



Stadt Leipzig

Touristischer Entwicklungsplan (TEP) der Stadt Leipzig bis 2019

Überarbeiteter Endbericht

Dezernat Wirtschaft und Arbeit



Stadt Leipzig

Touristischer Entwicklungsplan (TEP) der Stadt Leipzig bis 2019

**Baustein 1 zur Destinationsstrategie
für Leipzig und seine Region**

Überarbeiteter Endbericht

Auftraggeber

Leipzig Tourismus und Marketing GmbH

Augustusplatz 9
D-04109 Leipzig

Überarbeitung

Stadt Leipzig, Dezernat VII für Wirtschaft und Arbeit

Martin-Luther-Ring 4-6
D-04109 Leipzig

Auftragnehmer

B T E Tourismus- und Regionalberatung

Kreuzbergstr. 30
D-10965 Berlin

Gefördert mit Mitteln des Freistaates Sachsen



Freistaat
SACHSEN

Bei allen Bezeichnungen, die auf Personen bezogen sind, meint die gewählte Formulierung beide Geschlechter, auch wenn aus Gründen der leichteren Lesbarkeit die männliche Form steht.

Inhalt

1	Einleitung	1
1.1	Untersuchungsgegenstand und Zielsetzung	1
1.2	Methodisches Vorgehen	3
2	Rahmenbedingungen und Trends im Tourismus	5
3	Wirtschaftsfaktor Tourismus	8
4	Touristische Ausgangssituation	11
4.1	Struktur und Erreichbarkeit	11
4.2	Infrastruktur- und Angebotsbetrachtung	16
4.2.1	Touristische Infrastruktur und Angebote (aktuell und geplant).....	16
4.2.1.1	Messen und Kongresse	16
4.2.1.2	Kultur und Veranstaltungen.....	18
4.2.1.3	Freizeit-Erlebnisangebote.....	21
4.2.1.4	Aktiv an Land: Radfahren, Sport, Wandern/Pilgern.....	22
4.2.1.5	Wasserinfrastruktur.....	28
4.2.1.6	Natur und Grünflächen	32
4.2.1.7	Weitere Infrastruktur- und Angebotsbereiche	34
4.2.1.8	Beherbergung	36
4.2.1.9	Barrierefreiheit	39
4.2.2	Touristische Themen und Schwerpunktgebiete.....	40
4.3	Qualität der Angebote.....	44
4.4	Touristische Nachfrage.....	49
4.4.1	Amtliche Statistik.....	49
4.4.2	Marktforschungsergebnisse	52
4.5	Exkurs: Kommunikation und touristische Produkte	59
4.6	Organisation und Kooperation (Tourismus Stadt Leipzig).....	63
4.7	Blick in die Region Leipzig	65
4.8	Bewertung der Ergebnisse und SWOT-Profil.....	69
4.8.1	Bewertung und Leipzig im Vergleich	69
4.8.2	Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken	73
5	Strategie.....	76
5.1	Vision	76

5.2	Ziele zur Weiterentwicklung des Tourismus der Stadt Leipzig	77
5.3	Marketingschwerpunkte und Zielgruppen	80
5.3.1	Strategische Ableitungen zu Marketingschwerpunkten	80
5.3.2	Zielmarkt-/Zielgruppenstrategie für Leipzig	82
6	Handlungsfelder, Maßnahmen und Schlüsselprojekte.....	85
6.1	Handlungsfelder	85
7	Quellenverzeichnis	87
A1	Beteiligung bei der Konzepterarbeitung	I
A2	Touristische Infrastrukturen und Angebote.....	IV
A3	Bestehende Zielformulierungen	IX
A4	Vision	XII
	Zusammenfassung der Stellungnahmen zum TEP Leipzig.....	XVI

Abbildungen

Abb. 1	Arbeitsprogramm	3
Abb. 2	Touristische Rahmenbedingungen im Tourismus.....	5
Abb. 3	Bruttoumsatz im Tourismus	8
Abb. 4	Bedeutung der touristischen Segmente	8
Abb. 5	Profiteure des Tourismus.....	9
Abb. 6	Überregionale Erreichbarkeit der Stadt Leipzig von den weiteren Magic Cities	12
Abb. 7	Vernetzung Stadt und Region auf Bundesstraße und Schiene	14
Abb. 8	Stadtverkehr Leipzig (ohne Bus)	15
Abb. 9	Übersicht - Infrastruktur und Angebote im Bereich Messe/Kongresse (Auswahl).....	16
Abb. 10	Impressionen – Tagungen und Kongresse	17
Abb. 11	Übersicht - Touristische Infrastrukturen/Angebote zu Kultur und Veranstaltungen.....	18
Abb. 12	Impressionen – Kulturelle Highlights mit (inter-)nationaler Ausstrahlung	20
Abb. 13	Impressionen – Freizeitattraktionen mit überregionaler Ausstrahlung.....	22
Abb. 14	Impressionen - Radfahren	23
Abb. 15	Wegweisung SachsenNetz Rad 2013	24
Abb. 16	Areale und touristische Wege im Themenfeld Wandern	27
Abb. 17	Gewässertouristische Infrastruktur (aktuell und geplant).....	29
Abb. 18	Übersicht Wassertourismusausrichtung	30
Abb. 19	Planungen und Projekte im Themenfeld Wasser (Fokus Tourismus)	31
Abb. 20	Impressionen – Wasser.....	32
Abb. 21	Impressionen – Szenemeilen und Passagen	35
Abb. 22	Struktur der Betriebe in Leipzig allgemein	37
Abb. 23	Struktur der Hotelbetriebe mit DEHOGA-Hotelsternen	37
Abb. 24	Beherbergungskapazitäten	38
Abb. 25	Planungen und Projekte im Bereich Beherbergung	39
Abb. 26	Touristische Kernräume 2013	42
Abb. 27	Touristische Kernräume 2020	43
Abb. 28	Touristische Servicekette.....	44
Abb. 29	Übersicht Klassifizierungen/Zertifizierungen.....	45

Abb. 30	Marktforschung Stadt Leipzig	47
Abb. 31	Anteil DEHOGA-klassifizierte sowie ServiceQ-zertifizierte Betriebe	48
Abb. 32	Entwicklung der Ankünfte und Übernachtungen.....	49
Abb. 33	Ankünfte und Übernachtungen inländischer/ausländischer Gäste 2013.....	50
Abb. 34	Anteile der ausländischen Übernachtungen nach Quellenländer (2013)	50
Abb. 35	Relative Entwicklung der Ankünfte ausländischer Gäste (Marktgruppe 2).....	51
Abb. 36	Ankünfte und Übernachtungen in Leipzig nach Monaten (Jahr 2012).....	52
Abb. 37	Markenbeurteilung und Imageaspekte	53
Abb. 38	Analysequadrant Stadt Leipzig	54
Abb. 39	Gestützte Themeneignung im Zeitvergleich	54
Abb. 40	Charakteristik Leipzig-Gäste	55
Abb. 41	TOP 10 Aktivitäten der Gäste	57
Abb. 42	TOP 10 Besuchsgründe der Gäste.....	57
Abb. 43	Ausgewählte Kommunikationsmedien der Stadt Leipzig aus Gästeperspektive	60
Abb. 44	Reiseangebote im Bereich „Leipzig für Entdecker“	62
Abb. 45	Struktur des Tourismus in der Stadt Leipzig.....	63
Abb. 46	Ausgewählte Infrastrukturen und Angebote in der Region Leipzig	65
Abb. 47	Vernetzung und Anbindung der Points of Interest in der Region Leipzig	66
Abb. 48	Organisationsmodell Region Leipzig	68
Abb. 49	Leipzig im Magic City-Vergleich – Klassifizierungen/Zertifizierungen.....	70
Abb. 50	Leipzig im Magic City-Vergleich – Übernachtungen	72
Abb. 51	Entwicklung der Übernachtungen der Destinationen Sachsens.....	72
Abb. 52	Zusammenfassende SWOT	73
Abb. 53	Leitlinien der Tourismusentwicklung für die Stadt Leipzig	76
Abb. 54	Zielsystem Stadt Leipzig	77
Abb. 55	Themen Stadt Leipzig	82
Abb. 56	Kernzielgruppen im privaten Reisesektor.....	83
Abb. 57	Handlungsfelder für den Leipzig Tourismus 2013-2020	85
Abb. 58	Handlungsfelder und Maßnahmenbereiche.....	86

Abkürzungen

Abb.	Abbildung
ADAC	Allgemeiner Deutscher Automobil-Club e.V.
adfc	Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club e.V.
AG	Arbeitsgruppe
bspw.	beispielsweise
BVCD	Bundesverband der Campingwirtschaft in Deutschland e.V.
ca.	circa
DEHOGA	Deutscher Hotel- und Gaststättenverband e.V.
DMO	Destinationsmanagementorganisation
DTV	Deutscher Tourismus Verband
DZT	Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.
EUR	Euro
etc.	et cetera
e.V.	eingetragener Verein
FFH	Fauna-Flora-Habitat
GCB	German Convention Bureau
ggf.	gegebenenfalls
GmbH	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
IHK	Industrie- und Handelskammer
Kap.	Kapitel
km/km ²	Kilometer/Quadratkilometer
LNS	Leipziger Neuseenland
LSG	Landschaftsschutzgebiet/e
LMBV	Lausitzer und Mitteldeutsche Bergbau-Verwaltungsgesellschaft mbH
LTM	Leipzig Tourismus und Marketing GmbH
LTS	Leipzig Tourist Service e.V.
LTV	Landestourismusverband
mind.	mindestens
Mio.	Million(en)
MIV	motorisierter Individualverkehr
ND	Naturdenkmale
N.N.	Nomen Nominatum (sinngemäß: Name ist noch einzusetzen)
NSG	Naturschutzgebiet/e
o.A.	ohne Angabe
ÖPNV	Öffentlicher Personennahverkehr
PKW	Personenkraftwagen
POI	point of Interest
RE	Regionalexpress
s.o.	siehe oben
SBL	Sächsisches Burgenland
SBUHL	Sächsisches Burgen- und Heide- und Heideland
ServiceQ	ServiceQualität Deutschland

SHL	Sächsisches Heidefeld
SPA	Special Protection Area
SPNV	Schienenpersonennahverkehr
SUP	Stand Up Paddling
SWOT	Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (Stärken, Schwächen, Chancen, Risiken)
TEP	Touristischer Entwicklungsplan der Stadt Leipzig
Tourist.	Touristische/touristischer/touristisches
TV	Tourismusverband
TWGK	Tourismuswirtschaftliches Gesamtkonzept für die Gewässerland- schaft im mitteldeutschen Raum
u.a.	unter anderem
u.v.m.	und viele mehr
v.a.	vor allem
VDR	Verband Deutsches Reisemanagement e.V.
vgl.	vergleiche
z.B.	zum Beispiel

Bei allen Bezeichnungen, die auf Personen bezogen sind, meint die gewählte Formulierung beide Geschlechter, auch wenn aus Gründen der leichten Lesbarkeit die männliche Form steht.

1 Einleitung

Auf Basis der Anforderungen der Sächsischen Tourismusstrategie 2020 erfolgte die Erarbeitung einer gemeinsamen Destinationsstrategie für Leipzig und seine Region mit den folgenden Bausteinen:

- **Baustein 1: Touristischer Entwicklungsplan (TEP) für die Stadt Leipzig**
- Baustein 2: Marketingstrategie für die zukünftige Vermarktung der Region sowie Marken- und Kommunikationsstrategie für die Region Leipzig
- Baustein 3: Businessplan für die neue Organisationsstruktur (Abteilung Region der LTM)
- Baustein 4: Weitere Elemente zur Destinationsstrategie, u.a. Berechnung der regional-ökonomischen Bedeutung (Wirtschaftsfaktor Tourismus) sowie Qualitätsstrategie für Stadt und Region Leipzig, Produktentwicklungswerkstatt in der Region
- Baustein 5: Konzeptpapier Destinationsstrategie für Stadt und Region Leipzig

In dieser Abschlussdokumentation sind die Ergebnisse des Bausteins 1 zusammengefasst. Auch die weiteren Bausteine wurden im Februar 2015 abgeschlossen.

1.1 Untersuchungsgegenstand und Zielsetzung

Leipzig erfreut sich wachsender Beliebtheit bei Touristen und konnte im Jahr 2013 ein deutliches Plus bei den Übernachtungen verbuchen (+8,9%). Im Jahr 2013 besuchten laut amtlicher Statistik insgesamt 18,3 Mio. Touristen das Reiseland Sachsen. Touristenmagneten waren vor allem die Städte Leipzig und Dresden, wobei allein auf Leipzig 2,7 Mio. Nächtigungen entfielen. Gerade in den letzten zehn Jahren konnten in Leipzig kontinuierlich wachsende Ankünfte und gewerbliche Übernachtungen gezählt werden (vgl. Statistisches Landesamt Sachsen 2013). Hinzu kommen jährlich ca. 28,5 Mio. Tagesgäste in Leipzig (dwif 2014).

Mit einem Bruttoumsatz von mehr als 1,5 Milliarden Euro und einem Beschäftigungseffekt von rund 42.160 Arbeitsplätzen hat sich der Tourismus mittlerweile als eine wichtige Branche für die Stadt Leipzig etabliert.

Die sehr positive touristische Entwicklung der Stadt begründet sich durch kontinuierlich positive Nachfragetrends im Städtetourismus wie auch bei Kurzreisen, durch ein erfolgreiches Marketing und PR der Leipzig Tourismus und Marketing GmbH, die die Stadt auf den Kernmärkten positioniert sowie durch einer positiven Weiterentwicklung der touristischen Infrastruktur und Angebote durch die Stadt Leipzig und den weiteren touristischen Akteuren.

Vor dem Hintergrund steigender Besucherzahlen, aktueller Trends sowie der angestrebten intensiveren Vernetzung von Stadt und Region, will die Stadt Leipzig den neuen Rahmenbedingungen Rechnung tragen. Für den Ausbau der Wettbewerbsfähigkeit der Stadt Leipzig und zur Stärkung des Wirtschaftsfaktors Tourismus wurde daher die Erarbeitung eines übergeordneten, strategischen Gesamtkonzeptes beauftragt, das die wesentlichen Rahmenbedingungen und Ziele für die zukünftige touristische Entwicklung zusammenfasst und sich an den Vorgaben der Tourismusstrategie des Freistaates Sachsen 2020 orientiert.

Der touristische Entwicklungsplan (TEP) für die Stadt Leipzig ist als zusammenfassendes Tourismuskonzept zu verstehen. Es hat dabei die folgenden Ziele:

- eine konzeptionelle Grundlage für die weitere touristische Entwicklung der Stadt insgesamt zu liefern,
- hierbei besonderes Augenmerk auf die Infrastruktur- und Angebotssituation zu legen,
- den Weg zu einer gemeinschaftlichen, wirtschaftlich stabilen Kooperationsgemeinschaft mit der umgebenden Region weiter zu festigen.

Das vorliegende Tourismuskonzept baut dabei auf den bereits bestehenden Grundlagen und Strategien auf. Das heißt mit dem Tourismusplan werden die verschiedenen touristischen **Entwicklungsansätze** und bestehenden Planungsvorstellungen **der verschiedenen Dezernate, Ämter, Referate der Stadt Leipzig zusammengeführt** und in einen konzeptionellen Zusammenhang gestellt. Ergänzend werden weitere Entwicklungspotentiale herausgearbeitet.

Fokus der Arbeit liegt dabei auf dem **Themenfeld Tourismus**, d.h. der Weiterentwicklung der Stadt für Tagesausflügler und Urlaubsgäste. Infrastrukturen und Themen der Naherholung der Leipziger sind dann integriert, wenn sie touristische Bedeutung besitzen.

Das Tourismuskonzept soll insbesondere den folgenden Akteuren Orientierung bieten:

- den **Dezernaten und Ämtern der Stadt**, um übergreifend und abgestimmt Tourismusprojekte zu planen und umzusetzen sowie die Tourismuspolitik zu unterstützen;
- der **Leipzig Tourismus und Marketing GmbH**, um im Einklang mit dem Tourismuskonzept die Marketingstrategie umzusetzen und Leipzig auf den Kernmärkten zu positionieren;
- allen **touristischen Unternehmen und Institutionen**.

1.2 Methodisches Vorgehen

Die Konzepterstellung erfolgt auf Basis der folgenden Arbeitsphasen und -schritte:

- **Situationsanalyse:**
 - Aktualisierung der Trendanalyse und Rahmenbedingungen
 - Ermittlung der vorhandenen touristischen Infrastrukturen und Angebote der Stadt auf Basis vorliegender Materialien (Planungsgrundlagen, Studien, Broschüren etc.) (sowie der Region Leipzig zur Identifizierung von Vernetzungspotentialen),
 - Aktualisierung der Nachfrage- und Qualitätsanalyse
 - Ausarbeitung der Stärken-Schwächen, Chancen-Risiken
- **Strategie**
 - Erarbeitung einer Vision „Tourismusentwicklung 2020“
 - Ableitung strategischer Ziele
 - Zusammenfassung strategischer Aussagen
- **Umsetzungskonzept**
 - Bestimmung der Handlungsfelder
 - Erarbeitung von Maßnahmen 2013-2020 und Identifizierung von Infrastrukturschlüsselprojekten

Abb. 1 Arbeitsprogramm



Zur Erarbeitung kamen folgende Methoden zum Einsatz:

- **Analyse und Auswertung vorliegender Daten und Konzepte**
 - Auswertung vorliegender Konzepte, Planungen und Studien der Stadt Leipzig
 - Analyse der Printprodukte sowie der Internetseiten der Stadt Leipzig, der Leipzig Tourismus und Marketing GmbH, des Tourismusverbandes Sächsisches Burgen- und Heide-land sowie der drei Tourismusvereine (Leipziger Neuseenland e.V., Sächsi-sches Burgenland e.V., Sächsisches Heide-land e.V.)
 - Auswertung statistischer Kennzahlen sowie vorliegender Marktforschungsergebnisse
- **Persönliche Gespräche in Kleingruppen** mit insgesamt elf Personen (aus acht ver-schiedenen Ämtern der Stadtverwaltung) zu touristischen Planungen und Planungsideen sowie Handlungsbedarfen aus Blickfeld des jeweiligen Dezernates/Amtes
- Zwei **Projekt begleitende Veranstaltungen** mit einem Fachbeirat zur Rückkopplung der gutachterlichen Vorschläge und Vertiefung von Arbeitsinhalten
- Einbindung eines erweiterten Akteurskreises in einer **Zukunftswerkstatt „Stadt und Region Leipzig“** mit öffentlichen und privaten Vertretern aus Stadt und Region
- **Kontinuierliche Abstimmung** mit dem Auftraggeber (schriftlich und persönlich) und der Vertretung der Stadt.
- **Einholung von Stellungnahmen** zum Entwurf des Touristischen Entwicklungsplans für die Stadt Leipzig (bspw. relevante Dezernate und Ämter der Stadt Leipzig sowie weiterer Schlüsselpersonen)
- **Präsentation der Ergebnisse** des Tourismuskonzeptes.

Eine Übersicht über die Veranstaltungen im Rahmen der Erarbeitung des TEP sowie der Ak-teure des Partizipationsprozesses finden sich im Anhang (vgl. Anlage A1).

2 Rahmenbedingungen und Trends im Tourismus

Sich verändernde Rahmenbedingungen und Umfeldfaktoren, die Gesellschaft, Ökonomie, Ökologie, Technologie und Politik beeinflussen, stellen eine Herausforderung für die Funktionsfähigkeit des Tourismus dar. Insbesondere der demographische Wandel mit der Zunahme älterer Personen und einer steigenden Diversität der Lebensformen sowie eine zunehmende technische Vernetzung und mobile Erreichbarkeit, sind besonders hervorzuheben. Um attraktive Produkte zu entwickeln, die die Basis für zufriedene Gäste und somit den wirtschaftlichen Erfolg der Destination Leipzig und ihrer touristischen Unternehmen sind, ist es notwendig, dass touristische Rahmenbedingungen sowie abgeleitete aktuelle Trends und Entwicklungen im Tourismus beachtet werden.

Abb. 2 Touristische Rahmenbedingungen im Tourismus

Gesellschaftliche Veränderungen <ul style="list-style-type: none">• Demographische Entwicklung• Veränderte Familienstrukturen• Wachsende Bildung• Ungleiche Verteilung Freizeit und Einkommen• Stärkere Reiseintensität junger Menschen• Werte: Erlebnisorientierung, Selbstentfaltung, Anspruch, Informationsüberlastung bzw. Sättigung	
Ökologische Veränderungen <ul style="list-style-type: none">• Klimawandel• Rückgang der biologischen Vielfalt• anhaltend hohe Flächeninanspruchnahme für Siedlungs- und Verkehrsflächen	
Technische Veränderungen <ul style="list-style-type: none">• Steigende Vernetzung, Interaktivität, neue Medien• Innovation und Zunahme in der Mobilität	
Ökonomische Veränderungen <ul style="list-style-type: none">• Wachstum des pro-Kopf-Einkommens• Internationalisierung, globaler Austausch, Standardisierungen, Urbanisierung• Neue Märkte und Wettbewerber• Fachkräftemangel	
Politische Veränderungen <ul style="list-style-type: none">• Wandel des Destinationsverständnisses• Budgetreduzierungen öffentlicher Haushalte• Besorgnis um Sicherheit	

© BTE 2013; Datenquelle: auf Basis ETC 2006; Bilder © BTE; BTE; Royalty-Free/Corbis

Ableitend sind die folgenden, **allgemeinen touristischen Trends** bei der Weiterentwicklung des Tourismus zu berücksichtigen:

- **Qualitativer, bequemer und sicherer:** Durch einen erhöhten Qualitätsanspruch gewinnen Service und Barrierefreiheit zunehmend an Bedeutung. Sicherheit betrifft dabei nicht nur die körperliche Unversehrtheit, sondern auch reibungslose Reiseabläufe sowie Transparenz und Produktsicherheit am unüberschaubaren Markt an Angeboten.
- **Erlebnisreicher:** Das „Erleben“ spielt bei fast allen Zielgruppen eine zentrale Rolle, seien es Naturerlebnisse, kulturelle Angebote oder besondere Events. Eine Kombination un-

terschiedlicher Angebote verschiedener Erlebnisse sowie thematische Inszenierungen werden kontinuierlich wichtiger.

- **Individueller:** Veränderte Lebens- und Reisebedürfnisse, individuelle Lebenskonzepte und ausdifferenzierte Familienstrukturen bedingen verschiedenste Ansprüche und haben große Auswirkungen auf das Reiseprodukt und dessen Buchbarkeit. Gerade dies begünstigt das Dynamic Packaging.
- **Spontaner und billiger:** Reiseentscheidungen werden kurzfristiger getroffen und die Gäste erwarten eine schnelle Verfügbarkeit von Informationen (u.a. Onlinebuchbarkeit) sowie ein aus Sicht des Reisenden angemessenes Preis-Leistungsverhältnis.
- **Kürzer:** Haupturlaubsreisen verlieren, Kurz- und Mehrfachreisen gewinnen weiter an Bedeutung. Zudem werden die Reisezeiten immer flexibler.
- **Gesünder:** Das Bedürfnis nach physischer und psychischer Regeneration führt zur verstärkten Nachfrage nach intakter Natur, nach aktiver Betätigung sowie nach Fitness- und Wellnessangeboten.
- **Klimafreundlicher:** Auch das Bewusstsein für umweltverträgliches Reisen beginnt sich immer stärker zu entwickeln. Ein funktionierender ÖPNV und klimaneutrale Angebote sind hierfür entscheidend.
- **Entschleunigter und regionaler:** Angebote im Zusammenhang mit der Natur oder regionale Produkte werden wichtiger. Auch das Thema Kultur und regionale Besonderheiten (Events, Kulinarik, Kleidung etc.) sind verstärkt gefragt.

Als wichtige Herausforderung ist eine generelle Anspruchsinflation hervorzuheben, womit das Spannungsverhältnis zwischen hohen und steigenden Erwartungen (Ansprüchen) der Kunden (Qualität, Erlebnismaximierung etc.) bei gleichzeitig einer beschränkten Problemlösungsfähigkeit gemeint ist.

Mit einem Fokus auf den **Städte- und Kulturtourismus** lassen sich die folgenden wesentlichen Trends spezifizieren (vgl. DTV 2006; Reiter 2011):

- Trotz konjunktureller Stagnation zeigt sich der Städtetourismus als noch nicht ausgeschöpftes Potential mit **Zuwächsen** verstärkt aus dem Ausland. Zusätzliche Nachfrage aus dem Inland kann durch die Schaffung von Reiseanlässen gelingen.
- „Harte“ Standortfaktoren verlieren an Bedeutung und werden zunehmend durch „weiche“ ersetzt (Image, Mentalität Bevölkerung, Umweltqualität, Kultur- und Freizeitangebot, Einkaufsmöglichkeiten, usw.). **Städte werden immer mehr zu Lifestyle-Marken** mit entsprechenden Angeboten und einer Vielfalt als Qualitätsmerkmal des Urbanen. Dabei gewinnen Image und Profilierung als wichtigste Kriterien im Städtewettbewerb an Bedeutung.
- Aktuelle Themen mit sehr hoher und hoher Bedeutung sind **Tagestourismus, Kunst-/Kulturtourismus, Senioren, Historie/Geschichte, allgemeiner Geschäftstourismus**. Als wichtigste künftige Themen zur Zielgruppenansprache fungieren Tagungen/Kongresse, Internationaler Tourismus, Radtourismus, Kunst-/Kulturtourismus, Tagestourismus (vgl. TMO-Befragung 2005)
- Insgesamt gewinnen **natur- und erholungsbezogene Urlaubsformen** (Rad-, Wasser, Gesundheits-/Wellnesstourismus) an Bedeutung.

- Zum Reiseverhalten von Städte- und Kulturtouristen zeigt sich
 - Gäste reisen **spontaner, öfter**, aber **kürzer** (begünstigt durch Low-Cost-Carrier)
 - Besucher hegen vielartige Motivationen, in deren Kern das „Andersartige“ und pulserende Stadtleben liegt. Gäste sind stetig auf der **Suche nach neuen Erlebnissen, Begegnungen und Überraschungen** – Sinnessteigerung als Leitmotiv.
 - Suche nach dem „**Live-like-a-Local**“-**Gefühl** und der authentischen Alltagskultur (siehe Entwicklung von airbnb oder wimdu).
 - Klassische Sehenswürdigkeiten fungieren als Basis, kreative und subkulturelle Angebote als besondere und experimentelle Bereicherung des Städtebesuchs.
 - Durch die hohe Reiseerfahrung der Besucher besteht besonderes Gewicht auf qualitativer Infrastruktur und Angeboten. **Lebens- und Aufenthaltsqualität** sowie Freiraumqualitäten in den Innenstädten bleiben wichtig.
 - Die Schere zwischen Touristen mit viel Geld und wenig Zeit sowie Touristen mit wenig Geld und viel Zeit wird immer größer.
- Im Bereich Vertrieb ist die Webseite wichtigstes Instrument, ergänzt um die Tourist-Information mit qualifizierter und persönlicher Beratung.

Für den Geschäftstourismus, insbesondere Tagung/Kongresse/Veranstaltungen, lassen sich als Trends zusammenfassen (vgl. GCB 2013a; GCB 2013b; CWT 2012; EITW 2013):

- Deutschlands Image als Tagungs- und Veranstaltungsdestination steigt kontinuierlich. Die Zahlen bei den **Veranstaltungen und Teilnehmern steigen**, aber der Wettbewerb wird kontinuierlich härter.
- **Internationale Veranstaltungen** gewinnen weiter an Bedeutung.
- Steigende Bedeutung **moderner Technologien und Tools** zur Unterstützung der Tendenzen im Bereich **modern – interaktiv – hybrid**, z.B.
 - Steigende Relevanz von Online-Produkten und -präsenz in der Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung (Social-Media, Online-Buchungssystemen etc.).
 - Flexible Raum- und Technikinfrastruktur für interaktive Veranstaltungsformate, z.B. Barcamps, Open-Space-Konferenzen etc. mit Berücksichtigung von Fragen, Anmerkungen und Meinungen der Teilnehmer zur gemeinsamen Wissensgenerierung.
 - Virtuelle Tagungseinheiten für dezentrale Veranstaltungen, wie virtuelle Konferenzen, massiv open online courses von Universitäten oder Hybride Events (reale Veranstaltungen mit Angeboten zur gleichzeitigen virtuellen Teilnahme oder mit wechselnden physischen und virtuellen Veranstaltungselementen) als Ansatz zur raumübergreifenden Wissensvermittlung.
- Zentrale, verkehrsgünstige Standorte oder besondere Bauten (Barrierefreiheit, gesunde Wohlfühlumgebung) dienen als wichtige Standortfaktoren.
- **Branchenkompetenz** lässt sich als Wettbewerbsfaktor ausmachen.
- Steigende Nachfrage nach **Qualitätsstandards** und insbesondere **Nachhaltigkeitsengagement**. Gerade Green Meetings gewinnen in Deutschland an Bedeutung, aber Nachhaltigkeit umfasst im Verständnis zunehmend, neben Umweltschutz, auch die Einhaltung nachhaltiger Standards im Hinblick auf die sozialen Aspekte Corporate Social Responsibility (CSR), Mitarbeiterkomfort und Compliance sowie wirtschaftliches Handeln.

3 Wirtschaftsfaktor Tourismus

Mit einem Bruttoumsatz von mehr als 1,5 Milliarden Euro und einem Beschäftigungseffekt von rund 42.000 Arbeitsplätzen ist der Tourismus eine wichtige Branche für die Stadt Leipzig.

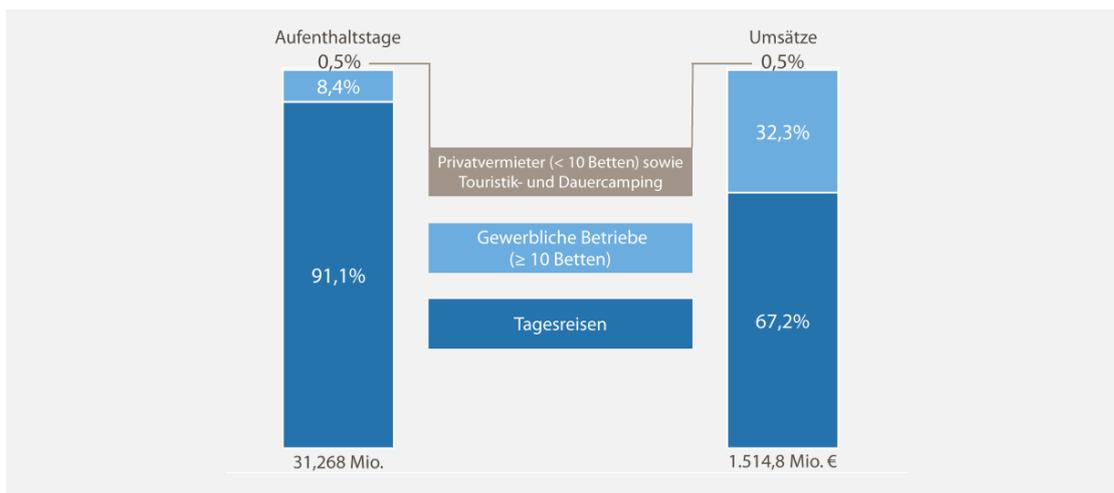
Ableitend aus den Aufenthaltstagen sowie den durchschnittlichen Ausgaben der Gäste ergibt sich konkret ein **Bruttoumsatz im Tourismus von 1.514,8 Mio. EUR**. Die größte Bedeutung besitzen dabei die Tagesreisen mit 67,2%, gefolgt von den Aufenthaltstagen in gewerblichen Betrieben mit 32,3% (vgl. dwif 2014).

Abb. 3 Bruttoumsatz im Tourismus

Segment	Aufenthaltstage	x	Ø-Tagesausgaben	=	Bruttoumsatz
Gewerbliche Betriebe ²	2,64 Mio.	x	185,60 €	=	489,9 Mio. €
	+				+
Privatvermieter ³	0,05 Mio.	x	81,- €	=	4,1 Mio. €
	+				+
Touristik- und Dauercamping ⁴	0,078 Mio.	x	43,20 €	=	3,4 Mio. €
	+				+
Tagesreisen	28,5 Mio.	x	35,70 €	=	1.017,4 Mio. €
	=				=
GESAMT	31,268 Mio.				1.514,8 Mio. €

© dwif 2014; Anmerkungen: gerundete Werte; ^{2, 3} Statistisches Landesamt Sachsen

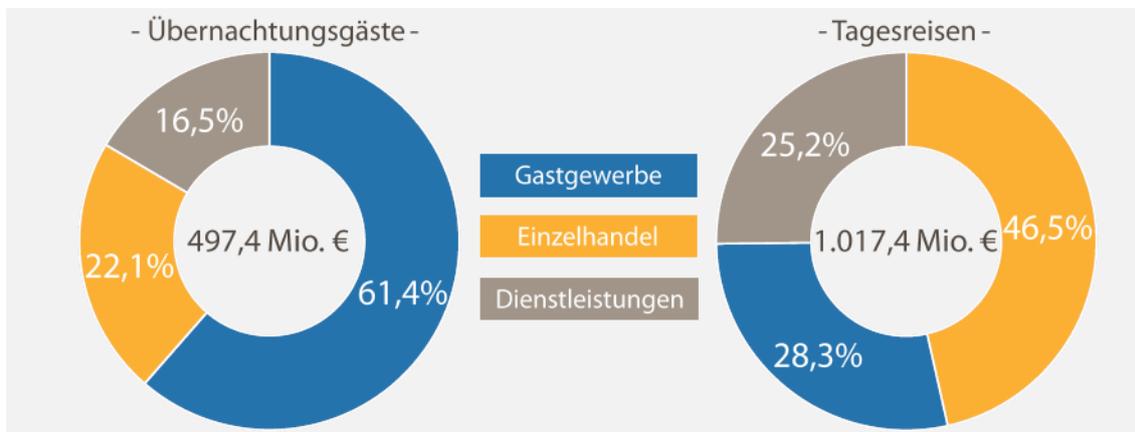
Abb. 4 Bedeutung der touristischen Segmente



© dwif 2014

Die Profiteure sind zusammengefasst das Gastgewerbe mit 39,2%, der Einzelhandel mit 38,5% und der Bereich Dienstleistungen mit 22,3% (vgl. dwif 2014). Eine Unterscheidung der Profiteure im Bereich Übernachtungsgäste und Tagesreisen zeigt die Abb. 5.

Abb. 5 Profiteure des Tourismus



© dwif 2014

Ableitend aus dem Bruttoumsatz ergibt sich ein touristischer Einkommensbeitrag von **689,1 Mio. EUR**. Dies entspricht einem Äquivalent von rund **42.160 Personen¹**, die durch die touristische Nachfrage in Leipzig ein durchschnittliches Primäreinkommen (=16.345 EUR) pro Kopf beziehen (vgl. dwif 2014).

Aus einer Kombination aus Mehrwertsteuer und Einkommenssteuer resultiert ein **Steueraufkommen** von zusammen ca. **146,2 Mio. EUR**, das als Gemeinschaftssteuer jedoch Bund, Land und Kommunen gemeinsam zukommt (vgl. dwif 2014).

Exkurs: Stadt und Region

Eine gemeinsame Betrachtung von Stadt und Region hinsichtlich der wirtschaftlichen Effekte ergibt folgendes Bild (vgl. dwif 2014):

- Die Stadt Leipzig und die Region Leipzig weisen zusammen einen touristischen Bruttoumsatz von insgesamt 2.078,9 Mio. EUR aus. Die Stadt Leipzig generiert dabei einen Anteil von 72,9% des gesamten Umsatzes.
- Der Einkommensbeitrag für die Stadt und die Region beträgt zusammen 965,6 Mio. EUR. Somit beziehen 56.440 Personen, durch die touristische Nachfrage, ein durchschnittliches Primäreinkommen von 17.109 EUR pro Kopf.
- Das gemeinschaftliche Steueraufkommen, aus Mehrwert- und Einkommenssteuer, beträgt für die Stadt und Region kombiniert 201,1 Mio. EUR.

Exkurs: Entwicklung des Wirtschaftsfaktor Tourismus

Um Tendenzen für die Entwicklung des Wirtschaftsfaktors Tourismus zu ermitteln, sind die absoluten Zahlen der Übernachtungsgäste sowie Tagesgäste zu betrachten. Mit Blick auf die Entwicklung lässt sich zusammenfassen:

¹ Der Wert ist nicht mit der Anzahl der durch den Tourismus in Leipzig beschäftigten Personen gleichzusetzen, da bspw. viele Personen nur anteilig vom Tourismus leben.

- **Von 2011 bis 2013 ist die Zahl der Übernachtungen deutlich von 2,135 Mio. auf 2,768 Mio. gestiegen (+29,6%).** Dies lässt sich sowohl durch eine steigende Anzahl an Gästen sowie einer steigenden durchschnittlichen Aufenthaltsdauer begründen. Die Entwicklung führt zu einem steigenden touristischen Bruttoumsatz bei den Übernachtungsgästen.
- Wie in beinahe allen deutschen Destinationen ist die **Zahl der Tagesreisen hingegen gesunken.** Grundlage bilden die Erhebungen des dwif aus dem Jahr 2006 und 2013. Wurden für Leipzig 2006 noch 34 Mio. Tagesreisen ermittelt, so waren es 2013 nur noch 28,5 Mio. Hierbei zeigt sich eine Veränderung der Zahl der Tagesreisen um -16,2%. Dieser Trend lässt sich aber deutschlandweit beobachten, bspw. Hamburg -22,34%, Berlin -19,92%, Bremen -16,44%. Die Entwicklung führt zu einem sinkenden touristischen Bruttoumsatz bei den Tagesgästen.

Als mögliche Gründe lassen sich nennen:

- **Bevölkerungsentwicklung:** In Deutschland lebten im Jahr 2013 1,55 Mio. weniger Menschen im Vergleich zu 2006 (vgl. Statistisches Bundesamt). Im Landkreis Leipzig ist z.B. die Bevölkerung seit 2007 um 5,5% geschrumpft.
Im Vergleich zum Jahr 2006 hat zudem eine weitere Altersverschiebung der Bevölkerung stattgefunden. Es gibt in der Bevölkerungspyramide immer mehr ältere und damit auch immobilere Menschen.
- **Zunahme der Konkurrenz:** In den letzten Jahren erfolgte eine Verdichtung der Attraktionen. Das Angebot und die Auswahl der Attraktionen ist gewachsen und somit auch die Konkurrenz. Bürger finden ggf. an ihrem Wohnort interessante Freizeiteinrichtungen und müssen damit nicht mehr so oft einen Tagesausflug unternehmen.
Es gibt zudem mehr Veranstaltungen und Events. Auch damit steigen die Konkurrenz und der Wettbewerb um Tagesgäste.
- **Spitzenjahr 2006:** Für das Jahr 2006 lässt sich ein Allzeithoch bei den Tagesreisen der Deutschen erkennen. Offenbar findet seitdem eine gewisse Zurückhaltung bei Tagesreisen statt.
- **Konzentration:** Auch wenn es in vielen Destinationen "gefühl" mehr Tagesgäste gibt, so konzentrieren sich diese oftmals auf einige gästeorientierte Attraktionen, die eine Zunahme der Besucher verbuchen können.
- Insgesamt ist davon auszugehen, dass der steigende Bruttoumsatz bei den Übernachtungsgästen den sinkenden Bruttoumsatz bei den Tagesgästen nicht vollständig ausgleichen kann.

4 Touristische Ausgangssituation

4.1 Struktur und Erreichbarkeit

Bevölkerung und Wirtschaft

Die Stadt Leipzig befindet sich im Nordwesten des Freistaates Sachsens nahe der Grenze zu Sachsen-Anhalt. Die Stadt ist vom Landkreis Leipzig im Süden und vom Landkreis Nordsachsen im Norden umgeben.

Auf der Stadtfläche von 297,4 km² leben 530.761 Einwohner (Stand 30. Nov. 2013), was insgesamt einer Bevölkerungsdichte von rund 1.785 EW/km² entspricht (vgl. Statistisches Landesamt Sachsen 2013). Insgesamt wächst Leipzig im Vergleich zu vielen anderen Städten, denn seit der Jahrtausendwende ist die Einwohnerzahl Leipzigs kontinuierlich gestiegen. So konnte bspw. von 2012 zu 2013 ein Wachstum von +1,9% verzeichnet werden – ein deutlich größerer Anstieg als in Dresden (+1,0%) oder Chemnitz (+0,5%) bzw. dem Freistaat Sachsen (-0,1%). Dies lässt sich durch Wanderungsgewinne in die Stadt, insbesondere bei den ausbildungsrelevanten Jahrgängen, sowie positive Geburtenzahlen erklären. Auch für die Zukunft wird der Stadt Leipzig weiterhin eine positive Entwicklung der Einwohner prognostiziert. Dabei wird gerade die Zahl der erwerbstätigen Bevölkerung (15 bis 64 Jahre) steigen und sich die Stadtbevölkerung zunächst verjüngen. Der Anteil älterer Menschen über 65 Jahre wird prozentual erst ab 2024 ansteigen (vgl. Stadt Leipzig, Amt für Statistik und Wahlen 2013; Statistisches Landesamt Sachsen 2013).

Im Bereich Wirtschaft war Leipzig bis 1989 einer der bedeutendsten Industriestandorte in der DDR mit einer hohen Konzentration von Großbetrieben. In der Folge der politischen Wende kam es zu einem Zusammenbruch der Industrie mit dem Wegfall ganzer Produktionszweige. Seit 2000 lassen sich wieder positive Effekte in der wirtschaftlichen Entwicklung feststellen. Mittlerweile ist Leipzig wieder ein wichtiger Wirtschaftsstandort mit Firmen wie DHL, Porsche, BMW etc. Die Stadt setzt dabei auf wachstumsträchtige und bereits in ihren Grundstrukturen entwickelte Branchenschwerpunkte im Rahmen der Clusterstrategie. Dies sind

- Medien und Kreativwirtschaft,
- Gesundheitswirtschaft und Biotechnologie,
- Automobil- und Zuliefererindustrie,
- Logistik und Dienstleistungen sowie
- Energie und Umwelttechnik (Stadt Leipzig 2009).

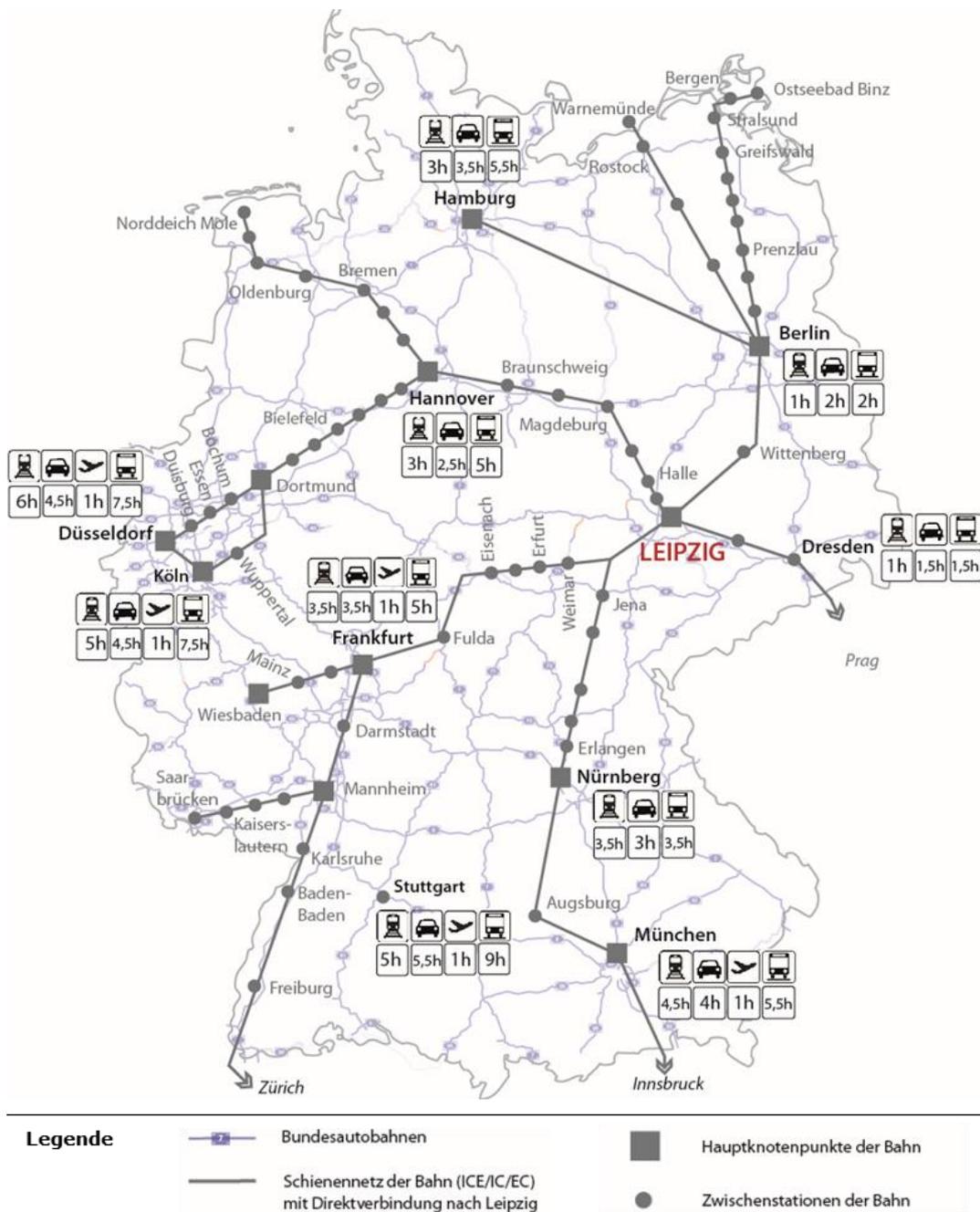
Leipzig, als regionales Dienstleistungszentrum, hat insbesondere in den Bereichen Medien und Kreativwirtschaft, Gesundheitswirtschaft sowie Messe- und Kongresswesen eine überregionale Bedeutung. Zudem konnte die Wissenschafts- und Forschungslandschaft durch Neuan siedlungen und den Ausbau der universitären Einrichtungen insbesondere in den Bereichen Medien, Gesundheitswirtschaft, Umwelttechnik und Biodiversitätsforschung gestärkt werden. Heute ist Leipzig ein wichtiger Wissenschafts- und Bildungsstandort mit steigenden Studentenzahlen. Betrug die Arbeitslosenquote 2003 noch 19,7% so sind es 2013 nur noch 10,5%.

Sie liegt damit aber immer noch über dem Durchschnittswert des Freistaates Sachsen (8,8%) (vgl. Stadt Leipzig, Amt für Statistik und Wahlen 2014).

Erreichbarkeit

Durch die zentrale Lage und die Wegeinfrastruktur kann die überregionale Anbindung der Stadt Leipzig als sehr verkehrsgünstig beurteilt werden. Die Erreichbarkeit ausgewählter Städte in Deutschland per Flugzeug, Auto, Zug oder Reisebus ist in der folgenden Abbildung dargestellt.

Abb. 6 Überregionale Erreichbarkeit der Stadt Leipzig von den weiteren Magic Cities

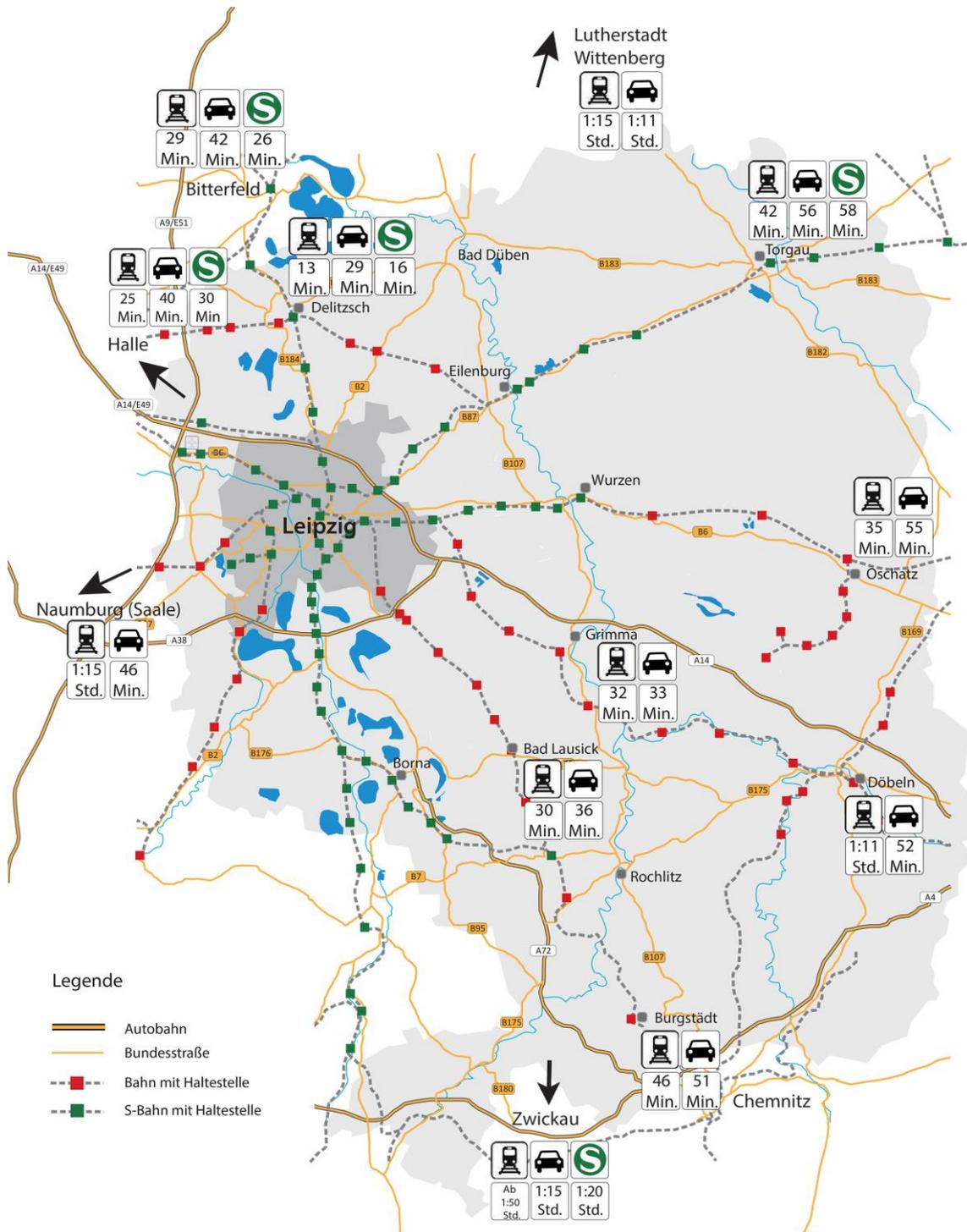


- Leipzig ist durch den Flughafen Halle-Leipzig von fünf innerdeutschen und annähernd 40 europäischen Direktzielen per Flugzeug erreichbar.
- Die Bundesautobahnen A9 und A14 stellen wichtige Verbindungsachsen Richtung Berlin und München sowie Dresden und Magdeburg dar. Die seit 2009 vollständig befahrbare A38 schafft eine Ost-West-Achse zwischen Leipzig und Göttingen. Mit der Verlängerung der A72 wird eine verbesserte Verbindung nach Chemnitz angestrebt. Der Streckenabschnitt Borna-Rötha soll bis 2017 fertiggestellt werden, für den Abschnitt Rötha – A38 liegt seit März 2014 Baurecht vor.
- Auf der Schiene ist Leipzig über zahlreiche Direktverbindungen sowie den CityNightLine von verschiedenen deutschen Zielen mit der Deutschen Bahn erreichbar. Ergänzend bieten die Veolia-Gruppe (Mitteldeutsche Regiobahn, bis Ende 2014 InterConnex) und die Erfurter Bahn weitere Verbindungen.
- Mit den verschiedenen Fernbusanbietern (u.a. FlixBus, MeinFernbus, BerlinLinienBus, Postbus) ist Leipzig an die großen deutschen Städte angebunden. Ein zentraler Omnibusbahnhof mit Begleitinfrastruktur und ausreichend Kapazitäten (ZOB) für Fernbusse ist in Leipzig noch nicht vorhanden.

Auch die Anbindung von Stadt und Region kann als gut bis sehr gut beurteilt werden.

- Leipzig ist über die Bundesstraßen B2, B6, B87, B95, B181 und B184 sehr gut mit dem Umland verbunden.
- Durch die Eröffnung des City-Tunnels hat sich das Schienennetz zwischen Stadt und Region verbessert. Fünf S-Bahn-Linien und diverse Regionalbahnlinien laufen strahlenförmig von Leipzig in die Region (vgl. Abb. 7).
- Außerhalb der Stadt ist der ÖPNV mit Bussen sehr stark vom Schülerverkehr abhängig und in den Ferien sowie an den Wochenenden stark eingeschränkt. Auch besondere Points of Interest (z.B. Kanupark Markkleeberg, Wassersportresort All-on-Sea am Schladitzer See) sind am Wochenende erschwert oder nicht mit dem ÖPNV erreichbar.
- Seit 2001 besteht der Verbundtarif des Mitteldeutschen Verkehrsverbunds (MDV). In diesen sind Straßenbahn, Stadtbus, S-Bahn und Regionalverkehr integriert. Heute deckt er ein Gebiet von rund 50 km um Leipzig ab.
- Entsprechend der Radverkehrskonzeption 2014 des Freistaates Sachsen bildet der Elsteradweg als Fernradweg eine weitere überregionale Anbindung für den touristischen Radverkehr.

Abb. 7 Vernetzung Stadt und Region auf Bundesstraße und Schiene



© BTE 2014

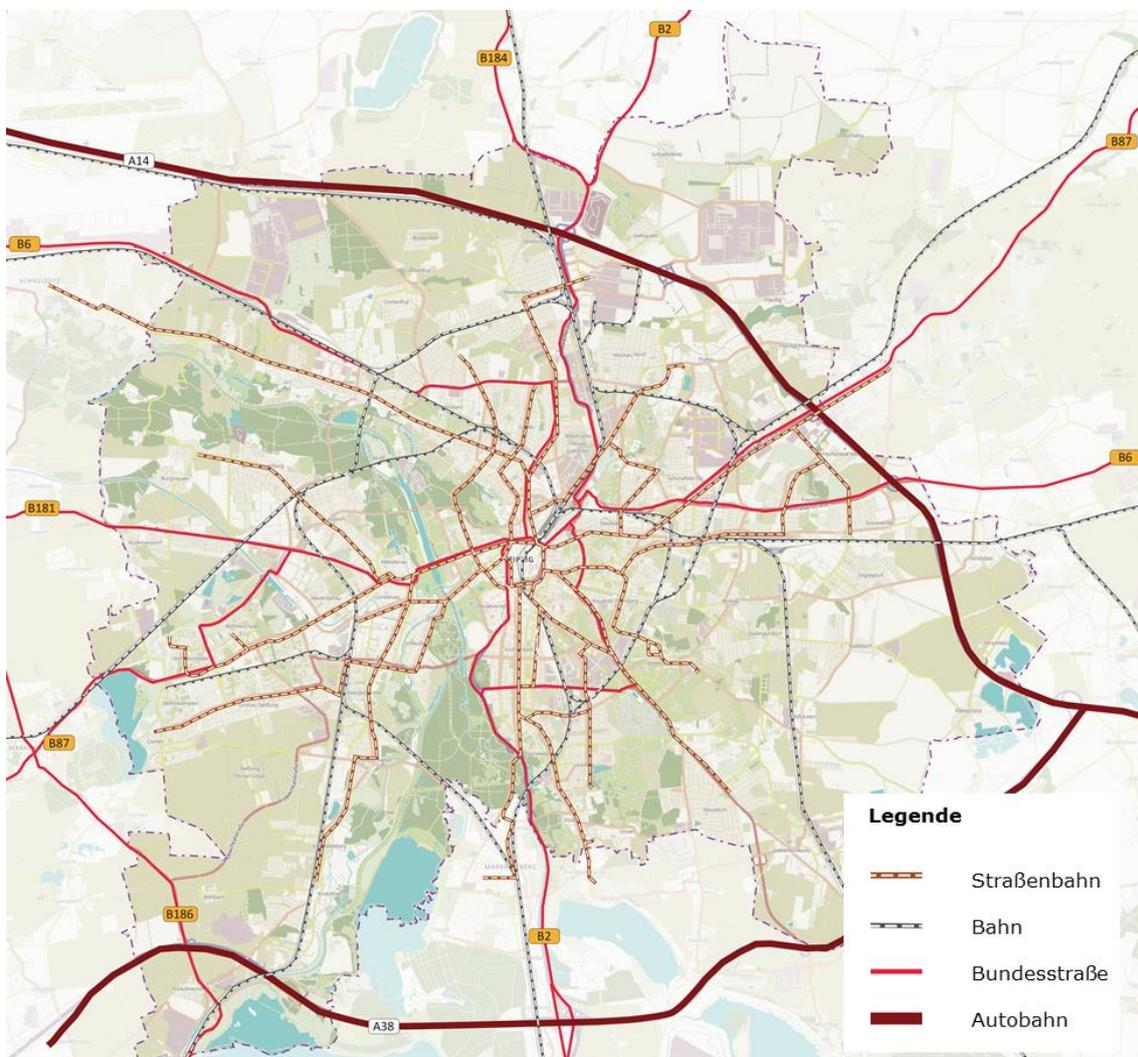
Für das Stadtgebiet von Leipzig lässt sich zusammenfassen:

- Das Hauptverkehrsnetz der Stadt ist als Radialnetz mit Fokus auf das Zentrum ausgerichtet. Der Promenadenring ist entsprechend dem „Integrierten Stadtentwicklungskonzept“, trotz Anstrengungen zum Aufbau eines Tangenten-Ring-Systems, die am meisten

frequentierte Straße. Der Zustand der Straßen ist sehr unterschiedlich, 10% sind dringend reparaturbedürftig (vgl. Stadt Leipzig 2009). Car-Sharing-Angebote sind in steigender Zahl in Leipzig vorhanden. Parkplätze um die Innenstadt sind vorhanden. Mit Blick auf die Gästeparkplätze stellen aber gerade Veranstaltungen in der Red Bull Arena und Arena Leipzig eine Herausforderung dar.¹

- Im Stadtverkehr von Leipzig weist das Liniennetz des ÖPNV eine hohe Netzdichte und einen guten Erschließungsgrad auf. Dies erfolgt (vgl. Stadt Leipzig 2009) über
 - Straßenbahnen (14 Linien mit mehr als 250 Haltestellen), die mit 15 Haltestellen über die Stadtgrenzen hinausreichen,
 - S-Bahnen (25 Haltepunkte) sowie
 - Stadtbusse (ca. 300 Haltestellen), als Zubringer, Ergänzung und Verbindung schienengebundener Verkehrsmittel.

Abb. 8 Stadtverkehr Leipzig (ohne Bus)



© BTE 2013; Kartengrundlage: OpenStreetMap-Lizenz CC-BY-SA 2.0

4.2 Infrastruktur- und Angebotsbetrachtung

4.2.1 Touristische Infrastruktur und Angebote (aktuell und geplant)

Nachfolgend sind themenspezifisch die aktuellen Infrastrukturen und Angebote dargestellt, wichtige Aussagen aus bestehenden Studien und Planungsgrundlagen zur Weiterentwicklung der Infrastrukturen und Angebote dargelegt sowie konkrete Planungen zu neuen Infrastrukturen aufgelistet. Die Infrastrukturplanungen sind ins Maßnahmenprogramm (vgl. Kapitel 6) eingeflossen und dort vertieft beschrieben.

4.2.1.1 Messen und Kongresse

Aktuelle Infrastrukturen und Angebote

Leipzig, als ältester Freihandelsplatz der Welt, verfügt mit dem neuen Messegelände und dem Congress Center sowie modernen Kongress- und Tagungshotels in verschiedenen Standards über eine gute Infrastruktur für Messen und Kongresse. Ergänzt durch die Verkehrsanbindung sowie den Wirtschaftspartnern, der Universität, den weiteren Hochschulen und weiteren wissenschaftlichen Instituten ist Leipzig ein wichtiger Messe- und Kongressstandort. Zudem bieten die touristischen Partner aus Hotellerie und Gastronomie sowie die Innenstadt mit Kultur- und Shoppingmöglichkeiten ein Ergänzungsprogramm.

Abb. 9 Übersicht - Infrastruktur und Angebote im Bereich Messe/Kongresse (Auswahl)

Leipzig in Fakten	
Messe-, Tagungs- und Kongressstandorte	
<ul style="list-style-type: none"> ■ agra Veranstaltungsgelände Leipzig ■ Arena Leipzig/Red Bull Arena ■ asisi Panometer Leipzig ■ Auerbachs Keller Leipzig ■ Bayerischer Bahnhof ■ CCL Congress Center Leipzig ■ Da Capo Eventhalle ■ Eventpalast Leipzig/Halle ■ Flughafen Leipzig/Halle ■ Gasthaus und Gosebrauerei ■ BELANTIS ■ city tagung LEIPZIG ■ die Tagungslounge ■ Gewandhaus zu Leipzig ■ GLOBANA Trade Center 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Hôtel de Pologne ■ Kohlrabizirkus Leipzig ■ Krystallpalast Varieté Leipzig ■ Leipziger KUBUS des Helmholtz-Zentrums für Umweltforschung – UFZ ■ Leipziger Messe ■ Mediocampus Villa Ida ■ MDR und media city leipzig ■ MORITZBASTEI ■ Panorama Tower - Plate of Art ■ Porsche-Werk Leipzig ■ Ratskeller der Stadt Leipzig ■ WERK 2 ■ Zoo Leipzig GmbH
Tagungs- und Kongresshotels	
<ul style="list-style-type: none"> ■ GLOBANA Airport Hotel ■ Hotel Fürstenhof, Leipzig - A Luxury Collection Hotel ■ ibis Styles Leipzig ■ Leipzig Marriott Hotel ■ Mercure Leipzig Am Johannisplatz ■ NH Leipzig Messe ■ Novotel Leipzig City ■ Park Hotel Leipzig 	<ul style="list-style-type: none"> ■ pentahotel Leipzig ■ Radisson Blu Hotel, Leipzig ■ RAMADA Hotel Leipzig ■ Sachsenpark-Hotel ■ Steigenberger Grandhotel Handelshof Leipzig ■ The Westin Leipzig ■ Victor's Residenz-Hotel Leipzig

Agenturen	
<ul style="list-style-type: none"> ■ akd congress & events ■ Agentur für Event Designevent lab. GmbH ■ F&U confirm 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Leipzig Tourismus und Marketing GmbH ■ SAXONIA M.I.C.E. & More
Wichtige Kongresse und Messen	
<ul style="list-style-type: none"> ■ Jährlich stattfindende Kongresse <ul style="list-style-type: none"> ▪ Internationales Transport Forum ■ Messen <ul style="list-style-type: none"> ▪ Leipziger Buchmesse ▪ AMI Auto Mobil International und AMICOM ▪ HAUS-GARTEN-FREIZEIT ▪ Beach & Boat ▪ AMITEC ▪ modell-hobby-spiel 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ LINC Congress (Leipzig Interventional Course) ▪ Designers' Open - Festival für Design ▪ GRASSIMESSE ▪ OTWorld, Weltkongress und Weltleitmesse für Prothetik, Orthetik, Orthopädieschuhtechnik, Kompressionstherapie und Technische Rehabilitation

Quelle: www.do-it-at-leipzig.de

Im Rahmen der im Jahr 2000 gestarteten Initiative "Feel the spirit .. do-it-at-leipzig.de" beteiligen sich fast 50 Partner finanziell an den Marketingaktivitäten und vermarkten gemeinsam Leipzig als Kongress- und Tagungsdestination. Basis ist dabei das Miteinander von Leipzig Tourismus und Marketing (LTM) GmbH, Leipziger Messe GmbH, den Tagungshotels, Event-Locations und verschiedensten Kongressdienstleistern. Über das Tagungs- und Kongressportal für Leipzig lassen sich bspw. Tagungshotels, Eventlocations, Veranstaltungsräume, Tagungsräume, Seminarhotels, Konferenzhotels oder Kongresshotels PLUS Service-Partner finden.



Abb. 10 Impressionen – Tagungen und Kongresse



© www.city-tagung-leipzig.de; LTM-Schmidt, Zoo Leipzig, radisson-leipzig.com

Weitere beispielhafte Infrastrukturplanungen im Themenfeld Messen/Kongresse

Als wichtige Planung sind die Sanierung der Kongresshalle am Zoo und die Wiederbelebung als innenstadtnahes Kongress- und Tagungszentrum hervorzuheben.

4.2.1.2 Kultur und Veranstaltungen²

Aktuelle Infrastrukturen und Angebote

Leipzig ist seit Jahrhunderten Bürgerstadt und beherbergt eine reiche und breite kulturelle Infrastruktur, die junge Menschen bis hin zur älteren Generation attraktive Möglichkeiten bietet. Ergänzend finden zahlreiche Events und Veranstaltungen in ganz unterschiedlichen Bereichen (Musik, Kunst, Sport etc.) statt. Eine detaillierte Auflistung der touristische Infrastrukturen und Angebote im Bereich Kultur und Veranstaltungen findet sich in der Anlage und ist nachfolgend zusammengefasst.

Abb. 11 Übersicht - Touristische Infrastrukturen/Angebote zu Kultur und Veranstaltungen

Leipzig in Fakten	
Musik	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gewandhaus zu Leipzig, Oper Leipzig (Opernhaus und Musikalische Komödie), Bach-Archiv Leipzig (mit Bach-Museum) sowie weitere Musikspielstätten ▪ 17 Orchester und Chöre, allen voran das Gewandhausorchester und der Thomanerchor, MDR Sinfonieorchester ▪ verschiedenste Archive und Gedenkstätten zum Thema Musik ▪ Verbindung der Wohn- und Wirkungsstätten bedeutender Komponisten (vgl. Museen) im Rahmen der Leipziger Notenspur
Kunst und Museen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ fast 40 Museen/Galerien/Kunsträume (zu den Themen Musik, Geschichte, Kunst, Buch u.v.m.), u.a. asisi Panometer, GRASSI Museum für Angewandte Kunst, Kunstzentrum Spinnerei, Deutsches Buch- und Schriftmuseum, Mendelssohn-Haus ▪ Strömung der modernen Malerei: Leipziger Schule und Neue Leipziger Schule
Bauwerke, Historisches	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Völkerschlachtdenkmal als eines der bekanntesten Wahrzeichen Leipzigs ▪ bedeutende Kirchen, allen voran die Nikolaikirche und Thomaskirche, sowie verschiedenste Geschichtsstandorte ▪ besondere Architektur der Gründerzeit (u.a. im Waldstraßenviertel, Musikviertel und der Südvorstadt), aber auch Industriearchitektur (Plagwitz, u.a. Spinnerei, ehemalige Buntgarnwerke) und moderne Architektur (u.a. Porsche Werk Leipzig, BMW Werk Leipzig, Deutsche Nationalbibliothek) ▪ mehr als 30 Passagen/Höfe ▪ insgesamt ca. 15.000 Kultur- und Architekturdenkmäler (inkl. Passagen und Höfe, Gründerzeit-Architektur)
Theater, Kabarett und Varieté	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Neun Theater, u.a. Theater der Jungen Welt, Schaubühne Lindenfels ▪ Schauspiel Leipzig (Schauspielhaus mit „Diskothek“ für zeitgenössische Dramatik sowie „Residenz“ mit Programm der Zusammenarbeit mit freien Performance-Gruppen) ▪ Acht Kleinkunst-Spielstätten, u.a. Kabarett academixer, Kabarett Leipziger Pfeffermühle, Krystallpalast Varieté
Persönlichkeiten der Stadt	<ul style="list-style-type: none"> ▪ verschiedene Persönlichkeiten der Stadt, insbesondere Komponisten, wie Johann Sebastian Bach, Felix Mendelssohn Bartholdy, Robert Schumann, Richard Wagner etc., aber auch weitere wie Martin Luther, Gottfried Wilhelm Leibniz, Friedrich Nietzsche etc.
Veranstaltungen, Events	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vielzahl an Veranstaltungsorten, u.a. <ul style="list-style-type: none"> ▪ ARENA Leipzig, Red Bull Arena (Zentralstadion) und Halle 1 der Messe als Austragungsorte hochkarätiger Sportveranstaltungen und weiterer Veranstaltungen ▪ verschiedenste Musikspielorte (vgl. Zeile Musik)

² Bestehende Grundlagen: Kulturentwicklungsplan der Stadt Leipzig (Stadt Leipzig 2008), Integriertes Stadtentwicklungskonzept Leipzig 2020 (Stadt Leipzig 2009)

Leipzig in Fakten	
	<ul style="list-style-type: none"> ■ Diverse Veranstaltungen zu den Themen <ul style="list-style-type: none"> ▪ Historische Höhepunkte, u.a. <ul style="list-style-type: none"> ○ 2009: 600-jähriges Universitätsjubiläum, 200. Geburtstag von Felix Mendelssohn Bartholdy, 20 Jahre Friedliche Revolution ○ 2010: 200. Geburtstag von Robert Schumann ○ 2012: 800 Jahre Thomanerchor ○ 2013: 200. Geburtstag von Richard Wagner, 200. Jahrestag der Völkerschlacht bei Leipzig, 100. Jahrestag der Einweihung des Völkerschlachtdenkmal ○ 2014: 25 Jahre Friedliche Revolution ○ 2015: Stadtjubiläum ○ 2016: Max Reger (100. Todestag), G.W. Leibniz (300. Todestag) ○ 2017: 500 Jahre Reformation ▪ Musik, u.a. Bachfest Leipzig, Schumann Festwoche, Mendelssohn-Festtage, Richard-Wagner-Tage der Oper Leipzig, Wave-Gotik-Treffen, Classic Open Leipzig ▪ Kunst und Kultur, u.a. Literaturfestival "Leipzig liest", Leipziger Festivalherbst mit Leipziger Jazztage, LACHMESSE, Designers' Open, GRASSIMESSE, DOK Leipzig ▪ Sport, u.a. LEIPZIG OPEN 2014, Leipzig Marathon, Lipsiade, Leipziger Triathlon ▪ Weiteres, u.a. Leipziger Stadtfest, Leipziger Wasserfest, Leipziger Weihnachtsmarkt, Passagenfest ▪ Diverse Veranstaltungen in der ARENA Leipzig
Führungen	<ul style="list-style-type: none"> ■ Touren mit diversen Themen und Fortbewegungsmitteln der Leipzig Erleben GmbH sowie mehr als 15 weiteren Anbietern von Rundgängen und Rundfahrten

Quelle: Zusammenstellung BTE auf Grundlage Printmedien und Homepage der Leipzig Tourismus und Marketing GmbH sowie der Stadt Leipzig

Folgende wesentliche Aussagen mit Blick auf den Tourismus lassen sich zusammenfassen:

- Insgesamt bietet Leipzig ein sehr **gutes Portfolio im Bereich Kultur** und zahlreiche Reiseanlässe
 - Ob unterschiedlichste Museen, eine Vielfalt an kleinen und größeren Bühnen, historische Orte und Objekte oder kulturelle Veranstaltungen – Leipzig bietet Kulturinteressierten ein abwechslungsreiches und qualitatives Reiseerlebnis.
 - Die kompakte Innenstadt bietet viele Sehenswürdigkeiten, gute und vielfältige Gastronomie und zahlreiche Einkaufsmöglichkeiten – alles zu Fuß erreichbar.
 - Bekannt ist Leipzig auch über die Kunstszene – die Leipziger Schule – sowie die Leipziger Buchmesse.
- Eine **besondere Kompetenz besitzt die Stadt im Themenfeld Musik**, das auf die musikalische Tradition Leipzigs als Wirkungsort zahlreicher Komponisten aufbaut. Betonen lassen sich dabei verschiedene Originalorte sowie ein sehr breites Musikangebot, dass von klassischen Veranstaltungen (Bachfest Leipzig, Richard-Wagner-Festwoche der Oper Leipzig, Mendelssohn-Festtage, Schumann-Festwoche etc.) bis zu Festivals moderner Musik (Wave-Gotik-Treffen, Highfield Festival etc.), von gehobenen, spezialisierten bis hin zu breitenwirksamen Veranstaltungen reicht. Das Musikangebot ist über das gesamte Jahr erlebbar.
- Darüber hinaus blickt Leipzig auf eine lange und erlebnisreiche Geschichte zurück. Sie bildet die Ausgangsbasis für **Jubiläen, Festivals und Events zu historischen Höhepunkten**, die jährlich viele Besucher in die Stadt locken (z.B. Stadtgründung, Luther und die Leipziger Disputation, Völkerschlacht mit Völkerschlachtdenkmal, friedliche Revolution, Erscheinen der ersten Tageszeitung, besondere Daten der mit Leipzig verbundenen Persönlichkeiten). Ergänzend finden in der Stadt zahlreiche weitere Veranstaltungen und

Events statt. Hervorzuheben sind dabei die Themen Kunst und Kultur sowie die verschiedenen Sport(groß)veranstaltungen (vgl. hierzu auch Kap. 4.2.1.4. Sportangebote)

In der Vergangenheit gewann Leipzig auch zunehmende Aufmerksamkeit als **Kreativ- und Szenestadt**. Dies äußert sich auf verschiedenen Arten:

- Als dynamische Kunst- und Kulturstadt beherbergt Leipzig Kreativmilieus und eine neue Kreativszene (insb. Leipziger Westen und im Süden von Leipzigs Innenstadt). In Leipzig ließen und lassen sich zunehmend Personen und Unternehmen im Bereich Medien- und Kreativwirtschaft mit vielen Start-Ups und Künstlern in der freien Kunst-/Kulturszene nieder.
- Leipzig bietet innovative Nutzungskonzepte für Gebäude und Freiflächen. Dabei ist Leipzig bekannt für seine innovativen Konzepte (wie u.a. Wächterhäuser, Selbstnutzerkonzepte, Urban Gardening). Hervorzuheben sind bspw. auch Nachnutzungen für die Spinnerei oder das Panometer. Allerdings bestehen mittlerweile viele Auflagen für Pioniere, sodass früher kreativ umgesetzte Aktionen heute vielerorts nicht mehr machbar sind.
- Leipzig steht für eine besondere „Draußenkultur“, Szenemeilen mit verschiedenen Gastronomiebetrieben, zahlreiche Ausgehmöglichkeiten, Fabrikhallen für Galerien/Clubs, trendy Wohnraum in Lofts, Experimentelles auf der Bühne, Aktionen an originellen Orten, „Geheimtipps“, Open-Air-Picknick/Musik/Abhängen oder einfach szenischer Flair in den Parkanlagen und auf der Sachsenbrücke im Clara-Zetkin-Park.

Gerade die Lebensqualität und Szenekultur setzen ergänzende Impulse für den Tourismus und wirken als weicher, ergänzender Faktor für einen Besuchsanlass.

Abb. 12 Impressionen – Kulturelle Highlights mit (inter-)nationaler Ausstrahlung



© LTM-Schmidt

Ausgewählte Aussagen bestehender Konzepte/Planungsgrundlagen

Im *Kulturentwicklungsplan der Stadt Leipzig* für die Jahre 2008-2015 sind auch die Inhalte mit touristischer Relevanz verankert. Beschlossen wurden darin vier Schwerpunkte der Kulturentwicklung in Leipzig (vgl. Stadt Leipzig 2008):

- Markenzeichen: kulturelle Vielfalt;
- Vision: Kunst und Kultur in einer jungen Stadt;
- Verpflichtende Tradition: Musikstadt;
- Potential: Kreativwirtschaft.

Mit Bezug zum Tourismus heißt es: „Ein intaktes und attraktives Stadtbild, weithin sichtbare und ausstrahlende kulturelle Institutionen und Veranstaltungen sind wesentliche Voraussetzungen für einen lebendigen Tourismus. Städtetourismus ist zu großen Teilen Kulturtourismus. In einer besseren Vernetzung und Abstimmung von Stadtmarketing, Tourismusförderung und Kultur kann die Rolle der Kultur für ein weiteres Wachstum des Tourismus in Leipzig optimiert werden“ (Stadt Leipzig 2008). Eine aktuelle Fortschreibung des Kulturentwicklungsplanes ist geplant. Auch im „Integrierten Stadtentwicklungskonzept Leipzig 2020“ wird die Sicherung von Rahmenbedingungen für Bestand und weitere Entwicklung des kulturellen Reichtums hervorgehoben. Als räumliche und thematische Schwerpunkte im Bereich Kultur werden u.a. benannt (vgl. Stadt Leipzig 2009):

- Erhalt und Weiterentwicklung der kommunalen kulturellen Infrastruktur mit überregionaler Wirkung im Stadtzentrum Leipzigs (siehe Karte B6 – Fachkonzept Wohnen – Integriertes Stadtentwicklungskonzept der Stadt Leipzig)
- Umsetzung des Entwicklungskonzepts „Zoo der Zukunft“,
- Stärkung und Beförderung von Unternehmungen der Kreativwirtschaft und Vernetzung

Weitere beispielhafte Infrastrukturplanungen im Themenfeld Kultur/Events

Als Infrastrukturplanung ist das Projekt Ausstellung „In urbe Libzi vocate, 1.000 Jahre Leipzig“ anlässlich des Stadtjubiläums Leipzig im Jahre 2015 zu benennen.

4.2.1.3 Freizeit-Erlebnisangebote³

Aktuelle Infrastrukturen und Angebote

Neben den Kulturangeboten besitzt Leipzig überregional ausstrahlende Freizeit-Erlebnisangebote.

- Besondere Besuchsmagneten, insbesondere für Familien sind
 - der **Belantis-Freizeitpark** mit annähernd 580.000 Besuchern⁴,
 - der **Zoo Leipzig**, mit der im Jahr 2011 eröffneten Tropenerlebnisswelt Gondwanaland und jährlich mehr als 2,1 Mio. Besuchern⁵ sowie
 - das **asisi Panometer Leipzig** mit jährlich ca. 250.000 Besuchern bzw. 330.000 Gästen im Jahr von Neueröffnungen neuer Panoramen (z.B. Leipzig 1830 in den Wirren der Völkerschlacht)⁶.

Insbesondere der Freizeitpark Belantis und der Zoo Leipzig fungieren als eigenständiger Besuchsansatz für die Stadt Leipzig oder als attraktives (Ergänzungs-)Angebot eines Leipzig-Besuches.

- Führungen und Erlebnisangebote bieten auch das **Porsche Werk Leipzig** sowie das **BMW Werk Leipzig**.

³ Bestehende Grundlagen, u.a. Entwicklungskonzepts „Zoo der Zukunft“

⁴ Telefonische Auskunft Belantis, Dezember 2013, Stand 2012

⁵ Telefonische Auskunft Zoo Leipzig, Dezember 2013, Stand 2012

⁶ Telefonische Auskunft asisi Panometer, Leipzig 2014, Stand 2014

- Durch den Aufstieg des Fußballvereins RB Leipzig (RasenBallSport Leipzig e.V.) in die zweite Bundesliga im Jahr 2014 kam der **Bundesligafußball** zurück nach Leipzig. Der Zuschauerschnitt lag bereits vor dem Aufstieg in der Gesamtbilanz der Red Bull Arena bei 10.581 (vgl. RB Leipzig 2013)⁷, Tendenz steigend.

Abb. 13 Impressionen – Freizeitattraktionen mit überregionaler Ausstrahlung



© LTM-Schmidt; Zoo Leipzig

Weitere beispielhafte Infrastrukturplanungen im Themenfeld Freizeit-Erlebnisangebote

Die weitere Umsetzung des strategischen Unternehmenskonzeptes Zoo der Zukunft sieht in der dritten Phase die Umgestaltung der alten Gehege in naturnahe und artgemäße Anlagen vor. Fünf Bauabschnitte sind dazu geplant, um die Besucherattraktivität zu festigen und den Artenschutz zu sichern (vgl. Zoo Leipzig 2012).

4.2.1.4 Aktiv an Land: Radfahren, Sport, Wandern/Pilgern⁸

Radfahren

Aktuelle Infrastrukturen und Angebote

Leipzig besitzt eine kompakte und durchmischte Stadtstruktur mit zahlreichen Grünverbindungen, die mehrheitlich für den Freizeitverkehr freigegeben sind.

Mit touristischer Bedeutung durchqueren die Stadt Leipzig die überregionalen Radfernwege Elsterradweg und Berlin-Leipzig-Radweg, sowie weitere regionale Radrouten, wie Leipzig-Elbe-Radroute, Parthe-Mulde-Radroute, Kohle | Dampf | Licht-Route, Elster-Saale-Radweg sowie Pleißeradweg. Um Leipzig herum führen die Radrouten des Grünen Rings, die für Rad-

⁷ Bereits in der Saison 2013/2014 in der dritten Liga wurden Zuschauerzahlen zwischen 7.000 bis ca. 42.700 erreicht.

⁸ Bestehende Grundlagen: Radverkehrsentwicklungsplans 2010-2020 der Stadt Leipzig (Stadt Leipzig 2012), Radverkehrskonzeption für den Freistaat Sachsen 2014 (SMWA Sachsen 2014) (in Bearbeitung), Entwicklungskonzept zur Erschließung touristischer Potentiale des Landtourismus im Bereich Wandern (quartier vier 2013), Sportprogramm 2015 für die Stadt Leipzig (Stadt Leipzig 2007), Integriertes Stadtentwicklungskonzept Leipzig 2020 (Stadt Leipzig 2009)

fahrer und Fußgänger zur Naherholung genutzt werden sowie die Neuseenland-Radrouten, die die Stadt im Süden tangiert.

Abb. 14 Impressionen - Radfahren



© BTE 2013

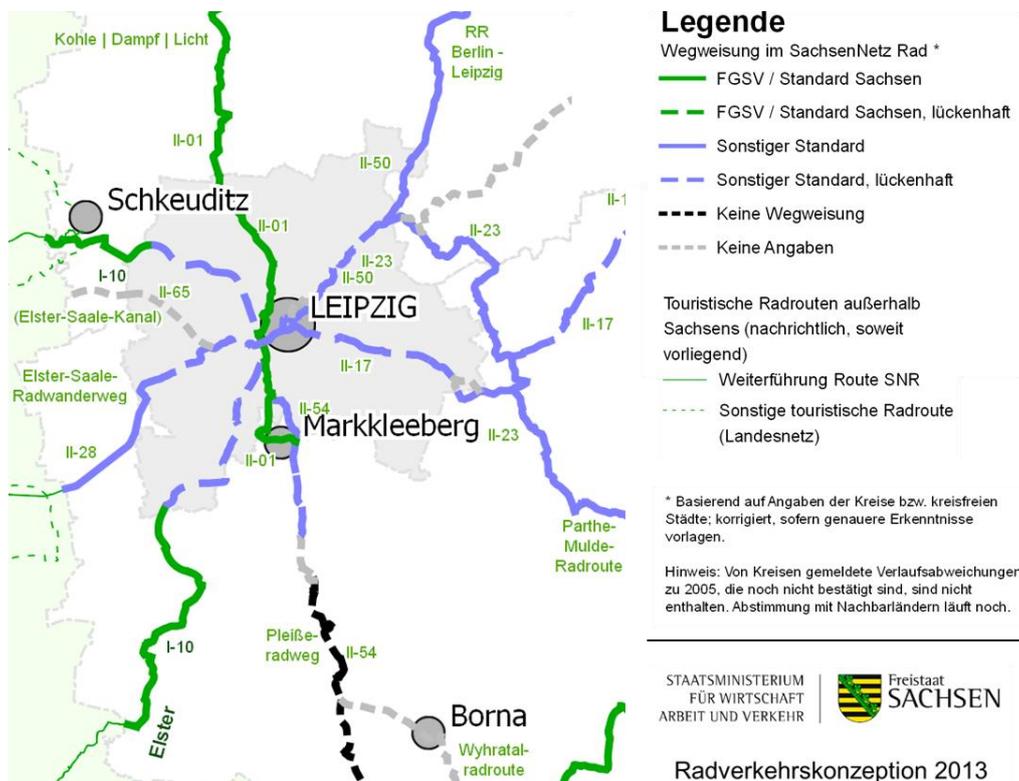
Insgesamt lässt sich für das touristische Radwegenetz zusammenfassen (vgl. Stadt Leipzig 2012 und SMWA Sachsen 2014):

- Das radtouristische Netz in Leipzig besteht aus den Strecken des SachsenNetz Rad⁹ sowie lokalen Routen, die zu örtlichen Besonderheiten auf einer Tages- oder Halbtagestour führen und auf dem Haupttroutennetz des Alltagsradverkehrs verlaufen. Über die Wege des SachsenNetz Rad sowie über das Haupttroutennetz des Alltagsradverkehrs können die wichtigsten Freizeitziele und Sehenswürdigkeiten in der Stadt, die Seen in und um Leipzig sowie die Erholungsflächen, wie der Leipziger Auwald und die großen Parkanlagen erreicht werden. Die Wege verlaufen vielerorts entlang von Grünzügen.
- Für den Ausbau des SachsenNetz Rad auf dem Gebiet der Stadt Leipzig gelten die in der Radverkehrskonzeption Sachsen definierten Qualitätsstandards. Eine einheitliche Übersicht zum Zustand der Wege besteht aktuell nicht. Eine Qualitätsprüfung der Radwege der Stadt ist von Seiten der Stadt Leipzig, Verkehrs- und Tiefbauamt für 2014 geplant¹⁰.
- Für die Radverkehrswegweisung in Leipzig sind die Standards der „Richtlinie zur Fahrradwegweisung im Freistaat Sachsen“ zugrunde zu legen. Der sächsische Standard wurde bei neuen Wegen (z.B. Kohle | Dampf | Licht-Route) angewandt. Ältere Routen haben diesen Standard noch nicht, sodass aktuell keine einheitliche Beschilderung vorliegt.
- Eine umfassende Übersicht zur Begleitinfrastruktur zum Radfahren (Radabstellanlagen, Radboxen, Radservice, Serviceeinrichtungen an den Freizeitwegen außerhalb der Innenstadt wie gastronomische Angebote und Rastplätze etc.) liegt aktuell nicht vor. Nach Aussagen regionaler Akteure besteht hier noch Ausbaubedarf, den es zu prüfen gilt.

⁹ „Das SachsenNetz Rad ist durch die Radverkehrskonzeption Sachsen als Landesnetz eingeführt worden und besteht aus Radfernwegen, Regionalen Hauptrouten und sonstigen Strecken.“ (Stadt Leipzig 2012)

¹⁰ Interview Stadt Leipzig, Verkehrs- und Tiefbauamt Oktober 2013

Abb. 15 Wegweisung SachsenNetz Rad 2013



© SMWA Sachsen 2014, Stand 29.08.2013; Darstellung: ISUP GmbH Dresden; Datengrundlage Grundkarte: Staatsbetrieb Geobasisinformation und Vermessung Sachsen (GeoSN)

Ausgewählte Aussagen bestehender Konzepte/Planungsgrundlagen

Fokus der weiteren Arbeit der Stadt Leipzig liegt im Bereich Radfahren auf dem Erhalt der Verkehrsanlagen, weniger dem Ausbau. Eine Zielstellung, neben weiteren, ist im *Radverkehrsentwicklungsplan der Stadt Leipzig* die Steigerung touristischer Angebote und des Fahrradtourismus in Leipzig. „Der Fahrradtourismus soll als ein wichtiger Wirtschaftsfaktor in der Region Westsachsen gesehen und gefördert werden“ (Stadt Leipzig 2012). Umsetzungspriorität des Radverkehrsentwicklungsplans hat das Hauptroutennetz des Alltagsverkehrs. Synergien mit touristischen überregionalen und Fernradwegen sind insbesondere bei Abstimmungen mit dem Umland zu suchen. Auch für das sportliche Radfahren sind diese Wege im Stadtgebiet wichtig, die es entsprechend des *Sportprogramms 2015* für die Stadt Leipzig zu ertüchtigen gilt (vgl. Stadt Leipzig 2007)¹¹. Weitere Aufgaben der Radverkehrsförderung sind demnach u.a. der Fahrradtourismus und Orientierungssysteme.

Weitere beispielhafte Infrastrukturplanungen im Themenfeld Rad

- Erweiterung der Leipziger Notenspur um das Leipziger Notenrad, zur Vernetzung der Wirkungsstätten bedeutender Komponisten in einem erweiterten Raum für Radfahrer, zur Schaffung einer thematischen Verbindung zwischen Stadt und Umland (Kulturgenuss und

¹¹ Entsprechend dem Sportprogramm 2015 (Vgl. Stadt Leipzig 2007) und der Stellungnahme zum TEP des Amtes für Sport (05.12.2014) wird dem anforderungsgerechten Ausbau des Elsterradweges besonders Gewicht beigemessen.

aktives Erleben) sowie zur Belebung des Radtourismus insgesamt (Umsetzung in zwei Etappen: Westschleife und Ostschleife)

- Qualitätsprüfung der Radwege sowie Qualifizierung und Lückenschluss im Radwegenetz
- Einrichtung von Radboxen für den Radtourismus
- Umsetzung einer Radroute entlang der historischen Wegeverbindung Via Regia sowie Wegeverbindung Via Imperii (Planungsidee)
- Ringschluss eines uferbegleitenden Rundwegs von ca. 22 km Länge für Radfahrer und Wanderer im Zuge der Entwicklung des Nordufers des Zwenkauer Sees
- (Um-)Gestaltung des Stadtraums Bayrischer Bahnhof mit der Schaffung einer Aktivachse ins Leipziger Neuseenland, inkl. Radschnellweg und dem Potential einer touristischen Rad- und Skatestrecke nach Süden
- Bau eines Radweges auf der ehemaligen Bahntrasse nach Merseburg (Planungsidee)(Privatinvestor)
- Schaffung Parkbogen Ost als durchgehender, grüner Fußgänger- und Fahrradweg¹²

Sportangebote

Aktuelle Infrastrukturen und Angebote

Leipzig ist Sportstadt mit Tradition und kann auf die Ausrichtung zahlreicher Sportveranstaltungen zurückblicken. Großveranstaltungen im Jahr 2014 waren bspw. die LEIPZIG OPEN 2014, der Leipzig Marathon, die Lipsiade oder der Leipziger Triathlon.

Im Fokus der Sportentwicklung der Stadt stehen die besonders nachgefragten Freizeitsportaktivitäten, wie das Radfahren/Mountainbike, Laufen/Joggen, Schwimmen, Rollstuhlsport, Inlineskaten/Skateboarden, Fußballspielen, Gymnastik, Paddeln sowie Segeln/Windsurfen/Kiteboarden (vgl. Stadt Leipzig 2007).

Touristisch relevant sind dabei insbesondere

- Wassersportaktivitäten (siehe Kapitel 4.2.1.5 Wasser),
- Radfahren (siehe Kapitel 4.2.1.4 Radfahren) sowie
- Sportgroßveranstaltungen (siehe Kapitel 4.2.1.2 Kultur und Veranstaltungen).

Ergänzend entfaltet das Laufen/Joggen/Walking eine teiltouristische Wirkung und wird durch die Gäste, insbesondere Geschäftsreisende, als Ergänzungsangebot nachgefragt.

Ausgewählte Aussagen bestehender Konzepte/Planungsgrundlagen

Im *Sportprogramm 2015 für die Stadt Leipzig* werden Ausbau- und Optimierungsbedarfe für das sportliche Radfahren, den Rollstuhlsport sowie zum InlineSkaten benannt (vgl. Stadt Leipzig 2007). Eine Laufstrecke im Clara-Zetkin-Park wurde im Jahr 2011 fertiggestellt, die neben den Einwohnern auch für aktive Gäste der Stadt Bedeutung haben kann.

¹² Im geplanten Integrierten Konzept (Masterplan) für den Parkbogen Ost sollte die touristische Bedeutung des Projektes geprüft werden.

Auch das *Integrierte Stadtentwicklungskonzept Leipzig 2020* formuliert als räumliche Schwerpunkte im Themenfeld Sport und Tourismus, die Anbindung an das Umland durch geeignete Wege für schnelles Radfahren, Inline Skaten, Rollstuhlsport sowie den Zwenkauer See für den Wassersport. Als eines von elf gesamtstädtischen Zielen im Bereich Sport wird die Unterstützung der Gremien des Sports bei der Bewerbung und Ausrichtung nichtkommerzieller Sportveranstaltungen in den Schwerpunktsportarten¹³ zur Imagepflege benannt (vgl. Stadt Leipzig 2009).

Weitere beispielhafte Infrastrukturplanungen im Themenfeld Sport

Wie bereits im Abschnitt Radfahren dargestellt, besteht die Planungsidee der (Um-) Gestaltung des Stadtraums Bayrischer Bahnhof mit der Schaffung einer Aktivachse ins Leipziger Neuseenland, inkl. Radschnellweg und dem Potential einer touristischen Rad- und Skatestrecke nach Süden. Der uferbegleitende Rundweg Zwenkauer See soll sich nach der Fertigstellung für Wettbewerbe (in Abschnitten) und Training in den Sportarten Laufen, Skaten und Mountainbike eignen.

Wandern/Pilgern

Aktuelle Infrastrukturen und Angebote

Im vergangenen Jahr erfolgte die Erarbeitung eines Entwicklungskonzeptes zur Erschließung touristischer Potentiale des Landtourismus im Bereich Wandern. Das Konzept fokussiert primär auf Naherholungssuchende und darauf, mithilfe attraktiver Wanderangebote die Anziehungskraft der Region zu erhöhen und die Stadt Leipzig als Wohn- und Lebensstandort zu stärken. Das Thema Wandern wird für die Stadt Leipzig selbst keinen Besuchsanlass auslösen, kann aber das touristische Portfolio ergänzen. So können bspw. Ausflugsangebote in die touristisch attraktive Landschaft die Aufenthaltsdauer verlängern. Das Thema Wandern ist daher hier zur Vollständigkeit dargestellt und ist darüber hinaus immer im Kontext des Fußverkehrs zu betrachten.

In und um Leipzig verlaufen verschiedene Wanderwege (vgl. quartier vier 2013):

- Die beiden sich in Leipzig kreuzenden Fernwanderwege/Pilgerwege *via regia* und *via imperii* schaffen eine überregionale Wanderanbindung. Beide Wege sind aber in Leipzig nicht markiert. Die *via regia* als historischer Pilgerweg hat eine touristisch nicht attraktive Wegeführung und auch die *via imperii* weist Defizite auf. Der Lutherweg, der auf qualifizierten Strecken der *via imperii* verläuft, bietet hingegen ein gutes Wandererlebnis.
- Der Wanderweg Grimma-Halle und der 7-Seenwanderweg stellen lineare Streckenwanderwege dar, besitzen aber aus Zielgruppenperspektive stellenweise Optimierungsbedarfe in der Wegeführung. Der Parthewanderweg erfüllt fast alle Qualitätskriterien des Deutschen Wanderverbandes und ist an den ÖPNV angebunden. Der Wanderweg Rund-um-Leipzig, der streckenweise auf dem Inneren Grünen Ring verläuft, ist vollständig ausgeschildert. Er besitzt große Potentiale als attraktiver Stadtwanderweg, weist aber noch

¹³ „Als Schwerpunktsportarten, die durch eine Verzahnung der speziellen Fördermaßnahmen von Stadt, Land und Bund in Leipzig gezielt entwickelt werden, waren und werden anerkannt: Judo, Kanuslalom, Kanurennsport, Leichtathletik, Rudern, Wasserspringen, Schwimmen, Turnen (weiblich), Handball (weiblich), Volleyball (männlich), Hockey (weiblich). [...] die Sportarten Fußball (männlicher Nachwuchs) und Ringen [...] nur unter bestimmten Voraussetzungen“ (Vgl.. Stadt Leipzig 2009).

Bedarfe im Bereich Möblierung und Information sowie Inszenierung einzelner attraktiver Punkte auf¹⁴.

- Ergänzend bestehen kürzere Spazier-(rund)wege und Lehrpfade in Leipzig (z.B. Lehrpfad Leipziger Auwald Nord, Lehrpfad Bienitz) und im Umfeld (z.B. Lehrpfad Grabschützer See und Pfad der Lieder in Großpösna).

Abb. 16 Areale und touristische Wege im Themenfeld Wandern



© quartier vier 2013; Anmerkungen: dunkelgrüne Flächen: bestehende geeignete Wanderareale, rosa Flächen: potentielle Wanderareale, rote Balken: Straßen, rote Striche: monotone Agrarlandschaft, graue Flächen: Industrie, Gewerbe etc., Linien (braun, blau, gelb, dunkelrot): Wanderwege, blaue Punkte: Gastronomie, rote Punkte: ÖPNV, gelbe Punkte: Kultur

Ausgewählte Aussagen bestehender Konzepte/Planungsgrundlagen

Im *Entwicklungskonzept zur Erschließung touristischer Potenziale des Landtourismus im Bereich Wandern* sind für den Wandertourismus geeignete Areale identifiziert und die wesentlichen Leitlinien und Bedarfe formuliert. Der Entwicklungsbedarf in den einzelnen Gemeinden ist sehr unterschiedlich. Mancherorts bedarf es allein einer Markierung, in anderen muss

¹⁴ Der Gose-Wanderweg „gilt seit der Neuerscheinung der Broschüre "Der Gose-Wanderweg – die feucht – fröhliche Radwandertour durch die Elster-Luppe-Aue" in seiner 7. Auflage, die im Herbst 2012 erschienen ist, als eine Radstrecke" (quartier vier 2013). Er wird aber von verschiedenen touristischen Akteuren noch als Wanderweg dargestellt.

noch viel Vorarbeit geleistet werden. Der Tourismusverein Neuseenland hat bspw. bereits die Entwicklung einer Weiterführung des neuen 7-Seenwanderwegs im Budget für 2014 fixiert. Die weitere Koordination übernimmt der Grüne Ring Leipzig (vgl. quartier vier 2013). Weitere Grundlagenarbeit in der Stadt Leipzig kann mittels der 2015 sich konstituierenden Arbeitsgruppe „Runder Tisch Fußverkehr“ erzielt werden.

Weitere beispielhafte Infrastrukturplanungen im Themenfeld Wandern/Pilgern

Als wichtige Planung ist die Umsetzung des „Entwicklungskonzeptes zur Erschließung touristischer Potenziale des Landtourismus im Bereich Wandern“ zu benennen.

4.2.1.5 Wasserinfrastruktur¹⁵

Aktuelle Infrastrukturen und Angebote

Das bestehende Gewässernetz der Stadt Leipzig mit seinen Flüssen, Nebenarmen und Gräben sowie die bereits gefluteten bzw. in Flutung befindlichen Seen der ehemaligen Tagebauflächen, bieten besondere Potentiale für den Wassertourismus in und vor den Toren der Stadt. Gerade in den letzten Jahren konnten durch die zunehmende Öffnung der innerstädtischen Gewässer und die sich entwickelnden Angebote, erste wassertouristische Impulse gesetzt werden.

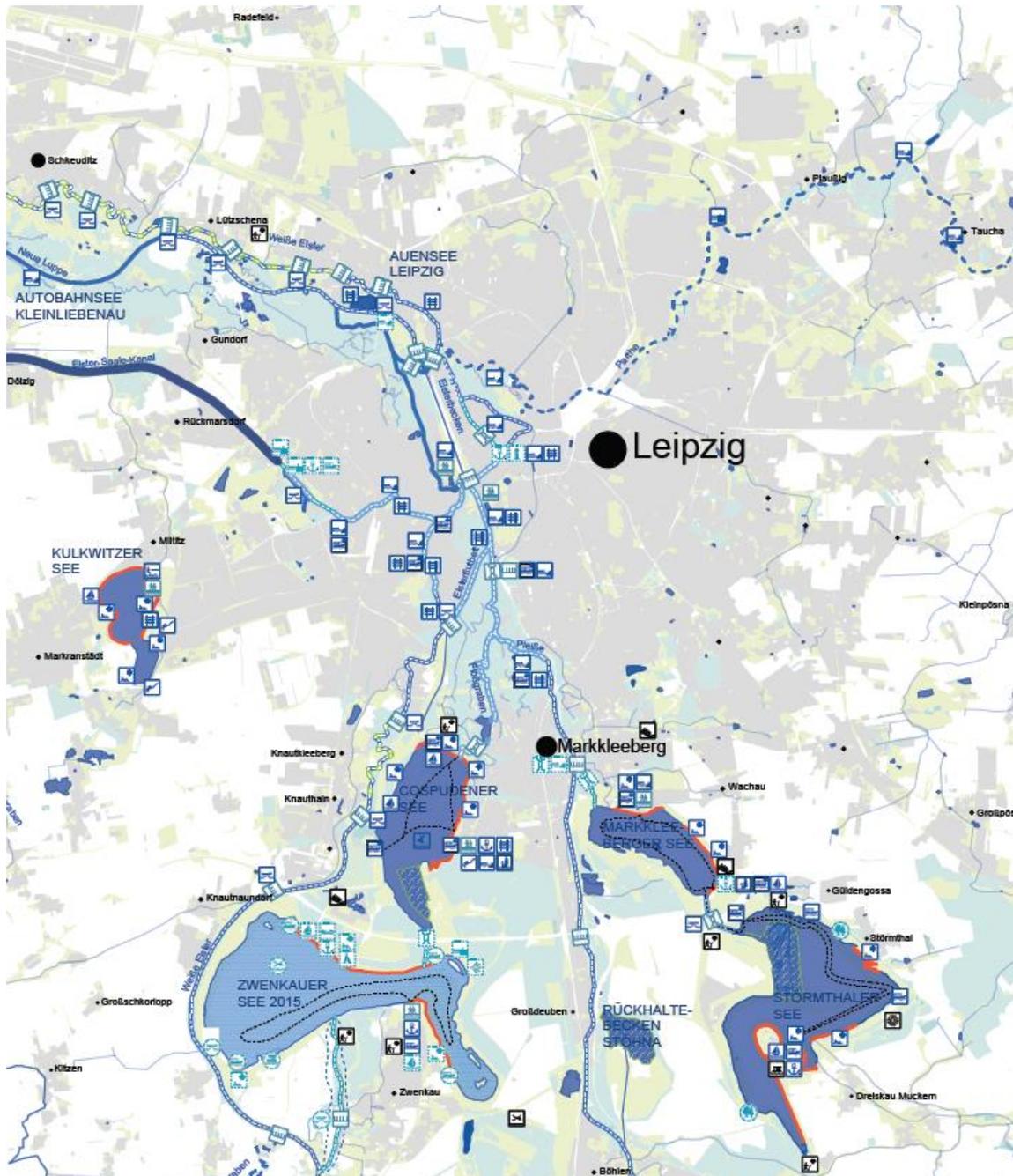
Als Besonderheit kann der in Umsetzung befindliche Gewässerverbund Leipziger Neuseenland mit rund 200 km befahrbaren Gewässern hervorgehoben werden. Er wird weitere wichtige Impulse für eine nachhaltige Standort- und Tourismusentwicklung geben. Gerade die **Verbindung von Seenlandschaft, natürlichen Fließgewässern in Kombination mit den kulturellen Angeboten** der Großstadt sind so in Deutschland einmalig. Bereits im Jahr 2011 wurde der Kurs 1 zur Anbindung der Innenstadt Leipzigs an den Cospudener See fertiggestellt. Perspektivisch wird der Kurs 1 bis an den Hafen Zwenkau weitergeführt¹⁶. Auch der Kurs 7 (Stadtkurs) sowie mehrere Teilstrecken der acht Kurse, sind für Bootsfahrer schon heute nutzbar. Eine durchgängige Befahrbarkeit/Nutzbarkeit des Gewässerverbundes ist gegenwärtig noch nicht gegeben, wird aber angestrebt. Wichtig ist hier eine transparente und ehrliche Kommunikation an den Gast. Zudem ist durch die besondere Naturnähe vieler Streckenabschnitte eine Vereinbarkeit mit dem Naturschutz zu berücksichtigen.

Im Rahmen der Erarbeitung des „Tourismuswirtschaftlichen Gesamtkonzeptes für die Gewässerlandschaft im mitteldeutschen Raum“ erfolgte u.a. eine umfassende Analyse der gewässertouristischen Infrastruktur (vgl. BTE I bgmr I DIW econ 2014).

¹⁵ Bestehende Grundlagen: Landschaftsplan der Stadt Leipzig (Stadt Leipzig 2013a), Tourismuswirtschaftliches Gesamtkonzept für die Gewässerlandschaft im mitteldeutschen Raum (BTE I bgmr I DIW econ 2014), Fortschreibung Regionales Handlungskonzept Grüner Ring Leipzig (bgmr 2014) (in Bearbeitung), Integriertes Stadtentwicklungskonzept Leipzig 2020 (Stadt Leipzig 2009), Wassertouristisches Nutzungskonzept in der Region Leipzig (bgmr, ECOSystem Saxonia, Universität Leipzig 2005 sowie bgmr 2007) sowie aufbauende Konzepte zur Beschilderung, zur wassertouristischen Nutzung, zur Motorbootnutzung, zum Elster-Saale-Kanal etc.

¹⁶ Mit der voraussichtlichen Fertigstellung des Harthkanals im Jahre 2018, der den Cospudener mit dem Zwenkauer See verbinden wird, wird das größte Segelrevier im Leipziger Südraum mit einer Wasserfläche von gut 10 km² erschlossen.

Abb. 17 Gewässertouristische Infrastruktur (aktuell und geplant)



© bgmr | BTE 2014; Anmerkungen: Legende im Anhang

Abb. 18 Übersicht Wassertourismusausrichtung¹⁷

Gebiet	Beschreibung
Wassernetz der Stadt Leipzig	<ul style="list-style-type: none"> ■ Wassernetz: Elster- und Pleißeflutfbett, Elstermühlgraben, Weiße Elster, Karl-Heine-Kanal, Stadthafen, Lindenauer Hafen, Saale-Elster-Kanal, Pleiße, Floßgraben, Parthe, Auensee ■ Gewässertouristische Nutzung: muskelbetriebene Boote, Motorboote mit Elektroantrieb, gewässerangepasste Boote/kleine Fahrgastschiffahrt (Parameter wie LeipzigBoot, d.h. geringer Tiefgang, alternativer Antrieb, Mehrkieligkeit), teilweise Motorboote mit Verbrennungsmotor ■ POIs (Industriearchitektur am Wasser, Stadtlandschaften, Brücken, Auwald, Stadt Leipzig mit Sehenswürdigkeiten und Kulturangeboten) ■ Kernbotschaften: Wasserwandern, „Von Leipzig zum Cospudener See“, „Industriearchitektur am Wasser“ ■ Themenorientierung: Gewässerverbund, Stadt – Kultur – Natur – Seen, familienfreundlich, Kulturmetropole und Industriearchitektur ■ Schwerpunkt Tourismus, inkl. Naherholung – Vorbehalt Schutzmaßnahmen
Kulkwitzer See	<ul style="list-style-type: none"> ■ 150 ha, Flutung 1983, Entlassung aus der Bergaufsicht erfolgt ■ Gewässertouristische Nutzung: muskelbetriebene Boote, Segelboote mit und ohne Verbrennungsmotor und Segelboote mit Elektroantrieb, Motorboote mit Elektroantrieb, Motorboote mit Verbrennungsmotor, Tauchen ■ POIs (Tauchen, Wakeboard- und Wasserskianlage, Hochseilgarten) und Veranstaltungen ■ Kernbotschaften: „...tauchen Sie ein“ ■ Themenorientierung: Unterwasserwelt, Aktiv sein, Erholung, (Wasser)Sport und (Kletter-)Spaß, familien- und sportfreundliche Atmosphäre ■ Schwerpunkt Tourismus
Cospudener See	<ul style="list-style-type: none"> ■ 441 ha, Flutung 2000, Entlassung aus der Bergaufsicht für den Landschaftspark Nordufer Cospuden erfolgt ■ Gewässertouristische Nutzung: muskelbetriebene Boote, Motorboote mit Verbrennungsmotor¹⁸, Motorboote mit Elektroantrieb, Segelboote mit und ohne Verbrennungsmotor und Segelboote mit Elektroantrieb, Fahrgastschiffahrt und kleine Fahrgastschiffahrt, gewässerangepasste Boote (Parameter wie LeipzigBoot, d.h. geringer Tiefgang, alternativer Antrieb, Mehrkieligkeit), Tauchen, Kite, Bouncen, Tretboot ■ POIs (BELANTIS Vergnügungspark, Pier 1, Sauna am See, Kiteschule, Aussichtsturm Bistumshöhe) und Veranstaltungen ■ Kernbotschaften: „...die Seele baumeln lassen“, stadtnah und familienfreundlich ■ Themenorientierung: Hafenflair und maritimes Lebensgefühl, Stranderlebnis und Entspannung am See, Gewässerverbund und Wassersport Fun und Action ■ Schwerpunkt Tourismus, inkl. Naherholung
Zwenkauer See	<ul style="list-style-type: none"> ■ 970 ha, Flutung mit Fertigstellung Harthkanal abgeschlossen, Seeeröffnung 2015, derzeit 320 motorbetriebene Boote sowie Boote mit Muskelkraft möglich, Entlassung aus der Bergaufsicht noch nicht erfolgt ■ Gewässertouristische Nutzung: Fahrgastschiffahrt, gewässertouristische Nutzung: mit geplanter Schiffbarkeit ab Mai 2015 muskelbetriebene Boote, Motorboote, Segelboote ■ POIs (Kap Zwenkau, Santa Barbara, Landschaftswandel) und Veranstaltungen ■ Kernbotschaften: „...für eine schöne Zeit“ ■ Themenorientierung: Erleben des Wandels, Hafenflair, mondäne Baukultur (in Planung), Gewässerverbund (in Planung) ■ Schwerpunkt Tourismus, inkl. Naherholung

Quelle: BTE | bgmr 2014, Steuerungsgruppe Leipziger Neuseenland 2014, Stellungnahme Stadt Leipzig/Stadtplanungsamt 2014, Stellungnahme Zweckverband Neue Harth 2015; Anmerkungen: Das neue Sächsische Wassergesetz vom 12.7.2013 sieht vor, dass sechs Seen im Leipziger Neuseenland als schiffbar gelten, u.a. Cospudener See und Zwenkauer See

¹⁷ In die Tabelle sind alle Seen/Gewässer integriert, die zumindest anteilig auf dem Stadtgebiet Leipzigs liegen. Durch seine Nähe zur Stadt Leipzig sehr wichtig, aber hier nicht aufgeführt ist der Markkleeberger See. Wichtige POIs sind u.a. der Kanupark Markkleeberg sowie der Bergbau-Technik-Park im erweiterten Umfeld.

¹⁸ Gestattungen von Motorbooten mit Verbrennungsmotor nur im Rahmen des Kontingentes laut der Studie „Konzeption zur nachhaltigen Nutzung der Tagebauseen in der Region Leipzig“ (Ecosystem Saxonia 2008)

Ausgewählte Aussagen bestehender Konzepte/Planungsgrundlagen

Schwerpunkt der Gewässerentwicklung der Stadt Leipzig lag und liegt auf der Umsetzung des Wassertouristischen Nutzungskonzeptes in der Region Leipzig (vgl. bgmr, ECOSystem Saxonia, Universität Leipzig 2005 sowie bgmr 2007). Weitere Planungsgrundlagen und Studien der Stadt, wie u.a. das *Integrierte Stadtentwicklungskonzept Leipzig 2020* (vgl. Stadt Leipzig 2009), der *Landschaftsplan der Stadt Leipzig* (vgl. Stadt Leipzig 2013a) und das *Regionales Handlungskonzept Grüner Ring Leipzig* (vgl. bgmr 2015, Endbericht), aber auch das *Tourismuswirtschaftliches Gesamtkonzept für die Gewässerlandschaft im mitteldeutschen Raum* (BTE I bgmr I DIW econ 2014) etc. stützen dies und heben den Gewässerverbund als besonderes Leuchtturmprojekt hervor. Dafür soll das Wasser in der Stadt erlebbar gemacht werden sowie ein qualitativ hochwertiger und quantitativ bedeutsamer Wassertourismus bzw. ein Wassersportangebot entwickelt werden (inkl. Neubau/Ausbau von Gewässerabschnitten, Bau eines Stadthafens, von Schleusen, Steganlagen, Neubau/Umbau von Brücken etc.). Ziel ist dabei auch die touristische Aufwertung und Erschließung der gesamten Region durch eine vernetzte Wasserlandschaft, insbesondere die Anbindung des städtischen Gewässernetzes an die Seen im Südraum der Stadt bzw. südlich von Leipzig (vgl. Stadt Leipzig 2009).

Weitere beispielhafte Infrastrukturplanungen im Themenfeld Wasser

Zur Umsetzung des Gewässerverbundes Leipziger Neuseenland (inkl. Monitoring zur Begleitung der umweltverträglichen Umsetzung) sind viele Maßnahmen in Vorbereitung/Planung.

Abb. 19 Planungen und Projekte im Themenfeld Wasser (Fokus Tourismus)

Projektbezeichnung
Hafen-, Marinabau <ul style="list-style-type: none"> ■ Stadthafen Leipzig (touristischer Hafen) ■ Marina Leipzig-Lindenau (technischer Hafen)
Planung und Bau von begleitender Infrastruktur, u.a. <ul style="list-style-type: none"> ■ Steganlagen, Kanu-Ein- und Ausstiegsstellen, Umtragestellen ■ Slipanlagen ■ Biwak-Plätze ■ Sanitäranlagen etc.
Schaffung von Gewässerverbindungen und Offenlegung von Wasserabschnitten <ul style="list-style-type: none"> ■ Gewässerverbindung Harthkanal und Schleuse (Leipzig und Zwenkau) ■ Gewässerverbindung Wasserschlange und Mönchereischleuse (Markkleeberg und Leipzig) ■ Anbindung MARINA Leipzig-Lindenau über Saale-Elster-Kanal an die Saale ■ Störstellenbeseitigung Pleiße (Markkleeberg und Leipzig) ■ Sicherung Befahrbarkeit Floßgraben ■ Öffnung Elstermühlgraben ■ Offenlegung Pleißemühlgraben ■ Freilegung Alte Elster
Entwicklung des Nordufer Zwenkauer See mit Bau Steganlagen und einem Segelstützpunkt als mitteldeutsches Leistungszentrum (sowie verschiedensten Übernachtungs- und Wassersportangeboten)
Umsetzung des Ausweisungs- und Beschilderungskonzeptes Gewässerverbund

Quelle: Stadt Leipzig, Amt für Stadtgrün und Gewässer sowie Stadtplanungsamt

Abb. 20 Impressionen – Wasser



© LTM-Schmidt; BTE

4.2.1.6 Natur und Grünflächen¹⁹

Aktuelle Infrastrukturen und Angebote

Besonderheit der Stadt Leipzig ist das viele **Grün** (Auwald, Auen, Parkanlagen, Grünflächen), das eine sehr gute Erholungsqualität bei einem Aufenthalt in Leipzig schafft und als weicher Faktor für den Tourismus wirkt.

- Mitten durch die Stadt verläuft der **Auwald**, eines der größten Auenwaldgebiete Mitteleuropas. Ein ausgebautes Freizeitwegenetz zum Wandern, Radfahren und Reiten durchzieht den Auwald. Des Weiteren gibt es Spielplätze, Rastplätze und Aussichtspunkte. Der Leipziger Auwald Süd hat durch seine Lage mitten in der Stadt eine Schlüsselfunktion als Erholungsgebiet und fungiert als frequentierter Verbindungsraum zwischen Leipzig und Markkleeberg zum Cospudener See, insbesondere für Radfahrer und Jogger. Auch der nördliche Auwald stellt eine erlebnisreiche naturräumlich geschützte Verbindung direkt vom Stadtzentrum mit den Parkanlagen in den Nordraum des Stadtgebietes dar. Besucher erhalten in der Auwaldstation zahlreiche Informationen zum Leipziger Auwald, zu Natur- und Umweltthemen allgemein sowie zum Schlosspark Lützschena. Angebote für Gruppen sowie eine App „Auwald-Erlebnispfade“ bestehen.
- Ergänzend verlaufen grüne Ringe um die Stadt sowie grüne Radialachsen entlang der Niederungssysteme von Flüssen, Bächen und Kanälen, wie bspw. die Parthenaue.
- Leipzig besitzt zahlreiche **größere und kleinere Parks**, die zum Erholen und Verweilen einladen. Hierzu zählen insbesondere
 - der Clara-Zetkin-Park, nahe dem historischen Stadtzentrum, der die historischen Parkanlagen Volkspark Scheibholz und den Albertpark vereint,
 - der Johannapark (Entwurf von Peter Joseph Lenné),
 - der Palmengarten,

¹⁹ Bestehende Grundlagen: Landschaftsplan der Stadt Leipzig (Stadt Leipzig 2013a), Fortschreibung Regionales Handlungskonzept Grüner Ring Leipzig (bgmr 2015) (Endbericht), Integriertes Stadtentwicklungskonzept Leipzig 2020 (Stadt Leipzig 2009), Entwurf Entwicklungskonzept Clara-Zetkin-Park und Johannapark (Stadt Leipzig 2013b)

- der Wildpark,
 - das Rosental,
 - der Promenadenring (erster kommunaler Landschaftspark Deutschlands, Entwürfe u.a. von Peter Joseph Lenné) und
 - der agra-Park (Leipzig und Markkleeberg; Gesamtensemble aus historischem Herfurthschen Landschaftspark, das Dölitzer Holz und die grünen Festplätze).
- Leipzig beherbergt besondere **Friedhöfe**. Der Leipziger Südfriedhof nahe dem Völkerschlachtdenkmal ist der größte Friedhof Leipzigs und gilt als einer der größten und schönsten Parkfriedhöfe in Deutschland. Die große Kapellenanlage ist umgeben von einer großzügig gestalteten Gartenlandschaft. Neben besonderen Baumbeständen finden sich tausende Rhododendronsträucher²⁰. Auch der zentrumsnahe, denkmalgeschützte Johannisfriedhof, der heute keinen Friedhofsstatus mehr besitzt, sondern als Park und Erinnerungsort fungiert, ist als ältester kommunaler Friedhof der Stadt mit einer besonderen kultur- und kunstgeschichtlichen Bedeutung hervorzuheben.

Insgesamt ist jedoch davon auszugehen, dass die Park- und Grünanlagen aktuell vor allem eine Bedeutung im Bereich Naherholung besitzen. Mit Blick auf die speziellen Bedürfnisse von Naturtouristen bzw. Garten- und Parktouristen ist die touristische Attraktivität noch ausbaufähig. Gastronomische Angebote mit touristischer Wirkung, Veranstaltungsmöglichkeiten und/oder Führungen und Umweltbildungsangebote sind bisher auf einzelne Anlagen (Clara-Zektin-Park, agra-Park, Wildpark) beschränkt. Derzeit stellen die Park- und Grünanlagen keinen eigenen Besuchsanlass für die Stadt Leipzig da, sondern eher eine Ergänzung im touristischen Portfolio. Weiteres Potential für die Entwicklung hin zu einem Landschafts- und Naturtourismus besteht aber in der Verbindung von historischer und zeitgenössischer Landschaftsarchitektur, dem einmaligen Auwaldgürtel inmitten der Stadt sowie dem in Entwicklung befindlichen touristischen Gewässerverbund. Besondere Naturraum- und Erholungspotentiale in Kombination mit angepassten Erlebnisangeboten und Inszenierungen bilden die Basis dafür, im Marketing aufgenommen zu werden.

Als weiterer besonderer Landschaftsraum ist die **Bergbaufolgelandschaft** im Umfeld von Leipzig hervorzuheben. Die Landschaft nördlich und südlich der Stadt befindet sich in einem aktiven Gestaltungsprozess. Das Besondere dabei ist das Nebeneinander verschiedener Formen: Vom Bergbau, über die Zwischenlandschaften (Mondlandschaften) und renaturierten Bergbaufolgelandschaften bis hin zu den Seen mit den neuen Wasserfronten und Aktivitätsmöglichkeiten. Dem Thema **Wasserlandschaft** wurde bereits im vorangegangenen Kapitel 4.2.1.5 Rechnungen getragen.

Bei der touristischen Nutzung der Natur- und Landschaftsräume sind **die Anforderungen des Natur- und Landschaftsschutzes** - aus Sicht des Umweltschutzes Restriktionen - zu berücksichtigen. Dem Ausgleich der Schutzinteressen und den Interessen der Nutzung für Erholungs- und Erlebnisangebote kommt besonderes Gewicht zu. Eine Übersicht und Verortung der Schutzgebiete der Stadt Leipzig befindet sich in der Anlage. Insgesamt finden sich in Leipzig

- vier Naturschutzgebiete (alle im Landschaftsschutzgebiet "Leipziger Auwald"),

²⁰ Ausgewählte Grabstätten können mit Hilfe der App "Wo sie ruhen - Grabstätten berühmter Persönlichkeiten" aufgefunden und angesehen werden.

- neun Landschaftsschutzgebiete auf einer Fläche von insgesamt ca. 5.300 ha,
- zahlreiche Naturdenkmäler (zwölf geologische Naturdenkmale, 148 Baum-Naturdenkmale und Flächennaturdenkmale) sowie
- teilweise überlagernd fünf FFH-Gebiete sowie ein SPA-Gebiet.

Ausgewählte Aussagen bestehender Konzepte/Planungsgrundlagen

Die „Erhaltung und Sanierung von erholungsrelevanten historischen Parkanlagen und städtebaulichen Ensembles durch dauerhafte Sicherung und Pflege dieser stadtbildprägenden Strukturen als Zielpunkte für Erholung und Tourismus“ (vgl. Stadt Leipzig 2013a) wird im aktuellen *Landschaftsplan der Stadt Leipzig* formuliert.

Zur künftigen Entwicklung von Clara-Zetkin- und Johannapark wurde ein *Entwicklungskonzept Clara-Zetkin-Park und Johannapark* erarbeitet, das aktuell in einem Kommunikations- und Beteiligungsprozess mit den BürgerInnen abgestimmt wird (vgl. Stadt Leipzig 2013b). Auch das Spannungsfeld zwischen Erholungsfunktion und zunehmender „Eventisierung“ sowie touristische Nutzung gilt es abzuwägen.

In der aktuellen Fortschreibung des Regionalen Handlungskonzepts Grüner Ring Leipzig (vgl. bgmr 2014, in Bearbeitung) wird als eine Schlüsselmaßnahme die Entwicklung des agra-Parks identifiziert. Im Fokus stehen bspw. eine verbesserte Erholungseignung und die Bewerbung als Landesgartenschauort.

Im *Integrierten Stadtentwicklungskonzept Leipzig 2020* wird mit Blick auf den Tourismus die Zielstellung eines naturnahen Ausbaus des touristischen Gewässerverbundes (Benutzbarkeit und Serviceangebote) unter Berücksichtigung der Belange von Naturschutz, Wasserwirtschaft und Hochwasserschutz hervorgehoben (vgl. Stadt Leipzig 2009).

Weitere beispielhafte Infrastrukturplanungen im Themenfeld Natur

- Entwicklung agra-Park
- Entwicklung eines Parkbogens Ost mit Fuß- und Radweg auf stillgelegter Bahntrasse

4.2.1.7 Weitere Infrastruktur- und Angebotsbereiche

Nachfolgend sind weitere touristische Infrastrukturen und Angebote der Stadt Leipzig kurz zusammengefasst (vgl. Webseite LTM, Stadt Leipzig).

- **Shopping:** Leipzig bietet vielfältige Möglichkeiten zum innerstädtischen Einkaufen und Bummeln. Ob Promenaden im Hauptbahnhof, Höfe am Brühl, Hainstraße, Markt, Petersstraße, Nikolaistraße oder Mädler Passage, in Leipzig finden sich bekannte Warenhäuser, ebenso wie exklusive Fachgeschäfte, Boutiquen oder kleine Einzelhandelsgeschäfte. Luxusmarken und -angebote für betuchte Zielgruppen sind jedoch kaum zu finden. Hervorzuheben sind die zahlreichen **Passagen und Durchgangshöfe** mit begleitender Architektur. Sie feiern jährlich das gemeinsame Passagenfest mit Kultur und Gastronomie.
- Als Studenten- und Kulturstadt hat Leipzig ein reges Nachtleben. Bedeutende Ausgehorte sind Moritzbastei, Nachtcafé, naTo, Spizz und Werk II.
- Im Bereich Gastronomie bietet Leipzig zahlreiche Ausgehmöglichkeiten. Die Szenekultur sorgt für eine lebendige Stadt zu allen Zeiten.

- In den **Szenemeilen** der Stadt bündeln sich Restaurants, Kneipen, Bars aber auch Veranstaltungen. Zu nennen sind Drallewatsch (rund um das Barfußgäßchen), das Schauspielviertel (entlang der Gottschedstraße), die Münzgasse, Südmeile (entlang der "KarLi" - Karl-Liebknecht-Straße) und die Karl-Heine-Straße (im Stadtteil Plagwitz).
- Zahlreiche **Gaststätten** prägen das Stadtbild. Bekannte sind Auerbachs Keller²¹, Barthels Hof²², Gasthaus und Gosebrauerei "Bayerischer Bahnhof", Gosenschenke „Ohne Bedenken“²³, Panorama Tower Restaurant – 120 Meter über Leipzig, Restaurant Weinstock Leipzig, Zum Arabischen Coffe Baum, Kaffeehaus Riquet u.v.m.
- Zur Verköstigung bietet Leipzig **regionale Spezialitäten**, wie Leipziger Allerlei, Leipziger Rübchen, Leipziger Allasch, Leipziger Lerchen oder die Leipziger Gose.

Die Zahl besonderer (guter) Ausflugsgaststätten im Umland von Leipzig ist hingegen relativ gering.

Abb. 21 Impressionen – Szenemeilen und Passagen



© LTM-Schmidt

- Im Bereich **Gesundheit/Wellness** bietet Leipzig im Stadtgebiet die Sachsen Therme sowie verschiedene Saunen. „Gesundheitswirtschaft und Biotechnologie“ ist darüber hinaus ein Branchenschwerpunkt im Rahmen der Clusterstrategie. Leipzig verfügt über eine hervorragende medizinische Infrastruktur sowie ein breites Spektrum an Hochleistungsmedizin und Forschung im Bereich regenerativer Medizin und Biotechnologie. Die Universität Leipzig mit dem Universitätsklinikum, das Herzzentrum Leipzig und das Fraunhofer-Institut für Zelltherapie und Immunologie stehen stellvertretend für die zahlreichen Wis-

²¹ Johann Wolfgang von Goethe setzte dem Lokal in seinem Drama "Faust" ein bedeutendes Denkmal.
²² Letzter erhaltener Durchgangsmessehof aus Zeiten der Warenmesse.
²³ Die einzige, an historischer Stelle existierende, Gosenschenke weltweit. Auszeichnungen sind bspw. (vgl. www.gosenschenke.de)

- „111 deutsche Wirthäuser, in denen man gewesen sein muss (2013)“: „Auerbachs Keller“ und Gosenschenke „Ohne Bedenken“ als Leipziger Gasthäuser gelistet.
- Das Bier-Magazin "Beer Traveler" kürte in seiner jüngsten Ausgabe die Gosenschenke „Ohne Bedenken“ unter die „150 perfect places to have a beer“ (Platz 96).
- Wahl „Mein Lieblings-Biergarten“ des Vereins zum Erhalt der bayerischen Wirtshauskultur: 2012 (5. Platz), 2013 (8. Platz) und 2014 (4. Platz)

senschaftsinstitute, Kliniken und Unternehmen. Der Gesundheitsstandort setzt dabei auch im Impulse im Bereich Messe- und Kongresstourismus durch die Gesundheitskongresse und Medizinmessen, allen voran die OTWorld, Weltkongress und Weltleitmesse für Prothetik, Orthetik, Orthopädieschuhtechnik, Kompressionstherapie und Technische Rehabilitation. Insgesamt kann gesagt werden, dass die Gesundheitswirtschaft am Wirtschaftsstandort Leipzig bereits angekommen ist. Im Tourismus spielt sie dagegen noch eine sehr untergeordnete Rolle.

- Zudem wirken folgende Einrichtungen ergänzend im touristischen Portfolio der Stadt:
 - Bundesverwaltungsgericht (Besichtigungen, Museum)
 - Casino Petersbogen

Unter Berücksichtigung der besonderen Potentiale der Region für die Zielgruppe der Familien sind nachfolgend die wesentlichen touristischen **Angebote für Familien** der Stadt Leipzig zusammengefasst:

- Mit dem Zoo und Belantis (vgl. Freizeiteinrichtungen) bestehen besonders ausstrahlende Angebote für Familien bzw. Kinder und Jugendliche.
- Weitere familienfreundliche Angebote sind bspw.
 - Wildpark Leipzig, Parkeisenbahn Auensee
 - Museen/Ausstellungen, wie u.a. Unikatium Kindermuseum Leipzig, Naturkundemuseum, Panometer Leipzig, Schulmuseum, INSPIRATA Mitmach Museum-Erleben-Staunen-Experimentieren, GaraGe - Innovationszentrum für Kinder und Jugendliche
 - Sitzkissenkonzerte in der Oper bzw. langfristig buchbare Nachmittagsvorstellungen mit Kinderbetreuung im Schauspielhaus (ab Saison 15/16)
 - Kletterwald Leipzig, Kletterpark Markkleeberg, Kletterturm Mockau, Kanupark Markkleeberg, Minigolfanlage Clara-Zetkin-Park
 - Sachsen Therme Leipzig
 - EuroEddy´s Family Fun Center, Kinderland Taucha
 - Kindgerechte Stadtführungen/Stadtrallyes/Veranstaltungen, z.B. Kinderführung „Wahr oder Falsch“, Stadtrallyes; „Schüler führen Schüler“, Veranstaltungen im Puppentheater Sterntaler oder Theater der jungen Welt etc.

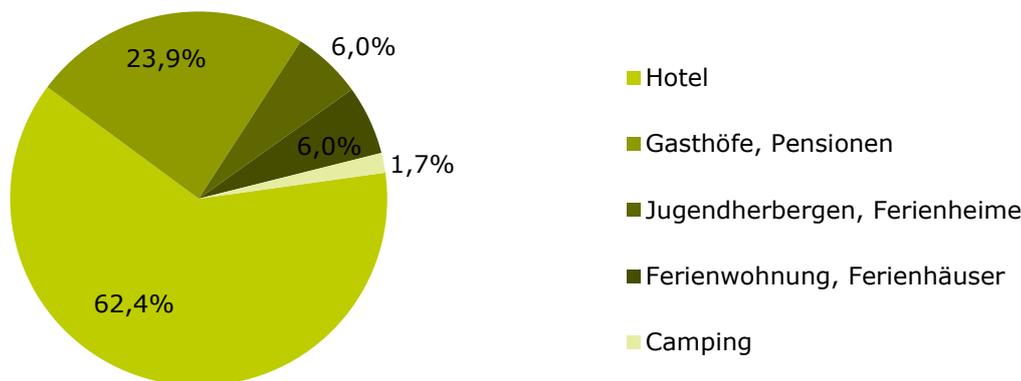
4.2.1.8 Beherbergung

Aktuelle Beherbergungskapazitäten

Im Jahr 2013 waren in Leipzig auf Grundlage der amtlichen Statistik insgesamt **116 Beherbergungsbetriebe** (Stichtag 31.07.) geöffnet²⁴. Im Vergleich zum Vorjahr wurde ein Wachstum um +8,4% erreicht. In den Betrieben wurden insgesamt 14.525 Gästebetten angeboten (+8,6% im Vergleich zu 2012). Die durchschnittliche **Auslastung liegt bei 50,7%** und damit deutlich über der wirtschaftlich tragfähigen Grenze von 35% (vgl. Statistisches Landesamt Sachsen 2013). Die Struktur der Betriebe ist in Abb. 22 dargestellt.

²⁴ Geöffnete Beherbergungsbetriebe = Beherbergungsbetriebe mit mindestens zehn Betten und Campingplätze von mindestens zehn Stellplätzen

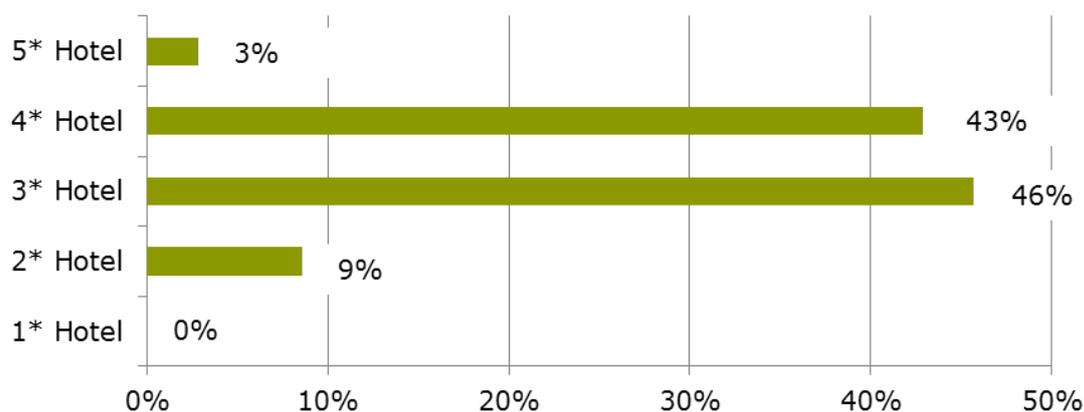
Abb. 22 Struktur der Betriebe in Leipzig allgemein



© BTE 2014; Datenquelle: Statistisches Landesamt Sachsen 2013

73 Hotels sind beim Statistischen Landesamt Sachsen gelistet. Mit Blick auf die klassifizierten Hotels (siehe auch Kap. 4.3) liegt die Mehrheit im 3- und 4-Sterne-Segment, aber auch ein Hotel im gehobenen Bereich mit 5 Sternen ist vorhanden²⁵.

Abb. 23 Struktur der Hotelbetriebe mit DEHOGA-Hotelsternen



© BTE 2014; Datenquelle: www.hotelsterne.de (Stand 11.10.13)

Nicht erfasst sind in der amtlichen Statistik die Zahlen der Betriebe unter zehn Betten. Gerade Ferienwohnungen, Ferienhäuser und Privatzimmer sind dabei oftmals nur teilweise berücksichtigt. Auf Basis einer Recherche über www.leipzig.travel, www.hrs.de, www.booking.com sowie der Übersicht sterneklassifizierter Betriebe lässt sich die Struktur der nun 176 identifizierten Betriebe wie in Abb. 24 skizzieren²⁶.

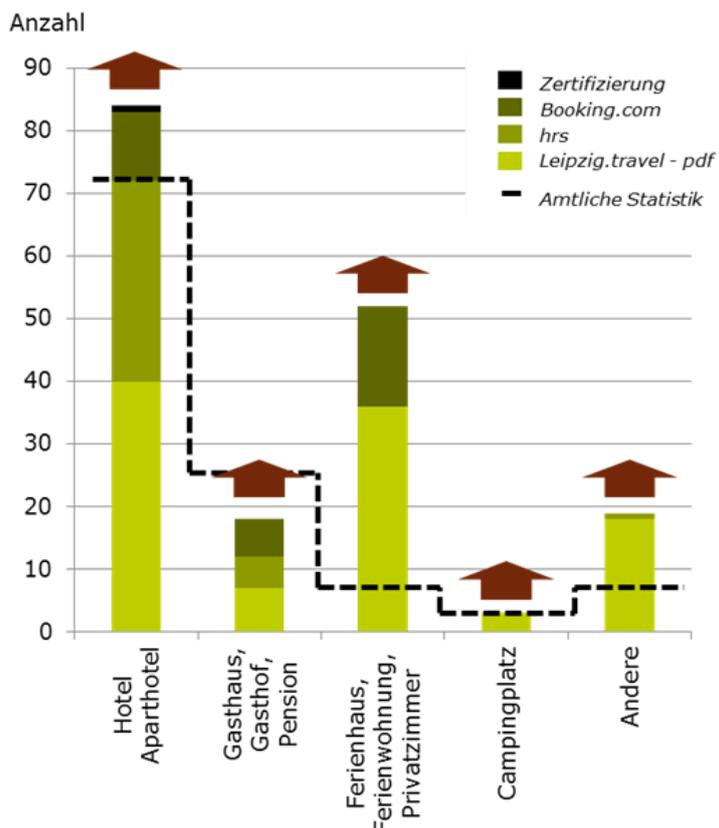
²⁵ Angemerkt werden muss an dieser Stelle, dass Kettenhotels oftmals nicht mit den DEHOGA-Sternen ausgezeichnet sind, da sie hoteleigene Qualitätsmanagementsysteme besitzen. Sie sind in der dargestellten Abbildung nicht inbegriffen.

²⁶ Es ist davon auszugehen, dass nicht alle Betriebe erfasst sind.

Es wird deutlich:

- Beinahe 50% aller Betriebe sind Hotels,
- ca. 30% Ferienhäuser/Ferien-wohnungen/Privatzimmer.
- 20% der Betriebe sind nicht über leipzig.travel bzw. hrs zu finden.

Abb. 24 Beherbergungskapazitäten



Quelle: Eigene Recherche auf Basis www.leipzig.travel, www.hrs.de, www.booking.com, Sterneklassifizierung; Stand Oktober 2013

Insgesamt bietet Leipzig ein vielfältiges Beherbergungsangebot in verschiedenen Betriebsarten und für verschiedene Zielgruppen²⁷. Insbesondere aber bei hochfrequentierten Messen, Kongressen und Veranstaltungen scheinen die Hotelkapazitäten, besonders im 4- und 5-Sterne-Segment, häufig nicht ausreichend (vgl. Leipzig 2014) zu sein.

Weitere beispielhafte Infrastrukturplanungen im Bereich Beherbergung

Im Bereich Gästeunterkünfte entstehen aktuell verschiedene Neubauten in der Innenstadt oder innenstadtnah. Dazu zählen:

²⁷ Die Zahl und Qualität der Ferienwohnungen und Campingmöglichkeiten an den Seen, kreative und innovative Wohnformen sowie Wohnmobilstellplätze sind nach Aussagen regionaler Akteure noch ausbaubar. Diese Aussage lässt allerdings aktuell noch nicht durch die vorliegenden Sekundärmaterialien und eigenen Primärdaten stützen. Vertiefende Analysen wären notwendig.

Abb. 25 Planungen und Projekte im Bereich Beherbergung

Standort	Betreiber	Zimmer	Status
Pfaffendorfer Straße 4-10		120	Baubeginn angezeigt
Museumsquartier	Ibis-Hotels	152	Baubeginn III/2014
Museumsquartier	Ibis-Hotels	119	Baubeginn III/2014
Nikolaistraße 34	B&B	96	Baubeginn III/2014
Grimmaische Straße 27	Motel One	170	September 2014 eröffnet
Tröndlinring 2	InterCityHotel	166	Mai 2013 eröffnet
Gottschedstraße 1/Dittrichring 1	Sol Meliá	177	Baubeginn III/2014
Auguste-Schmidt-Straße 6	Boardinghouse	85	Baubeginn II/2014

Quelle: Amt für Bauordnung und Denkmalpflege (Stand 01.12.2014)

4.2.1.9 Barrierefreiheit

Das Thema Barrierefreiheit gewinnt u.a. vor dem Hintergrund der demografischen Entwicklung zunehmend an Bedeutung und bildet ein wichtiges Querschnittsthema im Bereich Tourismus. Barrierefreiheit im Sinne eines „Tourismus für Alle“ ist dabei für verschiedene Gruppen von besonderer Bedeutung, u.a. Gäste mit Mobilitätseinschränkungen (bspw. Rollstuhlfahrer, ältere Menschen, Familien mit Kinderwagen), Gäste mit Hörbehinderungen sowie für gehörlose Besucher, Gäste mit Sehbehinderungen und blinde Gäste.

Aktuelle Infrastrukturen und Angebote

Bei der Infrastrukturentwicklung ist die Barrierefreiheit Bestandteil der Planungen und Umsetzung von baulichen Anlagen, die öffentlich zugänglich sind, entsprechend der gesetzlichen Bestimmungen der Sächsischen Bauordnung und des Sächsischen Integrationsgesetzes.²⁸ Neugestaltungen im öffentlichen Raum sind immer barrierefrei.

Die Stadt Leipzig fördert im Rahmen eines Sonderprogramms des Sozialministeriums des Freistaates Sachsen im Jahr 2014 Investitionen zur Verbesserung des barrierefreien Zugangs oder der barrierefreien Nutzung (vgl. News Stadt Leipzig, 05.02.2014 abrufbar unter www.leipzig.de).

Auf der Homepage des Behindertenverbandes findet sich ein Stadtführer für ein barrierefreies Leipzig. Der Stadtführer bietet eine Übersicht zu bestehenden barrierefreien Bedingungen in vielen Einrichtungen Leipzigs in den Kategorien Bildung/Freizeit/Kultur, Dienstleistungen, Gastronomie/Übernachtungen, Gesundheit/Soziales, Recht/Verwaltung/Wirtschaft, Verbände/Vereine und Verkehr. Nähere Informationen finden sich unter www.le-online.de.

Als beispielhafte barrierefreie Angebote der Stadt Leipzig lassen sich benennen:

- Das Schauspiel Leipzig ist das erste deutschsprachige Theater mit einem kontinuierlichen Angebot im Sinne der sozialen Inklusion. Einmal im Monat werden Vorstellungen des Repertoires in Audiodeskription für Sehbehinderte angeboten. Dieses Angebot ist für die ganze Spielzeit durchgeplant und somit längerfristig im Voraus buchbar. Mit diesem An-

²⁸ Die Beratung und Koordinierung für barrierefreies Bauen erfolgt in der Landesdirektion Leipzig beim Behindertenverband Leipzig e.V. Zudem hat die Stadt Leipzig einen Behindertenbeirat eingerichtet sowie eine Beratungsstelle Wohnen und Soziales für ältere und/oder behinderte Menschen.

gebot ist das Schauspiel Leipzig auch als eines der ersten Projekte auf der Inklusionslandkarte der Beauftragten der Bundesregierung für die Belange behinderter Menschen eingetragen.

- Im Bach-Museum im Bach-Archiv Leipzig ist der Audio-Guide für Erklärungen durch das Haus und die Ausstellung auch mit Deutscher Gebärdensprache ausgestattet. Spezielle Angebote für blinde Besucher bietet auch das Grassi Museum für Musikinstrumente der Universität Leipzig.
- Verschiedene Infrastrukturen und Angebote bietet der Zoo Leipzig (z.B. Aufzug zur Aussichtsplattform in Gondwanaland, Bootsfahrt auf dem Urwaldfluss auch für Rollstuhlfahrer, buchbare Entdeckertouren für Menschen mit Behinderung betreut durch Zoolotsen – mit direktem Kontakt zu ausgewählten Tieren, kostenfreier Rollstuhlverleih sowie Elektro-Scooter-Verleih für Mobilitätseingeschränkte).
- u.v.m.

Ausgewählte Aussagen bestehender Konzepte/Planungsgrundlagen

Ein umfassendes Konzept zur Barrierefreiheit der Stadt Leipzig mit einer Feststellung des Handlungsbedarfes, Beurteilung der Bedeutung des Themas und einer Strategie zum Abbau von Barrieren in der Stadt für Einheimische und Gäste liegt aktuell (noch) nicht vor. Die bestehenden Konzepte und Planungsgrundlagen berücksichtigen das Thema als Querschnittsaufgabe und fokussieren auf die Bürger (bspw. in den Bereichen Wohnbedingungen, wohnortnahe infrastrukturelle Versorgung, barrierefreier ÖPNV/SPNV). Bis zum 4. Quartal 2015 soll ein Teilhabeplan für die Stadt Leipzig erarbeitet werden. Tourismus ist bisher nicht als Themenfeld vorgesehen, ein Einbezug als Ergänzungs- oder Randthema ist jedoch vorstellbar. Es gibt zwei Arbeitsgruppen, die sich mit den Themenkomplexen Kultur/Freizeit/Sport sowie Mobilität beschäftigen. Beide berücksichtigen auch touristische Belange.

Als ein wichtiger Handlungsansatz in der Leipziger City und dem Umfeld, der auch Reisende mit Behinderungen tangiert, wird im *Integrierten Stadtentwicklungskonzept Leipzig 2020* die barrierefreie Gestaltung des Stadtraums benannt, um die Zugänglichkeit für Familien, Ältere und Menschen mit Behinderungen zu erhöhen (vgl. Stadt Leipzig 2009). Im *Sportprogramm 2015* für die Stadt Leipzig wird Augenmerk auf den Behindertensport sowie behinderten- und seniorengerechte Maßnahmen im Bereich Naherholung gelegt (vgl. Stadt Leipzig 2007).

Weitere beispielhafte Infrastrukturplanungen im Themenfeld Barrierefreiheit

Geplant ist die Eröffnung eines Integrationshotels im Gebäude der Philippuskirche im Leipziger Westen durch das Berufsbildungswerk Leipzig gGmbH.

4.2.2 Touristische Themen und Schwerpunktgebiete

Leipzig ist als gesamte Stadt attraktiv, es lassen sich aber touristische Kernräume identifizieren, die heute und künftig verstärkt touristische Wirkung entfalten. Aus der Betrachtung der Infrastruktur und Angebote lassen sich vier Kernkompetenzen der Stadt Leipzig zusammenfassen. Kernkompetenzen und Kernräume:

- **Leipzig ist Musik- und Kunststadt** und beherbergt eine reiche kulturelle Infrastruktur mit vielen Sehenswürdigkeiten und kreativen Milieus. Eine besondere Kompetenz besitzt die Stadt im Bereich Musik, das auf die musikalische Tradition Leipzigs als Wirkungsort

zahlreicher Komponisten aufbaut und sich in einem qualitativen und breiten Musikangebot und Kulturfestivals widerspiegelt. Ergänzend blickt Leipzig auf eine erlebnisreiche Geschichte zurück. Sie bildet die Ausgangsbasis für Jubiläen, Festivals und Events zu historischen Höhepunkten sowie bedeutenden Ereignissen und Persönlichkeiten der Stadt, die jährlich viele Besucher in die Stadt locken. Auch die bildende Kunst oder die Kreativszene sind ein wichtiges Tourismuspotential.

→ Räumlicher Schwerpunkt: Innenstadt, Magnete im Städtetourismus im gesamten Stadtgebiete sowie architektonisch interessante Viertel sowie Kreativviertel im Westen und Süden der Innenstadt.

- **Leipzig ist Messe- und Kongressstadt** mit modernen Kongress- und Tagungshotels sowie einer hervorragenden Infrastruktur für Messen und Kongresse.

→ Räumlicher Schwerpunkt: Neue Messe

- **Leipzig hat das Potential, sich als lebendige grüne Stadt am Wasser weiterzuentwickeln**, durch die weitere Umsetzung des Gewässerverbundes und der Weiterentwicklung des Leipziger Neuseenlandes. Mit den Wasserlandschaften und zahlreichen Grünzügen ist Leipzig eine erholsame Großstadt.

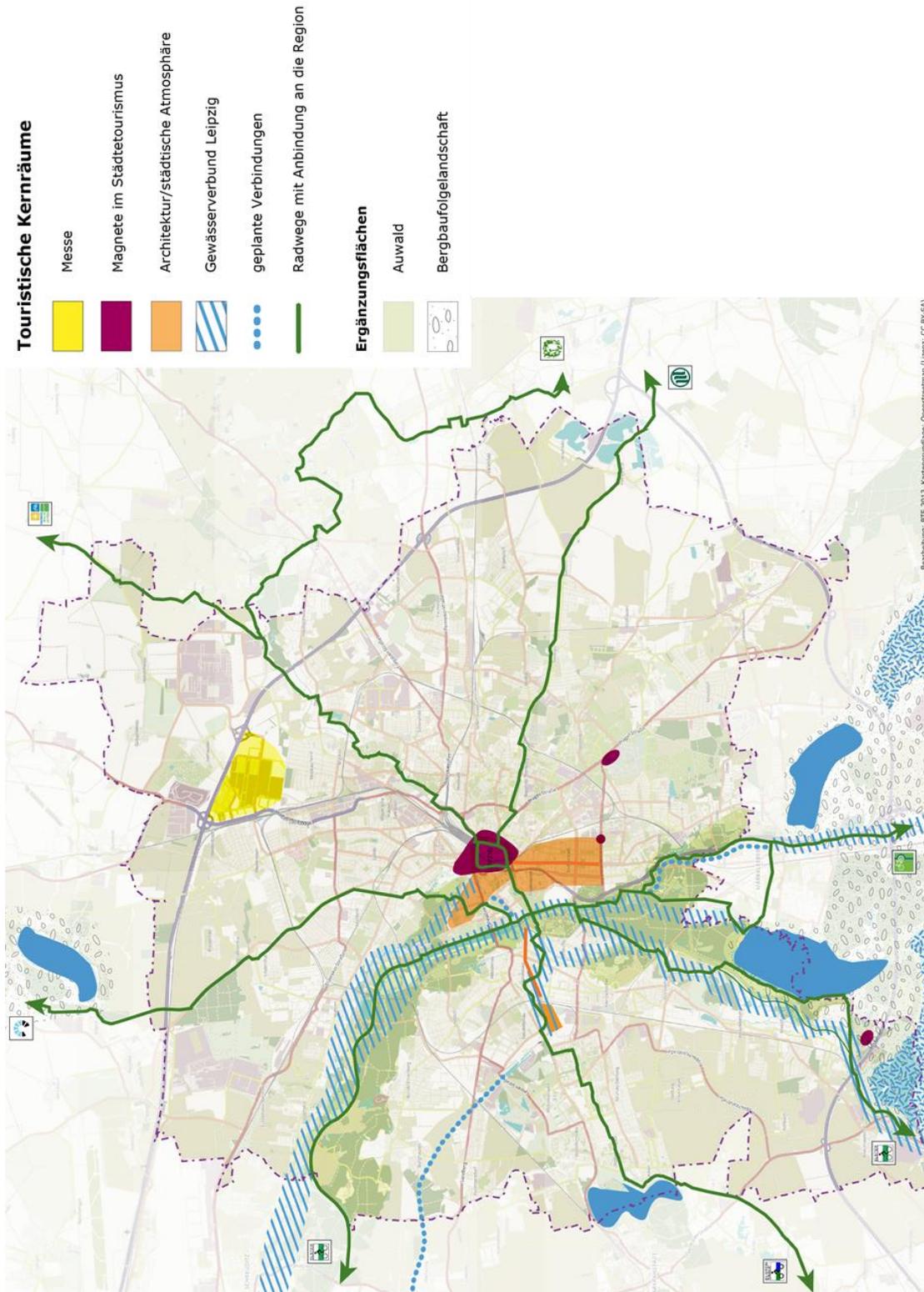
→ Räumlicher Schwerpunkt: Blaue und grüne Achse im Westen und Süden der Stadt, insbesondere entlang der Pleiße-Elster-Luppe-Aue

- **Leipzig ist ein attraktives städtetouristisches Ziel mit vielfältigen Erlebnisangeboten.** Die Innenstadt und das historisch bedeutende Stadtbild, der Zoo Leipzig, die Kneipenszene, die kulturellen Highlights und Attraktionen in der Gesamtstadt, die Shoppingmöglichkeiten sowie die bestehenden und zukünftigen Erholungsmöglichkeiten im Leipziger Neuseenland schaffen eine besondere Erlebnis- und Erholungsqualität.

→ Räumlicher Schwerpunkt: Innenstadt und Stadtgebiet und Umland

Die touristischen Kernräume lassen sich für 2013 folgendermaßen darstellen:

Abb. 26 Touristische Kernräume 2013

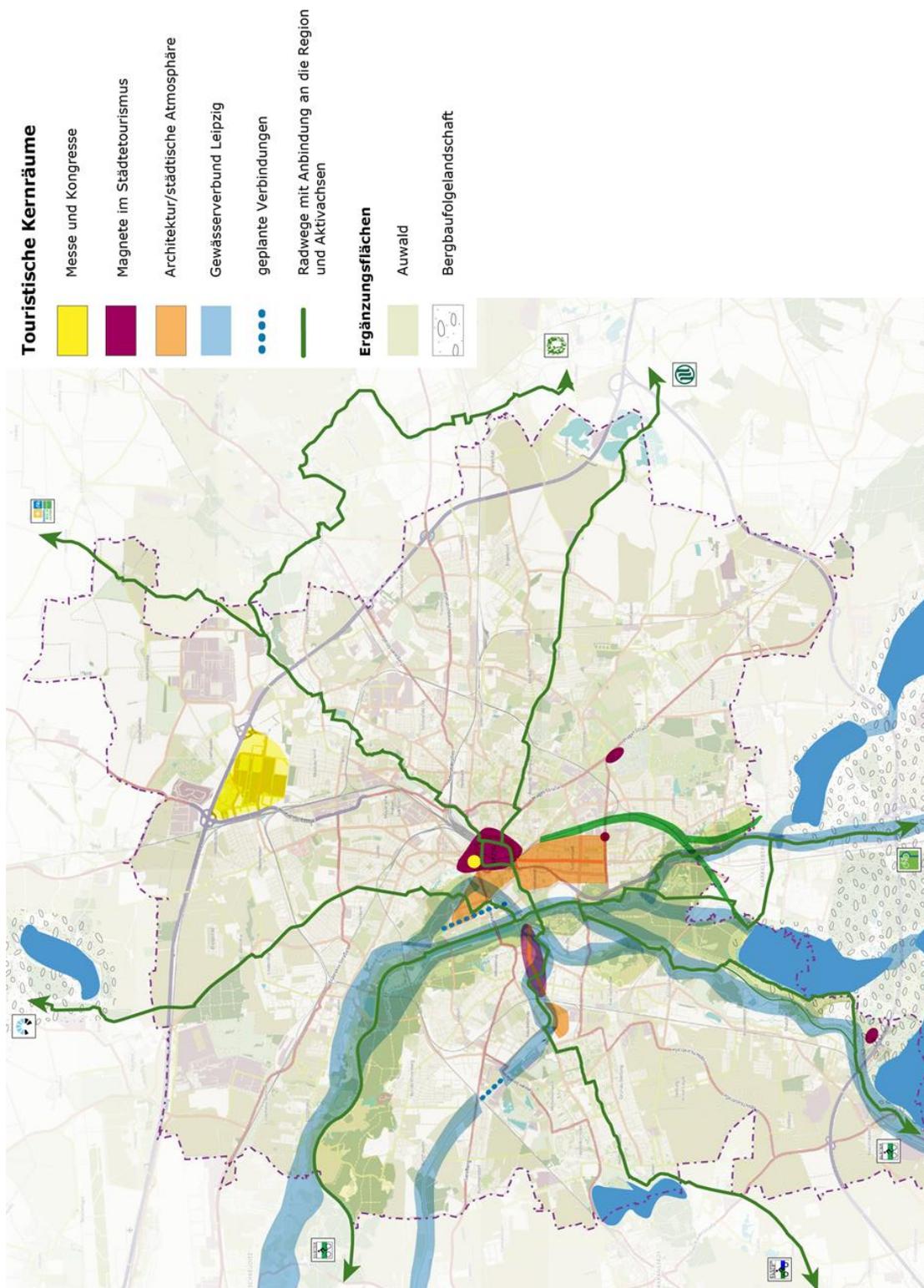


© BTE 2014, Kartengrundlage: OpenStreetMap-Lizenz CC-BY-SA 2.0

Die folgende Abbildung gibt einen Ausblick auf die potentiellen touristischen Kernräume für 2020. Sie basiert auf dem aktuellen Status Quo der Planungen und Planungsideen sowie den

touristischen Potentiale der Stadt. Die Abbildung liefert in Rückkopplung mit den Erwartungen der Zielgruppen der Stadt eine Grundlage für die touristische Strategie der Stadt Leipzig.

Abb. 27 Touristische Kernräume 2020



4.3 Qualität der Angebote

Vor dem Hintergrund einer steigenden Qualitätsorientierung der einheimischen und ortsfremden Gäste ist es unumgänglich, klare Qualitätsstandards zu erfüllen. Ein unzufriedener Gast wird nicht nur nach Alternativen suchen, sondern wahrscheinlich auch weiteren Personen von seinen schlechten Erfahrungen berichten. Neben den natürlichen Qualitäten (z.B. Aufenthaltsqualität in der Stadt, Barrierefreiheit) müssen auch die touristischen Basisinfrastrukturen (z.B. Beherbergung) ebenso wie die immateriellen Qualitäten (z.B. Freundlichkeit des Personals bzw. Servicequalität) die Ansprüche des Gastes adäquat bedienen.

Wichtig ist eine Qualität in der gesamten Dienstleistungskette, da im Tourismus die Attraktivität eines Ortes/einer Destination von der Qualität aller Leistungsanbieter abhängig ist.

Abb. 28 Touristische Servicekette



© NatKo 2010

Aufenthaltsqualität

Leipzig bietet eine besondere Aufenthaltsqualität. Die kompakte, architektonisch hoch attraktive Innenstadt bietet viele Sehenswürdigkeiten und zahlreiche historische Bauwerke prägen das Stadtbild. Hervorzuheben sind die verschiedenen Gründerzeitviertel (Waldstraßenviertel, Musikviertel, Nordplatz, Schillerstraße, Südvorstadt), die in ihrer Vollständigkeit so nur noch in wenigen Städten vorhanden sind sowie die besonderen Passagen und Höfe. Aber auch besondere Industriearchitektur (Spinnerei, ehemalige Buntgarnwerke) oder moderne Bauwerke (Mitteldeutscher Rundfunk, Paulinum und Augusteum, Deutsche Nationalbibliothek, Neues Messegelände u.v.m.) bereichern die Stadt. Einige Baugruben und vereinzelt Gebäude im sehr sanierungsbedürftigen Zustand im Innenstadtbereich wirken aber noch störend im touristischen Gesamtbild. Das viele Grün der Parks und der mitten durch die Stadt verlaufende Auwald ergänzen die Aufenthalts- und Erholungsqualität.

Zudem bestehen Fußgängerleitsysteme, Park- und Hotelleitsysteme sowie verschiedene Rastmöglichkeiten in touristischen Schwerpunktgebieten.

Klassifizierte und zertifizierte Betriebe

Da der Gast extern kontrollierte und **zertifizierte Qualität** besonders honoriert, ist es sinnvoll, die touristischen Einrichtungen zertifizieren/klassifizieren zu lassen. Die Zertifizierung gibt dem Gast eine Leistungssicherheit und so eine wertvolle Orientierungs- und Entscheidungshilfe. Darüber hinaus ergeben sich durch die aktive Kommunikation von Zertifizierungen die Chance, das Image der Region zu verbessern.

Abb. 29 Übersicht Klassifizierungen/Zertifizierungen



Quelle: Homepages, Stand 27.07.2014; Anmerkung: In wenigen Fällen sind im Internet nur ein Teil der ausgezeichneten Betriebe dargestellt; alle dargestellten Zahlen sind eine Momentaufnahme, da kontinuierlich Betriebe hinzukommen bzw. nicht sofort eine Folgezertifizierungen angehen

Mit Blick auf die Beherbergungsstruktur zeigt sich im Bereich Zertifizierung folgendes Bild:

- 40 Hotelbetriebe sind mit **DEHOGA Hotel-Sternen** klassifiziert.
- Mit der **G-Klassifizierung** für Gasthöfe, Gasthäuser und Pensionen ist derzeit ein Betrieb gelistet.
- Leipzig verfügt derzeit über einen **DTV-klassifizierten** Betrieb für Ferienwohnungen, Ferienhäuser und Privatzimmer.
- Mit Sternen des **BVCD** (Bundesverband der Campingwirtschaft in Deutschland e.V.) ist keiner der vorhandenen Campingplätze ausgezeichnet.

Bei den thematischen Zertifizierungen lässt sich zusammenfassen:

- Die Tourist-Information ist mit der deutschen **I-Marke** ausgezeichnet.
- Die Zertifizierung "**Bett&Bike**" zeichnet fahrradfreundliche Betriebe aus. In Leipzig sind vier Betriebe nach den Bett&Bike-Kriterien zertifiziert.
- Im Bereich der Messe- und Kongressinfrastruktur sind verschiedene Betriebe zertifiziert. In Leipzig finden sich acht Betriebe, die als **Certified Business Hotels**[®], fünf die als certified conference hotels und drei, die als certified green hotels des Verbandes Deut-

sches Reisemanagement e.V. sowie elf Betriebe, die mit dem Siegel des **German Convention Bureau** gelistet sind.

- Im Bereich Nachhaltigkeit/Klima sind zwei Hotels mit dem DEHOGA-Umweltcheck in Silber bzw. Bronze ausgezeichnet. Ergänzend ist die Leipziger Messe GmbH mit dem Nachhaltigkeitssiegel **Green Globe** zertifiziert.
- Drei Einrichtungen sind mit dem Qualitätslabel **Familienurlaub in Sachsen** zertifiziert.

Neben den zuvor dargestellten Zertifizierungen besteht das deutschlandweite Schulungs- und Zertifizierungsprogramm **ServiceQualität Deutschland** zur Steigerung des Qualitätsbewusstseins für alle Leistungsträger. In Leipzig besitzen 17 Betriebe bzw. Institutionen dieses Siegel. Auch die Leipzig Tourismus und Marketing GmbH ist zertifiziert nach den Richtlinien der Stufe I des bundesweiten Schulungs- und Qualitätssiegelprogramm ServiceQualität Deutschland. Bereits der LTS e.V. arbeitete seit 1999 nach einem Qualitätsmanagementsystem und erhielt bereits im Jahr 2000 als erste deutsche Fremdenverkehrsinstitution das „Qualitäts-Gütesiegel für den Schweizer Tourismus“. Mit dem Start der ServiceQualität Deutschland in Sachsen im Jahr 2003, zertifizierte sich der Leipzig Tourist Service e.V. mit der Stufe I und allen Folgezertifizierungen. Auch die LTM GmbH definiert ihr Ziel in der Steigerung des Qualitätsbewusstseins und der Absicherung und Weiterentwicklung der Dienstleistungsqualität im Unternehmen. Dazu arbeiten vier ausgebildete Qualitätscoaches im Unternehmen.

Qualitätssicherung

Heute arbeitet die LTM GmbH nach folgenden Grundsätzen:

1. Gästeerwartungen kennen
2. Hilfsmittel und Einrichtungen pflegen
3. Sonderwünsche berücksichtigen
4. Gästezufriedenheit kennen
5. Mitarbeiterzufriedenheit kennen
6. Aufmerksamen Umgang mit Gästen, Kunden und Partnern pflegen
7. Mitarbeiter weiterbilden
8. Fehler wieder gut machen
9. Im Team arbeiten
10. Mit Partnerbetrieben zusammenarbeiten

Zur Qualitätssteigerung bzw. zur Motivation der Leistungsträger für die Umsetzung von Qualifizierungsmaßnahmen werden kontinuierlich die folgenden Maßnahmen durchgeführt:

- Die Leistungspartner werden in persönlichen Gesprächen auf die entsprechenden Klassifizierungs- und Zertifizierungssysteme hingewiesen und zum Mitmachen angeregt.
- Es gibt Qualitätsgespräche mit dem Landestourismusverband Sachsen e.V., der IHK zu Leipzig und der DEHOGA Sachsen – Regionalverband Leipzig e.V.
- Es gibt Weiterbildungsreihen für Gästeführer und Mitarbeiter der Tourist-Information durch die Abteilung Region der LTM GmbH.
- Jährliche Vergabe des Leipziger Tourismuspreises als Ehrenpreis seit 2002. Ausgezeichnet werden ein Unternehmen oder eine Institution sowie seit 2012 zusätzlich eine Persönlichkeit, die sich in besonderem Maße um den Tourismus verdient gemacht hat.

Wichtige Grundlage der strategischen Entscheidungen zur Steigerung der Qualität in der Angebotsentwicklung und im Marketing sind die Durchführung einer kontinuierlichen **Marktforschung** und eine Auswertung der erhobenen Daten. Sie erlaubt Hinweise auf Märkte, Kundenerwartungen, Kundenzufriedenheit, Trends etc.

Die Stadt Leipzig beteiligt sich über die LTM an verschiedenen Marktforschungsprozessen.

Abb. 30 Marktforschung Stadt Leipzig

	Stadt Leipzig
Auswertung	<ul style="list-style-type: none"> ■ Amtliche Statistik des Statistischen Landesamtes Sachsen ■ Studienreihe Destination Brand ■ Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus 11/12
Erhebung und Auswertung	<ul style="list-style-type: none"> ■ Unregelmäßige Gästebefragungen (letzte Gästebefragung im Jahr 2012) ■ Internetstatistiken ■ Monatlich <ul style="list-style-type: none"> ▪ bearbeitete Anfragen Abteilung Incoming (Einzelreisende, Gruppen) ▪ Kundenkontakte in der Tourist-Information (Anrufer im Call-Center, Besucher, Email-/Faxanfragen) ▪ Erfassung der TOP 10 Auslandsanfragen ▪ Zimmervermittlungstatistik (Personen, gebuchte Nächte, Buchungen, Umsatz, Internetumsatz) ▪ Erfassung Stadtrundfahrten/-rundgänge unseres Exklusivpartners Leipzig Erleben GmbH (Personen öffentl. Rundfahrten, Personen öffentl. Rundgänge, Gruppen Rundfahrten, Gruppen Rundgänge) ▪ Erfassung der Tageskontaktzahlen in der Tourist-Information (insgesamt sowie Durchschnitt pro Tag bezogen auf den jeweiligen Monat) ■ Anzahl verkaufter LEIPZIG CARDS (aufgeschlüsselt auf Vertriebspartner, Provision) ■ Statistik der Messekontakte auf Messen
Weiteres	<ul style="list-style-type: none"> ■ Bezug von Studien zu Trends, Analysen, Befragungen zu speziellen Themenbereichen ■ Bachelor-, Master- oder Diplomarbeit zu verschiedenen Themen, z.B. von zuvor bei der LTM GmbH tätigen Praktikanten

Quelle: LTM und Tourismusverband Sächsisches Burgen- und HeideLand

Kundenzufriedenheit

Mit Blick auf die Kundenzufriedenheit mit den Unterkunftsbetrieben bieten bspw. die Kundenbewertungen auf hrs.de ein erstes Indiz. Insgesamt sind die dort aufgeführten Betriebe sehr positiv bewertet. 53% der Betriebe werden mit „sehr gut“ und „exzellent“ bewertet sowie weitere 42% werden als „gut“ erachtet. Dabei beurteilen die Geschäftsreisenden die Hotels deutlich kritischer.

Auch in den Gästebefragungen vor Ort wird die Zufriedenheit der Gäste ermittelt. Nähere Darstellungen finden sich in Kapitel 4.4.2 Marktforschungsergebnisse.

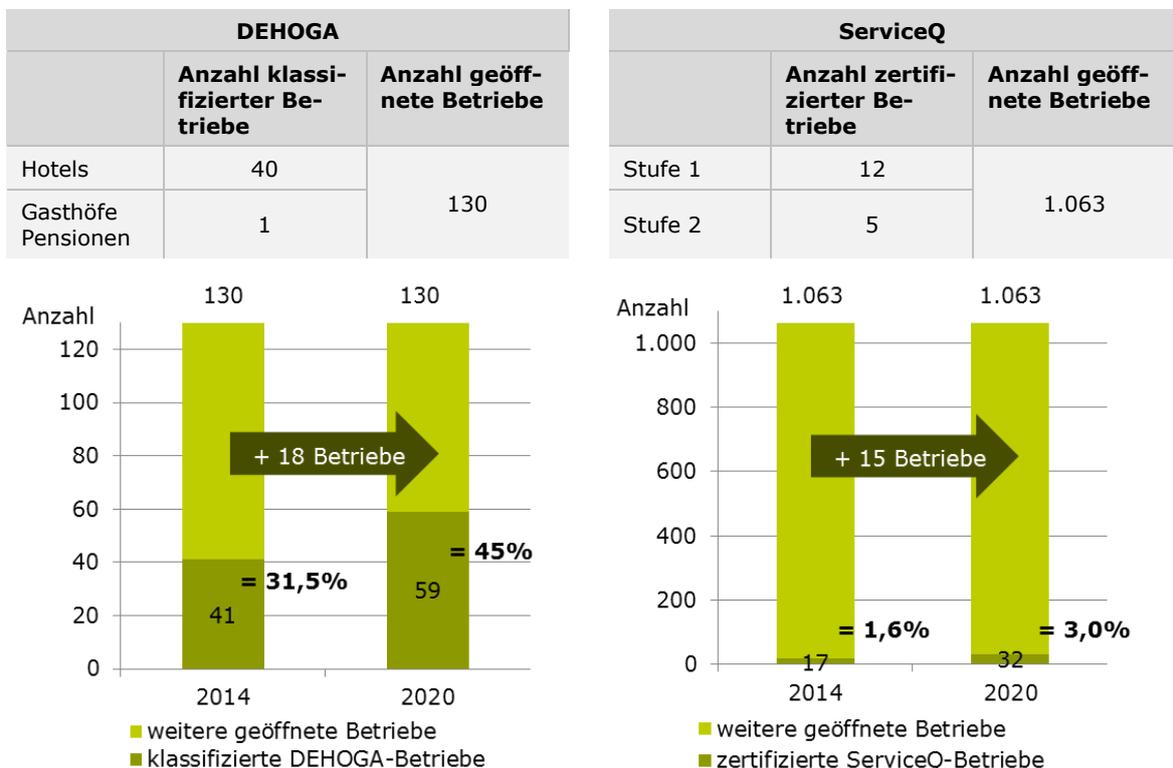
Tourismusstrategie des Freistaates Sachsen 2020

Aus der Tourismusstrategie des Freistaates Sachsen 2020 geht hervor, dass in Zukunft vor allem die Verbesserung der Angebots- und Servicequalität im Fokus stehen sollte. Die Qualitätsentwicklung zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit steht an sehr hoher Stelle. In der Tourismusstrategie 2020 des Freistaates Sachsen wurden daher Anforderungen an die Qualität formuliert. Hierzu zählen der Anteil der Qualitätsbetriebe mit DEHOGA-

Klassifizierung sowie der Anteil an ServiceQ-Einrichtungen (vgl. SMWA 2011). Aktuell erfolgt die Weiterentwicklung und Erarbeitung eines Lösungsvorschlages für das Qualitätskriterien-system der Tourismusstrategie Sachsen 2020. Die Kriterien für wettbewerbsfähige Destinationen mit Fokus auf den Bereich Qualität müssen daher möglicherweise nach Projektabschluss angepasst werden. Darüber hinaus besitzen in Leipzig viele Betriebe andere themenorientierte Klassifizierungen, Zertifizierungen oder betriebseigene Qualitätssysteme, die bisher in den Kriterien keine Berücksichtigung finden.

Mit Fokus auf die Erfüllung der aktuellen Qualitätskriterien zeigt sich das folgende Bild:

Abb. 31 Anteil DEHOGA-klassifizierte sowie ServiceQ-zertifizierte Betriebe



© BTE, auf Basis Zuarbeit Saxonia Fördergesellschaft mbH 02.07.2014, LTV Sachsen Stand 31.05.2014; Umsatzsteuerstatistik-Voranmeldungen 2012

Insgesamt besteht in Hinblick auf die aktuellen Kriterien für wettbewerbsfähige Destinationen Leipzig im Bereich Qualität noch Handlungsbedarf (vgl. SMWA 2011). Zur Erreichung des finalen Werts von mehr als 45% DEHOGA-klassifizierte Betriebe an den Gesamtbetrieben bedarf es eine Erhöhung um 18 klassifizierte Betriebe bis 2020 (unter Annahme eines gleichbleibenden Standes der geöffneten Beherbergungseinrichtungen). Zur Erreichung des finalen Werts von mehr als 3% ServiceQualität Deutschland-zertifizierte Betriebe an den Gesamtbetrieben bedarf es ein Plus von 16 zertifizierten Betrieben bis 2020 (unter Annahme eines gleichbleibenden Standes der geöffneten Beherbergungseinrichtungen).

4.4 Touristische Nachfrage

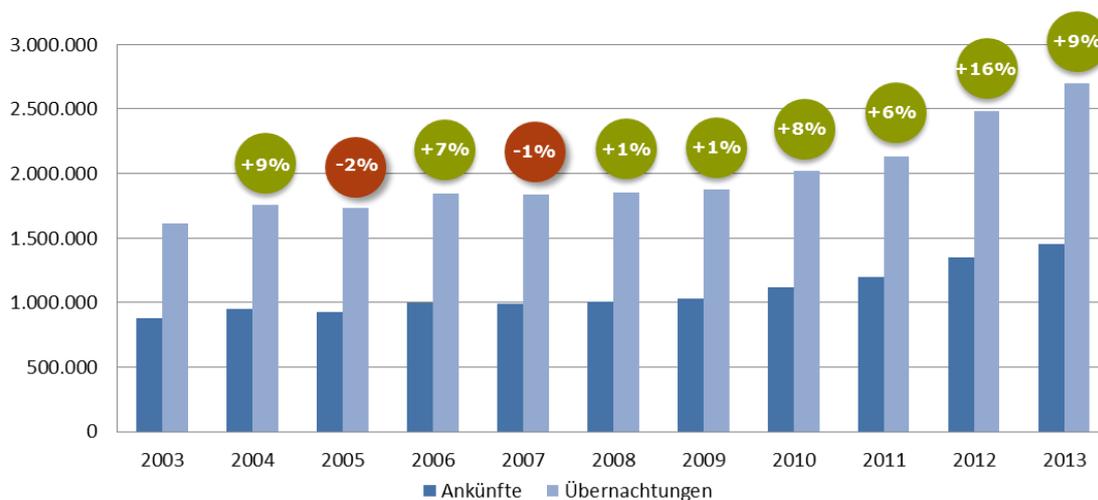
4.4.1 Amtliche Statistik

Die touristische Entwicklung für die Stadt Leipzig lässt sich aufbauend auf den Daten der amtlichen Statistik²⁹ als sehr positiv beurteilen.

Bei den **Ankünften** erfreut sich Leipzig kontinuierlich einer wachsenden Beliebtheit bei Touristen. Im Jahr 2013 besuchten laut amtlicher Statistik insgesamt 7,09 Mio. Touristen das Reiseland Sachsen. Touristenmagneten waren vor allem die Städte Leipzig und Dresden, wobei allein auf Leipzig 1,45 Mio. Ankünfte entfielen. Bei den **Übernachtungen** wurde in Leipzig ein Rekord von fast 2,7 Mio. verzeichnet.

Die folgende Abbildung zeigt die Entwicklung der Ankünfte und Übernachtungen in Leipzig über einen Zeitraum von zehn Jahren. Seit dem Jahr 2005 steigt die Anzahl kontinuierlich an. Insgesamt konnte von 2003 bis 2013 die Anzahl der Ankünfte von 879.191 auf 1.453.422 und die Zahl der Übernachtungen von 1.611.775 auf 2.697.871 gesteigert werden. 2010 wurden erstmals über 2 Mio. Übernachtungen in Leipzig registriert. In den Jahren 2012 und 2013 zeigen sich deutliche Sprünge bei den Übernachtungszahlen mit Zuwächsen von +346.759 (2012) und +215.330 (2013). Zusammengefasst konnten die Gesamtankünfte und Gesamtübernachtungen in zehn Jahren um 39,51% und 40,26% gesteigert werden.

Abb. 32 Entwicklung der Ankünfte und Übernachtungen



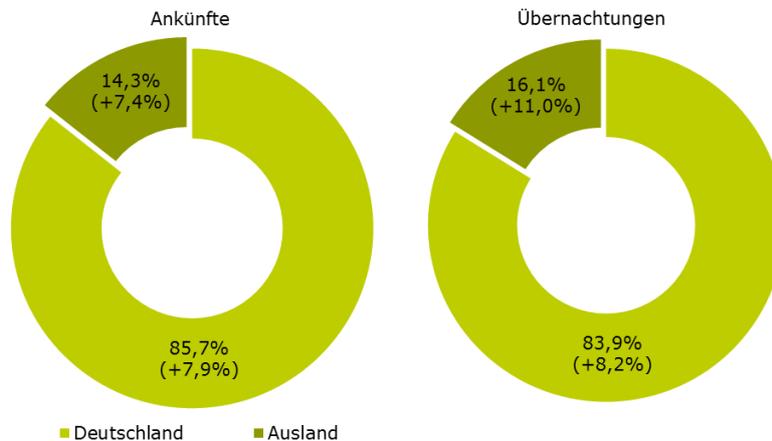
Quelle: BTE 2014, Datenbasis: Statistisches Landesamt Sachsen 2013; Anmerkungen: Prozentzahlen in den Kreisen: Veränderung der Übernachtungen im Vergleich zum Vorjahr

Insgesamt kann Leipzig mit einer **durchschnittlichen Aufenthaltsdauer** von 1,9 Tagen als klassisches Kurzreise- und Wochenendreiseziel gesehen werden.

Mit einem Blick auf die **ausländischen Gäste** zeigt sich noch Ausbaupotential. Im Jahr 2013 entfielen 14,3% aller Ankünfte in Leipzig (insg. 208.008 Personen) sowie 16,1% aller Übernachtungen auf ausländische Reisende. Dabei war ein sehr positives Wachstum im Vergleich zum Vorjahr feststellbar.

²⁹ Vgl. Statistisches Landesamt Sachsen 2013

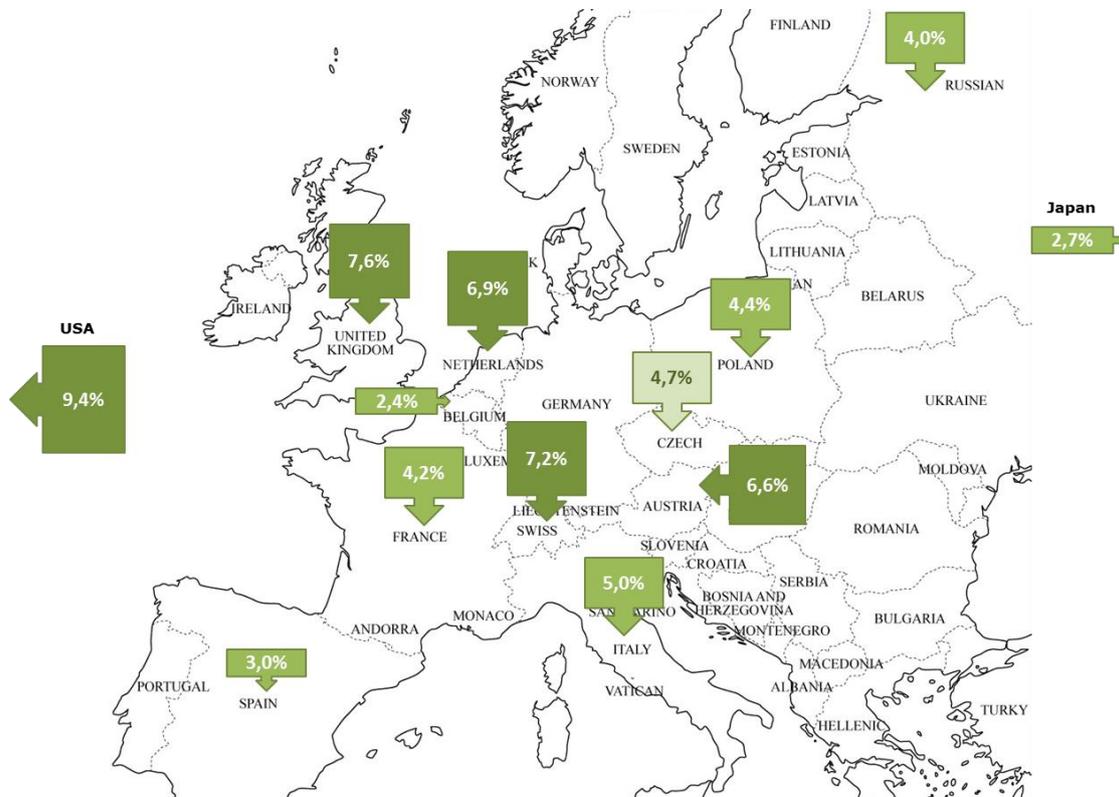
Abb. 33 Ankünfte und Übernachtungen inländischer/ausländischer Gäste 2013



Quelle: BTE 2014; Datenbasis: Statistisches Landesamt Sachsen 2013, %-Werte Veränderung Vorjahr

Hauptquellgebiete der ausländischen Gäste sind die USA, Großbritannien, die Schweiz, die Niederlande und Österreich mit jeweils mehr als 25.000 Übernachtungen sowie Italien, die Tschechische Republik, Polen, Frankreich, Russland, Spanien, Japan und Belgien mit mehr als 10.000 Übernachtungen.

Abb. 34 Anteile der ausländischen Übernachtungen nach Quellenländer (2013)

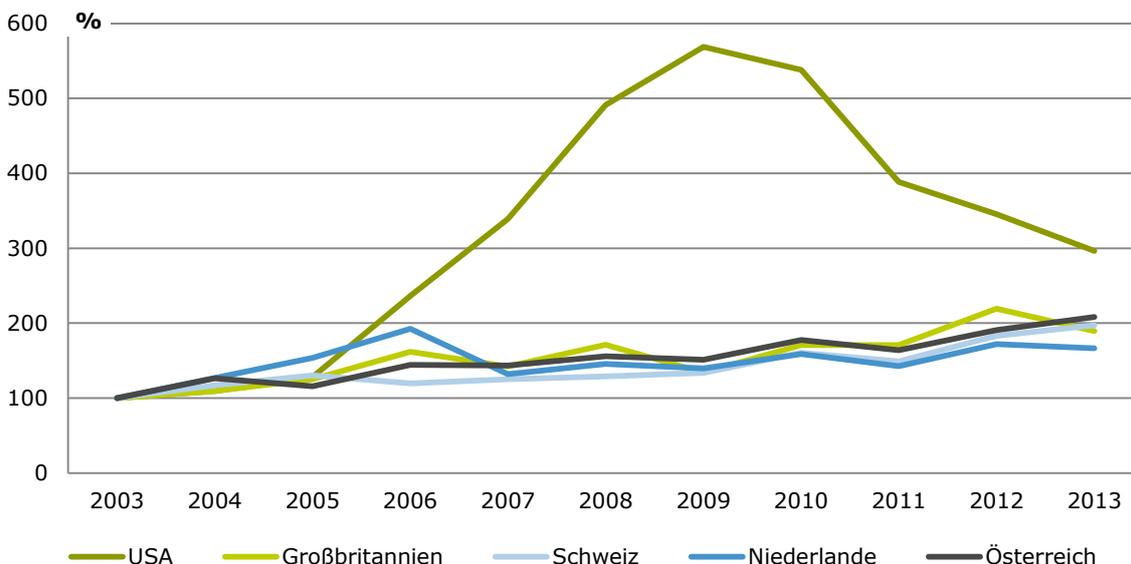


Quelle: BTE 2014; Datenbasis: Statistisches Landesamt Sachsen 2013; Anmerkungen: Die Farben beziehen sich auf die von der LTM identifizierte Marktgruppen, die sich aus den Übernachtungsvolumina 2012 ableiten lassen = dunkelgrün – Marktgruppe 2, mittelgrün – Marktgruppe 3, hellgrün – Marktgruppe 4

Im Vergleich der Kontinente kommen 71,3% der ausländischen Touristen aus Europa, 14,7% aus Amerika und 11,31% aus Asien.

Die folgende Abb. 35 zeigt die relative Entwicklung der Besucher, der von der LTM als Marktgruppe 2 beschriebenen Länder³⁰ (Basisjahr 2003).

Abb. 35 Relative Entwicklung der Ankünfte ausländischer Gäste (Marktgruppe 2)



Quelle: BTE 2014; Amt für Statistik der Stadt Leipzig

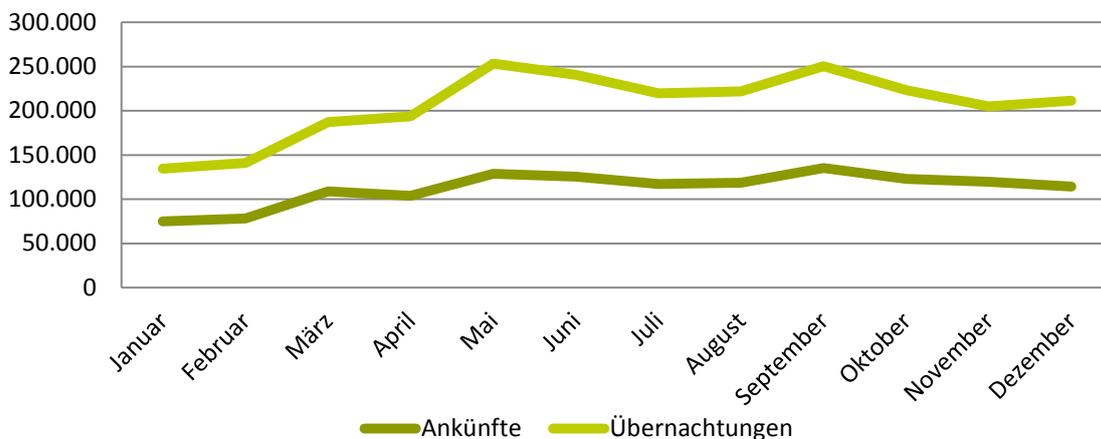
Die Entwicklung der USA sticht hierbei durch einen schnellen relativen Anstieg heraus. Von 2003 bis 2009 stieg die Zahl der Gäste um +469%. In absoluten Zahlen entspricht das einem Anstieg der Ankünfte von 7.517 auf 43.065. Nach 2009 sank die Zahl der amerikanischen Gäste wieder bis auf einen Wert von +196% zurück (22.440 Ankünfte). Zu berücksichtigen ist dabei, dass sich die Übernachtungen aus den USA zu einem hohen Anteil durch amerikanische Flugzeug-Crews begründen lässt. Das Übernachtungsaufkommen bzw. dessen Rückgang wird somit stark vom Rückgang amerikanischer Transportflüge beeinflusst. Die anderen Länder der Marktgruppe 2 zeigen über die Zeitspanne eine gewisse Schwankung. Generell lassen sich aber positive Tendenzen in Österreich (208%), der Schweiz (+197%), Großbritannien (+190%) und den Niederlanden (+166%) feststellen.

Bei den Übernachtungen ausländischer Gäste von 2006 bis 2013 zeigt sich ein vergleichbarer Verlauf, wie bei den Ankünften, allerdings mit wieder steigenden Übernachtungszahlen für 2013 bei den Gästen aus den USA.

Leipzig ist eine **Ganzjahresdestination** mit einem saisonalen Schwerpunkt von Mai bis Dezember (vgl. Abb. 36). Das Sommerhalbjahr (April bis September) ist mit einem Anteil von 56% an den Übernachtungen gegenüber dem Winterhalbjahr (Oktober bis März) mit 44% etwas stärker. Spitzenmonate sind der Mai und September mit vor allem Gästen aus Deutschland. Ausländische Gäste besuchen die Stadt dagegen vor allem im Juli und August.

³⁰ Marktgruppe 1 = Deutschland

Abb. 36 Ankünfte und Übernachtungen in Leipzig nach Monaten (Jahr 2012)



Quelle: BTE 2014; Datenbasis: Statistisches Landesamt Sachsen und Amt für Statistik und Wahlen Leipzig

Ferner nimmt der **Tagestourismus** eine besondere Rolle ein. Insbesondere in der Stadt Leipzig als Kultur-, Veranstaltungs- und Shoppingmetropole etc. spielt der Tagesausflug aus dem Umland, aber auch aus gut angebundenen weiter entfernten Quellgebieten eine besondere Bedeutung. Insgesamt wird von einem Tagestourismusvolumen von 28,5 Mio. in der Stadt Leipzig bzw. von 45,8 Mio. in Stadt und Region Leipzig ausgegangen (vgl. dwif 2014).

4.4.2 Marktforschungsergebnisse

Markenbekanntheit und Image

Im Rahmen der Marktforschungsaktivitäten nimmt Leipzig u.a. an der Studie Destination Brand teil. Folgende Ergebnisse der Marktforschung zur Bekanntheit lassen sich herausstellen (vgl. IMT 2011a: Destination Brand 09 - Markenstudie für deutsche Reiseziele):

- 79% der Befragten kennen Leipzig dem Namen nach (wenn direkt nach Leipzig gefragt wird; gestützte Bekanntheit), die Bekanntheit ist überdurchschnittlich hoch im Vergleich zu allen abgefragten Regionen; wird die Frage offen (ohne Antwortmöglichkeiten) gestellt, kennen bzw. nennen 0,8% der Befragten Leipzig als ein Reiseziel für längeren Urlaubsreisen und 1,2% für Kurzurlaube (ungestützte Bekanntheit), dies zeigt, dass der Bekanntheitsgrad für Leipzig noch ausbaubar ist³¹.
- 41% der Befragten finden Leipzig sympathisch (Ranking 18 von 48 Gemeinden/Städten).
- Von den Befragten, die Leipzig kennen, finden ca. die Hälfte (52%) die Stadt sympathisch. Leipzig kann also von der gestützten Bekanntheit noch unzureichend profitieren. Im Übergang von Bekanntheit zu Sympathie belegt Leipzig im Vergleich mit den anderen befragten Destinationen nur Platz 43 von 48.

³¹ Die Bekanntheit von Reisezielen kann gestützt (mit Antwortvorgaben, d.h. Nennung der ausgewählten Reiseziele) sowie ungestützt (ohne Antwortvorgaben) und z.B. Frage nach „Welche Städtedestinationen mit Schwerpunkt auf Kultur in Deutschland kennen Sie“ ermittelt werden.

- 20% der Befragten können sich einen Kurzurlaub und 6% einen längeren Urlaub in Leipzig vorstellen; im Bereich Kurzurlaub ergibt sich dabei eine überdurchschnittliche Besuchsbereitschaft.

Abb. 37 Markenbeurteilung und Imageaspekte



© BTE; Datenbasis: IMT 2011a; Sympathie aller Befragten n = 1.242; weitere Markenbeurteilung n = 354 Personen (Markenkenner)

Themenkompetenz

Das IMT erfragt in einem dreijährigen Zyklus die Themenkompetenz deutscher Reiseziele bei potentiellen Urlaubsgästen. Gefragt wird dabei nach allgemeinen Themen wie Gesundheit, Kulinarik, Kultur, Natur, Wellness und speziellen Themen z.B. Events, Familie, Freizeitpark, Shopping, Städte. Dargestellt werden die Ergebnisse immer auch in einem Destinationsranking (Platz X von max. X Destinationen). Folgende Kernergebnisse lassen sich aus der Studie 2013 für Leipzig festhalten (IMT 2013a):

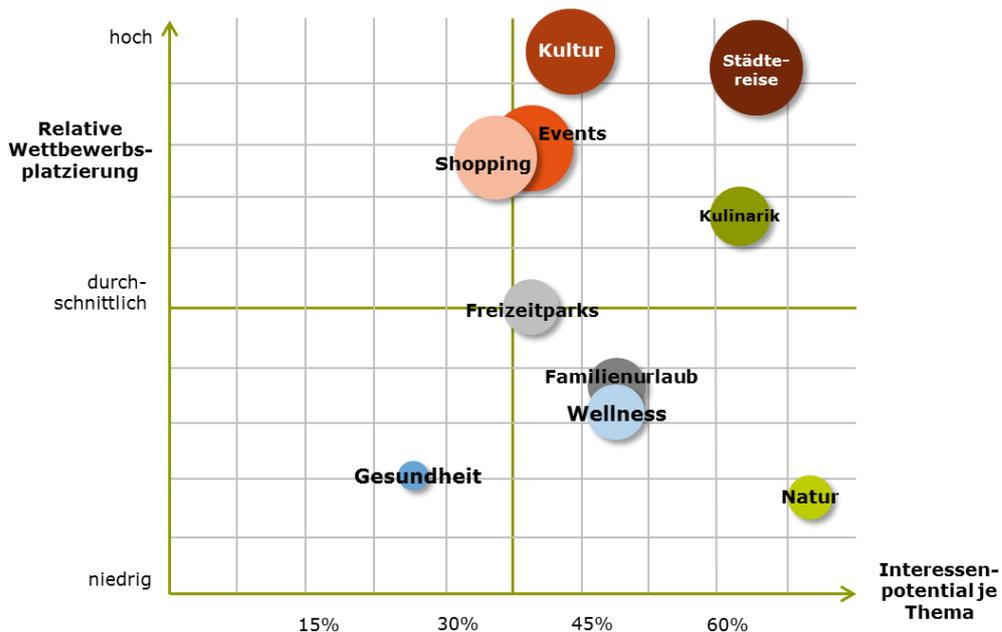
- Der Stadt Leipzig wird im Bereich Kultur und Kulinarik eine besondere Themenkompetenz zugesprochen. In diesen beiden Themenfeldern liegt Leipzig über dem Durchschnitt der anderen Destinationen. Hingegen wird Leipzig bei Gesundheit, Natur und Wellness eine geringe Themenkompetenz attestiert.
 - Kultur (Platz 5 im Ranking der 31 städtischen Destinationen, Platz 6 im Vergleich mit allen 137 Destinationen)
 - Kulinarik (Platz 10 im Ranking der 31 städtischen Destinationen, Platz 47 im Vergleich mit allen 137 Destinationen)
- Bei den Spezialthemen (Events, Familie, Freizeitpark, Shopping, Städte) liegt Leipzig über dem Durchschnitt bei Events (Platz 10 von 43), Shopping (Platz 7 von 28) und Städtereisen (Platz 6 von 68).

Das Interessenpotential und die Wettbewerbsplatzierung für die fünf allgemeinen und fünf Spezialthemen sind in der folgenden Abb. 38 dargestellt.

- Werden keine Antwortmöglichkeiten vorgegeben (ungestützte Themenkompetenz), so liegt Leipzig bei der Frage „Stellen Sie sich bitte vor, Sie wollen eine [Städtereise] machen. Welche Urlaubsziele (Orte, Regionen usw.) in Deutschland halten Sie hierfür für besonders geeignet? (max. 3 Nennungen)“ in vier Kategorien in den TOP 10. Hierzu zählen:
 - Städtereise (25 Nennungen bei 558 Befragten Platz 6)

- Shoppingreise (17 Nennungen bei 451 Befragten: Platz 9)
- Zoobesuch (126 Nennungen bei 510 Befragten: Platz 3)
- Freizeitpark besuchen (23 Nennungen bei 446 Befragten: Platz 8)

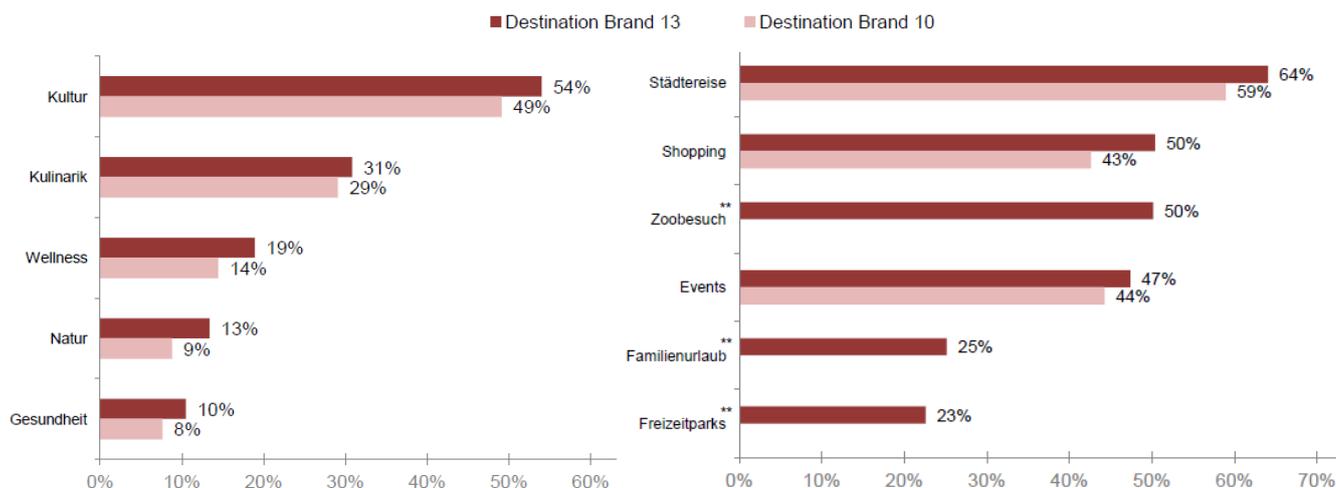
Abb. 38 Analysequadrant Stadt Leipzig



© IMT 2013a; Anmerkungen – Größe Themenball: Gestützte Themeneignung, Anzahl Befragte: 1.000, Kategorie für relative Wettbewerbsplatzierung (alle Destinationen je Thema = 137 Reiseziele)

Im Vergleich mit der Studie von 2011 konnte Leipzig in fast allen Kategorien die Themeneignung steigern.

Abb. 39 Gestützte Themeneignung im Zeitvergleich



© IMT 2013a; Anmerkungen: Anzahl der Befragten mind. 1.000; Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ (Angabe in % der Fälle); ** Thema wurde in Destination Brand 10 nicht für Leipzig erhoben bzw. in der Erhebung nicht abgefragt, stattdessen „Lebendige Szene“ (Themeneignung 41% bei allen Befragten) sowie Sportreise (Themeneignung 8% bei allen Befragten)

Gästestruktur und -zufriedenheit

Zur Ermittlung der Struktur, Erwartungen und Zufriedenheit der Gäste nimmt Leipzig am Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus (vgl. ERV und DZT 2012) teil.

Die Motivation für Reisen kann geschäftlich oder privat bedingt sein. Leipzig hat sich eine starke Position als Geschäftsreisedestination aufgebaut. Laut European Travel Monitor liegt bundesweit der durchschnittliche Anteil der **Geschäftsreisen** bei 30% und derjenige der Privatreisen bei 70%. In Leipzig ist dieses Verhältnis genau umgekehrt:

- ca. 60%- 70% sind Geschäftsreisen,
- ca. 30%- 40% sind Privatreisen.

Die Erkenntnisse lassen sich differenziert nach Leipzig-Urlaubern und Geschäftsreisenden folgendermaßen zusammenfassen (vgl. ERV und DZT 2012):

Abb. 40 Charakteristik Leipzig-Gäste

Der Leipzig-Urlauber...	Der Geschäftsreisende...
<ul style="list-style-type: none"> ■ kommt im Inland häufig aus NRW und Bayern – die Herkunftsstruktur der inländischen Gäste ist aber vergleichsweise vielfältig ■ ist vergleichsweise etwas älter und überdurchschnittlich häufig Erstbesucher ■ benötigt entsprechend häufig Informationen und nutzt dafür oft das Internet (Seiten der Tourist-Info und der Unterkunft) und überdurchschnittlich häufig Bekannte/Verwandte sowie Reiseliteratur/Reiseführer ■ bucht überdurchschnittlich häufig online, meist direkt bei der Unterkunft oder über Internet-Reiseportale und jeder Vierte in den letzten zwei Wochen vor der Anreise, aber auch jeder Dritte bereits zwei Monate oder früher ■ reist mehrheitlich als Paar, benutzt unterdurchschnittlich häufig das Auto, dafür jedoch überdurchschnittlich die Bahn als Anreiseverkehrsmittel und übernachtet meist in Hotels ■ kommt meist aufgrund der Sehenswürdigkeiten, dem Kunst- und Kulturangebot, dem Stadtbild/der Architektur, vglw. häufig aber auch wegen der Tradition/Geschichte ■ bezeichnet seinen Urlaub häufig als Städteurlaub, Kultururlaub sowie Besichtigungsreise, überdurchschnittlich häufig als Veranstaltungsbesuch ■ ist im deutschlandweiten Städtevergleich überdurchschnittlich zufrieden, besonders mit dem Kunst-/Kulturangebot, der Erreichbarkeit, dem Preis-Leistungs-Verhältnis, der Architektur/dem Stadtbild sowie der Vielfalt/Qualität des Angebotes ■ hat eine überdurchschnittliche hohe Weiterempfehlungs- und Wiederbesuchsabsicht 	<ul style="list-style-type: none"> ■ kommt im Inland häufig aus NRW und Bayern und den weiteren einwohnerstarken Bundesländern ■ kommt neben der klassischen Geschäftsreise überdurchschnittlich häufig zu Messen, Ausstellungen, Kongressen, Tagungen und Schulungen ■ übernachtet fast ausschließlich in der Hotellerie ■ hat überdurchschnittlich hohe Ausgaben ■ ist mit seinem Aufenthalt zufrieden, bewertet die Unterkunft besser als die Gastronomie ■ ist jedoch mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis in der Gastronomie im Städtevergleich überdurchschnittlich zufrieden ■ empfindet das Stadtbild etwas kritischer als der Urlaubsgast in Leipzig, lobt jedoch ebenfalls die gute Erreichbarkeit ■ empfiehlt Leipzig für einen Privataufenthalt gerne weiter ■ wird jedoch eher selten selber im Rahmen eines privaten Aufenthaltes wieder nach Leipzig kommen

Quelle: ERV und DZT 2012

Nachfolgend wurden die Gesamtergebnisse aus dem Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus³² dargestellt. Diese werden teilweise durch eine im Jahr 2012 bei den Übernachtungsgästen der Stadt durchgeführte Gästebefragung³³ (vgl. Enke 2013) ergänzt. Folgende Ergebnisse lassen sich zusammenfassen (vgl. ERV und DZT 2012; Enke 2013):

■ Gästestruktur

- **Altersstruktur:** Das Durchschnittsalter der Gäste in Leipzig beträgt 50,5 Jahre (Enke 2013: 48 Jahre), wobei 35% der Gäste in Leipzig über 60 Jahre alt sind. Im Vergleich mit den übrigen untersuchten Städten Deutschlands ist der Leipzigbesucher etwas älter (Durchschnittsalter übrige Städte 42,2 Jahre, Anteil der Ü-60 Jährigen 12%).
- **Schulbildung:** Die Mehrheit der Gäste (66%) verfügt über einen hohen Bildungsabschluss (Abitur/sonstige Hochschulreife oder Bachelor/Master/Diplom).
- **Herkunft:** 84% der Übernachtungsgäste sind aus Deutschland, 16% der Gäste in Leipzig kommen aus dem Ausland (USA, Großbritannien, Schweiz, Niederlande, Österreich).
- **Quellgebiete:** Die Mehrheit der Gäste kommt aus Nordrhein-Westfalen, Bayern, Baden-Württemberg und Hessen (insgesamt 50%), insgesamt 28% der Gäste kommen aus benachbarten Bundesländern oder Sachsen.
- **Einkommen:** Das monatliche Haushalts-Nettoeinkommen beträgt bei 37% der befragten Gäste 1.200 bis 3.000 € und bei weiteren 37% der Gäste 3.000 bis 5.000 €
- **Besuchshäufigkeit:** 42% der Gäste sind Erstbesucher der Stadt Leipzig; 21% sind Stammgäste, welche die Stadt zwei Mal oder öfter besucht haben und hier (fast) jedes Jahr einen Urlaub verbringen.



■ Informations- und Buchungsverhalten

- **Informationsverhalten:** Insgesamt haben sich 59% der Gäste vorab über Leipzig informiert. Von diesen haben sich mehr als 50% über das Internet, über Reiseführer/Broschüren/Berichte oder bei Freunden/Bekanntem/Verwandten informiert.
- **Bekanntheit/Aufmerksamkeit:** Mehr als die Hälfte der Befragten kannte Leipzig bereits. Zudem dienen Freunde/Bekannte als wichtige Informationsquelle. In der Gästebefragung von Enke 2013 sind über 30% durch eine Empfehlung von Freunden/Bekanntem auf Leipzig aufmerksam geworden. Fernsehsendungen sind ergänzend bei älteren Reisenden eine Informationsquelle (z.B. SoKo Leipzig; Elefant, Tiger und Co.; MDR).
- **Buchungszeitpunkt:** Die beliebtesten Buchungszeiträume der Urlaubsgäste liegen bei zwei bis vier Wochen (21%) oder bei 2-4 Monaten vor Reiseantritt (20%).
- **Buchungsverhalten:** 52% der Gäste buchen ihre Reise online, hauptsächlich bei den Internet-Reiseportalen oder Buchungsplattformen hrs.de, booking.com, ho-



³² Grundlage der Studie sind rund 400 Interviews in Leipzig. Die Befragung erfolgte von Mai 2011 bis April 2012.

³³ Basis der Gästebefragung sind 378 ausgefüllte und auswertbare Fragebögen von Übernachtungsgästen der Stadt Leipzig. Erhebungszeitraum der Interviews war von Juni bis September 2012.

tel.de oder auf der Hotelwebseite (vgl. Enke 2013); nur 16% buchen ihre Reise bei Reisebüros oder Reiseveranstaltern.

■ **Reiseverhalten**

- **Anreise:** Die Gäste reisen vor allem mit dem Auto (49%) oder der Bahn (35%) an. Im Vergleich zu den übrigen untersuchten deutschen Städten weist in Leipzig die Anreise mit der Bahn einen überdurchschnittlich hohen Prozentanteil auf. Bei den übrigen untersuchten Städten in Deutschland gaben nur 18% der befragten Gäste an, mit der Bahn angereist zu sein und 64% die Anreise mit dem Auto an.
- **Reisebegleitung:** 43% (Enke 2013: 60%) besuchen Leipzig in Begleitung eines Partners, 19% allein, 10% mit einer Reisegruppe und je ca. 8% mit Bekannten oder mit Familie/Kindern.
- **Unterkunft:** Laut dem Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus (2011/2012) übernachten 87% der Gäste in Leipzig in einem Hotel oder Hotel garni. Bei den Ergebnissen der Gästebefragung in Leipzig (Enke 2013) zeigt sich hingegen, dass nur ca. 57% der Gäste in Leipzig in einem Hotel übernachteten und dafür 25% bei Freunden/Verwandten.
- **Aufenthaltsdauer:** Die Mehrheit der Gäste (ca. 40%) bleibt zwei Nächte in Leipzig (vgl. Enke 2013).
- **Aufenthaltsart:** Haupturlaubsarten der Gäste in Leipzig sind Städteurlaub (55%), Kultururlaub (36%), Besichtigungsurlaub/Sightseeing (29%) und der Veranstaltungsbesuch (18%).



Abb. 41 TOP 10 Aktivitäten der Gäste



© ERV und DZT 2012

Abb. 42 TOP 10 Besuchsgründe der Gäste



© ERV und DZT 2012

- **Reisefortführung:** Für 34% der Gäste war Leipzig das einzige Reiseziel, Gäste mit weiteren Reisezielen besuchten vor allem Dresden und/oder Berlin (vgl. Enke 2013).
 - **Hauptattraktionen:** Bei der Gästebefragung in Leipzig (Enke 2013) wurde nach den beliebtesten Sehenswürdigkeiten der Gäste gefragt. Hierbei kam heraus, dass zu den Hauptattraktionen in Leipzig der Zoo/Gondwanaland, das Völkerschlachtdenkmal sowie die historischen Kirchen (v.a. Nikolaikirche und Thomaskirche) zählen. Unter den Veranstaltungen wurde das Bachfest als beliebteste Veranstaltung genannt.
 - **Ausgaben:** Von den Gästen in Leipzig werden durchschnittlich 100 € pro Person und Tag für Unterkunft, Verpflegung und Freizeitaktivitäten ausgegeben.
- **Ergänzend wurden die Zufriedenheit, das Image und die generelle Attraktivität der Stadt ermittelt.**

- **Gästezufriedenheit:** Die Gäste sind mit der Unterkunft, der Gastronomie, der Vielfalt, Qualität und Zugang des Angebots sowie dem Preis-Leistungs-Verhältnis und der touristischen Infrastruktur durchschnittlich sehr zufrieden (auf einer Skala von 1-6 → 1,7). Im Vergleich zu den übrigen untersuchten Städten im Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus schneidet Leipzig in den Bereichen Preis-Leistungs-Verhältnis kulturelles Angebot, Flaniermeilen, Fußgängerzonen, Preis-Leistungs-Verhältnis öffentliche Verkehrsmittel, Architektur/Bauwerke und Öffnungszeiten der Geschäfte sehr gut ab. Lediglich bei dem Punkt „Infos zum Urlaubsort in Unterkunft“ liegt Leipzig auf dem letzten Platz der übrigen untersuchten Städte (vgl. ERV und DZT 2012). Die Sehenswürdigkeiten und Veranstaltungen in Leipzig verfügen über eine hohe Weiterempfehlungsquote. Insgesamt verzeichneten 14 der 16 Veranstaltungen, Angebote oder Messen eine Weiterempfehlungsquote von über 90% bei der Gästebefragung in Leipzig (vgl. Enke 2013). Die Erwartungen werden v.a. im Hinblick auf Sehenswürdigkeiten, Gastfreundlichkeit, Architektur und Kultur mindestens voll erfüllt (vgl. Enke 2013).
- **Image der Stadt:** Leipzig wird durch die befragten Gäste als eine kulturelle, historische Stadt charakterisiert. Attribute sind Universitätsstadt, historische Stadt, Stadt der friedlichen Revolution 1989, Kultur- und Musikstadt. Gerade Stammgäste nehmen Leipzig als Stadt der friedlichen Revolution 1989, historische Stadt und Kulturstadt wahr (vgl. Enke 2013).
- **Stärken und Schwächen:** Die Attraktivität der Stadt Leipzig lässt sich insbesondere durch die Altstadt beschreiben. Wahrgenommene Besonderheiten sind der Zoo, die Architektur, die Kultur allgemein, die Thomaskirche sowie das Völkerschlachtdenkmal. Aber auch die weichen Faktoren, wie Freundlichkeit/Herzlichkeit und Mentalität der Leipziger werden durch die befragten Gäste hervorgehoben. Verbesserungspotentiale bestehen insbesondere bei der Vielzahl an Baustellen bzw. an verfallenen Gebäuden oder Häusern (vgl. Enke 2013).



4.5 Exkurs: Kommunikation und touristische Produkte

Das vorliegende Tourismuskonzept der Stadt Leipzig fokussiert auf die touristische Weiterentwicklung der Stadt im Bereich Infrastruktur und Angebote. Es stellt kein Marketingkonzept mit einer umfassenden Analyse der Produkt-, Kommunikations-, Vertriebs- und Preispolitik dar.

Zur Vollständigkeit sollen aber kurze Aussagen zur aktuellen Kommunikation aus Gästeperspektive angerissen werden.

Kommunikation der Stadt Leipzig

Die Imagekommunikation der Stadt Leipzig im Standortmarketing erfolgt über die Kampagne „Leipziger Freiheit“. Sie ist beim Deutschen Patent- und Markenamt eingetragen.



Als wesentliche **Marketinginstrumente mit Fokus auf die Kommunikationspolitik** im Tourismus-, Stadt- und Standortmarketing für die Stadt Leipzig werden durch die LTM eingesetzt:

- Internet (Homepage, Social Media, Soziale Netzwerke, Audio, Video) durch Einrichtung einer eigenen Social Media-Stelle mit der alle Abteilungen eng vernetzt sind
 - Homepage
 - Blogs, digitale Newsletter und verschiedene Kanäle der sozialen Netzwerke
 - anlassbezogene Erweiterung des Sprachenangebotes auf der Homepage
 - Herstellung von Audio-Angeboten, wie Leipzig-Podcasts in deutscher und englischer Sprache, die auch durch zahlreiche Leipziger Partner (Hochschulen, Hotels etc.) eingesetzt werden
 - Internetwerbung (u.a. Bannerwerbung)
- Öffentlichkeitsarbeit und Publikationen
 - Pressemitteilungen/Pressetermine/Pressereisen sowie Tourismusfrühstück®
 - Supplements/Sonderveröffentlichungen (Schaltung von redaktionellen Beiträgen)
 - FAM-Trips (sreisen, sogenannte FAM-Trips (Familiarization Trips), Lesereise, Bloggerreise
 - Kinospots, Radiowerbung, Fotowettbewerb und Fotoshooting
 - Eigenpublikationen: Herausgabe von teilweise mehrsprachigen Printmedien, u.a. LEIPZIG - Wir sehen uns! – Touristischer Faltplan; LEIPZIG REISEN – Reise- und Übernachtungsangebote für Individual- und Gruppenreisende; Restaurant-Guide, BUSSTOPP LEIPZIG – Busflyer
- Klassisches Kampagnenmarketing mittels Anzeigen und Plakaten
 - Anzeigen in zahlreichen auflagen- und reichweitenstarken Medien sowie Plakate, in Kooperation mit Leipziger Partnern und Medienpartnerschaften mit Verlagen und Außenwerbern
 - Out-of-home-Kampagnen, insb. für anlassbezogene Festivals, Events, Konferenzen etc. (lokal, regional, national) sowie in Kooperation mit den Magic Cities

- Präsentationen
 - Messen, Präsentationen und Workshops
 - Nationale und internationale Präsentationen, z.B. im Rahmen von Städtepartnerschaften und Mitgliedschaften in Netzwerken
- Merchandising
- Sonderwerbformen und out-of-home Mediamanagement

Nachfolgend sind drei ausgewählte Kommunikationsmedien aus Gästeperspektive anhand einer standardisierten Checkliste bewertet. Ziel ist die Überprüfung, welche Informationen zu Angeboten der Gast erhält und wie diese aufbereitet sind.

Abb. 43 Ausgewählte Kommunikationsmedien der Stadt Leipzig aus Gästeperspektive

Bereich	Bewertung	
Printmedien		
Inhalt und Information	<ul style="list-style-type: none"> ■ Claim: Leipziger Freiheit ■ Kernbotschaft/Themen <ul style="list-style-type: none"> ▪ Leipzig hat „viele Gesichter“, aber Schwerpunktthemen (v.a. Musik und Kunst) deutlich erkennbar ▪ Botschaften zu Themen erkennbar („Musikstadt mit Weltklasse“) ▪ Themen: Kultur (Musik großer Komponisten [Oper], Kleinkunst [Kabarett]), Stadtbilder/Innenstadt, Passagen und Höfe [Shopping], Zoo ■ Infos und Angebote zu Leipzig an Interessen ausgerichtet ■ Grundinformationen zu Umland vorhanden, aber wenig ausführlich ■ Zahlreiche mehrsprachige Infomaterialien vorhanden 	
Layout/ Design	<ul style="list-style-type: none"> ■ Einheitliches Corporate Design, Kernfarbe blau mit weiß ■ Design stilvoll, klassisch – wenig kreativ, dynamisch ■ Viel textlicher Inhalt, aber gutes Text-Bild-Verhältnis ■ Zahlreiche Bilder zur Illustration machen Lust auf Leipzig-Besuch (auffällig: mehrheitlich junge Frauen im Fokus) ■ Teilweise unklarer Aufbau → fehlende Leichtigkeit 	
Interaktion	<ul style="list-style-type: none"> ■ Ausführliche Gastgeberinfos und Kontaktmöglichkeiten ■ übersichtlicher Flyer zur LEIPZIG CARD ■ Einbindung QR-Codes 	
Homepage www.leipzig.travel		
Inhalt und Information	<ul style="list-style-type: none"> ■ Claim: Leipziger Freiheit ■ Themen: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Primär Kulturthemen (Jubiläen; Musik; Kunst und Museen; Theater, Kabarett, Varieté), Freizeattraktionen unter „Natur und Freizeit“; Themen Wasser und Aktiv unter „Sport und Aktivurlaub“ im Feld „Natur und Freizeit“ versteckt ■ Sehr gute/r Informationsgehalt und -qualität (Service, Anreise, Veranstaltungen, Attraktion (thematisch), Gastronomie- und Unterkunftsangebote, Produkte und Arrangements, Bestellmöglichkeit und Download Printmedien u.v.m.); Textlängen an Medium angepasst, kurz prägnant und eine Ebene tiefer ausführlichere Infos, durchgängig Kontaktangaben ■ Zahlreiche ansprechende Bilder machen Lust auf einen Leipzig-Besuch; auffällig: mehrheitlich junge Frauen im Fokus, selten Familien, kaum Paare und Ältere Menschen ■ Reiter zur Region verlinkt auf die Unterseiten der drei Teilregionen 	

Bereich	Bewertung
	<ul style="list-style-type: none"> ■ Gute Mehrsprachigkeit (englisch, russisch, japanisch, niederländisch → Reiter zur Region aktuell nur für englische Gäste)
Layout/ Design	<ul style="list-style-type: none"> ■ Kernfarbe Blau ■ Teils gute Usability, einheitlicher Aufbau der Unterseiten ■ Keine klare Struktur, Auge fehlt Orientierung und sucht lang <ul style="list-style-type: none"> ▪ Teils unterschiedliche Möglichkeiten der Navigation und doppelte Navigationsleisten (2x oben, 2x links, Ausklappenmenüs), → verwirrend ▪ Teilweise ästhetisch wenig ansprechend aufgrund kleinteiliger Aktionsfelder mit zu vielen unterschiedlichen Schriftbildern
Interaktion	<ul style="list-style-type: none"> ■ Kontakte und Ansprechpartner gut dargestellt ■ Verschiedenste Web 2.0 Elemente vorhanden: Facebook, Twitter, YouTube, Google+, Xing und Blog
Tourist-Information	
Erreichbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> ■ Lage: Randseitig zwischen Marktplatz und Hbf. ■ Für PKW auffindbar ausgeschildert (u.a. Leiten zum Augustusplatz, 700m Fußweg) (<i>neu Parkhaus am Brühl</i>) ■ Im Fußgänger-Leitsystem Ausschilderung nicht sehr auffällig/offensichtlich → über Piktogramm weißes „I“ auf schwarzem Kreis (zumeist in Zeile mit einem anderen Zielpunkt); vom Hbf. über Innenstadt ausgeschildert ■ TI vor Ort sichtbar über „rotes i“
Erscheinung	<ul style="list-style-type: none"> ■ Besuchergerechte Öffnungszeiten: Mo-Fr 9:30-18:00 Uhr, Sa 9:30-16:00 Uhr, So/Feiertag 9:30-15:00 Uhr ■ Erscheinung: übersichtlich, hell, zweckmäßig, einladend ■ Umfangreiches Prospektmaterial und Informationsprospekt in verschiedenen Sprachen → Auslage von nur wenigen Infos zur Region (Printmedien Sächsisches Burgen- und Heide-land bzw. Leipziger Neuseenland, Sächsisches Burgenland, Sächsisches Heide-land nicht ausgelegt) ■ Zertifizierung mit der i-Marke des DTV

Quelle: BTE 2013

Touristische Produkte

Mit Blick auf die Produktgestaltung bietet Leipzig zahlreiche Reiseangebote für Individual- und Gruppenreisende. Zu den folgenden Themen lassen sich verschiedene Arrangements buchen.

- Individualreisen: Leipzig für Musikliebhaber, Leipzig für Entdecker, Leipzig für Familien, Leipzig für Geschichtsfans, Buchungsspecials, Leipzig kennenlernen und genießen, Leipzig für Nachtschwärmer, Unterwegs in der Region Leipzig, Gästeführungen für Menschen mit Handicap
- Gruppenreisen: Leipzig - Touren für Gruppen in Leipzig, im Leipziger Neuseenland, im Sächsischen Burgenland, im Sächsischen Heide-land sowie Betriebsausflüge in die Region Leipzig oder Tagesausflüge in die weitere Region
- Auch Angebote für Klassenfahrten werden angeboten.

Abb. 44 Reiseangebote im Bereich „Leipzig für Entdecker“

The screenshot displays the Leipzig tourism website interface. At the top left, there is a logo for 'Leipziger Freiheit' and the text 'Leipzig Tourismus und Marketing GmbH'. A navigation menu includes 'TOURISMUS LEIPZIG', 'TOURISMUS REGION LEIPZIG', and 'STADT- UND STANDORTMARKETING'. A prominent red banner for 'HRS Das Hotelportal' advertises 'Tagesaktuell beste Preise' with search fields for arrival (18.08.2014) and departure (19.08.2014) dates, and room types (Einzelzimmer: 1, Doppelzimmer: 0). A 'Hotel suchen' button is located below these fields.

The main header area features a search bar labeled 'IHRE SUCHE' and a row of international flags. A secondary navigation bar contains links for 'Startseite', 'Tourist-Information', 'Reiseangebote', 'Rundgänge und Rundfahrten', 'LEIPZIG CARD', 'Unterkünfte', 'Veranstaltungen', 'Download-Center', 'Infomaterial', 'Adressen', 'Kontakt', 'Reiseindustrie', 'Kongresse & Tagungen', 'Presse', and 'Service'. A large banner image shows the Leipzig Cathedral (St. Nikolai) in a park setting.

Below the banner, a breadcrumb trail reads: 'Sie befinden sich hier: Aufenthalt in Leipzig > Reiseangebote > Individualreisen > Leipzig für Entdecker'. A horizontal menu offers categories: 'Tourist-Information', 'Infomaterial', 'Unterkünfte', 'Welcome Cards', 'Reiseangebote', 'Rundgänge und Rundfahrten', 'Veranstaltungen', and 'Anreise'.

The 'Reiseangebote' section is divided into four cards:

- Kunstreise nach Leipzig:** 'ab 109,- EUR pro Person im DZ'. Description: '2 Übernachtungen, Besuch des Museums der bildenden Künste, Besuch des Museums für Angewandte Kunst, Info-Paket'. Includes a 'zum Angebot' button.
- Leipzig und sein Neuseenland:** 'ab 129,- EUR pro Person im DZ'. Description: '2 Übernachtungen, Stadtrundgang, Busexkursion "Phönix-Tour - Vom Bergbau zur Seenplatte", Info-Paket über Leipziger Neuseenland'. Includes a 'zum Angebot' button.
- Panoramakunst in Leipzig:** 'ab 135,- EUR pro Person im DZ'. Description: '2 Übernachtungen, Besuch der aktuellen Ausstellung, Abendessen im Panorama Tower Restaurant'. Includes a 'zum Angebot' button.
- Tierisches Leipzig:** 'ab 125,- EUR pro Person im DZ'. Description: '2 Übernachtungen, Besuch des Leipziger Zoos inkl. Gondwanaland, afrikanisches Buffet in der "Kiwara'. Includes a 'zum Angebot' button.

On the left side, a vertical menu titled 'LEIPZIG WILKOMMEN' lists various services: 'AUFENTHALT IN LEIPZIG' (Tourist-Information, Infomaterial, Unterkünfte, Welcome Cards, Reiseangebote, Individualreisen, Reiserücktrittsversicherung, Gruppenreisen, Klassenfahrten, Partnerhotels, Partnerrestaurants, Rundgänge und Rundfahrten, Veranstaltungen, Anreise), 'LEIPZIG ENTDECKEN', 'REISEVERANSTALTER', and 'KONGRESSE & TAGUNGEN'. Social media icons for Facebook, YouTube, Twitter, and others are visible on the right side of the page.

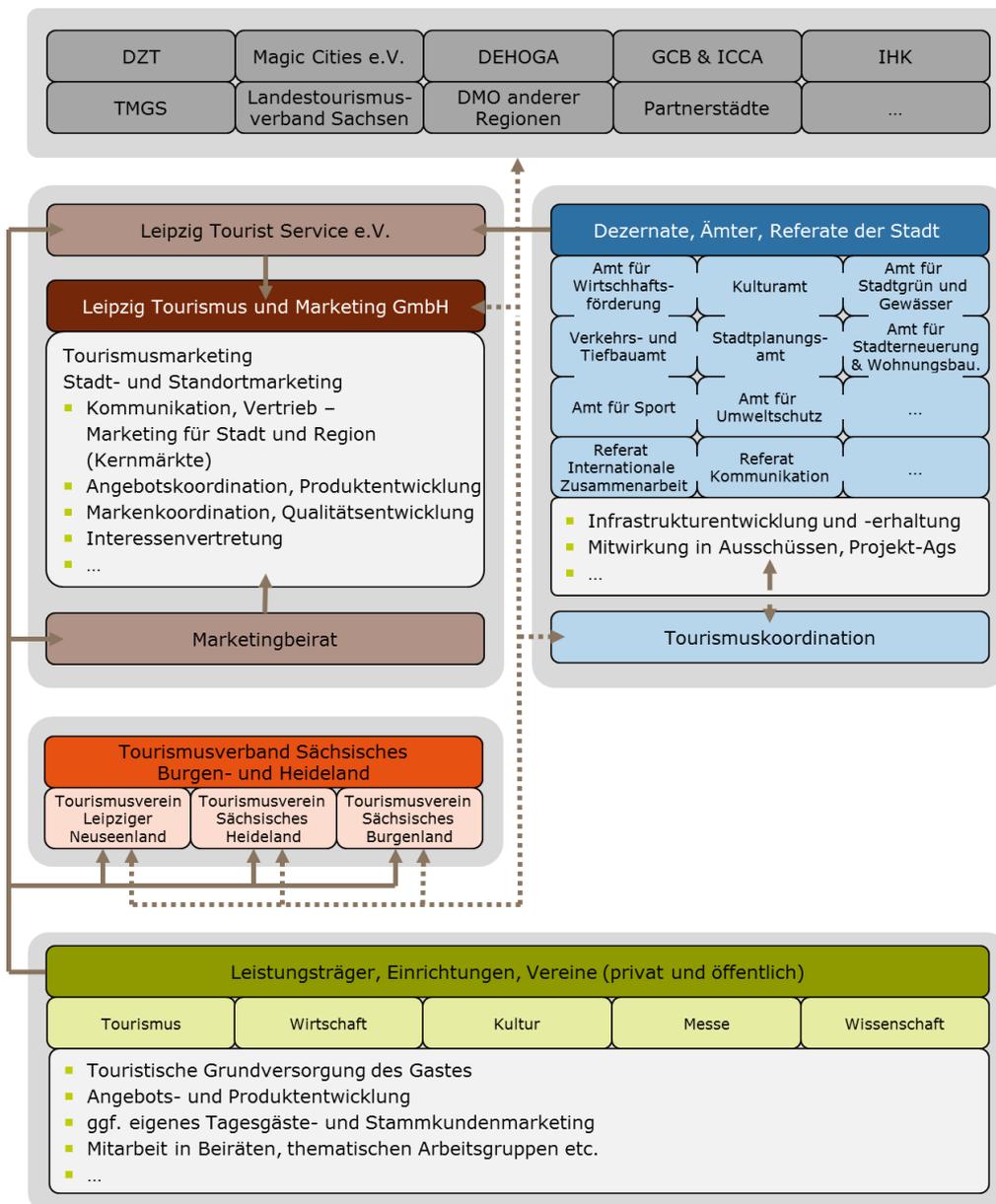
© www.leipzig.travel

4.6 Organisation und Kooperation (Tourismus Stadt Leipzig)

Wesentliche touristische Akteure der Stadt Leipzig zur Sicherung und Weiterentwicklung des Tourismus sind

- die Stadt Leipzig mit ihren Dezernaten, Ämtern und Referaten,
- die Leipzig Tourismus und Marketing GmbH sowie
- die touristischen Leistungsträger und Einrichtungen der Stadt und der Region.

Abb. 45 Struktur des Tourismus in der Stadt Leipzig



© BTE 2014; Anmerkungen: Pfeile – personelle Vertretung, gestrichelte Pfeile – Kooperation; Erklärungen: DZT – Deutsche Tourismus Zentrale, DEHOGA – Deutscher Hotel- und Gaststättenverband, GCB – German Convention Bureau, ICCA – International Congress and Convention Association, IHK – Industrie- und Handelskammer, TMGS – Tourismus Marketinggesellschaft Sachsen, DMO – Destinationsmanagementorganisation

Schwerpunkt der Arbeit der Stadt Leipzig im Bereich Tourismus ist die Entwicklung und Unterhaltung der touristischen Infrastruktur. Dabei besitzen die verschiedenen Dezernate, Ämter und Referate ganz unterschiedliche – zum jeweiligen Bereich zugehörige – Zuständigkeiten und der Tourismus nimmt in den jeweiligen Ämtern eine ganz unterschiedliche Stellung ein. Um eine Koordinierung der verschiedenen touristischen Fragestellungen zu ermöglichen, wurde im Jahr 2013 die Stelle einer Tourismuskoordination eingerichtet.

Am 01.01.2008 wurde nach Abschluss der Integration das operative Geschäft des Leipzig Tourist Service e.V. (LTS e.V.) in die ehemalige Marketing Leipzig GmbH integriert, die nach erfolgter Umfirmierung als Leipzig Tourismus und Marketing GmbH (LTM GmbH) im Markt auftritt. Damit wurde die Konzentration der Aktivitäten im Tourismus-, Stadt- und Standortmarketing in einer einheitlichen Organisationsstruktur vollzogen. Der LTS e.V. blieb als Verein erhalten und übernahm über seinen Vorstand die Steuerungs- und Kontrollfunktion der GmbH. Die LTM verfolgt die Förderung des Tourismus-, Veranstaltungs- und Kongresswesens sowie die Imagekommunikation und Standortwerbung in Leipzig und der Region.

4.7 Blick in die Region Leipzig

Freizeitwegenetz zwischen Stadt und Region

Leipzig und die Region sind in Bezug auf die Anbindung auf der Straße und Schiene gut miteinander vernetzt (vgl. Kapitel 4.1 Struktur und Erreichbarkeit). Auch im Freizeitwegenetz sind Stadt und Region über verschiedene Radfernwege/-routen auf dem SachsenNetz Rad, über regionale Routen sowie über Pilgerwege verbunden. Insgesamt ist die Region von einem Netz an Freizeitwegen durchzogen. Eine einheitliche Beschilderung, Wegepflege und Serviceeinrichtungen an den Wegen werden als wichtige Bedarfe formuliert und angesehen.

Sehenswürdigkeiten in der Region Leipzig

Ergänzend zur Stadt finden sich in der Region Leipzig zahlreiche touristische Attraktionen, die aber oftmals den städtischen Bewohnern selbst noch zu unbekannt sind. Dabei stellt sich die **Region** zunehmend in den **Themen Aktiv, Wasser und Kultur** auf.

Eine umfassende Darstellung der Stärken und Schwächen der touristischen Infrastrukturen und Angebote der Region, sind in den Ergebnispapieren zur Marketingstrategie für die Region Leipzig sowie zusammengefasst in der Destinationsstrategie dargelegt. Zu den touristischen Angeboten lässt sich zusammenfassen (Auswahl):

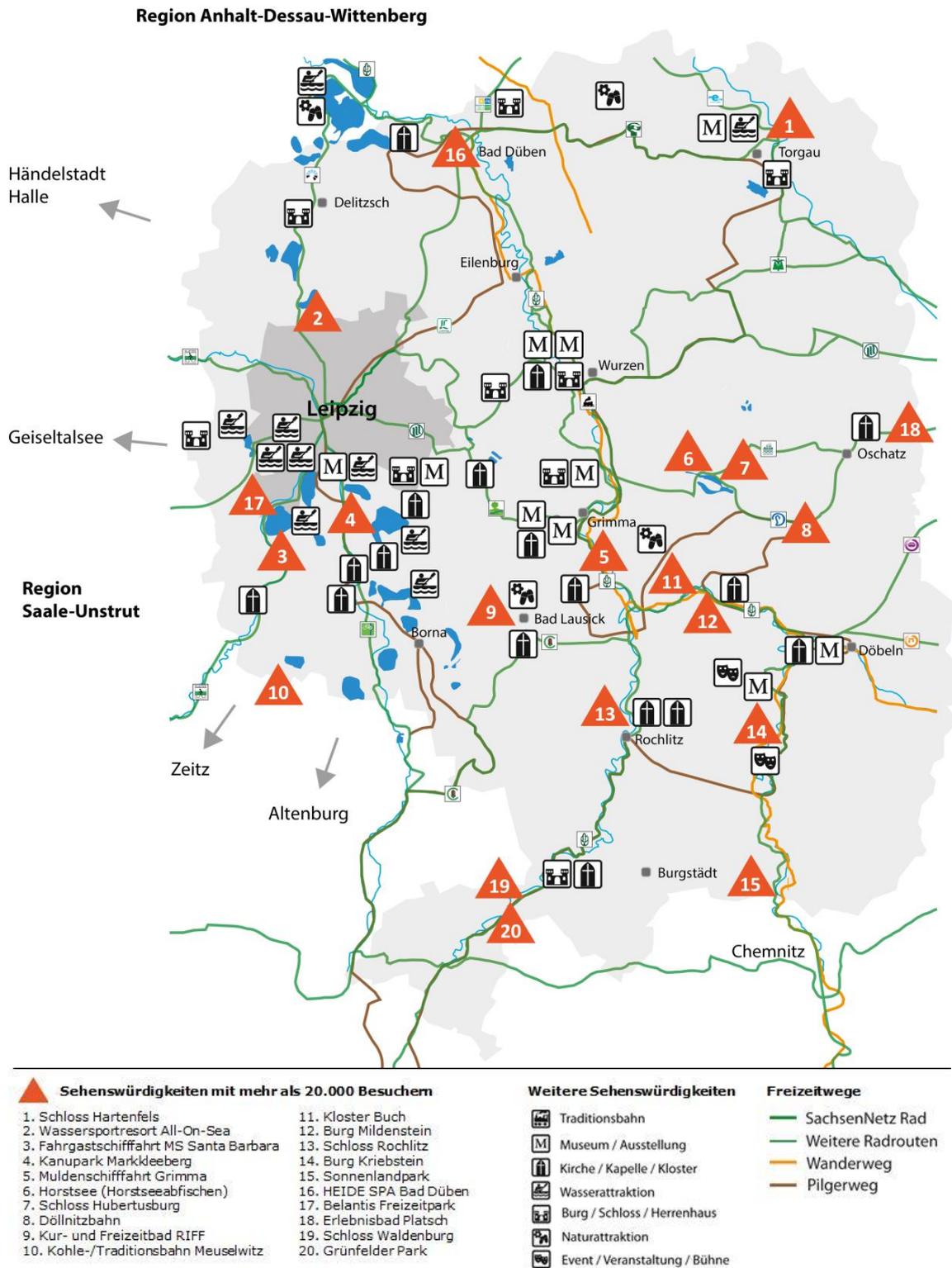
Abb. 46 Ausgewählte Infrastrukturen und Angebote in der Region Leipzig

Thema	Highlight-Infrastruktur	Weitere Angebote
Wasser	<ul style="list-style-type: none"> ■ Kanupark Markkleeberg ■ Wassersport Resort All-on Sea ■ Künftig: Gewässerverbund Leipziger Neuseenland 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Elbe, Mulde, Zschopau, zahlreiche Seen als natürliches Angebot ■ Fahrgastschiffahrt, Kanufahren, Rudern, Paddeln, Schlauchboot, Wasserski u.v.m. Wasseraktivitäten, weitere in Planung ■ Touren insb. im Leipziger Neuseenland buchbar
Kultur	<ul style="list-style-type: none"> ■ Erlebbare Burgen: Burg Kriebstein, Hubertusburg sowie Burg Mildenstein, Schloss Rochlitz, Schloss Hartenfels etc. ■ Döllnitzbahn ■ Überregional ausstrahlende Veranstaltungen, z.B. Highfield Festival ■ Freizeitpark BELANTIS (Leipzig + Markkleeberg) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Zahlreiche kulturelle Objekte ■ Übernachten/Erlebnisfeste auf den Burgen ■ Weitere Kulturthemen mit Angeboten, u.a. <ul style="list-style-type: none"> ▪ berühmte Persönlichkeiten ▪ Bergbau/Landschaftswandel/Industriekultur (z.B. Bergbau-Technik-Park im Leipziger Neuseenland) ▪ Besondere Orgeln ▪ ...
Aktiv/Natur	<ul style="list-style-type: none"> ■ HeideSpa und Waldschänke mit Angeboten zum Thema „Gesund in der Natur“ 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Freizeitinfrastruktur zum Wandern, Radfahren, Reiten ■ Naturpark Dübener Heide mit Naturpark-Haus, JuniorRangerProgramm, Führungen ■ Größtes sächsisches Obstanbaugebiet ■ Geopark Porphyryland im Aufbau ■ Regionsbezogene Events, wie Horstseefischen, Wermisdorfer Gänsemarkt, Mühlentag etc.

Quelle: BTE 2014

Die folgende Abbildung zeigt die Anbindung ausgewählter POIs (Point of Interest) an die Freizeitwege. Die identifizierten POIs sind mehrheitlich an Straße und Schiene angebunden. Sie liegen meist an Flüssen oder Radwegen und sind so auch über das Freizeitwegenetz erreichbar.

Abb. 47 Vernetzung und Anbindung der Points of Interest in der Region Leipzig



© BTE 2014

Zusammenfassend lässt sich sagen:

- Insgesamt wurden 55 POIs mit nationaler und internationaler Bedeutung von den touristischen Regionalvertretern (sowie 16 Kirchen mit besonderen Orgeln) identifiziert. Von diesen POIs verzeichnen 20 jährlich mehr als 20.000 Besucher (Maximum Belantitz 580.000; Kanupark Markkleeberg 350.000 – Stand 2012).
- Der thematische Schwerpunkt der Angebote liegt im Bereich Kultur, aber gerade vielbesuchte POIs haben einen Bezug zum Wasser.
- Der räumliche Schwerpunkt liegt im Leipziger Neuseenland und Sächsischen Burgenland.

Zertifizierte Infrastruktur und Qualität

Ein Blick auf die klassifizierten und zertifizierten Infrastrukturen und Betriebe zeigt, dass in der Region Leipzig, wie auch in der Stadt, noch Potential vorhanden ist:

- Unterkunftsclassifizierung: In der Region Leipzig befinden sich 31 sterneklassifizierte Hotels (DEHOGA-Klassifizierung), fünf sterneklassifizierte Gasthöfe und 24 sterneklassifizierte Ferienwohnungen (jeweils DTV-Klassifizierung). Schwerpunkt der klassifizierten Hotels liegt im 3- und 4-Sterne Bereich, der der Ferienhäuser/Ferienwohnungen/Privatzimmer im 4- und 5-Sterne Bereich. Besonders die Zahl der Ferienwohnungen hat sich in den letzten Jahren positiv entwickelt.
- Servicequalität: Mit nur 28 ServiceQualität-Deutschland-Betrieben zeigen sich in der Region Leipzig noch Ausbaupotentiale (Spitzenreiter in Sachsen ist das Erzgebirge mit 53 Betrieben).
- Thematische Zertifizierungen: Momentan weist die Region Leipzig noch keine qualitätsbasierte Themenprofilierung in den Bereichen Wandern (ein Betrieb), Wasser, Land erleben (fünf Betriebe), Gesundheit (vier Betriebe), Familien (fünf Betriebe) auf. Im Bereich Radfahren ist die Region in Ansätzen bereits teilweise gut aufgestellt. So finden sich in der Region 35 Bett&Bike-Betriebe plus zusätzlich 29 radfreundliche Betriebe am Elberadweg. Ein flächendeckendes Netz an radfreundlichen Einrichtungen ist noch nicht zu erkennen. Positiv hervorzuheben sind die acht zertifizierten Tourist-Informationen.

Touristische Kennzahlen³⁴

Im Jahr 2013 waren in der Region Leipzig 305 Betriebe³⁵ geöffnet, die insgesamt 14.678 Gästebetten anboten. Die **durchschnittliche Auslastung** lag bei 37,7%.

Die Region Leipzig ist jedoch von seiner Angebotsstruktur im Beherbergungsbereich als sehr heterogen zu bewerten. Eine Betrachtung der Kommunen mit gewerblichen Beherbergungsbetrieben zeigt: Im überwiegenden Teil der Region Leipzig gibt es Kommunen mit bis zu maximal zwei Beherbergungsbetrieben mit mindestens zehn Betten. Die Kommunen mit mehr als 600 Betten sind sehr konzentriert auf die Kur- und Erholungsorte sowie Kommunen im direkten Umfeld von Leipzig.

Die touristische Entwicklung der Region Leipzig lässt sich ebenso wie die der Stadt als sehr positiv beurteilen. So konnten in den gewerblichen Beherbergungsbetrieben von 2003 bis 2013 +22% mehr Gäste für einen Aufenthalt gewonnen werden. Insgesamt wurde im Jahr

³⁴ Vgl. Statistisches Landesamt Sachsen 2013

³⁵ Beherbergungsstätten mit mindestens zehn Betten, Campingplätzen mit mindestens zehn Stellplätzen; Stichtag 31.07.2013

2013 eine Zahl von ca. 647.000 Ankünften und 1,94 Mio. Übernachtungen in der Region Leipzig erreicht.

Die Region kann als klassisches Kurzreise- und Wochenendreiseziel eingestuft werden. Die **durchschnittliche Aufenthaltsdauer** liegt in der Region bei 3,0 Tagen. Werden die Kur- und Erholungsorte noch herausgerechnet, liegt die durchschnittliche Aufenthaltsdauer sogar nur bei ca. 2,3 Tagen

Mit einem Blick auf die **ausländischen Gäste** zeigt sich in der Region noch Wachstumspotential. Bisher machen die ausländischen Reisenden nur 3,6% der Ankünfte und 2,3% der Übernachtungen aus. Sie entstammen mit jeweils mehr als 3.000 Übernachtungen aus der Tschechischen Republik, Österreich und Italien sowie mit mehr als 1.000 Übernachtungen aus der Schweiz, Polen, den Niederlanden, Russland und Frankreich.

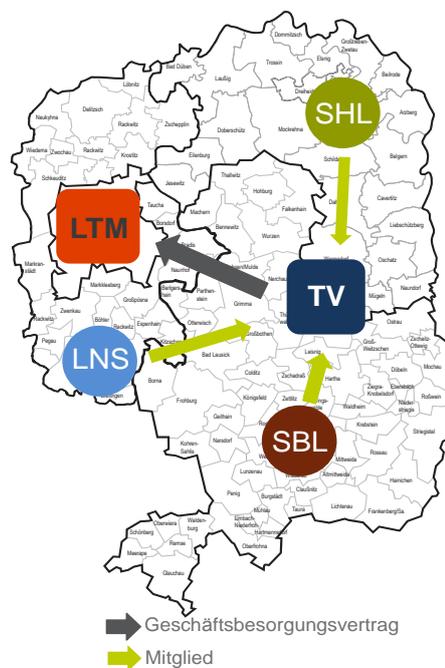
Organisation und Kooperation

Die Leipzig Tourismus und Marketing GmbH (LTM) und der Tourismusverband Sächsisches Burgen- und Heideland e.V. (TV SBUHL) unterzeichneten am 12. Juli 2013 einen Geschäftsbesorgungsvertrag zur Intensivierung ihrer Kooperation. Damit wurde der Grundstein für eine leistungsstarke Marketingkooperation der Stadt Leipzig und der umliegenden Region gelegt. Die LTM erhält damit den Auftrag, die Region als Ganzes professionell zu vermarkten.

Die Organisationsstrategie von Stadt und Region Leipzig sieht vor, dass eine DMO verantwortlich ist für beide Destinationen – Stadt Leipzig und Region Leipzig. Die strukturelle und organisatorische Vernetzung zur Bündelung von Ressourcen und Aufgaben zeigt folgende Übersicht:

Abb. 48 Organisationsmodell Region Leipzig

- **Kommunen organisiert in drei Regionsvereinen: LNS, SBL, SHL**
- **Grundfinanzierung des Marketings über Mitgliedsbeiträge in Regionsvereinen: KEINE NEUE STRUKTUR, sondern über bestehende Vereine.**
- Regionsvereine Mitglied im Tourismusverband
- **Der Tourismusverband bleibt erhalten:** Konzentration auf Infrastrukturförderung, Qualitätssicherung und Beauftragung der Marketingaktionen bei der LTM. Aufgaben nur noch nach innen.
- **Konzentration und Bündelung der Kräfte:** Starke Partner arbeiten zusammen. TV überträgt Marketing und kommunale Grundfinanzierung der Kommunen an die LTM.



© BTE 2013; Legende: LNS = Tourismusverein Leipziger Neuseenland e.V.; SHL = Tourismusverein Sächsisches Heideland e.V.; SBL = Tourismusverein Sächsisches Burgenland e.V.; LTM = Leipzig Tourismus und Marketing GmbH; TV = Tourismusverband Sächsisches Burgen- und Heideland e.V.

4.8 Bewertung der Ergebnisse und SWOT-Profil

4.8.1 Bewertung und Leipzig im Vergleich

Struktur und Erreichbarkeit

Leipzig hat seit den 1990er Jahren viel Veränderung erlebt. Gerade in den letzten 10-15 Jahren lässt sich strukturell eine positive Veränderung der Wirtschafts-, Einwohner- aber auch der Tourismusedwicklung feststellen. Dabei verzeichnet Leipzig einen kontinuierlichen Imagegewinn.

Die Lage der Stadt Leipzig kann insgesamt als sehr positiv bewertet werden. Die überregionale Anbindung auf der Straße und Schiene ist gut. In der Vernetzung mit dem Umland zeigt sich ein ausgebautes Bundes-, Land- und Kreisstraßennetz. Der ÖPNV in der Stadt Leipzig ist mit S-Bahn, Straßenbahnen und Bussen ausreichend. Mit dem „Citytunnel“ hat das S-Bahn-Netz in der Region einen deutlichen Qualitätsschub erfahren, auch wenn einzelne Orte und POIs, insbesondere an den Wochenenden und in den Schulferien, noch mangelhaft angebunden sind.

Leipzig bietet insgesamt eine sehr gute Ausgangssituation als Tagesausflugs- und Kurzreiseziel sowie in Kombination mit der Region als Urlaubsreiseziel.

Touristische Infrastruktur und Angebote

Eine umfassende angebotsseitige Benchmark-Analyse mit den weiteren Magic Cities in Deutschland ist nicht Bestandteil dieses Tourismuskonzeptes. Auf Basis der Angebotsanalyse lässt sich aber vergleichsbezogen zusammenfassen:

- Mit der Neuen Messe, dem Messe- und Kongresszentrum, verschiedenen Tagungszentren sowie den Kongress- und Tagungshotels ist Leipzig **im Bereich moderne Messe- und Kongressinfrastruktur gut aufgestellt**. Nach der Restaurierung der Kongresshalle steht ein weiterer hochwertiger Standort für Kongresse/Tagungen zur Verfügung.
- Die Stadt beherbergt eine **reiche kulturelle Infrastruktur** mit vielen Sehenswürdigkeiten. Sie besitzt, wie die anderen Magic Cities auch, ein reiches Angebot an Museen, Theatern und Kleinkunstspielstätten, ein Opernhaus (Opern- und Ballettvorstellungen) sowie die Musikalische Komödie (Operetten- und Musicalvorstellungen), eine Veranstaltungsarena sowie verschiedene Festivitäten und Veranstaltungen. Leipzig beherbergt keinen Musical Dome (wie Hamburg, Köln oder Stuttgart), kein/e Burg/Schloss/Herrenhaus oder kein Science Center. Dafür zeichnet sich die Stadt durch eine besondere **Kompetenz im Bereich Musik** aus. Diese baut auf die musikalische Tradition Leipzigs als Wirkungsort zahlreicher Komponisten auf und spiegelt sich in einem qualitativen und breiten Musikangebot unterschiedlicher Musikrichtungen wieder. Die Musikeinrichtungen in Leipzig, wie das Gewandhaus zu Leipzig oder der Thomanerchor, genießen Weltruhm. Leipzig ist zudem ein Ort an dem zahlreiche **bedeutende Geschichtseignisse** (u.a. Völkerschlacht und Friedliche Revolution) stattfanden. Die Geschichtsstandorte sind noch heute erlebbar und/oder durch Angebote und Veranstaltungen inszeniert. Gerade mit der Herausbildung der kreativen Milieus und der besonderen **Szenekultur** entwickelte sich Leipzig ergänzend mehr und mehr zu einer Stadt, die auch bei jüngeren Reisenden „in“ ist.

- Leipzig besitzt, wie die anderen Großstädte auch, aufgrund seiner attraktiven Freiräume und ihrer bereits guten Vernetzung (Grünachsen) eine gute Ausgangsbasis für Aktivmöglichkeiten zum Spazieren, Radfahren, Bootfahren. Durch die Freilegung der verschiedenen Wasserwege, die Umsetzung des Gewässerverbundes und der im Umfeld befindlichen Seenlandschaft entwickelt sich in Ergänzung der grünen Achsen eine **erlebbar blaue Achse durch die Stadt**, die ein attraktives Angebot für die Gäste schafft und so nur in wenigen Städten zu finden ist. Das viele Grün der Parks und der mitten in der Stadt erlebbare Auwald ergänzen die Aufenthalts- und Erholungsqualität Leipzigs.
- Insgesamt bietet Leipzig eine attraktive **Kombination von Städte- und Freizeittourismus**. Die Innenstadt und das historisch bedeutende Stadtbild, die kulturellen Attraktionen, der Zoo Leipzig, der Belantis Freizeitpark, die Sachsen-Therme, die gastronomischen Angebote, die Shoppingmöglichkeiten sowie die bestehenden und zukünftigen Erholungsmöglichkeiten im Leipziger Neuseenland schaffen eine besondere Erlebnis- und Erholungsqualität.

Klassifizierte und zertifizierte Betriebe

Abb. 49 Leipzig im Magic City-Vergleich – Klassifizierungen/Zertifizierungen

	Berlin	Hamburg	München	Köln	Frankfurt am Main	Düsseldorf	Stuttgart	Leipzig	Dresden	Hannover	Nürnberg
Unterkunftsklassifizierung (Sterne)											
Hotels	>230	128	154	99	94	90	70	40	64	47	52
Gästehäuser/Gasthöfe/Pensionen	1	0	0	0	0	0	0	1	2	1	0
Ferienhäuser/-wohnungen/Privatzimmer	32	6	2	0	0	0	0	1	12	0	1
Campingplätze	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0
Servicequalität											
ServiceQualität Deutschland	39	30	25	14	11	7	12	17	48	12	14
Thematische Zertifizierungen (Auswahl)											
I-Marke	2	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0
Bett&Bike Betrieb	29	15	6	14	7	10	5	4	24	8	7
Wellness Hotels Deutschland, Deutsches Wellness Zertifikat, Wellness Stars	2	2	4	2	0	3	1	0	0	0	2
VDR certified business hotels	34	18	11	10	12	6	8	8	5	12	2
VDR certified conference hotels	33	18	9	6	14	7	8	5	5	8	3
VDR certified green hotels	13	6	5	2	1	0	2	3	1	2	0
DeGefest	2	0	1	1	1	1	1	0	1	2	0
GCB Green Meeting	15	12	12	8	15	9	7	5	7	9	5
GCB Weitere	25	9	15	8	22	14	5	6	4	5	5
Green Globe	6	4	2	0	3	2	2	1	0	1	0
Gelbe Welle	68	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Blaue Sterne	1	4	0	1	0	1	0	0	0	0	0

Quelle: Homepages, Stand 27.07.2014; Anmerkung: In wenigen Fällen sind im Internet nur ein Teil der klassifizierten und zertifizierten Betriebe dargestellt; alle dargestellten Zahlen sind eine Momentaufnahme; Sortierung der Städte nach Einwohnerzahlen

Im Vergleich der Magic Cities in Deutschland besitzt Leipzig eine ähnliche Struktur an klassifizierten bzw. zertifizierten Betrieben, wie die Städte Hannover und Nürnberg, die eine vergleichbare Tourismusintensität besitzen. Vergleichbar bei der Tourismusintensität sind auch Dresden und Köln, sie weisen jedoch deutlich mehr Qualitätsbetriebe auf.

Leipzig bildet unter den Magic Cities mit 41 zertifizierten Hotels das Schlusslicht bei den Unterkunftszertifizierungen. Die Gesamtanzahl der zertifizierten Gastehäusern, Gasthöfen, Pensionen, den Ferienhäusern/-wohnungen und Privatzimmern sowie Campingplätzen ist so gering, dass sich in Bezug auf den Stellenwert Leipzigs innerhalb der Magic Cities keine Aussage treffen lässt. Bei der Zahl an ServiceQ-Betrieben befindet sich Leipzig im Mittelfeld der Magic Cities. Im Bereich thematische Zertifizierungen ist Leipzig unterschiedlich gut aufgestellt. Leipzig hat die geringste Anzahl an Bett&Bike zertifizierten Betrieben. Bei einem Durchschnitt von zwölf zertifizierten Betrieben der Magic Cities, liegt Leipzig mit vier Betrieben weit darunter. Bei den Business-Zertifizierungen ist Leipzig besser als Dresden und Nürnberg und beinahe so gut wie Stuttgart aufgestellt.

Touristische Nachfrage

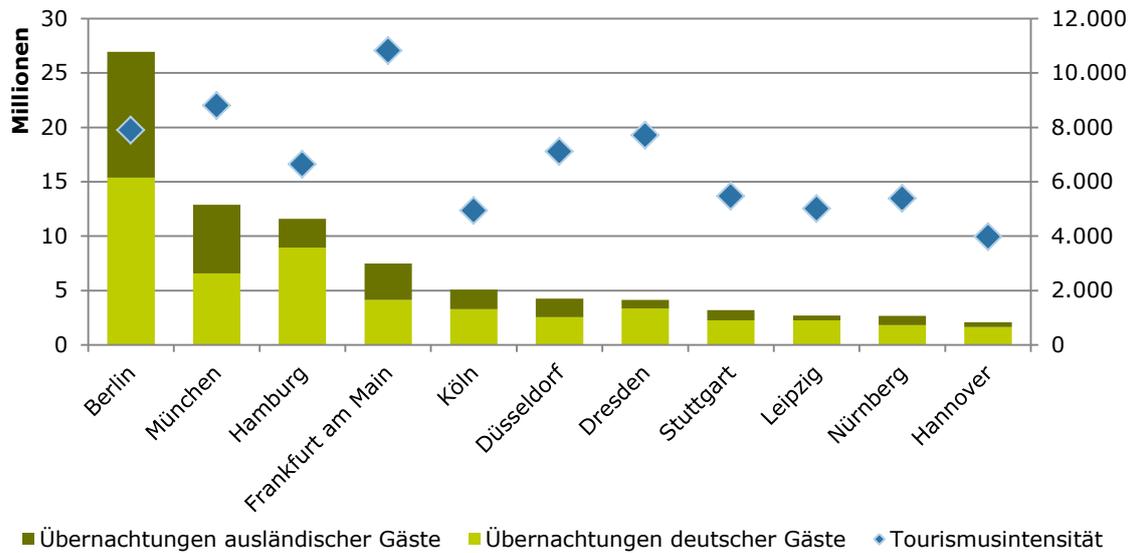
Bei der touristischen Nachfrage hat sich Leipzig in den vergangenen Jahren sehr positiv entwickelt und regelmäßig neue Rekordzahlen vorgelegt.

Im Vergleich der Magic Cities in Deutschland steht Leipzig aktuell bei den Übernachtungen auf Platz 9 von 11 und hat die Stadt Nürnberg überholt. Besonders bei den Übernachtungen verzeichnet Leipzig ein überdurchschnittliches Wachstum in den letzten zwei Jahren und gehört mit Berlin und Hamburg zu den wachstumsstärksten Magic Cities.

Beim Anteil der Übernachtungen ausländischer Gäste an den Gesamtnächtigungen stellt Leipzig noch das Schlusslicht dar.

Hinsichtlich der Aufenthaltsdauer und der Auslastung liegt Leipzig im Durchschnitt.

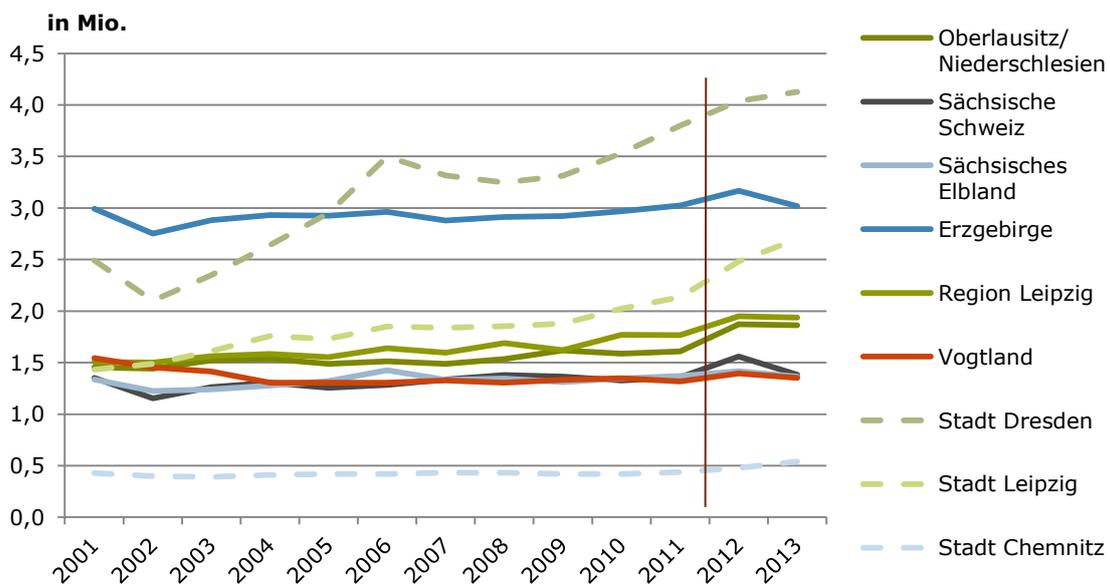
Abb. 50 Leipzig im Magic City-Vergleich – Übernachtungen



Quelle: BTE 2014, Datenbasis: Statistische Landesämter 2013; Anmerkungen: Die Tourismusintensität ist ein Indikator für die touristische Attraktivität einer Stadt in Relation zu ihrer Größe bzw. ihren Einwohner (Übernachtungen je 1.000 Einwohner)

Einen Vergleich der Destinationen in Sachsen zeigt die folgende Abbildung. Fast 15% aller Übernachtungen im Freistaat entfallen auf die Stadt Leipzig. Sie belegt damit Platz 3 nach Dresden und dem Erzgebirge. Dabei zeigt Leipzig im Vergleich zu 2001 das positivste Wachstum an Übernachtungen mit +88%.

Abb. 51 Entwicklung der Übernachtungen der Destinationen Sachsens



Quelle: BTE 2014, Datenbasis: Statistische Landesämter 2013; Anmerkungen: veränderter Berichts-kreis ab 2012; städtische Destinationen sind gestrichelt dargestellt

Bewertung Organisation und Kooperation

Zwar besitzen die Großstädte Deutschlands touristische Strategiepapiere und Marketingstrategien, aber nur wenige Großstädte stellen sich der Aufgabe, ein touristisches Entwicklungskonzept zu erarbeiten, um ämterübergreifend die touristischen Angebote und Infrastrukturen in eine gemeinsame Richtung zu entwickeln. Durch das vorliegende Strategiepapier hebt sich die Stadt damit von den Wettbewerbern ab.

Die Stadt Leipzig hat parallel dazu mit der Stelle des Tourismuskordinators einen guten Schritt getan, um Fäden „zusammenlaufen zu lassen“.

Auch die Zusammenführung der Aufgaben im Standort- und Tourismusmarketing in einer GmbH (Leipzig Tourismus und Marketing GmbH) kann als sehr positiv bewertet werden.

Stadt und Region vernetzt

Die gemeinsame Vermarktung von Stadt und Region wird zunehmend zum Thema für Großstädte, um den potentiellen und tatsächlichen Gästen weitere Angebote zu offerieren und Synergien zu nutzen. Am konsequentesten vollzieht das bisher die Region Stuttgart. Auch Leipzig und Region wollen diesen Schritt gemeinsam gehen. Dazu haben sich die Destinationen Leipzig und Region Leipzig (vormals Sächsisches Burgen- und Heide-land) in einem zwei-jährigen Destinationsentwicklungsprozess zu einer strukturellen Einheit zusammengefunden. Unterschiedliche Zielgruppen (Motivation, Quellmarkt etc.) können so besser und effektiver, orientiert an den Kundenbedürfnissen, angesprochen werden. Synergien bzgl. des Einsatzes der Ressourcen wie auch eine verbesserte Kooperation im Bereich der Angebotsentwicklung erhöhen die Effektivität. Dabei kann das touristische Organisationmodell zur Vermarktung von Stadt und Region Leipzig als Vorreitermodell in Deutschland verstanden werden.

4.8.2 Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken

Ableitend aus den Analyseergebnissen, dem SWOT-Profil aus der aktuellen Marketingplanung 2014 und der Destinationsstrategie 2012 sowie den identifizierten Stärken und Schwächen aus dem Integrierten Stadtentwicklungskonzept lassen sich die folgenden Stärken und Schwächen sowie Chancen und Risiken aus touristischer Sicht zusammenfassen.

Abb. 52 Zusammenfassende SWOT

Stärken und Potentiale	Schwächen und Bedarfe
Messe- und Kongresstourismus in der Stadt Leipzig	
<ul style="list-style-type: none"> ■ Traditionsreicher Messeplatz ■ Universitätsstadt ■ Sehr gute Messe- und Kongressinfrastruktur, nach der Restaurierung der Kongresshalle steht ein weiterer hochwertiger Standort für Kongresse und Tagungen zur Verfügung sowie moderne Kongress- und Tagungshotels ■ Sehr gute Infrastruktur auf der Schiene (mit City-Tunnel und neu strukturiertem S-Bahn-Netz in die Region) und Autobahn (Leipziger Autobahnring mit A9, A14 und A38) sowie internationalem Flughafen (mit neuer Frequenz der Flugzeuge auch in internationale Drehkreuze) ■ Leipziger Buchmesse mit ihrem Programm „Leipzig liest“ ■ Starke Position als Geschäftsreisedestination (65-70% Geschäftsreisen, 25-30% Privatreisen) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Anteil der internationalen Gäste ist abhängig von großen Leitmessen und der Anzahl von Kongressen und Tagungen mit internationaler Beteiligung im jeweiligen Jahr und im Vergleich zu westdeutschen Großstädten noch gering ■ Hotelkapazitäten bei hochfrequenten Messen, Kongressen und Veranstaltungen häufig nicht ausreichend, besonders im 4- und 5-Sterne-Segment ■ Fluganbindung mit Schwächen im Angebot an Direktflügen und Frequenz in Drehkreuze (Anbindung innerdeutscher und europäischer Destinationen im Linienflugverkehr ist auslastungsabhängig) ■ Anzahl mittelständischer Unternehmen gering, große und internationale Unternehmen mit eigener Firmenzentrale fehlen

Stärken und Potentiale	Schwächen und Bedarfe
Städtetourismus in Leipzig	
<ul style="list-style-type: none"> ■ Hervorragendes Musik- und Kulturangebot mit einzigartiger Tradition, zahlreichen Originalorten und Klangkörpern und hochkarätigen Festivals sowie Kunst- und Kulturevents ■ Vielfältiges Beherbergungsangebot in versch. Standards, sehr gute Hotels in verschiedenen Standards (aber starke Konzentration auf Geschäftsreisende) ■ Vielfältige Freizeitaktivitäten und besondere touristische Attraktionen, insb. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Zoo Leipzig mit der europaweit einzigartigen Tropenerlebniswelt Gondwanaland als überregionaler Besuchermagnet ▪ Belantis Vergnügungspark ▪ Völkerschlachtdenkmal ▪ Panometer ■ Stadt der Friedlichen Revolution ■ Kompakte, architektonisch hoch attraktive Innenstadt mit vielen Sehenswürdigkeiten ■ Sehr gute, vielseitige Gastronomie mit Leipziger Produkten und Szenemeilen ■ Umfangreiche Shoppingmöglichkeiten (Passagen und Messehöfe sind einzigartig in Deutschland) ■ Leipziger Neuseenland und die erste durchgängig befahrbare Wasserroute des Gewässerverbunds mit perspektivisch hohem Wachstumspotential ■ Lebendige und dynamische Szene- und Stadtkultur sowie Leipziger Kunstszene ■ Innerstädtische Gründerzeitviertel, die in ihrer Vollständigkeit so nur noch in wenigen Städten vorhanden sind als Potential ■ Sehr gute Erholungsqualität durch viel Grün und zahlreiche Parks ■ Positive Nachfrageentwicklung ■ hohe Effizienz im Tourismus-, Stadt- und Standortmarketing, durch die Bündelung der Aufgabenbereiche in einer Gesellschaft ■ Schritt zur gemeinsamen Vermarktung und Zusammenarbeit von Stadt und Region (touristisches Organisationsmodell als Vorreitermodell in Deutschland) – Mit der Bildung einer wettbewerbsstarken, überregional ausstrahlenden Destinationsmanagementorganisation Leipzig und Region Leipzig kommen neue signifikante Vermarktungspotentiale für die Stadt und die Region zum Tragen 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Bekanntheitsgrad noch ausbaufähig, fehlende „Leipzig-Kenntnisse“ im Ausland und in Westdeutschland ■ „Konjunkturstable“ Anteile der Privatreisen liegt in Leipzig nur bei 30-35% ■ Anzahl mittelständischer Unternehmen gering, große und internationale Unternehmen mit eigener Firmenzentrale fehlen ■ Regelmäßige und besucherstarke Events, wie in anderen Großstädten üblich, z.B. Musicals etc. fehlen ■ Teilweise zu starke Ausrichtung der Hotelbetriebe auf das Segment der Geschäftsreisenden ■ Optimierungspotentiale zur Busparkplatzsituation, Radinfrastruktur (Leitsystem Rad, Abstellanlagen etc.) ■ Aktivschiene wird aktuell nur peripher vermarktet ■ Nutzungskonflikte (z.B. Natur und Tourismus, Nutzungsarten der Wege) ■ Unterschiedlicher Beteiligungsstand in der Region Leipzig an der gemeinsamen Destinationsmanagementorganisation der Stadt Leipzig und der Region Leipzig
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> ■ Deutschlandurlaub im Trend ■ Trend hin zu kürzeren und häufigeren Reisen: wachsende Bedeutung von Tagesreisen und Kurzurlaub sowie von Städtereisen ■ Verbesserte Erreichbarkeit Leipzigs durch die Anbindung des Flughafens Leipzig/Halle an die internationalen Drehkreuze Amsterdam, Istanbul, Zürich und Paris ■ Bleibendes Wirtschaftswachstum und der Abbau der Arbeitslosigkeit beleben die Binnennachfrage auch im touristischen Sektor ■ Zunehmender Anteil von Senioren als interessante Zielgruppe 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Die vollständigen Auswirkungen der globalen Weltwirtschaftslage (u.a. Fukushima-Unfall, Rating-Herabstufung der USA, Finanzprobleme einzelner EU-Mitgliedsländer) auf das Reiseverhalten, insbesondere im Geschäftsreisebereich, sind schwer absehbar, da weiter nach Einsparungspotentialen bei Unternehmen (Kostenreduktion bei Geschäftsreisen, Kongressen, Messteilnahmen) gesucht wird ■ Verstärkte Aktivitäten der Konkurrenzstädte mit hohen Budgets ■ Sehr starker nationaler und internationaler Wettbewerb um Messen und Kongresse

Stärken und Potentiale	Schwächen und Bedarfe
<ul style="list-style-type: none"> ■ Gäste suchen vermehrt nach lokaler Besinnung und traditionellen Angeboten - Stadtkultur, Szene in Leipzig etc. ■ Durch die Kooperation mit der Region können attraktive kombinierte Angebote zwischen wassertouristischem Aufenthalt und kulturellen Landgängen geschaffen werden – Einbindung des „Megatrends Kultur“ in die Angebote ist gut möglich 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Starker Wettbewerb im internationalen Umfeld der Städtereisen durch „Low Cost Airlines“ ■ Schlechtes Ost-Image in Westdeutschland und fehlende „Leipzig-Kenntnis“ ■ Differenzierung und Diversifizierung der Motive schaffen multioptionales Reiseverhalten (Gast sucht Abwechslung und hat mehrere Wünsche gleichzeitig), die es zu befriedigen gilt ■ Nähe der Ländergrenze teilweise als Entwicklungsbehinderung (beeinflussen Förder- und Projektgebiete, länderübergreifende Projekte sind teilweise mit großen Herausforderungen verbunden)

5 Strategie

5.1 Vision

Die Vision beschreibt allgemein das Wunschbild von einem zu erreichenden Sollzustand in der Zukunft. Die Vision fungiert als Rahmen für die angestrebten Ziele.

In einer Zukunftswerkstatt wurde mit fast 30 Schlüsselakteuren aus Stadt und Region eine Vision für den Tourismus erarbeitet. Fokus wurde bewusst auf Stadt und Region gelegt. Leipzig Stadt, wie auch Leipzig Region besitzen eigene Potentiale, aber gerade im Zusammenspiel können noch mehr Synergien genutzt werden. Die erarbeiteten Zukunftsbilder von Stadt und Region wurden als Blick in die Zukunft in das Jahr 2020 gezeichnet. Die Ergebnisse der Diskussionen sind in einer fiktiven oder ggf. künftig realen Presseinformation aufbereitet. Diese ist dem Anhang zu entnehmen.

Aufbauend auf die gemeinsame Vision für Stadt und Region sowie den Erkenntnissen der Stärken aber auch Chancen und Bedarfen der Stadt Leipzig, lassen sich die folgenden Leitlinien zusammenfassen:

Abb. 53 Leitlinien der Tourismusedwicklung für die Stadt Leipzig



© BTE 2014; Bildquellen: LTM-Schmidt, pixelio - Rainer Sturm, LTM-Bader, www.leipzig.travel, pixelio - Rainer Sturm, BTE

5.2 Ziele zur Weiterentwicklung des Tourismus der Stadt Leipzig

Die Tourismusedwicklung der Stadt Leipzig orientiert sich bereits seit langem an formulierten Zielwerten, auf deren Erreichen stetig hingearbeitet wird.

Basis der Arbeit der touristischen Akteure der Stadt bilden bereits aktuell die folgenden Zielformulierungen bestehender Konzepte.

- Aktuelle Ziele im Bereich Tourismus des Fachkonzeptes Wirtschaft und Beschäftigung im **Integrierten Stadtentwicklungskonzept Leipzig 2009**
- Zielsystem des jährlichen **Marketingplans der Leipzig Tourismus und Marketing GmbH** (= Ziele der Destinationsstrategie 2012)

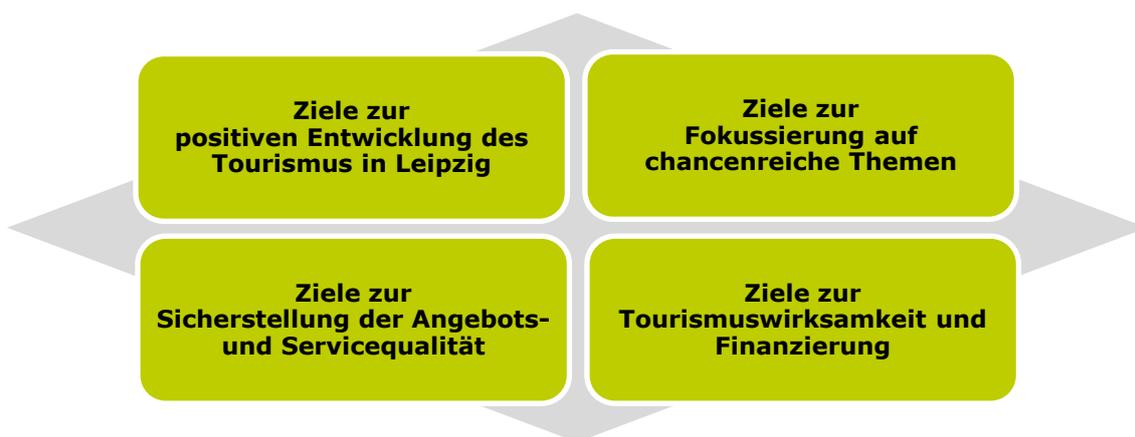
Darüber hinaus bestehen als Rahmen:

- Vorgaben der **Tourismusstrategie 2020 des Freistaates Sachsen**
- Zielsystem des **Marktforschungskonzeptes zum Sachsen-Tourismus** mit Fokus auf Zielbereiche mit definierten DMO-Kennzahlen
- Mögliche neue Ziele als Ableitung aus der **Zukunftswerkstatt** sowie der Analyseergebnisse des Tourismuskonzeptes für die Stadt Leipzig

Die umfassenden, konkreten Ziele sind im Anhang aufgeführt.

Einvernehmen besteht dahingehend, für die Stadt Leipzig kein neues Zielsystem zu entwickeln, sondern die bestehenden Ziele zu reflektieren und ggf. weiterzuentwickeln. Dabei ist die Definition von konkret quantifizierbaren Zielen nach SMART (Specific, Measurable, Accepted, Realistic, Timely = Spezifisch, Messbar, Akzeptiert, Realistisch, Terminierbar) sinnvoll, um Umsetzungserfolge messbar zu machen. Folgende Ziele lassen sich ableitend zur Weiterentwicklung des Tourismus der Stadt Leipzig benennen:

Abb. 54 Zielsystem Stadt Leipzig



© BTE 2014

Ziele zur positiven Entwicklung des Tourismus in Leipzig

- Tagesausflug
 - weitere Festigung der Zahl der Tagesausflügler nach Leipzig
- Übernachtungsgast national
 - Festigung und weitere Steigerung der Anzahl der Gästeankünfte in Leipzig auf > 1,6 Mio.
 - Festigung und weitere Steigerung der Anzahl der Gästeübernachtungen in Leipzig auf > 3,0 Mio.
 - Festigung der Aufenthaltstage der Reisenden bei 1,9 Tagen
 - Erhöhung des Volumens von Privatreisen auf 40%
- Übernachtungsgast international
 - Weitere Positionierung von Leipzig im internationalen Tourismus, ein Anteil von > 20% bei den Übernachtungen wird angestrebt
- Übergreifend
 - Steigerung der Bekanntheit und positiver Markenwerte der Stadt Leipzig

Ziele zur Fokussierung auf chancenreiche Themen

- Messe/Kongress
 - Sicherung der Wahrnehmung Leipzigs als Messe- und Kongressstadt
 - Weitere Profilierung als Kongress- und Tagungsdestination im nationalen und internationalen Maßstab sowie Positionierung unter die TOP 10 der deutschen Kongress- und Tagungsstandorte
 - Weiterentwicklung des Images als nachhaltiger Geschäftsreisestandort
- Musik, Kunst und Kultur
 - Verbesserung der nationalen und internationalen Positionierung als Kulturstandort, insbesondere als Musikstadt
 - Weiterentwicklung Leipzigs als Kunst- sowie junge, dynamische und kreative Szene-Destination
- Freizeiterlebnis sowie Aktiv/Wasser
 - Etablierung Leipzigs als attraktive Einkaufsdestination für Tagesausflüge und Kurzreisen
 - Etablierung Leipzigs als attraktive Städtedestination mit besonderem Freizeitwert
 - Kontinuierliche Schärfung des Profils als Stadt für Aktivitäten auf und am Wasser sowie im Grünen
- Stadt und Region
 - Förderung der Vernetzung von Stadt und Region

Ziele zur Sicherstellung der Angebots- und Servicequalität

- Infrastruktur- und Angebotsentwicklung
 - Sicherung der Erreichbarkeit der Stadt Leipzig sowie der touristischen Ziele über die Schiene, Straße und Luft in einem umweltverträglichen Verkehrsverbund

- Entwicklung und Optimierung von speziellen, zielgruppenorientierten Angeboten und Produkten für Touristen, um signifikante Beiträge zur Stärkung von Hotellerie, Gastronomie und des Einzelhandels sowie der Kultureinrichtungen zu leisten
- Gewährleistung eines breiten qualitativen Beherbergungsmarktes (Camping- und Caravaning, Ferienwohnungen und -häuser, Hotels etc.) sowie Erhöhung der Anzahl vorhandener Betten p.a. in der Destination > 16.000
- Steigerung der Barrierefreiheit bzw. gezielter Aufbau vernetzter barrierefreier Angebote
- Sicherung und Weiterentwicklung der touristischen Erlebnisinfrastruktur, u.a. durch Sicherung eines breiten Kulturangebotes, Qualitätssicherung der touristischen Weginfrastruktur und Grünverbundstruktur, Umsetzung des Gewässerverbundes Leipziger Neuseenlands
- Qualitätsentwicklung
 - Entwicklung eines Qualitätsbewusstseins bei allen touristischen Leistungsträgern
 - Steigerung der Anzahl der Qualitätsbetriebe mit DEHOGA-Klassifizierung > 45% sowie Erhöhung der Zahl weiterer Sterne-Klassifizierungen und Zertifizierungen im Beherbergungswesen (Ferienwohnungen/Ferienhäuser/Privatzimmer, Campingplätze)
 - Steigerung der Anzahl der Qualitätsbetriebe mit ServiceQ-Zertifikat in der Destination > 3%
 - Sicherung einer positiven Gästezufriedenheit, Wiederbesuchsabsicht und Weiterempfehlungsrate

Ziele zur Tourismuswirksamkeit und Finanzierung

- Schaffung von Tourismusakzeptanz und -verständnis bei der Leipziger Bevölkerung
- Erhöhung des Stellenwertes des Tourismus in der Politik
- Verbesserung des Selbstfinanzierungsgrades der Gesellschaft
- Steigerung der Investitionstätigkeit des mittelständischen Beherbergungsgewerbes
- Sicherung Anteil Marketingetat der DMO (ohne Personalausgaben) am Gesamtbudget > 40%
- Sicherung Anteil eigenerwirtschafteter Mittel der DMO am Gesamtbudget > 50%

5.3 Marketingschwerpunkte und Zielgruppen

5.3.1 Strategische Ableitungen zu Marketingschwerpunkten

Die touristische Positionierung der Stadt Leipzig konzentriert sich aktuell auf die folgenden Marketingschwerpunkte (vgl. LTM 2014):

■ Musik- und Kulturstadt

Zahlreiche berühmte Komponisten, der Thomanerchor, das Gewandhaus mit dem Gewandhausorchester, die Oper und die Musikalische Komödie machen u.a. Leipzig zu einer bedeutenden „Musikstadt“ in Europa. Musik ist in verschiedensten traditionellen oder außergewöhnlichen Spielstätten durch zahlreiche Veranstaltungen unterschiedlichster Musikrichtungen das ganze Jahr über in sehr hoher Qualität erlebbar. Die Kommunikation der Musikstadt ist dabei zentraler Bestandteil des touristischen Marketings und die Botschafter der Musikstadt, wie z.B. Gewandhausorchester und Thomanerchor, sind wichtige Türöffner bei der Ansprache von Multiplikatoren im In- und Ausland. Ergänzend bietet Leipzig hervorragende Angebote im Bereich bildende Kunst, u.a. mit seinen Museen, der Hochschule für Grafik und Buchkunst Leipzig sowie der Spinnerei mit zahlreichen Galerien, die von der Kommunikation Leipzigs als Musik- und Kulturstadt profitieren. Zunehmend gewinnt auch das Bild Leipzigs als hippe Szene- und Kunststadt an Bedeutung (spezielle Angebote des Schauspiels Leipzigs, Ateliers und Galerien sowie kreative Projekte etablieren sich mehr und mehr). Als neue Gründer- und Szenemetropole erhält die Stadt in jüngster Vergangenheit ein breites Medienecho. Unter dem Begriff "Hypezig" wird die Stadt als cool und jung, mit unfertigem Charme, als Anziehungspunkt für Kreative und als Ort der Möglichkeiten beschrieben.

■ Messe- und Kongressstadt, pulsierender Wirtschaftsstandort

Aufgrund der hervorragenden Ansiedlungserfolge im Wettbewerb mit anderen Städten hat sich Leipzig das positive Image einer deutschen Wirtschaftsmetropole erworben. International bekannte Namen, wie BMW, Porsche, DHL, Amazon u.a. sprechen für den Standort Leipzig. Mit der Neuen Messe verfügt Leipzig über eine hervorragende Infrastruktur für Ausstellungen und Kongresse und kann als ältester Freihandelsplatz der Welt auf eine jahrhundertealte Tradition verweisen. Im Zusammenspiel mit der Universität, der Wirtschaft sowie den touristischen Partnern aus Hotellerie und Gastronomie und einem hervorragend aufgestellten CCL sollen die Erfolge Leipzig als wichtiger Messe- und Kongress-Standort weiter ausgebaut werden

Ihnen nachgelagert folgen die Bereiche:

■ Historische Höhepunkte

Leipzig ist ein Ort an dem zahlreiche bedeutende Geschichtsereignisse (u.a. Völkerschlacht, Friedliche Revolution) stattfanden und an denen zahlreiche Persönlichkeiten gewirkt haben (u.a. Goethe, Schiller, Bach). Das feierliche Begehen der historischen Höhepunkte sowie bedeutender Ereignisse und Persönlichkeiten der Stadt in **Jubiläen, Festivals und Events** nimmt eine wichtige Rolle in den Marketing-Aktivitäten ein. Hervorzuheben ist: Leipzig ist die Stadt der Friedlichen Revolution. Die Erinnerung an diese Zeit lebendig zu halten und die Friedliche Revolution sowohl touristisch zu nutzen und auch im Innenmarketing die Bürger Leipzigs aktiv in die Thematik einzubinden, ist großes Anliegen im Marketing.

■ „Freizeit- und Wassererlebnis Leipzig“

Nicht alle Zielgruppen lassen sich von der Musikstadt Leipzig und der Kongress- und Messestadt zu einem Besuch Leipzigs motivieren. Hierfür werden die Potentiale genutzt, über die Leipzig z.B. mit dem Zoo, dem asiatischen Panometer und dem Freizeitpark BELANTIS verfügt. Die einmalige Gründerzeitarchitektur, die Innenstadt Leipzigs mit dem deutschlandweit einzigartigem Netz an historischen Passagen und Messehöfen und vielfältigen Shoppingmöglichkeiten, die einmalige Kneipenszenerie sowie die Kabarett-Runden runden das Angebot ab. Zudem gewinnt Leipzig als lebendige grüne Stadt am Wasser kontinuierlich an Bedeutung. Mit der Nähe zu den bereits gefluteten bzw. in Flutung befindlichen Seen der ehemaligen Tagebauflächen sowie der zunehmende Öffnung der innerstädtischen Gewässer entwickeln sich mehr und mehr wassertouristische Impulse. Mit den Wasserlandschaften und zahlreichen Grünzügen ist Leipzig insgesamt eine erholsame Großstadt.

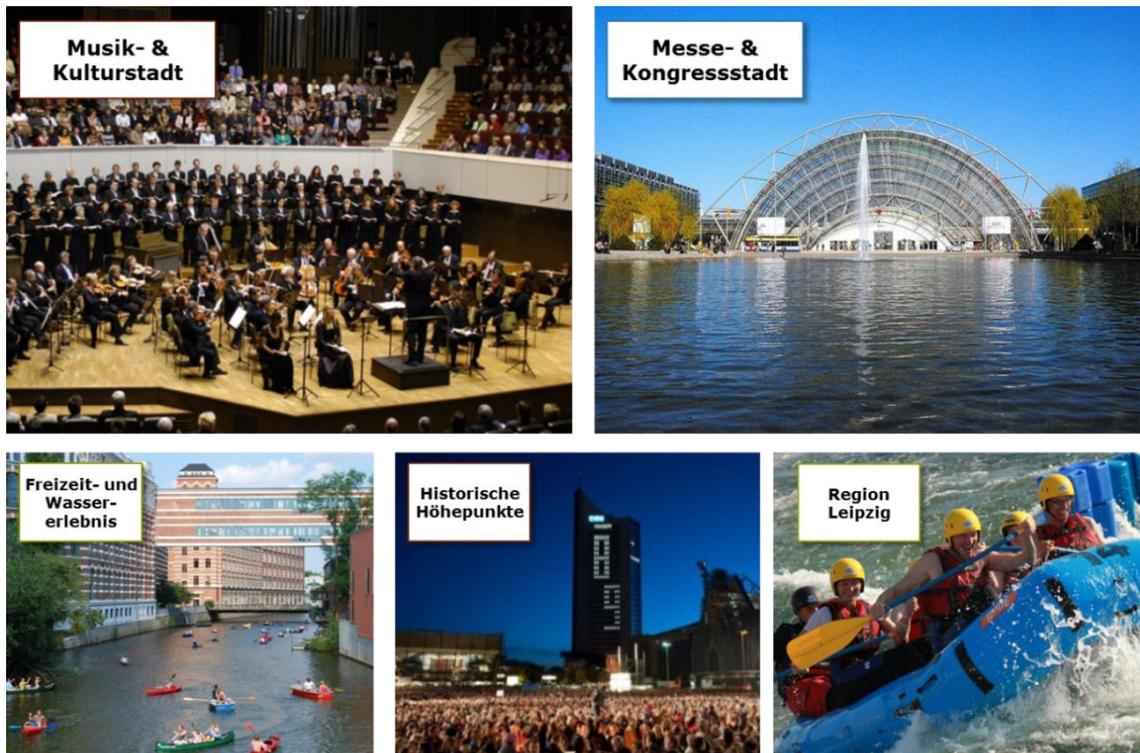
■ Region Leipzig

Leipzig ist Ausgangspunkt für Tagestouren in die umliegende Region. Die Region Leipzig ermöglicht hervorragende touristische Angebote in Verbindung von Städtereise und aktiver/passiver Erholung. In Kombination mit dem Leipziger Neuseenland besitzt die Stadt das Alleinstellungsmerkmal einer einmaligen Verbindung zwischen einer natürlichen Fließgewässer- und Seenlandschaft mit den kulturellen Angeboten einer Großstadt, das in Deutschland nirgendwo anders gegeben ist. Auch durch Verknüpfungen mit dem Sächsischen Burgenland und dem Sächsischen Heide- und Heideland lassen sich Synergien herstellen.

Auf Basis der vorangegangenen Analysen wird mit Blick auf die bestehenden Marketing-schwerpunkte folgendes empfohlen:

- Fortführung des Schwerpunktes **„Musikstadt“**, aber mit **Fokus auf alle Musikrichtungen (Bildsprache)**, Ergänzung Leipzig als **moderne Kunst-/Kulturstadt**
- Fortführung des Schwerpunktes **„Messe- und Kongressstadt“**
- Stärkung des Schwerpunktes **„Freizeiterlebnis“** (präziser kommunizieren) und schrittweise Etablierung und Fokussierung auf das Thema **Wassererlebnis** (da deutschlandweite Alleinstellung); hierbei aber eine „ehrliche“ Kommunikation (aktuell erlebbar vs. Planung im Wassertourismus) beachten!
- Fortführung des Schwerpunktes **„Historische Höhepunkte“** mit dem feierlichen Begehen von Jubiläen, Festivals und Events
- Etablierung des Schwerpunktes **„Region Leipzig“**, hierbei die Vernetzung Stadt und Region fördern

Abb. 55 Themen Stadt Leipzig



© LTM-Schmidt, BTE

5.3.2 Zielmarkt-/Zielgruppenstrategie für Leipzig

Zielgruppen

Die Motivation für Reisen kann geschäftlich oder privat bedingt sein.

Leipzig hat sich eine starke Position als Geschäftsreisedestination aufgebaut. Kernzielgruppen im Geschäftstourismus sind (vgl. LTM 2013):

- nationale und internationale Kongressentscheider (Veranstalter, Agenturen, destination management company, association management company, professional congress organizer, Firmen, Verbände, Vereine, Institutionen, Fluggesellschaften),
- lokale Kongressentscheider (Firmen, wissenschaftliche Einrichtungen, wie z.B. Universität Leipzig, weitere Hochschulen und Institute),
- Journalisten der Fachmedien sowie
- German Convention Bureau (GCB) und International Congress and Convention Association (ICCA) als spezielle Multiplikatoren.

Ergänzend sind zur Unterstützung der Sportveranstaltungen Entscheider der nationalen und internationalen Sportverbände und Sportvereine als Zielgruppe zu benennen.

Für eine Differenzierung der Gruppe der Privatreisenden erfolgte auf Basis der für Sachsen definierten Zielgruppen³⁶ die Ableitung der nachfolgend dargestellten Zielgruppen für die Destination Leipzig. Eine Aufnahme dieser in die Marketingaktivitäten ist ab 2015 vorgesehen.

Abb. 56 Kernzielgruppen im privaten Reisesektor³⁷

Jüngere, spontane Städte- und Eventreisende

- wichtigste Werte: Ehrgeiz, Spaß haben, Spannung, Reichtum, Eigeninteresse
- allgemeine Interessen: Sportveranstaltungen besuchen, Computer- und Videospiele, Elektronik und Computer, Elternschaft/Kindererziehung, Finanzen planen und verwalten, Internet, Künste und Kultur, Zeit mit (Enkel-)Kindern verbringen, Autos/KFZ, Filme/Kino
- Soziodemografie:
 - 18-39 Jahre
 - Durchschnittliches und gehobenes Einkommen
 - Herkunft Nordrhein-Westfalen (18%, Index: 83), Bayern (16%, Index: 102), Baden-Württemberg (13%, Index 95); nach Index: Niedersachsen (12%, Index: 122), Hessen (10%, Index: 120), Rheinland-Pfalz (7%, Index: 154)
- Motive: Kontakte knüpfen, Spaß/Action
- Aktivitäten: Besuch kultureller/historischer Sehenswürdigkeiten, Events, Nachtleben
- Reiseverhalten:
 - sehr spontane Organisation, wenn überhaupt Unterkunft oder Verkehrsmittel
 - Verkehrsmittel: PKW (67,8%)
 - Unterkunft: Hotel (2-3 Sterne), „Low-Budget“-Hotels, privat
 - Informationsquelle: Internet (45%), persönliche Erfahrungen (27%)
 - Buchung: Online (40%), Telefon/Fax/E-Mail (39%)
 - Buchungsstelle: beim Leistungsträger (65%)
 - Internetnutzung für private Zwecke: Soziale Netzwerke (44%), Videoportale (41,3%)
- Innerhalb dieser Zielgruppe sind sog. "Häusliche" und "Träumer" der GfK-Roper-Consumerstyles überdurchschnittlich stark vertreten, wobei für das Segment "Häusliche" das größte Potential gesehen wird

Anspruchsvolle Kultururlauber über 50

- wichtigste Werte: Glaube, Internationalität, Schönheit, Toleranz, soziale Verantwortung
- allgemeine Interessen: Künste und Kultur, Religion, Museen/Kunstaussstellungen, fremde Kulturen, Umweltthemen, Bücher lesen, Natur, Wissenschaft, Zeit in der Natur verbringen, ehrenamtliche Arbeit, Politik und Regierung, Konzert/Theater/Shows, Wellness und Fitness, Reisen, Forschung und Abenteuer, Kochen zum Vergnügen
- Soziodemografie:
 - 50 Jahre und älter
 - Angestellte, Beamte, Rentner
 - Schulbildung: Akademiker; 1- bis 2-Personenhaushalte
 - Durchschnittliches bis überdurchschnittliches Einkommen
 - Herkunft: Nordrhein-Westfalen (21%, Index: 96,5), Bayern (16%, Index: 101), Baden-Württemberg (14%, Index 104); nach Index: Hessen (10%, Index: 129)
- Motive: Städte erkunden, den Horizont erweitern

³⁶ In Zusammenarbeit mit der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) und der Fachhochschule Westküste hat die TMGS mbH fünf für Sachsen relevante Zielgruppen nach den GfK-Roper-Consumerstyles identifiziert.

Als Zielgruppen Sachsen wurden identifiziert (IMT 2013c): Jüngere, spontane Städte- und Eventreisende; etablierte Spaßorientierte Familienurlauber; sportorientierte Aktivurlauber; anspruchsvolle Kultururlauber über 50; entspannte Rad- und Wanderurlauber über 50.

Sie bilden die Grundlage für die Zielgruppenausrichtung der Destination Leipzig.

³⁷ Dabei werden bzgl. des Reiseverhaltens diejenigen Aspekte hervorgehoben, die einen hohen prozentualen Anteil innerhalb der Zielgruppe aufweisen. Ferner werden Aspekte erwähnt, die einen hohen Indexwert aufweisen, d.h., die im Vergleich zu anderen Zielgruppen überdurchschnittlich oft genannt wurden. (Der Basiswert 100 entspricht dem Durchschnitt aller Antworten unabhängig von der Zielgruppe.)

Anspruchsvolle Kultururlauber über 50

- Aktivitäten: Besuch kultureller/historischer Sehenswürdigkeiten, Aufenthalt in der Natur, Museen und Ausstellungen, Kulturveranstaltungen
- Reiseverhalten
 - Vorabbuchung Unterkunft oder Verkehrsmittel, klassisch pauschal und Baustein
 - Verkehrsmittel: PKW (45,1%), Flugzeug (24,3%), Bahn
 - Unterkunft: Hotel (3-5 Sterne)
 - Informationsquelle: Internet (39%), persönliche Erfahrungen (24%), Kataloge von Reiseveranstaltern (24%, Index: 129)
 - Buchung: Telefon/Fax/E-Mail (40%), Online (33%), Buchungsstelle/Anbieter persönlich aufgesucht (24%, Index: 127)
 - Mediennutzung Zeitschrift für private Zwecke: TV-Zeitschrift (58,4%, Index: 122), Unterhaltungs-/Frauenzeitschrift (34,9%, Index: 121), Apotheken/Medizin/Gesundheit (38,9%, Index: 141), Motorpresse/Sport-Zeitschrift (33,9%, Index: 128), Illustrierte/Magazin (28,7%, Index: 119), Apotheken Umschau (32,9%, Index: 145), ADAC Motorwelt (29,0%, Index: 137), regionale Tageszeitung (62,4%, Index: 142), Die Tageszeitung (6,3%, Index: 128)
 - Mediennutzung - Fernsehsender/Sendungen:
werktags: ARD (9,0%, Index: 179), ZDF (7,9%, Index: 171), drittes Programm/Regionalsender (7,7%, Index: 202) - Wochenende: ähnlich
Nachrichten (86,9%, Index: 116), Wetterberichte (81,6%, Index: 125), regionale Sendungen/Nachrichten (78,9%, Index: 131)
- Innerhalb dieser Zielgruppe sind sog. "Bodenständige", "Anspruchsvolle" und "Kritische" der GfK-Roper-Consumerstyles überdurchschnittlich stark vertreten, wobei für das Segment "Anspruchsvolle" das größte Potential gesehen wird

Quelle: IMT 2013c (ausgewählte Inhalte) und LTM 2014

Zielmärkte

Um die strategische Marktbearbeitung durchzuführen und entsprechende Marketingaktivitäten zu entwickeln, werden die Quellmärkte der Stadt Leipzig entsprechend ihrer Bedeutung am Gesamtübernachtungsaufkommen des jeweiligen Vorjahres als Zielmärkte definiert.

- Marktgruppe 1 – Deutschland
- Marktgruppe 2 – USA, Großbritannien, Österreich, Schweiz, Niederlande
- Marktgruppe 3 – Italien, Polen, Frankreich, Russland, Japan, Belgien, Spanien
- Marktgruppe 4 – Tschechische Republik, Dänemark, Schweden, China
- Entwicklungsmärkte – Australien, Brasilien, Türkei, Indien

Ableitend ergeben sich die folgenden Zielmärkte (vgl. LTM 2013):

- Die Quellmärkte der Marktgruppen 1 – Deutschland und 2 – USA, Großbritannien, Österreich, Schweiz, Niederlande sind für die LTM GmbH sogenannte A-Märkte für die Marktbearbeitung.
- Einzelne Quellmärkte aus den Marktgruppen 3 – Italien, Polen, Frankreich, Russland, Japan und 4 – Tschechische Republik sind in der Marktbearbeitung sogenannte B-Märkte.
- Die skandinavischen Märkte Dänemark und Schweden sowie die Türkei gelten als C-Märkte.
- Im Rahmen der Arbeit in der Werbegemeinschaft Magic Cities werden die von der Werbegemeinschaft definierten Entwicklungsmärkte China und Brasilien bearbeitet.
- Mit besonderem Fokus auf den Geschäftsreisemarkt sind die Zielmärkte für Leipzig Deutschland (ca. 75-80%), Europa – v.a. BeNeLux, UK, Schweiz, Österreich (ca. 10-15%) – sowie USA/Kanada (< 5%).

6 Handlungsfelder, Maßnahmen und Schlüsselprojekte

Wesentliches Anliegen des vorliegenden Tourismuskonzeptes ist die Definition geeigneter und umsetzbarer Maßnahmen zum zielgerichteten Ausbau der touristischen Stärken und zur Behebung der touristischen Schwächen der Stadt Leipzig.

6.1 Handlungsfelder

Als Schlussfolgerung aus dem Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken Profil sowie der strategischen Ziele der Stadt Leipzig ergeben sich folgende Handlungsfelder zur Weiterentwicklung des Tourismus:

- Weiterentwicklung der **übergreifenden Tourismusinfrastruktur und -angebote**
- Festigung und Stärkung Leipzigs als Ziel für **Privatreisende**
- Festigung und Stärkung Leipzigs als Ziel für **Geschäftsreisende**
- Sicherung von **Qualität** und Service
- Fortführung eines **modernen Marketings**
- Intensivierung von **Kooperation** und Vernetzung

Abb. 57 Handlungsfelder für den Leipzig Tourismus 2013-2020



© BTE 2014

Die einzelnen Handlungsfelder sind mit verschiedenen Maßnahmenbereichen untersetzt, die eine unterschiedliche Komplexität besitzen.

Abb. 58 Handlungsfelder und Maßnahmenbereiche

Handlungsfeld A: Weiterentwicklung der übergreifenden Tourismusinfrastruktur/-angebote
<ol style="list-style-type: none">1. Stärkung eines umweltverträglichen Verkehrsverbundes für den Tourismusverkehr2. Steigerung der Barrierefreiheit bzw. gezielter Aufbau vernetzter barrierefreier Angebote3. Förderung von Klimafreundlichkeit und Nachhaltigkeit
Handlungsfeld B: Festigung und weitere Entwicklung Leipzigs als Ziel für Privatreisende
<ol style="list-style-type: none">4. Sicherung der Positionierung Leipzigs als Kulturstadt, insbesondere als Musikstadt und Ort Historischer Höhepunkte, sowie Positionierung Leipzigs als hippe Szene- und Kunststadt5. Schrittweise Entwicklung des touristischen Gewässerverbundes Leipziger Neuseenland und Steigerung der Erlebbarkeit der Gewässerlandschaft6. Pflege und Ausbau der touristischen Radverkehrsinfrastruktur7. Sicherung und Ausbau weiterer tourismusrelevanter Infrastrukturen
Handlungsfeld C: Festigung und Stärkung Leipzigs als Ziel für Geschäftsreisende
<ol style="list-style-type: none">8. Sicherung der Wahrnehmung Leipzigs als Messe- und Kongressstadt
Handlungsfeld D: Sicherung von Qualität und Service
<ol style="list-style-type: none">9. Qualitätssicherung10. Steigerung der Internationalität
Handlungsfeld E: Fortführung eines modernen Marketings
<ol style="list-style-type: none">11. Positionierung Leipzigs auf den Primärmärkten, Sicherung der Zielgruppen und Erschließung neuer Zielgruppenpotentiale12. Sicherung eines zeitgemäßen Außenmarketings13. Fortsetzung der Marktforschung
Handlungsfeld F: Aufgabenteilung und Intensivierung der Kooperation
<ol style="list-style-type: none">14. Stärkung der Zusammenarbeit innerhalb der Stadt15. Stärkung der Zusammenarbeit von Stadt und Region Leipzig

Die Definition der Einzelmaßnahmen, die aus dem vorliegenden Tourismuskonzept resultieren, erfolgt auf Grund der Komplexität bedingt durch die große Anzahl von Maßnahmenträgern durch einen gesonderten Abstimmungsprozess.

Dieser Prozess umfasst die Maßnahmenträger innerhalb und außerhalb der Stadtverwaltung sowie die Beteiligung der Interessensgruppen und Fachverbände sowie der Öffentlichkeit.

Das Ergebnis wird als gesonderter Maßnahmenkatalog zum TEP nach Abschluss des Abstimmungsprozesses nach Bestätigung durch die Gremien veröffentlicht.

7 Quellenverzeichnis

Konzepte, Studien, Pläne

- bgmr (2015): Fortschreibung Regionales Handlungskonzept Grüner Ring Leipzig.
- BTE (2013): Organisation der Destination Sächsisches Burgen- und Heide- und Heideland
- BTE (2014): Destinationsstrategie Leipzig und Region Leipzig.
- BTE | bgmr | DIW econ (2014): Tourismuswirtschaftliches Gesamtkonzept für die Gewässerlandschaft im mitteldeutschen Raum.

Grundlagenliteratur zum Gewässerverbund Leipziger Neuseenland – eingeflossen ins Tourismuswirtschaftliches Gesamtkonzept für die Gewässerlandschaft im mitteldeutschen Raum (TWGK), u.a.

- bgmr Landschaftsarchitekten, ECOSystem Saxonia, Institut für Umwelt- und Planungsrecht Universität Leipzig (2005): Wassertouristisches Nutzungskonzept in der Region Leipzig: Verträglichkeitsuntersuchung – Umsetzungsstrategie. Leipzig, i.A. der Stadt Leipzig, Amt für Umweltschutz, Abt. Wasserwirtschaft, Flächenmanagement.
- bgmr Landschaftsarchitekten (2007): Wassertouristisches Nutzungskonzept Region Leipzig: Natura 2000 Verträglichkeitsuntersuchungen FFH- und SPA-VU (2. Phase). Leipzig, i.A. der LMBV mbH und der Stadt Leipzig, Amt für Umweltschutz, Abt. Wasserwirtschaft, Flächenmanagement.
- Steuerungsgruppe Leipziger Neuseenland (2014): Positionspapier aus heutiger behördlicher Sicht: Fachliche Empfehlungen für 2030 für die boottouristische Nutzung der Seen und Fließgewässer im Leipziger Neuseenland - Stand 18.03.2014 (vorbehaltlich notwendiger Genehmigungsverfahren). Unveröffentlichtes Manuskript der Steuerungsgruppe Leipziger Neuseenland.
- Charta Leipziger Neuseenland 2030 (2015). Erläuterung - Thesen – Ablauf (Arbeitsgruppe Gewässerverbund, Arbeitsgruppe Marketing, Arbeitsgruppe Standortentwicklung) (Endbericht)
- BTE (2009): Ausweisung- und Beschilderungskonzept für die Fließgewässer, Seen und wassertouristischen Anlagen im Gewässerverbund Region Leipzig. Endbericht.
- Steuerungsgruppe Leipziger Neuseenland (2014): Positionspapier aus heutiger behördlicher Sicht: Fachliche Empfehlungen für 2030 für die boottouristische Nutzung der Seen und Fließgewässer im Leipziger Neuseenland – Stand 18.03.2014 (vorbehaltlich notwendiger Genehmigungsverfahren). Unveröffentlichtes Manuskript der Steuerungsgruppe Leipziger Neuseenland.
- LTM (Leipzig Tourismus und Marketing GmbH) (2012): Destinationsstrategie Leipzig. Unveröffentlicht.
- LTM (Leipzig Tourismus und Marketing GmbH) (2013): Leipzig Tourismus und Marketing GmbH. Marketingplanung 2014.
- LTM (Leipzig Tourismus und Marketing GmbH) (2014): Leipzig Tourismus und Marketing GmbH. Marketingplanung 2015.

- quartier vier (2013): Entwicklungskonzept zur Erschließung touristischer Potenziale des Landtourismus im Bereich Wandern. Unveröffentlicht.
- Regionaler Planungsverband Westsachsen (2008): Regionalplan Westsachsen 2008. Text und Karten.
- SMWA Sachsen (Staatsministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr) (2005): Richtlinien zur Fahrradwegweisung im Freistaat Sachsen (Anlage 6 zur Radverkehrskonzeption für den Freistaat Sachsen (SMWA Sachsen 2005).
- SMWA Sachsen (Staatsministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr) (2011): Tourismusstrategie Sachsen 2020. Strategische Handlungsfelder.
- SMWA Sachsen (Staatsministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr) (2013 und 2014): Radverkehrskonzeption für den Freistaat Sachsen 2014. Erste Ergebnisse, Karten, Workshop-Ergebnisse etc. Unveröffentlicht.
- Stadt Leipzig (2007): Sportprogramm 2015 für die Stadt Leipzig. Langfassung und Kurzfassung.
- Stadt Leipzig (2008): Kulturentwicklungsplan der Stadt Leipzig für die Jahre 2008-2015
- Stadt Leipzig (2009): Leipzig 2020. Integriertes Stadtentwicklungskonzept (SEKo)
- Stadt Leipzig (2012): Radverkehrsentwicklungsplan 2010 – 2020 der Stadt Leipzig. Beschlossene Fassung vom 20.06.2012.
- Stadt Leipzig (2013a): Landschaftsplan der Stadt Leipzig (Fortschreibung, Beschluss der Ratsversammlung Nr. RBV-1806/13 vom 16.10.2013)
- Stadt Leipzig (2013b): Clara-Zetkin-Park und Johannapark. Entwicklungskonzept. Entwurf.
- Stadt Leipzig (2014): Energie- und Klimaschutzprogramm der Stadt Leipzig 2014 – 2020. Auf dem Weg zur europäischen Energie- und Klimaschutzkommune.
- Tourismusverband Sächsisches Burgen- und Heidefeld e.V. (2012): Destinationsstrategie Sächsisches Burgen- und Heidefeld. Unveröffentlicht.

Statistiken und Marktforschungsdaten

- CWT (2012): CWT Perspectives. Travel Management Priorities for 2013. Deutsche Zusammenfassung
- DTV (2006): Städte- und Kulturtourismus in Deutschland. Langfassung.
- dwif (2014): Wirtschaftsfaktor Tourismus für Leipzig und Umgebung 2013.
- EITW (2013): Meeting- & EventBarometer Deutschland 2013. Die Deutschland-Studie des Kongress- und Veranstaltungsmarktes. Pressekonferenz | 21. Mai 2013 | IMEX Frankfurt
- Enke, Margit (2013): Ergebnisse der Gästebefragung Leipzig.
- ERV und DZT (Europäische Reiseversicherung AG in Kooperation mit Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.) (2012): Ergebnisse Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus 2011/2012
- ETC (European Travel Commission) (2006): Tourism Trends for Europe.

- GCB (German Convention Bureau) (2013a): Tagung und Kongress der Zukunft. Management Summary.
- GCB et al. (2013b): Presstexte zum „Meeting- & EventBarometer 2013“. 21. Mai 2013.
- IMT Institut für Management und Tourismus an der Fachhochschule Westküste) (Hrsg.) (2011a): Destination Brand 09. Markenstudie für deutsche Reiseziele // Einzelbericht Leipzig.
- IMT (Institut für Management und Tourismus an der Fachhochschule Westküste) (Hrsg.) (2011b): Destination Brand 10. Die Themenkompetenz deutscher Reiseziele. // Einzelbericht für das Reiseziel Leipzig. Teil 1 und 2.
- IMT (Institut für Management und Tourismus an der Fachhochschule Westküste) (Hrsg.) (2011c): Destination Brand 09. Markenstudie für deutsche Reiseziele // Einzelbericht Sächsisches Burgen- und Heidefeld.
- IMT (Institut für Management und Tourismus an der Fachhochschule Westküste) (Hrsg.) (2011d): Destination Brand 10. Die Themenkompetenz deutscher Reiseziele. // Einzelbericht für das Reiseziel Sächsisches Burgen- und Heidefeld. Teil 1.
- IMT (Institut für Management und Tourismus an der Fachhochschule Westküste) (Hrsg.) (2013a): Destination Brand 13. Die Themenkompetenz deutscher Reiseziele. // Einzelbericht für das Reiseziel Leipzig.
- IMT (Institut für Management und Tourismus an der Fachhochschule Westküste) (2013b): Touristisches Marktforschungskonzept Sachsen // „Runterbrechen“ auf die DMO-Ebene. Marktforschungstag Sachsen 16.07.2013.
- IMT (Institut für Management und Tourismus an der Fachhochschule Westküste) (2013c): Typologie der Sachsen-Gäste – eine reiseverhaltensbasierte Zielgruppensegmentierung.
- Landestourismusverband (LTV) Sachsen (2014):
 - Zuarbeit aktueller Zahlen zertifizierter Betriebe. Stand 31.05.2014.
 - Umsatzsteuerstatistik-Voranmeldungen 2012
- RB Leipzig (2013): Zuschauerstatistik. URL: www.dierotenbullen.com/neuigkeiten/Saison_2013_14/Zuschauerstatistik.html sowie www.dierotenbullen.com/verein.html (abgerufen am 16.07.2014)
- Reiter (2011): Trends im Städte-Tourismus: Die neue Generation der Kreativ-Touristen. ZTB Zukunftsbüro.
- Saxonia Fördergesellschaft mbH (2014): Zuarbeit aktueller Zahlen klassifizierter Betriebe. Stand 02.07.2014
- Stadt Leipzig. Amt für Statistik und Wahlen (2013):
 - Bevölkerungsvorausschätzung 2013 – Ergebnisbericht.
 - Erwerbstätigkeit und Arbeitsmarkt. URL: statistik.leipzig.de/%28S%285jmcni454ch2dd55u3oyf431%29%29/statcity/table.aspx?cat=7&rub=3&obj=0 (abgerufen am 09.07.2014)
 - Wirtschaft. Gäste nach Herkunftsländern. URL: <http://statistik.leipzig.de/statcity/table.aspx?cat=8&rub=10&obj=0> (abgerufen am 09.07.2014)
- Stadt Leipzig (2013b): Kommunale Bürgerumfrage 2012.

Touristischer Entwicklungsplan (TEP) der Stadt Leipzig bis 2019

**Baustein 1 zur Destinationsstrategie
für Leipzig und seine Region**

ANHANG

A1 Beteiligung bei der Konzepterarbeitung

Übersicht Termine

Bezeichnung der Veranstaltung	Datum/Ort/ Uhrzeit	Inhalte
Expertengespräche	01. – 15.10.2013 Leipzig, LTM	<ul style="list-style-type: none"> ■ Vorstellung Vorgehen und Zielstellung des Touristischen Entwicklungsplans ■ Aufnahme von Planungen/Planungsideen der Dezernate bzw. Ämter der Stadt Leipzig ■ Aufnahme von Handlungsbedarfen (Infrastruktur, Angebot) aus Blickfeld des jeweiligen Dezernates bzw. Amtes der Stadt Leipzig ■ Klärung von offenen Fragestellungen
1. Fachbeiratssitzung	19.11.13 Leipzig, LTM	<ul style="list-style-type: none"> ■ Präsentation, Bewertung der Analyseergebnisse ■ Diskussion der Ergebnisse ■ Abstimmung zur anstehenden Zukunftswerkstatt ■ Ausblick auf die nächsten Schritte
Zukunftswerkstatt	10.12.2013 Leipzig, Zoo Leipzig	<ul style="list-style-type: none"> ■ Vorstellung des Projektes, der Zielsetzung und der Vorgehensweise ■ Impulsreferat zur Vorstellung und Bewertung der Analyseergebnisse ■ Blick in die Gegenwart: Gemeinsame Herausarbeitung der künftigen Kernbotschaft (Wir sind...) ■ Blick in die Zukunft: Gemeinsame Herausarbeitung der Vision „Stadt und Region“ (Wir wollen...) ■ Zusammenfassung der Ergebnisse
2. Fachbeiratssitzung	07.10.2014 Leipzig, LTM	<ul style="list-style-type: none"> ■ Präsentation, Diskussion Zielsystem ■ Präsentation, Diskussion Handlungsfelder mit den Maßnahmen und zugehörigen Projekten ■ Abstimmung zur anstehenden Maßnahmenwerkstatt ■ Ausblick auf die nächsten Schritte
Abstimmungstermin	05.02.2014 Leipzig, LTM	<ul style="list-style-type: none"> ■ Besprechung des Status Quo und der weiteren Vorgehensweise mit Vertretern der Stadt Leipzig und LTM
Abstimmungstermin	15.09.2014 Leipzig, LTM	<ul style="list-style-type: none"> ■ Diskussion des Entwurfs der Situationsanalyse des TEP sowie Besprechung der weiteren Vorgehensweise mit Vertretern der Stadt Leipzig und LTM
Präsentation	10.12.2014 Leipzig, LTM	<ul style="list-style-type: none"> ■ Präsentation des TEP in der Vorstandssitzung der LTS
Präsentation	26.01.2015 Leipzig, LTM	<ul style="list-style-type: none"> ■ Präsentation und Diskussion des TEP vor ausgewählten touristischen Leistungsträgern/Mitgliedern LTS/IHK/DEHOGA ■ Diskussion und Vertiefung der gutachterlichen Vorschläge zu den Handlungsfeldern, Maßnahmen und Projekten
Präsentation	02.02.2015 Leipzig, Neues Rathaus	<ul style="list-style-type: none"> ■ Präsentation und Diskussion des TEP vor Vertretern der Ämter des Dezernats Kultur und der städtischen Kultureinrichtungen ■ Aufnahme von Hinweisen und Ergänzungen zum TEP
Präsentation	17.03.2015 Leipzig, Neues Rathaus	<ul style="list-style-type: none"> ■ Präsentation und Diskussion des TEP im Ausschuss Wirtschaft und Arbeit

Mitglieder der begleitenden Steuerungsgruppe

Institution	Name
Leipzig Tourismus und Marketing GmbH	Volker Bremer
Leipzig Tourismus und Marketing GmbH	Sandra Brandt
Stadt Leipzig	Matthias Schwab
Stadt Leipzig	Dr. Michael Schimansky (Vertretung durch Thomas Lingk)
Tourismusverband Sächsisches Burgen- und Heide- und Heideland e.V.	Dr. Katharina Sparrer

Termine und Gesprächspartner Experteninterviews

Institution	Name
Dienstag, den 01.10.2013 – 10.00 Uhr bis ca. 12.00 Uhr, LTM	
Verkehrs- und Tiefbauamt	Stephan Rausch
Dezernat IV Kultur	Karin Rolle
Dienstag, den 01.10.2013 – 14.00 Uhr bis ca. 16.00 Uhr, LTM	
Amt für Stadtgrün und Gewässer	Angela Zábojnik
Amt für Stadtgrün und Gewässer	Sylvia Raubold
Amt für Stadterneuerung und Wohnungsbauförderung	Ingo Bodenstein
Stadtplanungsamt	Kai Braun
Stadtplanungsamt	Heike Scheller
Stadtplanungsamt	Steffi Komm
Mittwoch, den 02.10.2013 – 10.00 Uhr bis ca. 11.30 Uhr, Technisches Rathaus	
Amt für Umweltschutz	Christiane Kawe
Donnerstag, den 10.10.2013 – 9.00 Uhr bis ca. 11.00 Uhr, Am Sportforum	
Amt für Sport	Frank Starke
Donnerstag, den 10.10.2013 – 11.30 Uhr bis ca. 13.00 Uhr, LTM	
Leipzig Tourismus und Marketing GmbH	Volker Bremer
Leipzig Tourismus und Marketing GmbH	Sandra Brandt
Dienstag 15.10.2013 – 14.00 bis ca. 15.00 Uhr, Telefoninterview	
Verkehrs- und Tiefbauamt (Radverkehrsbeauftragter)	Jan Rickmeyer

Einladungsverteiler Zukunftswerkstatt

Vertreter der folgenden Institutionen/Vereine/...	
Stadt Leipzig	Region Leipzig
Sächsischer Landtag	Leipzig Tourismus und Marketing GmbH, Abteilung Region
Stadtrat Leipzig	TV Sächsisches Burgen- und Heide- und Heideland e.V.
Stadt Leipzig, Amt für Wirtschaftsförderung	Landkreis Mittelsachsen (Landratsamt)
Stadt Leipzig, Amt für Stadtgrün und Gewässer	Landkreis Nordsachsen (Landratsamt)
Stadt Leipzig, Stadtplanungsamt	Landkreis Leipzig (Landratsamt)
Stadt Leipzig, Verkehrs- und Tiefbauamt	TV Leipziger Neuseenland e.V.
Stadt Leipzig, Amt für Stadterneuerung und Woh-	TV Sächsisches Burgen- und Heide- und Heideland e.V.; Ge-

Vertreter der folgenden Institutionen/Vereine/...	
Stadt Leipzig	Region Leipzig
nunungsbauförderung	meinde Wernsdorf
Stadt Leipzig, Amt für Sport	Tourismusverein Sächsisches Heide- und Burgenland e.V.
Stadt Leipzig, Amt für Umweltschutz	Regionalmanagement Delitzscher Land
Stadt Leipzig, Dezernat IV Kultur	Regionalmanagement Sächsisches Zweistromland
Leipzig Tourismus und Marketing GmbH	Regionalmanagement Leipziger Muldenland
Grüner Ring Leipzig	Regionalmanagement Südraum Leipzig
Krystallpalast Varieté Leipzig	Regionalmanagement Weiße Elster
Zoo Leipzig	Regionalmanagement SachsenKreuz
Notenspur Förderverein e.V.	Schlösserland Sachsen
cultutraeger	Kanupark Markkleeberg
Messe Leipzig	Dampfbahnroute Sachsen
Wasserstadt e.V.	Steuerungsgruppe Leipziger Neuseenland
Förderverein Notenspur Leipzig e.V.	Döllnitzbahn GmbH
culturtraeger GmbH, Kunstverein	BELANTIS
DEHOGA Sachsen	
IHK Leipzig	

A2 Touristische Infrastrukturen und Angebote

Kultur und Veranstaltungen

Touristische Infrastrukturen und Angebote im Bereich Kultur

Thema	Touristisches Angebot
Kunst und Museen	<ul style="list-style-type: none"> ■ Besonderes: asisi Panometer ■ Museen zum Thema <ul style="list-style-type: none"> ■ Musik: Bach-Museum, GRASSI Museum für Musikinstrumente, Mendelssohn-Haus, Schumann-Haus, Grieg Gedenk- und Begegnungsstätte ■ Geschichte: Ägyptisches Museum der Universität Leipzig, Antikenmuseum der Universität Leipzig, FORUM 1813, Gedenkstätte Museum in der Runden Ecke, GRASSI Museum für Völkerkunde, Zeitgeschichtliches Forum Leipzig, Stadtgeschichtliches Museum Leipzig, Memorialmuseum Völkerschlacht 1813, Dauerausstellungen in der Außenstelle Leipzig der Bundesbeauftragten für die Stasi-Unterlagen ■ Kunst: GRASSI Museum für Angewandte Kunst, Museum der bildenden Künste, Galerie für Zeitgenössische Kunst, Kunstzentrum Spinnerei, Tapetenwerkgalerien, Kunsthalle der Sparkasse Leipzig, HALLE 14 – Zentrum für Zeitgenössische Kunst ■ Buch: Deutsches Buch- und Schriftmuseum, Museum für Druckkunst ■ Weitere: Schillerhaus, Da Capo Oldtimermuseum, Deutsches Kleingärtnermuseum, GaraGe - Technologiezentrum für Jugendliche, Straßenbahnmuseum Leipzig-Möckern, Museum Zum Arabischen Coffe Baum, Naturkundemuseum, Sächsisches Apothekenmuseum, Schulmuseum, Sportmuseum, Torhaus Dölitz (Zinnfigurenmuseum), UNIKATUM, Kindermuseum Leipzig, Kamera- und Fotomuseum ■ Strömung der modernen Malerei: Leipziger Schule und Neue Leipziger Schule
Bauwerke, Historisches	<ul style="list-style-type: none"> ■ Besonderes: Völkerschlachtdenkmal ■ Besondere Kirchen: Nikolaikirche, Thomaskirche, Paulinum (Aula und Universitätskirche St. Pauli), Russische Gedächtniskirche St. Alexij ■ Besondere Architektur: <ul style="list-style-type: none"> ■ Gründerzeit – Waldstraßenviertel, Musikviertel, Nordplatz, Schillerstraße, Südvorstadt ■ Industriearchitektur – Spinnerei, ehemalige Buntgarnwerke ■ Moderne Architektur – Porsche Werk Leipzig, BMW Werk Leipzig, Höfe am Brühl, Mitteldeutscher Rundfunk, Paulinum und Augusteum, Deutsche Nationalbibliothek, KPMG-Verwaltungsgebäude, Neues Messegelände, Flughafen Leipzig/Halle, Museum der bildenden Künste, Petersbogen, BAUWENS-HAUS, Haus des Buches, Galerie für Zeitgenössische Kunst, Marktgalerie ■ Geschichtsstandorte: Neues Rathaus, Gedenkstätte am Ort der Großen Gemeindegynagoge, Alte Waage, Altes Rathaus, ehemalige zentrale Hinrichtungsstätte der DDR, Wirkungsstätten der Dichter Goethe und Schiller, Goethe-Denkmal, Leipziger Synagoge, Bundesverwaltungsgericht ■ Passagen/Höfe: Altes Rathaus, Mädler Passage, Königshauspassage, Messehofpassage, Bauwenshaus, Petersbogen, Stentzlers Hof, Dresdner Hof, Städtisches Kaufhaus, Handelshof, Speck's Hof, Hansa Haus, Theaterpassage, Strohsackpassage, Oelßners Hof, Blauer Hecht, Steibs Hof/Dussmann Passage, Ritterpassage, Brühl-Arkade, Höfe am Brühl, Kretschmanns Hof/Blauer und goldener Stern, Jägerhof, Kleines Joachimsthal, Großes Joachimsthal, Hof-Neubau, Webers-Hof, Barthels-Hof, König-Albert-Haus, Handwerkerpassage, Marktgalerie, Innenhof Universität ■ insgesamt ca. 15.000 Kultur- und Architekturdenkmäler (inkl. Passagen und Höfe, Gründerzeit-Architektur)
Theater, Kabarett und Varieté	<ul style="list-style-type: none"> ■ Theater: LOFFT, Schaubühne Lindenfels, Puppentheater „Sterntaler“, Schiller Theaterhaus, Theater der Jungen Welt, Theater-Fabrik Sachsen, Theater Fact, Theatrium, Schauspiel Leipzig (Schauspielspielhaus mit „Diskothek“ für zeitgenössische Dramatik sowie „Residenz“ mit Programm der Zusammenarbeit mit freien Performance-Gruppen ■ Kleinkunst: Kabarett academixer, Kabarett Leipziger Brettl, Kabarett Leipziger Pfeffermühle, Kabarett-Theater Leipziger Funzel, Kabarett-Theater SanftWut, Leipziger Central Kabarett, Revue Theater Am Palmengarten, Krystallpalast Varieté

Thema	Touristisches Angebot
Persönlichkeiten der Stadt	<ul style="list-style-type: none"> ■ Komponisten: Johann Sebastian Bach, Gustav Mahler, Felix Mendelssohn Bartholdy, Arthur Nikisch, Kurt Masur, Edvard Grieg, Albert Lortzing, Hanns Eisler, Clara Schumann geb. Wieck, Robert Schumann, Richard Wagner, Richard Strauss, Max Reger ■ Weitere: Martin Luther, Gottfried Wilhelm Leibniz, Friedrich Nietzsche etc.
Musik	<ul style="list-style-type: none"> ■ Besonderes: Gewandhaus zu Leipzig, Oper Leipzig (Opernhaus und Musikalische Komödie), Bach-Archiv Leipzig (mit Bach-Museum) ■ Weitere Musikspielstätten: MDR Kubus, Musikalische Komödie ■ Orchester und Chöre: Gewandhaus-Chor, Gewandhaus-Orchester, Thomanerchor, Opern-Chor, Bach-Chor, Universitätschor, Leipziger Vocal-Ensemble, Vokalquintett Amarcord, Crazy Generation Leipzig, Gospelchor "Open up wide", MDR Rundfunkchor, Kinderchor, MDR Sinfonieorchester, Mendelssohn Kammerorchester, Akademische Orchester Leipzig, Universitätsorchester, Großes Concert, Salonorchester Cappuccino ■ Archive und Gedenkstätten: ehem. Musikbibliothek Peters, Grafisches Viertel/Musikverlage, Wagner Denkmäler, Standort ehem. Altes Konservatorium, Standort ehem. Altes Gewandhaus, Standort ehem. Geburtshaus Clara Wieck, Alter Johannisfriedhof, Alte Nikolaischule, ehem. Hotel de Saxe, Alte Nikolaischule, Gohliser Schlösschen, Hochschule für Musik und Theater ■ Weiteres: Verbindung der Wohn- und Wirkungsstätten bedeutender Komponisten (vgl. Museen) im Rahmen der Leipziger Notenspur
Feste und Event	<p>Vielzahl an Veranstaltungsorte, u.a.</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ ARENA Leipzig, Red Bull Arena (Zentralstadion) und Halle 1 der Messe als Ausrichtungsorte hochkarätiger Sportveranstaltungen und weiterer Veranstaltungen ■ verschiedenste Musikspielorte (vgl. Zeile Musik) <p>Veranstaltungen 2014 zum Thema</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Musik: Classic Open Leipzig, Bachfest Leipzig, Richard-Wagner-Tage der Oper Leipzig, Wave-Gotik-Treffen, Schumann Festwoche, Mendelssohn-Festtage, Leipziger Jazztage, Großes Concert - Festkonzert zur Verleihung des Internationalen Mendelssohn-Preises zu Leipzig, Konzerte am authentischen Ort - Mendelssohn-Haus Leipzig, Highfield Festival, Richard Strauss - Der Zyklus, a cappella - Internationales Festival für Vokalmusik, Landeskirchenmusiktage "In Leipzig musizieren!", Deutsches Evangelisches Chorfest und Landeskirchentag Sachsen - "Hier stehe ich", Montagskonzerte am Bachdenkmal, Klassik erleben im Rosental, Konzerte zum Jahreswechsel, Bach-Wettbewerb, Reihe eins ■ Kunst und Kultur: Literaturfestival "Leipzig liest", Leipziger Festivalherbst mit Leipziger Jazztage, LACHMESSE - Deutschlands größtes Kabarett- und Kunstfestival, Designers' Open - Festival für Design, GRASSIMESSE - Internationale Verkaufsmesse für angewandte Kunst und Design, DOK Leipzig - größte deutsche Dokumentar- und Animationsfilmfestival, euro-scene Leipzig - Festival zeitgenössischen Theaters von europäischem Rang ■ Sport: Partner Pferd mit den FEI-Weltcups im Springreiten - Dressurreiten - Vierspannerfahren, LEIPZIG OPEN 2014 im Tennis, Leipzig Marathon, Lipsiade, Leipziger Triathlon, Renntag im Scheibholz, SachsenBeach, Leipziger Seifenkistenrennen, Fockeberglauf u.v.,. ■ Historische Höhepunkte: <ul style="list-style-type: none"> ▪ 2009: 600-jähriges Universitätsjubiläum, 200. Geburtstag von Felix Mendelssohn Bartholdy, 20 Jahre Friedliche Revolution ▪ 2010: 200. Geburtstag von Robert Schumann ▪ 2012: 800 Jahre Thomanerchor ▪ 2013: 200. Geburtstag von Richard Wagner, 200. Jahrestag der Völkerschlacht bei Leipzig, 100. Jahrestag der Einweihung des Völkerschlachtdenkmals ▪ 2014: 25 Jahre Friedliche Revolution ▪ 2015: Stadtjubiläum (1015 Ersterwähnung der deutschen Burg urbs Libzi, 1165 Stadtbrief und Marktrecht) ▪ 2016: Max Reger, Gottfried-Wilhelm Leibniz ▪ 2017: 500 Jahre Reformation ■ Weiteres: Historische Leipziger Ostermesse, Leipziger Stadtfest, Dschungelnacht - Der Zoo im Fackelschein, Leipziger Wasserfest, Leipziger Passagenfest, Leipziger Weihnachtsmarkt, Leipziger Markttage, Honky Tonk® ■ Diverse Veranstaltungen in der ARENA Leipzig, u.a. 2014: Basketball-Länderspiel: Deutschland-Finnland, Konzerte deutscher und internationaler Künstler (David Garrett, Nena, Clueso, Helene Fischer etc.), Holiday on Ice
Führungen	<ul style="list-style-type: none"> ■ Die Leipzig Erleben GmbH bieten Touren mit diversen Themen und Fortbewegungsmitteln ■ Weitere Anbieter von Rundgängen und Rundfahrten in Leipzig: Betourt, Die Video-

Thema	Touristisches Angebot
	tour, eat-the-world - kulinarisch-kulturelle Stadtführungen, Falk Hartwig Stadtführungen Leipzig, Gedenkstätte Museum in der "Runden Ecke", KVS Bus und Limousinen Service GmbH Leipzig, Leipzig Details GbR, Leipziger Oldtimer Fahrten GmbH, Leipziger Verkehrsbetriebe (LVB) GmbH, lipzi tours, Royal London Bus GmbH - Leipziger Stadtrundfahrten, RUNDUM LEIPZIG - Mai Regio Tour, Segway Touren und Stadtführungen Leipzig, Spritztour Reisen und Sächsische Oldtimer Busflotte Leipzig GmbH, Stadt. Name. Land - Stadtrundgänge für Kinder und Jugendliche, Trabi erleben, Treffpunkt Leipzig

Quelle: Printmedien und Homepage der Leipzig Tourismus und Marketing GmbH sowie der Stadt Leipzig

Natur

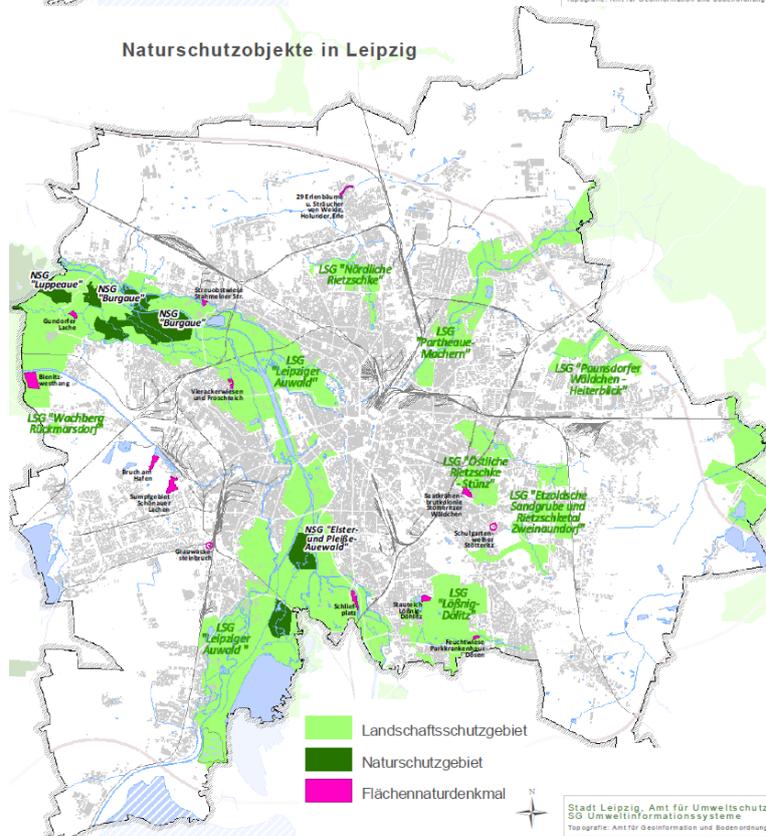
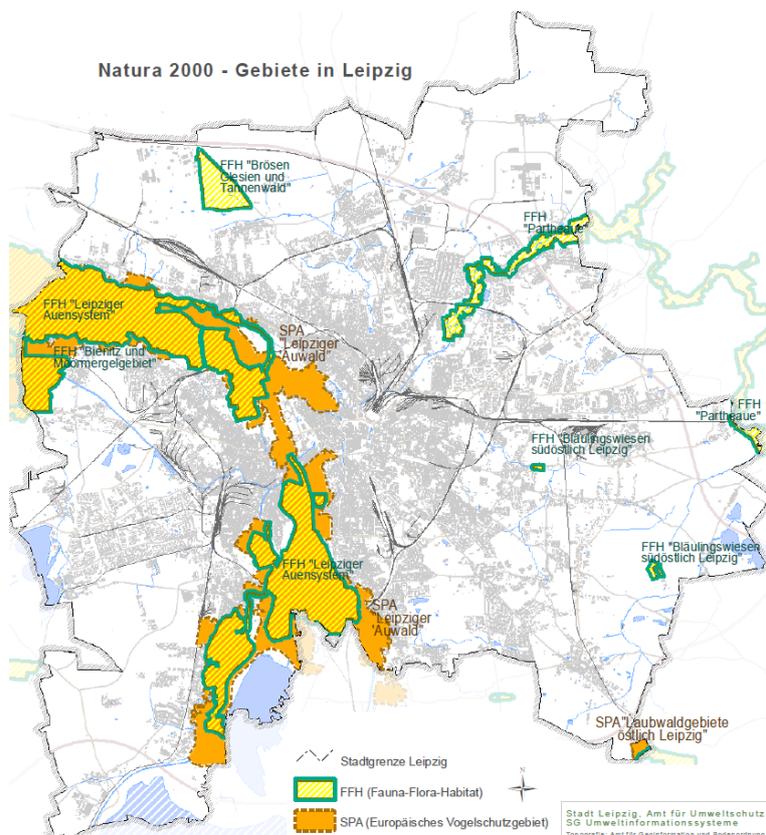
Liste der Naturschutzobjekte der Stadt Leipzig

Thema	Touristisches Angebot
Naturschutzgebiete (NSG)	<ul style="list-style-type: none"> ■ Vier Naturschutzgebiete (befinden sich im alle Landschaftsschutzgebiet "Leipziger Auwald") <ul style="list-style-type: none"> ▪ Burgaue (zwei Teile, 270 ha) ▪ Elster und Pleißeauwald (66 ha) ▪ Lehmlache Lauer (49 ha) ▪ Luppeaue (ca. 32 ha auf Leipziger Stadtgebiet, insges. 598 ha).
Landschaftsschutzgebiete (LSG)	<ul style="list-style-type: none"> ■ Neun Landschaftsschutzgebiete auf einer Fläche von insgesamt ca. 5.300 ha <ul style="list-style-type: none"> ▪ Leipziger Auwald (ca. 3.800 ha im Stadtgebiet) ▪ Partheaue-Machern (ca. 440 ha im Stadtgebiet) ▪ Partheaue (ca. 275 ha im Stadtgebiet) ▪ Nördliche Rietzschke (118 ha), ▪ Östliche Rietzschke – Stünz (40 ha), ▪ Paunsdorfer Wäldchen – Heiterblick (151 ha) ▪ Etzoldsche Sandgrube und Rietzschketal Zweinaundorf (225 ha) ▪ Löbnig-Dölitz (395 ha) ▪ Wachberg Rückmarsdorf (9 ha) <p>Die Landschaftsschutzgebiete "Leipziger Auwald", "Partheaue-Machern" und "Partheaue" befinden sich nur teilweise auf Leipziger Stadtgebiet</p>
Naturdenkmale (ND)	<ul style="list-style-type: none"> ■ Zwölf geologische Naturdenkmale (teilweise mehrere Findlinge als ein Naturdenkmal) ■ 148 Baum-Naturdenkmale (davon 133 Einzelbäume, 8 Baumgruppen, 3 Alleen und 4 Weinstöcke) ■ Flächennaturdenkmale (FND)
FFH	<ul style="list-style-type: none"> ■ Fünf FFH-Gebiete (Flora-Fauna-Habitat) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Leipziger Auensystem ▪ Bienitz und das Moormergelgebiet ▪ Bläulingswiesen südöstlich von Leipzig ▪ Brösen Glesien und Tannenwald ▪ Partheaue
SPA-Gebiet	<ul style="list-style-type: none"> ■ Ein SPA-Gebiet (Europäisches Vogelschutzgebiet) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Leipziger Auwald

FFH-Gebiete und SPA-Gebiete können sich gegenseitig und mit anderen Schutzgebieten räumlich überlagern

Quelle: Stadt Leipzig URL: www.leipzig.de/umwelt-und-verkehr/umwelt-und-naturschutz/naturschutz/naturschutzobjekte/

Karte der Schutzgebiete des Landschaftsplans der Stadt Leipzig



Quelle: Stadt Leipzig o.J.

Wasser

Legende Gewässertouristische Infrastruktur (aktuell und geplant)

Tourismuswirtschaftliches Gesamtkonzept für die Gewässerlandschaft im mitteldeutschen Raum Infrastrukturkartierung

LEGENDE

Befahrbarkeit Seen *2

-  befahrbar
-  nicht befahrbar / Naturschutzrestriktionen
-  derzeit nicht befahrbar (z.B. Baumstümpfe nicht geräumt/ Abrutschungen)
-  See in Flutung (mit Jahreszahl Flutungsende)

Befahrbarkeit Flüsse *1

-  nicht ganzjährig befahrbar (4-11 Monate)
-  ganzjährig befahrbar
-  für Motorboote zugelassen
-  für Motorboote geeignet, Einzelzulassungen ggf. mit Auflagen
-  Kanukurs
-  ganzjährig geschützt
-  zeitweise geschützt
-  Gewässerverbindung geplant
-  Gewässerverbindung Vision

Landbedeckung

-  Wald
-  krautige Vegetation
-  Siedlung

Wasserbezogene Infrastruktur *5, *10, *9

-  Schleuse (SCH) *1 *4
-  Wehr (WE) *1 *4
-  Überwindbares Wehr (UWE) *1
-  Befestigte Uferpromenade (BU)
-  Kanu-Ein- und Ausstieg (EA)
-  Kanurastplatz (KRP)
-  Kanu-Biwak Zeltplatz/ Kanustation (BZ)
-  Umsetzstelle (U)
-  Sportboothafen (H)
-  Bootsschleppe (BOS) *6 *4
-  Sportbootanlegestelle/ Wasserwanderrastplatz (WWR)
-  Tankstelle öffentlich (TA) *4
-  Fahrgastschiffahrtsanleger (FA)
-  Speziell geeignete Boote (FA*) *5 (z.B. Leipzigboot, niedrige Fahrgastschiffe)
-  Fahrgastschiffahrtslinie (FL) *2 *5

Touristische Angebote

Wassersport *1, *2, *5, *9, *10

-  Segeln (SE)
-  Surfen (SU)
-  Wasserski (WS)
-  Tauchen (TAU)
-  Bootsverleih (BV)
-  Badestelle/Strand (BS)
-  Kitesurfen (KSU)

-  Vorrang/Vorbehalt Tourismus Seeufer (VT) *2
-  festgesetztes Überschwemmungsgebiet

Städte

-  <12.000 Einwohner
-  >12.000 Einwohner
-  >20.000 Einwohner
-  >100.000 Einwohner

Erläuterungen:

-  Bestand, bzw. im Bau
-  Planung (Vorentwurf/Entwurf liegt vor)
-  Konzept (Vision/ Ideen)

*1 (JUEB) *2 (SK) *3 (OSM) *4 (DBWK) *5 (LN)

*6 (BB) *7(LNS) *8 (AW) *9 (ESK) *10 (GO)

A3 Bestehende Zielformulierungen

Ziele im Integrierten Stadtentwicklungskonzept Leipzig

Ziele im Bereich Tourismus des Integrierten Stadtentwicklungskonzept Leipzig 2009 (Fachkonzepts Wirtschaft, Beschäftigung)

- Kommunikation der Stärken und Zukunftschancen: Nachhaltige Durchsetzung und Etablierung der Standortmarke Leipzig als Kultur-, Wirtschafts- und Wissenschaftsstandort
- Segment der Privatreisen über die Vermarktung als Musik- und Kunststadt stärken
- Freizeitpotentiale und Stadtbild kommunizieren
- Leipzig als Messe- und Kongressstadt weiter profilieren

Quelle: Stadt Leipzig 2009

Ziele im Marketingplan der LTM

Zielsystem des jährlichen Marketingplans der Leipzig Tourismus und Marketing GmbH (Ziele der Destinationsstrategie 2012)

Marktökonomische Ziele

- Festigung und weitere Steigerung der Anzahl der Gästekünfte in Leipzig auf > 1,6 Mio.
- Festigung und Steigerung der Anzahl der Gästeübernachtungen in Leipzig auf > 3,0 Mio.
- Generierung eines dynamischen jährlichen Wachstums bei ausländischen Gästen
- Gewinnung von nationalen und internationalen Kongressen
- Erhöhung des Volumens von Privatreisen
- Erhöhung der Aufenthaltsdauer und der Tagesausgaben der Gäste
- Entwicklung und Optimierung von speziellen Angeboten für Touristen, um signifikante Beiträge zur Stärkung von Hotellerie, Gastronomie und Einzelhandel sowie der Kultureinrichtungen zu leisten
- Verbesserung des Selbstfinanzierungsgrades der Gesellschaft

Marktpsychografische Ziele

- Verbesserung der nationalen und internationalen Positionierung als Kulturstandort, insbesondere als Musikstadt
- Aufbau eines Images als moderner Wirtschaftsstandort und attraktive Destination für Firmenansiedlungen sowie Studierende, Gründer und junge Familien
- Weitere Profilierung als Kongress- und Tagungsdestination im nationalen und internationalen Maßstab
- Ansprache der Zielgruppen im Geschäftstourismus (lokale, nationale und internationale Kongressentscheider als spezielle Multiplikatoren GCB, ICCA und Fachmedien) durch Schaffung attraktiver Angebotspakete
- Ausbau des Bachfestes zu einem auch quantitativ bedeutenden Festival im Zusammenspiel mit dem Bach-Archiv Leipzig
- Belebung der Innenstadt durch Vermarktung des weihnachtlichen Leipzigs und anderer ausgewählter Events (z.B. Stadtfest, Passagenfest, Kabarets, Revuetheater und Varieté bzw. Leipziger Herbstfestivals)
- Ansprache der unterschiedlichen Zielgruppen (z.B. Kulturreisende, junge Privatreisende und Familien) durch Schaffung attraktiver Angebotspakete
- Herausstellung der Einkaufsdestination Leipzig durch verstärkte Ansprache der Tages- und Messebesucher in Kooperation mit dem Einzelhandel
- Schaffung von Tourismusakzeptanz und -verständnis bei der Leipziger Bevölkerung
- Entwicklung eines Qualitätsbewusstseins bei allen Akteuren

Quelle: LTM 2014

Ziele in der Tourismusstrategie Sachsen (Auswahl)

Ziele der Tourismusstrategie Sachsen (Fokus Wettbewerbsfähige Destinationen)

- Bildung wettbewerbsfähiger Destinationen bis zum Jahr 2020
 - Übernachtungen pro Jahr (inkl. Camping, ohne grauen Beherbergungsmarkt) > 1,5 Mio.
 - Anzahl vorhandener Betten p.a. in der Destination > 15.000
 - Vollzeitäquivalente mit Studium oder adäquater Berufserfahrung in der DMO mindestens 5
 - Anzahl Qualitätsbetriebe mit DEHOGA-Klassifizierung in den ländlichen Destinationen > 15%; in den Großstadtdestinationen > 45%
 - Anzahl Qualitätsbetriebe mit ServiceQ-Zertifikat in der Destination > 3%
 - Gesamtbudget der DMO > 1,5 Mio. EUR
 - Anteil Marketingetat der DMO (ohne Personalausgaben) am Gesamtbudget von > 40%
 - Anteil eigenerwirtschafteter Mittel der DMO am Gesamtbudget inkl. Fremdenverkehrsabgabe und Mitgliedsbeiträgen von > 50%

Quelle: SMWA 2011

Ziele im Marktforschungskonzeptes zum Sachsen-Tourismus

Zielsystem des Marktforschungskonzeptes zum Sachsen-Tourismus (Fokus auf Zielbereiche mit definierten DMO-Kennzahlen)

Ziele	Kennzahlen (grob)
<p>Ziel 4: Bildung wettbewerbsfähiger Destinationen bis zum Jahr 2020</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Erhöhung der Tourismusstärke der Destination <ol style="list-style-type: none"> 1. Sicherstellung eines wettbewerbsfähigen Nachfragevolumens (ohne Tagestourismus < 50 km) 2. Sicherstellung eines wettbewerbsfähigen Angebotsvolumens 3. Sicherstellung einer wettbewerbsfähigen Angebotsqualität 4. Sicherstellung von wettbewerbsfähigen Personalqualifikationen ■ Erhöhung der Finanzstärke und Bündelung der Ressourcen der Destination <ol style="list-style-type: none"> 5. Sicherstellung eines wettbewerbsfähigen Gesamtbudgets der Destination 6. Sicherstellung eines wettbewerbsfähigen Marketingetats der DMO 7. Erhöhung eigenerwirtschafteter Mittel durch die DMO 8. Verbesserte Ausschöpfung vorhandener Finanzierungsinstrumente/vollständiges Heranziehen der direkten und indirekten Nutzer des Tourismus an den Kosten auf kommunaler Ebene 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Gäste, Übernachtungen, Tagesreisen 2. Betten, Bettenkapazitätsauslastung 3. Bewertung, Gästezufriedenheitsindex, Wiederbesuchsabsicht, Weiterempfehlung, Anzahl ServiceQ-Betriebe, Zufriedenheitsindex „Service“ bzw. „Unterkunft“; DEHOGA-klassifizierte Hotels bzw. Gasthöfe/Pensionen, DTV-klassifizierte Ferienwohnungen/-häuser/Privatzimmer 4. Vollzeitäquivalente mit Studium oder adäquater Berufserfahrung in der DMO 5. Gesamtbudget 6. Marketingetat 7. Eigenerwirtschaftete Mittel 8. Anzahl erhebungsberechtigter Kommunen (Fremdenverkehrsabgabe, Kurtaxe), Kommunen mit Einsatz freiwilliger Finanzierungsinstrumente
<p>Ziel 5: Stärkung der Leistungsfähigkeit der touristischen Infrastruktur in den Destinationen</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Stärkung der Infrastruktur: Barrierefreier Tourismus <ol style="list-style-type: none"> 1. Gezielter Aufbau vernetzter barrierefreier Angebote zur Schaffung von geschlossenen Serviceketten 2. Erlangen der (Mit-)Marktführerschaft bei Barrierefreiheit ■ Stärkung der Infrastruktur: Campingtourismus und Caravanning <ol style="list-style-type: none"> 3. Verbesserung der Qualität von Campinganlagen 4. Erweiterung des Campingangebotes 5. Erhöhung der Anzahl der Campingtouristen ■ Stärkung der Infrastruktur: Ferienwohnungsmarkt <ol style="list-style-type: none"> 6. Verbesserung der Qualität bei Ferienwohnungen und -häusern 7. Erweiterung des Angebotes an Ferienwohnun- 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Buchbare barrierefreie Einzel(urlaubs)angebote sowie Paket(urlaubs)angebote 2. Polaritätsprofilkennziffer „barrierefrei“, Zufriedenheits-Index „Barrierefreiheit“ 3. DTV-klassifizierte Campingplätze und Niveau, ADAC-zertifizierte Campingplätze 4. Campingplätze, Stellplätze 5. Campinggäste, Campingübernachtungen 6. DTV-klassifizierte Ferienwohnungen/-häuser und Privatzimmer und Klassifizierungsniveau

Zielsystem des Marktforschungskonzeptes zum Sachsen-Tourismus (Fokus auf Zielbereiche mit definierten DMO-Kennzahlen)	
Ziele	Kennzahlen (grob)
<ul style="list-style-type: none"> gen und -häusern ■ Stärkung der Infrastruktur: Touristisches Wegenetz <ul style="list-style-type: none"> 8. Ausbau des bestehenden touristischen Wegenetzes 9. Verbesserung des bestehenden touristischen Wegenetzes ■ Stärkung der Infrastruktur: Beherbergungsstätten <ul style="list-style-type: none"> 10. Steigerung der Investitionstätigkeit des mittelständischen Beherbergungsgewerbes 11. Erweiterung des hochwertigen Übernachtungsangebotes in den ländlichen Räumen ■ Stärkung der Infrastruktur: Verbesserte Erreichbarkeit touristischer Ziele (Incoming) ... <ul style="list-style-type: none"> 12. ...über die Schiene 13. ...über die Straße 14. ...über Flughäfen ■ Stärkung der Infrastruktur: Ganzjahrestourismus <ul style="list-style-type: none"> 15. Verstärkte Entwicklung von ganzjährig nutzbaren Infrastruktureinrichtungen mit entsprechenden Angeboten 16. Verstärkte Entwicklung von Nebensaison-Produkten ■ Stärkung der Infrastruktur: Gesundheits-, Wellness- und Kurtourismus <ul style="list-style-type: none"> 17. Verstärkte Entwicklung von Einrichtungen im Bereich Gesundheit, Wellness und Kur 	<ul style="list-style-type: none"> 7. Ferienwohnungen/-häuser/Ferienzentren und Bettenzahl 8. Länge ausgewiesener touristischer Radwege, Wanderwege, Reitwege, Mountainbike-Strecken, Loipen 9. Zertifizierte Radfernwege sowie Wanderwege und Länge 10. Marken- und Kettenbetriebe in der Hotellerie 11. DEHOGA-klassifizierte Hotelbetriebe mit 4 und mehr Sternen sowie Betten, DTV-klassifizierte Ferienwohnungen/-häuser und Privatzimmer mit 4 und mehr Sternen 12. Zeitaufwand Erreichen Destination 13. Zeitaufwand Erreichen Destination 14. Zeitaufwand Erreichen Destination 15. Ganzjährig nutzbare touristische Infrastruktureinrichtungen 16. Buchbare Angebote in der Nebensaison, Zufriedenheits-Index „Angebote in der Nebensaison“ 17. Einrichtungen im Bereich Gesundheit, Wellness und Kur, Zufriedenheits-Index „Gesundheits- und Wellness-einrichtungen“

Quelle: IMT 2013b

A4 Vision

In einer Zukunftswerkstatt wurde mit fast 30 Schlüsselakteuren aus Stadt und Region eine Vision für den Tourismus erarbeitet. Die erarbeiteten Zukunftsbilder von Stadt und Region wurden als Blick in die Zukunft in das Jahr 2020 gezeichnet. Die Ergebnisse der Diskussionen sind in der folgenden fiktiven oder ggf. künftig realen Presseinformation aufbereitet.

Vision Leipzig – Stadt und Region 2020

Presseinformation

Leipzig, den 06.06.2020

Leipzig und Region 2020 – Stadt, Land, Seen

Leipzig Tourismus Marketing blickt auf sieben Jahre Entwicklung von Stadt und Region. Eine Erfolgsgeschichte.

Ob Stadtflair, eine lebendige Musik- und Kunstszene im dynamischen Leipzig, Aktivmöglichkeiten auf und am Wasser, Burgen und Naturschätze in der Region oder die Verbindung von Stadt und Region auf den verschiedenen Rad- und Wanderrou-ten – Leipzig und Region bieten ein Freizeiterleben besonderer Art.

Ein kurzer Blick zurück. Stadt und Region machen sich gemeinsam auf den Weg.

Der offizielle Startschuss fiel im Jahr 2013 mit der Unterzeichnung eines gemeinsamen Geschäftsbesorgungsvertrages. Durch ein gemeinsames Tourismusmarketing von Stadt und Region wollten die Akteure Kräfte bündeln und sich gemeinsam besser aufstellen. Bereits in den Jahren zuvor wurden dafür zusammen die Weichen gelegt. In einem gemeinsamen Konzept wurden im Jahr 2014 die Zielrichtungen und die Grundlagen des gemeinsamen Marketings vereinbart. Darauf aufbauend konnten die eigenen und gemeinsamen Zielgruppen von Stadt und Region bestimmt werden, auf die sich seither kontinuierlich die Zielgruppenan- sprache konzentriert. Bereits im Jahr 2014 konnte auch das neue Corporate Design und die Kommunikationslinie vorgestellt werden.

Dabei war der Weg nicht immer einfach. Gab es anfangs noch keinen richtungsweisenden Konsens, entwickelte sich schrittweise ein gemeinsamer Ansatz der Kooperationspartner und Kommunen. Diese gemeinsame Denke der Akteure half letztendlich Prioritäten und Potentiale erkennen zu lassen, die sich in die Realität umsetzen ließen. Mittlerweile gibt es eine flächendeckende Kooperationsstruktur, die auch über die Landesgrenzen hinweg arbeitet. Stadt und Region verstehen sich als Ganzes.

Leipzig und Region 2020

In den vergangenen Jahren hat sich Leipzig weiter als internationale Musikstadt etabliert. Die Stadt konnte seine Bekanntheit weiter ausbauen und zieht mehr und mehr internationale Gäste an. Leipzig ist Kultur. Leipzig ist Szene. Leipzig ist in, jung und dynamisch.

Liebreizend aber modern, traditionsreich und idyllisch aber weltoffen, so versteht sich die

Region. Mit der Seenlandschaft, erlebbaren kulturellen Perlen, erlebnisreichen Aktivmöglichkeiten und insbesondere speziellen Familienangeboten hat auch sie sich weiter aufgestellt.

„Wir sind uns bewusst, dass Leipzig unser ‚großer Bruder‘ ist und die größere Power und Strahlkraft im Vergleich zur Region besitzt, aber wir profitieren alle davon“, lässt sich als Tenor aus der Region vernehmen. „Wir schaffen es nur zusammen, interessante Spannungsbögen zu schlagen. So konnten wir das Thema Musik, als ein Kernthema der Stadt, über die Musikveranstaltungen der Region wie das Highfield, die Wirkungsstätten wichtiger Persönlichkeiten oder die besonderen Orgeln in die Region ausweiten. Für Familien lässt sich der Spannungsbogen mit den familienorientierten Resorts in der Region auch über vermehrt familiengerechte Angebote in die Stadt führen. Nicht zu vergessen, die Verknüpfung von Kultur und Aktiv in Stadt und Region.“

Und die Zahlen bestätigen dies. Die Aufenthaltsdauer in Stadt und auch der Region hat sich verlängert. Stadtbesucher machen vermehrt Abstecher in die Region, Regionsbesucher vermehrt in die Stadt. Stadtkultur und Aktivregion sind miteinander verzahnt. Heute bietet man so dem Gast aus nah und fern vielseitige Angebote, die die Besonderheit des städtischen Flairs der dynamischen Stadt Leipzig mit der liebreizenden, traditionsreichen Idylle und den Aktivmöglichkeiten der Region verknüpfen. Die grünen Achsen Leipzigs lassen das Umland bis in das Herz der Stadt vordringen und ergeben dadurch eine gefühlte Einheit.

Hand in Hand – Stadt, Land, See

Zahlreiche Jubiläen lockten gerade in den Startjahren der Kooperation zahlreiche Gäste nach Leipzig und in die Region, die heute gerne wiederkommen. Ein Gast aus Süddeutschland fasst es zusammen: „Ich war beruflich zeitgleich zu den Aktivitäten zum 1000. Stadtjubiläum in Leipzig. Dort wurde ich neben den zahlreichen Kulturangeboten der Stadt auf die Entwicklung der Gewässer in und um Leipzig aufmerksam. Alles sehr spannend. Heute bin ich mit der Familie wieder hier und wir sind begeistert! Warum also an die Ostsee fahren, wenn wir auf halbem Weg am Hainer See eine tolle familienfreundliche Feriensiedlung in Wassernähe finden, mit Leipziger Zoo und Belantis vor der Tür. Und kulturell ist es hier ja auch nicht schlechter als in Dresden.“

Leipzig und Region bieten insgesamt ein vielfältiges Spektrum an touristischen Themen:

- Kultur – Ob Stadtkultur oder Regionalkultur, hochkarätige Musik und Kreativszene oder Burgen samt ihrer mittelalterlichen Traditionen: Kultur in Stadt sowie auf dem Land lassen sich authentisch erleben. Dabei sind die Akteure neue Wege gegangen. Ob Übernachten im Museum oder im Burgkeller, eine kulinarische Einbindung der Obstanbaukultur und der zahlreichen regionalen Produkte in der Gastronomie, einer Verknüpfung der musikalischen Spuren der Vergangenheit mit dem „Notenrad“, spirituelle Begegnung auf den Pfaden des Reformators Luther oder zahlreiche Veranstaltungen, die in den Mittelsächsischen Kultursommer eingebunden sind und u.a. an ungewöhnlichen Orten (Burgen, Schlösser, Industriedenkmäler, Lost places und Orte des Wandels in der Stadt) – kulturell bieten sich viele Erlebnisse. Die Einrichtungen, allen voran die Hubertusburg mit toller Ausstellung, sind geöffnet und für den Gast erlebbar. Kulturliebhabern – jung oder alt, geschäftlich oder mit Partner bzw. Familie unterwegs – wird vieles geboten.
- Wasser – Wasseraktivitäten und Wassersportarten aller Art zwischen Stadt und Leipziger Neuseenland sowie auf den Flüssen Elbe, Mulde und auch Saale ermöglichen das aktive Erleben auf und am Wasser. Gerade mit der Eröffnung des umfassenden Gewässerverbundes Leipziger Neuseenland, kann sich der Gast direkt von der Stadt ins Umland oder umgekehrt auf den Weg machen. Dafür wurden in den vergangenen Jahren zahlreiche

Anstrengungen unternommen. „Heute sind alle Kurse befahrbar. Ob Zwenkauer See, Pegau, Störmthaler See, Hainer See, Elster-Saale-Kanal oder Halle, auch entfernte Ziele sind heute gut mit dem Boot erreichbar. Spezielle Angebote, wie Marinas, Wasserwanderrastplätze, spezielle Unterkunfts- und Gastronomieangebote und besondere Highlights sind erschlossen und warten auf Sie“, erzählt die Produktentwicklerin Wasser der LTM stolz. „Zudem sind unsere Seen untereinander und insgesamt zu den anderen Wasserregionen profiliert!“

- Radfahren – Spezielle thematische Routen zum Radfahren oder auch Wandern ermöglichen die Verknüpfung der großen und kleinen touristischen Perlen und lassen den Gast unsere Naturlandschaften wie den Geopark Porphyryland, die Muldeauen, die Dübener und Dahleener Heide oder den Leipziger Auwald entdecken. In den vergangenen Jahren wurde dafür die Qualität der Radwege verbessert, das Leitsystem vereinheitlicht und Serviceangebote an den Wegen und gastronomische Verschaufstationen geschaffen.
- Familien – Auch Familien sind in Leipzig und Region herzlich willkommen. Passende Aktivitäten und Unterkünfte für Groß und Klein werden geboten und spezielle Familienresorts in Wassernähe haben sich in den vergangenen Jahren erweitert und erfüllen Kinder- und Elternwünsche.
- Messen/Kongresse – Kontinuierlich wurde die Kompetenz der Stadt Leipzig als Geschäftsreiseziel gestärkt. Hervorragend ausgestattete und anregende Tagungs- und Konferenzstätten in unmittelbarer Nähe zum Leipziger Flughafen, Bahnhof und Zentrum sowie ein starkes Netz aus Wissenschaft und Wirtschaft verflochten sich zu einem Standort für zukunftsweisendes Handeln. Und nach dem Geschäftlichen steht zur Auswahl: Kabarett, Shoppen, ein Abstecher in die Tropen oder doch lieber eine nasse Abkühlung im Neuseenland? Unterkünfte für den gehobenen Anspruch runden das Gesamtpaket ab und bieten garantierten Wohlfühlkomfort.

Von Anfang an auf Qualität und nachhaltigen Tourismus gesetzt

Es wurde sowohl in der Konzeption als auch in der Umsetzung stets auf Qualitätsbewusstsein geachtet, um die Reise so angenehm wie möglich zu gestalten. In zahlreichen Aspekten wurde dies bereits erfolgreich umgesetzt, bspw. bei den Qualitätsradrouten mit ergänzenden Angeboten (Bett&Bike, Gastronomie, Kultur), dem Ausbau der Service-Qualität und Gastlichkeit in Gastronomiebetrieben sowie der Aufnahme von ausschließlich einwandfreien Betrieben in den Empfehlungen. Vor allem aber wurde die Diskrepanz zwischen Stadt und Umland angepasst, sodass in der geschlossenen Servicekette nun ein gemeinsames Qualitätsverständnis und -angebot herrscht. Somit finden sich nun auf allen Ebenen authentische und verlässliche Angebote wieder.

Dabei sollte Jede/r die Möglichkeit haben, Leipzig und die Region zu erkunden, weshalb stets darauf geachtet wurde, alle Sinne anzusprechen und möglichst barrierefrei zu entwerfen und zu bauen. Mittels seiner vielschichtigen und „erfühlbaren“ Installationen bietet die Destination beste Voraussetzungen dafür: Leitwegesysteme und 1:1 Modelle zum Ertasten für Blinde, hürdenfreie Wege für Rollstuhlfahrer und weniger Bewegliche sowie speziell zugeschnittene Touren sind nur einige Beispiele dafür.

Zudem wurde stark auf die Pflege regionaler Produkte und des regionalen Brauchtums Wert gelegt und PKW-freie Mobilitätsangebote gefördert.

Hervorragende Erreichbarkeit und Vernetzung

Eine optimale Erreichbarkeit ist eine wichtige Basis für den touristischen Erfolg von Leipzig

und Region. In den letzten Jahren hat sich hier viel getan: Ob Flugzeug, Bus, Bahn, der eigene PKW oder das Rad, die Anbindung in alle Himmelsrichtungen ist hervorragend – auch über die deutsche Grenze hinweg. Zu den Neuerungen gehören das erweiterte Mitteldeutsche S-Bahn-Netz (seit 2013), die LEIPZIG REGIO CARD (seit 2014), ein touristisch angepasster ÖPNV (seit 2015), der Ausbau von Park&Ride-Parkplätzen sowie ausgebauten Qualitätsradrouten. Ebenso wurde die Verknüpfung von ÖPNV, Rad und Boot verbessert, sodass nahtlose Übergänge möglich sind und alle Seen mit dem ÖPNV erreichbar sind.

„Sie können heute beispielweise Ihr Rad in der S-Bahn mitnehmen, dann die Region auf dem Mulderadweg von Wurzen nach Grimma erkunden, zwischendurch in einem schnuckligen Gasthaus mit lokaler Kulinarik (etwa Maräne aus der Region oder Säfte aus dem Obstland) einkehren oder ein Picknick an den zahlreichen Rastplätzen machen und schließlich gemütlich mit der S-Bahn zurück in die Stadt fahren. Falls Sie Lust haben, machen Sie in Grimma noch einen Abstecher mit dem Kanu, während ihr Fahrrad sicher in einer der Servicestationen des neuen regionsweiten Rad-Leihsystems auf Sie wartet. Dort können Sie regionsweit Ihr Rad parken oder sich eines ausleihen“, berichtet die Regionsverantwortliche der LTM.

Lokales Wissen - Mit der Technik von heute

Die gut geschulten Mitarbeiter der Touristeninformation arbeiten mit neuesten technischen und mobilen Anwendungen. Egal ob ein kurzer Check der Abflugzeit auf dem Tablet oder Smartphone durch das kostenlose WLAN-Netz, das Herunterladen von themenspezifischen Apps zur Erkundung von Stadt und Region oder das Informieren an intuitiven Self-Service Infoscreens – die Technik unterstützt den Gast bei der Orientierung.

Wer sich bereits vorab informieren möchte, findet auf der von einer Leipziger Kreativagentur erstellten vernetzten gemeinsamen Internetpräsenz nicht nur alle relevanten Informationen, sondern hat dazu noch die Chance vom heimeligen Sessel aus multimedial das Reiseziel zu erkunden: 360° Panorama-Ansichten, Video und Audio, Live-Chat und Webcams in HD-Auflösung, Kurzinterviews mit Gästen aus aller Welt und vieles mehr. Selbstverständlich multilingual und barrierefrei. Eingebettet in die Internetpräsenz ist ein Ausflugsportal mit Angeboten für Tages- und Übernachtungsgäste. Die Plattform bietet dem Gast die Möglichkeit einen Gesamtüberblick über die tagesaktuellen Veranstaltungen und freizeittouristischen Highlights zu erhalten. Natürlich gibt es nach wie vor (jedoch in einem beschränkten Umfang) ausgewählte, übersichtliche und informative Printmaterialien.

Ausblick 2030 – Intensiv und kooperativ geht es weiter

Alles ist noch nicht geschafft. Weitere Seen werden geflutet und Verbindungsachsen erstellt bzw. ausgebaut. Historischen Routen, wie etwa der Via Regia und der Via Imperii, wird neues Leben eingehaucht, weitere Burgen werden der Öffentlichkeit zugänglich gemacht, neue Märkte erschlossen. Mit den neu gewonnenen Attraktionen kommen auch neue Bedürfnisse, sodass, orientiert an den Gästewünschen, zukünftig neue Angebote entworfen werden.

Zusammenfassung der Stellungnahmen zum TEP Leipzig

Anmerkung: alle Stellungnahmen beziehen sich auf den Entwurf des TEP von Oktober 2014

Übersicht Stellungnahmen

Nr.	Datum	Institution
1	13.11.2014	GRASSI Museum für Angewandte Kunst, Frau Dr. Hoyer
2	27.11.2014	Amt für Stadterneuerung und Wohnungsbauförderung, Amtsleiter Herr Gerkens
3	01.12.2014	Amt für Bauordnung und Denkmalpflege, 63.2, Stv. Amtsleiterin Frau Rödiger
4	01.12.2014	Stadtplanungsamt, Stv. Amtsleiter Herr Wölpert
5	01.12.2014	Amt für Stadtgrün und Gewässer, Amtsleiterin Frau Kunath
6	03.12.2014	Amt für Stadtgrün und Gewässer, 67.4, Abteilungsleiterin Frau Zábojník
7	05.12.2014	Amt für Sport, Amtsleiterin Frau Kirmes
8	21.01.2015	Stadtplanungsamt, SG Landschafts- und Grünordnungsplanung, Sachgebietsleiterin Frau Dietrich
9	26.01.2015	Veranstaltung zur Präsentation des TEP vor ausgewählten touristischen Leistungsträgern/Mitglieder LTS/IHK/DEHOGA
10	28.01.2015	Quartier vier, Frau Siebeck
11	02.02.2015	Veranstaltung zum Kulturentwicklungsplan mit Präsentation des TEP vor Vertretern der Ämter des Dezernats Kultur und der städtischen Kultureinrichtungen
12	02.02.2015	Leipziger Notenspur-Initiative, Herr Prof. Dr. Schneider
13	03.02.2015	Bach-Archiv Leipzig, Herr Dr. Schwerdtfeger
14	06.02.2015	Schauspiel Leipzig, Herr Buss
15	10.02.2015	Zweckverband Neue Harth, Herr Fürstenberg
16	11.02.2015	Oper Leipzig, Herr Möller
17	11.02.2015	Gosenschenke "Ohne Bedenken", Herr Gröger
18	11.02.2015	Kulturamt, Amtsleiterin Frau Kucharski-Huniat
19	11.02.2015	Industrie- und Handelskammer zu Leipzig, Frau Fleischer
20	09.12.2014	Amt für Umweltschutz, Stv. Amtsleiterin Frau Aegerter
21	17.03.2015	Verkehrs- und Tiefbauamt, Amtsleiter Herr Jana