

4.5 Fachkonzept Tourismus

Folgende Konzeptionen und Erhebungen wurden in das Fachkonzept mit einbezogen:

- Fachkonzept Tourismus aus dem INSEK (2014),
- Stadtmarketing Bautzen – Handlungshandbuch 2018–2022 (2017),
- Leitbild Bautzen 2030+ (2019),
- Tourismusmarketingkonzept Bautzen (2019).

Die am Fachkonzept Mitwirkenden

Vertreter folgender Institutionen waren an der Konzepterstellung des Fachkonzeptes Tourismus beteiligt:

- Bürgermeisterin Dezernat II – Bauwesen der Stadt Bautzen,
- Amt für Wirtschaftsförderung, Sachgebiet Tourismusförderung der Stadt Bautzen,
- Amt für Pressearbeit und Stadtmarketing der Stadt Bautzen,
- Referent für Stadtentwicklung der Stadt Bautzen,
- Citymanagement der Stadt Bautzen,
- Beteiligungs- und Betriebsgesellschaft Bautzen mbH (BBB),
- Tourist-Information der Stadt Bautzen,
- Saurierpark Kleinwelka,
- Tourismusverein Bautzen e. V.,
- Marketing-Gesellschaft Oberlausitz-Niederschlesien mbH,
- Stiftung für das sorbische Volk,
- Museum Bautzen.

4.5.1 Bestandsanalyse

Der Tourismus stellt für Bautzen einen wichtigen Wirtschaftsfaktor dar. Die Stadt mit ihrer beispielhaft sanierten Altstadt, dem lebendigen Stadtzentrum und einem reichhaltigen deutsch-sorbischen Kulturleben ist in erster Linie Ziel für den Städte- und Kulturtourismus. Der steigende Bekanntheitsgrad führten in den letzten Jahren zu stetig wachsenden Gästezahlen. Als kulturelles Zentrum der Region verfügt Bautzen über ein breites und hochwertiges Angebot an kulturellen Einrichtungen und Veranstaltungen. Das einzige professionelle zweisprachige Theater Deutschlands, das Deutsch-Sorbische Volkstheater, das Stadtmuseum, das Sorbische Museum, die Domschatzkammer, die Alte Wasserkunst und der Reichturm sowie die Gedenkstätte Bautzen sind Anziehungspunkte für Touristen. Überregional bekannte Freizeiteinrichtungen, wie der Saurierpark, locken Familien mit Kindern nach Bautzen. Die Stadt strebt eine Verbesserung der Bedingungen für überregionale Sport- und Kulturveranstaltungen sowie Tagungen und Kongresse an.

Touristische Entwicklung

Tabelle 37: Touristische Entwicklung nach Übernachtungen in Bautzen, Quelle: Stadt Bautzen

Jahr	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Gästekünfte	76.430	74.778	76.432	73.316	73.232	75.369	75.288
Veränderungen gegenüber Vorjahr in %	-	-2,2 %	+2,2 %	-4,1 %	-0,1 %	+2,9 %	-0,1 %
Übernachtungen	173.778	172.974	181.531	171.364	174.660	178.056	176.805
Veränderungen gegenüber Vorjahr in %	-	-0,5 %	+4,9 %	-5,6 %	+1,9 %	+1,9 %	-0,7 %
Ø angebotene Betten	1.212	1.189	1.230	1.138	1.064	1.015	1.042
Ø Auslastung der angebotenen Betten in %	36,8 %	36,2 %	37,9 %	37,9 %	41,5 %	40,7 %	41,7%
Ø Aufenthaltsdauer in Tagen	2,3	2,3	2,4	2,3	2,4	2,4	2,3

Die Zahl der Gästekünfte und Übernachtungen in Bautzen hat sich seit 2012 auf einem Niveau stabilisiert. Gleichzeitig sank die Zahl der angebotenen Betten um etwa 16 %. Die durchschnittliche Auslastung der angebotenen Betten stieg auf ca. 41 %, ein Indiz dafür, dass der Beherbergungsmarkt in Bautzen noch über Potenziale für weitere Bettenkapazitäten in ausgewählten Segmenten bzw. für ausgewählte Zielgruppen verfügt.

Die jährlichen Übernachtungen sind durch eine deutliche Saisonalität gekennzeichnet, mit hoher Nachfrage in den Monaten zwischen April und Oktober bzw. höchster Nachfrage in den Sommermonaten zwischen Juni und August. Der niedrige „Sockel“ in den Wintermonaten wiederum ist ein Indiz dafür, dass in den Segmenten „Geschäftsreisende“ und

„Tagungsgäste“ (die entweder ganzjährig oder außerhalb der Ferienzeiten reisen) noch größere Potenziale für Bautzen vermutet werden können.

Tabelle 38: Touristische Entwicklung nach Beherbergungsstätten in Bautzen, Quelle: Stadt Bautzen

Beherbergungsstätten	Ø Anzahl der angebotenen Betten	Ankünfte	Über-nachtungen	Ø Aufenthaltsdauer in Tagen
Hotels und Hotels garni	573	53.106	100.031	1,9
Gasthöfe und Pensionen	94	1.971	7.502	3,8
sonstige Betriebe	346	20.211	69.272	3,4
insgesamt	1.013	75.288	176.805	2,3

In den letzten Jahren sank bei den Hotels die Anzahl der angebotenen Betten (57 % aller Betten). Die Zahl der Ankünfte, Übernachtungen stieg aber absolut und relativ (71 %). Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer blieb gleich.

Bei den Gasthöfen und Pensionen ist die Anzahl der angebotenen Betten (9 %), der Ankünfte und Übernachtungen gesunken (27 %). Gestiegen ist die Verweildauer.

Bei sonstigen Betrieben, z. B. der Campingplatz im Freizeitareal der Talsperre Bautzen, ist die Anzahl der vorhandenen Betten absolut und relativ (34 %) , der Ankünfte (27 %) sowie die durchschnittliche Aufenthaltsdauer gestiegen. Die Zahl der Übernachtung hat abgenommen.

4.5.2 Prognose

Die Menschen besinnen sich zunehmend auf Themen wie Gesundheit, Work-Life-Balance, Lebensfreude, Erlebnis, Authentizität, gesunde, regional und nachhaltig produzierte Küche, einfachen, aber besonderen Genuss und vor allem mehr Zeit für Familie und Freunde. Dabei wachsen die individuellen Ansprüche bezüglich Qualität, Service, aber auch im Hinblick auf besondere Ausstattung, Stil und Design.

Digitalisierungsangebote im Servicebereich sind die Schlüssel zum Erfolg einer Destination: zeitgemäße, vernetzte digitale Kommunikation und Vertrieb der Tourismusstellen und Betriebe, aber auch zunehmende Digitalisierung aller betrieblichen Prozesse. Daraus erwachsen die Anforderungen an Know-how und Schnittstellen.

Reisen werden tendenziell kürzer, die Nachfrage nach Kurzreisen und Ausflügen wächst weiter, als kurze, inspirierende „Auszeit“ vom anstrengenden Alltag, als Bildungsreise oder als Trip mit Freunden. Wichtig: optimale, emotionale Online-Information, die neugierig macht, schnell buchbare Angebote, niederschwellige Angebote vor Ort, die der Gast ohne große Vorbereitung in Anspruch nimmt.

4.5.3 Fazit

Bautzen verfügt über besondere touristische Stärken, denen sich die touristischen Akteure und Einheimischen noch stärker bewusst werden sollen. Neben dem gemeinsamen Selbstverständnis geht es auch um mehr Selbstbewusstsein der Bautzener als Tourismusort als lohnenswertes Einzelziel und als Ort zum Leben. Wichtig dafür: ein positives Image und mehr Bekanntheit. Der Tagesausflugsverkehr spielt dabei eine besondere Rolle durch die Nähe zur Landeshauptstadt Dresden, zu Görlitz, zum Dreiländereck, zum Spreewald und die zentrale Lage in der Oberlausitz.

Der Tourismus kann erfolgreich weiterentwickelt werden, wenn sich alle Akteure und Ebenen seinem besonderen Nutzen und seiner Effekte bewusst sind und alle Entscheidungen im Zusammenhang mit Planungen, Genehmigungen, Vermarktungsansätzen auch vor dem Hintergrund des Tourismus überlegt und getroffen werden.

Vor dem Hintergrund der Corona-Pandemie braucht die touristische Entwicklung, besonders in der Innenstadt eine gesteigerte Aufmerksamkeit und neue Umgangsformen.

Neben dem Tourismusbewusstsein ist ein zentrales Tourismusmanagement mit funktionierenden Informations-, Abstimmungs- und Entscheidungsprozessen von entscheidender Bedeutung für den Tourismus in Bautzen. In der historischen Altstadt etabliert und durch das breite Gastronomieangebot und Aktionen des aktiven Innenstadt Bautzen e. V. flankiert, ist der Einzelhandel schon heute ein bedeutendes touristisches Angebot. Das daraus erwachsende Stadtfair und die für einen Tourismusort so wichtige pulsierende Lebensart sollen auch aus touristischer Sicht weiter gestärkt werden. Die Tourismusedwicklung muss nachhaltig sein für Gäste, Einheimische und Bautzener Unternehmen.

4.5.4 Ziele und Maßnahmen

In den nachfolgenden allgemeinen und gebietsbezogenen Maßnahmen sind alle für die zukünftige Stadtentwicklung Bautzens relevanten Maßnahmen in Trägerschaft der Stadt und ihrer stadteigenen Gesellschaften sowie auch von anderen Projektträgern enthalten. Aus der Aufnahme dieser Maßnahmen zugunsten Dritter in das INSEK-Fachkonzept lässt sich keine Finanzierungszusage durch die Stadt ableiten. Grundsätzlich erfolgt die schrittweise Umsetzung der aufgeführten städtischen Maßnahmen aus der direkten Zuständigkeit oder direkten Trägerschaft der Stadt unter Berücksichtigung der kommunalen Haushaltssituation und der konkret dafür im Haushalt bereitgestellten Mittel (Finanzierungsvorbehalt).

Ziele und allgemeine Maßnahmen

- Ausbau der Bedeutung des Tourismus in der Stadt Bautzen mit verbessertem Ausschöpfen der touristischen Potenziale
 - Ausbau des Images der Stadt und Stärkung der Profilierung (Marke Stadt Bautzen) als Kultur- und Städtereiseziel mit den Leitthemen „Weithin sichtbare mittelalterliche Stadt mit Türmen, Spreetal und innen voller barocker Schönheit und moderner Lebensart“, „Kulturhauptstadt der Sorben“ und „Zentrum der Oberlausitz“ bzw. den ergänzenden Themen Shopping & Genuss, Geschichte & Bildung, Freizeiterlebnis für Familien sowie Tagungen und barrierefreie Angebote (*Priorität Kap. 5.1.1*)
 - Erarbeitung eines ganzheitlichen Themenkonzeptes „Kulturhauptstadt der Sorben“ in enger Zusammenarbeit zwischen den sorbischen Institutionen/Akteuren und der Stadtverwaltung
 - Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der Tourismuswirtschaft und damit Erhöhung der touristischen Wertschöpfung
 - Stärkung des Tourismusbewusstseins in der Stadt bei Akteuren und Einheimischen
 - Stärkere Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsbelangen bei der Tourismusentwicklung
- Erhalt, Weiterentwicklung und Schaffung attraktiver touristischer Einrichtungen und Angebote
 - Weiterentwicklung der innerstädtischen Tourist-Information (u. a. Erweiterung der Öffnungszeiten, zeitgemäße Ausstattung, Präsentation der Leitthemen, Shop, Informationen in leichter Sprache) und der sorbischen Kulturinformation mit perspektivischer Konzentration der zwei Informationen
 - Einrichtung durchgängig für alle zugängliche, digitale Touch-Points in tourismusrelevanter Lage (z. B. Umfeld der Tourist-Information) in Kooperation mit der Tourismusdestination
 - Steigerung der Aufenthaltsqualität des Museums Bautzen sowie Schaffung einer Freianlage zur Realisierung museumspädagogischer Vermittlungsarbeit
 - Erschließung ungenutzter, baukulturell bedeutender Objekte für eine touristische Nutzung (u. a. Karasek-Turm, Czorneboh-Turm)
 - Erhalt und Weiterentwicklung des Sorbischen Museums am Standort Bautzen
 - Weiterentwicklung des Deutsch-Sorbischen Volkstheaters mit den Sparten Schauspiel und Puppentheater

- Künstlerische Weiterentwicklung des Sorbischen Nationalensembles mit den Sparten Orchester, Ballett und Chor
 - Verstärkte Würdigung und Bewusstmachung der Herrnhuter Brüdergemeine durch Einbindung in das Bautzener Stadtmarketing sowie Sanierung und Wiedernutzbarmachung des kulturhistorisch bedeutsamen Gebäudeensembles Schwesternhäuser in Kleinwelka für eine barrierefreie touristische Nutzung (z. B. Kultur-, Tagungsort, Beherbergung)
 - Weiterentwicklung des Bischof-Benno-Hauses als Bildungs-, Tagungs- und Veranstaltungsstätte mit Verbesserung der verkehrlichen Anbindung
 - Perspektivische Entwicklung einer „Schauwerkstatt“ für sorbische und regionale Produkte als Erlebniswelt
 - Fortsetzung der Profilierung und Stärkung von bedeutsamen Veranstaltungen und Events
 - Bündelung, Entwicklung und Vermarktung von Tagungsorten
 - Unterstützung der Ansiedlung neuer Beherbergungsangebote mit Erstellung von Potenzialprüfungen/Machbarkeitsstudien für neue Hotels/Hotelkonzepte (in der Innenstadt, am Stausee, in ausgewählten Ortsteilen)
 - Offensive für tourismusrelevante Fach-, Arbeits- und Nachwuchskräfte mit dem Landkreis, DEHOGA, IHK und weiteren Partnern
 - Betreuung und Begleitung touristischer Anbieter und Leistungsträger (z. B. Beratung für Neuanbieter, bei Produktentwicklung, zu Fördermöglichkeiten sowie zur Verbesserung der Servicequalität)
 - Erfassung und Veröffentlichung der barrierefreien touristischen Einrichtungen und Angebote
 - Digitale Erfassung und Pflege der touristischen Infrastruktur
- Weiterentwicklung von Ortsbild und Anbindung
 - Herstellung einer neuen Spreequerung zwischen Ortenburg und Protschenberg unter Berücksichtigung der touristischen Nutzung des Ortenburg-Areals mit Anbindung des Parkplatzes Schliebenstraße und Schaffung einer geeigneten touristischen Informationsmöglichkeit
 - Kontinuierliche Weiterentwicklung des Natur- und Freizeitareals Stausee mit Ausbau der Wegeverbindungen zwischen Stausee und Innenstadt, Weiterentwicklung des Hochseilgartens/Kletterparks, Prüfung der Schaffung von (besonderen) Übernachtungsangeboten und weiteren Nutzungen (z. B. Verleih, Spielangebot, Seesauna), ggf. Erarbeitung eines Entwicklungskonzeptes/Masterplanes (*Priorität Kap. 5.1.1*)
 - Erhalt und Weiterentwicklung des Rad- und Wanderwegenetzes mit Schließung von Lücken, Anbindung an regionale Routen, Ausbau der Beschilderung und der Vernetzung zwischen den touristischen Angeboten
 - Weitere Stärkung der Aufenthaltsqualität, u. a. in der Fußgängerzone und auf zentralen Plätzen
 - Aufwertung des Spreetals als durchgängiger attraktiver Naturraum mit Verbesserung der Zugänglichkeit und Erlebbarkeit der Spree
 - Verbesserung der Anbindung des Saurierparks in Kleinwelka durch Schaffung einer öffentlichen Buslinie, von Rad-/Fußwegeverbindungen (u. a. Anbindung an

touristischen Radweg „Sächsische Städteroute“ und zur Jugendherberge Bautzen) sowie Ausbau und Verbreiterung der Kleinseidauer Straße inkl. Herstellung eines Radweges

- Weiterentwicklung von Tourismusorganisation, -marketing und -management sowie Nutzung und Aufbau von Tourismusnetzwerken
 - Entwicklung einer leistungsfähigen lokalen Tourismusorganisation als Teil der Tourismusdestination Oberlausitz
 - Etablierung eines dauerhaften touristischen Gremiums zur engeren Abstimmung und Zusammenarbeit zwischen Stadt sowie den ortsansässigen touristischen und kulturellen Partnern
 - Ausbau/Etablierung eines regelmäßig stattfindenden Treffens der Akteure aus Gastgewerbe/Tourismus bzw. Einzelhandel zum Austausch und zur gemeinsamen Produktentwicklung
 - Fortführung/Ausbau der Zusammenarbeit und Kooperation der Stadt als Mitglied in der Oberlausitzer Heide- und Teichlandschaft und mit den Partnern im Oberlausitzer Sechsstädtebund, in der AG Sachsens Städte sowie mit weiteren relevanten touristischen Institutionen
 - Schaffung einer arbeitsfähigen Stadtmarketingstruktur und effektive Einbindung des Tourismusmarketings
 - Weiterentwicklung des Gestaltungskonzeptes und touristischen Auftritts der Stadt (u. a. Relaunch des Internetauftritts, der Broschüren und ggf. der Wort-Bild-Marke)
 - Erarbeitung und Umsetzung der Imagekampagne „#BautzenÜberrascht“
 - Entwicklung neuer Angebote und Produkte sowie Herstellung einer zentralen Buchbarkeit in Kooperation mit geeigneten Partnern (z. B. für Individual- und Gruppenreisende, Bautzen-Gäste-Card)