



Das Lebensministerium



## Entwicklung der Förderung des Landtourismus

Schriftenreihe der Sächsischen Landesanstalt für Landwirtschaft

Heft 4/2007

**Statusbericht zur Entwicklung der Förderung des Landtourismus  
durch das Sächsische Staatsministerium für Umwelt und Landwirtschaft**

Gabriele Vogel, Dr. Angela Kunz

## Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Zusammenfassung</b> .....	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>Einordnung der Landtourismus-Förderung in die Tourismusedwicklung des Freistaates Sachsen</b> .....	<b>2</b>
<b>3</b>	<b>Entwicklung der Organisationsstrukturen im Landtourismus</b> .....	<b>5</b>
3.1	Verwaltung.....	5
3.1.1	Rechtsgrundlagen .....	5
3.1.2	Arbeitsabläufe.....	6
3.2	Interministerielle Zusammenarbeit.....	6
3.3	Zusammenarbeit mit touristischen Vereinen/Gesellschaft.....	7
3.4	Zusammenarbeit mit touristischen Multiplikatoren.....	9
<b>4</b>	<b>Darstellung der Fortschreibung der Landtourismus-Förderung auf der Grundlage von Evaluierungen und sonstigen Dokumenten und Empfehlungen für die neue Strukturfondsperiode</b> .....	<b>9</b>
4.1	Vorlaufphase 1990 – 1992.....	9
4.2	Aufbauphase 1993 – 1996.....	10
4.3	Erste Konsolidierungsphase 1997 – 1999 .....	13
4.4	Zweite Konsolidierungsphase 2000 - 2003.....	16
4.5	Profilierungsphase ab 2004.....	22
<b>5</b>	<b>Bedeutung regionaler Untersuchungen für die Entwicklung des Landtourismus</b> .....	<b>29</b>
5.1	Einleitung.....	29
5.2	Reisegebiet Sächsisches Elbland.....	29
5.3	Reisegebiet Vogtland.....	31
5.4	Reisegebiet Sächsisches Burgen- und Heideand.....	32
5.5	Reisegebiet Erzgebirge .....	34
5.6	Reisegebiet Sächsische Schweiz .....	35
5.7	Wertung.....	37
<b>6</b>	<b>Grundsätzliche Bewertung der Entwicklung der Förderung des Landtourismus und Ableitung von Empfehlungen unter Berücksichtigung der ELER –VO (Artikel 55)</b> .....	<b>37</b>
<b>Anhang</b> .....		<b>45</b>
	Literaturverzeichnis .....	45
	Anlage: Fortschreibung der Inhalte der Richtlinie Urlaub auf dem Land/Landtourismus .....	49

## 1 Zusammenfassung

Im Mittelpunkt der Betrachtung steht die Entwicklung der Förderung des Landtourismus durch das Sächsische Staatsministerium für Umwelt und Landwirtschaft (SMUL) auf der Grundlage der Fortschreibung der Richtlinie Urlaub auf dem Land/Landtourismus.

Der sächsische Landtourismus ist ein fester Bestandteil bei der Entwicklung der ländlichen Räume. Ziel der Förderung ist die Schaffung zusätzlicher Einkommensquellen. Die Landtourismusförderung muss sich in die gesamttouristische Entwicklung des Freistaates Sachsen einordnen, aber gleichzeitig auch die Prozesse und Ziele der integrierten Entwicklung oft strukturschwacher ländlicher Gebiete berücksichtigen. Die federführende Verantwortung in der Tourismuspolitik wird durch das Sächsische Staatsministerium für Wirtschaft und Arbeit (SMWA) wahrgenommen. Handlungsrahmen ist hierbei die Konzeption „Grundzüge der sächsischen Tourismuspolitik“. Die Verantwortung für die ländliche Entwicklung liegt beim Sächsischen Staatsministerium für Umwelt und Landwirtschaft.

Das Verwaltungshandeln des Sächsischen Staatsministeriums für Umwelt und Landwirtschaft bei der Fortschreibung der Förderschwerpunkte im Landtourismus Beherbergungsangebot, Freizeitangebot, touristische Infrastruktur und Marketing erfolgte auf der Grundlage der Strukturfundsevaluierungen, Studien, Leitbilder und weiterer Projektergebnisse. Darüber hinaus wurden durch die Zusammenarbeit mit allen im Landtourismus aktiven Partnern aktuelle Entwicklungen aufgenommen. Im Rahmen der Behördenstruktur wurde durch Fördervollzug, Beratung und Weiterbildungsangebote die Entwicklung des sächsischen Landtourismus in den ländlichen Regionen mitgestaltet.

Organisatorisch ist der Landtourismus sehr breit aufgestellt. Das erfordert weiterhin klare Zielstellungen, die Wahrnehmung von Verantwortlichkeiten und die aktive Mitwirkung der Beteiligten.

Zur Fortführung des bisher Erreichten müssen insbesondere Profilierung und Qualität weiterhin im Zentrum aller Aktivitäten stehen. Der Landtourismus ist ein eigenständiger Produktbereich und sollte darum weiterhin professionell vermarktet werden.

Aufgrund der Vielfalt des Landtourismus und der Schnittstellen mit anderen Tourismussegmenten wird eine Vielzahl von Entwicklungseinschnitten durch das gesamtächsische Tourismusgeschehen beeinflusst. Einen Schwerpunkt bildet die Tourismusförderung über die Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ und die Gemeinschaftsinitiativen INTERREG und LEADER. Die möglichen Synergien müssen stärker genutzt werden. Dazu muss unter anderem der regionale Ansatz gestärkt werden, wie es im Rahmen der Integrierten ländlichen Entwick-

lung erfolgen soll. Mit der ELER-VO<sup>1</sup> sind somit beste Voraussetzungen gegeben, um einen weiteren Qualitätssprung im sächsischen Landtourismus zu schaffen.

## **2 Einordnung der Landtourismus-Förderung in die Tourismusedwicklung des Freistaates Sachsen**

Die Entwicklung des Tourismus ist geprägt durch seinen bereichsübergreifenden Charakter und wird direkt oder indirekt durch eine Vielzahl von Ressorts, Politikbereichen und Akteuren gestaltet und letztendlich von der wirtschaftlichen und der Nachfrageentwicklung beeinflusst.

Die Mitwirkungsmöglichkeiten des Sächsischen Staatsministeriums für Umwelt und Landwirtschaft ergeben sich aus der Erfüllung des Verfassungsauftrages und der Landesentwicklung.

Im Artikel 10 der Verfassung des Freistaates Sachsen heißt es:

„(1) Der Schutz der Umwelt als Lebensgrundlage ist, auch in Verantwortung für kommende Generationen, Pflicht des Landes und Verpflichtung aller im Land. Das Land hat insbesondere den Boden, die Luft und das Wasser, Tiere und Pflanzen sowie die Landschaft als Ganzes einschließlich ihrer gewachsenen Siedlungsräume zu schützen. Es hat auf den sparsamen Gebrauch und die Rückgewinnung von Rohstoffen und die sparsame Nutzung von Energie und Wasser hinzuwirken. ...

(3) Das Land erkennt das Recht auf Genuss der Naturschönheiten und Erholung in der freien Natur an, soweit dem nicht die Ziele nach Absatz 1 entgegenstehen. Der Allgemeinheit ist in diesem Rahmen der Zugang zu Bergen, Wäldern, Feldern, Seen und Flüssen zu ermöglichen.“<sup>2</sup>

Mit dem Landesentwicklungsplan wird den Verfassungsgeboten entsprochen und gleichzeitig werden Handlungsaufträge entsprechend den aktuellen Rahmenbedingungen formuliert sowie Hinweise für die Regionalplanung gegeben.

Der aktuelle Landesentwicklungsplan sieht im Abschnitt ‚Überfachliche Ziele und Grundsätze der Raumordnung‘ vor: „Im ländlichen Raum sollen die Land- und Forstwirtschaft, die gewerbliche Wirtschaft sowie der Tourismus als wichtige Wirtschaftsfaktoren erhalten und gestärkt werden.“<sup>3</sup> In der Begründung dieses Grundsatzes heißt es unter anderem: „Trotz des Strukturwandels in der sächsischen Landwirtschaft bleibt die Land- und Forstwirtschaft ein bedeutender und prägender Wirtschaftssektor im ländlichen Raum. ... Zur wirtschaftlichen Stabilisierung dieses Raumes ist

---

<sup>1</sup> Verordnung (EG) Nr. 1698/2005 des Rates vom 20. September 2005 über die Förderung der Entwicklung des ländlichen Raums durch den Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER), In: Amtsblatt der Europäischen Union L 277/1 vom 21.10.2005

<sup>2</sup> Verfassung des Freistaates Sachsen vom 27. Mai 1992

<sup>3</sup> Sächsisches Staatsministerium des Innern: [Landesentwicklungsplan](#) Sachsen, Dresden 2003, Seite 24

unter Berücksichtigung der Belange von Natur und Landschaft das Angebot an Arbeits- und Ausbildungsplätzen im außerland- und forstwirtschaftlichen Bereich zu erweitern. Mit der steigenden Nachfrage nach naturverbundener Freizeit-, Erholungs- und Urlaubsgestaltung bestehen hier günstige Voraussetzungen, den Tourismus weiterzuentwickeln und damit auch nichtlandwirtschaftliche Arbeitsplätze zu schaffen.“<sup>4</sup>

Dieses überfachliche Ziel wird untersetzt mit dem fachlichen Ziel und seinen Grundsätzen „Freizeit, Erholung, Tourismus“. Im Grundsatz 8 dieses Zieles heißt es „Urlaub auf dem Lande, naturverträgliche Erholungsnutzungen, Wasser- und Aktivtourismus sollen als attraktive Spezialangebote des Tourismus in dafür geeigneten Gebieten ausgebaut und entwickelt werden.“<sup>5</sup>

Dem **Sächsischen Staatsministerium für Umwelt und Landwirtschaft** obliegen somit im Rahmen der Landschafts- und Fachplanung schwerpunktmäßig die **Aufgaben**

- Wahrung der Kulturlandschaft
- Verbesserung der Existenzgrundlage der Bewirtschafter
- nachhaltige Sicherung ergänzender Einkommen, z. B. aus dem Tourismus.

Darüber hinaus erfordert die Entwicklung zur Einkommensdiversifizierung insbesondere im touristischen Bereich eine direkte Abstimmung und Zusammenarbeit mit dem Sächsischen Staatsministerium für Wirtschaft und Arbeit.

Im Freistaat Sachsen hat wie in den meisten Bundesländern das Wirtschaftsministerium die federführende Verantwortung für die Tourismuspolitik. In diesem Ressort laufen die fachliche Entwicklungsplanung für das Tourismusedwicklungsprogramm, die regionalen Tourismuskonzepte und die Marketingstrategie zusammen. Die Ziele des Fachressorts sind mit der Konzeption über die Grundzüge sächsischer Tourismuspolitik als grundsätzlicher Handlungsleitfaden für die Positionierung der Staatsregierung zur Entwicklung der Tourismuspolitik formuliert. Das erste touristische Entwicklungsprogramm für den Freistaat Sachsen wurde 1994 erarbeitet. Dem folgte im Jahr 1998 die Konzeption „Grundzüge der sächsischen Tourismuspolitik“, die 2004 fortgeschrieben wurde (inhaltliche Einordnung erfolgt unter Punkt 3).

**Entscheidende Finanzierungsquelle der touristischen Entwicklung** sind die gemeinsam von Bund und Ländern finanzierten Gemeinschaftsaufgaben, die durch die Leitlinien der Strukturfonds-Fördermittel akzentuiert werden. Schwerpunkt bildet die Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“, die über die Landesrichtlinien

- Förderung der gewerblichen Wirtschaft einschließlich Tourismuswirtschaft (RIGA) und
- Förderung der wirtschaftsnahen Infrastruktur (GA-Infra)

---

<sup>4</sup> ebenda, Seite 26

<sup>5</sup> Sächsisches Staatsministerium des Innern: Landesentwicklungsplan Sachsen, Dresden 2003, Seite 70 ff.

umgesetzt werden.

Die Fördergebietskulisse umfasst große Teile der nach der Raumplanung als Ländlicher Raum eingestuft Gebiete. Somit wirkt diese Förderung in starkem Maße auf die landtouristische Entwicklung ein. Eine Quantifizierung ist jedoch nicht möglich.

Im ländlichen Raum<sup>6</sup> befinden sich ca. 70 Prozent der gewerblichen Beherbergungsbetriebe mit 57 Prozent der Beherbergungskapazität.<sup>7</sup>

Im Zuständigkeitsbereich des Sächsischen Staatsministeriums für Umwelt und Landwirtschaft wirken im Sinne der Förderung touristischer Belange vorrangig folgende Richtlinien:

- Richtlinie 54 - Förderung des Landtourismus (ehemals Richtlinie 31 Förderung - Urlaub auf dem Land) und ergänzend
- Richtlinie 53 - Förderung der Entwicklung des ländlichen Raumes und der Dörfer im Freistaat Sachsen (Richtlinie 33 - ehemals Förderung der Dorfentwicklung und Strukturverbesserung im ländlichen Raum).

Die Entwicklung des ländlichen Raumes und seiner Dörfer ist eine wichtige Voraussetzung für einen ansprechenden Landtourismus. Für die Dorfentwicklung wurden im Zeitraum von 1993 bis 2002 über die Richtlinie 53 und 33 insgesamt 707 Mio. EUR bewilligt. Im selben Zeitraum wurden unmittelbar für den Landtourismus über die Richtlinie 54 und 31 insgesamt 19 Mio. EUR bewilligt.

Im Bereich Förderung Tourismusmarketing wurden über den SMWA-Förderplan im Zeitraum 2001 bis 2004 insgesamt 15,075 Mio. EUR bereitgestellt. Unmittelbar für das Marketing im Landtourismus wurden im Rahmen der Maßnahme 2.1.5 der Richtlinie 54 insgesamt 1,656 Mio. EUR bewilligt.

Im Weiteren wirken die Leitlinien der Strukturfondsmittel über die Sonderförderprogramme der Gemeinschaftsinitiativen. Diese sind auf spezielle Probleme gerichtet, die im gesamten Wirkungsbereich der Union zu verzeichnen sind und zu gemeinsamen Lösungen führen sollen.

Zu den tourismusrelevanten Gemeinschaftsinitiativen zählt INTERREG mit grenzübergreifender, transnationaler und interregionaler Ausrichtung und höchster Finanzausstattung. Im Weiteren wirkt die Gemeinschaftsinitiative LEADER mit der Ausrichtung auf die Entwicklung des ländlichen Raumes ebenfalls im Bereich Landtourismus. Nach der Mittelausstattung ordnet sich LEADER an dritter Stelle der vier Gemeinschaftsinitiativen ein.

---

<sup>6</sup> einschließlich verdichteter Bereiche des ländlichen Raumes,

<sup>7</sup> Quelle: Beherbergungsstatistik des Freistaates Sachsen 2004, Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen, insgesamt 2 132 Betrieben mit insgesamt 111 543 Betten (Betriebe mit mehr als acht Betten)

Die Richtlinie zur Förderung des Landtourismus ist ausgehend von der Finanzausstattung ein kleiner Baustein in der gesamten Tourismusförderung. Mit dem Förderziel, der Bevölkerung in ländlichen Erholungsgebieten zusätzliche Einkommensquellen zu erschließen und damit die Wertschöpfung und Diversifizierung der Wirtschaft im ländlichen Raum zu erhöhen, gehört sie zu den wichtigen Instrumenten bei der Gestaltung der Entwicklung der ländlichen Räume.

Die nachfolgende Untersuchung betrachtet schwerpunktmäßig die Entwicklung der Förderung des Landtourismus an Hand der Fortschreibung der Förderinhalte in der Richtlinie Urlaub auf dem Land/Landtourismus.

### **3 Entwicklung der Organisationsstrukturen im Landtourismus**

#### **3.1 Verwaltung**

##### **3.1.1 Rechtsgrundlagen**

Auf der Grundlage des Gesetzes über die Verwaltungsorganisation des Freistaates Sachsen<sup>8</sup> leitet und beaufsichtigt das Sächsische Staatsministerium für Umwelt und Landwirtschaft als oberste Landesbehörde die ihm nachgeordneten Landesbehörden.

Die Koordinierung der staatlichen Verwaltungstätigkeit für den Bereich Landwirtschaft in den Regierungsbezirken Dresden, Chemnitz und Leipzig erfolgt über das Regierungspräsidium Chemnitz, das als höhere Verwaltungsbehörde unmittelbar dem Staatsministerium des Innern nachgeordnet ist und unter anderem Aufgaben für das Sächsische Staatsministerium für Umwelt und Landwirtschaft wahrnimmt.

Dem Sächsischen Staatsministerium für Umwelt und Landwirtschaft unmittelbar nachgeordnet sind die Staatlichen Ämter für Ländliche Entwicklung, die Aufgaben der Entwicklung und Förderung des ländlichen Raumes und der Agrarstruktur, der Dorfentwicklung und der Landespflege wahrnehmen.

Die Staatlichen Ämter für Landwirtschaft und Gartenbau sind unmittelbar dem Regierungspräsidium Chemnitz nachgeordnet und nehmen insbesondere die fachliche Beratung, die berufliche Aus- und Weiterbildung im Bereich Agrarwirtschaft und die Förderung der Agrarwirtschaft wahr.

Die Übertragung von Zuständigkeiten und Aufsicht ist durch Rechtsverordnungen<sup>9</sup> geregelt.

---

<sup>8</sup> Gesetz über die Verwaltungsorganisation des Freistaates Sachsen (Sächsisches Verwaltungsgesetz – SächsVwOrgG) vom 25. November 2003

<sup>9</sup> Verordnung des Sächsischen Staatsministeriums für Umwelt und Landwirtschaft über Bezeichnung, Sitz und Dienstbezirk nachgeordneter Behörden und zur Bestimmung von Zuständigkeiten im Bereich der Land- und Forstwirtschaft sowie Ernährung (SMUL-Zuständigkeitsverordnung Landwirtschaft/Forsten – SMULZuLaFoVO) vom 15. Juni 2004

Auf der Grundlage dieser Struktur und Regelungen erfolgt die Umsetzung der sächsischen Landes- und Agrarpolitik, die auf die Erhaltung und Entwicklung der ländlichen Räume ausgerichtet ist.

### **3.1.2 Arbeitsabläufe**

Die Aufgaben zur Entwicklung des Landtourismus waren bis Oktober 2005 in der Abteilung Landwirtschaft im Referat - Grundsatzfragen, Agrarpolitik, Recht - des SMUL angesiedelt. Im Vordergrund der Arbeit stand die Entwicklung und Einordnung des Landtourismus in das touristische Gesamtkonzept des Freistaates Sachsen.

Die Ausrichtung, Ziele und Aufgaben wurden durch regelmäßige Beratungen des Sächsischen Staatsministeriums für Umwelt und Landwirtschaft mit dem Regierungspräsidium Chemnitz bis auf Mitarbeiterebene an die Ämter für Landwirtschaft sowie die Ämter für Ländliche Entwicklung vermittelt und damit gleichzeitig ein direkter Austausch zu aktuellen Entwicklungen bei den Leistungsanbietern gewährleistet. Ergänzt wurden diese Anleitungen durch die jährlichen Schulungen der sozioökonomischen Beraterinnen.

Die Außenwirkung der Verwaltung erfolgte über die Ämter für Landwirtschaft durch die Fördermittelberatung und die Winterschulungsangebote für die Leistungsanbieter. Darüber hinaus waren in 14 Ämtern Arbeitskreise zum Landtourismus aktiv. In Zusammenarbeit mit den regionalen Tourismusverbänden wurde eine Vielzahl von Veranstaltungen zu Themen des Service- und Freizeitangebotes, der Öffentlichkeitsarbeit und zu finanziellen und rechtlichen Faktoren im Landtourismus durchgeführt.<sup>10</sup>

Im Fördermittelverfahren obliegen die Beratung der Antragsteller und die Antragsprüfung den Ämtern für Landwirtschaft (außer für Landkreise/Gemeinden und Vereine/Verbände, Antragsteller gemäß Ziffer 3.3 und 3.4 der Richtlinie 54). Die Bewilligung beantragter Zuschüsse und die Prüfung von Verwendungsnachweisen ist Aufgabe der Ämter für Ländliche Entwicklung. Allgemein ist festzustellen, dass die Anzahl der zu bewilligenden Maßnahmen kontinuierlich zurückgegangen ist. Nach der Richtlinie 31 wurden insgesamt 1 149 Vorhaben (Zeitraum 1993 bis 1999) und nach der Richtlinie 54 bis 2005 insgesamt 405 Vorhaben bewilligt.

### **3.2 Interministerielle Zusammenarbeit**

Die Zusammenarbeit erfolgt vorrangig im Rahmen von Projekten wie z. B. bei der Fortschreibung des Landesentwicklungsplanes und der Tourismuskonzeption des Freistaates Sachsen sowie kontinuierlich und zu Einzelfragen auf Arbeitsebene.

---

<sup>10</sup> Regierungspräsidium Chemnitz, Abteilung Landwirtschaft: Zuarbeit zum Statusbericht Landtourismus, (Az: 84-46 8422.60) E-Mail vom 25./26.07.2006

### 3.3 Zusammenarbeit mit touristischen Vereinen/Gesellschaft

Zu den wichtigsten Partnern bei der Entwicklung des Landtourismus gehören der Landestourismusverband Sachsen (LTV) und die Tourismus-Marketing-Gesellschaft mbH (TMGS) sowie die regionalen Tourismusverbände und der Verein Landurlaub in Sachsen e. V.

Mit der Fortschreibung der Grundzüge sächsischer Tourismuspolitik im Juni 2004 wurden strategische Empfehlungen für die zukünftige Ausgestaltung des Tourismus und die Einordnung des Landtourismus formuliert.

Im Kapitel „Touristische Themen“ im Abschnitt „Natur und Ländlicher Raum“<sup>11</sup> sind für den sächsischen Landtourismus folgende Schwerpunkte und Verantwortlichkeiten herausgearbeitet:

#### 1. Professionalisierung/Qualifizierung

- Durchsetzung DTV-Klassifizierung<sup>12</sup> und Qualitätsoffensive Sachsen
- Koordinierung und Qualifizierung der Klein- und Kleinstanbieter im ländlichen Raum
- Ausbau des Landtourismus als Produktlinie im Angebotsportfolio der TMGS und der Regionalverbände
- Professionalisierung des Camping-Angebotes im Freistaat und der entsprechenden Verbandsvertretung

→ Umsetzung durch folgende Akteure: Verein Landurlaub in Sachsen e. V., TMGS, weitere Partner

#### 2. Kooperationen/Netzwerke

- interdisziplinäre Zusammenarbeit mit aktiver Kommunikation zwischen regionalen Tourismusorganisationen, Schutzgebietsverwaltungen sowie den politisch Verantwortlichen
- Bildung von Netzwerken/Kooperationen zwischen Leistungsanbietern, Kommunen - Vereinen - Schutzgebietsverwaltungen
- verstärkte Vernetzung touristischer Aktivitäten (einschließlich Agrarmarketing, Direktvermarktung, Vertriebsmöglichkeiten regionalspezifischer Produkte)

→ Umsetzung durch folgende Akteure: Sächsische Städte und Gemeinden, Betriebe der Tourismuswirtschaft

#### 3. Angebots- und Produktentwicklung

- Straffung der Marketingorganisation in Kooperation von TMGS und Verein Landurlaub unter Hinzuziehung weiterer relevanter Partner

---

<sup>11</sup> Sächsisches Staatsministerium für Wirtschaft und Arbeit: Fortschreibung der Grundzüge sächsischer Tourismuspolitik, Dresden 2004, Seite 54 ff.

<sup>12</sup> DTV-Lizenz-Angebot für Ferienzimmer, Ferienwohnung und Privatzimmer bis 8 Betten seit 1994, seit 01. Juli 2005 ergänzt um die „G-Klassifizierung“, die speziell für gewerbliche Gastehäuser, Pensionen und Gasthöfe mit bis zu 20 Betten (ohne Hotelcharakter) entwickelt wurde

- regionale und inhaltliche Schwerpunktsetzung für die Angebotsentwicklung in Zusammenarbeit mit anderen Themen, z. B. Kultur und Natur, Stadt und Land
- Ausbau von Angeboten mit Erlebnis- und Mitmachcharakter
- Verbesserung und Ausbau von regional und überregional abgestimmten Besucherlenkungs Konzepten in Schutzgebieten und stärkere Einbeziehung der entsprechenden Partner wie z. B. der Landesstiftung Natur und Umwelt

→ Umsetzung durch folgende Akteure: TMGS, Betriebe der Tourismuswirtschaft, weitere Partner

Auf der Grundlage dieser Empfehlungen erfolgte zu Beginn des Jahres 2005 eine Neubeschreibung der Strukturen des Landtourismus. Die vorhandenen Zielstellungen und Aufgaben der vier Akteure bleiben davon unberührt und sind in der genannten Beschreibung integriert. In Anlehnung an die Tourismus-Organisationsstrukturen des Freistaates Sachsen und die damit geregelte Aufgabenzuordnung ist der sächsische Landtourismus wie folgt aufgestellt:

- Der Landestourismusverband Sachsen e. V. (LTV) nimmt auf Landesebene Aufgaben der Lobbyarbeit, des Qualitätsmanagements, der Netzbildung mit Fachverbänden, der internationalen und länderübergreifenden Kooperationen und der Entwicklung der touristischen Infrastruktur wahr. Im Rahmen dieser Aufgabenfelder werden die Interessen des Landtourismus seit dem Jahr 2005 speziell durch einen Projektmitarbeiter verstärkt wahrgenommen. Aufgabe dieser Projektstelle beim LTV war unter anderem die Gründung des Fachausschusses Landtourismus.
- Das touristische Landesmarketing wird seit dem Jahr 1999 durch die Tourismus-Marketing-Gesellschaft mbH (TMGS) mit den Schwerpunkten überregionales und internationales Marketing umgesetzt. Auf der Grundlage von Marktforschungsergebnissen erfolgt eine strategische Marketingplanung, die regional untersetzt ist und die Angebots- und Produktentwicklung unterstützt. Im Rahmen einer Projektstelle bei der TMGS wurde im Jahr 2005 eine Marketingstrategie entwickelt, auf deren Grundlage der Landtourismus unter der touristischen Dachmarke des Freistaates Sachsen weiter profiliert werden soll.
- In den Regionen sind vor allem die regionalen Tourismusverbände Ansprechpartner der Leistungsanbieter. Durch die Verankerung in die regionalen Tourismuskonzepte sind für das Einzelangebot direkte Synergien für das eigene Angebot und die Nachfrage zu erzielen.
- Partner der Regionen ist der Verein Landurlaub in Sachsen e. V., der mit seiner Satzung in den Vordergrund stellt „die natürlichen, sozialen und kulturellen Verhältnisse auf dem Lande im Freistaat Sachsen so zu fördern und mitzugestalten, dass der eigenständige Charakter der ländlichen Orte erhalten und das Dorf zunehmend zum Anziehungspunkt für die Bewohner und Gäste wird.“

Seit Februar 2005 wird der Verein Landurlaub in Sachsen e. V. im Rahmen eines Geschäftsbesorgungsvertrages vom Sächsischen Landeskuratorium Ländlicher Raum e. V. unterstützt. Das umfasst neben der Mitgliederbetreuung die Produktentwicklung, ihre Vernetzung und das Qualitätsmanagement.

Schwerpunkte der Arbeit des Sächsischen Landeskuratoriums Ländlicher Raum e. V. sind:

- die Verbesserung der Arbeits- und Lebensverhältnisse der Menschen,
- die Schaffung angemessener Erwerbsalternativen für die Menschen,
- der Aufbau und die Entwicklung der Bildungsarbeit,
- die Stärkung des klein- und mittelständischen Gewerbes im ländlichen Raum,
- die Erhaltung ländlicher Kulturgüter und die Dorfentwicklung.<sup>13</sup>

Weil der Landtourismus im Freistaat Sachsen organisatorisch sehr breit aufgestellt ist, sind notwendige Synergien nur im Zusammenspiel aller beteiligten Partner möglich. Hierzu erfolgt eine turnusmäßige Information und Abstimmung mit den landesweit tätigen Partnern im Landtourismus.

### **3.4 Zusammenarbeit mit touristischen Multiplikatoren**

Insbesondere im Rahmen der Weiterentwicklung des Strukturfondsmitelesinsatzes wird gezielt mit den Wirtschafts- und Sozialpartnern zusammengearbeitet. Seit 2005 besteht der Fachausschuss Landtourismus beim Landestourismusverband Sachsen e. V., der es sich zur Aufgabe gemacht hat, ergänzend zur Arbeit der Fachausschüsse Tourismuspolitik, Touristische Infrastruktur und Qualitätstourismus, zu einer engeren Vernetzung der wirtschaftlichen Potenziale des ländlichen Raumes beizutragen. In den jeweiligen Fachausschüssen sind neben den Sächsischen Staatsministerien für Umwelt und Landwirtschaft sowie Wirtschaft und Arbeit weitere Fachressorts vertreten.

Das Sächsische Staatsministerium für Umwelt und Landwirtschaft arbeitet bei der Deutschen Landwirtschafts-Gesellschaft e. V. im Ausschuss für Urlaub auf dem Bauernhof und Landurlaub mit.

## **4 Darstellung der Fortschreibung der Landtourismus-Förderung auf der Grundlage von Evaluierungen und sonstigen Dokumenten und Empfehlungen für die neue Strukturfondsperiode**

### **4.1 Vorlaufphase 1990 – 1992**

Die Erhaltung und Entwicklung des ländlichen Raumes ist ein fester Bestandteil der sächsischen Landes- und Agrarpolitik. Mit der Ausrichtung „sanfter Tourismus“ wurden Maßnahmen zur Schaffung und Verbesserung von Einrichtungen für Urlaubsmöglichkeiten auf dem Land gefördert. Damit

---

<sup>13</sup> Quelle: <http://www.slk-miltitz.de/vorstellung.php>, Stand: Juli 2006

sollten gleichzeitig zusätzliche Einkommensmöglichkeiten für Landwirte und Beschäftigte landwirtschaftlicher Betriebe geschaffen werden.

Auf der Grundlage des Gemeinschaftlichen Förderkonzeptes der Europäischen Gemeinschaft wurden im Rahmen des Operationellen Programms ab 1991 die Maßnahmen zur Schaffung von Einrichtungen für Freizeit und Erholung und zur Entwicklung der Fremdenverkehrsinfrastruktur gefördert.

Auf Initiative des Sächsischen Landesbauernverbandes e. V. und des Genossenschaftsverbandes wurde im November 1991 der **„Sächsischer Verein zur Förderung kulturvollen Lebens und Erholen auf dem Lande e. V.“** gegründet, dessen Geschäftsstelle bis 1996 institutionell gefördert wurde.<sup>14</sup>

#### **4.2 Aufbauphase 1993 – 1996**

Im Jahr 1993 erfolgte die **Förderung von Urlaub auf dem Land (Richtlinie 31/93)**<sup>15</sup> im Rahmen des Programms Ländlicher Raum, verbunden mit der Ausweitung des potenziellen Antragstellerkreises. Auf der Grundlage dieser Landesrichtlinie konnten sowohl Beschäftigte landwirtschaftlicher Unternehmen als auch nicht in der Landwirtschaft Tätige diese Förderung in Anspruch nehmen. Für natürliche Personen als Antragsteller wurde die Förderung an die Bedingung „Umnutzung oder Erhaltung ehemaliger landwirtschaftlicher Bausubstanz oder ortsbildprägender Bausubstanz“ geknüpft. Die Fördergebietskulisse war schwerpunktmäßig auf ländliche Gemeinden und Gemeindeteile mit bis zu 2 000 Einwohnern in touristisch attraktiven Regionen (orientiert am Landesentwicklungsplan Sachsen) konzentriert.<sup>16</sup>

Im Dezember 1993 wurde erstmalig durch das Sächsische Staatsministerium für Wirtschaft und Arbeit die Erarbeitung eines **„Entwicklungsprogramms für den Fremdenverkehr im Freistaat Sachsen“** in Auftrag gegeben, um Richtlinien für die zu initiierten Investitionen in den Regionen aufzustellen. Im Kapitel „Ziele und Maßnahmen für die Entwicklung des Fremdenverkehrs“ sind neun Schwerpunkte formuliert, zu denen die „Weiterentwicklung des Produktes ‚Ferien auf dem Lande‘“ gehört. Zur Erreichung dieses Ziels wurden folgende Maßnahmen empfohlen:

- Entwicklung geeigneter sächsischer Angebotsformen auf dem Reiterhof, dem Fischerhof, dem Winzergut, der Handweberei, der Töpferei,
- Koordinierung der Maßnahmen zur Dorferneuerung, Gestaltung des ländlichen Raumes, Förderung des agrarwirtschaftlichen Absatzes mit einzelgewerblichen Initiativen der Fremdenverkehrswirtschaft auf dem Lande,

---

<sup>14</sup> Sächsisches Staatsministerium für Landwirtschaft, Ernährung und Forsten: Agrarbericht 1991 und Agrarbericht 1992

<sup>15</sup> Sächsisches Staatsministerium für Landwirtschaft, Ernährung und Forsten: Richtlinie zur Förderung von Urlaub auf dem Land, RL-Nr.: 31/93 vom 29.09.1993

<sup>16</sup> Sächsisches Staatsministerium für Landwirtschaft, Ernährung und Forsten: Agrarbericht 1993

- Förderung privater Kleinanbieter.<sup>17</sup>

Damit wurde der bereits eingeschlagene Weg bestätigt und weiter unterstützt.

Die **Richtlinie für die Förderung von Urlaub auf dem Land** wurde mit Bestätigung des Gemeinschaftlichen Förderkonzeptes der Europäischen Gemeinschaft für die neuen Bundesländer innerhalb der Strukturfondsperiode 1994 - 1999 als **Richtlinie 31/94** fortgeschrieben.<sup>18</sup>

Zur Durchsetzung von Qualitätsansprüchen wurde im Mai 1994 eine Kommission für die DLG-Prüfzeichen „Urlaub auf dem Bauernhof“ und „Landurlaub“ einberufen.<sup>19</sup>

In Ergänzung zur Strukturfondsevaluierung wurde im Jahr 1995 die erste fachspezifische Studie **„Untersuchung zum gegenwärtigen Stand und den Entwicklungsmöglichkeiten des Landtourismus im Freistaat Sachsen“** in Auftrag gegeben.<sup>20</sup>

Die Untersuchungsergebnisse basieren im Wesentlichen auf folgendem methodischen Ansatz:<sup>21</sup>

- 74 mündliche Interviews mit sächsischen Anbietern aus sechs ausgewählten Landkreisen (1 bis 2 Std. Gesprächszeit), davon 50 Leistungsanbieter, die eine Förderung erhalten haben,
- 213 Gästebefragungen (offenes Gespräch an Hand eines Leitfadens mit Kernfragen) bei den Anbietern,
- 24 Expertengespräche,
- Überblick über die Organisations- und Finanzierungsformen der Landesarbeitsgemeinschaften Landtourismus ausgewählter Bundesländer,
- Bewertung der Landtourismus-Kataloge aller Bundesländer.

In Auswertung dieses Datenmaterials wurden für die zukünftige Förderung folgende Schwerpunkte abgeleitet:<sup>22</sup>

- Ausbau von Unterkünften nur nach Einzelfallprüfung auf der Grundlage eines umfassenden Unternehmenskonzeptes;  
Förderpriorität für Ausbau von Ferienwohnungen und Mehrbettzimmern,  
Fördergebietskulisse in Anlehnung an die Kategorisierung touristischer Fördergebiete des SMWA,  
Rangfolge durch inhaltliche Förderprioritäten: landwirtschaftliche Betriebe, Umnutzung

---

<sup>17</sup> Dr. Lang & Partner GmbH: Entwicklungsprogramm für den Fremdenverkehr im Freistaat Sachsen, 1994, Seite 73/74

<sup>18</sup> Sächsisches Staatsministerium für Landwirtschaft, Ernährung und Forsten: Richtlinie zur Förderung von Urlaub auf dem Land, RL-Nr.: 31/94 vom 25.04.1994

<sup>19</sup> Sächsisches Staatsministerium für Landwirtschaft, Ernährung und Forsten: Agrarbericht 1994

<sup>20</sup> Sächsisches Staatsministerium für Landwirtschaft, Ernährung und Forsten: Agrarbericht 1995

<sup>21</sup> ABRAXAS: „Untersuchung zum gegenwärtigen Stand und den Entwicklungsmöglichkeiten des Landtourismus im Freistaat Sachsen“, Berlin 1996, Seite 19, 29, 92/93

<sup>22</sup> Ebenda, Seite 240-242

traditioneller Gebäude, spezialisierte Angebote (z. B. ländliches Handwerk) oder Angebote mit typisch ländlichem Bezug (Dorfcharakter, Baustil des Gebäudes),

- Ausbau der Bettenkapazität ist im Wesentlichen erreicht; künftiger Schwerpunkt: Profilierung des sächsischen Landtourismus und zielgerichtete Vermarktung.

„Eine unzureichende Berücksichtigung notwendiger Vermarktungsaktivitäten würde den Erfolg der bisherigen Förderpolitik erheblich in Frage stellen.“<sup>23</sup> Als Projektansätze wurden weiterentwickelt:

- „Tag des offenen Hofes“ als Aktionswochenende mit Angeboten des sächsischen Landtourismus unter dem Motto „Mal wieder Land sehen“,
- jährlich stattfindende Fachtagung,
- Profilierung von Orten und Gemeinden zu dem Angebot „Dorfurlaub in Sachsen“,
- Entwicklung touristischer Leitbilder auf Gemeindeebene als Instrument der Dorfentwicklung,
- „Jahr des Landtourismus/Dorftourismus“,
- Hoffeste,
- Paul (**P**auschalangebote **a**uf dem **L**ande in Sachsen),
- Regionale Erzeugnisse und Tourismus.

Im Weiteren wurden basierend auf der Unterstützung und Zusammenarbeit mit dem SMWA vier Entwicklungsrichtungen zur Profilierung des sächsischen Fremdenverkehrs durch den Landtourismus herausgearbeitet:<sup>24</sup>

- Gesundheitsurlaub im ländlichen Raum,
- Naherholung im ländlichen Raum,
- Camping auf sächsischen Höfen,
- Entwicklung touristischer Leitbilder.

Eine wichtige Schlussfolgerung für die zukünftige Arbeit der Ämter für Landwirtschaft war, dass ein Umdenken von der bisherigen punktuellen Betrachtung des Unterkunftsangebotes zur räumlichen Betrachtung des ländlichen Tourismus erforderlich ist. Danach zeichnen sich als Beratungsschwerpunkte ab:

- Schaffung der touristischen Infrastruktur in den ländlichen Gemeinden,
- Zusammenarbeit der Anbieter zur Betreuung der Gäste,
- Gestaltung von touristischen Angeboten,

---

<sup>23</sup> ABRAXAS: „Untersuchung zum gegenwärtigen Stand und den Entwicklungsmöglichkeiten des Landtourismus im Freistaat Sachsen“, Berlin 1996, Seite 242

<sup>24</sup> ABRAXAS: „Untersuchung zum gegenwärtigen Stand und den Entwicklungsmöglichkeiten des Landtourismus im Freistaat Sachsen“, Berlin 1996, Seite 243

- Sicherung der gegründeten Existenzen bzw. geschaffener Einkommensquellen.

Als gemeinsame Basis für die Zusammenarbeit mit den regionalen Tourismusverbänden werden Kernaussagen zur regionsspezifischen Profilierung des Landtourismus empfohlen.

Ein weiterer wichtiger Baustein im Entwicklungs- und Profilierungsprozess des sächsischen Landtourismus sind die ländlichen Gemeinden „...“, je höher die Anzahl der Bettenkapazität, desto umfangreicher sollten sich die Aktivitäten der Gemeindeämter gestalten.“<sup>25</sup>

Dieser sehr umfangliche Empfehlungskatalog war maßgeblich für die nachfolgende Ausrichtung des sächsischen Landtourismus.

Im Rahmen der **Abschlussevaluierung des Operationellen Programms zur Entwicklung der Landwirtschaft und des ländlichen Raumes im Freistaat Sachsen (1994 - 1999)** wird für diesen Zeitraum festgestellt: „Der Schwerpunkt der Maßnahmen lag in den Jahren 1994 - 1996 eindeutig in der Förderung der Gästebetten im ländlichen Raum.“<sup>26</sup>

Im gesamten Förderzeitraum der Strukturfondsperiode 1994 – 1999 flossen von den 13,8 Mio. EUR bewilligten Fördermitteln 57 Prozent in den Bettenausbau, 5 Prozent in die qualitative Verbesserung der Freizeitmöglichkeiten in bestehenden Beherbergungsangeboten, 3 Prozent in Freizeiteinrichtungen und 35 Prozent in Einrichtungen für Freizeit und Erholung und zur Entwicklung der Fremdenverkehrsinfrastruktur. Die Förderung des touristischen Wegenetzes beschränkte sich auf Kleinstvorhaben und umfasste insgesamt 45 km. Regionale Förderschwerpunkte waren die Landkreise Sächsische Schweiz und Löbau-Zittau sowie Bautzen, der Weißeritzkreis, Aue-Schwarzenberg, Annaberg und der Mittlere Erzgebirgskreis.<sup>27</sup>

#### 4.3 Erste Konsolidierungsphase 1997 – 1999

Auf Grundlage der Ergebnisse der Studie „Untersuchung zum gegenwärtigen Stand und den Entwicklungsmöglichkeiten des Landtourismus im Freistaat Sachsen“ wurde die **Richtlinie für die Förderung von Urlaub auf dem Lande RL 31/94** mit Wirkung zum **01.01.1997**<sup>28</sup> fortgeschrieben.

Entsprechend den Empfehlungen der Studie erfolgte die Verlagerung der Förderschwerpunkte vom Ausbau der Bettenkapazität auf die Verbesserung der Qualität der Angebote einschließlich des betrieblichen Freizeitangebotes. Bei sich abzeichnenden regionalen Bedarf an weiteren Beherber-

<sup>25</sup> ABRAXAS: „Untersuchung zum gegenwärtigen Stand und den Entwicklungsmöglichkeiten des Landtourismus im Freistaat Sachsen“, Berlin 1996, Seite 252

<sup>26</sup> Sächsische Landesanstalt für Landwirtschaft: Abschlussevaluierung des Operationellen Programms zur Entwicklung der Landwirtschaft und des ländlichen Raumes im Freistaat Sachsen (1994 - 1999), Leipzig 2002, Seite 68

<sup>27</sup> ebenda Seite 69

<sup>28</sup> Sächsisches Staatsministerium für Landwirtschaft, Ernährung und Forsten: Richtlinie zur Förderung von Urlaub auf dem Land, RL-Nr.: 31/94 vom 25.04.1994

gungskapazitäten wurde auf Ferienwohnungen orientiert. Die Qualitätsentwicklung wurde auf der Grundlage der DLG-Prüfzeichen weiter thematisiert und unterstützt. So konnten im Zeitraum 1996 bis 1999 insgesamt 322 Prüfzeichen vergeben werden.<sup>29</sup>

Im Jahr 1997 wurde durch das Sächsische Ministerium für Wirtschaft und Arbeit die **Tourismuskonzeption des Freistaates Sachsen** in Auftrag gegeben. In dieser Konzeption wird der Landtourismus als eine eigenständige Säule des gesamten Tourismusangebotes anerkannt und der Angebotsschwerpunkt aufgrund der sächsischen Struktur bei „Urlaub auf dem Lande“ herausgearbeitet. Ziel der nächsten Jahre ist die Weiterentwicklung des Landtourismus als Markenprodukt. Als zukünftiger Handlungsrahmen für den sächsischen Landtourismus wird den Empfehlungen der ABRAXAS-Untersuchung von 1996 gefolgt.<sup>30</sup> Allerdings wurde die Zielstellung, den sächsischen Landtourismus als Marktführer in den neuen Bundesländern aufzubauen, nicht kritisch genug hinterfragt.

Entsprechend dem bundesweiten Trend<sup>31</sup> empfiehlt die Tourismuskonzeption zur Steigerung der Professionalität und Flexibilität der Vermarktung auf Landesebene die Trennung des verbandspolitischen Bereiches und des Marketingbereiches. Mit Gründung der Tourismus-Marketing-Gesellschaft Sachsen mbH im Jahr 1999 wurde dieser Empfehlung gefolgt.

Im Jahr 1997 wurde im Weiteren ein Projekt zur Erarbeitung eines Leitfadens zur Schaffung von Caravanstellplätzen und Campingmöglichkeiten auf sächsischen Höfen und das Projekt „Entwicklung einer touristischen Gemeinschaft sächsischer Dörfer“ initiiert.<sup>32</sup>

Auf der Grundlage von Auswahl- und Qualitätskriterien erfolgte eine Bündelung ländlich geprägter Orte mit touristischer Infrastruktur mit dem Anspruch, ein eigenständiges, vermarktungsfähiges touristisches Angebot zu entwickeln. Ziel dieses Vermarktungsansatzes ist es, dem Gast über die Beherbergung hinaus attraktive Angebote im ländlichen Raum zu offerieren und das Angebot als Marke zu schärfen. Die Resonanz auf diesen Projektansatz bestätigte das geschätzte Vermarktungspotenzial und verdeutlichte den Handlungsbedarf insbesondere hinsichtlich des Qualitätsanspruches. Mit Abschluss des Projektes fungierte der damalige Sächsische Verein zur Förderung von kulturvollem Leben und Erholen auf dem Lande e. V. als Dachorganisation für zukünftige Aktivitäten der „Touristischen Gemeinschaft sächsischer Dörfer“.<sup>33</sup>

---

<sup>29</sup> Sächsische Landesanstalt für Landwirtschaft: Abschlussevaluierung des Operationellen Programms zur Entwicklung der Landwirtschaft und des ländlichen Raumes im Freistaat Sachsen (1994-1999), Leipzig 2002, Seite 73

<sup>30</sup> Sächsisches Staatsministerium für Wirtschaft und Arbeit: Grundzüge sächsischer Tourismuspolitik, Dresden 1998, Seite 31 und 54

<sup>31</sup> May, Bernd: Verbandsstrukturen im Deutschlandtourismus, Seite 399, In: Geographie der Freizeit und des Tourismus, Oldenburg 2003

<sup>32</sup> Sächsisches Staatsministerium für Landwirtschaft, Ernährung und Forsten: Agrarbericht 1997, Seite 128

<sup>33</sup> ABRAXAS: Ergebnisbericht zum Projekt „Entwicklung einer touristischen Gemeinschaft Sächsischer Dörfer“, Weimar 1998

Für die weitere Zusammenarbeit sahen es die beteiligten Dörfer als vorrangige Aufgabe an, eine gemeinsame Entwicklungsorientierung in Form eines **Leitbildes** zu erarbeiten, was erfolgreich bis Mai 1999<sup>34</sup> realisiert werden konnte. Das Leitbild zeigt auf, welche Stärken und Schwächen der sächsische Landtourismus hat und leitet daraus den konkreten Handlungsbedarf für die nächsten Jahre ab.

Eine weitere Spezialisierung des Landtourismus regte 1998 der Landesverband Pferdesport Sachsen e. V. an.<sup>35</sup> Ausgehend von der Entwicklung und Qualifizierung des Reitwegenetzes wurde der **Ausbau des reittouristischen Potenzials im sächsischen Landtourismus** in den Vordergrund gestellt. Die landesplanerische Grundlage lag bereits mit dem Landesentwicklungsplan 1994 vor. Darin heißt es „Ein Netz von Wander-, Radwander- und Reitwegen (einschließlich Fernwegen) abseits stark befahrener Straßen, möglichst auf bestehenden Wegen in natur- und landschaftsverträglicher Weise, soll schrittweise geschaffen bzw. ausgebaut werden.“<sup>36</sup>

Aufgrund der fehlenden Statistik im Beherbergungsgewerbe für die Anbieter mit weniger als neun Betten wurde im Jahr 1997 im Rahmen der Projektförderung des Vereins zur Förderung von kulturvollem Leben und Erholen auf dem Lande e. V. die **Auslastung des Bettenangebotes der im Katalog „Landurlaub in Sachsen 97“** enthaltenen Betriebe untersucht. Im Erhebungsjahr warben 236 Betriebe im Katalog.

Auf Quartalsebene wurden die erhobenen Daten zu Auslastung und Aufenthaltsdauer nach Quellgebieten und Gästegruppen durch das Sächsische Landesamt für Statistik ausgewertet. Die Rücklaufquote der einzelnen Quartale schwankte zwischen 23,7 Prozent und 31,8 Prozent, wobei davon auszugehen ist, dass die Quartalsergebnisse von jeweils unterschiedlichen Teilnehmerkreisen in die Auswertung eingingen. Bei Annahme von 30 Schließtagen/Jahr lag die Auslastung der Bettenangebote mit bis zu acht Betten bei 27,4 Prozent. Bei den Angeboten mit mehr als acht Betten betrug die durchschnittliche Auslastung 31,6 Prozent. Die Aufenthaltsdauer war insbesondere bei den Privatvermietern deutlich länger als bei den statistisch erfassten Beherbergungsbetrieben.<sup>37</sup> Weil die Ergebnisse im Vergleich zu der gewerblichen Beherbergungsstatistik keine gravierenden Unterschiede aufwiesen, wurde für die zukünftige Arbeit an den Auslastungszahlen der gewerblichen Beherbergungsstatistik orientiert. Dabei wurde auch der Erhebungs- und Auswertungsumfang für repräsentative Daten berücksichtigt.

---

<sup>34</sup> Sächsisches Staatsministerium für Umwelt und Landwirtschaft: Leitbild für den Landtourismus in Sachsen“, Dresden 1999

<sup>35</sup> TMGS: Leitbild und Marketingstrategie Sachsen mit Pferd-Tourismus rund ums Pferd in Sachsen, Dresden 2005, Seite 11

<sup>36</sup> Staatsministerium für Umwelt und Landesentwicklung: Landesentwicklungsplan, Dresden 1994, Seite Z-51

<sup>37</sup> Sächsischer Verein zur Förderung von kulturvollem Leben und Erholen auf dem Lande e. V.: Statistische Erfassung der Auslastung der Angebote im Katalog „Landurlaub in Sachsen 97“ und Auswertung der Daten, In: Luisa Nr. 19

#### 4.4 Zweite Konsolidierungsphase 2000 - 2003

Auf der Grundlage der Evaluierungsergebnisse der vorangegangenen Strukturfondsperiode und des **Operationellen Programms zur Strukturfondsförderung des Freistaates Sachsen für den Zeitraum 2000 bis 2006** wurde die **Förderung des Landtourismus** im Rahmen der **Richtlinie 54/00** fortgeführt.

„Schwerpunktmäßig ist die Entwicklung und Umsetzung von Erlebnisangeboten für den Landtourismus zu unterstützen, wobei der Bereitstellung von zielgruppenorientierten Pauschalangeboten, von landtouristischen Bausteinen und den notwendigen Marketingmaßnahmen in Abstimmung mit den Anbietern weiterer Waren- und Dienstleistungen sowie der Weiterentwicklung der touristischen Infrastruktur besondere Bedeutung zukommt. Vorhandene Kapazitäten sind zu qualifizieren.“<sup>38</sup>

Die Fördergebietskulisse war weiterhin an den Einwohnerzahlen (mit bis zu 2 000) der ländlichen Gemeinden und Gemeindeteile festgemacht. Darüber hinaus mussten die Fördersätze insbesondere im investiven Bereich mit der GA-Förderung abgestimmt werden, so dass die Fördergebietskulisse der gewerblichen Wirtschaft des SMWA in die Richtlinie einbezogen wurde. Damit konnte außer den Städten Dresden und Leipzig der ländliche Raum einschließlich der Gebiete mit Verdichtungsansätzen sowie den Randzonen der Verdichtungsräume gefördert werden. Durch die Zuwendungsvoraussetzung „Örtliches Entwicklungskonzept oder ein anderes Entwicklungskonzept mit touristischer Ausrichtung“<sup>39</sup> wurde die Einzelmaßnahme an die touristische Regionalentwicklung gebunden, um ihre Nachhaltigkeit zu gewährleisten.

Die Maßgabe „Umnutzung oder Erhaltung ehemaliger landwirtschaftlicher und/oder forstwirtschaftlicher oder ortsbildprägender Bausubstanz“ galt nunmehr auch für landwirtschaftliche Unternehmen.

Aufgrund der gewachsenen Anforderungen im Bereich Marketing wurde mit der Richtlinie zur Förderung des Landtourismus (RL 54/00) neben den bisherigen Maßnahmeschwerpunkten Freizeiteinrichtungen, Infrastruktur und Bettenkapazitäten erstmalig der Förderschwerpunkt „Studien, Analysen, Modellprojekte, Marketingkonzepte und -maßnahmen“<sup>40</sup> aufgenommen.

Begleitend dazu wurde die Umsetzung der **Marketingkampagne „SACHSENLand erleben“** europaweit ausgeschrieben und der Zuschlag der TMGS erteilt, die im Rahmen einer Bietergemeinschaft mit den Partnern Prof. Sadowski & Partner, FUTOUR und dem Verein Landurlaub in Sachsen e. V. ihr Angebot eingereicht hatte.

---

<sup>38</sup> Operationelles Programm zur Strukturfondsförderung des Freistaates Sachsen 2000 - 2006, in der geänderten Fassung vom 09. Mai 2006, Seite 241

<sup>39</sup> Richtlinie des Sächsischen Staatsministerium für Umwelt und Landwirtschaft für die Förderung des Landtourismus vom 20. Dezember 2000, RL-Nr.: 54/00, Zuwendungsvoraussetzung 4.2

<sup>40</sup> Richtlinie des Sächsischen Staatsministerium für Umwelt und Landwirtschaft für die Förderung des Landtourismus vom 20. Dezember 2000, RL-Nr.: 54/00, Gegenstand der Förderung 2.1.5

Die Umsetzung baute auf der durch den Landestourismusverband Sachsen e. V. gemeinsam mit dem Sächsischen Verein zur Förderung von kulturvollem Leben und Erholen auf dem Lande e. V. und einer Projektgruppe erarbeiteten Konzeption „SACHSENLand erleben“<sup>41</sup> und das durch FUTOUR erarbeitete **Kommunikationskonzept für den Landtourismus**<sup>42</sup> auf.

Die Marketingkampagne, die neben der Profilierung des Landtourismus auf die Verbesserung der Kommunikation ausgerichtet war, konzentrierte sich auf folgende Aufgaben des Innen- und Außenmarketings.<sup>43</sup>

#### Innenmarketing:

- *Marketing-Handbuch „Von der Idee zum Markt“*  
→ Leitfaden für eine innovative Produktentwicklung bis hin zur Vermarktung und dem Vertrieb → Sammelordner mit einer Auflage von 300 Stück → Verteiler: regionale Tourismusverbände und weitere Multiplikatoren sowie Einsatz im Rahmen der einzelbetrieblichen Schulungen → gutes Arbeitsmaterial mit geringer Auflage, das zumindest als Kurzfassung im Internet (mit Verweis auf Bestellmöglichkeit für Komplett-Ordner) angeboten werden sollte, um weiterhin wirksam zu sein
  
- *Erarbeitung eines Leitfadens zur Angebotserstellung „Gesundheitsurlaub auf dem Lande“*  
→ Es wurde an die 1998 entwickelte Qualitätsmarke „Mir zuliebe – Gesundheitsurlaub in Sachsen“ angeknüpft und als „Gesundheitsurlaub auf dem Land“ fortgeführt. Zur Unterstützung der Angebotsentwicklung wurde ein Leitfaden erarbeitet. (Auflage 1 000 Stück)  
→ Damit wurde der aktuelle Wellnessstrend aufgegriffen und mit einem Handlungsleitfaden für den einzelnen Leistungsanbieter aufbereitet. → Bestelladresse TMGS
  
- *Einzelbetriebliche Schulungen*  
→ Letztendlich gab es mehr Bewerber als Schulungsplätze. Das Angebot wurde von 40 Leistungsanbietern in Anspruch genommen (Eigenbeteiligungsgebühr, durchschnittliche Bettenanzahl der teilgenommenen Anbieter = 18). → In Auswertung der Schulungen zeigte sich folgendes Angebotsbild: geringe Zielgruppenorientierung, fehlende Qualität des Werbematerials (Qualität Werbefotos), Gästekartei ungenügend genutzt und Kooperationen untereinander kaum ausgeprägt → Die Ergebnisse und Erfahrungen sollten stärker für Öffentlichkeitsarbeit im Sinne von best practice genutzt werden.

---

<sup>41</sup> Landestourismusverband Sachsen: Konzeption für eine sachsenweite Marketingkampagne 2001/2002 zum Landtourismus unter dem Titel „SACHSENLand erleben“, November 2000

<sup>42</sup> FUTOUR Umwelt-, Tourismus- und Regionalberatung GmbH & Co. KG: Kommunikationskonzept für den Landtourismus im Freistaat Sachsen, Abschlußbericht November 2000

<sup>43</sup> TMGS - Bietergemeinschaft: Marketingkampagne „SACHSENLand erleben“ 2001-2003, Abschlussbericht, Dezember 2003

- *Leitfaden „Erlebnistage auf dem Lande“*  
→ Mit dieser zweiten Fortführung des Handbuchs „Von der Idee zum Markt“ sollte die Durchsetzung der 2003 eingeführten Qualitätskriterien unterstützt werden. → Mit einer Auflage von 1 000 Stück erfolgte der Versand an alle Gemeinden Sachsens und potenzielle Teilnehmer der Erlebnistage.

#### Außenmarketing:

- *Erlebniswochenende /Erlebnistage „Mal wieder Land sehen“*  
→ Weiterentwicklung der 1999 erstmalig durchgeführten Veranstaltungsreihe mit einer regionalen und zeitlichen Ausweitung, unterstützt durch einen gemeinsamen Veranstaltungskalender, der insbesondere die Naherholungssuchenden und Tagesausflügler ansprechen soll → Wesentlicher Beitrag zur Imagesteigerung des ländlichen Raumes und gleichzeitig direkte Ansprache der Tagestouristen als zwar nicht umsatzstärkste, aber zahlenmäßig stärkste Gästegruppe.
  
- *Reittourismus*  
→ Auf der Grundlage des entstehenden Reitrouthenetzes sollte im Rahmen der Kampagne ein Konzept zum Ausbau und zur Vermarktung des Reittourismus erarbeitet werden. → Ergänzend dazu wurde in einer sachsenweiten Arbeitsgruppe ein Logo für die Dachmarke „Sachsen mit Pferd“ entwickelt und mit entsprechender Öffentlichkeitsarbeit (Presse, Messe, Internetportal) unterstützt. → Bereits in der ersten Anlaufphase zeigten sich bei der Umsetzung der Ziele regional differenzierte Aktivitäten.

Ein weiterer Schwerpunkt der ersten Kampagne war die Verbesserung der Kommunikation und Koordination. Im Vordergrund der Aktivitäten standen Messepräsentationen, Veranstaltungen wie z. B. Tag der Sachsen, Journalistenreisen und Pressearbeit. Es wurde begonnen, eine Datenbank von Anbietern und Multiplikatoren aufzubauen unter anderem als Grundlage für die Einführung des Infoletters. Im Jahr 2003 wurde eine Fachtagung zum Thema „Qualitätsverbesserung durch zentrales Themenmarketing“ durchgeführt, die als zweitägige Veranstaltung den über 70 Teilnehmern aktuelle Trends und best practice vermittelte.

Zur Verbesserung der Vernetzung aller im Landtourismus beteiligten Partner wurde durch den Verein zur Förderung von kulturvollem Leben und Erholen auf dem Lande e. V. das Forum Landurlaub etabliert, das sich seit dem Jahr 2000 halbjährlich zu Abstimmungen traf. Für den Bereich Förderung wurde ein Projektrat gegründet, zum dem auch Vertreter des SMWA gehörten.

Mit dem **Interpretationserlass vom 23.02.2001**<sup>44</sup> wurde derwendungszweck um das Ziel „Verbesserung der Auslastung unter Beachtung des Landtourismus-Leitbildes und unter Berücksichtigung der Ergebnisse der aktuellen Gästebefragung“ ergänzt.

Ausgerichtet auf eine Attraktivitätssteigerung des Landtourismus wurden für die Förderschwerpunkte Freizeiteinrichtungen und Freizeitangebote die Schaffung erlebnisorientierter Angebote in den Vordergrund gestellt. Bei der Verbesserung der touristischen Infrastruktur lag der Schwerpunkt bei der Schaffung des Reitwegenetzes (Fern- und Regionalrouten; lokale Reitwege waren von der Förderung ausgeschlossen). Eine Förderung für Rad- und Wanderwege war ausgeschlossen, ebenso für Freizeitbäder.

Die Modernisierung der bestehenden Beherbergungsangebote sowie die Schaffung von Campingmöglichkeiten wurden inhaltlich untersetzt und die Bedingungen für die Schaffung neuer Bettenkapazitäten definiert:

- regionales umsetzungsorientiertes Tourismuskonzept,
- Bettenangebot muss ein attraktives Freizeitangebot umfassen.

Für die Vermarktung wurden folgende Prioritäten (ohne Gemeindecinschränkungen) gesetzt:

- Schlafen im Heu,
- Modellprojekte zur Vernetzung verschiedener Teilleistungen in einem Ort sowie zwischen einzelnen Orten der „Touristischen Gemeinschaft sächsischer Dörfer“,
- Konzept Qualitätszeichen „Urlaub in sächsischen Dörfern“,
- Gastgeberverzeichnisse und Imagebroschüren zum Angebot „Landtourismus“,
- Kartenerstellung für Fern- und Regionalreitrouen.

Aus den Ergebnissen der **Gästebefragung 1999/2000** wurde damit vor allem der Erlebnisanspruch des Gastes berücksichtigt.<sup>45</sup>

Mit der **Halbzeitbewertung der Maßnahmen des Europäischen Ausrichtungs- und Garantiefonds für die Landwirtschaft** im September 2003 wurde die Neuausrichtung der Förderung auf Qualitätsverbesserung und Vermarktung vorhandener Angebote als bedarfsgerecht bestätigt. Es wurde empfohlen, der Vermarktung vorhandener touristischer Angebote verstärkte Aufmerksamkeit

---

<sup>44</sup> Sächsisches Staatsministerium für Umwelt und Landwirtschaft: und Umwelt: Interpretationserlass zur Richtlinie für die Förderung des Landtourismus, RL-Nr.: 54/00, Erlass vom 23.02.2001

<sup>45</sup> Landestourismusverband Sachsen: Ergebnisse der Gästebefragung 2000 in Sachsen, Quelle: Internet am 03.03.2004

zu widmen und die Entwicklung der Auslastung des Reitwegenetzes begleitend zu untersuchen, um bedarfsgerecht die Umsetzung des Reitwegekonzeptes fortführen zu können.<sup>46</sup>

In Begleitung zu der im **Sommer 2003** gestarteten Qualitäts- und Dienstleistungsoffensive im Tourismus Sachsens wurde eine **Gästabefragung** durchgeführt, die unter anderem Merkmale der Produkte Vitalurlaub und Reiturlaub marktanalytisch untersuchte. Von den 23 Prozent der befragten Gäste, die einen Bezug zu Pferden haben, konnte sich die Hälfte vorstellen, Reiturlaub in Sachsen zu machen. Das ausgeprägteste Interesse an Pferden haben Familien, wobei jüngere Gäste (bis zu 39 Jahren) allgemein interessierter sind. Im Weiteren ist davon auszugehen, dass im Gegensatz zu anderen reittouristischen Regionen der Anteil der Reiter mit eigenem Pferd bedeutend geringer ist, d. h. dass Urlaubsangebote mit Leihpferd gewünscht sind. Ebenso wird ein flächendeckendes Reitwegenetz erwartet.

Im Gegensatz zum Reittourismus bekundeten 82 Prozent der Gäste Interesse an Vitalurlaub. In diesem Angebotssegment erwartet der Gast vor allem „sanfte“ sportliche Aktivitäten (Walking, Schwimmen) sowie Angebote wie Massagen, Entspannungstechniken, Ayurveda. Ältere Gäste bevorzugen Wasseranwendung und Rehabilitation und wünschen die Unterbringung möglichst direkt im Kurort. Angebote auf dem Land außerhalb von Kurorten werden von fast 60 Prozent der Interessenten bevorzugt, dies gilt insbesondere für Gäste aus den alten Bundesländern.<sup>47</sup>

Mit den Ergebnissen dieser Befragung zu den Qualitätserwartungen der Gäste und im speziellen bei Vital- und Reiturlaub wurden genaue Eckpunkte für eine weitere Entwicklung des Landtourismus aufgezeigt.

Mit dem **Interpretationserlass vom 16.12.2003**<sup>48</sup> erhielten Maßnahmen zur Verbesserung der Freizeiteinrichtungen und der touristischen Infrastruktur sowie Maßnahmen zur Vermarktung höchste Förderpriorität. Das beinhaltete insbesondere die Schaffung des regionalen und überregionalen Reitwegenetzes. Die Erstellung touristischer Konzepte auf Gemeindeebene war bei entsprechender Stellungnahme des regionalen Tourismusverbandes förderfähig. Hinsichtlich der Qualitätsvorgaben wurden die DLG-Prüfbestimmungen bzw. die Klassifizierungskriterien des Deutschen Tourismusverbandes (DTV) als Mindestanforderungen festgelegt.

Ergänzend zur Gästabefragung wurde durch das SMUL 2003 eine **Bevölkerungsbefragung** in Auftrag gegeben. Gegenstand der Befragung war die Wahrnehmung der im Zuständigkeitsbereich

---

<sup>46</sup> Landgesellschaft Sachsen-Anhalt mbH: Halbzeitbewertung des Operationellen Programms zur Struktur-  
fondsförderung des Freistaates Sachsen 2000 – 2006, Los 3: Halbzeitbewertung der Maßnahmen des Eu-  
ropäischen Ausrichtungs- und Garantiefonds für die Landwirtschaft, Abteilung Ausrichtung, Schwerpunkt 5,  
Halle September 2003

<sup>47</sup> BVO Private Akademie für Verkehrswesen GmbH: Gästabefragung in Sachsen 2003, Marktanalytische  
Untersuchung von spezifischen Merkmalen der Produkte Vitalurlaub und Reiturlaub, November 2003

<sup>48</sup> Sächsisches Staatsministerium für Umwelt und Landwirtschaft: und Umwelt: Interpretationserlass zur Richt-  
linie für die Förderung des Landtourismus, RL-Nr.: 54/00, Erlass vom 16.12.2003

des SMUL liegenden Aufgaben wie z. B. Hochwasserschutz und Naturschutz sowie der ländliche Raum und vor allem Meinungen zum Urlaub auf dem Land. Aufgrund der Fragestellung „Urlaub auf dem Bauernhof“, der für Sachsen nicht typisch ist, lag der Anteil derjenigen, die diese Urlaubsform kennen, bei nur 11 Prozent. Diese Interessenten bestätigten die typischen Erwartungshaltungen an diese Urlaubsform: Natur/Ruhe und Beschäftigungsmöglichkeit für Kinder mit Tieren und Natur.

Ein interessantes Ergebnis der Befragung ist, dass der ländliche Raum Sachsens als „attraktiver Lebensraum“ wahrgenommen wird, in dem man gerne wohnt, der viele gepflegte Dörfer hat und viele Möglichkeiten für einen längeren Erholungsaufenthalt bietet.<sup>49</sup> Wenn man berücksichtigt, dass der Großteil der Übernachtungs- und vor allem Tagesgäste im ländlichen Raum aus Sachsen stammt, so wurde mit dem Befragungsergebnis der Vermarktungsansatz „Sächsische Dörfer“ bestätigt.

Im Hinblick auf die zukünftige Ausgestaltung der Europäischen Struktur- und Agrarpolitik wurde im Jahr 2003 auf der Grundlage des sozioökonomischen Ist-Zustandes untersucht, welcher Handlungsbedarf sich für den Zeitraum 2006 bis 2013 abzeichnet. Unter den Rahmenbedingungen des ländlichen Tourismus wurde eingeschätzt: „Trotz zahlreicher Aktivitäten (oder vielleicht aufgrund zu vieler?) wird der sächsische Landtourismus immer noch als recht profillose Marke wahrgenommen, da sich ein buntes Sammelsurium von Anbietern und Angeboten unterschiedlichster qualitativer Niveaus unter dem Begriff „Urlaub auf dem Land“ vereint hat.“<sup>50</sup> Im Ergebnis der Analyse wurden für die weitere Entwicklung des sächsischen Landtourismus folgende Empfehlungen gegeben:<sup>51</sup>

- Profilierung der Dachmarke „Urlaub in sächsischen Dörfern“ bei Einhaltung hoher Qualitätsstandards und unter Einbeziehung des Segments „Erlebnisorientierte Landwirtschaft“,
- Nutzung des Trends Gesundheits- und Wellnessurlaub,
- Nutzung der Chancen eines länderübergreifenden ländlichen Tourismus als Alleinstellungsmerkmal.

Auf regionaler Ebene wird kritisch die touristische Markenfähigkeit hinterfragt, mit dem Ergebnis, dass nur ganz wenigen Gebieten Sachsens bescheinigt werden kann, dem nationalen und internationalen Vergleich standzuhalten. Aufgrund dieser Tatsache wird für Gebiete mit mangelnder oder wenig kulturlandschaftlicher Attraktivität geschlussfolgert, dass Qualität und Alleinstellungsfähigkeit der Angebote somit umso wichtiger sind.

---

<sup>49</sup> Institut für Meinungsforschung GmbH Leipzig: Bevölkerungsbefragung zu den Themen der Landwirtschaft und Umwelt, Dezember 2003,

<sup>50</sup> Sächsische Landsiedlung GmbH: Studie zur zukünftigen Ausgestaltung der Strukturpolitik im ländlichen Raum im Freistaat Sachsen für den Zeitraum 2007 bis 2013, Meißen, Mai 2003, Seite 203

<sup>51</sup> Sächsische Landsiedlung GmbH: Studie zur zukünftigen Ausgestaltung der Strukturpolitik im ländlichen Raum im Freistaat Sachsen für den Zeitraum 2007 bis 2013, Meißen, Mai 2003, Seite 282

#### 4.5 Profilierungsphase ab 2004

2003/2004 wurde im Auftrag des Sächsischen Staatsministerium für Wirtschaft und Arbeit die **Tourismuskonzeption des Freistaates Sachsen** aus dem Jahr 1998 fortgeschrieben. Auf der Grundlage von Experteninterviews (42) und Workshops wurden die vorhandenen Studien/Untersuchungen/Leitbilder ausgewertet und Handlungsempfehlungen für den Zeitrahmen bis 2010 erarbeitet.

Für das Segment Landtourismus wird festgestellt: „bislang keine ausgeprägte landesweite Produktlinie“ und weiterführend als „ausbaufähiger Produktbereich“ eingestuft.<sup>52</sup> Zur Umsetzung dieses Ansatzes wurden die bereits im Kapitel 3.3 ausgeführten strategischen Empfehlungen formuliert einschließlich der Benennung der dazu erforderlichen Partner.

Unter Berücksichtigung der Tourismuskonzeption und der Ergebnisse aus den Zwischenevaluierungen erfolgte mit **Erlass vom 11.06.2004**<sup>53</sup> eine weitere Fortschreibung der Ausrichtung der Richtlinie zur Förderung des Landtourismus (RL 54/00).

Der Abschluss und die Umsetzung der Reitwegekonzepte der Landkreise erhielt höchste Förderpriorität bei gleichzeitigem Förderausschluss des Wegeneubaus. An zweiter Stelle der Umsetzungsprioritäten wurden die Marketingmaßnahmen festgelegt, gefolgt von der Schaffung von Freizeitangeboten in bestehenden Beherbergungseinrichtungen. Zertifizierungsqualität wurde als Fördervoraussetzung für Leistungsanbieter mit der Spezialisierung „Vitalurlaub“ benannt.

Die Neuschaffung von Bettenkapazitäten wurde unter anderem an die Förderbedingung geknüpft, dass die zu erwartende Auslastung mindestens 50 Prozent betragen muss. Damit wurde ein Ausschlusskriterium für diesen Förderschwerpunkt geschaffen. „In keinem Kreis des ländlichen Raums wird eine Bettenauslastung von mehr als 45 Prozent erreicht (Stand 2000).“<sup>54</sup>

Begleitend dazu wurde die TMGS beauftragt, unter Einbeziehung weiterer Partner die **Marketingkampagne „SACHSENLand erleben“ für den Zeitraum 2004 bis 2006** weiterzuführen.

Inhaltlich wurden folgende Schwerpunkte gesetzt:<sup>55</sup>

- *Workshops zu „Atmosphäre und Stil in den Häusern“*
  - Bei einem Teilnehmerkreis von ca. 50 Leistungsanbietern und insgesamt 120 Interessenten sollte die Öffentlichkeitsarbeit zu Fachthemen über TMGS-Extranet und Infoletter hinaus verstärkt werden.

---

<sup>52</sup> Sächsisches Staatsministerium für Wirtschaft und Arbeit: Fortschreibung der Grundzüge sächsischer Tourismuspolitik, Juni 2004, Seite 53

<sup>53</sup> Sächsisches Staatsministerium für Umwelt und Landwirtschaft: Strategische Neuausrichtung der Richtlinie zur Förderung des Landtourismus bis 2006, RL-Nr.: 54/00, Erlass vom 11.06.2004

<sup>54</sup> Sächsische Landsiedlung GmbH: Studie zur zukünftigen Ausgestaltung der Strukturpolitik im ländlichen Raum im Freistaat Sachsen für den Zeitraum 2007 bis 2013, Meißen, Mai 2003, Seite 55

<sup>55</sup> TMGS: Marketingstrategie für den Landtourismus in Sachsen, September 2005, Seite 15

- *Weiterentwicklung des Handbuchs „Von der Idee zum Markt“ mit dem Leitfaden „Tourismus in Schutzgebieten/Regionale Produkte“*  
→ Bisher konnte das Potenzial regionaler Produkte nicht genügend für die Profilierung und Wertschöpfung des Landtourismus erschlossen werden. Der o. g. Auftrag umfasst zwei sehr komplexe Aufgaben. Allein das Thema „Regionale Produkte“ beinhaltet ausreichend Problemstellungen, aus denen neue Lösungen für den Landtourismus abzuleiten sind.
- *Workshops zu „Tourismus in Schutzgebieten/Regionale Produkte“*  
→ Zur Umsetzung der Inhalte sind Multiplikatoren über Interessenvertreter der Schutzgebiete hinaus erforderlich.
- *Weiterentwicklung des Angebotes „Vitalurlaub auf dem Land“*  
Über die Anzahl der Anbieter, die sich auf dieses Angebot spezialisiert haben, liegt der LfL keine aktuelle Übersicht vor. → Bei der TMGS wird unter der Rubrik „Gesundheits- und Vitalurlaub“ unter anderem auf sächsische Dörfer verwiesen. Die Angebotspräsentation erfolgt über die Verlinkung zum Sächsischen Heilbäderverband e. V., der seine Werbung auf die Kurkliniken konzentriert.<sup>56</sup> → Im aktuellen Katalog Landurlaub in Sachsen gibt es unter dem „Erlebnis Index“ das Angebot „Aktiv und Gesund“. Infolge der regional ausgerichteten Präsentation der Angebote gestaltet sich das Suchen sehr aufwändig (ebenso im Internet). → Seit 2001 wird im Innenmarketing an diesem Angebot gearbeitet, falls qualitativ ausreichend Angebote vorhanden sind, muss das Außenmarketing verstärkt werden.
- *Infoletter „Landtourismus“*  
→ Voraussetzung für den Einsatz von Infolettern ist eine aktuelle Adressdatenbank mit internetfähiger Kontaktmöglichkeit, auf deren Grundlage abzuschätzen ist, ob weitere Vertriebswege erforderlich sind.
- *Landerlebniskalender*  
→ Fortführung eines bewährten Werbemittels.

Ergänzend zur Weiterführung dieser Kampagne wurde die TMGS im März 2005 beauftragt, Marketingmaßnahmen zur Förderung des Tourismus rund ums Pferd unter Nutzung der Marke „Sachsen mit Pferd“ zu entwickeln. Gemeinsam mit der 2005 gegründeten Arbeitsgruppe „**Sachsen mit Pferd**“ wurden **Leitbild und Marketingstrategie** erarbeitet. Die Umsetzung erfordert entsprechend qualifizierte und professionelle Akteure.

---

<sup>56</sup> Aktuell findet man mit dem Suchbegriff „Vitalurlaub auf dem Land Sachsen“ bei Google kein Angebot.

Im Hinblick auf die Ausgestaltung der zukünftigen Strukturfondsperiode und zur Untersetzung der Maßnahmen für die Weiterentwicklung des sächsischen Landtourismus wurden durch das SMUL im Jahr 2004 drei strategische Ansätze initiiert:

1. *Auf tourismuspolitischer Ebene:*

Mit der Einrichtung einer Projektstelle beim LTV war der Auftrag zur Schaffung eines Fachausschuss Landtourismus verbunden, um durch den Erfahrungs- und Meinungsaustausch der sachsenweiten Landtourismus-Multiplikatoren regionale und fachliche Belange des Landtourismus stärker aufnehmen zu können. Darüber hinaus sollte die Qualitätsentwicklung der Landtourismus-Angebote sowie die Aus- und Weiterbildung der Leistungsanbieter gezielt befördert werden. Basierend auf den Beratungen des Fachausschusses wurden durch den LTV im Rahmen eines Positionspapiers Ansätze zur Verbesserung des Stellenwertes und zur fachlichen Weiterentwicklung des Landtourismus erarbeitet.

2. *Auf Vermarktungsebene:*

Die TMGS wurde im Frühjahr 2005 beauftragt, eine Marketingstrategie für den Landtourismus zu entwickeln, um einen Handlungsrahmen für alle Akteure im Landtourismus-Marketing zu schaffen und gleichzeitig die Profilschärfung zu unterstützen.

3. *Auf dem Gebiet der Begleitforschung:*

Die LfL wurde beauftragt, den gegenwärtigen Stand der Entwicklung der seit 1993 geförderten Übernachtungskapazitäten zu untersuchen und ergänzend dazu eine erste Übersicht und Bewertung der seit 2000 im Rahmen der Richtlinie 54/00 geförderten Marketingprojekte zu erarbeiten.

Durch die Zusammenführung der Ergebnisse sollte eine Diskussionsgrundlage für die zukünftige, strategische Ausrichtung des sächsischen Landtourismus als Basis für eine gemeinsame Zielsetzung aller Partner gebildet werden.

Das **Positionspapier**<sup>57</sup> des **Landestourismusverbandes** schlägt folgende Schwerpunkte zur Weiterentwicklung des Landtourismus vor:

- Stärkung des regionalen Ansatzes durch Verbindung von Regionalität und thematischen Schwerpunkten auf der Grundlage der touristischen Leitthemen und der Einbeziehung von Evaluierungsergebnissen der Schlüsselprojekte,
- Stärkung regionaler Netzwerke zur Entbürokratisierung der verwaltungstechnischen Steuerung des Landtourismus,
- Lückenschluss bei der touristischen Wegeinfrastruktur auf der Grundlage eines entsprechenden Koordinierungssystems einschließlich Qualitätsmanagement; Entwicklung der

---

<sup>57</sup> Landestourismusverband Sachsen: Positionspapier „Weiterentwicklung des Landtourismus bis 2010 unter besonderer Berücksichtigung der Förderbedingungen durch den Europäischen Landwirtschaftsfonds ab 2007 (ELER-VO)“, Dresden, November 2005

Seenlandschaft und des Wassertourismus; Bedarfsgerechter Ausbau der Verkehrsinfrastruktur zur Sicherung der Mobilität und Erreichbarkeit unter Nutzung des ÖPNV,

- Vorrang der Qualitätsverbesserung bei bestehenden Beherbergungseinrichtungen, Schaffung neuer Kapazitäten nur im Einzelfall, diese Priorität werden auch für touristische Attraktionen empfohlen, Entwicklung des Unternehmertums u. a. durch Weitergabe von Erfahrungen sowie stärkere Nutzung der Ergebnisse und Erfahrungen bereits abgeschlossener Projekte,
- Führung des Marketingprozesses durch die TMGS auf der Grundlage einer Marketingstrategie, die an Hand von aktuellen Monitoringergebnissen (Nachfrage und Angebot) im Zeitraum von etwa zwei Jahren fortzuschreiben ist und Marketingmaßnahmen auf regionaler und überregionaler Ebene beinhaltet,
- Weiterführung produktbezogener Qualitätssysteme, die zukünftig noch transparenter zu gestalten sind, klare Verantwortlichkeit für Qualität/Qualifizierung/Zertifizierung,
- Stärkere Kooperationen zwischen Tourismus und Wirtschaft zur Erschließung neuer Wertschöpfungsketten, insbesondere mit der Ernährungswirtschaft,
- Bildungs-/Weiterbildungsangebote, Kooperationsbörsen zur Wissensvermittlung, Sicherung des sozialen Umfelds auf Ortsebene, Unterstützung der ehrenamtlichen Arbeit bei Traditions- und Brauchtumspflege,
- Erweiterung von Qualitätskriterien im Landtourismus um den Umweltaspekt, stärkere Einbeziehung der Naturschutzvertreter, insbesondere der Landesstiftung für Natur und Umwelt in Zusammenarbeit mit dem LTV,
- Stärkung grenzübergreifender Netzwerke (Nutzung des bestehenden CSB-Netzwerks).

Auf der Grundlage einer Befragung gewerblicher und institutioneller Vertreter des Landtourismus, leitfadengeführter Expertengespräche und einer Konkurrenzumfeldanalyse wurde die **Marketingstrategie für den Landtourismus**<sup>58</sup> durch die TMGS erarbeitet und im September 2005 vorgelegt. Die TMGS sieht im Ergebnis der Erarbeitung folgende Hauptzielrichtungen:

- Markenprofilierung des sächsischen Landtourismus mit dem Ansatz „Touristische Gemeinschaft Sächsischer Dörfer“ und „Sachsen mit Pferd“.

Voraussetzung zur Umsetzung dieser Zielstellung ist Kontinuität dieses Aufgabenbereiches der TMGS sowie eine entsprechende Beauftragung. Die TMGS weist im Weiteren darauf hin, dass für die zukünftige Arbeit die Ergebnisse der LfL-Studie speziell zum Marketing und zur Infrastruktur sowie der LTV-Gästebefragung zu berücksichtigen sind.

---

<sup>58</sup> TMGS: Marketingstrategie für den Landtourismus in Sachsen, Dresden, September 2005

**Mit der Sonderauswertung „Tourismus im ländlichen Raum“ der LTV-Gästebefragung 2004/2005** <sup>59</sup> wurden weitere wichtige Zusammenhänge aufgezeigt:

- mehr als die Hälfte der Gäste stammen aus Sachsen (gefolgt von Bayern, Thüringen und Nordrhein-Westfalen),
- im Vergleich zu den anderen zwei Raumkategorien hat der ländliche Raum die meisten Tagesgäste, bei denen erwartungsgemäß der Anteil der Gäste aus Sachsen am höchsten (87 Prozent) ist,
- 43 Prozent der Gäste reist mit Partner, ein Viertel und damit doppelt soviel wie in verdichteten Gebieten, mit Familien (mit durchschnittlich 1,5 Kindern),
- häufigste Aufenthaltsgründe sind Urlaub (43 Prozent) und im Vergleich zu den anderen Raumkategorien Ausflug (37 Prozent) und Kur (8 Prozent),
- die entscheidenden Reisemotive sind „Landschaft/Natur“ und „Fitness/Sport treiben“; „Kunst/Kultur“ dominieren im verdichteten Raum, die Zufriedenheitsergebnisse insbesondere bei den Sport- und Freizeitangeboten zeigen Handlungsbedarf auf,
- bei der Unterkunft werden Hotel (39 Prozent) und Pensionen (20 Prozent) bevorzugt, Ferienwohnung/-haus haben einen Anteil von 9 Prozent (im verdichteten Raum nur 3 Prozent),
- bei der Zufriedenheit der Gäste schneidet das Merkmal „Landschaft und Natur“ am besten ab, größte Schwachstellen sind die ÖPNV-Situation und Angebote zur künstlerischen Selbstbetätigung (sowie auch regionale Feste),
- Detailauswertungen zeigen im Weiteren, dass das Servicebewusstsein und die Kinderfreundlichkeit in verdichteten Räumen besser ausgeprägt sind und auch die Zufriedenheit mit Museen und Ausstellungen schneidet dort besser ab.

In die Entwicklung eines Marketingplanes mit kurz- und mittelfristigen Zielen müssen diese aktuellen Ergebnisse einfließen.

Wichtige Hinweise ergeben sich auch aus der **Befragung der seit 1993 geförderten Bettenanbieter zum Stand der Entwicklung ihres Beherbergungsangebotes**. Mit einer sehr guten Rücklaufquote von 73,9 Prozent konnten aktuelle Daten von 468 Anbietern geförderter Beherbergungskapazitäten ausgewertet werden. Die Ergebnisse verdeutlichten, dass in diesem Angebotssegment aufgrund der geringen Gesamtbettenanzahl/Anbieter der Großteil ein Zusatzeinkommen erzielt und damit Nebenerwerb vorherrscht. Das steht in direktem Zusammenhang mit folgenden Ergebnissen:

- Mit Zunahme der Gesamtbettenanzahl steigt die Bereitschaft, in die weitere Entwicklung des Beherbergungsangebotes zu investieren.

---

<sup>59</sup> Chempirica: Sonderauswertung der Gästebefragung Sachsen 2004/2005 zu Thema „Tourismus im ländlichen Raum“, Chemnitz, Oktober 2005

- Der Großteil des Bettenangebotes ist bis 1996 geschaffen worden, somit besteht zunehmender Modernisierungsbedarf.
- Der Anteil zertifizierter Angebote liegt bisher bei 27 Prozent.
- Die Anzahl der Werbemaßnahmen steigt mit dem Einkommen aus der Vermietung, d. h. wenn der Großteil der Anbieter ein Zusatzeinkommen erzielt, ist Marketing für den Einzelnen nur in Ansätzen möglich.
- 52 Prozent der Befragungsteilnehmer sind Mitglied in touristischen Vereinen, vorrangig diejenigen mit mehr als sechs Betten.
- Unabhängig von der Bettenanzahl hat der Großteil der Befragten (über 90 Prozent) an der Bewertung des Entwicklungsstandes der touristischen Infrastruktur in ihrer Region teilgenommen.

Weiterhin ist zu berücksichtigen, dass bereits mehr als ein Viertel der Leistungsanbieter über 60 Jahre ist, so dass unabhängig von der wirtschaftlichen Entwicklung und der touristischen Nachfrage sich die Verringerung bzw. Aufgabe des touristischen Angebotes abzeichnet. Diese Annahme deckt sich mit den Gründen, warum keine weiteren Investitionen geplant sind.<sup>60</sup>

#### Das bedeutet Förderung

- der Modernisierung einschließlich der Kapazitätserweiterung, verbunden mit der Auflage zur Zertifizierung und Teilnahme an der Servicequalität Sachsen,
- der Schaffung neuer Beherbergungskapazitäten einschließlich Freizeitangebote bei einer Mindestbettenanzahl von acht Betten, verbunden mit der Auflage zur Zertifizierung und Teilnahme an der Servicequalität Sachsen,
- des Marketing Landtourismus für qualitätsgeprüfte Angebote.

Die Einbeziehung einer Mindestbettenanzahl bei der Neuschaffung oder dem Ausbau von Beherbergungskapazitäten berücksichtigt, dass

- sich ein wirtschaftliches Eigeninteresse, das Beherbergungsangebot über den Gebäudeerhalt hinaus zu entwickeln, ab sechs Betten abzeichnet,
- vorrangig Frauen im Landtourismus aktiv sind und diese vor allem im Nebenerwerb gründen,
- Landtourismus an die vorhandene Gebäudesubstanz gebunden ist.

Zur Gewährleistung der statistischen Erfassung, das Mindestangebot auf neun Betten zu erhöhen, ist aufgrund der zu erwartenden Anzahl an Förderanträgen und unter Berücksichtigung des Datenschutzes (mindestens drei Leistungsanbieter/Erhebungsebene) von untergeordneter Bedeutung.

---

<sup>60</sup> Sächsische Landesanstalt für Landwirtschaft: Kapazitäten im Landtourismus, Dresden, November 2004; Sächsische Landesanstalt für Landwirtschaft: Landtourismus - Marketing und Infrastruktur, Dresden, November 2005

Mit den Erlässen des SMUL vom 04.08.2005 und 11.07.2006 wurden unter anderem die Ergebnisse der LfL-Befragung berücksichtigt.

- Für die Neuschaffung von Bettenkapazitäten wurde die Fördervoraussetzung „Auslastung“ an eine „überdurchschnittliche Auslastung gegenüber Kapazitäten in der Region“ angepasst.<sup>61</sup>
- Die Bedingung für die Förderung investiver Maßnahmen ist die Teilnahme an der Servicequalität Sachsen. Für die Neuschaffung von Bettenkapazitäten wurden eine Mindestanzahl von neun Betten eingeführt und Ausnahmen definiert, wann Abweichungen davon möglich sind.<sup>62</sup>

Damit wird stärker auf die Verbesserung der Wirtschaftlichkeit der Einzelmaßnahme und letztendlich auf die Erhöhung des Landtourismusanteils an der Wertschöpfung im ländlichen Raum orientiert.

Aktuelle Strukturdaten wurden darüber hinaus mit der seit 1994 regelmäßig durch das SMWA in Auftrag gegebenen **Studie zum betriebswirtschaftlichen Ist-Zustand des Hotel- und Gaststättengewerbes nach Betriebsarten und Betriebsgrößen mit Einschätzung des zukünftigen Entwicklungs- und Investitionspotenzials im Freistaat Sachsen 2004** vorgelegt.

Von den 9 448 Unternehmen des sächsischen Hotel- und Gaststättengewerbes (Stand: 2003) wurden 308 Unternehmen zu den Ergebnissen des Geschäftsjahres 2004 befragt. Im Ergebnis der Auswertung wird festgestellt: „Rückläufige Unternehmenszahlen verzeichnen insbesondere die Gasthöfe, nachdem diese vor allem in ländlichen Regionen vertretene Betriebsart mit hohem flächendeckendem Unternehmensbesatz in der ersten Hälfte der 90-er Jahre startete.“<sup>63</sup>

Unter den Handlungsempfehlungen wird geschlussfolgert „auch Landgasthöfe, sofern sie eine moderne, regionale Küche mit authentischem, stilsicheren Ambiente bieten, liegen im Trend und haben gerade in Verbindung mit regionalen Produkten gesteigerte Chancen, Marktentwicklungen (Gesundheit und Bio-Produkte) professionell umzusetzen.“<sup>64</sup>

Die Untersuchung verdeutlicht aber auch, dass „strategische Faktoren wie ein innovatives Unternehmenskonzept, zielgruppenorientiertes Marketing oder betriebswirtschaftliche Kompetenz in der

---

<sup>61</sup> Sächsischen Staatsministerium für Umwelt und Landwirtschaft: Richtlinie zur Förderung des Landtourismus, RL-Nr. 54/00, Erlass vom 04.08.2005

<sup>62</sup> Sächsischen Staatsministerium für Umwelt und Landwirtschaft: Richtlinie zur Förderung des Landtourismus, RL-Nr. 54/00, Erlass vom 11.07.2006

<sup>63</sup> BBE Unternehmensberatung: Studie zum betriebswirtschaftlichen Ist-Zustand des Hotel- und Gaststättengewerbes nach Betriebsarten und Betriebsgrößen mit Einschätzung des zukünftigen Entwicklungs- und Investitionspotenzials im Freistaat Sachsen 2004, Leipzig 2005, Seite 10

<sup>64</sup> ebenda, Seite 109/110

Hotellerie bei annähernd jedem zweitem Unternehmen und in der Gastronomie bei gerade einmal einem Drittel als wichtig erachtet werden.<sup>65</sup>

Aufgrund der Untersuchungsergebnisse wird prognostiziert, dass sich die Polarisierung zwischen erfolgreichen und unrentablen Unternehmen fortsetzen wird. Damit kommt aber auch zum Ausdruck, dass nicht nur das Unternehmertum entwickelt werden muss, sondern dass vor allem Wissen erforderlich ist, um unternehmerisch tätig sein zu können.

## **5 Bedeutung regionaler Untersuchungen für die Entwicklung des Landtourismus**

### **5.1 Einleitung**

Der bisherige Teil der Studie konzentriert sich auf die Darstellung der Fortschreibung der Richtlinie Urlaub auf dem Land/Landtourismus. Schwerpunkt der Betrachtung waren Dokumente, die vorrangig im Rahmen des Verwaltungshandelns sowie unter Beteiligung weiterer Akteure erarbeitet wurden und mit ihren Ergebnissen in die Förderung eingeflossen sind.

Eine weitere Betrachtungsebene ergibt sich aus Sicht der Regionen. Die regionalen Tourismusverbände wurden um Zuarbeiten zum Statusbericht Landtourismus gebeten. Eine Befragung zur Bewertung der Mitwirkungsmöglichkeiten bei der Entwicklung des sächsischen Landtourismus wurde aufgrund der Kürze der Bearbeitungszeit nicht durchgeführt.

Nachfolgend werden die von den Tourismusverbänden zur Verfügung gestellten Materialien dargestellt.

### **5.2 Reisegebiet Sächsisches Elbland**

Im Auftrag des Landratsamtes Meißen wurde im Zeitraum 2004 bis 2005 die **AEP „Erhalt und Entwicklung der sächsischen Weinbaulandschaft“**<sup>66</sup> erarbeitet. Aufgabe war die Erarbeitung von Maßnahme- und Handlungsempfehlungen für ein integriertes Konzept zur Entwicklung der Kulturlandschaft mit den inhaltlichen Schwerpunkten

- zukunftsfähiger Steillagenweinbau und
- Profilierung des Tourismus in Verbindung mit dem Landschaftsbild.

Die Erarbeitung erfolgte im Rahmen einer Projektgruppe, zu der Teilnehmer der beteiligten Landkreise sowie das Staatliche Amt für Ländliche Entwicklung Kamenz, das Staatliche Amt für Landwirtschaft und Gartenbau Großenhain und das SMUL gehörten.

Im Schwerpunkt Tourismus/Landschaftsbild wird im Abschnitt „Einordnung in das Gesamtkonzept der sächsischen Tourismuspolitik“ festgestellt, dass aufgrund des über weite Strecken städtisch

---

<sup>65</sup> ebenda, Seite 82

<sup>66</sup> Sächsische Landsiedlung GmbH: Erhalt und Entwicklung der sächsischen Weinbaulandschaft, Meißen 2004-2005

geprägten Elbtals sich das sächsische Weinbaugebiet entscheidend von anderen Anbaugebieten unterscheidet, die in der Regel ländlich geprägt sind. Insofern wird das Marktsegment Wein nicht als Bestandteil des klassischen Landtourismus verstanden, sondern aufgrund der Kulturgeschichte des Weins mit den kulturellen Angeboten Sachsens verknüpft.

Die Marke „Faszination Elbland“ setzt sich aus den Produktlinien „Faszination Elbe“, „Faszination Städte“, „Faszination Wein“ und „Faszination Natur“ zusammen.

Zu den touristischen Produkten der Linie „Faszination Wein“ gehören:

- Sächsische Weinstraße,
- Sächsischer Weinwanderweg,
- Dampfschiffahrtlinie „Sächsische Weinstraße“,
- Private Weingüter,
- Winzergenossenschaft,
- Sächsisches Staatsweingut,
- Straußwirtschaften, Weingaststätten,
- Weinbaumuseum Hoflößnitz,
- Pauschalangebote,
- Elbweindörfer.

Für die Elbweindörfer verdeutlicht die Untersuchung, dass die bisherigen Marketingaktivitäten in den Dörfern der Region noch nicht ausreichend den Markenkern „Sächsischer Wein – Wein von der Elbe“ berücksichtigen und damit letztendlich zu einer Verwässerung des Profils der Sächsischen Weinbaulandschaft geführt haben. Damit zeigt sich auch, dass Regionalmarketing mehr als den Willen zur Zusammenarbeit erfordert. Die Einbeziehung von Marketingfachwissen in die integrierte Entwicklung einer Region ist noch nicht in ausreichendem Maße gegeben. Im Ergebnis der Untersuchung wurde vorgeschlagen, ein Modellprojekt Dorfentwicklung Elbweindörfer durchzuführen, um Abgrenzungsmerkmale und Typisches eines Elbweindorfes herauszuarbeiten und damit zur Profilierung des touristischen Produktes Elbweindorf beizutragen. In Verbindung mit drei weiteren Projekten

- Gestaltungs- und Beschilderungskonzept Sächsische Weinstraße,
- „Straußenverbund“ und Eröffnung neuer Straußwirtschaften und
- Weiterentwicklung Broschüre Weinwanderweg mit Angebotsentwicklung „Erlebniswandern von Weingut zu Weingut“

soll damit das Gesamtbild „Lebensraum Sächsisches Weindorf“ als touristisches Produkt authentisch gestaltet werden. Dieser integrierte Ansatz zwischen Weinanbau und Einbindung in eine touristische Wertschöpfungskette ist Basis für eine nachhaltige Entwicklung der Region.

### 5.3 Reisegebiet Vogtland

Vom Projektmanagement Landurlaub/Gesundheitsregion des Tourismusverbandes Vogtland e. V. wurden das Touristische Marketingleitbild aus dem Jahr 1999 sowie die Projekte Freilichtmuseum Landwüst und der Gläserner Bauernhof als maßgeblich übermittelt.

Mit dem **Touristischen Marketingleitbild „Klingende Ferienregion Vogtland“**<sup>67</sup> werden drei Schwerpunkte für die touristischen Themen des Vogtlandes festgeschrieben:

- Kultur/Tradition (insbesondere Musik),
- Naturverbundene(r) Sport/Bewegung/Aktivität und
- Kur und Gesundheit.

Diese Ausrichtung wurde mit Maßnahmen und Angebotsideen umgesetzt wie z. B.:

- Musikalisches Menü – in der Kombination Gastronomie und Musik, das unter anderem in Veranstaltungsreihe „Musik auf dem Lande“ eingebunden werden sollte,
- Musik und Bier, mögliche Zusammenarbeit mit Euregio prüfen (Ansatz bayerisches und böhmisches Bier) ,
- „Das fidele Dorf“, Feriendorf für Cluburlaub mit Erlebnisastronomie (als möglicher Standort war Wernesgrün vorgeschlagen),
- Vogtländische Produkte, Definition typisch vogtländischer Produkte, Entwicklung eines Logos für Produkte aus der Region, dabei Aufgreifen der bereits bestehenden Initiativen,
- Aufbau eines Dozentenringes für die Durchführung von Handwerks- und Kreativkursen,
- Radverleihverbund, Wanderbus, Euregio-Mobil (INTERREG III A), Draisine,
- Apfelmesse, Kartoffeltage, Pflanzenmuseum,
- Heuhotel,
- Gästebefragung aller drei Jahre,
- Vogtland-Card (INTERREG III A-Projekt).

Der Marketingplan 2005 des Vogtlandes untersetzt die Leitbilder und Angebotsideen und arbeitet gleichzeitig die Grundsätze des neuen Tourismuskonzeptes des Freistaates Sachsen ein. Darin ist für das Vogtland als ein Leitthema „Landschaft/Landurlaub“ enthalten. Im Rahmen von LEADER+ wurde im Oktober 2004 ein Projekt gestartet, mit dem eine Positionierung im Segment Gesundheitsurlaub auf dem Land erreicht werden soll.<sup>68</sup>

Das **Freilichtmuseum Landwüst** hat seine Ursprünge in einer privaten Sammlung, entstand als Bauernmuseum bereits 1968 und wird seit 1996 von der Vogtland Kultur GmbH betrieben. Vermitt-

---

<sup>67</sup> REPPPEL+Partner: Touristische Marketingleitbild „Klingende Ferienregion Vogtland“, Seite 8/9, Plauen

<sup>68</sup> Tourismusverband Vogtland: Mitgliederinformation I / 2005,

Im Internet: [http://www.vogtlandtourist.de/angebote/Mitgliederin1\\_2005.htm](http://www.vogtlandtourist.de/angebote/Mitgliederin1_2005.htm)

telt wird die Arbeits- und Lebensweise der vogtländischen Landbevölkerung von Anfang des 19. Jahrhunderts bis in die erste Hälfte des 20. Jahrhunderts. Neben 12 000 Ausstellungsstücken werden in der Zeit von Mai bis September die Veranstaltungsreihe „Musik aus der Scheune“ sowie seit 2006 als „extravagante“ Veranstaltungsreihe „Konzerte in der kultur.tenne“ angeboten. Ergänzend dazu finden thematische Veranstaltungen statt. Die angebotenen Führungen wurden seit diesem Jahr um das Angebot „Kräuter-Kreativ-Tag“ erweitert. Zahlen zur Auslastung und Finanzierung liegen nicht vor.

Erholung in der Natur, Bildung und frisch geräucherte Forellen sind die Angebote des „**Gläsernen Bauernhofes**“. Auf Initiative der Agro-Dienst-Marktfrucht GmbH, einem landwirtschaftlichen Unternehmen mit über 2 000 ha Fläche, Mutterkuhhaltung, Schafhaltung, Wildgatter, vogtländischem Rotvieh, eigener Schlachtung und Direktvermarktung, entstand dieses Projekt, das im Rahmen eines Vereins betreut wird. Seit dem Jahr 2000 wird über Projektstage und thematische Großveranstaltungen Öffentlichkeits- und Bildungsarbeit für die Land- und Forstwirtschaft geleistet.

**Tabelle 1: Entwicklung Veranstaltungs- und Besucherzahlen im Zeitraum 2000 bis 2004**

Jahr	Projektstage		Sonstige Veranstaltungen	
	Anzahl	Besucher	Anzahl	Besucher
2000	17	400	30	5 000
2001	23	553	3	6 000
2002	26	526	13	8 773
2003	54	1 399	25	13 135
2004	53	1 681	49	14 900

Quelle: Präsentation der Agro-Marktfrucht-GmbH am 27.06.2006

Neben den Mitgliedsbeiträgen wird das Projekt über LEADER+, Inno-Regio und EUREGIO-EGRENSIS finanziert. Bei investiven Maßnahmen wird zusätzlich Unterstützung durch die regionale Wirtschaft geleistet.

Vor dem Hintergrund der Abwanderung gerade junger Menschen wird mit diesem Projekt durch die Ausrichtung auf Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit insbesondere für Kinder und Jugendliche Mitverantwortung für den Nachwuchs in der Region übernommen. Weil Bildungsarbeit in der Regel nicht eigenwirtschaftlich betrieben werden kann, wurde durch die Einbindung der regionalen Wirtschaft ein wichtiger Schritt zur Sicherung der Nachhaltigkeit des Projektes geleistet.

#### **5.4 Reisegebiet Sächsisches Burgen- und Heidefeld**

Die aktuelle Internet-Präsentation des Sächsischen Burgen- und Heidefeldes umfasst folgende Vermarktungsschwerpunkte:

- Aktivurlaub,

- Kultur erleben,
- Wellness und Natur,
- Reisen mit Handicap.

Das Segment „Wellness und Natur“ wird mit den folgenden Angeboten unteretzt:

- Gesund und Vital,
- NaTour erleben,
- Parks und Gärten,
- Obstland,
- Naherholungsgebiet Talsperre Kriebstein und
- Neues Sächsisches Seenland.<sup>69</sup>

Zum Angebot Obstland wurde vom Tourismusverband das im Jahr 2001 erarbeitete **Tourismusleitbild Obstland**<sup>70</sup> und das im Jahr 2002 im Rahmen der Förderung über die RL 54 durchgeführte Projekt „**Marketingmaßnahmen Reisen ins Obstland**“<sup>71</sup> zur Verfügung gestellt.

Ausgehend von den touristischen Aktivitäten der Obstland Dürrweitzschen AG wurde mit der Erarbeitung des Tourismusleitbildes die Grundlage gelegt, Obstland als Marke auf dem Tourismusmarkt zu etablieren. Unterstützt durch eine Leitbild-Arbeitsgruppe sowie thematische Arbeitsgruppen mit Vertretern aus der Region der Landkreise Muldental, Döbeln und Torgau/Oschatz (Südteil) wurden Richtlinien für ein gemeinsames Handeln entwickelt.

Die Analyse der Mitbewerber zeigte, dass es kaum kulinarische Spezialisierungen innerhalb Sachsens gibt (Wein im Sächsischen Elbland), dass aber bereits andere Regionen wie Hessen, die Rhön oder das Mostviertel in Österreich sich mit der Thematik Obst touristisch profilieren. Die Alleinstellungsfähigkeit der zu entwickelten Produktlinien stand damit im Vordergrund der zukünftigen Entwicklung.

Auf der Grundlage des Leistungspotenzials der Anbieter und der Zielgruppen wurden mit dem Projekt „Marketingmaßnahmen Reisen ins Obstland“ buchbare Touren entwickelt, die erstmal im März 2002 auf der IGW präsentiert wurden.

Hinsichtlich der Entwicklung der Reittouristik im Sächsischen Burgen- und Heideland liegen keine Unterlagen vor. Die aktuelle Internetpräsentation des Tourismusverbandes umfasst unter dem Schwerpunkt „Aktivurlaub“ zehn Segmente, zu denen „Wanderreiten“ und „Freizeit mit Pferd“ ge-

---

<sup>69</sup> Quelle: <http://www.saechsisches-burgenland.de/>

<sup>70</sup> FUTOUR Umwelt-, Tourismus- und Regionalberatung, Enke, Margit: Tourismusleitbild Obstland, 2001

<sup>71</sup> Pfefferkorn & Schultz: Marketingmaßnahmen Reisen ins Obstland, Dresden 2003

hört. Neben 11 Pauschalangeboten findet der Gast in den Regionen eine Vielzahl von Reiterferienhöfen, Reiterhöfen und Reiterraststationen.<sup>72</sup> Damit gehört das Reisegebiet Sächsisches Burgen- und Heideland zu den Regionen, die das Potenzial Reittourismus auch im Rahmen der Landtourismus-Förderung zunehmend erschlossen und profiliert haben.

### 5.5 Reisegebiet Erzgebirge

Aus dem Erzgebirge liegen Unterlagen zu den Projekten: „Kräuterland Erzgebirge“, „Echt Erzgebirgische Landgasthöfe“, „ErzgebirgsCard“ und „Marketingkampagne für den Landurlaub im Erzgebirge“ vor.

Die Entwicklung einer Qualitätsmarke „**Echt Erzgebirgische Landgasthöfe**“ wurde 1996/97 im Rahmen eines Projektes gestartet und war ein Ergebnis der Maßnahmen des Tourismusleitbildes Erzgebirge, das 1996 erarbeitet wurde. Im ersten Projektjahr 1998 beteiligten sich 40 Gasthöfe. Mit der „Marketingkampagne für den Landurlaub im Erzgebirge“ wurde an die vorhandene Marke angeknüpft und durch die Einführung von Qualitätskriterien eine Weiterentwicklung erreicht. Der aktuelle Katalog, der aus Mitteln der Gemeinschaftsinitiative gedruckt wurde, präsentiert 38 Gasthöfe.

Die Initiative „**Kräuterland Erzgebirge**“ wurde auf der Grundlage einer Recherche zur Kräutertradition im Jahr 2000 über den Landeswerbeplan gestartet. Das beinhaltete unter anderem Kräuterseminare, die interessierten Anbietern die Ansätze für die Entwicklung von Pauschalen und Bausteinen vermittelt. Eine Projektauswertung mit den Anbietern zeigte, dass der gute Besuch der Seminare und Kräuterwanderungen für eine Weiterführung, verbunden mit einer inhaltlichen Qualifizierung, spricht. Auch im Hinblick auf das Potenzial Tagesgäste, die von der Vielfalt der Angebote angesprochen wurden, wurde eine Fortführung unterstützt. Der aktuelle Katalog bietet neben den Veranstaltungstipps 28 Stationen für eine Kräuterreise und sieben Pauschalangebote von Kräuterseminaren, über Fastenwandern bis zu „Duft(end)es Wochenende in der Naturbaude“ sowie Kräuterspaß-Angebote für Kinder.

Im Rahmen von INTERREG III A wurde das Projekt „**ErzgebirgsCard-System**“ im Jahr 2003 gestartet. Im ersten Projektjahr konnten unter Beteiligung von 100 Tourismuspartnern und über 80 Vertriebsstellen bereits 8 000 Karten verkauft werden. Für die Teilnahme zahlen die Unternehmen einen Beitrag von 250 EUR. Dafür wird eine ausführliche Beschreibung des Unternehmens im Freizeitführer aufgenommen, der zum Kauf der ErzgebirgsCard gratis überreicht wird. Zwischenzeitlich werben mit der ErzgebirgsCard 140 Unternehmer für ihr Angebot und für die Attraktivität der Tourismusregion Erzgebirge. Dieses touristische Netzwerk wird durch einen Hauptsponsor der regionalen Wirtschaft unterstützt.

---

<sup>72</sup> <http://www.saechsisches-burgenland.de/cs/click.system?navid=102&sid=c>

Das im Rahmen der Richtlinie zur Förderung des Landtourismus (RL 54/00) für zwei Jahre bewilligte Projekt „**Marketingkampagne für den Landurlaub im Erzgebirge**“ greift auf die vorhandenen Initiativen „Kräuterland Erzgebirge“ und „Echt Erzgebirgische Landgasthöfe“ zurück. Es zielt durch Einbindung weiterer ländlicher Angebote (traditionelles Handwerk, „Urlaub mit Pferd“ und Regionalvermarktung erzgebirgischer ländlicher Produkte und Erzeugnisse) auf die Bündelung und weitere Qualifizierung zu einem qualitativ hohen Angebot „Landerlebnis Erzgebirge“. Weil das Projekt noch nicht beendet ist, liegt keine Abschlussbewertung vor.

## **5.6 Reisegebiet Sächsische Schweiz**

Das Reisegebiet Sächsische Schweiz gehört neben Rügen, Usedom, der Mecklenburger Seenplatte, dem Harz, Potsdam, dem Spreewald, Weimar, dem Thüringer Wald, Dresden und dem Erzgebirge zu den wenigen Destinationen in Ostdeutschland, die das Potenzial für eine eigenständige Markenbildung haben.<sup>73</sup> Davon ausgehend wurde im Jahr 2005, finanziert über das Modellvorhaben „Regionen Aktiv“, das 1996 erarbeitete **Leitbild** überprüft und weiterentwickelt. Von den 80 Einzelmaßnahmen, die im Leitbildprozess 1995/96 abgeleitet wurden, konnten bis 2004 78 Prozent bearbeitet werden. Von den 22 Prozent der nicht realisierten Maßnahmen scheiterte ein Großteil an der Finanzierung und den Umsetzungspartnern, zum Teil aber auch bedingt durch die Prioritätensetzung (Priorität C).<sup>74</sup>

Hauptanliegen der Weiterentwicklung war nicht, neue Erfindungen für die Region zu entwerfen, sondern neue Maßstäbe entsprechend den Rahmenbedingungen zu setzen und durch eine jährliche Überprüfung der Projektmaßnahmen und Verantwortlichen aktiv den Prozess fortzuführen. Die Ergebnisse mehrerer Arbeitsgruppen, Regionalforen und Expertengespräche sowie bereits verfasseter Gutachten wurden Grundlage des weiterentwickelten Leitbildes und schafften damit einen Handlungsrahmen mit breitem Konsens. Darüber hinaus wurden bereits bei den Ergebnissen der Ist-Analyse wichtige Entscheidungsträger auf Landesebene einbezogen.

Ausgehend von dem Alleinstellungsmerkmal der einzigartigen Natur der Sächsischen Schweiz sind als Kerngeschäft definiert:

- Aktivurlaub
- Kultur/Städte
- Gesundheit
- Familie (kostensparende Synergie mit der neuen TMGS-Marke).

Damit wird auch den Empfehlungen der Tourismuskonzeption des Freistaates Sachsen gefolgt. Insgesamt soll die Marke „Sächsische Schweiz“ durch Unternehmen, Produkte, Submarken und

---

<sup>73</sup> dwif-Consulting GmbH. Tourismusbarometer – Jahresbericht 2004, Berlin 2004, Seite 130

<sup>74</sup> FUTOUR Büro Nord-Ost: Tourismusleitbild 2005 Sächsische Schweiz, Abschlussbericht, Dresden 2005, Seite 80

Themen gestärkt werden, um die Wahrnehmung durch verstärkte Präsenz zu erhöhen (Cross-Marketing).

Die zukünftigen Strategien sind mit einem Zeithorizont bis 2009 auf fünf Ziele ausgerichtet und wurden mit einem Maßnahmenplan untersetzt. Dieser umfasst 107 Einzelmaßnahmen, die neben Verantwortlichkeit, Priorität und Zeithorizont die Finanzierung benennt. Soweit die Maßnahmen mit Finanzierungsquellen untersetzt werden konnten, sind hauptsächlich Regionen aktiv, INTERREG III A und LEADER+ benannt.

Das **LEADER+Gebietskonzept**<sup>75</sup> wurde im Jahr 2000 beginnend erarbeitet und umfasst als einen Projektschwerpunkt die Förderung des nachhaltigen Tourismus, insbesondere des Landurlaubs. Zu den wichtigsten Projekten gehören:

- Förderung des Radtourismus,
- Nutzbarmachung des Bahnnetzes für den Tourismus,
- Aufbau eines grenzüberschreitenden Netzes von Reitwanderwegen,
- Revitalisierung der mittelalterlichen Salzstraße von Stolpen nach Burg Tolsteijn,
- Angebotskatalog für Familien,
- Angebote für Urlauber mit Handicap.

Das im September 2001 vom Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz gestartete **Modellvorhaben „Regionen aktiv“** wurde in 18 Regionen im Zeitraum bis 2005 mit Verlängerung des Regionalmanagements bis 2006 durchgeführt. Die sächsische Modellregion bilden die Landkreise Sächsische Schweiz und Weißeritzkreis. Die Halbzeitevaluierung der Region Sächsische Schweiz/Weißeritzkreis gibt eine Zwischenbilanz für 28 bestätigte Projekte mit einer Fördermittelausstattung von 1,752 Mio. EUR. Davon wurden im Bereich Tourismus 434 954 EUR eingesetzt. Mit diesen Fördermitteln wurden im Zeitraum 2002 bis 2004 sechs Projekte realisiert. Als wichtigster Meilenstein wird das Verbundprojekt touristische Vermarktung bewertet.<sup>76</sup> Im gesamten Förderzeitraum konnten 60 Projekte initiiert werden.<sup>77</sup> Die Ergebnisse der Begleitforschung sind auf die Ziele<sup>78</sup> des Modellvorhabens ausgerichtet, so dass die in dem Prozess enthaltene Entwicklung des Tourismus sich der Bewertung des Gesamtergebnisses unterordnet. Im Weiteren fehlte der Begleitforschung die regionale Verankerung der Ergebnisse. Insgesamt wird der Impuls-

---

<sup>75</sup> LEADER+ Koordinierungskreis: LEADER+ Gebietskonzept für die EU-Grenzregion Sächsische Schweiz, August 2001

<sup>76</sup> Landschaft Zukunft e. V.: Halbzeitbericht Regionen Aktiv Modellregion Sächsische Schweiz-Weißeritzkreis, Dippoldiswalde, Januar 2004,

<sup>77</sup> <http://www.nova-institut.de/modellregionen/>

<sup>78</sup> - Stärkung des ländlichen Raums und Schaffung neuer Einkommensquellen  
- Umwelt- und naturverträgliche Landbewirtschaftung  
- Verbraucherorientierung  
- Stärkung der Stadt-Land-Beziehung

wirkung für die Regionalentwicklung und der Entwicklung partnerschaftlicher Beziehungen die größte Bedeutung beigemessen.

## **5.7 Wertung**

Die Zuarbeiten aus den Regionen waren aufgrund der allgemeinen Aufgabenstellung „Statusbericht Landtourismus auf der Grundlage vorhandener Untersuchungen und Studien“ sehr heterogen, so dass Vergleiche zwischen den Regionen nicht möglich sind.

Ausgehend von den naturräumlichen Gegebenheiten und den unterschiedlichen kulturlandschaftlichen Entwicklungsprozessen verdeutlichen die Zuarbeiten aus den einzelnen Reisegebieten, dass es den sächsischen Landtourismus nicht gibt. Stattdessen ist von einem sächsischen Tourismus in ländlichen Gebieten zu sprechen, der durch regionale Vielfalt und unterschiedlichste Ausprägung gekennzeichnet ist. Umso wichtiger ist ein gemeinsames Dach in der Außendarstellung, um die Wahrnehmung der Tourismusangebote zu verbessern.

Allgemein ist festzustellen, dass die touristische Entwicklung in den ländlichen Regionen von einer Vielzahl von Förderungen und Initiativen beeinflusst ist, so dass die Förderung über die Richtlinie Urlaub auf dem Land/Landtourismus auch in den regionalen Entwicklungsprozessen nur einen kleinen Baustein darstellt.

Durch ihre Förderschwerpunkte Beherbergungsangebot, Freizeitangebot, Infrastruktur und Marketing bietet die Richtlinie Urlaub auf dem Land/Landtourismus eine ausreichend breite Plattform, um die Regionen in ihrer touristischen Entwicklung zu unterstützen.

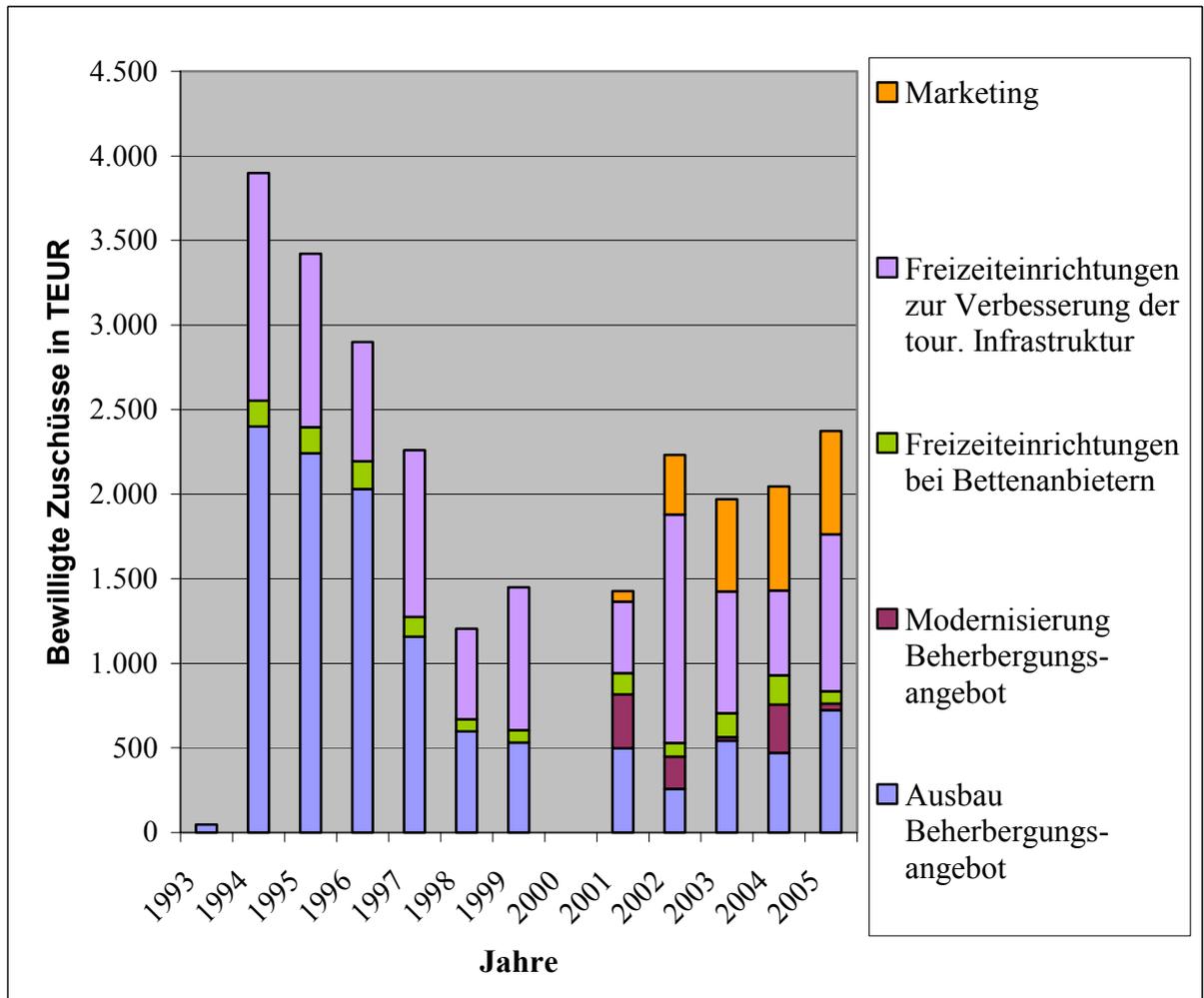
Darüber hinaus zeigt sich, dass Prozesse wie die Erarbeitung von Leitbildern eine wichtige Möglichkeit sind, auf möglichst breiter Beteiligungsbasis vorhandene Potenziale herauszuarbeiten und im regionalen Konsens Maßnahmeschwerpunkte abzuleiten.

## **6 Grundsätzliche Bewertung der Entwicklung der Förderung des Landtourismus und Ableitung von Empfehlungen unter Berücksichtigung der ELER –VO (Artikel 55)**

Die Darstellung des Entwicklungsprozesses der Förderung des Landtourismus orientiert sich an der Fortschreibung der Richtlinien Urlaub auf dem Land/Landtourismus und umfasst die wesentlichsten Eckpunkte der Entwicklung im Kontext der Landes- und EU-Politik.

### Einordnung der Förderung des Landtourismus und der Evaluierungen, Studien und Untersuchungen sowie Bewertung des Verwaltungshandelns

1. Die Auswertung der vorliegenden Studien und Untersuchungen zeigt, dass das Verwaltungshandeln mit den Förderschwerpunkten Bettenangebot, Freizeitangebot, touristische Infrastruktur und ab dem Jahr 2000 Marketing kontinuierlich an den aktuellen Erfordernissen der touristischen und strukturellen Veränderungen im ländlichen Raum orientiert war.



**Abbildung 1: Schwerpunkte der Förderung Urlaub auf dem Land/Landtourismus im Zeitraum 1993 bis 2005<sup>79</sup>**

Quelle: Sächsische Landesanstalt für Landwirtschaft, Fachbereich 2

- Das SMUL hat im Rahmen seiner Behördenstruktur die Entwicklung des Landtourismus durch Beratung, Fördervollzug bis hin zu Weiterbildungsangeboten begleitet. Die fachliche Anleitung wurde durch die Zusammenarbeit bis auf Mitarbeiterebene wahrgenommen und hat eine direkte Vermittlung aktueller Veränderungen gewährleistet und damit Informationsverluste vermieden, gleichzeitig konnten praxisnah Probleme aufgenommen werden. Darüber hinaus wurden durch die Arbeit in Fachgremien und mit weiteren Multiplikatoren aktuelle Entwicklungen aufgenommen und bei der LT-Fortschreibung berücksichtigt.

<sup>79</sup> Anmerkung: „Aufgrund der fehlenden Genehmigung der OP-Programms (2000-2006) für den Freistaat Sachsen konnten im Jahr 2000 keine Bewilligungen ... ausgesprochen werden.“ Agrarbericht 2000, Seite 135

3. Die konzeptionelle Arbeit der Verwaltung ist beeinflusst durch die Leitlinien der Strukturfonds. Die Fortschreibung der Förderschwerpunkte wurde systematisch durch Untersuchungen, Studien und Projekte begleitet und untersetzt.
4. Durch die neue fachliche Zuordnung des Landtourismus innerhalb des SMUL zur ländlichen Entwicklung (ab Oktober 2005) wurden neue Synergien erschlossen. Mit der geplanten Verwaltungsreform werden die strukturellen Voraussetzungen für die Landtourismusförderung in Verbindung mit der ländlichen Entwicklung auf regionaler Ebene weiter verbessert.
5. Hauptaufgabe der Landtourismusförderung ist die Schaffung zusätzlicher Einkommensquellen bzw. die Unterstützung der Einkommensdiversifizierung. Das bedeutet gleichzeitig, dass die Entwicklung des Landtourismus in das touristische Gesamtkonzept des Freistaates Sachsens sowie in den Prozess der ländlichen Entwicklung eingebettet ist und zur Steigerung der Attraktivität Sachsens als Reiseland beiträgt. Eine besondere Bedeutung erfährt der Landtourismus auf Ortsebene als ein wichtiger Baustein der regionalen Wertschöpfungskette.
6. Die entscheidenden Weichenstellungen in der Tourismusentwicklung des Freistaates Sachsen erfolgen im SMWA. Die bestehende gute Zusammenarbeit zwischen dem SMUL und SMWA sollte intensiviert werden, um die strukturell bedingten Interessen des Landtourismus (Vielzahl kleiner Anbieter, Nebenerwerb) bei der Entwicklung der touristischen Infrastruktur (Wander- und Radwegenetz, Freizeiteinrichtungen mit überregionaler Bedeutung) und des Marketings einzubringen und darüber hinaus aktuelle Entwicklungen zeitnah aufnehmen zu können. Dazu sind strategische Abstimmungen aller beteiligten Ministerien, Tourismus-Evaluierungen sowie die Einbringung landtouristischer Schwerpunkte in regelmäßige Untersuchungen empfehlenswert.
7. Die Bewertung der Strukturfondsförderung ist Verwaltungspraxis seit Beginn der Förderung. Entsprechend den Strukturfondszielen, die unter anderem touristische Schwerpunkte beinhalten, erfolgt die Bewertung in der gesamten Ausrichtungsbreite, so dass spezifische Ergebnisse der Tourismusentwicklung nicht in ausreichendem Maße erfasst werden. Aufgrund dieses Zusammenhanges wurden landtouristische Fachgutachten in Auftrag gegeben (1996 ABAXAS, 2004/2005 LfL). Diese Ergebnisse flossen in gleichem Maße in die Fortschreibung der Landtourismus-Förderung ein. Entsprechend dem erreichten Entwicklungsstand wurden die Förderschwerpunkte der Richtlinie Bettenangebot, Freizeitangebot, touristische Infrastruktur und Marketing kontinuierlich fortgeschrieben.

### Bisherige Entwicklungsschwerpunkte des Landtourismus und Schlussfolgerungen

- Zu den wesentlichsten Entwicklungsabschnitten des sächsischen Landtourismus gehören:
  - Gründung und Unterstützung des Vereins Landurlaub Sachsen 1991
  - ABRAXAS-Studie Landtourismus 1996
  - Gründung der touristischen Gemeinschaft sächsischer Dörfer und Erarbeitung des Leitbildes Landtourismus 1998/1999
  - Marketingkampagne „SACHSENLand erleben“ 2001 - 2006

Damit verbunden war die Entwicklung einer Vielzahl strategischer Ansätze, deren Umsetzung noch nicht ausreichend gelungen ist.

- Sachsen verfügt nicht über das naturräumliche Potenzial für einen flächendeckenden Landtourismus.<sup>80</sup> Wie bereits im Kapitel 5.7 festgestellt, gibt es **den** sächsischen Landtourismus nicht. Die Zuarbeiten aus den Reisegebieten zum Statusbericht unterstreichen diese Feststellung. Vielmehr ist auf Grund der regionalen Vielfalt und Ausprägung von einem sächsischen Tourismus in ländlichen Gebieten auszugehen, der im Prozess der ländlichen Entwicklung mitgestaltet wird und sich einordnet in das gesamtsächsische Tourismusgeschehen.
- Diese regionale Vielfalt des sächsischen Landtourismus erfordert eine einheitliche Dachmarke. Bisherige Profilierungsansätze haben in Sachsen noch zu keinem eigenständigen Landtourismus-Produkt geführt. Das bisher größte Markenpotenzial versprach der Ansatz „Sächsische Dörfer“. Zur Umsetzung wurde im Jahr 1997/98 die „Touristische Gemeinschaft sächsischer Dörfer“ gegründet. Die anschließende Vermarktung „Sächsischer Dörfer“ erfolgte nur im Ansatz.
- Mit der Erarbeitung der Marketingstrategie durch die TMGS im Jahr 2005 wurde dieses Konzept wieder aufgegriffen und als wichtiger Bestandteil der „Marketingstrategie für den Landtourismus in Sachsen“ herausgearbeitet. Der Aufbau der Marke erfolgt durch eine neu zu bildende Arbeitsgruppe.

Die Einführung und Etablierung landesweiter Arbeitsgruppen bei der TMGS erfolgte im Ergebnis der Erörterungen zur Fortschreibung der sächsischen Tourismuspolitik im Jahr 2004. Vorbild sind die bereits seit einigen Jahren erfolgreich agierenden Arbeitsgemeinschaften „Musiklandschaft Sachsen“ und „Städtetourismus“.<sup>81</sup>

---

<sup>80</sup> Anmerkung: in Sachsen-Anhalt wird der Landtourismus über die Region Altmark profiliert

<sup>81</sup> TMGS: Geschäftsbericht 2004, Seite 10

Die bisherige Resonanz bei der Vorbereitung dieses Projektes zeigt einen Know-How-Bedarf hinsichtlich des Dorfmarketings, der stärker unterstützt werden sollte. Die Etablierung des ILE/LEADER-Prozesses und Vermittlung der Förderziele der neuen Strukturfondsperiode bietet die Möglichkeit, die Akteursebene noch stärker zu mobilisieren.

- Die Schwerpunkte der Marketingkampagne „SACHSENLand erleben“ setzten nur punktuell an, so dass die Voraussetzung für den erforderlichen Qualitätssprung nicht geschaffen werden konnte. Der Schwerpunkt Innenmarketing muss im Sinne von Qualität und Spezialisierung weiter forciert und das Außenmarketing zukünftig durch entsprechende Verankerung der „Sächsischen Dörfer“ in der Dachmarke Sachsens verstärkt werden.
- Ein weiterer Ansatz zur Profilierung des sächsischen Landtourismus wurde mit dem Segment Reittourismus verfolgt. Es ist davon auszugehen, dass das derzeitige Angebot an Reitwegen in Quantität und Qualität national nicht wettbewerbsfähig ist<sup>82</sup> und dass sich aufgrund der geringen Anzahl der Reiterhöfe, die konsequent auf touristische Angebote orientieren, Reittourismus nicht als Schwerpunkt des Landesmarketings empfiehlt. Darüber hinaus ist eine TMGS-Arbeitsgruppe Reittourismus nur sinnvoll, wenn eine ausreichende Anzahl an Leistungsanbietern bereit ist, sich in den Arbeits- und Entwicklungsprozess einzubringen.
- Aufgrund der seit 1998 erfolgten Maßnahmen ist zu empfehlen, den erreichten Stand (Infrastruktur, Anzahl zertifizierter reittouristischer Angebote, Entwicklung der Nachfrage) zu analysieren, um die Förderung zielgerichteter ansetzen zu können (z. B. auf bestimmte Regionen beschränkt). Nach der bisherigen Entwicklung kann davon ausgegangen werden, dass das reittouristische Angebot weiter gefördert und ausgebaut wird, jedoch ist zu prüfen, ob die reittouristische Infrastruktur und die Angebote für die Weiterentwicklung der Marke „Sachsen mit Pferd“ insgesamt hinreichend sind.
- Der im Rahmen der Marketingkampagne „SACHSENLand erleben“ aufgegriffene Trend Wellness erfordert eine neue konzeptionelle Untersetzung im sächsischen Landtourismus. Ausgehend von der Neuausrichtung im Landesmarketing auf „Vital“-Angebote sind eine Zwischenbilanz der bisherigen Aktivitäten im Innenmarketing und die Ableitung weiterer Schritte im sächsischen Landtourismus erforderlich.

---

<sup>82</sup> TMGS: Leitbild und Marketingstrategie „Sachsen mit Pferd“, Dresden 2005, Seite 26/27

### Weiterentwicklung des Landtourismus

- Die zukünftige Förderung des Landtourismus ist im Artikel 55 der ELER-VO<sup>83</sup> als wichtiger Baustein zur Diversifizierung der ländlichen Wirtschaft verankert. Mit der Ausrichtung auf Infrastruktureinrichtungen, Beherbergungsbetriebe, Tourismusdienstleistungen und Marketing werden die bisherigen Förderschwerpunkte kontinuierlich fortgeführt.
- Eine abschließende Definition des Landtourismus ist aufgrund seiner Vielfalt sowie der zahlreichen Schnittstellen zu anderen Tourismussegmenten nicht möglich. Die sich daraus ergebenden Probleme in der Aufgabenwahrnehmung und Außendarstellung erfordern eine systematische Abstimmung der Partner. Der in Vorbereitung der neuen Strukturfondsperiode verfolgte Ansatz (Kapitel 4.5), auf drei Akteursebenen die zukünftige Entwicklung zu strukturieren und zusammenzuführen, sollte wieder aufgenommen werden. Die Erkenntnisse und Empfehlungen des LTV (Positionspapier und Gästebefragung), der TMGS (Marketingstrategie) und der LfL (Bewertung der Strukturdaten der seit 1993 geförderten Beherbergungskapazitäten und der Marketingförderung seit 2000) sollen stärker vernetzt werden.

Mit der Umsetzung der Verwaltungsreform bieten sich dafür sehr gute Chancen. Es ist zu gewährleisten, dass Landkreisinteressen und übergreifende Fachinteressen kontinuierlich im Arbeitsprozess zusammenfließen und dass die Weiterentwicklung des sächsischen Landtourismus kontinuierlich fortgeführt wird.

- Weil die fehlende Profilierung des sächsischen Landtourismus ein entscheidendes Entwicklungshemmnis der letzten Jahre war, sollte der Bereich Marketing kontinuierlich über die Marke „Sächsische Dörfer“ verstärkt werden. Ergänzend dazu ist zu berücksichtigen, dass eine Vielzahl von Dörfern und Gemeinden bereits verdeutlicht hat, dass Dorf- und Regionalmarketing fachspezifische Unterstützung erfordert, was im Rahmen der ILE entsprechende Aufnahme erfordert.
- Neben der Profilierung der Angebote besteht weiterer dringender Handlungsbedarf bei der nachfrageorientierten Weiterentwicklung der Landtourismus-Angebote. Mindestanforderung der Förderung von Beherbergungsangeboten sollte unverändert die Klassifizierung sein.
- Die Ergebnisse der aktuellen Gästebefragung 2004/2005 des LTV weisen darauf hin, dass das Servicebewusstsein im verdichteten Raum besser ausgeprägt ist als im ländlichen Raum. Es ist zu prüfen, wie die Dienstleistungsinitiative „Servicequalität Sachsen“ noch

---

<sup>83</sup> Verordnung (EG) Nr. 1698/2005 des Rates vom 20. September 2005 über die Förderung der Entwicklung des ländlichen Raums durch den Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER), In: Amtsblatt der Europäischen Union L 277/1 vom 21.10.2005

stärker im Landtourismus zur Wirkung gebracht werden kann oder ob in Ergänzung zu der lizenzierten Offensive spezielle Angebote für den Landtourismus erforderlich sind.

- Eine Fachtagung zum ländlichen Tourismus in Sachsen sollte wieder jährlich durchgeführt werden, um eine Plattform für die regionalen Tourismusverbände zu schaffen und um über aktuelle Tourismusedwicklungen zu informieren.
- Wie die aktuelle Gästebefragung des LTV verdeutlichte, sind maßgebliche Motive, in den ländlichen Raum zu reisen, Natur/Landschaft erleben sowie Fitness/Sport treiben.

Daraus leiten sich für das SMUL folgende Aufgaben für die ländliche Entwicklung ab:

- Fortsetzung der Strategie zur Wahrung der Natur und Kulturlandschaft → im Zuständigkeitsbereich des SMUL,
- Entwicklung der touristischen Infrastruktur → beim Wander- und Radwegenetz kontinuierliche Zusammenarbeit mit dem SMWA,
- Unterstützung der Entwicklung von Freizeit- und Sportangeboten mit überregionaler Ausstrahlung → Beibehaltung des entsprechenden Förderschwerpunktes der Landtourismus-Förderung → Zusammenarbeit und Abstimmung der Förderung mit dem SMWA.

Im Weiteren zeigt sich bei der Befragung des LTV, dass die Gäste im ländlichen Raum am wenigsten zufrieden waren mit<sup>84</sup>:

- den Angeboten zur künstlerischen Selbstbetätigung,
- der ÖPNV-Verkehrssituation,
- den Einkaufsbedingungen,
- den Wassersportangeboten,
- den regionalen Festen und
- den Ausleihangeboten.

Diese Ergebnisse müssen noch stärker an die Verantwortlichen und Leistungsanbieter in den Regionen herangetragen werden, um den Handlungsbedarf im ländlichen Raum zu verdeutlichen. Mittels Best-Practice-Beispielen sind Lösungswege aufzuzeigen.

- Für den Zuständigkeitsbereich des SMUL wird empfohlen, die im Jahr 2004/2005 durch die LfL durchgeführte Evaluierung der geförderten Kapazitäten im Landtourismus in einem

---

<sup>84</sup> Landestourismusverband Sachsen e. V.: Gästebefragung 2004/2005, Seite 17

Abstand von fünf bis acht Jahren zu wiederholen. Der Evaluierungsumfang sollte nicht auf die Beherbergungskapazitäten beschränkt bleiben, sondern um Freizeiteinrichtungen und Freizeitinfrastruktur erweitert werden. Zusätzlich sollten zukünftig Evaluierungen im Bereich Marketing unter Federführung des SMWA Bestandteil der konzeptionellen Arbeit sein.

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass die Bedeutung des Landtourismus mit seinem Anteil an der regionalen Wertschöpfung im ländlichen Raum wächst. Standen in den Aufbaujahren die Schaffung ausreichender Beherbergungskapazitäten und die Weiterentwicklung der touristischen Infrastruktur im Vordergrund, liegt nunmehr der Schwerpunkt auf Qualität und Profilierung der Angebote. Dabei ist zu berücksichtigen, dass gerade im Anbieterbereich, bedingt durch Mentalität und bisherige Erfahrungen, die Ausprägung einer Dienstleistungsbereitschaft Zeit erfordert.

Mit der Integrierten Ländlichen Entwicklung sind Rahmenbedingungen gegeben, die die regionalen Prozesse nachhaltig befördern können. Die Verwaltungsreform mit Übertragung von Förderzuständigkeiten auf die Landkreise bietet darüber hinaus gute Chancen, die notwendige Vernetzung zwischen dem Landtourismus und allen weiteren touristischen Angeboten durch die Akteure vor Ort noch besser zu steuern.

## **Anhang**

### Literaturverzeichnis

- ABRAXAS: „Untersuchung zum gegenwärtigen Stand und den Entwicklungsmöglichkeiten des Landtourismus im Freistaat Sachsen“, Berlin 1996
- ABRAXAS: Ergebnisbericht zum Projekt „Entwicklung einer touristischen Gemeinschaft Sächsischer Dörfer“, Weimar 1998
- BBE Unternehmensberatung: Studie zum betriebswirtschaftlichen Ist-Zustand des Hotel- und Gaststättengewerbes nach Betriebsarten und Betriebsgrößen mit Einschätzung des zukünftigen Entwicklungs- und Investitionspotenzials im Freistaat Sachsen 2004, Leipzig 2005
- BVO Private Akademie für Verkehrswesen GmbH: Gästebefragung in Sachsen 2003, Marktanalytische Untersuchung von spezifischen Merkmalen der Produkte Vitalurlaub und Reiturlaub, November 2003
- Chempirica: Sonderauswertung der Gästebefragung Sachsen 2004/2005 zu Thema „Tourismus im ländlichen Raum“, Chemnitz, Oktober 2005
- Dr. Lang & Partner GmbH: Entwicklungsprogramm für den Fremdenverkehr im Freistaat Sachsen, 1994
- dwif-Consulting GmbH. Tourismusbarometer – Jahresbericht 2004, Berlin 2004
- FUTOUR Büro Nord-Ost: Tourismusleitbild 2005 Sächsische Schweiz, Abschlussbericht, Dresden 2005
- FUTOUR Umwelt-, Tourismus- und Regionalberatung GmbH & Co. KG: Kommunikationskonzept für den Landtourismus im Freistaat Sachsen, Abschlußbericht November 2000
- FUTOUR Umwelt-, Tourismus- und Regionalberatung; Enke, Margit: Tourismusleitbild Obstland, 2001
- Gesetz über die Verwaltungsorganisation des Freistaates Sachsen (Sächsisches Verwaltungsgesetz – SächsVwOrgG) vom 25. November 2003
- Institut für Meinungsforschung GmbH Leipzig: Bevölkerungsbefragung zu den Themen der Landwirtschaft und Umwelt, Dezember 2003,
- Internetquelle: [www.nova-institut.de/modellregionen](http://www.nova-institut.de/modellregionen)
- Internetquelle: [www.saechsisches-burgenland.de](http://www.saechsisches-burgenland.de)
- Landestourismusverband Sachsen e. V.: Ergebnisse der Gästebefragung 2000 in Sachsen, Quelle: Internet am 03.03.2004
- Landestourismusverband Sachsen e. V.: Konzeption für eine sachsenweite Marketingkampagne 2001/2002 zum Landtourismus unter dem Titel „SACHSENLand erleben“, November 2000
- Landestourismusverband Sachsen e. V.: Gästebefragung 2004/2005
- Landestourismusverband Sachsen e. V.: Positionspapier „Weiterentwicklung des Landtourismus bis 2010 unter besonderer Berücksichtigung der Förderbedingungen durch den Europäischen Landwirtschaftsfonds ab 2007 (ELER-VO)“, Dresden, November 2005
- Landgesellschaft Sachsen-Anhalt mbH: Halbzeitbewertung des Operationellen Programms zur Strukturfondsförderung des Freistaates Sachsen 2000 – 2006, Los 3: Halbzeitbewertung der

- Maßnahmen des Europäischen Ausrichtungs- und Garantiefonds für die Landwirtschaft, Abteilung Ausrichtung, Schwerpunkt 5, Halle September 2003
- Landschaft Zukunft e. V.: Halbzeitbericht Regionen Aktiv Modellregion Sächsische Schweiz-Weißeritzkreis, Dippoldiswalde, Januar 2004
- LEADER+ Koordinierungskreis: LEADER+ Gebietskonzept für die EU-Grenzregion Sächsische Schweiz, August 2001
- May, Bernd: Verbandsstrukturen im Deutschlandtourismus, Seite 399, In: Geographie der Freizeit und des Tourismus, Oldenburg 2003
- Operationelles Programm zur Strukturfondsförderung des Freistaates Sachsen 2000-2006, in der geänderten Fassung vom 09. Mai 2006
- Pfefferkorn & Schultz: Marketingmaßnahmen Reisen ins Obstland, Dresden 2003
- Regierungspräsidium Chemnitz, Abteilung Landwirtschaft: Zuarbeit zum Statusbericht Landtourismus, (Az: 84-46 8422.60) E-Mail vom 25./26.07.2006
- REPPEL+Partner: Touristische Marketingleitbild „Klingende Ferienregion Vogtland“, Plauen
- Richtlinie des Sächsischen Staatsministerium für Umwelt und Landwirtschaft für die Förderung des Landtourismus vom 20. Dezember 2000, RL-Nr.: 54/00
- Sächsische Landesanstalt für Landwirtschaft: Abschlussevaluierung des Operationellen Programms zur Entwicklung der Landwirtschaft und des ländlichen Raumes im Freistaat Sachsen (1994-1999), Leipzig 2002
- Sächsische Landesanstalt für Landwirtschaft: Abschlussevaluierung des Operationellen Programm zur Entwicklung der Landwirtschaft und des ländlichen Raumes im Freistaat Sachsen (1994-1999), Leipzig 2002
- Sächsische Landesanstalt für Landwirtschaft: Kapazitäten im Landtourismus, Dresden, November 2004
- Sächsische Landesanstalt für Landwirtschaft: Landtourismus - Marketing und Infrastruktur, Dresden, November 2005
- Sächsische Landesanstalt für Landwirtschaft: Wettbewerb „Themendörfer – Knotenpunkt im regionalen Netzwerk“, Vorschlag 05.05.2006
- Sächsische Landsiedlung GmbH: Erhalt und Entwicklung der sächsischen Weinbaulandschaft, Meißen 2004-2005
- Sächsische Landsiedlung GmbH: Studie zur zukünftigen Ausgestaltung der Strukturpolitik im ländlichen Raum im Freistaat Sachsen für den Zeitraum 2007 bis 2013, Meißen, Mai 2003
- Sächsischer Verein zur Förderung von kulturvollem Leben und Erholen auf dem Lande e. V.: Statistische Erfassung der Auslastung der Angebote im Katalog „Landurlaub in Sachsen 97“ und Auswertung der Daten, In: Luisa Nr. 19
- Sächsischen Staatsministerium für Umwelt und Landwirtschaft: Richtlinie zur Förderung des Landtourismus, RL-Nr. 54/00, Erlass vom 04.08.2005
- Sächsischen Staatsministerium für Umwelt und Landwirtschaft: Richtlinie zur Förderung des Landtourismus, RL-Nr. 54/00, Erlass vom 11.07.2006
- Sächsisches Staatsministerium des Innern: Landesentwicklungsplan Sachsen, Dresden 2003

Sächsisches Staatsministerium für Landwirtschaft, Ernährung und Forsten: Agrarbericht 1991

Sächsisches Staatsministerium für Landwirtschaft, Ernährung und Forsten: Agrarbericht 1992

Sächsisches Staatsministerium für Landwirtschaft, Ernährung und Forsten: Agrarbericht 1993

Sächsisches Staatsministerium für Landwirtschaft, Ernährung und Forsten: Agrarbericht 1994

Sächsisches Staatsministerium für Landwirtschaft, Ernährung und Forsten: Agrarbericht 1995

Sächsisches Staatsministerium für Landwirtschaft, Ernährung und Forsten: Agrarbericht 1997

Sächsisches Staatsministerium für Landwirtschaft, Ernährung und Forsten: Agrarbericht 2000

Sächsisches Staatsministerium für Landwirtschaft, Ernährung und Forsten: Richtlinie zur Förderung von Urlaub auf dem Land, RL-Nr.: 31/93 vom 29.09.1993

Sächsisches Staatsministerium für Landwirtschaft, Ernährung und Forsten: Richtlinie zur Förderung von Urlaub auf dem Land, RL-Nr.: 31/94 vom 25.04.1994

Sächsisches Staatsministerium für Landwirtschaft, Ernährung und Forsten: Richtlinie zur Förderung von Urlaub auf dem Land, RL-Nr.: 31/94 vom 25.04.1994

Sächsisches Staatsministerium für Umwelt und Landwirtschaft: Leitbild für den Landtourismus in Sachsen“, Dresden 1999

Sächsisches Staatsministerium für Umwelt und Landwirtschaft: Strategische Neuausrichtung der Richtlinie zur Förderung des Landtourismus bis 2006, RL-Nr.: 54/00, Erlass vom 11.06.2004

Sächsisches Staatsministerium für Umwelt und Landwirtschaft: und Umwelt: Interpretationserlass zur Richtlinie für die Förderung des Landtourismus, RL-Nr.: 54/00, Erlass vom 16.12.2003

Sächsisches Staatsministerium für Umwelt und Landwirtschaft: und Umwelt: Interpretationserlass zur Richtlinie für die Förderung des Landtourismus, RL-Nr.: 54/00, Erlass vom 23.02.2001

Sächsisches Staatsministerium für Wirtschaft und Arbeit: Fortschreibung der Grundzüge sächsischer Tourismuspolitik, Dresden, Juni 2004

Staatsministerium für Umwelt und Landesentwicklung: Landesentwicklungsplan, Dresden 1994

Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen: Beherbergungsstatistik des Freistaates Sachsen 2004

Tourismus Marketing Gesellschaft mbH - Bietergemeinschaft: Marketingkampagne „SACHSEN-Land erleben“ 2001-2003, Abschlussbericht, Dezember 2003

Tourismus Marketing Gesellschaft mbH: Geschäftsbericht 2004

Tourismus Marketing Gesellschaft mbH: Leitbild und Marketingstrategie Sachsen mit Pferd-Tourismus rund ums Pferd in Sachsen, Dresden 2005

Tourismus Marketing Gesellschaft mbH: Marketingstrategie für den Landtourismus in Sachsen, Dresden, September 2005

Tourismus Marketing Gesellschaft mbH: Marketingstrategie für den Landtourismus in Sachsen, September 2005

Tourismusverband Vogtland: Mitgliederinformation I / 2005, Im Internet: [http://www.vogtlandtourist.de/angebote/Mitgliederin1\\_2005.htm](http://www.vogtlandtourist.de/angebote/Mitgliederin1_2005.htm)

Verfassung des Freistaates Sachsen vom 27. Mai 1992

Verordnung (EG) Nr. 1698/2005 des Rates vom 20. September 2005 über die Förderung der Entwicklung des ländlichen Raums durch den Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Ent-

wicklung des ländlichen Raums (ELER), In: Amtsblatt der Europäischen Union L 277/1 vom 21.10.2005

Verordnung des Sächsischen Staatsministeriums für Umwelt und Landwirtschaft über Bezeichnung, Sitz und Dienstbezirk nachgeordneter Behörden und zur Bestimmung von Zuständigkeiten im Bereich der Land- und Forstwirtschaft sowie Ernährung (SMUL-Zuständigkeitsverordnung Landwirtschaft/Forsten – SMULZuLaFoVO) vom 15. Juni 2004

## **Anlage Fortschreibung der Inhalte der Richtlinie Urlaub auf dem Land/Landtourismus**

### Übersicht zur Fördergebietskulisse

#### **RL 31/93**

Vogtland  
Erzgebirge  
Sächsische Schweiz  
Oberlausitzer Bergland  
Zittauer Gebirge  
Sächsisches Elbland  
Dübener Heide  
Dahlener Heide  
Heidelandschaft bei Bad Muskau  
Seen- und Flusslandschaft Weißwasser  
Kohrener Land  
Muldental  
Rochlitzer Berge  
Sächsische Tallandschaften (Flußtäler)

#### **RL 31/94**

Vogtland  
Erzgebirge  
Sächsische Schweiz  
Oberlausitzer Bergland  
Zittauer Gebirge  
Sächsisches Elbland  
Dübener Heide  
Dahlener Heide  
Heidelandschaft bei Bad Muskau  
Seen- und Flusslandschaft Weißwasser  
Kohrener Land  
Muldental  
Rochlitzer Berge  
Sächsische Tallandschaften (Flußtäler)

Richtlinie	Zuwendungszweck	Fördergegenstand	Förderhöhe	Zuwendungsempfänger	Fördergebietskategorie	Sonstige Fördervoraus.
Förderung von Urlaub auf dem Land <b>31/93</b> vom 29.09.1993	Erschließung zusätzlicher Einnahmequellen, Stärkung Wirtschaftskraft des LR, Abwanderungstendenzen entgegenwirken	2.1.1 Bau und Ausbau mit Ausstattung Gästezimmer und FW	40% max. 60 TDM	2.1.1 bis 2.1.3 - natürl. Personen mit LW/FW im Haupt- oder Nebenerwerb - natürl. Personen die in LW/FW beschäftigt sind od. waren (31.12.88) - sonstige natürl. Personen > ortsbildprägende Bausubstanz	- ländliche Gemeinden u. Gemeindeteile mit bis zu 2.000 EW für folgende Gebiete (siehe Übersicht)	- nicht mehr als 15 Betten (außer bei Kommunen) - Weiterbildungsveranstaltung d. LW-Verwaltung ('soll') - Mindestausstattung für Gästezimmer und FW - Föfä GA mind. 10 TDM - föfä bare Aufw. + unbare Eigenl.
		2.1.2 Schaffung von Freizeitangeboten durch Bettenanbieter	40% max. 10 TDM			
		2.1.3 Schaffung von öff. zugänglichen Freizeiteinrichtungen (m. Entgelt)	30% max. 20 TDM			
		2.1.4 Maßn. zur Schaffung von Freizeit- u. Erholungseinrichtungen	80% max. 120 TDM	2.1.4 - Kommunen		
Förderung von Urlaub auf dem Land <b>RL 31/94</b> vom 25.05.1994	Erschließung zusätzlicher Einnahmequellen, Stärkung Wirtschaftskraft des LR, Abwanderungstendenzen entgegenwirken	2.1.1 Bau und Ausbau mit Ausstattung Gästezimmer und FW	40% max. 60 TDM	2.1.1 bis 2.1.3 - natürl. Personen mit LW/FW im Haupt- oder Nebenerwerb - natürl. Personen die in LW/FW beschäftigt sind od. waren (31.12.88) - sonstige natürl. Personen > ortsbildprägende Bausubstanz	- ländliche Gemeinden u. Gemeindeteile mit bis zu 2.000 EW für folgende Gebiete (siehe Übersicht)	- nicht mehr als 15 Betten (außer bei Kommunen) - Weiterbildungsveranstaltung d. LW-Verwaltung ('soll') - Mindestausstattung für Gästezimmer und FW - Föfä GA mind. 10 TDM - föfä bare Aufw. + unbare Eigenl.
		2.1.2 Schaffung von Freizeitangeboten durch Bettenanbieter	40% max. 10 TDM			
		2.1.3 Schaffung von öff. zugänglichen Freizeiteinrichtungen (m. Entgelt)	30% max. 20 TDM			
		2.1.4 Maßn. zur Schaffung von Freizeit- u. Erholungseinrichtungen	80% max. 120 TDM	2.1.4 - Kommunen		
Förderung von Urlaub auf dem Land <b>RL 31/94</b> vom 22.04.1997	Erschließung zusätzlicher Einnahmequellen, Stärkung Wirtschaftskraft des LR, Abwanderungstendenzen entgegenwirken	2.1.1 Bau und Ausbau mit Ausstattung Gästezimmer und FW	40% max. 60 TDM	2.1.1 bis 2.1.3 - natürl. Personen mit LW/FW im Haupt- oder Nebenerwerb - natürl. Personen die in LW/FW beschäftigt sind od. waren (31.12.88) - sonstige natürl. Personen > ortsbildprägende Bausubstanz	- ländliche Gemeinden u. Gemeindeteile mit bis zu 2.000 EW für folgende Gebiete (siehe Übersicht)	- nicht mehr als 15 Betten (außer bei Kommunen) (spätere Aufstockung unschädli.) - Weiterbildungsveranstaltung d. LW-Verwaltung ('soll') - Mindestausstattung für Gästezimmer und FW - Föfä GA mind. 10 TDM - föfä bare Aufw. + unbare Eigenl.
		2.1.2 Schaffung von Freizeitangeboten durch Bettenanbieter	40% max. 10 TDM			
		2.1.3 Schaffung von öff. zugänglichen Freizeiteinrichtungen (m. Entgelt)	30% max. 20 TDM			
		2.1.4 Maßn. zur Schaffung von Freizeit- u. Erholungseinrichtungen	80% max. 120 TDM	2.1.4 - Kommunen		
Förderung des Landtourismus <b>RL 54/00</b> vom 20.12.2000	Erschließung zusätzlicher Einnahmequellen, Stärkung Wirtschaftskraft des LR, Abwanderungstendenzen entgegenwirken	2.1.1 Freizeiteinrichtungen und tour. Infrastruktur	40% max. 60 TEUR* 80% max. 100 TEUR**	2.1.1 bis 2.1.4 - Lw. Unternehmen bei Umnutzung/ Erhaltung ortsbildpräg. Bausubstanz - Nat. Personen bei Umnutzung/Erhaltung ortsbildpräg. Bausubstanz	- ländliche Gemeinden u. Gemeindeteile mit bis zu 2.000 EW - sowie Einordnung in SMWA -Fördergebietskategorie (GA-Rahmenplan mit drei Förderprioritäten)	- 2.1.2 nur wenn keine Bettenförderung vorher - nicht mehr als 15 Betten (spätere Aufstockung unter best. Beding. unschädli.) - Qual.-standards nach DLG-bzw. DTV-Bestimmungen muss erkennbar sein - Landkrs./Gemeinde/Verbände unbare Eigenleistung föfä > Zuschuss nicht höher als bare Ausgaben - bei nat. u. jurist. Personen sowie lw. Unternehmen nur bare Ausgaben föfä - Föfä GA mind. 5 TEUR - Zweckbindungsfrist (5/12 J.)
		2.1.2 Modernisierung bestehender Beherbergung, Schaffung Camping	40% max. 65 TEUR je Maßnahme und ZWE			
		2.1.3 Ausnahme. Schaffung neuer Bettenkapazitäten		2.1.5 - überreg. Vereine/Verbände		
		2.1.4 Schaffung von Freizeitangeboten durch Bettenanbieter		- bei Unternehmen nur kleine und mittlere KMU föfä		
		2.1.5 Marketing	80% max. 75 TEUR je ZWE/a			
		*) für Inv. mit Gewinnerzielungsabsicht **) für Maßn. mit überw. öff. Interesse				

Richtlinie	Zuwendungszweck	Fördergegenstand	Förderhöhe	Zuwendungsempfänger	Fördergebietskulisse	Sonstige Fördervoraus.
Erlass vom 23.02.2001 zur RL 54/00	Auf der Grundlage von Leitbild u. Gästebefragung (LTV )1999 > Verbesserung Auslastung	zu 2.1.1 - Vermarktung/Verkostung reg. Spezialitäten - Abenteuer- oder Boltzplatz - Kegelbahn, Minigolf, Sauna ... - Lehr- u. Naturpfade einschl. Beschildg. - nur Fern- u. Regionalrouten des Reitwegekonzeptes Umfang Modernisierung: - Nasszelle, Heizung, aus FZ>FW Camping (bis 15 Stellplätze) zu 2.1.3 Schaffung Neukapazitäten nur in begründeten Einzelfällen >>> Umnutzung (z. B. Scheune zu FW) über RL Dorfentwicklung fördern zu 2.1.4 Sitzplatz, Spielräume, Sauna, Grillstelle			Erlass vom 29.11.2000 Az: 25-8433.00  Ländlicher Raum = - Gebiete mit und ohne Verdichtungsansätze im LR (LEP) - Randzone des Verdichtungsraumes nach LEP - LEADER-Gebiete und Gebiete mit bes. Entw.-aufgaben	- Qualitätsmindestanforderung DLG-Prüfbest. bzw. DTV-Klassif. - Inhalt Fremdenverkehrsaufz. - Inhalt Prüfvermerk nach 2.1.5
Interpretations-erlass vom 16.12.2003 zur RL 54/00	Auf der Grundlage von Leitbild u. Gästebefragung (LTV ) 1999 und 2003/2004  Auslastung erhöhen bzw. verbessern	2.1.1 ) beide höchste 2.1.5 ) Förderpriorität zu 2.1.2 Schaffung neuer Beherbergungskapazitäten durch Umnutzung (RL 53/00) nicht föfä, neben Bett- auch Freizeitmaßnahme schaffen - für ein besond. Angebot zu 2.1.1 a.) Freizeiteinrichtungen/- angebote b.) Erzeugnisse/Waren Anhang I c.) Reitwegenetz			Erlass vom 29.11.2000 aufgehoben, es gilt GA-Fördergebietskulisse, Priorität I und II kommen zur Anwendung ( Förderansätze unter GA-Förderung	- gewerbliche Campingplätze (über 15 Stellplätze) nur SMWA - Neubau von Gebäuden/Bungalows sowie Abbruch und Wiederaufbau nicht föfä - Außenrenovierung nach RL 53 in Verb. Mit RL 54 mgl. (auch bei LEADER)
Erlass vom 11.06.2004 zur RL 54/00	Auf der Grundlage einer Zw. -evaluierung inhaltl. RL-Anpassung	Prioritäten für Neuanträge 1. Umsetzung Reitwegekonzeption 2. Maßn. nach Ziff. 2.1.5 3. Schaffung von Freizeiteinrichtungen u. -mögl. bei Vitalurlaub-Bettenanbieter 4. nach Ziff. 2.1.1 wenn ÖEK tour. Entw. vorsieht 5. Modernisierung und Schaffung von Campingmöglichkeiten Neuschaffung von Bettenkapazität nur unter best. Voraussetzungen u. a. bei Mind.-Auslastung von 50 %				- Gestaltung und Aufstellung tour. Unterrichtungstafeln nicht föfä

Richtlinie	Zuwendungs- zweck	Fördergegenstand	Förder- höhe	Zuwendungsempfänger	Fördergebietskulisse	Sonstige Fördervoraus.
Erlass vom 04.08.2005 in Verb. mit Erlass vom 23.02.2001 zur RL 54/00		Prioritäten für Neuanträge 1. Umsetzung Reitwegekonzeption (grundsätzl. kein Wegeneubau) 2. Maßn. nach Ziff. 2.1.5 3. Schaffung von Freizeiteinrichtungen u. -mögl. bei Vitalurlaub-Bettenanbieter 4. nach Ziff. 2.1.1 wenn ÖEK tour. Entw. vorsieht 5. Modernisierung und Schaffung von Campingmögl. 6. Neuschaffung von Bettenkapazität nur unter best. Voraussetzungen u. a. Wirtschaftlichkeit und überdurchschn. Auslastung gegenüber vorhand. Kapa- zitäten in der Region				- Qualitätsmindestanforderung DLG-Prüfbest. , DTV- oder DEHOGA-Klassif. (mind. 3 Sterne) Auflage im ZWB: spät. ein Jahr nach Abschluss Baumaßn. Prüfung nach einem o.g. Systeme
Erlass vom 11.07.2006 zur RL 54/00		Prioritäten für Neuanträge 1. Umsetzung Reitwegekonzeption (grundsätzl. kein Wegeneubau) 2. Maßn. nach Ziff. 2.1.5 3. Schaffung von Freizeiteinrichtungen u. -mögl. bei Vitalurlaub-Bettenanbieter 4. nach Ziff. 2.1.1 wenn ÖEK tour. Entw. vorsieht 5. Modernisierung einschl. Freizeitange- bote, FW mit mind. 9 Betten, Ausnahmen definiert 6. Neuschaffung von Bettenkapazität nur gemäß Erlass vom 04.08.2005, Keine Campingförderung mehr				
<b>RL gemäß EPLR Entwurf Stand: 11.07.07</b>		A. Entwicklung von Tourismusdienst- leistungen sowie Marketingmaß- nahmen	max. 50% max. 100%	Träger von Unternehmen regional und überreg. tätige Tourismusver- bände und Marketingsorganisationen		A - Vereinbarkeit mit Tourismus- konzeption, bestätigte Marketing- pläne mit Segment Landtour. B/C - Betriebskonzept (einschließ- lich Marketingplan und Internet), C - Mindestbettenbestand 9 Betten und höchstens 30 Betten
		B. Öffentlich zugängliche kleine Infra- struktur zur Förderung Landtour.	max. 40% max. 65%	Träger von Unternehmen Gebietskörperschaften, Vereine und nicht- gewerbliche Zusammenschlüsse		
		C. Erweiterung Beherbergungskapa- zitäten durch Umnutzung von Ge- bäuden in ortsbildprägender/hist. ländlicher Bausubstanz	max. 50%	Träger von Unternehmen und natürliche Personen		

## Impressum

**Herausgeber:** Sächsische Landesanstalt für Landwirtschaft  
August-Böckstiegel-Straße 1, 01326 Dresden  
Internet: [www.landwirtschaft.sachsen.de/ffl/publikationen](http://www.landwirtschaft.sachsen.de/ffl/publikationen)

**Autoren:** Sächsische Landesanstalt für Landwirtschaft  
Fachbereich Agrarökonomie, Ländlicher Raum  
Gabriele Vogel, Dr. Angela Kunz  
Söbrigener Str. 3a  
01326 Dresden  
Telefon: 0351/2612-412  
Telefax: 0351/2612-450  
E-Mail: [gabriele.vogel@smul.sachsen.de](mailto:gabriele.vogel@smul.sachsen.de)

Foto: Gabriele Vogel

**Redaktion:** Gabriele Vogel, Simona Kecková

**Endredaktion:** Sächsische Landesanstalt für Landwirtschaft  
Birgit Seeber, Ramona Scheinert, Matthias Löwig  
Telefon: 0351/2612-345  
Telefax: 0351/2612-151  
E-Mail: [birgit.seeber@smul.sachsen.de](mailto:birgit.seeber@smul.sachsen.de)

**ISSN:** **1861-5988**

**Redaktionsschluss:** Februar 2007

Für alle angegebenen E-Mail-Adressen gilt:

Kein Zugang für elektronisch signierte sowie für verschlüsselte elektronische Dokumente

### Verteilerhinweis

Diese Informationsschrift wird von der Sächsischen Staatsregierung im Rahmen ihrer verfassungsmäßigen Verpflichtung zur Information der Öffentlichkeit herausgegeben. Sie darf weder von Parteien noch von deren Kandidaten oder Helfern zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt für alle Wahlen.