenheit, Erholung, handwerkliche Qualität und kulturelle Tiefe schätzen.

Für die strategische Weiterentwicklung der Destination bedeutet dies, die sogenannten Schulterzeiten gezielt zu stärken und ganzjährig sichtbare, qualitätsorientierte Erlebnisangebote zu entwickeln. Damit leistet die Destination einen Beitrag zur Stärkung nachhaltiger, anpassungsfähiger Angebotsstrukturen.

2.2.2 Übernachtungsgäste, Tagesgäste und Einheimische

Der erzgebirgische Ganzjahrestourismus basiert auf drei zentralen Nutzergruppen, die unterschiedliche Wertschöpfungsimpulse setzen, jedoch durch gemeinsame Werte eng miteinander verbunden sind:

Übernachtungsgäste: Sie tragen maßgeblich zur touristischen Wertschöpfung bei und suchen Angebote, die Ruhe, Qualität, Naturverbundenheit und kulturelle Tiefe vereinen. Ganzjährig verlässliche Gastgeberstrukturen, regional geprägte Erlebnisse und authentische atmosphärische Orte sind für diese Gruppe entscheidend. Der Ausbau hochwertiger Jahreszeitenprodukte stärkt die Wettbewerbsfähigkeit und entspricht den Qualitätszielen des Masterplans.

Tagesgäste: Sie reagieren stärker auf saisonale Höhepunkte, kulturelle Impulse und atmosphärische Erlebnisse. Gute Erreichbarkeit, intuitive Orientierungssysteme, gastfreundliche Infrastruktur und klare Anlässe prägen ihr Besuchsverhalten. Durch eine gezielte Besucherlenkung, im Sinne der Handlungsfelder Digitalisierung und Mobilität, lassen sich Auslastungsspitzen entzerren und Wertschöpfungspotenziale besser heben.

Einheimische: Als ganzjährige Freizeitnutzer sind sie essenzielle Qualitätsindikatoren: Was bei der lokalen Bevölkerung Akzeptanz findet, wird von Gästen als wertig und glaubwürdig wahrgenommen. Ihre Nutzung stärkt die Tragfähigkeit infrastruktureller Angebote und unterstützt das im Masterplan verankerte Ziel, Tourismus und Lebensqualität stärker zusammenzudenken.

2.2.3 Beherbergungswirtschaft

Ein erheblicher Teil der erzgebirgischen Betteninfrastruktur, rund ein Drittel, entfällt auf Übernachtungsangebote privater Art, die in der amtlichen Statistik des Statistischen Landesamtes Sachsen nicht erfasst werden. Diese Betriebe stellen eine wichtige Säule für den Übernachtungstourismus in der Region dar.

Um Gäste gezielt auf diese Kapazitäten aufmerksam zu machen, hat der TVE im Jahr 2020 als Pilotregion in Sachsen gemeinsam mit der OBS – OnlineBuchungService GmbH eine Initiative zur Steigerung der Online-Buchbarkeit gestartet. OBS ist kein geschlossenes Buchungssystem, sondern stellt die Anbindung der Vermieter an gängige Vertriebskanäle wie Booking.com, HRS und weitere Online-Plattformen sicher. Bis Ende 2024 haben sich 145 Vermieter angeschlossen. Über die OBS-Kanäle konnten damit zusätzliche Buchungen generiert werden.

Das übergeordnete Ziel ist es, den Anteil online buchbarer Vermieter auch zukünftig deutlich zu steigern und damit die Sichtbarkeit sowie auch den Bekanntheitsgrad der Destination nachhaltig zu stärken.

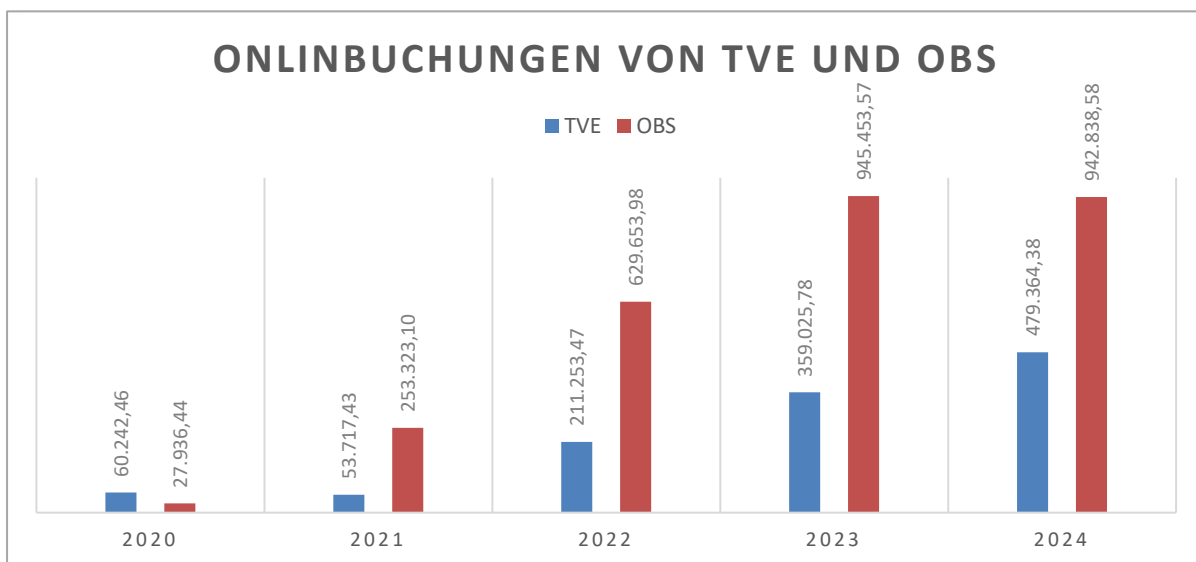


Abb. 6: Onlinebuchungen OBS und TVE im Vergleich der letzten 5 Jahre

Einmal im Jahr laden der Tourismusverband Erzgebirge e.V. und die OBS OnlineBuchungService GmbH zu einer gemeinsamen Roadshow ein, die sich gezielt an interessierte Gastgeber richtet. In den vergangenen Jahren ist es auf diesem Weg gelungen, zahlreiche Unterkünfte für eine Zusammenarbeit mit dem TVE und der OBS zu gewinnen.

Besonderer Wert liegt dabei auf der Qualität der präsentierten Inhalte: aussagekräftige Beschreibungen, authentische Bilder und stimmige Darstellungen der Unterkünfte. Ein zentrales Messinstrument ist dabei der Content Score, der die Vollständigkeit und Qualität der hinterlegten Daten abbildet und damit unmittelbar auf die Buchbarkeit und Sichtbarkeit der Betriebe einzahlt. Nur

hochwertige und sorgfältig gepflegte Inhalte wecken bei Gästen echte Vorfreude auf ihren Urlaub im Erzgebirge und leisten damit einen wichtigen Beitrag zur erfolgreichen Vermarktung der Region. Sowohl die TVE-eigenen Buchungskanäle als auch die über OBS angebundenen Plattformen sollen daher weiterhin parallel gestärkt werden, um die digitale Sichtbarkeit der Betriebe umfassend sicherzustellen und unterschiedliche Gästebedürfnisse optimal abzudecken.

Ein wichtiger Baustein für die Qualitätsentwicklung der Beherbergungswirtschaft ist die DTV-Klassifizierung. Derzeit haben sich 140 Unterkünfte mit bis zu neun Betten nach den Richtlinien des DTV einstufen lassen. Trotz eines bundesweiten Rückgangs an Klassifizierungen kann das Erzgebirge weiterhin einen hohen Standard vorweisen: 74 Unterkünfte tragen vier Sterne, 22 sogar fünf Sterne. Die Region setzt damit ein deutliches Zeichen für Qualität, Verlässlichkeit und nachhaltige Entwicklung. Qualifizierte Mitarbeiter des TVE beraten Vermieter bereits im Vorfeld, insbesondere bei der Entstehung neuer Unterkünfte, und unterstützen sie auf dem Weg zu einer erfolgreichen Klassifizierung.

2.2.4 Tagestourismus/ Freizeitwirtschaft

Der Tagestourismus spielt im Erzgebirge eine zentrale Rolle für die regionale Tourismuswirtschaft. Laut der dwif-Studie „Wirtschaftsfaktor Tourismus für die Region Erzgebirge“ (2023) wurden in der Destination rund 15 Mio. Tagesreisen gezählt. Die durchschnittlichen Ausgaben pro Tagesgast beliefen sich auf 27 Euro, was einem erheblichen Beitrag zur regionalen Wertschöpfung entspricht. Insgesamt machten die Tagesreisen rund 44,4 Prozent des gesamten touristischen Umsatzes in der Region aus. Im Vergleich zur Vorgängerstudie aus dem Jahr 2018 lässt sich ein leichter Rückgang der Tagesreisen um etwa 3,8 Prozent feststellen, aber gleichzeitig stiegen die touristischen Bruttoumsätze um 20,8 Prozent. Dieser Anstieg ist vor allem auf die gestiegenen durchschnittlichen Ausgaben der Tagesgäste zurückzuführen, die im Vergleich zu 2018 um etwa 16 bis 17 Prozent zulegten.

Diese Entwicklung verdeutlicht, dass der Tagestourismus nicht nur durch hohe Besucherzahlen, sondern zunehmend auch durch die Ausgabebereitschaft der Gäste wirtschaftlich an Bedeutung gewinnt. Besonders die Freizeitwirtschaft, wie bspw. Bergbahnen, Skigebiete, Bäder und Erlebnisbäder über Museen, Besucherbergwerke, Sommerrodelbahnen, Bikeparks und Kletterangebote bis hin zu Manufakturen, Freizeitzentren und Erlebnisgastronomie, profitiert direkt von Tagesreisenden. Angesichts des hohen Anteils am Gesamtumsatz, der engen Verflechtung mit Handel und Gastronomie sowie des kontinuierlich hohen Gästeaufkommens bleibt der Tagestourismus ein unverzichtbarer Bestandteil der touristischen Strategie im Erzgebirge und ein zentraler Treiber für die regionale Freizeitwirtschaft.

2.2.5 Aktivtourismus – Wandern, Radsport, Wintersport, Pilgern

Das Erzgebirge verfügt über ein gut ausgebautes Wanderwegenetz mit einer Gesamtlänge von über 5.000 Kilometern. Zahlreiche (inter-)national bedeutende Fernwanderwege, wie z.B. der Europäische Fernwanderweg E3, der Wanderweg der Deutschen Einheit, der Europäische Fernwanderweg Eisenach-Budapest sowie der 288 km lange Qualitätswanderweg Kammweg Erzgebirge-Vogtland durchqueren die Region. Letzterer wurde im Jahr 2023 zum fünften Mal in Folge vom Deutschen Wanderverband als „Qualitätsweg Wanderbares Deutschland“ ausgezeichnet und hat bei der Wahl zu „Deutschlands schönstem Wanderweg“ in der Kategorie Mehrtageswanderungen 2025 den 3. Platz belegt. Deshalb hat er eine besondere Bedeutung für die Region. Eine Vielzahl thematischer Wanderangebote ergänzen das Portfolio, etwa der Waldgeisterweg, der Erlebnispfad Bimmelbahn oder der Teufelino-Wanderweg für Kinder. Diese Wege tragen zur Attraktivität des Wanderangebots für unterschiedliche Zielgruppen bei.

Vor diesem Hintergrund kommt dem Kammweg Erzgebirge-Vogtland eine besondere strategische Rolle zu. Seine Bekanntheit soll durch gezielte Kooperationen mit regionalen und überregionalen Partnern zukünftig weiter ausgebaut und der Weg in enger Abstimmung mit der tschechischen Hřebenovka perspektivisch zum „Leading Quality Trail – Best of Europe“ weiterentwickelt werden. Gleichzeitig wird der Kammweg kontinuierlich an die sich verändernden klimatischen Rahmenbedingungen angepasst, sodass Nachhaltigkeit und Klimaresilienz als klare Leitlinien seiner zukünftigen Entwicklung verankert sind.

Die qualitative Unterteilung der Wanderwege hat zur Entstehung der Herzwege geführt. Diese sind besonders attraktive Tagestouren, welche strenge Kriterien in Bezug auf u.a. die Wegebeschaffenheit, Markierung und Infrastruktur am Weg erfüllen. Sie werden in die zwei Kategorien Natur und Kultur unterschieden. Zu den derzeit sechs Herzwegen sollen in den nächsten Jahren weitere Wanderungen dazukommen. Zugleich soll durch die stärkere Vernetzung der Wege und gezielte Marketingmaßnahmen die Bekanntheit der Herzwege erhöht werden.

Aktuell sind Wanderungen im digitalen Bereich auf Outdooractive und Komoot abrufbar. Zudem ist ein Großteil der Wanderungen in OpenStreetMap hinterlegt. Ziel ist es, die Such- und Buchbarkeit von POI's, Gaststätten und Unterkünften entlang der Wanderwege noch weiter zu forcieren und die fehlenden Wege in OpenStreetMap zu ergänzen.

Durch die digitalen Wandernadeln der App „SummitLynx“ ist ein weiterer Ansporn zur Erkundung der Wanderregion geboten. Derzeit gibt es die Wandernadeln: Kammweg, Wanderbarer Silberberg (je Gold, Silber und Bronze), Für Winterwanderer, Für Kunstfreunde, Für Bergleute, Für Genießer und Für Bahnfreunde, welche 2024 für insgesamt ca. 7.500 Check-Ins in der Region gesorgt haben. Eine Erweiterung der Nadeln ist nicht vorgesehen, stattdessen ist das Ziel die Steigerung der Bekanntheit der Digitalen Wandernadel.

Die Studie „Fahrradtourismus im Freistaat Sachsen 2025“ bescheinigt dem Reiseland Sachsen eine sehr gute rad- und biketouristische Ausgangslage und ein großes Marktpotential. Daran haben Leitprodukte aus dem Erzgebirge, wie der Stoneman Miriquidi (MTB & Road), das TrailCenter Rabenberg sowie die BLOCKLINE einen wesentlichen Anteil.

Die beiden Strecken des Stoneman Miriquidi MTB sowie Road überzeugen Mountainbike- und Rennradfans durch ihre einzigartige, anspruchsvolle Routenführung über die Gipfel des deutsch-tschechischen Erzgebirges, welche fantastische Abenteuer bereithalten.

Das Produkt BLOCKLINE zeichnet sich durch eine umfangreiche Marketing- und Erlebniskonzeption sowie ein gut etabliertes Netzwerk aus. Besonderheit ist hier der nachhaltige Streckenbetrieb, welcher auf einem Betreiberkonzept basiert.

Fernradwege wie die Kammtour, die „Radroute Sächsische Mittelgebirge“ auf deutscher und die „Erzgebirgsradmagistrale“ auf tschechischer Seite sowie Flussradwege (Mulderadweg – entlang der Zwickauer und Freiburger Mulde, Zschopautalweg) prägen die Radregion Erzgebirge. Ebenso finden sich im gesamten Erzgebirge, auch außerhalb der Kammregion, zahlreiche Mountainbike- und Radtouren. Die Vielzahl der Rundtouren wird auch zukünftig für die Vermarktung thematisch und digital aufbereitet, so z.B. „Mit dem Rad UNESCO Welterbe erkunden“, die schönsten „Radtouren für Familien“.

Das Thema Gravelbike hat in den letzten Jahren einen starken Fokus im Erzgebirge eingenommen. Entsprechende Gravelbiketouren ergänzen die Angebotsvielfalt in der Region. Zwei hochkarätige Gravel Camps (SportingWomenGravelcamp + Gravel Camp Erzgebirge by Tobias Woggon) konnten im Erzgebirge etabliert werden, die einen Reiseanlass für ein interessiertes Publikum bieten und die Positionierung im Bereich Gravelbike stärken.

Der Tourismusverband Erzgebirge e.V. entwickelt im Bereich Radtourismus passende Tages- und Mehrtagestouren (Standort und Etappen) in Kombination mit buchbaren Angeboten. Der sächsische Rad- & Bike-Tourismus soll mittels klar definierten Handlungsfeldern nachhaltig und resilient weiterentwickelt werden (s. Studie „Fahrradtourismus im Freistaat Sachsen 2025“ S. 39/40 ff.). Diesem Ziel wird sich die Destination Erzgebirge in den kommenden Jahren verpflichten.

Das Erzgebirge verfügt über eine tief verwurzelte Wintersporttradition und mit den Kurorten Altenberg und Oberwiesenthal sowie dem familienfreundlichen Ort Eibenstock über international anerkannte Zentren des Spitzensports. Disziplinen wie Rennrodeln, Biathlon und Skilanglauf sowie moderne Sportstätten und medienwirksame Wettkämpfe prägen das Profil der Region. Die hochwertige Infrastruktur ist ein wichtiger Standortfaktor: Spitzensport lässt sich über Angebote wie Gäste-Biathlon, Bobfahrten oder Schanzenführungen gezielt in touristische Produkte integrieren und stärkt so die Positionierung als Wintererlebnisdestination.

Trotz klimatischer Veränderungen bleibt der Wintertourismus, insbesondere in den Höhenlagen, ein zentrales Element der Wertschöpfung. Um diese Stärke zu sichern, sind Investitionen in effiziente, ressourcenschonende Beschneigungssysteme und ein anpassungsfähiges Angebotsmanagement notwendig. Parallel gewinnt die Entwicklung wetterunabhängiger Winterangebote an Bedeutung: Winterwandern, Naturerlebnisse, das kulturelle Erbe mit Handwerk, Bräuchen und Heimatgenuss sowie Thermen- und Gesundheitsangebote bilden Bausteine eines ganzheitlichen Wintererlebnisses.

Ein weiterer Schwerpunkt liegt in der ganzjährigen Nutzung bestehender Wintersportinfrastruktur. So bietet die Kammloipe Erzgebirge-Vogtland auch in schneearmen Zeiten Potenziale für Outdoor-Aktivitäten wie Gravel- und Mountainbiking, Nordic Walking oder Speedhiking.

Im Aktivtourismus der Destination Erzgebirge ergänzen Pilgerwege zunehmend die etablierten Segmente Wandern, Rad- und Wintersport. Das Pilgern gewinnt dabei als bewusste Form des Unterwegsseins an Bedeutung, die Bewegung, Naturerlebnis und innere Einkehr miteinander verbindet. Die vielfältige Naturlandschaft mit stillen Wegen, traditionsreiche Kirchen in den Bergstädten sowie ein wachsendes Netz an Pilgerherbergen bieten dafür ideale Voraussetzungen.

Mit dem Sächsischen Jakobsweg und dem Jakobsweg Silberberg führen zwei bedeutsame Pilgerstrecken durch die Region. Sie verbinden kulturelle und spirituelle Orte, schaffen Berührungspunkte zwischen Glauben, Geschichte und Landschaft und werden von immer mehr Menschen als Raum für Entschleunigung, Besinnung und persönliche Sinnsuche entdeckt. Ein sichtbares Beispiel für diese Verbindung von Spiritualität, Kultur und zeitgemäßer Nutzung kirchlicher Räume ist die im Rahmen der Kulturhauptstadt Europas 2025 entstandene Zusammenarbeit mit der KulturKirche, welche es in der Weiterentwicklung des Kunst- und Skulpturenweg Purple Path zu verstetigen gilt.

Im touristischen Portfolio des Erzgebirges stellt das Pilgern damit ein wachsendes Nischenprodukt dar. Es ergänzt bestehende Wanderangebote, spricht neue Zielgruppen an und stärkt nachhaltige, achtsame Reiseformen. Entstehende Pilgerherbergen, gepflegte Wege und die enge Zusammenarbeit mit den Kirchengemeinden tragen dazu bei, dass Kirchen wieder zu Orten der Begegnung, des Ankommens und der Stille werden. Spiritualität, Gastfreundschaft und kulturelles Erbe verbinden sich so auf eine selbstverständliche Weise und werden Teil des Aktivtourismus.

2.2.6 Traditions Handwerk

Das Erzgebirge positioniert sich konsequent als Erlebnisraum für lebendiges Traditions Handwerk. Dieses bezieht sich auf die Fertigung von Produkten unter Verwendung traditioneller Techniken, Werkzeugen und natürlichen Materialien. Die Praktiken sind eng mit der Kultur, Geschichte und Identität des Erzgebirges verbunden. Dieses Handwerk gibt es nur hier, was die Region dadurch

unverwechselbar macht. Das traditionelle erzgebirgische Handwerk grenzt sich klar vom "Kreativtourismus" ab. Handwerk wird im Erzgebirge zum Erlebnis mit Haltung: authentisch, entschleunigend und exklusiv. Der Fokus in der Vermarktung liegt dabei auf der Erlebbarkeit: Gäste sollen Handwerk selbst erleben, erlernen und entdecken können.



Die bundesweit einmaligen „Tage des traditionellen Handwerks“ entwickeln sich dabei zum strategischen Leuchtturmprojekt: Sie bieten Einblicke in Werkstätten, schaffen Mitmach-Erlebnisse und ziehen als konkreter Reiseanlass auch Gäste weit über die Region hinaus an. Aus dem Teilnehmerpool werden gezielt ganzjährige Best-of-Angebote entwickelt. Hochwertig und passgenau für den Individualtourismus. Der Fokus liegt dabei immer auf Qualität, nicht Quantität – starke Leuchttürme führen, andere ziehen nach.

Das erzgebirgische Kunsthandwerk, längst weltweit bekannt, wird künftig noch klarer als Botschafter der Region positioniert. Die enge Kooperation mit dem Verband erzgebirgischer Kunsthandwerker und Spielzeughersteller e.V. stellt die Qualität der Angebote ebenso sicher wie die Einbindung in bestehende Vertriebsstrukturen. Mit Projekten wie den Maker-Hubs und Maker-Advent im Rahmen der Kulturhauptstadt Chemnitz 2025 zeigt sich außerdem, wie traditionelles Handwerk zeitgemäß vermittelt und für neue Zielgruppen zugänglich gemacht werden kann, ohne seinen Kern zu verlieren. Formate, die Werkstattkultur, Kreativität und regionale Fertigung verbinden, stärken das Verständnis für handwerkliche Qualität und schaffen niederschwellige Zugänge für Menschen, die Wert auf Authentizität, Ursprünglichkeit und sinnstiftende Erfahrungen legen. Die positiven Effekte solcher Impulse fließen in die Weiterentwicklung der eigenen Erlebnisangebote ein und eröffnen zusätzliche Möglichkeiten für Kooperationen innerhalb der Region.

2.2.7 Kur- und Erholungsorte

Die Destination Erzgebirge verfügt über fünf staatlich anerkannte Kurorte (Altenberg, Aue-Bad Schlema, Oberwiesenthal, Thermalbad Wiesenbad und Wolkenstein mit Heilbad Warmbad) sowie 13 staatlich anerkannte Erholungsorte (siehe **Anlage 4**). Durch enorme Investitionen der Bundes-, Landes- und kommunalen Ebene sowie des Privatsektors wurden in den letzten Jahren zukunftsweisende Bedingungen und eine Wohlfühlatmosphäre in einer der traditionsreichsten und vielfältigsten Thermalregionen Sachsens geschaffen. Ein wachsendes Gesundheitsbewusstsein in breiten Schichten der Bevölkerung, der demografische Wandel, eine alternde Gesellschaft, eine immer stärkere Vernetzung und der medizinisch-technische Fortschritt sind Treiber einer Entwicklung, die die wirtschaftliche Attraktivität des Gesundheitstourismus als touristisches Marktsegment für viele Leistungsträger im Tourismus verstärkt.

Hier gilt es weiter das Netzwerk zu stärken, die Profilierung der Kur- und Erholungsorte gemeinsam zu entwickeln und Synergien zu nutzen. Die Kur- und Erholungsorte bilden mit ihren hochwertigen Einrichtungen und engagierten Leistungsträgern eine tragende Säule sowohl für die Gesundheitsversorgung als auch für das touristische Angebot. Als moderne Kompetenzzentren setzen sie Maßstäbe in der Gesundheitsförderung. Mehr als ein Viertel der Übernachtungen der Region werden über die Kur- und Erholungsorte generiert. Dies unterstreicht eindrucksvoll Ihre hohe touristische Wertschöpfung und macht sie zu einem unverzichtbaren Wirtschaftsfaktor, insbesondere in struktur-schwächeren Regionen. Darüber hinaus leisten sie einen wesentlichen Beitrag zur Daseinsvorsorge im ländlichen Raum: verbesserte Einkaufs- und Versorgungsmöglichkeiten, stärkere ÖPNV-Anbindung, Apotheken sowie ein vielfältiges Kultur- und Freizeitangebot sind nur einige Beispiele für die positiven Effekte auf die regionale Infrastruktur.

Um die Landschaft der Kur- und Erholungsorte langfristig zu sichern, ist die Einführung eines Mehrlastenausgleichs zwingend erforderlich. Die dafür notwendigen Mittel müssen im Landeshaushalt verankert werden.

2.2.8 UNESCO-Welterbe

Mit der Ernennung der Montanregion Erzgebirge/Krušnohoří zum UNESCO-Welterbe wurde der Auftrag geschärft, den Tourismus konsequent nachhaltig zu gestalten und den außergewöhnlichen Wert dieser Kulturlandschaft langfristig zu sichern. Das UNESCO-Programm „World Heritage and Sustainable Tourism“ bildet hierfür einen wichtigen Orientierungsrahmen.

Ein zentraler Baustein bildet das seit 2021 bestehende Projekt „Touristische Inwertsetzung“, dass sich als fester Bestandteil der Destinationsarbeit und des Marketings etabliert hat. Auf den bereits erarbeiteten und erfolgreich eingeführten Maßnahmen und Instrumenten, wie dem Welterbe-Navigator, den E-Learning-Modulen, der AG Tourismus Welterbe sowie der fortgesetzten Arbeit an digitaler Erlebbarkeit und gemeinsamer Vermarktung, soll gezielt aufgebaut werden. Ziel ist es, das Projekt fortzusetzen, um die Mitglieder und Partner des TVE weiter zu stärken und die gemeinsame Arbeit am Welterbe langfristig weiterzuentwickeln. Ergänzend wird eine Evaluierung der Maßnahmen angestrebt, um die erzielten Fortschritte sichtbar zu machen und neue Entwicklungen oder veränderte Rahmenbedingungen zeitnah aufnehmen zu können.

Der Welterbe Montanregion e.V. ist für die Umsetzung der Verpflichtungen aus der Welterbe-Konvention auf sächsischer Seite zuständig und setzt sich u.a. für den Erhalt, Schutz und Vermittlung des einzigartigen bergbaulichen Erbes ein. Der Tourismus ist dabei ein starker Partner, der die Werte und Besonderheiten des Welterbes sichtbar macht und für Gäste erlebbar gestaltet. Ein wesentliches Instrument hierfür ist das Interreg-Projekt „Sächsisch-Böhmische Silberstraße“ (2024–2027), dass die Silberstraße als grenzübergreifendes touristisches Leitprodukt aufbaut und damit den Gedanken der gemeinsamen Entwicklung fortsetzt. Ziel ist es, die Route nicht

nur zu entwickeln, sondern auch langfristig zu bewirtschaften und dauerhaft in der Destinationsarbeit zu verankern. Damit verbunden ist die Schaffung neuer Angebote und Erlebnisse, deren Umsetzung durch die Partner und Mitglieder des TVE erfolgt. Der TVE selbst legt die Grundlagen, um dies zu ermöglichen, und begleitet die Entwicklung durch geeignete Instrumente und Maßnahmen.

Die Erlebbarkeit des Welterbes ist bereits fest in den Produktlinien des TVE verankert und wird in allen Bereichen konsequent mitgedacht. Angebote wie die Erlebnis.Welt.Erbe-Formate bündeln die Leistungen der Partner – von Wander- und Radwegen über Museen bis hin zu Ausstellungen – und geben den Gästen Orientierung, wie sie das Welterbe erleben können. Gleichzeitig lassen sie Raum für individuelle Entdeckungen auf eigene Weise und eröffnen so vielfältige Zugänge zur gesamten Region. Damit wird das Welterbe schrittweise als fester Bestandteil der Destinationsarbeit etabliert, mit dem Ziel bis 2030 ein Portfolio hochwertiger, digital gestützter, nachhaltiger und ganzjährig buchbarer Angebote bereitzustellen, welches die grenzübergreifende Zusammenarbeit fortführt und langfristig nachwirkt.

2.2.9 Kulturhauptstadt 2025 / Kulturhauptstadt-Region - Legacy

Das Jahr der Europäischen Kulturhauptstadt Chemnitz 2025 war ein bedeutender Impuls für die touristische Entwicklung der gesamten Region. Auf Destinationsebene wurde die Zusammenarbeit zwischen der Stadt Chemnitz, der DMO Chemnitz.Zwickau.Region und dem TVE deutlich gestärkt.

In der Außenwahrnehmung trugen vor allem Projekte wie der Kunst- und Skulpturenweg PURPLE PATH sowie die gemeinsame Kommunikation der beiden Titel Welterbe und Kulturhauptstadt zu einer starken Präsenz des Erzgebirges bei. Dadurch konnten auch neue Zielgruppen angesprochen und die Region in einem erweiterten kulturellen Kontext sichtbar gemacht werden. Der PURPLE PATH ist das zentrale Vermächtnis der Kulturhauptstadt Chemnitz 2025 im Erzgebirge. Unter dem Leitthema „Alles kommt vom Berg her“ verbindet er die Welterbestätten mit zeitgenössischer Kunst und wird dauerhaft in die Angebotsentwicklung integriert. So entstehen neue Anlässe für Besuche, die das Erzgebirge ganzjährig erlebbar machen.

Über das Kulturhauptstadtjahr hinaus gilt es, die entstandenen Strukturen und Produkte langfristig zu sichern. Der PURPLE PATH ist kein touristischer Weg im klassischen Sinne, sondern ein dezentral angelegtes Netzwerk von Kunstwerken regionaler, nationaler und internationaler Künstler. Die Wahrnehmung dieser Kunstwerke kann bei Besuchen von Museen oder beim Wandern und Radfahren im Erzgebirge eingebunden werden. Umgekehrt lädt der PURPLE PATH dazu ein, über die Begegnung mit zeitgenössischer Kunst auch Museen, das Welterbe oder die Natur- und Kulturlandschaft des Erzgebirges zu entdecken. Der PURPLE PATH fungiert als verbindendes

Element zwischen Stadt und Region und eröffnet die zentrale Aufgabe, attraktive, thematisch verknüpfte Angebote und Reiseanlässe zu entwickeln, ähnlich wie dies bereits bei den Touren im Welterbe umgesetzt wird.

Auch der Maker Advent wird als festes Element der Legacy fortgeführt. Mit kreativen Workshops, offenen Werkstätten und authentischen Begegnungen in der Adventszeit verbindet er Tradition und Moderne, stärkt lokale Akteure und lädt Gäste wie Einheimische zur aktiven Teilnahme ein.

Die entwickelten Formate orientieren sich an hohen Qualitätsstandards, nutzen digitale Systeme, etwa über das SaTourN-Netzwerk oder digitale Begleitangebote, und tragen durch ihre langfristige Anlage zu einer nachhaltigen Entwicklung bei. Grundlage und Rahmenbedingungen für die weitere Arbeit bilden das Regionalentwicklungskonzept der Kulturregion sowie der Legacy-Prozess der Stadt Chemnitz. Damit entstehen dauerhaft tragfähige Impulse, die die Wahrnehmung des Erzgebirges stärken, den Ganzjahrestourismus bereichern und die Region als vielfältige, kreative und zukunftsorientierte Kulturlandschaft positionieren.

2.2.10 Kulinarik – Regionalität – HEIMATGENUSS ERZGEBIRGE



Die DMO Erzgebirge kennt und fördert aktiv typische lokale bzw. regionale Produkte. Gemeinsam mit regionalen Akteuren, Verbänden und Institutionen unterstützt die DMO touristische Unternehmen beim Erwerb regionaler Produkte und Dienstleistungen sowie bei der Regionalisierung der Hotels und Gastronomie. Die Marke HEIMATGENUSS ERZGEBIRGE steht für Qualität und Genuss aus der Region. Sie ist eine

Kooperation zwischen dem Tourismusverband Erzgebirge e. V., regionalen Hotels, Gaststätten und Produzenten, die erzgebirgische Produkte herstellen und veredeln. Betriebe mit dem Siegel „HEIMATGENUSS ERZGEBIRGE“ bieten authentische, in der Region gewachsene Produkte an, die die kulinarische Tradition des Erzgebirges widerspiegeln. Ziel der Kooperation ist es, eine spezielle Qualitätsmarke als Wertbegriff für regionale Produkte und Gastlichkeit zu etablieren, die regionalen Wertschöpfungsketten zu stärken sowie Einheimische und Besucher für die kulinarischen Besonderheiten des Erzgebirges zu sensibilisieren. Produzenten und Gastgeber der Marke HEIMATGENUSS ERZGEBIRGE müssen einen Kriterienfragebogen ausfüllen, in dem sie ihr Verhalten zu regionalen Wirtschaftskreisläufen, Qualität und die Nutzung regionaler Erzeugnisse darlegen. Nach einer Prüfung und bei Erfüllung aller Voraussetzungen wird eine schriftliche Kooperationsvereinbarung mit dem TVE abgeschlossen. Diese Vereinbarung ist mit der Zahlung eines jährlichen Mitgliedsbeitrags verbunden. Weiterhin unterstützt der TVE das Thema Regionalität durch die Präsentation regionaler Erzeuger und Gastronomen auf der Verbands-Webseite

und im Social Media-Bereich mit einer eigenen Kampagne. Zudem begleitet er die Genuss-Partner bei ihren Veranstaltungen und fördert die Veröffentlichung dieser. Auch Workshops zum Thema „Regionale Wertschöpfungsketten“ wurden bereits durchgeführt und weiterentwickelt.

Durch den Ausbau des Ganzjahrestourismus entsteht für das Erzgebirge die Möglichkeit, seine regionale Identität dauerhaft sichtbar zu machen, saisonale Schwankungen zu reduzieren und zusätzliche Wertschöpfung zu generieren. Damit stärkt die Region auch zukünftig ihre Wettbewerbsfähigkeit und leistet einen wichtigen Beitrag zur Umsetzung der Tourismusstrategie Sachsens.

2.3 Aktuelle Entwicklungen und Zukunftsthemen der Destination

2.3.1 Mobilität

Der Tourismusverband Erzgebirge e.V. und seine Partnerbetriebe setzen gezielte Maßnahmen um, um die Nutzung umweltfreundlicher Transportmittel bei Gästen zu fördern. Hierzu gehört die Bereitstellung von Anreiseinformationen mit Fokus auf nachhaltige Verkehrsmittel sowie die Unterstützung einer umweltfreundlichen Mobilität vor Ort, etwa durch den öffentlichen Nahverkehr sowie E-Mobil- und E-Bike-Angebote. Zusätzlich wird auf die Bedeutung umweltfreundlicher Freizeitmobilität hingewiesen, um Gästen einen verantwortungsvollen und nachhaltigen Aufenthalt in der Region zu ermöglichen.

Seit 2019 können Übernachtungsgäste in den erzgebirgischen Kommunen mit Gästetaxe die „Gästekarte Erzgebirge“ nutzen. Sie erhalten während ihres Aufenthalts in der Region bei rund 300 Partnern Vergünstigungen, etwa in Freizeit- und Kultureinrichtungen, beim Souvenirkauf oder bei verschiedenen Dienstleistungen. Ein besonderer Vorteil besteht in ausgewählten Orten wie dem Kurort Seiffen, Neuhausen, Rechenberg-Bienenmühle, Dorfchemnitz, Mulda, Deutschnendorf, Sayda, Marienberg oder Olbernhau: Dort können Gäste mit ihrer Gästekarte auf bestimmten Linien den ÖPNV kostenfrei nutzen und die Region umweltfreundlich entdecken. Perspektivisch soll die Gästekarte schrittweise ausgebaut werden, sodass auch Gäste weiterer Kommunen mit Gästetaxe den ÖPNV kostenfrei nutzen können. So gewinnt die Karte als Instrument der Besucherlenkung an Bedeutung, schafft Wettbewerbsvorteile und unterstützt eine nachhaltige Mobilität. Parallel dazu wird eine moderne Card-Plattform vorbereitet, die attraktive Erlebnisse bündelt, die Hotellerie stärker einbindet und den ÖPNV von Beginn an integriert. - für ein ganzheitliches Angebot, das den Mehrwert für Gäste erhöht und die Positionierung des Erzgebirges als innovative, nachhaltige Destination weiter stärkt.

Seit 2022 engagiert sich der Tourismusverband Erzgebirge gemeinsam mit der TU Chemnitz und dem Deutschen Zentrum für Luft- und Raumfahrt (DLR) im WIR!-Projekt Nachhaltigkeit der Mobilität im Tourismus. Ziel dieses Projekts ist es, den aktuellen Stand der Mobilität in der Region

zu analysieren und aufzuzeigen, wo Verbesserungen im öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) notwendig sind. Schwerpunkte liegen auf der Verbesserung der Infrastruktur und der Entwicklung attraktiverer, nachhaltiger Alternativen für die Mobilität, die durch einfache Nutzung, günstige Preisgestaltung und niederschweligen Zugang mehr Besucher und Einheimische ansprechen sollen.

Ein Vorzeigeprojekt der Region zum Thema umweltbewusster Mobilität wurde im Rahmen der Digitalen Stadtentwicklung der Smart City Zwönitz bspw. mit dem ERZmobil umgesetzt. Das ERZmobil in Zwönitz ist ein flexibles Mobilitätsangebot, das speziell für den ländlichen Raum entwickelt wurde, um den öffentlichen Nahverkehr zugänglicher und umweltfreundlicher zu gestalten. Es handelt sich dabei um einen digital buchbaren, barrierefreien Elektro-Kleinbus, der wichtige Knotenpunkte verbindet. Der Kleinbus ist so konzipiert, dass er vorhandene ÖPNV-Linien optimal ergänzt, statt sie zu ersetzen. Der TVE war und ist nicht in der Konzeption beteiligt, befürwortet aber dieses Mobilitätskonzept und sieht es als Entwicklungsanreiz für andere Regionen des Erzgebirges.

Ein weiterer strategischer Handlungsschwerpunkt im Bereich nachhaltiger Mobilität ist das Projekt „Fahrtziel Natur“ der Deutschen Bahn, dessen Initiierung und Umsetzung sich der Nachhaltigkeitsrat der DMO ausdrücklich vorgenommen hat.



„Fahrtziel Natur“ verfolgt das Ziel, ausgewiesene Natur- und Schutzgebiete über klimafreundliche Verkehrsträger – insbesondere den Bahnverkehr und den verknüpften ÖPNV – besser erreichbar zu machen und nachhaltige Mobilitätsketten vom Wohnort bis hinein in die Naturregion zu fördern. Für das Erzgebirge bietet dieses Projekt einen bedeutenden Mehrwert, da es die Zugänglichkeit des Naturparks Erzgebirge/Vogtland sowie weiterer Schutzgebiete verbessert und gleichzeitig zur Reduktion des motorisierten Individualverkehrs beiträgt. Die Umsetzung des Projektes soll in enger Kooperation mit dem Naturpark Erzgebirge/Vogtland, dem Verkehrsverbund Mittelsachsen (VMS), weiteren regionalen Verkehrsbetrieben sowie den Mitgliedern des Nachhaltigkeitsrates erfolgen.

2.3.2 Digitalisierung

Die Digitalisierung zählt zu den zentralen Zukunftsthemen der Destination Erzgebirge. Gäste erwarten zunehmend, dass Informationen, Angebote und Dienstleistungen digital verfügbar sind und sich reibungslos in die Reiseplanung integrieren lassen. Der Tourismusverband Erzgebirge e.V. (TVE) sowie zahlreiche Partnerbetriebe haben diesen Wandel bereits aufgegriffen und etablierte Strukturen geschaffen. Die neue Strategie zeigt, wie die Destination im Bereich Digitalisierung aktuell aufgestellt ist (IST) und welche Entwicklungsschritte in den kommenden Jahren (SOLL) umgesetzt werden sollen.

Ein wesentliches Ziel besteht darin, Betriebsabläufe im Tourismus zunehmend zu digitalisieren und strukturierte Daten in hoher Qualität bereitzustellen. Grundlage bildet hier die Integration in den touristischen Datenhub SaTourN der TMGS. Der TVE und seine Partner verfolgen das Ziel, Inhalte wie Fotos, Texte und touristische Infos (z. B. zu Touren oder Events) als offene Daten aufzubereiten. Diese sollen maschinenlesbar zur Verfügung stehen, damit Computer sie automatisiert verarbeiten können. Dadurch sind die Informationen für alle modernen Anwendungen nutzbar, egal ob für den Knowledge Graph, Suchmaschinen, KI-Systeme oder App-Anbieter. So werden der Anteil online buchbarer Leistungsträger (Unterkünfte und Erlebnisse) sowie die Anzahl in SaTourN eingepflegter strukturierter und offener Daten, gemäß der Open Data Tourism Alliance (ODTA) als zentrale Indikatoren betrachtet. (siehe Abbildung 7) Künftig soll der Anteil online buchbarer Gastgeber und Erlebnisanbieter deutlich gesteigert werden, um Gästen eine direkte und medienbruchfreie Buchung zu ermöglichen. Gleichzeitig wird die Anbindung von Outdooractive als Primärsystem an den Datenhub SaTourN weiter ausgebaut, und die Qualität der eingespielten Daten soll durch ein konsequentes Qualitätsmanagement kontinuierlich verbessert werden.

Gebiet	Ort	Typ	Kategorie	SaTourN	Open-Data	Open-Data-Prozentsatz
Erzgebirge	-	POI	-	7342	267	3.64%
Erzgebirge	-	Tour	-	1398	28	2.00%
Erzgebirge	-	Hotel	-	513	439	85.58%
Erzgebirge	-	Event	-	1450	234	16.14%
Erzgebirge	-	Gastro	-	385	32	8.31%
Erzgebirge	-	Package	-	46	0	0.00%
Gesamt				11134	1000	8.98%

Abb. 7: Open-Data-Anteil der SaTourN-Daten im Erzgebirge nach Angebotsart (Quelle: TVE mit Stand 10/2025)

Die Organisation der destinationsweiten Datenpflege erfolgt in enger Abstimmung zwischen dem TVE, den Kommunen und Leistungsträgern. Der TVE übernimmt eine koordinierende Rolle, sorgt für Standards, Monitoring und Weiterentwicklung. Prozesse werden vor allem über die Plattform Outdooractive abgebildet, in der Kommunen und Betriebe eigenständig Inhalte pflegen, die anschließend über Schnittstellen direkt zu SaTourN übertragen und auf den Kanälen des TVE ausgespielt werden.

Für Gäste steht bereits ein breites Spektrum digitaler Angebote zur Verfügung. Im Mittelpunkt steht die Destinationswebsite www.erzgebirge-tourismus.de als zentrale Inspirations- und Buchungsplattform. Ergänzt wird sie durch weitere Services, wie virtuelle Tourist-Informationen und digitale Reiseplaner-Tools. Perspektivisch sollen innovative Formate, bspw. digitale Gästekarten, immersive Inhalte oder personalisierte Services, das Portfolio ausbauen und das Reiseerlebnis weiter vertiefen.

Damit dieser Wandel gelingt, müssen die Betriebe gut mitgenommen und befähigt werden. Der TVE unterstützt sie dabei mit verschiedenen Angeboten, unter anderem durch ein laufendes Wissensmonitoring und eine E-Learning-Plattform. Ergänzend gibt der TVE die Beratungsangebote des LTV Sachsen („Tourismus 360Grad digital“) sowie der TMGS aktiv an seine Mitglieder und Partner weiter. Über Newsletter, Netzwerkveranstaltungen, Schulungen und Workshops wird der Wissenstransfer gezielt gestärkt, wodurch die Partner Schritt für Schritt an digitale Themen herangeführt werden. Gleichzeitig engagiert sich der TVE dafür, das Tourismusnetzwerk Sachsen als zentrale Kommunikations- und Wissensplattform der Branche weiter zu etablieren.

Digitalisierung im Tourismus – Perspektive bis 2030:

Bis 2030 sollen die bereits etablierten Grundlagen deutlich weiterentwickelt werden. Die Vision einer „Smart Destination“ beinhaltet die systematische Nutzung von Datenökosystemen, Sensorik und Echtzeitinformationen, um Besucherströme zu lenken, Auslastungen zu steuern und Nachhaltigkeit messbar zu machen. Digitale Gästekarten könnten künftig Zutritt, Rabatte und Mobilität bündeln und sich nahtlos in ÖPNV- und Sharing-Systeme integrieren. Virtuelle und immersive Erlebnisse (AR/VR) bieten die Möglichkeit, Welterbestätten, Museen oder Naturerlebnisse auf neue Weise erfahrbar zu machen. Künstliche Intelligenz wird zunehmend zur Personalisierung von Inhalten, für Chatbots oder für intelligente Reiseempfehlungen genutzt. Auch die Verbindung von Digitalisierung und Nachhaltigkeit birgt große Chancen, etwa durch CO₂-Tracker in Gästekarten, smarte Energielösungen oder transparente Umweltinformationen in digitalen Kanälen.

Eine besondere Rolle spielt dabei das Thema Künstliche Intelligenz. Der TVE hat hierzu bereits einen eigenen KI-Leitfaden erstellt und alle Mitarbeitenden im Rahmen einer KI-Kompetenzschulung zertifiziert. Damit wird die Grundlage gelegt, KI als unterstützende Technologie gezielt im Arbeitsalltag einzusetzen, etwa zur Content-Erstellung, für Datenanalysen oder für eine effizientere Gästekommunikation. Parallel wird geprüft, wie KI-Lösungen an die Verbandsmitglieder weitergegeben und in deren Betriebe integriert werden können, um ihnen Wettbewerbsvorteile und praxisnahe Hilfestellungen zu bieten. Damit positioniert sich der TVE frühzeitig als Impulsgeber und Kompetenzträger in einem Feld, das die touristische Wertschöpfungskette in den kommenden Jahren entscheidend prägen wird.

Diese Entwicklung birgt jedoch auch Risiken. Kleinere Betriebe oder ehrenamtlich geführte Einrichtungen könnten durch mangelnde Ressourcen abgehängt werden. Unvollständige oder unzureichend gepflegte Daten gefährden die Qualität des Gesamtangebots. Auch Datenschutz und IT-Sicherheit stellen daher sensible Handlungsfelder dar, die kontinuierliche Aufmerksamkeit erfordern. Gleichzeitig besteht die Gefahr einer wachsenden Abhängigkeit von großen Plattformen, die eigene Spielregeln definieren.

Um die Chancen der Digitalisierung zu nutzen und gleichzeitig Risiken zu begrenzen, werden folgende Schwerpunkte empfohlen: Im TVE sollte eine zentrale Digitalisierungskoordination aufgebaut werden, die einheitliche Standards definiert und die Partner fachlich begleitet. Ergänzend dazu braucht es ein strukturiertes Daten-Qualitätsmanagement mit klaren Zuständigkeiten und regelmäßigen Überprüfungen. Die digitalen Kompetenzen in den Betrieben sollen durch E-Learning, Webinare und den Austausch guter Beispiele gezielt gestärkt werden. Zudem sollten „Innovationsräume“ geschaffen werden, in denen neue digitale Angebote, wie z. B. AR-Anwendungen im Welterbe-Kontext (z. B. Erlebnisweg mit Tatock) oder Lösungen für eine smarte Besucherstromlenkung, erprobt werden können. Perspektivisch ist außerdem die Verbindung von Nachhaltigkeit, Künstlicher Intelligenz und Digitalisierung zu intensivieren, beispielsweise durch CO₂-Tracking oder digitale Mobilitätsangebote. So entsteht eine strategische Vision, die das Erzgebirge bis 2030 als digitale und zugleich nachhaltige Destination positioniert – modern, inklusiv, innovativ und konsequent am Nutzen für Gäste und Partnerbetriebe orientiert.

Buchbarkeit der Angebote:

Im Jahr 2020 standen noch keine online buchbaren Angebote zur Verfügung. In den vergangenen eineinhalb Jahren wurde intensiv daran gearbeitet, für jedes Produkt ein bis drei buchbare Angebote zu entwickeln und auf der Homepage sichtbar zu machen. Diese können nun direkt online reserviert und bezahlt werden. Auch im Erlebnisbereich hat sich das Angebot deutlich erweitert. Regelmäßig kommen neue buchbare Erlebnisse hinzu. Auch wurde der Shop neu aufgestellt, mit Produkten nach den Produktlinien des TVE sortiert und mit der Möglichkeit, online zu bezahlen. Die Shop-Nutzung ist dadurch merklich gestiegen.

Der TVE nimmt für die digitale Weiterentwicklung der Region auch die „Digitalisierungsoffensive“ des LTV wahr, um die digitale Transformation der touristischen Akteure im Erzgebirge wirkungsvoll voranzutreiben. Die Zusammenarbeit geht über Empfehlungsmarketing hinaus und unterstützt Betriebe dabei, digitale Kompetenzen aufzubauen, Prozesse zu optimieren und ihre Sichtbarkeit nachhaltig zu verbessern. Die Themen reichen von Online-Sichtbarkeit und digitaler Barrierefreiheit über KI und digitale Kommunikation bis hin zu Tools für betriebliche Abläufe. Besonders geschätzt wird der praxisnahe Ansatz „kleine, machbare Schritte“, der Hemmschwellen abbaut und Betriebe motiviert, Digitalisierung aktiv anzugehen. Ergänzend haben sachsenweit

über 100 Digital-Impulse, Dialoge und Netzwerkveranstaltungen mehr als 5.000 Teilnehmende erreicht (davon über 800 im Jahr 2025).

Darüber hinaus nutzt der TVE die Beratungsangebote der TMGS, die gezielt auf die Bedürfnisse der DMO und ihrer Partner zugeschnitten sind. Durch diese effiziente Bündelung landesweiter Expertisen entsteht ein Mehrwert für die Region. So werden Prozesse strukturierter gestaltet, Kompetenzaufbau wird beschleunigt und die digitale Wettbewerbsfähigkeit der Betriebe nachhaltig gestärkt. Der TVE bringt relevante Formate in die Region, unterstützt Wissenstransfer und Vernetzung und trägt maßgeblich zur Professionalisierung der touristischen Leistungsträger bei.

Durch diese konsequente Weiterentwicklung digitaler Strukturen und Kompetenzen stärkt das Erzgebirge seine Wettbewerbsfähigkeit nachhaltig, d.h. Betriebe verbessern ihre digitale Präsenz, professionalisieren interne Abläufe und erhöhen ihre Markt- und Gästeorientierung. Der TVE fungiert dabei als strategischer Partner bzw. Multiplikator, der digitale Innovationen in die Fläche bringt und die Zukunftsfähigkeit des Tourismus im Erzgebirge stärkt.

2.3.3 Nachhaltigkeit

Die „Erlebnisheimat Erzgebirge“ verfolgt im Rahmen ihrer Destinationsstrategie 2030 einen klaren Kurs hin zu einem zukunftsfähigen, ressourcenschonenden und sozial verantwortungsvollen Tourismus. Dabei wird Nachhaltigkeit nicht nur als Ziel, sondern als elementarer Bestandteil der gesamten touristischen Entwicklung verstanden.



Im März 2025 erhielt die Destination Erzgebirge die Zertifizierung als nachhaltiges Reiseziel durch TourCert. Damit reiht sich die Region als dritte Destination Sachsens in diese zukunftsgerichtete Auszeichnung ein (siehe www.erzgebirge-tourismus.de/nachhaltigkeit). Dieser Erfolg basiert auf einer fundierten Analyse, intensiven Schulungsmaßnahmen und der aktiven Beteiligung von 22 Partnerbetrieben des TVE.

Ein zentrales Element der nachhaltigen Entwicklung ist der im November 2024 gegründete Nachhaltigkeitsrat der Destination Erzgebirge. Das zehnköpfige Gremium setzt sich aus Vertretern der Bereiche Naturschutz, Energie-, Tourismus-, Finanz-, Gesundheits- und Kulturwirtschaft sowie der Landkreisverwaltung zusammen. Es berät, begleitet und überwacht die nachhaltige Entwicklung des Tourismus in der Region.

Die DMO fördert aktiv den Ausbau eines regionalen Nachhaltigkeitsnetzwerks. Im Fokus stehen die Sensibilisierung der touristischen Akteure für nachhaltige Praktiken, die Förderung nachhaltiger Mobilitätsangebote und die Unterstützung regionaler Wirtschaftskreisläufe. Darüber hinaus wird das Netzwerk an nachhaltigen Partnerbetrieben (TourCert) kontinuierlich weiter ausgebaut.

Zudem wird die Arbeit des Nachhaltigkeitsrates und des Partnerbetriebsnetzwerkes verstärkt über verschiedene Kommunikationskanäle kommuniziert, um nachhaltige Initiativen aus der Region sichtbar und erlebbar zu gestalten.

Der TVE setzt auf regenerative Ansätze im Tourismus, die über die reine Ressourcenschonung hinausgehen. Dazu gehört die Förderung von Angeboten, die die lokale Kultur und Natur aktiv erhalten und weiterentwickeln. Beispielsweise werden nachhaltige Mobilitätskonzepte wie E-Bike-Verleihsysteme und umweltfreundliche Unterkünfte unterstützt. Zudem wird die Zusammenarbeit mit lokalen Produzenten und Handwerkern gestärkt, um regionale Wertschöpfungsketten zu fördern. Um die nachhaltige Entwicklung weiter voranzutreiben, bietet der TVE eine E-Learning-Plattform an, die speziell auf die Bedürfnisse touristischer Leistungsträger zugeschnitten ist. Die Lerninhalte decken ein breites Spektrum ab, darunter Themen wie Nachhaltigkeit, Digitalisierung und Servicequalität. Zudem finden regelmäßig Veranstaltungen wie der Tourismustag statt, die ganz im Zeichen von Nachhaltigkeit und Zukunftswerten stehen.

Die Destination Erzgebirge hat mit der Zertifizierung als nachhaltiges Reiseziel einen wichtigen Meilenstein erreicht. Doch der Weg zu einem nachhaltigen Tourismus geht weiter. Gemeinsam mit Partnern, Kommunen und Leistungsträgern wird der TVE die eingeschlagene Richtung konsequent fortsetzen, um das Erzgebirge als nachhaltige und verantwortungsbewusste Reiseregion weiter voranzubringen. Die DMO Erzgebirge orientiert ihre nachhaltige Entwicklungsstrategie an den Leitlinien des sächsischen Grundlagenpapiers „Nachhaltigkeit im Tourismus in Sachsen“. Durch die Ausrichtung und Umsetzung der Handlungsfelder, die von Qualitätsstandards bis zu regionalen Netzwerken definiert wurden, stärkt sie die Zusammenarbeit der Akteure und sichert die zukunftsfähige Entwicklung der gesamten Region.

2.3.4 Barrierefreiheit

Die Destination Erzgebirge steht für Offenheit und Zugänglichkeit, auch für Menschen mit Einschränkungen oder besonderen Bedürfnissen. Viele touristische Sehenswürdigkeiten und Einrichtungen sind barrierefrei nutzbar und entsprechend gekennzeichnet. Über die Kommunikationskanäle wird informiert, um allen Gästen den Zugang zu erleichtern. Auf der Homepage des Tourismusverbandes Erzgebirge e.V. bietet die Informationsseite „Das Erzgebirge barrierefrei erleben“ einen strukturierten Überblick. Die dort gelisteten Angebote entstammen der Broschüre „Sachsen barrierefrei“ der Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen. Aufgenommen werden ausschließlich Einrichtungen, die vor Ort sorgfältig und durch einen unabhängigen Projektkoordinator auf ihre Barrierefreiheit geprüft wurden. Gleichzeitig besteht in der Region noch Entwicklungspotenzial, das in den kommenden Jahren Schritt für Schritt weiter vorangetrieben wird, um das Angebot noch barrierefreier zu gestalten.

Neben der baulichen und inhaltlichen Barrierefreiheit rückt zunehmend auch die digitale Zugänglichkeit in den Fokus. Der TVE hat hierzu eine eigene Barrierefreiheitserklärung auf der Website ergänzt und arbeitet eng mit dem Partner Eye-Able zusammen. Eye-Able bietet innovative Softwarelösungen, die es Nutzern ermöglichen, digitale Inhalte individuell an ihre Bedürfnisse anzupassen, etwa durch Vorlesefunktionen, Kontrasteinstellungen oder vereinfachte Navigation.

Für die Website wurde ein umfassendes Audit zur digitalen Barrierefreiheit erstellt. Die betreuende Agentur Shapefruit setzt die darin enthaltenen Maßnahmen um, sodass die wesentlichen Voraussetzungen für digitale Barrierefreiheit bereits weitgehend erfüllt sind. Parallel dazu wurde ein internes Webinar für die Verbandsmitglieder durchgeführt, um auch die Partnerbetriebe für das Thema zu sensibilisieren und praxisnah zu unterstützen. Weitere Maßnahmen, wie die systematische Ergänzung von Bildbeschreibungen (Alt-Attributen) und die stärkere Integration von leichter Sprache und Übersetzungen, werden fortlaufend umgesetzt. Auch bestehende Flyer und Broschüren, die Gästen als PDF zur Verfügung stehen, werden nach und nach barrierefrei aufbereitet, um eine stete Zugänglichkeit über alle Kommunikationsmittel hinweg sicherzustellen.

Die digitale Barrierefreiheit bleibt ein dynamisches Handlungsfeld. Zukünftig sollen unter anderem folgende Ansätze verfolgt werden:

- Ausbau der leichten Sprache für zentrale Inhalte auf Website und in Printmaterialien
- erweiterte barrierefreie Multimedia-Angebote, z. B. durch Audioguides, Videos mit Untertiteln oder Gebärdensprach-Elemente
- Integration barrierefreier Daten in Buchungs- und Informationssysteme (z. B. Outdooractive, Komoot, feratel Deskline), um Gästen bereits bei der Reiseplanung transparente Informationen zu bieten
- Schulungs- und Beratungsangebote für Partnerbetriebe, damit Barrierefreiheit entlang der gesamten Servicekette gewährleistet wird
- regelmäßige Audits und Monitoring zur Sicherstellung der Qualitätsstandards.

Somit wird das Thema Barrierefreiheit, sowohl analog als auch digital, zu einem festen Bestandteil der Destinationsentwicklung und trägt dazu bei, die Erlebnisheimat Erzgebirge für alle Gäste zugänglich zu machen.

2.4 Tourismusmarketing

2.4.1 Wettbewerber-Analyse

Als Datengrundlage für die Wettbewerberanalyse wird die Studie Destination Brand 2023 (siehe Abbildung 8) herangezogen. Sie zeigt, wie Mittelgebirge und Gebirgslandschaften als Tourismus- und Lebensraum wahrgenommen werden und welche Themen für Gäste besonders relevant sind.

Ranking der untersuchten Urlaubsaktivitäten zum allgemeinen Interessentenpotenzial

Rang		% der Fälle	Rang		% der Fälle	Rang		% der Fälle
1	Entspannen und ausruhen	75%	16	Städtereise mit aktiver Erholung unternehmen	48%	31	Gesundheitsangebote nutzen (selbstzahlend, nicht Kur)	33%
2	Sich in der Natur aufhalten	69%	17	Wellnessangebote nutzen	45%	32	Weinreise machen	33%
3	Regionale Produkte entdecken / regionale Küche genießen	65%	18	Kulturelle Einrichtungen besuchen / Kulturangebote nutzen	44%	33	Barrierefreien Urlaub / barrierefreie Reise machen	33%
4	Kulinarische / gastronomische Spezialitäten genießen	65%	19	Urlaub auf dem Lande verbringen	42%	34	Luxusangebote wahrnehmen	33%
5	Sich am Wasser aufhalten	63%	20	Museen / Ausstellungen / Kunstmuseen besuchen	42%	35	Angebote zur Industriekultur besuchen	31%
6	Baden und am Strand aufhalten	62%	21	Lebendige „Szene“ erleben	41%	36	Campingurlaub / Caravaningurlaub / Reisemobilurlaub machen	29%
7	Städtereise unternehmen	59%	22	UNESCO Welterbestätten besuchen	41%	37	Wassersport ausüben (nicht Segeln)	29%
8	(Klein-) städtisches Flair / Atmosphäre genießen	57%	23	Nachhaltigen Urlaub / nachhaltige Reise machen	40%	38	Mountainbike fahren	27%
9	Gärten / Parks besuchen	55%	24	Events besuchen	39%	39	Wintersport ausüben	26%
10	Burgen, Schlösser & Dome besuchen	52%	25	Kultur- / Musikfestivals besuchen	38%	40	Motorrad fahren	24%
11	Sich aktiv im und am Wasser aufhalten	51%	26	Rad fahren (nicht Mountainbike fahren)	38%	41	Einen Workation-Aufenthalt durchführen	23%
12	Schlösser, Herrenhäuser, Parks & Gärten besuchen	51%	27	Familienangebote nutzen	38%			
13	Weihnachtsmärkte besuchen	50%	28	Sportlich aktiv sein	36%			
14	Wandern	48%	29	Zeitgenössische / Moderne Kultur erleben	35%			
15	Shoppingmöglichkeiten nutzen	48%	30	Film- und Drehorte besuchen	33%			

Quelle: inspektour (international) GmbH, 2023

Basis: Alle Befragte im QM Deutschland (n = 15.000)
Top-Two-Box auf einer Skala von „5 = sehr großes Interesse“ bis „1 = gar kein Interesse“, Angabe in % der Befragten

Abb. 8: Wettbewerber-Analyse aus Studienreihe Destination Brand 2023 der Unternehmen inspektour (international) GmbH / DITF der FH Westküste

Dabei bestätigt sich für den Quellmarkt Deutschland eine hohe Bedeutung natur- und kulturbezogener Aktivitäten: Aufenthalt in der Natur, das Entdecken regionaler Produkte sowie der Genuss regionaler Küche rangieren unter den wichtigsten Interessen. Auch Wandern, Weihnachtsmärkte und Wellness zählen zu den Top-Aktivitäten.

Im bundesweiten Vergleich erreicht das Erzgebirge beim Kriterium „attraktive Landschaft/ Natur“ den 24. Platz. Dies unterstreicht die grundsätzliche Stärke der Region als naturnahe Destination, weist aber auch darauf hin, dass im Wettbewerbsumfeld weiterer Bedarf besteht, die Besonderheiten der Landschaft und die Erlebnisqualität stärker zu profilieren.

Die Studie zeigt zugleich, dass emotionale Aufladung und klare Themenführung, insbesondere bei Naturerlebnissen, Aktivangeboten, Kulinarik und regionalen Traditionen, zentrale Faktoren bleiben, um sich im Mittelfeld deutscher Mittelgebirgsregionen klarer zu positionieren.

Die Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (FUR) hat zentrale Ergebnisse der Reiseanalyse 2025 vorgestellt. Die jährlich erhobene Studie gilt seit über fünf Jahrzehnten als die umfassendste und detaillierteste Untersuchung zum Urlaubsreiserhalten der Deutschen. Die FUR-Reiseanalyse 2025 bestätigt diesen Trend: Deutschland bleibt das beliebteste Reiseziel, mit wachsender Bedeutung kürzerer Reisen, flexibler Mobilitätsformen und digitaler Inspiration. Nachhaltige, naturnahe und regional geprägte Angebote gewinnen an Relevanz, ebenso wie individuelle Formen des Aktivurlaubs. Diese Entwicklungen sind für das Erzgebirge besonders relevant, da sie direkt an den regionalen Werten, der Positionierung und den bestehenden Produktlinien anknüpfen.

2. Analyse und Zieldefinition für die Destination

 DB23 „hohe Nachhaltigkeit“	% der Befragten*	 DB23 „attraktive Landschaft / Natur“	% der Befragten*	 DB23 „hohe Attraktivität“	% der Befragten*
1 Ostsee	18,0%	1 Bayern	29,9%	1 Berlin	18,8%
2 Bodensee	17,4%	2 Ostsee	21,2%	2 Allgäu	17,8%
3 Nordsee	14,1%	3 Nordsee	18,1%	3 Hamburg	17,1%
4 Bayerischer Wald	13,0%	4 Schwarzwald	14,2%	4 München	15,1%
5 Berlin	11,9%	5 Harz	8,1%	5 Ostsee	13,9%
6 Bayern	10,8%	6 Berlin	7,5%	6 Bayern	13,4%
7 Schwarzwald	10,5%	7 Alpen	6,4%	7 Nordsee	12,1%
8 Lüneburger Heide	9,5%	8 Säch. Schweiz / Elbsandsteingebirge	6,2%	8 Schwarzwald	7,7%
9 Hamburg	7,0%	9 Bodensee	5,5%	9 Dresden	7,0%
9 München	7,0%	9 Hamburg	5,5%	10 Sylt	5,1%
11 Harz	5,5%	11 Allgäu	4,6%	15 Bayerischer Wald	3,4%
12 Allgäu	5,0%	11 Bayerischer Wald	4,6%	17 Alpen	3,1%
16 Alpen	2,6%	15 Eifel	3,5%	17 Harz	3,1%
18 Eifel	2,4%	24 Erzgebirge	1,7%	23 Spessart	2,0%
18 Säch. Schweiz / Elbsandsteingebirge	2,4%				
21 Vogtland	2,0%				
23 Thüringer Wald	1,8%				

Quelle: Alle Befragte im Quellmarkt DE mit gültigen Antworten (n = min. 50). * Mehrfachnennungen möglich, in % der Befragten

Abb. 9: Wettbewerber-Analyse aus Studienreihe Destination Brand 2023 der Unternehmen inspektour (international) GmbH / DITF der FH Westküste

Die in Abbildung 10 tabellarisch dargestellte Besucherbereitschaft zeigt, dass das Erzgebirge bei Kurzurlaube weiterhin eine starke Position einnimmt (Top 5), während bei längeren Urlaubsreisen ein solides, entwicklungsfähiges Niveau erreicht wird. Dies verdeutlicht, die Region ist im Wettbewerb der deutschen Mittelgebirge gut verankert, besitzt aber insbesondere bei Reisen mit höherem Erlebnisanspruch und längerer Aufenthaltsdauer weiteres Potenzial.

Top 10	Besucherbereitschaft Kurzurlaube (nächsten 3 Jahre); Quellmarkt Deutschland	Besucherbereitschaft längere Urlaube (nächsten 3 Jahre); Quellmarkt Deutschland
1	Schwarzwald	Schwarzwald
2	Allgäu	Bayrischer Wald
3	Bayrischer Wald	Allgäu
4	Erzgebirge	Tirol
5	Eifel	Thüringer Wald
6	Harz	Erzgebirge
7	Hochschwarzwald	Die Region um Feldberg/Titisee/Schluchsee/Hinterzarten
8	Thüringer Wald	Harz
9	Schwäbische Alb	Salzburger Land
10	Zugspitzregion	Eifel

Abb. 10: eigene Darstellung angelehnt an Konkurrenzanalyse dt. Mittelgebirge u. Alpenregionen (Quelle: Destination Brand 2020, inspektour (international) GmbH/ DITF d. FH Westküste 2020)

2.4.2 Zielgruppen- und Quellmarktstrategie

Für die zukünftige Ausrichtung des Tourismusmarketings orientiert sich der TVE an einer klaren, wertebasierten *Zielgruppenstrategie*, die sowohl mit den Vorgaben des Landesmarketings als auch mit den regionalen Stärken des Erzgebirges übereinstimmt. Grundlage dafür ist der Wertekorridor der Mitte, in dem drei Milieus verortet sind, die eine hohe Passfähigkeit zu den Angeboten, Werten und Entwicklungspotenzialen der Region aufweisen.

Kernzielgruppe sind dabei die Postmateriellen. Sie bevorzugen eine bewusste, qualitätsorientierte und authentische Art des Reisens, schätzen Naturverbundenheit, kulturelle Tiefe, regionale Produkte, Handwerk, Achtsamkeit und stimmige Orte. Diese Werte und Bedürfnisse spiegeln das Profil des Erzgebirges in besonderer Weise wider und bieten ein hohes Zukunftspotenzial, insbesondere durch die starke Nachfrage nach sinnhaften, nachhaltigen und achtsamen Reiseformen.

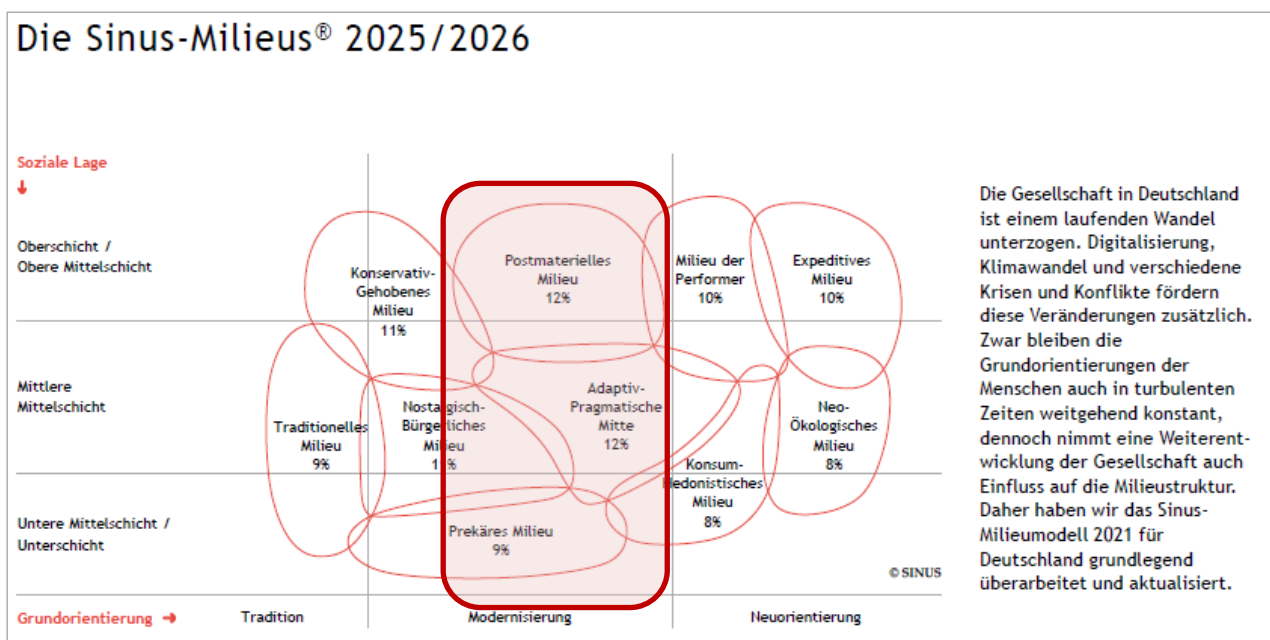


Abb. 11: Sinus-Milieus 2025/ 2026 (Quelle: sinus Infopaket „Basis“ 2025/2026 für TVE)

Ergänzend dazu werden zwei weitere Milieus im Wertekorridor der Mitte strategisch mitbedient:

- die Adaptiv-Pragmatische Mitte, die verlässliche Qualität, unkomplizierte Nutzung, gute Orientierung und alltagsnahe Erlebnisse sucht,
- sowie die Nostalgisch-Bürgerliche Mitte, die sich durch eine starke regionale Bindung, Wertschätzung von Traditionen, Handwerk, Verlässlichkeit und klaren Strukturen auszeichnet.

Diese beiden Milieus teilen zentrale Werte mit der Kernzielgruppe, insbesondere Regionalität, Verlässlichkeit, Naturbezug und Authentizität. Deshalb können sie ohne eigene Zielgruppenstrategie, sondern über die gemeinsame Wertebasis erreicht werden. Dadurch bleibt die Kommunikation fokussiert und konsistent, ohne weitere Komplexität oder Streuverluste zu erzeugen.

Aus der Zielgruppenstrategie leitet der TVE drei Grundprinzipien ab:

1. Fokussierung auf die postmaterielle Kernzielgruppe mit hoher Passfähigkeit zu den Leitprodukten und Stärken der Region
2. Anschlussfähigkeit zu adaptiv-pragmatischen und nostalgisch-bürgerlichen Gästesegmenten, die über Werte, Produkte und Atmosphäre natürlich mitgenommen werden
3. Kohärenz in Produktentwicklung, Kommunikation, Qualität und Angebotsgestaltung, damit die Bedürfnisse der Zielgruppen entlang des gesamten Reiseverlaufs erkennbar berücksichtigt werden.

Diese Strategie schafft die Grundlage für eine klare Positionierung des Erzgebirges und unterstützt eine effiziente Zusammenarbeit mit der TMGS, da die regionalen Zielgruppen mit den landesweiten Marketinglinien kompatibel bleiben und gleichzeitig eine klare Profilierung der Destination ermöglichen.

Für die *Quellmarktstrategie* orientiert sich der TVE an einer klaren und realistischen Einschätzung der Marktpotenziale. Der deutsche Markt bildet dabei weiterhin den primären Herkunftsmarkt und ist aufgrund der hohen Nachfrage, des starken Kurzreisetrends sowie der kulturellen und geografischen Nähe der wichtigste Wachstumstreiber. Die größten Potenziale ergeben sich aus den Bundesländern Sachsen, Thüringen, Bayern, Berlin und Brandenburg, insbesondere für naturnahe Erholung, Kultur- und Handwerkserlebnisse sowie den saisonalen Höhepunkt der Weihnachtszeit.

Neben dem deutschen Markt werden ausgewählte internationale Quellmärkte gezielt adressiert, wie z.B. Österreich, die Schweiz, Tschechien und die Niederlande. Diese Märkte zeigen eine hohe Affinität zu Natur- und Kulturerlebnissen, zur Weihnachtskultur, zum traditionellen Handwerk sowie zu hochwertigen, individuellen Reiseformen. Die Ansprache erfolgt inhaltlich fokussiert, wertorientiert und im Einklang mit den Erwartungen der Zielgruppen im Wertekorridor der Mitte.

Die internationale Vermarktung wird vorrangig über die Kanäle der TMGS und der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) unterstützt und durch thematisch passende Partnerschaften ergänzt. Dabei stehen nicht Reichweitenmaximierung, sondern Passfähigkeit, Themenfokus und Effizienz im Vordergrund.

Für den Bereich Familienurlaub bilden die angrenzenden Bundesländer weiterhin einen stabilen und wichtigen Markt, insbesondere für Tagesausflüge, Wochenendreisen und saisonale Höhepunkte. Gleichzeitig bleibt die strategische Kommunikation auf jene Themen konzentriert, die mit

der Werteorientierung der Destination kompatibel sind, um ein stimmiges Gesamtbild zu gewährleisten.

Insgesamt zielt die Quellmarktstrategie auf eine ausgewogene Balance zwischen regionaler Stärke, nationaler Sichtbarkeit und gezielter internationaler Profilierung ab, die die Positionierung des Erzgebirges im Wettbewerb langfristig unterstützt.

Identifikation von Alleinstellungsmerkmalen:

Die Alleinstellungsmerkmale des Erzgebirges leiten sich aus dem ab, was die Region im Kern ausmacht. Wettbewerbsfähigkeit entsteht dabei nicht durch aufgesetzte Positionierungen, sondern durch die konsequente Fokussierung auf die gelebte Identität der Destination, d.h. auf die Werte, die das Erzgebirge seit vielen Jahren prägen und bereits in der bestehenden Strategie verankert sind. Diese Werte bilden das Fundament für die Positionierung und zeigen, wie sich das Erzgebirge anfühlt und was Gäste hier erleben können. Sie lassen sich anhand von vier inhaltlichen Clustern wie folgt beschreiben:



Abb. 12: Auszug aus dem Leitbild der DMO

Auf dieser wertebasierten Grundlage werden die Alleinstellungsmerkmale des Erzgebirges klar erkennbar. Sie spiegeln die gewachsenen Stärken der Region wider, wie bspw. das traditionelle erzgebirgische Handwerk mit seiner besonderen Authentizität, die weltweit bekannte Holzkunst

und Weihnachtstraditionen, das UNESCO-Welterbe Montanregion Erzgebirge/Krušnohoří sowie eine Landschaft, die Naturerleben und Kulturgeschichte in besonderer Nähe verbindet. Diese Merkmale sind nicht konstruiert, sondern Ausdruck einer tief verwurzelten Identität.

Gleichzeitig fügen sich diese Stärken in die übergeordneten Leitkategorien der TMGS („Kultur & Städte“, „Aktiv & Natur“, „Familie“) ein und unterstützen eine konsistente Vermarktung auf Landesebene. Die Fokussierung auf die authentischen Besonderheiten der Region ermöglicht es, Ressourcen zu bündeln, Synergien zwischen den Produktlinien zu nutzen und eine glaubwürdige Markenwahrnehmung aufzubauen. So entsteht für das Erzgebirge eine natürliche Positionierung als traditionsreiche, zugleich zeitgemäße und zukunftsorientierte Erlebnisheimat, in der kulturelle Tiefe, natürliche Vielfalt und menschliche Herzlichkeit ein stimmiges Gesamtbild ergeben.

2.4.3 SWOT-Analyse der DMO

Die nachfolgende SWOT-Analyse fasst die wesentlichen internen und externen Faktoren zusammen, die die zukünftige Entwicklung der Destination Erzgebirge prägen. Sie ermöglicht eine ganzheitliche Bewertung der aktuellen Ausgangslage und zeigt, in welchen Bereichen strategische Maßnahmen ansetzen müssen, um die definierten Ziele wirksam umzusetzen.

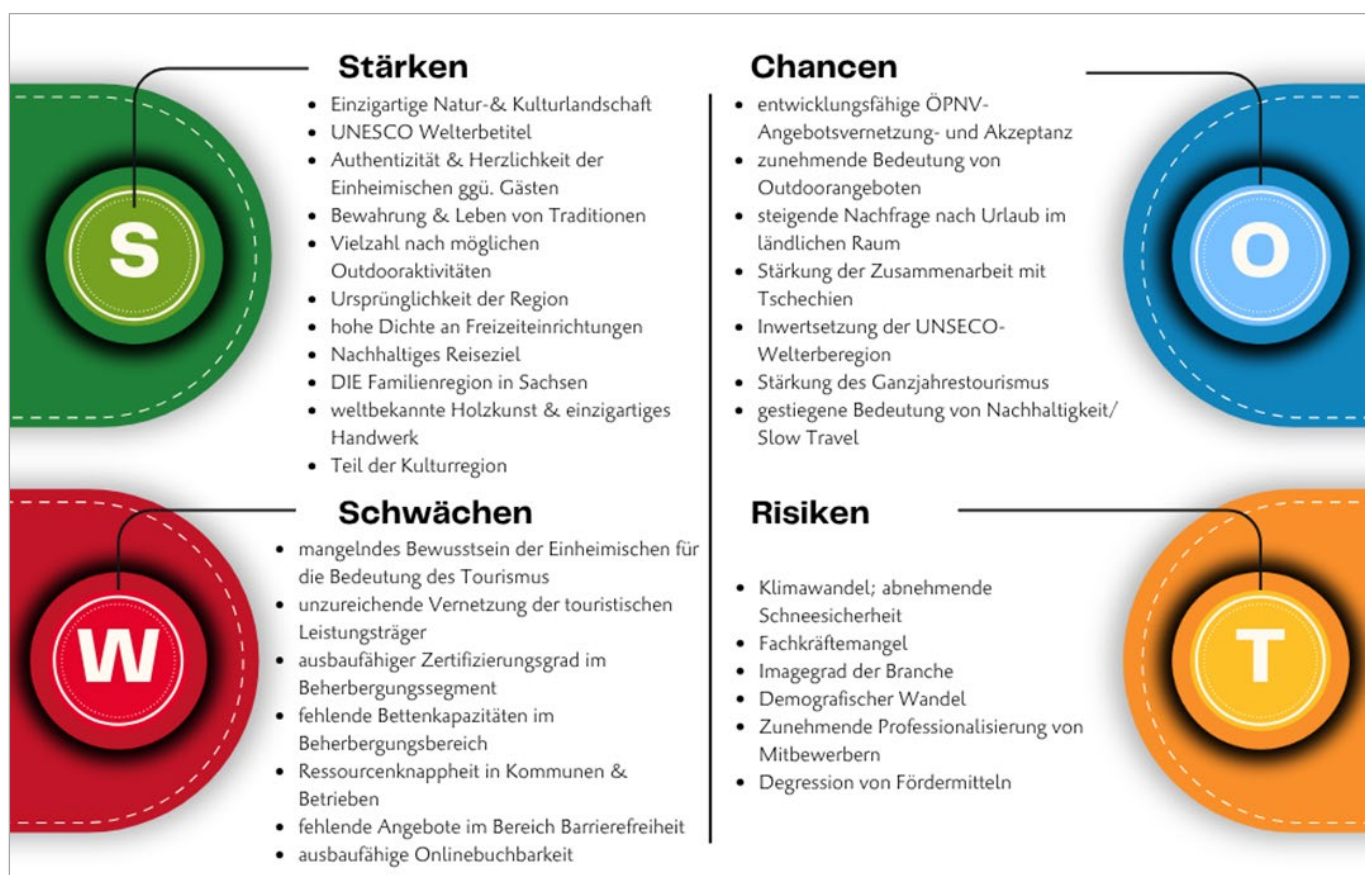


Abb. 13: SWOT-Analyse der DMO

Die Analyse verdeutlicht, dass die Region über starke identitätsstiftende Ressourcen verfügt, insbesondere im Zusammenspiel von Natur, Kultur und traditionellem Handwerk, gleichzeitig jedoch vor strukturellen Herausforderungen steht, die angesichts sich wandelnder Marktbedingungen und gesellschaftlicher Trends konsequent adressiert werden müssen. Die Chancen, die sich aus überregionalen Entwicklungen, veränderten Gästee Erwartungen und der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit ergeben, bieten ein hohes Potenzial, die Destination als leistungsfähige, nachhaltige und ganzjährig attraktive Tourismusregion weiter zu profilieren.

2.4.4 Elemente des Marktforschungssystems

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

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

Folgende wichtige Basisbausteine der Marktforschung werden kontinuierlich eingesetzt:

- Amtliche Beherbergungsstatistik
- TRIX
- Destination Brand
- FUR-Reiseanalyse
- Rad- und Wanderstudien
- Erhebung der Besucherzahlen in Freizeiteinrichtungen
- Bewertungsportale und Feedbackabfragen
- Kompetenzstudie Deutschlandtourismus (DTV & dwif)

3. Marketingstrategie der Destination

3.1 Strategische Geschäftsfelder der DMO

Die Marketingstrategie der Destination Erzgebirge definiert die Grundlagen dafür, wie die Region nach außen sichtbar wird und welche Schwerpunkte in der Produktentwicklung, Angebotsgestaltung und Kommunikation gesetzt werden. Ziel ist es, ein konsistentes, unverwechselbares und für Gäste nachvollziehbares Profil zu schaffen, das die Identität des Erzgebirges widerspiegelt und im Wettbewerb klar positioniert.

Um dies sicherzustellen, bündelt der TVE seine Aufgaben und Aktivitäten in strategischen Geschäftsfeldern. Sie strukturieren die zentralen Handlungsräume der DMO, schaffen Orientierung und ermöglichen ein fokussiertes Vorgehen. Denn gerade in einer Region mit vielfältigen Themen und Angeboten ist es entscheidend, jene Bereiche zu stärken, die die größten Differenzierungspotenziale besitzen und die Identität der Destination am stärksten transportieren.

Dabei richtet sich die Ausgestaltung der Geschäftsfelder konsequent nach den Bedürfnissen und Erwartungen der relevanten Zielgruppen im Wertekorridor der Mitte. Diese Zielgruppen schätzen besonders jene Werte, für die das Erzgebirge stehen, wie z.B. Authentizität, Naturverbundenheit, kulturelle Tiefe, regionale Qualität und stimmige Erlebnisse. Die Geschäftsfelder setzen daher dort an, wo diese Werte erlebbar werden, und bilden die Grundlage für die späteren Produktprinzipien und Produktlinien.

3.1.1 Produktprinzipien

Die Produktprinzipien der Destination Erzgebirge bilden die verbindliche Grundlage dafür, wie Angebote erarbeitet, weiterentwickelt und kommuniziert werden. Sie leiten sich unmittelbar aus den bestehenden Werten der Region sowie den Bedürfnissen der relevanten Zielgruppen im Wertekorridor der Mitte ab. Dadurch beschreiben sie nicht das „Was“ eines Angebots, sondern das „Wie“, also die Art und Weise, wie das Erzgebirge erlebbar wird und wie sich die regionalen Besonderheiten konsistent widerspiegeln. Als strategisches Instrument dienen die Produktprinzipien als Orientierung und Qualitätsmaßstab. Sie ermöglichen es, bestehende Angebote zu überprüfen, Profilierungen zu schärfen und neue Angebote zielgerichtet zu gestalten.

Die Produktprinzipien stellen sicher, dass die Ausgestaltung der Themen in der Region, wie Wandern, Radfahren oder kulturelle Erlebnisse, in einer Weise erfolgt, die zu den Werten, der Positionierung und den Erwartungen der Zielgruppe passt, das bedeutet authentisch, naturverbunden, genussorientiert, stimmig und im Einklang mit der regionalen Identität. Damit wirken die Produktprinzipien weit über die Produktentwicklung hinaus. Sie geben Orientierung für Kommunikation, Servicequalität, Wissensvermittlung und das Miteinander in der Destination. Durch ihre klare, leicht handhabbare Struktur sind sie ein wichtiges Werkzeug für Tourist-Informationen und Leistungsträger, da sie helfen, Entscheidungen zu treffen, Profile zu schärfen und Angebote anschlussfähig weiterzuentwickeln.

Nur Angebote, die diese Prinzipien in sich tragen und die charakteristischen Werte der Region transportieren, können langfristig zu Leitprodukten werden. Die Produktprinzipien schaffen damit die Grundlage für ein konsistentes, wiedererkennbares und für die Zielgruppen relevantes Erlebnisprofil der Destination.

Die vier Produktprinzipien lauten:



Das Runterfahr-Prinzip:

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



Das frische Ursprünglichkeits-Prinzip:

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



Das Erzgebirge-Wertigkeits-Prinzip:

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



Das neue Horizonte-Prinzip:

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

3.1.2 Produktlinien

Die Produktlinien strukturieren das touristische Angebotsportfolio der Destination und übersetzen die regionalen Werte sowie die Erwartungen der Zielgruppen in klar abgegrenzte Erlebnisbereiche. Sie bilden den Rahmen für Entwicklungsprioritäten, Leitprodukte und Vermarktungsschwerpunkte. Die bestehende Logik wird fortgeführt und auf Basis der Werte und Zielgruppenbedürfnisse präzisiert.

1. Natur erleben & Kraft tanken

Diese Produktlinie bündelt naturnahe Bewegungs- und Outdoorangebote, die auf bewusste, genussvolle und stimmige Naturerlebnisse ausgerichtet sind. Sie entwickelt die bisherige Produktlinie „Sportlich & Vital in (h)erzreicher Natur“ weiter, indem der Fokus stärker auf Naturverbundenheit, Ruhe, Leichtigkeit und individuelle Balance gelegt wird. Bewegung wird nicht leistungsorientiert verstanden, sondern als achtsame Form des Draußen-Seins im Einklang mit Landschaft und Rhythmus der Region. Zugleich spiegelt diese Produktlinie das breite Vital-Angebot der Kur- und Gesundheitsbäder im Erzgebirge wider – Orte, an denen Gäste neue Kraft schöpfen und nachhaltig zur Ruhe kommen können.

2. Handwerk & Weihnachten spüren

Diese Produktlinie stellt die erzgebirgische Weihnachtskultur und das lebendige traditionelle Handwerk als sinnlich erfahrbare, atmosphärische Kernthemen der Region in den Mittelpunkt.

Sie führt die bisherige Produktlinie „Traditions Handwerk & Weihnachtswunderland“ fort, interpretiert sie jedoch stärker wertebasiert: Werkstätten, Weihnachten, Lichterzeit, haptische Erlebnisse und regionale Handwerkskunst stehen im Vordergrund – authentisch, nahbar und ohne Überinszenierung. Weihnachten im Erzgebirge ist mehr als eine Jahreszeit – es ist ein Lebensgefühl. Es steht für gelebte Rituale, handgemachte Traditionen und eine Atmosphäre, die man nicht inszenieren kann. Die Weihnachtszeit gehört zur Identität der Region.

3. Faszination Bergbau & Kulturerbe

Diese Produktlinie greift das UNESCO-Welterbe, die Bergbaugeschichte und regionale Kulturschätze auf und verbindet sie zu bedeutungsvollen, emotional anschlussfähigen Erlebnissen. Sie baut auf der bisherigen Produktlinie „Erlebnis Bergbau & Kulturschätze“ auf, erweitert jedoch den Blick um narrative und atmosphärische Zugänge. Im Zentrum stehen Orte, die Geschichte spürbar machen, Perspektiven eröffnen und die Identität der Region in den Vordergrund stellen.

4. Zeitreisen & Technikgeschichte

Diese Produktlinie vereint Dampfbahnen, historische Mobilität, Maschinenkultur und technische Traditionen zu entschleunigten, atmosphärischen Erlebnissen. Sie entwickelt die bisherige Produktlinie „Eisenbahnromantik & Oldtimerträume“ weiter und rückt die technische Kulturgeschichte des Erzgebirges in einen breiteren, kulturhistorischen Kontext. Die Fahrt, die Bewegung und die Begegnung mit technischer Geschichte stehen stärker im Fokus als nostalgische Inszenierungen.

Die strategischen Geschäftsfelder der DMO basieren unmittelbar auf den in Kapitel 2.2 beschriebenen Zukunftsthemen der Destination. Die Analyse der bestehenden Angebotsstrukturen, der saisonalen Herausforderungen und der zentralen Entwicklungstreiber bilden das Fundament der strategischen Ausrichtung, d.h. von Aktivtourismus und Traditionshandwerk über Kurorte, Welterbe und Kulturhauptstadt-Impulse bis hin zu Digitalisierung, Mobilität, Nachhaltigkeit und Barrierefreiheit. Aus diesen Themenfeldern ergeben sich sowohl die Schwerpunkte der Produktentwicklung als auch die Anforderungen an Qualität, Kommunikationslogik und Zusammenarbeit im System. Die Geschäftsfelder greifen die identitätsprägenden Stärken der Region auf, richten sie konsequent an den Bedürfnissen der Zielgruppen aus und schaffen damit einen verbindenden Rahmen, der die in Kapitel 2.2 beschriebenen Zukunftsthemen in eine konsistente, strategisch handhabbare Struktur überführt. So entsteht ein klarer Zusammenhang zwischen Analyse, thematischen Potenzialen und den strategischen Leitlinien der Destination.

3.2 Einsatz der Marketinginstrumente im Marketing-Mix

Die Marketingaktivitäten der Erlebnisheimat Erzgebirge orientieren sich konsequent an den Werten der Region, den Bedürfnissen der relevanten Zielgruppen im Wertekorridor der Mitte und den abgeleiteten Produktprinzipien. Damit richtet sich der gesamte Marketing-Mix weniger an einer Vielzahl einzelner Maßnahmen aus, sondern folgt einem klaren strategischen Anspruch: Die Identität des Erzgebirges wird konsistent, glaubwürdig und in einer stimmigen Bild- und Erzählwelt vermittelt.

Im Zentrum steht ein Marketingverständnis, das die Region nicht inszeniert, sondern in ihren charakteristischen Qualitäten sichtbar macht, wie bspw. Ursprünglichkeit, kulturelle Tiefe, Naturverbundenheit, menschliche Nähe und eine wertige, entschleunigte Erlebniswelt. Diese Werte bilden die Grundlage dafür, wie Inhalte kuratiert, Geschichten erzählt und Kanäle ausgewählt werden. Der Marketing-Mix dient damit als verlängerter Arm der Produktprinzipien. Er übersetzt das „Wie“ der Destination in ein präzises kommunikatives Vorgehen.

Die Kommunikationsarbeit folgt einer klaren Priorisierung:

- Inhalte vor Reichweite – Die Tiefe und Qualität der Inhalte haben Vorrang vor reiner Quantität der Ausspielkanäle.
- Werte vor Werbedruck – Die Vermittlung regionaler Identität erfolgt mit Zurückhaltung und Sorgfalt, nicht über massenhafte Kampagnen.
- Zielgruppenrelevanz vor Themenfülle – Es werden jene Geschichten und Erlebnisräume kommuniziert, die besonders gut zu den Bedürfnissen der postmateriellen, adaptiv-pragmatischen und nostalgisch-bürgerlichen Zielgruppen passen.
- Produktlinien als Leitsystem – Die vier Produktlinien bilden die Struktur für Themen, Bildwelten, Storytelling und Medieneinsatz.

Auf dieser Basis setzt der TVE die Marketinginstrumente so ein, dass die Identität der Region in modernen Kanälen sichtbar wird, ohne an Authentizität zu verlieren.

Digitale Kommunikation steht im Mittelpunkt und fokussiert auf hochwertige Inhalte, stimmige Bildwelten, zurückhaltendes Storytelling und eine emotionale, wertebasierte Ansprache. Social-Media-Aktivitäten dienen weniger der Reichweitenmaximierung als der Präsentation atmosphärischer Eindrücke und kuratierter Geschichten, die das Lebensgefühl des Erzgebirges transportieren. Hochwertige Fotografien und Bewegtbilder werden gezielt für die Kommunikation der Produktlinien eingesetzt.

Printmaterialien werden weiterhin eingesetzt, jedoch in Form langlebiger, thematisch klar strukturierter und wertig produzierter Publikationen. Sie dienen als Orientierung für Gäste, vermitteln regionale Werte und unterstützen die Markenbildung. Durch längere Nutzungszeiträume tragen sie zugleich zur ressourcenschonenden Kommunikation bei.

Die Presse- und Medienarbeit bleibt ein zentraler Bestandteil des Marketing-Mix. Sie fokussiert sich auf qualitative Berichterstattung mit hoher thematischer Passung. Statt breiter Medienbenutzung liegt der Schwerpunkt auf gut kuratierten Geschichten, die die kulturelle und landschaftliche Besonderheit der Region transportieren.

Die Quellmarktkommunikation erfolgt differenziert. Während der deutsche Markt im Fokus steht, werden ausgewählte internationale Märkte, d.h. insbesondere die Niederlande, Schweiz, Österreich und Tschechien, situativ mit zielgruppenspezifischen Inhalten bespielt. Grundlage dafür sind jeweils die Produktlinien und deren relevante Erlebniswelten.

Kooperationen und Partnerkanäle, insbesondere mit der TMGS, der DZT sowie relevanten regionalen Partnern, werden gezielt genutzt, um Reichweite zu erhöhen und Synergien zu schaffen. Dazu zählt auch die Zusammenarbeit mit der neu entstandenen Reiseregion Chemnitz.Zwickau.Region, sofern thematische Überschneidungen, gemeinsame Projekte oder Zielgruppenbezüge eine Kooperation sinnvoll machen. Die Einbindung erfolgt dabei selektiv und inhaltlich begründet, mit Fokus auf Qualitäts- und Themenpassung.

Die Evaluierung und Steuerung erfolgt über Marktforschungsdaten, Zielgruppenanalysen und Quellmarktbeobachtungen. Die Erkenntnisse fließen in die jährlichen Marketingpläne ein, die die operative Ausgestaltung steuern und die effiziente Nutzung von Fördermitteln unterstützen.

3.3 Entwicklungsziele der DMO

Die Entwicklungsziele der DMO Erzgebirge bilden den strategischen Rahmen für die Destinationsarbeit bis 2030. Sie leiten sich aus den Werten der Region, den Bedürfnissen der Zielgruppen im Wertekorridor der Mitte (siehe 2.4.2 Sinus-Milieu) sowie den Produktprinzipien und -linien ab und greifen die Ergebnisse der Beteiligungsprozesse auf. Ziel ist es, die Destination als authentische, zukunftsfähige, digital kompetente und nachhaltig handelnde Erlebnisregion im Einklang mit den Bedürfnissen der Gäste, den Erwartungen der Partnerbetriebe und der Identität der Region zu stärken. Die Entwicklungsziele lauten:

1. Identität & Werte sichtbar machen

Die DMO stärkt bis 2030 die regionale Identität, indem sie die charakteristischen Werte des Erzgebirges, wie Ursprünglichkeit, kulturelle Tiefe, Regionalität, Menschlichkeit und Naturverbundenheit, konsequent in allen Bereichen der Destinationsarbeit verankert. Die Vermittlung dieser Werte erfolgt zurückhaltend, hochwertig und authentisch. Das Ziel ist eine klare, unverwechselbare Wahrnehmung der Region nach innen und außen zu schaffen.

2. Zielgruppenfokus schärfen & konsequent umsetzen

Die DMO richtet ihre Arbeit auf die Bedürfnisse der Zielgruppen im Wertekorridor der Mitte aus, d.h. an postmaterielle, adaptiv-pragmatische und nostalgisch-bürgerliche Gäste. Ihre Erwartungen an Qualität, Ruhe, Sinn, Atmosphäre, Herkunft und Natur werden zur Grundlage für die Produktentwicklung, Kommunikation und Zusammenarbeit mit Partnerbetrieben. Gleichzeitig werden etablierte Stammgäste weiterhin angesprochen, ohne die strategische Ausrichtung zu verwässern.

3. Produktentwicklung stärken & Produktlinien schärfen

Die vier Produktlinien, Natur erleben & Kraft tanken, Handwerk & Weihnachten spüren, Faszination Bergbau & Kulturerbe sowie Zeitreisen & Technikgeschichte, werden gezielt weiterentwickelt. Die verbindlichen Produktprinzipien dienen als Leitlinie für Angebote, Erlebnisse und Kommunikation. Ziel ist, profilierte Leitprodukte zu schaffen und bestehende Angebote zielgruppenkompatibel weiterzuentwickeln, ohne ihre regionale Authentizität zu verlieren.

4. Digitalisierung & Datenqualität systemisch ausbauen

Die DMO etabliert sich als zentrale Kompetenzstelle für digitale Qualität und Datenmanagement. Bis 2030 sollen strukturierte Daten für alle relevanten Angebote bereitgestellt, Open-Data-Standards in SaTourN konsequent umgesetzt, Onlinebuchbarkeit deutlich gesteigert, der digitale Reiseverlauf unterstützt und digitale Barrierefreiheit verbessert werden. KI, E-Learning und digitale Serviceangebote werden genutzt, um Betriebe und Kommunen zu befähigen und digitale Kompetenzen nachhaltig aufzubauen.

5. Nachhaltigkeit & Regeneration verankern

Die Destination verfolgt einen Ansatz, der über klassische Nachhaltigkeitsmaßnahmen hinausgeht und regenerative Elemente umfasst. Dazu gehören bspw. die Förderung regionaler Wertschöpfungsketten, der Erhalt kultureller Praktiken, eine naturverträgliche Besucherlenkung und die Schaffung klimastabiler Angebote. Die DMO berät den Nachhaltigkeitsrat, begleitet die Partnerbetriebe und verankert nachhaltiges Handeln als Standard in der touristischen Entwicklung.

6. Qualität, Service & Erlebnisgestaltung verbessern

Entlang der gesamten Gästereise werden Servicequalität und Gastgeberkultur weiterentwickelt. Digitale Weiterbildungen, E-Learning und regelmäßige Austauschformate unterstützen Leistungsträger dabei, qualitativ hochwertige, stimmige und zielgruppenorientierte Erlebnisse zu gestalten.

7. Kooperationen & Netzwerke strategisch ausbauen

Die DMO vernetzt regionale Akteure und fungiert als Impulsgeber und Koordinator. Partnerschaften mit TMGS, DZT und ausgewählten regionalen Partnern werden gezielt ausgebaut. Mit der Reiseregion Chemnitz.Zwickau.Region wird dort kooperiert, wo Themen, Projekte oder Zielgruppenbezüge dies sinnvoll machen.

8. Organisation & Arbeitsweise weiterentwickeln

Die DMO richtet ihre interne Struktur auf klare Verantwortlichkeiten, moderne Prozesse und eine lernorientierte Organisationskultur aus. Die Fähigkeit, komplexe Themen zu priorisieren, Ressourcen effizient einzusetzen und strategische Vorhaben dauerhaft zu begleiten, wird gestärkt. Ein besonderes Augenmerk liegt auf Transparenz, Kommunikation und der Entwicklung eines gemeinsamen Qualitäts- und Identitätsverständnisses im Team und bei Partnern.

4. Qualitätssicherung

4.1 Qualitätssicherung im Tourismusverband Erzgebirge e.V.

Eine hohe Angebots- und Servicequalität ist Voraussetzung für eine wettbewerbsfähige und langfristig erfolgreiche Destination. Deshalb misst der Tourismusverband Erzgebirge e.V. dem Thema Qualität, d.h. sowohl in der eigenen Organisation als auch bei den Leistungsträgern, einen hohen Stellenwert bei. Ziel ist es, den Qualitätsstandard in der Region kontinuierlich zu erhöhen und die Gästezufriedenheit nachhaltig zu steigern. Die Auswahl und Konzentration auf bestimmte Qualitätssiegel erfolgt in Abstimmung mit den Empfehlungen des LTV Sachsen.

Als Destinationsmanagementorganisation versteht sich der TVE als Vorreiter im Qualitätsmanagement. Seit 2008 nutzt der Verband das Qualitätsmanagementsystem „ServiceQualität Deutschland“. Auf dieser Basis werden jährlich Maßnahmen und Ziele für die interne und externe Qualitätsverbesserung definiert und objektiv überprüft. 2025 wurde der TVE erneut mit dem Siegel der Stufe II zertifiziert und bestätigt damit seinen hohen Eigenanspruch. Im Rahmen eines kontinuierlichen Verbesserungsprozesses werden Produkte und Angebote regelmäßig reflektiert, neu bewertet und an die sich wandelnden Erwartungen der Gäste angepasst. Die Instrumente aus der SQD-Zertifizierung haben sich dabei als zentrale Werkzeuge erwiesen. Die regelmäßige Re-zertifizierung bleibt eine feste Säule der Qualitätsarbeit.

Die Mitarbeiterzufriedenheit im TVE bestätigt die positive Arbeits- und Teamkultur. Die im Zuge des TourCert-Zertifizierungsprozesses durchgeführte Mitarbeiterbefragung ergab einen allgemeinen Zufriedenheitsindex von 77 % bei einer Rücklaufquote von 100 %. Besonders hoch wurden

Motivation (82 %) und Kooperationskultur (81 %) bewertet; Arbeitsbedingungen (76 %), Führungskultur (74 %) sowie Strategie, Strukturen und Abläufe (je 75 %) wurden ebenfalls positiv eingeschätzt. Die Mitarbeitenden würdigen insbesondere die offene, vertrauensvolle Teamkultur, die Eigenverantwortung und die sinnstiftende Arbeit für die Region. Zugleich zeigt sich ein ausgeprägtes Bewusstsein für Umwelt- und Nachhaltigkeitsthemen und der Wunsch, das eigene Umweltverhalten weiter zu verbessern.

Qualitätssicherung ist eng mit dem Leitbild der Destination verknüpft. Als nachhaltige Kulturlandschaft macht die Erlebnisheimat Erzgebirge Natur, Tradition und regionale Werte authentisch erlebbar und schafft ein attraktives Lebens- und Erholungsgebiet für Gäste und Einheimische. Daraus leiten sich vier zentrale Handlungsfelder ab: Regionalität & Qualität; nachhaltige Angebotsgestaltung; Ressourcenschonung und Kooperation, die das tägliche Handeln des TVE in Projekten, Prozessen und Partnerschaften strukturieren. Eine agile, respektvolle und wertschätzende Team- und Arbeitskultur bildet dabei die Basis für gelebte Qualität. Indem der TVE seine Qualitätsansprüche konsequent im eigenen Haus verankert, sensibilisiert er zugleich seine Mitglieder für Qualität, Nachhaltigkeit und Digitalisierung und stärkt damit langfristig die Wettbewerbsfähigkeit der Welterbe-Region Erzgebirge.

4.2 Qualitätssicherung in der Destination

Die Destination Erzgebirge weist ein hohes Qualitätsbewusstsein auf, das sich in zahlreichen Zertifizierungen und Klassifizierungen widerspiegelt. Insgesamt sind derzeit 476 Betriebe im Verbandsgebiet nach unterschiedlichen, betriebsartspezifischen Qualitätssystemen zertifiziert.

Gästezufriedenheit & Qualitätsmonitoring

Die erzgebirgischen Gastgeber erzielen eine hohe Gästezufriedenheit. Mit einem TrustScore von 85,8 von 100 Punkten (Referenzjahr 2024; Quelle: LTV Sachsen) liegt die Region über dem sächsischen Landesdurchschnitt (84,1 Punkte). Um die Qualität weiter zu steigern, nutzt der TVE den vom LTV Sachsen bereitgestellten TrustYou-Sichtzugang. Dieser ermöglicht detaillierte Auswertungen zur Gästezufriedenheit, die zunehmend in Beratungen, Gesprächen mit Leistungsträgern und die strategische Qualitätsarbeit einfließen sollen.

Beratung, Schulung & E-Learning

Der TVE stärkt das Qualitätsbewusstsein in der Region durch Schulungen, Workshops, Arbeitsgruppen und Netzwerkveranstaltungen. Leistungsträger werden gezielt über Zertifizierungsmöglichkeiten, Qualitätsstandards und deren Mehrwert für Gästezufriedenheit und Kundenbindung informiert. Ziel ist es, noch mehr Akteure für eine aktive Qualitätsarbeit zu gewinnen.

Ein wichtiger Baustein ist die eLearning-Plattform auf der TVE-Webseite, die 2025 grundlegend überarbeitet und funktional erweitert wurde. Die technische Umsetzung erfolgt mit dem Partner teejit. Die Plattform richtet sich an touristische Leistungsträger und bietet passgenaue Inhalte, die über individuelle Profilattribute gesteuert werden. Neben frei zugänglichen Kursen, etwa zum UNESCO-Welterbe Montanregion Erzgebirge/Krušnohoří, steht ein umfangreicher Mitgliederbereich mit Lernangeboten zu Digitalisierung, Nachhaltigkeit, Marketing und Kommunikation zur Verfügung. Das Kursportfolio wird kontinuierlich aktualisiert und soll perspektivisch verstärkt zur Vermittlung eigener TVE-Inhalte genutzt werden. Flankierende Kommunikationsmaßnahmen sollen Reichweite und Nutzung der Plattform erhöhen.

Nachhaltigkeit & Qualitätsentwicklung

Qualität und Nachhaltigkeit werden bewusst gemeinsam gedacht. Im Zuge der Zertifizierung des Erzgebirges als „nachhaltiges Reiseziel“ rückt der TVE verstärkt nachhaltige Zertifizierungen für lokale touristische Akteure in den Fokus und bindet diese in Beratungen, Schulungen und Veranstaltungen ein. Ziel ist es, das Erzgebirge langfristig als führende Mittelgebirgsregion mit hoher Angebots- und Servicequalität sowie klarer nachhaltiger Ausrichtung zu positionieren.



Familienzeit im Erzgebirge – Familienfreundlichkeit als Qualitätsversprechen



Das Erzgebirge profiliert sich zunehmend als starke Familienregion. Unter dem Dachkonzept „Familienzeit im Erzgebirge“ werden Kommunikation, Produktentwicklung und Qualitätsmaßnahmen gezielt auf die Zielgruppe Familie ausgerichtet, um Familienurlaub sichtbar, buchbar und erlebbar zu machen. Ein wesentlicher Qualitätsnachweis ist die hohe Zahl zertifizierter Betriebe im Rahmen der TMGS-Marke „Familienurlaub in Sachsen“. Mit aktuell den meisten zertifizierten Einrichtungen (38 Erlebnisse, 18 Unterkünfte und 7 Orte) in Sachsen nimmt das Erzgebirge eine Vorreiterrolle ein. Gastgeber, Freizeiteinrichtungen und Partnerbetriebe erfüllen umfangreiche Prüfkriterien, die von kindgerechter Ausstattung über familienorientierte Kommunikation bis zu Angeboten für unterschiedliche Altersgruppen reichen. Ergänzend hat der TVE das Label „Familienurlaub+“ eingeführt, um weitere familienfreundliche Partner einzubinden, die hohe Qualitätsstandards erfüllen, aber (noch) nicht am offiziellen Zertifizierungsverfahren teilnehmen. So wird die Angebotsvielfalt für Familien erweitert, ohne auf Qualitätskriterien zu verzichten.

Ein prägnantes Beispiel für innovative Familienangebote ist das Bergmännlein Tatock, das Familien spielerisch durch das Erzgebirge begleitet. Digitale



Erlebniswege, Geschichten und interaktive Elemente vermitteln Kulturerbe kindgerecht und schaffen zugleich moderne Qualitätsimpulse im Familientourismus.

Zur Qualitätsverbesserung im Familiensegment nutzt der TVE unterschiedliche Instrumente. Dazu gehören u.a. die Optimierung der Website (z. B. Familienkarte, zielgruppengerechte Texte), eine stärkere Präsenz in sozialen Medien mit familienrelevanten Inhalten sowie die Unterstützung von Partnerbetrieben durch Schulungen, Workshops und den Aufbau buchbarer Familienpauschen. Erste Netzwerk- und Produktentwicklungsformate, auch mit Blick auf die Nebensaison, sind angestoßen. Langfristiges Ziel ist, das Erzgebirge als attraktive, qualitativ hochwertige und zugleich nachhaltig ausgerichtete Familiendestination im Mittelgebirgsraum zu etablieren.

Digitale Buchbarkeit (OBS-Entwicklung)

Die Online-Buchbarkeit ist ein zentraler Qualitätsfaktor. 2023 lag der Anteil online buchbarer Unterkünfte im Erzgebirge bei 62 %. Bis 2030 soll dieser Anteil auf 90 % steigen. Gemeinsam mit dem Partner OBS unterstützt der TVE regionale Leistungsträger beim Einstieg in digitale Buchungssysteme, bietet individuelle Beratungen und „Technikprechstunden“ an und leistet damit wichtige Grundlagenarbeit für eine moderne, gästeorientierte Vertriebsqualität.

Zertifizierungen & Initiativen im Bereich Wandern und Rad



Im Aktivtourismus setzt die Destination gezielt auf Qualitätssicherung, u.a. durch Zertifizierungen wie ADFC Bett+Bike. In der Destination sind bereits 16 Betriebe (Stand Juli 2024) als fahrradfreundliche Unterkünfte zertifiziert. Mit dem Berghaus25 in Hermsdorf verfügt das Erzgebirge über die erste Bett+Bike-Sport-Zertifizierung in Sachsen.

Wandern / Kammweg & Herzwege: Der Kammweg Erzgebirge–Vogtland wird regelmäßig als Qualitätswanderweg rezertifiziert. Partner, die Aufgaben im Bereich Wandern übernehmen, werden jährlich zum Netzwerktreffen „WandERZeit – gemeinsam besser“ eingeladen, um sich auszutauschen und gemeinsam Qualitätsstandards weiterzuentwickeln. Die Herzwege orientieren sich an den Kriterien des Deutschen Wanderverbandes und sichern damit ein besonders hohes Wegeniveau. Ergänzend liefert der jährliche Wandertourentest Daten zum Zustand der Wege. Die Ergebnisse gehen an die Verantwortlichen vor Ort, motivieren bei positiven Bewertungen und machen Handlungsbedarfe sichtbar.



Radprodukte SMQ & BLOCKLINE: Für Stoneman Miriquidi und BLOCKLINE ist die Einbindung ehrenamtlicher Streckenhelfer zentral. Sie kontrollieren die Strecke, melden Behinderungen, veranlassen Nachbeschilderungen und organisieren geführte Touren. Über die Markenpartnerschaften mit Stoneman Logispartnern und BLOCKLINE Inn's werden spezifische Qualitätskriterien für radfreundliche Unterkünfte definiert.



Diese Betriebe bilden eine wichtige Schnittstelle zwischen Produkt und Gast und tragen maßgeblich zur wahrgenommenen Qualität bei.



Welterbe-Qualifizierungen

Im Kontext der UNESCO-Welterbestätte Montanregion Erzgebirge/Krušnohoří ist Qualifizierung ein zentrales Instrument der Qualitätssicherung. Zwischen 2022 und 2024 wurden im Projekt „Touristische Inwertsetzung“ knapp 100 Welterbe-Gastgeber und Welterbe-Gästeführer in einem modularen Programm geschult. Die Inhalte wurden parallel für E-Learning-Einheiten aufbereitet, ergänzt durch den praxisorientierten Leitfaden „Mit Qualität zum Erlebnis Welterbe“.



Die Welterbe-Entdeckertouren sind für alle touristischen Mitarbeitenden geöffnet und dienen dem Austausch, der Netzwerkarbeit und dem gemeinsamen Erleben des Welterbes an unterschiedlichen Standorten. Künftig sollen sie noch stärker genutzt werden, um Wissen in den Bereichen Qualität, Digitalisierung und Nachhaltigkeit zu vertiefen.

Ziel ist es, Welterbe-Gastgeber und -Gästeführer nach innen weiter zu stärken und nach außen sichtbarer zu machen. Der TVE unterstützt dies durch Seminare, Workshops, digitale Austauschplattformen und Kommunikationsmaßnahmen (z. B. Newsletter). Damit werden jene Akteure hervorgehoben, die das Prädikat Welterbe aktiv in ihrer Arbeit einsetzen und sich klar im Markt positionieren.

5. Monitoring-System

Ein starkes, aussagefähiges Controlling ist die Voraussetzung dafür, die mittel- und langfristigen Ziele des Tourismusverbandes Erzgebirge konsequent zu verfolgen und bei Bedarf rechtzeitig nachzusteuern. Nur wenn wirtschaftliche Kennzahlen, Projektstände und Marktentwicklungen kontinuierlich ausgewertet und reflektiert werden, lassen sich fundierte Entscheidungen treffen und wirksame Maßnahmen ableiten. Vor diesem Hintergrund versteht der TVE Controlling nicht als reine Zahlenkontrolle, sondern als strategisches Führungsinstrument

Das Monitoring ist eine entscheidende Steuerungsmaßnahme, um die Wettbewerbsfähigkeit der Destination Erzgebirge gezielt weiterzuentwickeln. Die Einschätzung der Position des Erzgebirges erfolgt dabei u. a. auf Basis des Kriterienkatalogs der Tourismusstrategie Sachsen und wird konsequent mit unseren mittel- und langfristigen Zielen abgeglichen. Grundlage des Controllings

sind der vom Vorstand beschlossene Wirtschaftsplan sowie eine vorausschauende Liquiditätsplanung. Ergänzend werden Projekte systematisch geplant, vierteljährliche Forecasts (SOLL-IST-Vergleiche) erstellt und Abweichungen frühzeitig analysiert.

Dreimal jährlich wird der aktuelle IST-Stand im Vorstand gespiegelt, notwendige Maßnahmen werden beschlossen und ins Team zurückgespielt. Die Erfolgskontrolle im Marketing erfolgt zusätzlich über den Marketingbeirat. Alle finanziellen Vorgänge werden im eigenen Buchhaltungssystem GYPSILON erfasst. Die jährliche Bilanz sowie der Jahresabschluss werden von einem Steuerberater und unabhängigen Wirtschaftsprüfer geprüft. So kann der TVE seinen Mitgliedern eine transparente, rechtssichere Grundlage für die Entlastung von Vorstand und Geschäftsführung bieten. Mittelfristiges Ziel bleibt eine weitgehende wirtschaftliche Stabilität des TVE durch den Ausbau eigener Erlöse und die Ergänzung durch öffentliche Mittel. Diese transparenten Berichterstattungen an Vorstand, Gremien und Mitglieder sichern die Wettbewerbsfähigkeit der Destination und schaffen zugleich Vertrauen in ein professionelles und verantwortungsvolles Handeln.

Quellen- & Anlagenverzeichnis

Quellenverzeichnis:

Daten & Erhebungen des Statistischen Landesamtes des Freistaates Sachsen

Destinationskennblatt Erzgebirge des Sächsisches Staatsministerium für Wissenschaft, Kultur und Tourismus (SMWKT)

Destinationssteckbrief des Landestourismusverbandes Sachsen e.V., 2024

Die Sinus-Milieus® in Deutschland – Infopaket Basis 2025/2026, Sinus-Institut, Heidelberg

Masterplan Tourismus Sachsen, SMWKT, 2023

Nachhaltigkeit im Tourismus in Sachsen - Grundlagenpapier, SMWKT, 2023

Nachhaltigkeitsbericht Tourismusverband Erzgebirge, TVE, 2024

Sparkassen-Tourismusbarometer Ostdeutschland, Kurzbericht 2, 2025

Studie Fahrradtourismus im Freistaat Sachsen 2025, SMWKT, 2025

Studie Lebensqualität und Tourismus – Gesamtbericht Sachsen und Erzgebirge, TMGS mbH, 2023

Studie zum System der Finanzierung der sächsischen DMOs, SMWKT, 2023

Wirtschaftsfaktor Tourismus Sachsen, dwif, 2023 durch den LTV Sachsen

Wirtschaftsfaktor Tourismus Erzgebirge, dwif, 2023 durch den LTV Sachsen

Anlagenverzeichnis:

Anlage 1: Wirtschaftliche Kennzahlen im Tourismus / Quelle: WIRTSCHAFTSFAKTOR TOURISMUS FÜR DIE REGION ERZGEBIRGE 2023, dwif

Anlage 2: Inhaltliche Zielstellungen des TVE für die Erarbeitung der neuen LES zur Förderung der touristischen Weiterentwicklung der LEADER- Regionen

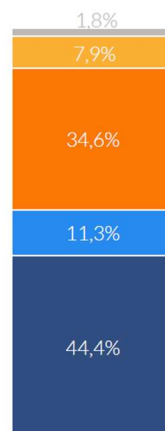
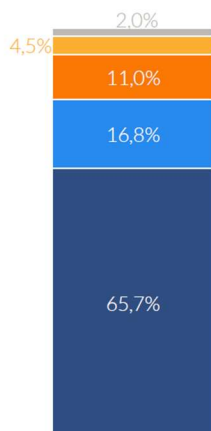
Anlage 3: Übersicht über die Mitgliedschaft und Gremientätigkeit des TVE

Anlage 4: Übersicht aller Kur- und Erholungsorte im Erzgebirge mit ihren Kernangeboten

Bedeutung der touristischen Marktsegmente

AUFENTHALTSTAGE 22,826 MIO.

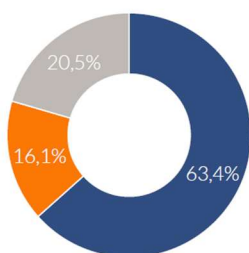
UMSÄTZE 913,0 MIO. €



Quelle: dwif 2024

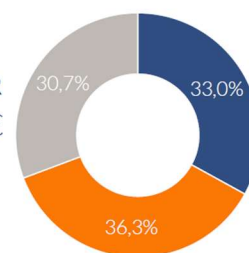
dwif

Direkte Profiteure des Tourismus

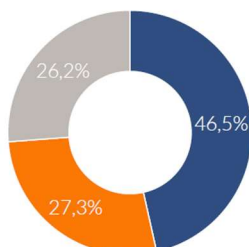


Übernachtungsgäste
404,6 Mio. €

Tagesgäste inkl. VFR
508,4 Mio. €



GESAMT 913,0 Mio. €



Gastgewerbe 424,1 Mio. €



Einzelhandel 249,6 Mio. €



Dienstleistungen 239,3 Mio. €

Quelle: dwif 2024

dwif

Beschäftigungseffekte durch den Tourismus



Bezieher*innen eines
Ø-Primäreinkommens

20.730 PERSONEN

touristisches Einkommen insgesamt
442,2 Mio. €

Ø-Primäreinkommen pro Kopf
21.335,- €¹



Mehrwertsteuer und Einkommensteuer

ca. 85,0 Mio. €

+

Grundsteuer
Gewerbesteuer
Zweitwohnungssteuer
Kurtaxe (Gast)
Tourismusabgabe (Gewerbe)

Quelle: dwif 2024

dwif

Anlage 2: Inhaltliche Zielstellungen des TVE für die Erarbeitung der neuen LES zur Förderung der touristischen Weiterentwicklung der LEADER- Regionen

Natur erleben & Kraft tanken:	Faszination Bergbau & Kulturerbe:
Kammweg: u.a. • Ausbau/ Sanierung d. Angebots an Rastplätzen, Schutzhütten/ Bänken/... ... Wandern: u.a. • Qualitätsverbesserungen Wanderwege • Neubau/Ausbau: Rast-Wanderparkplätze/ Schutzhütten/ Bänke • Zertifizierung Qualitätswanderweg nach DWV • Neuanlage/ Überarbeitung/ Neugestaltung Naturlehrpfade, Themen- und familienfreundlicher Erlebniswanderwege • Nutzung digitaler Systeme zur Erfassung/ Pflege von Wegeinfrastruktur • Zentrale Schulungen für Wanderführer & Wanderwegewarte ... Rad & Mountainbike: u.a. • Qualitätsverb. Radwege: Verknüpfung/ Ausschilderung/ Hinweistafeln/ Wegezustand/ Neubau/ Lückenschluss/ Instandsetzung/ Ausschilderung Rad ... • Neubau E-Bike Ladestationen • Neuentwicklung innovativer Rad- & MTB Angebote/ Strecken • Installation & Monitoring von Zählstellen für Fuß- u. Radverkehr an Strecken • Konzept & Sanierung v. Liftanlagen zur Ganzjahresnutzung • Schaffung v. Raderlebnis- und Familienangeboten • Kommunal übergreifende Radwegekonzepte ... Vital / Gesund / Kulinarik: u.a. • Neubau & Wandl. vorh. Angebote in innovative Angebote im Kur- und Wellnessbereich • Investitionen im Thermalbäder- und Kurbereich zur Erhöhung Service & Qualität • Neubau / Erneuerung Terrainkurwege-System sowie Anlagen im Kurpark • Investitionen in die Spezialisierung v. Beherbergungseinrichtungen im Bereich Vitalität/ Wellness	• Rekonstruktion & Ausbau v. bergbaulichen/ technischen/ kulturellen/ kirchlichen & sakralen Elementen, Gedenksteinen, Postmeilensäulen & historischen Wegemarkierungen zur Verbesserung Erlebbarkeit /Service und Qualität • Förderung v. Übersetzungskosten im Print- & Digitalbereich in Englisch und Tschechisch • Entw./ Ankauf von Hardware/ Umsetzung mehrsprach. Audioguides f. Welterbe Objekte • Überarbeitung und Herstellung der Mehrsprachigkeit von bestehenden APP-Lösungen • Ausbau/ Qualitätsverbesserung der Angebote v. Besucherbergwerken /Anlagen ober- & untertägig • Neuanlage & Qualitätsverbesserung Bergbauerlebnispfade • Zentrale Schulungen / Fortbildungen für Gästeführer • Bergbauliche & kulturelle Veranstaltungen v. Vereinen mit thematischem Bezug zum Welterbe

Anlage 2: Inhaltliche Zielstellungen des TVE für die Erarbeitung der neuen LES zur Förderung der touristischen Weiterentwicklung der LEADER- Regionen

• Unterst. d. Ausbaus region. Verarbeitungs- & Vertriebsnetze für regionale Produzenten • Entwicklung familienfreundlicher (Mitmach)- Angebote • Investitionen f. Projekte „regionale Küche“ für Gruppen und Familien • zentrale erzgebirgsweite öffentliche Messe/ Schau für erzgeb. Anbieter regionaler Produkte mit Kontaktbörse für Hotel & Gastronomie ...	
Handwerk & Weihnachten spüren: • Neubau/ Erneuerung/ Erweiterung v. Schauwerkstätten & Mitmach-Angeboten, Themenwanderwegen/Erlebnispfaden m. MitMach-Stationen/ Schauwerkstätten • Aufstellung v. Schautafeln zum trad. Handwerk (Schnitzen/ Reifendrehen,...) • Schaffung v. Werkstatt-Ausbildungsplätzen für die Erhaltung der erzgeb. Handwerkskunst • Entwicklung familienfreundlicher (Mitmach-)Angebote • Familienangebotsflyer zu trad. Handwerk mit Bastelbogen für Kinder (TVE) ...	Zeitreisen & Technikgeschichte: • Bahnstationen von Schmalspur-/ Nostalgiebahnen: Aktualisierung/ Ergänzung der Beschilderung und Errichtung von Informationstafeln + Warte-/Sitzgelegenheiten • Ausbau/ Ausschilderung/ Informationstafeln von bahnstreckenbegleitenden Wander- und Radwegeangeboten • Investitionen in tour. Infrastruktur in den Bahnen & an den Bahnstrecken ... • Entwicklung familienfreundlicher (Mitfahr-)Angebote ...
Touristische Infrastruktur insgesamt:	
• Neubau/Umgestaltung/Ausbau von Themenspielflächen in Städten/ Gemeinden/ Hotels/ Pensionen/ Restaurants/ Freizeiteinrichtungen • Erweiterung/Verbesserung der Angebote/ Ausstattung in Qualität & Service in Hotels /Pensionen/ FeWo/ FH/Freizeiteinrichtungen (Standard DEHOGA/ DTV) • Investitionen in Spezialisierungen & zielgruppenorientierte Umstrukturierung von Beherbergungseinrichtungen (z.B. familienfreundlich/ barrierefrei/ landtour.) • Aktualisierung vorhandener touristischer Websites für Städte / Orte / kommun. Freizeiteinrichtungen • Neubau innovativer touristischer Freizeit- und Sportangebote • Erneuerung / Ausbau der Infrastrukturangebote in Qualität/ Service in Hotels / Pensionen / Restaurants / FEWO / FH / Freizeiteinrichtungen • Neubau/Erneuerung/ Ausbau von barrierefreien Angeboten in Qualität/ Service in Hotels / Pensionen / Restaurants / FEWO / FH / Freizeiteinrichtungen • Neubau E-Ladestationen für PKW • Erneuerung/ Erweiterung der Infrastruktur (verb. Qualität / Service) in öffentlichen Badeeinrichtungen (Freibad Becken / Seen) + kommun. Hallenbädern • Zugang und Pflege eines Outdooractive-Zugangs (TVE) für Touren, Ausflugsziele und Veranstaltungen der Region • touristische Entwicklungskonzepte (Kommunen) • kommunale Mitwirkung an Gästekarte ERZGEBIRGE	

Anlage 3: Übersicht über die Mitgliedschaft und Gremientätigkeit des TVE

TVE ist in folgenden Vereinen und Organisationen Mitglied oder Gesellschafter:

- Landestourismusverband Sachsen e.V., Dresden
- Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH, Dresden
- Förderverein Montanregion Erzgebirge e.V., Freiberg
- Bundesverband Deutsche Mittelgebirge e.V, Freiburg
- Erzgebirgsverein e.V., Schneeberg
- Sächsischer Landesverband der Bergmanns-, Hütten- und Knappenvereine e. V., Freiberg
- Top Trails of Germany e. V., Füssen
- DJH Landesverband Sachsen e. V.
- Landschaft(f)t Zukunft e. V., Pirna
- Zwönitztal-Greifensteinregion e. V., Ehrenfriedersdorf
- Verein zur Entwicklung der Region Annaberger Land e. V., Mildenau
- Zukunft Westerzgebirge e. V., Aue – Bad Schlema
- Verein zur Entwicklung der Erzgebirgsregion Flöha- und Zschopautal e. V., Oederan
- Landschaft(f)t Zukunft e. V., Regionalmanagement „Silbernes Erzgebirge“, Freiberg
- Tor zum Erzgebirge – Vision 2020, Oelsnitz

TVE ist als Interessensvertretung in folgenden Arbeitsgruppen, Ausschüssen und Gremien:

- Marketingbeirat TMGS
- Nutzerbeirat Deskline TMGS
- AG Ganzjahrestourismus TMGS
- AG Familie TMGS
- Ausschuss Hotelklassifizierung des DEHOGA
- AG Wirtschaft / Tourismus der Euroregion Erzgebirge
- AG Tourismus und Fremdenverkehr der Euroregion Egrensis
- Fachausschuss Qualität, Bildung & Innovation LTV
- Fachausschuss Tourismuspolitik LTV
- FG Kultur, Tourismus, Naherholung der Euroregion Elbe /Labe
- Verwaltungsrat ASL Schlossbetriebe gGmbH
- DJH, Regionalgruppe Erzgebirge
- DTV-Fachausschuss Qualitätsinitiativen im Tourismus
- Koordinierungskreise der sechs LEADER-Regionen: Annaberger Land, Westerzgebirge, Zwönitztal-Greifensteine, Mittleres Flöha- und Zschopautal, Silbernes Erzgebirge, Tor zum Erzgebirge-Vision 2020

Anlage 4: Übersicht aller Kur- und Erholungsorte im Erzgebirge mit ihren Kernangeboten

Ort	Kernangebote / Profil
Staatlich anerkannte Kurorte sind:	
Altenberg	Wintersport & Erholung, Gesundheits- und Präventionsprogramme, Wandern & Natur
Aue-Bad Schlema	Thermalbad, Gesundheits- und Präventionsangebote, Wellness, Kurmedizin
Thermalbad Wiesenbad	Thermalbad, Mineralheilwasser, Rehabilitation, Wellness & Entspannung
Oberwiesenthal	Wintersportzentrum, Natur- und Gesundheitsangebote, Wellness & Kurprogramme
Wolkenstein mit Heilbad Warmbad	Kneipp- und Gesundheitsangebote, Familienfreundlichkeit, Aktivangebote in Natur
Staatlich anerkannter Erholungsort sind:	
Altenberg	Montan-Kultur, Wandern, regionale Kulinarik, Familienangebote
Augustusburg	Natur- und Kulturerlebnis, Wanderangebote, Freizeitangebote
Dippoldiswalde	Naturerlebnis, Wandern, familienorientierte Freizeitangebote, Kulturangebote
Eibenstock	Naturerlebnisse, Aktivangebote, familienfreundliche Einrichtungen
Sayda	Naturerlebnisse, Rad- & Wandertouren, Familienfreundliche Angebote
Seiffen	Familienfreundliche Angebote, Kultur & Handwerk, Wandern & Freizeit
Scheibenberg	Wandern & Naturerleben, kulturelle Angebote, Freizeitgestaltung
Sehmatal	Wandern & Radfahren, Erholung in ruhiger Umgebung, Familienangebote
Wolkenstein mit Heilbad Warmbad	Kneipp- und Gesundheitsangebote, Familienfreundlichkeit, Aktivangebote in Natur
Marienberg	Montangeschichte, Rad- und Wanderwege, Freizeit- und Erholungsangebote
Frauenstein	Wandern & Radfahren, Erholung in ruhiger Umgebung

UNSERE PARTNER



Freiberger



Die Destinationsstrategie Erzgebirge 2030 ist hier abrufbar:



Freistaat
SACHSEN

Diese Maßnahme wird mitfinanziert
mit Steuermitteln auf Grundlage des von den Abgeordneten des
Sächsischen Landtages beschlossenen Haushaltes.



ERZGEBIRGE

DIE ERLEBNISHEIMAT

Tourismusverband Erzgebirge e. V.

Geschäftsstelle Adam-Ries-Straße 16, 09456 Annaberg-Buchholz

Telefon 03733 18800-0

Telefax 03733 18800-20 oder 18800-30

www.erzgebirge-tourismus.de, info@erzgebirge-tourismus.de