



GÖRLITZ
ZGORZELEC
EUROPASTADT



Tourismuskonzept „Zukunft Görlitz 2030“

Foto: Philipp Herfort



Inhalt

1. Wo kommen wir her?

Die Rolle des Tourismus in Görlitz und Rückblick auf die bisherige Entwicklung:
„Was haben wir in den vergangenen 5 Jahren erreicht?“

2. Was wollen wir gemeinsam erreichen?

Kennzahlen, Leitsatz, Markenwerte und Themenschwerpunkte, Ableitungen für die Gästeansprache/Tonalität, Storytelling/Kommunikationsstil, Zielgruppen, Quellmärkte – wo kommen unsere Gäste? Präferenzen & Chancen - allgemeine Trends im Städte tourismus her und welche Präferenzen haben sie?

3. Was sind die nächsten Schritte?

Einordnung in die übergeordneten Strategien und ihre Handlungsfelder

4. Wie geht es weiter?

5. Anlagen

Erarbeitet durch Europastadt Görlitz Zgorzelec GmbH
mit Unterstützung des Tourismusverein Görlitz e.V.

Stand 26. Januar 2026



Ziel und Zweck unserer Tourismusstrategie

Mit dem Tourismuskonzept „Zukunft Görlitz 2030“ haben sich die touristischen Akteurinnen, Akteure und Leistungsträger in Görlitz, der Tourismusverein Görlitz e.V., die Hochschule Zittau/Görlitz und die Europastadt GörlitzZgorzelec GmbH in einem mehrmonatigen Prozess von Diskussionsrunden und Workshopformaten auf gemeinsame Kennzahlen, Schwerpunkte und Themen verständigt, um die weitere touristische Entwicklung in Görlitz gezielt voranzutreiben.

Ziel des vorliegenden Tourismuskonzeptes ist es, auf geänderte Rahmenbedingungen zu reagieren, entsprechende Potenziale zu definieren, gezielt zu fördern, Synergien zwischen den Akteuren zu schaffen und Görlitz als vielseitiges, spannendes und gastfreundliches Reiseziel dauerhaft zu positionieren. Es soll die übergeordneten Strategien von Landes- und Destinationsebene¹ mit den lokalen touristischen Akteurinnen, Akteuren und Leistungsträgern verknüpfen, um von gemeinsamen Aktivitäten und Beteiligungsformaten in den unterschiedlichen Ebenen zu profitieren und relevante Förderprogramme zu nutzen. Darüber hinaus soll es als **Rahmenplan für gemeinsam definierte Fokusthemen und Arbeitsschwerpunkte, aber auch als Impulsgeber für eigene Initiativen und Ideen der Tourismusakteure** dienen, um daraus konkrete Maßnahmen abzuleiten und gemeinsam im Kontext definierter Handlungsfelder gezielt auf den Weg zu bringen –

Die Laufzeit ist zunächst auf 5 Jahre festgelegt. Eine Überprüfung und gegebenenfalls Justierung nach der Hälfte des Zeitraums ist geplant. Die zugrundeliegenden Rahmenbedingungen, Analysen und Eckdaten der übergeordneten Strategien werden in dem vorliegenden Konzept nicht noch einmal explizit dargestellt oder erläutert, eine vertiefende Einordnung erfolgt über die verlinkten Dokumente.

¹ Masterplan Tourismus Sachsen (Sächsisches Staatsministerium für Wissenschaft, Kultur und Tourismus), Destinationsstrategie Oberlausitz 2030 (Marketinggesellschaft Oberlausitz-Niederschlesien mbH), Perspektiven für die Weiterentwicklung der touristischen Regionen im Landkreis Görlitz (Landkreis Görlitz)

1. Wo kommen wir her?

Die Rolle des Tourismus in Görlitz und Rückblick auf die bisherige Entwicklung

Der Tourismus spielt für Görlitz eine zentrale Rolle als wirtschaftlicher, kultureller und gesellschaftlicher Entwicklungsfaktor und hat sich in den vergangenen Jahren erfolgreich entwickelt und etabliert. Neben der wirtschaftlichen Bedeutung trägt der Tourismus als klassische Querschnittsbranche wesentlich zur Identitätsbildung und Außenwahrnehmung der Stadt bei. Ein nachhaltiger, qualitativ hochwertiger Tourismus bietet Görlitz somit nicht nur Chancen für wirtschaftliches Wachstum, sondern auch für eine lebendige Stadtentwicklung, die Tradition und Moderne miteinander verbindet.

Was haben wir in den vergangenen 5 Jahren erreicht?

Görlitz positioniert sich als touristisches Aushängeschild der Oberlausitz und TOP4-Städtereiseziel in Sachsen (nach den Großstädten Dresden, Leipzig, Chemnitz) und konnte nach deutlichen Rückgängen in den Corona-Jahren 2020/21 ab 2022 wieder nahezu das Vor-Corona-Niveau erreichen und 2023 sogar einen neuen Übernachtungsrekord verzeichnen. Seitdem bewegen sich die Übernachtungszahlen stabil auf einem Niveau von über 320.000 pro Jahr. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer hat sich nach Angaben des Statistischen Landesamtes des Freistaates Sachsen von 2018 mit 2,00 Tagen bis 2024 auf 2,2 Tage erhöht und die durchschnittliche Zimmer- bzw. Bettenauslastung ist nach der Krise wieder leicht gestiegen und erreicht heute wieder Werte etwas über dem Niveau von 2019.²

Die Anzahl der Beherbergungsbetriebe hat sich in den vergangenen 5 Jahren leicht verringert, während die Bettenkapazitäten insgesamt stabil geblieben sind³ – ergänzt durch einen deutlichen Zuwachs statistisch nicht erfasster Ferienwohnungen (<10 Betten), bzw. privaten und gewerblichen Übernachtungsbetrieben auf beiden Seiten der Neiße. Die Gästezufriedenheit lag 2024 mit einem TrustScore von 86,7 im bundesweiten Vergleich im oberen Bereich.⁴

² Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen

³ Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen

⁴ dwif Consulting GmbH (Tourismusberatung mit den Schwerpunkten Destinationsmanagement, Marktforschung, Infrastrukturrentwicklung & Betriebsberatung und ökonomische Analysen)

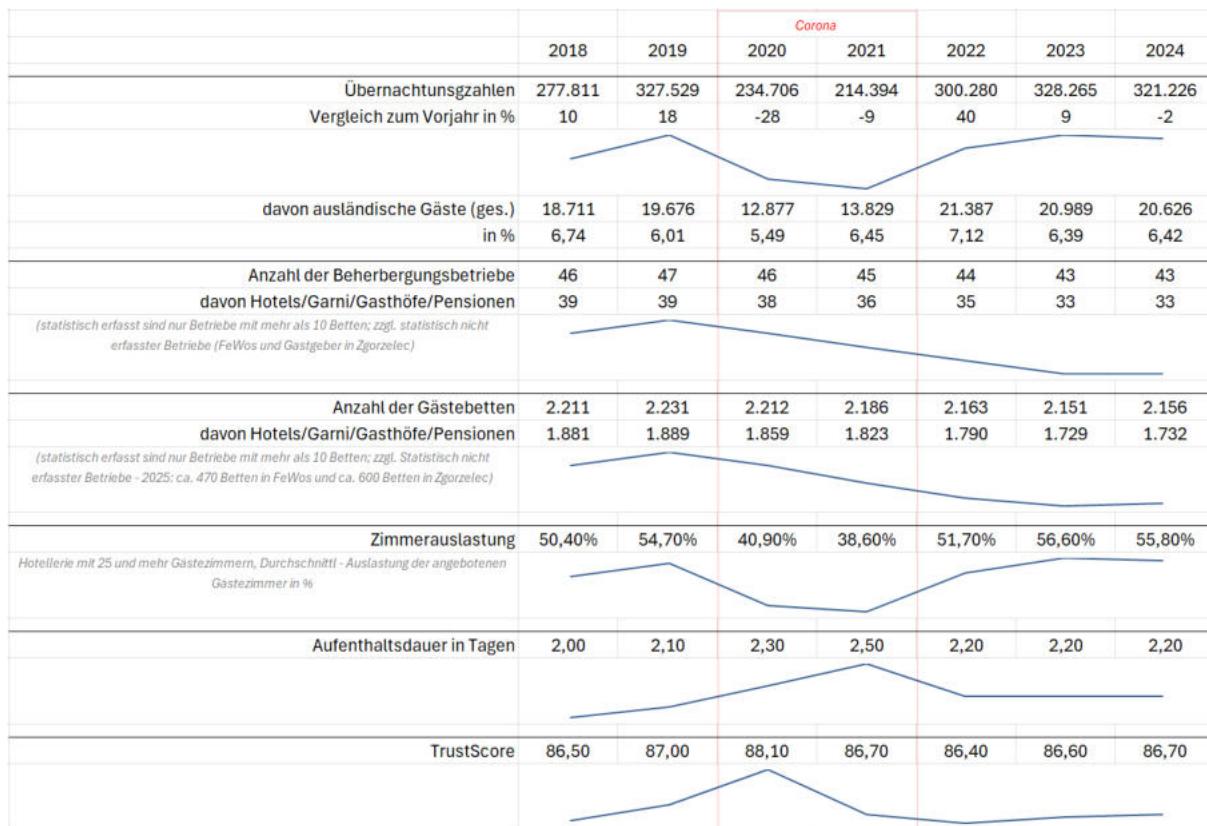


Abb.: Statistik der Europastadt GörlitzZgorzelec GmbH

Die Angebotsvielfalt der Stadt hat sich weiter profiliert. Neben der historischen Altstadt und dem außergewöhnlichen architektonischen und kulturellen Erbe haben insbesondere der Filmtourismus („Görlwood®“), der Ausbau der Stadtführungsangebote, neue Kulturangebote/-formate und Veranstaltungsorte wie das Lausitz-Festival (seit 2019) oder das Kulturforum Görlitzer Synagoge (seit 2021), die TMGS-Zertifizierung zum „familienfreundlichen Urlaubsort“ (2023) sowie die Entwicklung am Berzdorfer See mit über 400.000 Besuchern (Mai-Sept. 2024)⁵ zur Attraktivitätssteigerung beigetragen. Insgesamt zeigt Görlitz eine stabile touristische Entwicklung mit klarer Profilierung, hoher Gästezufriedenheit, ausgebauten Angeboten und einem wachsenden Potenzial in neuen Zielgruppen und internationalen Märkten.

Wichtige Akteure und Partner sind die zahlreiche gewerbliche und private Kultur-, Freizeit- und Beherbergungsanbieter, der Tourismusverein Görlitz e.V. sowie die Europastadt GörlitzZgorzelec GmbH als Destinationsmanagementorganisation der Stadt Görlitz.

Wirtschaftsfaktor Tourismus

Zur Bewertung der Wirtschaftskraft des Görlitzer Tourismussektors lässt die Europastadt Görlitz Zgorzelec GmbH im regelmäßigen Abstand von 5 Jahren durch die dwif-Consulting GmbH (Tourismusberatung mit den Schwerpunkten Destinationsmanagement, Marktforschung, Infrastrukturentwicklung & Betriebsberatung und ökonomische Analysen) den „**Wirtschaftsfaktor Tourismus für die Stadt Görlitz**“ eruieren – als Datengrundlage dienen eigene und externe Datensätze wie Marktforschungen, Studien, Datenbanken und Kooperationen.

Aus der aktuellen Erhebung, welche für die Jahre 2020-2024 durchgeführt wurde, lässt sich aus den folgenden Kennziffern und im Vergleich zu den vergangenen Untersuchungen eine positive Entwicklung des Görlitzer Tourismus ablesen – inkl. einer erstmals durchgeföhrten Szenariorechnung zu den touristischen Umsätzen aus dem Übernachtungstourismus in Zgorzelec:⁶

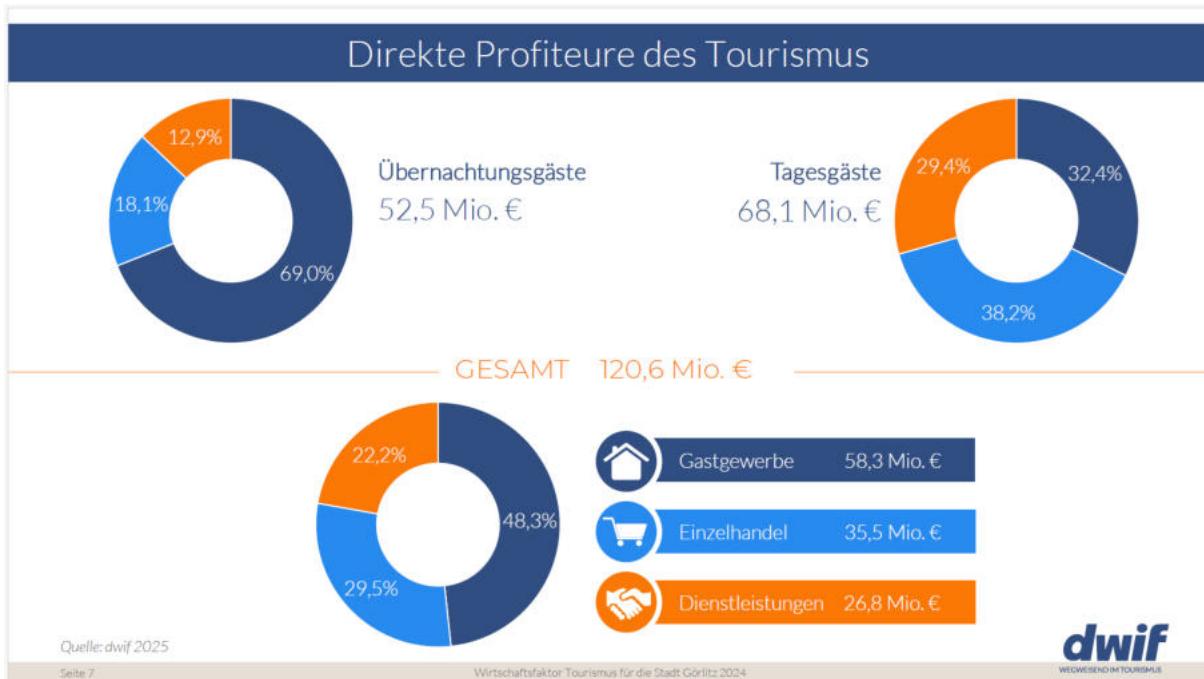
Touristische Umsätze nach Marktsegmenten 2024 ¹					
MARKTSEGMENT	AUFENT-HALTSTAGE	x	Ø-TAGES-AUSGABEN	=	BRUTTO-UMSATZ
 Touristik- und Dauercamping sowie Reisemobiltourismus ²	0,026 Mio.	x	60,10 €	=	1,6 Mio. €
 Privatquartiere (< 10 Betten) ³	0,037 Mio.	x	88,40 €	=	3,3 Mio. €
 Gewerbliche Betriebe (≥ 10 Betten; ohne Camping) ⁴	0,307 Mio.	x	155,20 €	=	47,6 Mio. €
 Tagesreisen	2,3 Mio.	x	29,60 €	=	68,1 Mio. €
GESAMT	2,67 Mio.				120,6 Mio. €

¹ Alle nicht mit einer Fußnote gekennzeichneten Daten basieren auf eigenen Berechnungen bzw. Sonderauswertungen des dwif. Alle Werte verstehen sich als gerundete Werte.
² Auskünte der Europastadt Görlitz Zgorzelec GmbH, Görlitz 2025; dwif (Hrsg.): Der Campingplatz- und Reisemobil-Tourismus als Wirtschaftsfaktor, München 2018, 2019, 2020, 2021, 2022, 2023, 2024 und 2025; Erhebungen, Recherchen, Berechnungen und Plausibilitätskontrollen des dwif, München 2025.
³ Auskünte der Europastadt Görlitz Zgorzelec GmbH, Görlitz 2025; Erhebungen, Recherchen, Berechnungen und Plausibilitätskontrollen des dwif, München 2025.
⁴ Statistisches Landesamt des Freistaats Sachsen, Kamenz 2025; Erhebungen, Recherchen, Berechnungen und Plausibilitätskontrollen des dwif, München 2025.

Quelle: dwif 2025

Seite 5 | Wirtschaftsfaktor Tourismus für die Stadt Görlitz 2024 | dwif

Abb.: „Wirtschaftsfaktor Tourismus für die Stadt Görlitz 2024“, dwif-Consulting GmbH



Kennziffern für Görlitz im Zeitvergleich

	2014	2019	2024	Entwicklung 2024 ggü. 2014	Entwicklung 2024 ggü. 2019
Übernachtungen in Betrieben	0,275 Mio.	0,36 Mio.	0,37 Mio.	+ 34,5 %	+ 2,8 %
Tagesreisen	2,0 Mio.	2,2 Mio.	2,3 Mio.	+ 15,0 %	+ 4,5 %
Bruttoumsätze Gesamt	86,2 Mio. €	101,7 Mio. €	120,6 Mio. €	+ 39,9 %	+ 18,6 %
Bruttoumsätze Übernachtungen in Betrieben	33,0 Mio. €	44,3 Mio. €	52,5 Mio. €	+ 59,1 %	+ 18,5 %
Bruttoumsätze Tagetourismus	53,2 Mio. €	57,4 Mio. €	68,1 Mio. €	+ 28,0 %	+ 18,6 %
Bruttoumsätze Gastgewerbe	37,0 Mio. €	45,4 Mio. €	58,3 Mio. €	+ 57,6 %	+ 28,4 %
Bruttoumsätze Einzelhandel	28,2 Mio. €	32,8 Mio. €	35,5 Mio. €	+ 25,9 %	+ 8,2 %
Bruttoumsätze Dienstleistungen	21,0 Mio. €	23,5 Mio. €	26,8 Mio. €	+ 27,6 %	+ 14,0 %
Touristische Wertschöpfung	39,9 Mio. €	47,1 Mio. €	56,3 Mio. €	+ 41,1 %	+ 19,5 %
Relativer Beitrag zum Primäreinkommen	4,8 %	4,8 %	5,0 %	+ 0,2 %-Punkte	+ 0,2 %-Punkte
Einkommensäquivalent (in Personen)	2.590	2.750	2.733	+ 5,5 %	- 0,6 %

Quelle: dwif 2025
Seite 15
Wirtschaftsfaktor Tourismus für die Stadt Görlitz 2024

dwif
WEGWEISER IM TOURISMUS

Abbildungen: „Wirtschaftsfaktor Tourismus für die Stadt Görlitz 2024“, dwif Consulting GmbH

Exkurs: Szenariorechnung der touristischen Umsätze aus dem Übernachtungstourismus in Zgorzelec¹

Die Untersuchungen zum Wirtschaftsfaktor Tourismus in Görlitz umfassen den deutschen Teil der Stadt. Aus methodischen Gründen ist eine grenzüberschreitende Betrachtung nicht möglich, da wesentliche Grundlagendaten (u.a. zum Ausgabeverhalten der Gäste und dem Tagesreiseaufkommen) nur auf deutschlandweiter Ebene verfügbar sind. Wichtige Informationen zur touristischen Nachfrage oder den Gästeausgaben liegen für den polnischen Teil nicht vor und können bei den Berechnungen der ökonomischen Effekte z. B. aufgrund verschiedener Mehrwertsteuersätze und anderen Rahmenbedingungen auch nicht von den vorliegenden Daten übertragen werden. Um die touristischen Umsätze durch den Übernachtungstourismus in Zgorzelec dennoch grob zu erfassen, wurde eine **SZENARIOBERECHNUNG** durchgeführt. Als Basis der Berechnung dienen die Beherbergungskapazitäten in Zgorzelec, die ermittelten Auslastungen des deutschen Teils der Stadt, sowie die zu Grunde gelegten Ausgaben der Gäste. Dieser Szenariorechnung liegen jedoch keine originär ermittelten Werten zu Grunde.



¹ Angaben der Europastadt Görlitz/Zgorzelec GmbH, Görlitz 2025; Erhebungen, Recherchen, Berechnungen und Plausibilitätskontrollen des dwif, München 2025.
Quelle: dwif 2025

Seite 16

Wirtschaftsfaktor Tourismus für die Stadt Görlitz 2024

dwif
WEGWEISER IM TOURISMUS

Abb.: „Wirtschaftsfaktor Tourismus für die Stadt Görlitz 2024“, dwif Consulting GmbH

Darüber hinaus wurden erstmals die Effekte durch den Tourismus am Berzdorfer See untersucht:

Touristische Umsätze nach Marktsegmenten 2024 ¹					
MARKTSEGMENT	AUFENT-HALTSTAGE	x	Ø-TAGES-AUSGABEN	=	BRUTTO-UMSATZ
 Übernachtungsgäste	77.000 ³	x	117,- €	=	9,013 MIO. €
 Tagesreisen	379.000 ³	x	22,- €	=	8,525 MIO. €
GESAMT		456.000²		17,538 MIO. €	—

¹ Alle Werte verstehen sich als gerundete Werte.
² Auskünfte der Europastadt Görlitz/Zgorzelec GmbH, Görlitz 2025;
³ Erhebungen, Recherchen, Berechnungen und Plausibilitätskontrollen des dwif, München 2025.

Quelle: dwif 2026

Seite 18

Wirtschaftsfaktor Tourismus für die Stadt Görlitz 2024

dwif
WEGWEISER IM TOURISMUS

Abb.: „Wirtschaftsfaktor Tourismus für die Stadt Görlitz 2024“, dwif Consulting GmbH

Gästebefragung der HSZG

Im Rahmen einer Gästebefragung durch den Studiengang Tourismusmanagement der Hochschule Zittau/Görlitz wurden vom 18. April bis zum 4. Mai 2025 insgesamt 310 Straßeninterviews durchgeführt (Befragung nicht repräsentativ, die vorliegenden Ergebnisse beziehen sich auf die entsprechende Stichprobengröße), um u.a. Informationen zu Gästestruktur, Erwartungshaltungen oder Informationsverhalten zu bekommen.

Die überwiegend inländischen Befragten, die im Kern auch den von uns bisher adressierten Zielgruppen entsprechen, (ca. 88% der Befragten) waren dabei zu ca. 60% Übernachtungsgäste und zu ca. 40% Tagesgäste. Der überwiegende Anteil der befragten Übernachtungsgäste hat dabei am häufigsten in Hotels und Pensionen übernachtet und diese überwiegend als ausgezeichnet, bzw. sehr gut bewertet (zus. 73%). Der größte Teil der Befragten hat sich dabei vor und während des Aufenthaltes via Internet (vorrangig über GoogleMaps, www.goerlitz.de oder direkt über websiten von Leistungsträgern/touristischen Anbietern) oder über Freunde und Bekannte informiert. Die Anreise erfolgte überwiegend mit dem eigenen PKW (63,9%) und der Bahn (21,9%), vor Ort haben sich die Gäste dann aber am liebsten zu Fuß, mit dem eigenen PKW oder dem ÖPNV fortbewegt. Die häufigsten Reisemotive waren die Themen Altstadt/Architektur sowie Europastadt und Kulinarik, relevant waren dabei Leistungsfaktoren wie Nachtleben, Mehrsprachigkeit, vegetarische und vegane Angebote/Nachhaltigkeit, ÖPNV und Familienfreundlichkeit. Der überwiegende Teil der Befragten steht der Einführung einer Gästekarte zur Nutzung des ÖPNV oder für den Besuch von Museen und Freizeiteinrichtungen offen gegenüber und würde einen Görlitzbesuch weiterempfehlen (72%).⁷

Im Wesentlichen bestätigt die Gästebefragung eine hohe Aufenthaltsqualität und ein positives Destinationsimage mit hoher Weiterempfehlungsquote.

Strategischer Handlungsbedarf ergibt sich vor allem in der Stärkung nachhaltiger Mobilitätsangebote, der digitalen „Customer Journey“ (*beschreibt den gesamten Weg eines potenziellen Gastes von der ersten Wahrnehmung bis zum Besuch und darüber hinaus – inkl. aller Berührungspunkte*) sowie in der weiteren Profilierung von Görlitz als qualitätsorientiertes, nachhaltiges Städtereiseziel.

⁷ „Gästebefragung Görlitz“ - Studiengang Tourismusmanagement - Wtb24 der Hochschule Zittau/Görlitz



Foto: Philipp Herfort

2. Was wollen wir gemeinsam erreichen?

Festgelegte Ziele und Kennzahlen

Folgende Kennzahlen und Zielgrößen wurden gemeinsam im vorausgegangenen Prozess vereinbart:

- **Steigerung der Übernachtungszahlen bis 2030 auf dauerhaft über 340.000 Übernachtungen** (Basis 2024: 321.226 Übernachtungen⁸)
 - bspw. durch: - Konzentration auf relevante Zielgruppen und Quellmärkte
 - Angebotserweiterung: Chancenliegen bspw. im Tagungssegment sowie in der Kundenbindung (Steigerung der Zufriedenheit und Wiederbesuchsabsicht)
 - Reaktion auf Marktveränderungen und Entwicklungen durch Anpassung der Maßnahmen und Ziele
- **Steigerung der Aufenthaltsdauer auf 2,5 Tage** (Basis 2024: 2,2 Tage⁹)
 - bspw. durch: - Fokus auf Familien und neue Produkte/Angebote/Servicequalität
 - Zusammenarbeit mit der Region ausbauen und Profilierung

⁸ Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen

⁹ Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen

als Ausgangsort für Ausflüge in die Region
- Steigerung der Aufenthaltsqualität

➤ **Steigerung des TrustScore auf: 87** (Basis 2024: 86,7¹⁰)

bspw. durch: - Abstimmung und Kommunikation der gemeinsamen touristischen Ziele und Stärkung des „Wirgefühls“ der lokalen Leistungsträger (Relevanz für strategische Ausrichtung und Weiterentwicklung der lokalen Beherbergungsbetriebe)

➤ **Steigerung der Internationalität auf 8% Übernachtungen** (Basis 2024: 6,4%¹¹ - Übernachtungsanteil aus dem internationalen Ausland inkl. Prüfung auf Ausweitung der Erhebung in Einrichtungen)

bspw. durch: - Berücksichtigung in Angebotsentwicklung und -profilierung,
- Zusammenarbeit in Netzwerken
- Nutzung der Chancen im Tagungssegment

➤ **Evaluierung der Tourismusakzeptanz in Kooperation mit der Hochschule Zittau/Görlitz** – einmalig 2028 (Erfassung alle 5 Jahre, letzte Erhebung 2023)

bspw. durch: - Ausbau der Zusammenarbeit mit der Hochschule Zittau/Görlitz und
- Sicherung der Akzeptanz in der Bevölkerung durch Transparenz und Kommunikation der touristischen Ziele, Maßnahmen und Aktivitäten (auch Relevanz für Fachkräftegewinnung)

➤ **Erhebung des Wirtschaftsfaktors Tourismus inkl. Zahlen zum Tagestourismus** – einmalig 2030 (Erfassung alle 5 Jahre, letzte Erhebung 2025)

bspw. durch: - systematische Erfassung relevanter statistischer Daten und wichtiger Kennzahlen für die touristische Entwicklung (Grundlage für zukünftige Investitionsentscheidungen)

Die Ziele können nur durch die enge und verzahnte Zusammenarbeit und das **Mitwirken aller lokalen Akteure und Leistungsträger, der Verwaltung, des Tourismusvereins Görlitz e.V. sowie der Europastadt GörlitzZgorzelec GmbH** erreicht werden.

¹⁰ dwif-Consulting GmbH

¹¹ Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen

Leitsatz

Als übergeordnete Richtlinie und Handlungsbasis für die gemeinsame touristische Arbeit dient ein identitätsstiftender Leitsatz, welcher die Besonderheiten von Görlitz auf den Punkt bringt, Alleinstellung und Wiedererkennung schafft sowie Bilder und Gefühle auslösen soll:

„In der Europastadt Görlitz können Gäste aller Altersgruppen Geschichte auf besondere Art und Weise erleben. Sie wird regelmäßig zur Kulturbühne, ist zentraler Ausgangspunkt für aktiven Urlaub in der Dreiländerregion und bereitet ihren Gästen nachhaltige Urlaubserlebnisse.“

Markenwerte und Themenschwerpunkte

Als strategisches Fundament für den o. g. Leitsatz wurden gemeinsam folgende Markenwerte und thematischen Schwerpunkte herausgearbeitet, welche zum einen zur Beschreibung der Persönlichkeit und Haltung von Görlitz als Urlaubsdestination dienen sollen und zum anderen konkrete, erzählbare Inhalte definieren. Sie untermauern die Glaubwürdigkeit definieren und konzentrieren die Tonalität (*den Grundtonor*) der Kommunikation – über alle Kommunikationskanäle hinweg – und werden zur Ableitung von (Qualitäts-)Standards herangezogen:

- **Europastadt erleben!** Görlitz liegt im Herzen Europas und verbindet kulturelle Vielfalt über Grenzen hinweg – ein Ort, an dem europäisches Miteinander sichtbar und erlebbar wird.
- **Geschichte erleben!** In Görlitz erleben Gäste Geschichte, Tradition und Architektur auf einmalige und besonders anschauliche Art und Weise. Als authentisches Filmset und wandelbarer Drehort lässt „Görlivood®“ Vergangenheit und Gegenwart lebendig werden.
- **Kultur erleben!** Görlitz ist eine kreative Stadt in Bewegung – vielfältig, bunt und voller kultureller Energie. Inspirierende Highlights verbinden lebendige Alltagskultur mit Kunst, Kulinarik, Musik und Begegnung.
- **Gastfreundschaft erleben!** Herzlichkeit und respektvolles Miteinander - Görlitz ist ein Ort für freundliche Begegnungen, an dem charmantes Lokalkolorit auf internationales Flair trifft.

- **Nachhaltigkeit leben!** Görlitz ist eine Stadt, die bewusst mit ihren Ressourcen umgeht, regionale Kreisläufe stärkt und verantwortungsvolles und zukunftsorientiertes Handeln fördert – ökologisch, sozial und ökonomisch.

Ableitungen für die Gästeansprache/Tonalität

- **herzlich und einladend:** Gäste sollen sich willkommen und persönlich angesprochen fühlen.
- **kulturell und zukunftsgewandt:** Der reiche Schatz an Kultur, Geschichte, Architektur und Kunst stehen nicht im Gegensatz zu den Anforderungen an eine moderne Destination.
- **authentisch und bodenständig:** Die Menschen und das Stadtleben sollen echt und greifbar wirken, nicht gestylt oder künstlich.
- **lebendig und inspirierend:** Für Veranstaltungen, Gastronomie oder Shopping: Die Ansprache darf Freude, Energie und Erlebnis vermitteln.
- **international und gastfreundlich:** Görlitz ist Europastadt mit internationalem Flair, Wirtschafts-, Wissenschafts-, Forschungs- und Hochschulstandort.

Storytelling & Kommunikationsstil

- **persönlich:** Du- oder Sie-Ansprache je nach Kontext/Kanal, aber immer wertschätzend und auf Augenhöhe mit dem Gast.
- **bildhaft und erzählerisch:** Echte Geschichten über Menschen, Plätze und Events schaffen emotionale Bindung.
- **Kombination aus Tradition und Moderne:** Historische Highlights treffen auf kreative, aktuelle Angebote.
- **kurz und prägnant:** Für Broschüren, Social Media und Kampagnen sind klare, einprägsame Sätze ideal.
- **emotionale Trigger:** Wörter wie „erleben“, „entdecken“, „genießen“, „staunen“ wecken die Reiselust.

Zielgruppen – wer soll nach Görlitz reisen?

Die Zielgruppen orientieren sich an den für Sachsen und die Oberlausitz adressierten Sinus-Milieus, welche vor allem die Präferenzen der entsprechend definierten Personas beschreiben.



Abb. (bearbeitet):
www.mb-micromarketing.de/sinus-milieus

➤ Postmaterielles Milieu:

Engagiert-souveräne Bildungselite mit postmateriellen Wurzeln:
Selbstbestimmung und -entfaltung sowie auch
Gemeinwohlorientierung; Verfechter von Post-Wachstum,
Nachhaltigkeit, diskriminierungsfreien Verhältnissen und Diversität;
Selbstbild als gesellschaftliches Korrektiv.

Touristisches Profil: Das Postmaterielle Milieu legt großen Wert auf Selbstverwirklichung, Nachhaltigkeit, Bildung und Sinnorientierung. Sein Reiestil ist individuell, ökologisch bewusst und kulturell anspruchsvoll. Reisen werden nicht nur als Erholung, sondern auch als Möglichkeit zur persönlichen Entwicklung und zur Erweiterung des eigenen Horizonts verstanden.

Das Grundmotiv lautet: Kultur vertiefen und sich persönlich weiterentwickeln, ressourcenschonend reisen, bewusst erleben.¹²



Abb. (bearbeitet):
www.mb-micromarketing.de/sinus-milieus

➤ Adaptiv-Pragmatische Mitte:

Der moderne Mainstream: Anpassungs- und Leistungsbereitschaft, Nützlichkeitsdenken, aber auch Wunsch nach Spaß und Unterhaltung; starkes Bedürfnis nach Verankerung und Zugehörigkeit; wachsende Unzufriedenheit und Verunsicherung aufgrund der gesellschaftlichen Entwicklung; Selbstbild als flexible Pragmatiker.

Touristisches Profil: Die Adaptiv-Pragmatische Mitte orientiert sich an Sicherheit, pragmatischem Nutzen, Anpassungsfähigkeit und einer gewissen Gemeinschaftsorientierung. Ihr Reiestil ist von einem klaren Preis-Leistungsdenken geprägt: Reisen sollen unkompliziert, komfortabel und zuverlässig sein, ohne dabei das Budget zu sprengen. Spaß und Erholung für alle Beteiligten stehen im Vordergrund.

Das Grundmotiv dieses Milieus lässt sich zusammenfassen als: praktische, sichere und bezahlbare Erholung bei verlässlichem Komfort und hohem Spaßfaktor.¹³

¹² www.sinus-institut.de/sinus-milieus/sinus-milieus-deutschland

¹³ www.sinus-institut.de/sinus-milieus/sinus-milieus-deutschland

Quellmärkte - Wo kommen unsere Gäste her?

Gemessen an den Aufenthaltstagen machen mit ca. 2,3 Mio. von gesamt ca. 2,67 Mio. Aufenthaltstagen die Tagestouristen den größten Anteil der touristischen Gäste aus, welche mit ca. 68,1 Mio. € von ca. 120,6 Mio. € ca. 56,5% des Bruttoumsatzes verantworten.¹⁴ Der überwiegende Teil der Gäste kommt aus Deutschland. Im Durchschnitt lag der Anteil der ausländischen Gäste in den vergangen 7 Jahren (inkl. der beiden Corona-Jahre) bei ca. 6,37%. Der Gesamt-Anteil ausländischer Übernachtungsgäste lag 2024 bei 6,4%.¹⁵

Polen ist weiterhin Auslandsmarkt Nummer 1.. Weitere ausländische Gäste, die Görlitz besuchen, kommen vor allem aus der Schweiz und Österreich. Der Anteil der tschechischen Gäste ist 2025 evident gestiegen, wohingegen ein Rückgang bei den niederländischen Gästen zu verzeichnen ist.¹⁶

Neben der Fokussierung auf den deutschen Markt soll im Bereich der Auslandsmärkte besonders das Potential des polnischen Quellmarkt weiter erschlossen werden - ergänzend soll in den kommenden Jahren auch der tschechische Quellmarkt gezielter angesprochen werden. Besonderes Potenzial liegt im Bereich des Tagetourismus aus der gesamten Dreiländerregion - Quellmärkte sind hier neben der Oberlausitz benachbarte Reiseregionen und Metropolen.

Die Erschließung von weiteren, insbesondere nicht-europäischen Auslandsmärkten bringt besondere Herausforderungen mit sich. Insbesondere die USA bieten Potenzial. In den letzten Jahren gab es bereits erste Maßnahmen zur Markterschließung. Auswertungen und Abstimmungen zum weiteren Vorgehen müssen noch getroffen werden. Weitere Entwicklungsbereiche liegen v. a. in der verkehrstechnischen Infrastruktur (direkte Anreise per Flugzeug, Zug sowie PKW ist weiterhin schwierig) oder der Infrastruktur vor Ort (z.B. in Bezug auf Mehrsprachigkeit, Technikaffinität wie bargeldlose Bezahlung etc.). Hinzu kommt eine hohe Konkurrenzsituation mit anderen Städten und Metropolen in Sachsen/Deutschland (Anspruch einer „Bereisung von ganz Europa in einer Woche ...“).

¹⁴ „Wirtschaftsfaktor Tourismus für die Stadt Görlitz 2024“, dwif Consulting GmbH

¹⁵ Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen

¹⁶ Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen

Präferenzen & Chancen - allgemeine Trends im Städtetourismus

Der Städtetourismus entwickelt sich zunehmend zu einem zentralen Treiber im deutschen Reisemarkt. Qualitätsorientierte, kulturell geprägte und nachhaltige Städtereisen gewinnen an Bedeutung, während ganzjährig nutzbare Angebote, attraktive öffentliche Räume und digitale Sichtbarkeit zum entscheidenden Wettbewerbsfaktor werden. Besucher erwarten inspirierende Erlebnisse, hochwertige Veranstaltungen und eine moderne, nutzerfreundliche Infrastruktur – ergänzt durch flexible Mobilität und klare Profilierung.

Für Görlitz ergeben sich aus diesen Trends und den (auch durch die übergeordneten Strategien) adressierten Zielgruppen klare strategische Chancen:

- Die außergewöhnlich gut erhaltene historische Innenstadt, die grenzüberschreitende Lage und die starke kulturelle Identität der Stadt entsprechen exakt den aktuellen Markttrends.
- Durch konsequente Profilierung, eine hochwertige Erlebnis- und Aufenthaltsqualität sowie eine strategische Nutzung von Kultur, Events und digitaler Sichtbarkeit kann Görlitz sich als unverwechselbare, ganzjährig attraktive Städtedestination positionieren und seine Rolle als touristischer Ankerpunkt in der Region weiter ausbauen.
- Die Themen „Europastadt“, „Kulinarik“, „Filmstadt Görliwood®“, „Familie“, „Aktiv“ und „Natur“ ergänzen das touristische Profil „Kultur“ - auch im Sinne der übergeordneten Strategien - hervorragend und schärfen die Bedeutung als touristisches Aushängeschild der Oberlausitz und TOP4-Städtereiseziel in Sachsen.



3. Was sind die nächsten Schritte?

Die drei übergeordneten touristischen Strategien verfolgen grundsätzlich eine gemeinsame Ausrichtung: weg vom reinen Wachstumsdenken, hin zu mehr Qualität. Zentrale Erfolgsfaktoren sind die Verbesserung von Angeboten, Infrastruktur, Service und Gästezufriedenheit. Nachhaltigkeit wird dabei umfassend verstanden – ökologisch, sozial und ökonomisch – und als grundlegendes Leitprinzip verankert.

Ein weiterer gemeinsamer Schwerpunkt ist die Digitalisierung als Voraussetzung für Wettbewerbsfähigkeit, etwa durch digitale Gästeinformationen, Buchbarkeit und professionelle Onlinekommunikation. Ebenso betonen alle Strategien die Bedeutung von Kooperation, klaren Organisationsstrukturen, verlässlicher Finanzierung und auch grenzüberschreitender Zusammenarbeit mit Polen und Tschechien (insbes. Landkreis Görlitz).

Inhaltlich setzen alle Konzepte auf die Profilierung von Aktiv- und Naturtourismus, Familienangeboten sowie Kultur- und Stadterlebnissen. Ziel sind ganzjährig nutzbare, saisonverlängernde Angebote, die modernen Gästeansprüchen gerecht werden. Insgesamt eint die Strategien die Botschaft, dass eine zukunftsfähige Tourismusentwicklung nachhaltig, digital, qualitätsorientiert und kooperativ gestaltet sein muss.

Einordnung in die Handlungsfelder des Masterplans Tourismus Sachsen

Der Masterplan Tourismus Sachsen richtet sich an alle Akteure im Tourismus-Land Sachsen: Politik, Verwaltung, Branche, Regionen. Er schafft für die untergeordneten Regionen, Destinationen und touristische Leistungsträger einen verbindlichen Orientierungsrahmen.

Sie sind aufgefordert, ihre eigenen Strategien und Maßnahmen an den sieben zentralen Handlungsfeldern des Masterplans auszurichten und aktiv zur Umsetzung beizutragen - damit erhalten alle beteiligten Akteure eine klare Grundlage, um ihre Planungen strategisch abzustimmen und gemeinsam in dieselbe Richtung zu arbeiten.:

- **Tourismusmarketing**
- **Finanzen & Verantwortung**
- **Ganzjahrestourismus & Produktentwicklung**
- **Fachkräfte**
- **Nachhaltigkeit**
- **Mobilität**
- **Digitalisierung**

Ziel ist es, das Reiseland Sachsen weiterzuentwickeln – sowohl in quantitativer Hinsicht (z. B. mehr Gäste, mehr Übernachtungen) als auch qualitativ (höhere Gästezufriedenheit, bessere Erlebnis- und Angebotsqualität, regionale Wertschöpfung). Gleichzeitig wird eine neue „Verabredung“ zwischen Politik und Branche getroffen – **der Tourismus soll strategisch, partizipativ, belastbar und zukunftsfähig gestaltet werden.**¹⁷

¹⁷ vgl. Masterplan Tourismus Sachsen



Foto: Philipp Herfort

Tourismusmarketing

Das Handlungsfeld **Tourismusmarketing** widmet sich der strategischen Positionierung Sachsens als attraktives und einzigartiges Reiseland. Ziel ist es, das Profil des Freistaates zu schärfen, die Sichtbarkeit im Wettbewerb zu erhöhen und potenzielle Gäste sowohl national als auch international gezielt anzusprechen. Dazu gehört die Entwicklung einer starken Marke sowie abgestimmter Kommunikationsmaßnahmen, die die Vielfalt und Besonderheiten Sachsens erlebbar machen.

Folgende Priorisierungen wurden getroffen:

➤ **konsequente Ausrichtung an den Görlitzer Markenwerten**

Die Kommunikation richtet sich konsequent nach den definierten Markenwerten aus, um ein einheitliches und wiedererkennbares Image für den Görlitzer Tourismus zu schaffen. Eine einheitliche Bildsprache, bspw. durch die gemeinsame Nutzung von Bild- und Videomaterial und ein abgestimmtes Storytelling/Botschaften, bspw. über kulturelle Highlights, vermitteln über crossmediale Kampagnen (neben den klassischen Kanälen vor allem über Social Media und Influencer-Kooperationen) ein konsistentes Bild mit nationaler und internationaler Sichtbarkeit – hier sind alle Leistungsträger auf gegenseitige Unterstützung angewiesen (bspw. über die Bereitstellung von Eintritts- und Übernachtungskontingenten etc.).

➤ **Fokus auf Kernwert „Kultur erleben“**

Görlitz besetzt das Thema „Kultur“ als zentrales Profilierungsmerkmal. Aufgrund seiner außergewöhnlichen historischen Substanz, der vielfältigen kulturellen Einrichtungen sowie eines breiten und lebendigen kulturellen Veranstaltungsangebots liegt hier im Themenpektrum der übergeordneten Strategien das größte Vermarktungspotenzial. Die Herausforderung besteht darin, die reiche Geschichte zeitgemäß zu vermitteln und dabei das Image einer lebendigen, modernen Stadt zu stärken, ohne dabei als „angestaubt“ wahrgenommen zu werden – siehe Tonalität, Storytelling und Kommunikationsstil.

- **Kombination und stärkere Integration der Themen „Görliwood“, „Familie“, „Berzdorfer See“, „Kulinistik“ und „Nachhaltigkeit“**

Die gezielte kommunikative Vernetzung unterschiedlicher Themenfelder, ganzheitlicher Erlebnisse und kombinierter Angebote vermittelt sowohl in der Inspirationsphase, als auch vor Ort das Bild einer abwechslungsreichen, spannenden und verantwortungsvollen Reiseregion, spricht unterschiedliche und in sich heterogene Zielgruppen an und trägt somit gezielt zur Steigerung der Aufenthaltsdauer und damit der touristischen Wertschöpfung bei.
- **Schwerpunkte „Erlebnis und Saisonverlängerung“**

Neben den thematischen Schwerpunkten soll in der Kommunikation ein besonderes Augenmerk auf erlebnisorientierte Angebote gelegt werden, die auch zur Verlängerung der touristischen Saison beitragen.
- **Zusammenarbeit mit Oberlausitz und Sachsen**

Um von der Bekanntheit nationalen und internationalen Reichweiten und thematischen Schnittmengen der übergeordneten Strukturen zu profitieren und auf mögliche Fördermittel Zugriff zu erhalten, ist für die Vernetzung und Integration der Görlitzer Themen mit Kampagnen und Maßnahmen der Destinations- und Landesebene mit überregionaler Sichtbarkeit eine enge Zusammenarbeit mit den übergeordneten Strukturen notwendig – hierfür bringen sich sowohl Leistungsträger, als auch die Europastadt GörlitzZgorzelec GmbH (EGZ) aktiv ihre Perspektiven in den entsprechenden Gremien, Arbeitsgruppen und Strukturen ein, um perspektivische Vermarktungspotentiale für die Oberlausitz zu definieren und zu stärken.
- **Stärkung der Internationalität**

Für die Ansprache internationaler Zielgruppen liegt zum einen der Fokus auf Mehrsprachigkeit bei allen relevanten Maßnahmen vor Ort und in der Kommunikation – insbesondere polnisch, tschechisch und englisch (hierfür sollen bewusst die technisch verfügbaren Möglichkeiten genutzt werden). Für die Marktbearbeitung und gezielte Gästeansprache (thematische Gästeansprache, Kommunikationsstil, Tonalität) wird auf intensive Zusammenarbeit mit dem TVO und der TMGS gesetzt und entsprechende Beteiligungsformate genutzt.
- **Maßnahmen zur Fokussierung des Tagetourismus**

Durch gezielte Vernetzung mit regionalen Tourismuspartnern und Netzwerken wird Görlitz besonders bei potentiellen Tagesgästen beworben. Neben der Bewerbung touristischer Highlights soll die Kampagne „Görlitz ruft - Erleben. Einlaufen. Genießen.“, die bislang auf die Belebung des innerstädtischen Handels, Gastronomie- und Dienstleistungssektors auf ein Einzugsgebiet im Umkreis von 40-50 km abgezielt hat, auch durch die lokalen Leistungsträger stärker in die Kommunikation – insbesondere auch Polen und Tschechien - eingebunden werden.

Blick über den Tellerrand:

- Kulturelle Großprojekte, Festivals, Kulinarik- und Music-Events ziehen Besucher und gewinnen gegenüber „Sightseeing“ an Gewicht - Programme mit regionalem Bezug/Profil funktionieren besonders gut. Das Kulturhauptstadtjahr 2025 in Chemnitz hat gezeigt: **Potential liegt in gezieltem Kulturmarketing als Hebel für sowohl längere Aufenthalte und Tagesgäste, als auch Partnerschaften mit lokalen Veranstaltern sowie der Entwicklung zielgruppengenauer Angebotspakete (bspw. Görliwood).**
- Aufgrund seiner vielfältigen Angebote und geografischen Lage soll Görlitz zudem stärker als **Ausgangspunkt für Tagesausflüge in die Region und darüber hinaus** positioniert werden. Dies trägt zur Verlängerung der Aufenthaltsdauer sowie zur regionalen und überregionalen touristischen Wertschöpfung bei.



Finanzen & Verantwortung

Unter **Finanzen und Verantwortung** werden die finanziellen Grundlagen und Organisationsstrukturen zur nachhaltigen Entwicklung des Tourismus im Freistaat betrachtet. Dieses Feld beleuchtet die verlässliche Ressourcenausstattung, klare Aufgabenverteilung, Investitionsförderung, Kooperationsmodelle und die gemeinsame Verantwortung von Politik, Wirtschaft und Gesellschaft für einen leistungsfähigen und resilienten Tourismus.

Folgende Priorisierungen wurden getroffen:

- **enge Vernetzung und Mitarbeit in übergeordneten Strukturen (TVO, TMGS)**
Durch eine enge Vernetzung und aktive Mitarbeit in den Gremien, Arbeitsgruppen und Netzwerken übergeordneten touristischen Strukturen wie TVO und TMGS sollen Synergien und Ressourcen effizient genutzt und Fördermittel akquiriert werden. Durch gemeinsam abgestimmte Strategien und daraus initiierte und finanzierte Projekte und Maßnahmen wird so die Sichtbarkeit von Görlitz besonders im Kontext übergeordernter Strukturen und als Teil eines einheitlichen touristischen Auftritts gewährleistet.
- **Sicherstellung einer auskömmlichen Finanzierung**
Eine auskömmliche und langfristig gesicherte Finanzierung der touristischen Strukturen ist Voraussetzung für die nachhaltige Umsetzung strategischer Maßnahmen und die kontinuierliche Weiterentwicklung touristischer Angebote. Um neben Förderprogrammen zusätzliche finanzielle Spielräume für die kommunale Investitionen in touristische Infrastruktur zu erschließen, ist die Tourismusbranche Gesprächspartner der kommunalen Politik. Dabei müssen neben gesetzlichen Möglichkeiten auch lokale Besonderheiten sowie regionale Entwicklungen berücksichtigt werden.
- **Nutzung von relevanten Förderprogrammen**
Relevante Förderprogramme für Betriebe und Einrichtungen sollen gezielt identifiziert und kommuniziert werden, um finanzielle Spielräume zu erweitern und innovative Projekte effizient umzusetzen.

➤ **regelmäßige Kosten-Nutzen-Analysen**

Durch die kontinuierliche Auswertung von Maßnahmen sowie regelmäßige Kosten-Nutzen-Analysen sollen neben der Effektivität auch die Wirtschaftlichkeit überprüft und eine gezielte Steuerung und Nachjustierung der eingesetzten Ressourcen gewährleistet werden. Im Rahmen der strukturellen Effizienz ist auf die klare Zuordnung von Aufgaben und damit die Vermeidung von Doppelstrukturen zu achten.

➤ **Berechnung Wirtschaftsfaktor Tourismus**

Die regelmäßige Erhebung des Wirtschaftsfaktors Tourismus soll zum einen zur Visualisierung der touristischen Wertschöpfung dienen, aber auch als Planungsinstrument für zukünftige Investitionen und perspektivische Entwicklungsfelder in den kommenden Jahren – sowohl für Leistungsträger, aber auch die kommunale Ebene.



Foto: Nikolai Schmidt

Ganzjahrestourismus & Produktentwicklung

Das Handlungsfeld **Ganzjahrestourismus** fokussiert auf die Entwicklung touristischer Angebote, die saisonunabhängig wirken und somit ganzjährig touristische Nachfrage erzeugen. Ziel ist es, saisonale Schwankungen zu reduzieren, attraktive Erlebniswerte über alle Jahreszeiten zu schaffen und Sachsen als Ganzjahresdestination zu etablieren – sowohl für Natur- wie Kultur- und Aktivurlauber.

Folgende Priorisierungen wurden getroffen:

➤ **Schaffung von neuen Erlebnisangeboten**

Durch die enge Abstimmung und Kooperation der Görlitzer Tourismusakteure können aus verschiedenen Einzelangeboten unterschiedlicher Themenfelder (wie bspw. „Kulinarik“ + „Kulturveranstaltung“/„Görlwood“/„Familie“/„Berzdorfer See“/ „Europastadt“/„Nachhaltigkeit“ ...) neue „interdisziplinäre“ Erlebnisangebote zu starken Gesamtpaketen und ganzheitlichen Erlebnissen entwickelt werden. Durch gezielte Marketingaktivitäten werden nicht nur zusätzliche Zielgruppen angesprochen oder neue Besuchsanlässe geschaffen, sondern auch die Aufenthaltsdauer, und die touristische Saison/Wertschöpfung verlängert.

➤ **Saisonverlängernde Angebote**

Ein besonderer Fokus gilt dem ersten Quartal des Jahres, das besonders buchungsschwach ist. Insbesondere in den zweiwöchigen Winterferien kann ein Ansatzpunkt für gezielte Produktentwicklung liegen. Durch klimatische Veränderungen (schneearme Winter) werden Alternativen zu Winterurlaub in den Gebirgen gesucht. Zielgruppen sind dabei insbesondere Familien. Die hohe Dichte an kulturellen Einrichtungen und die enge Zusammenarbeit mit der Region bieten durch terminliche Abstimmung, inhaltliche Verknüpfung und gemeinsame Bewerbung gezielte Ansatzpunkte in der Produktentwicklung.

➤ **Stärkung der Internationalität**

Speziell für internationale Zielgruppen liegt der Fokus neben der mehrsprachigen Anpassung und Qualifizierung bestehender Produkte/Angebote auf der Entwicklung

passgenauer neuer Produkte/Angebote, die auf die Wünsche und Erwartungen ausländischen Gäste thematisch und strukturell zugeschnitten sind.

➤ **Stärkung und Weiterentwicklung Berzdorfer See als touristisches Produkt**

Der Berzdorfer See ist nicht nur als aufenthaltsverlängerndes Angebot im Bereich des Übernachtungstourismus attraktiv, er hat durch die Verbindung von Sport/Erlebnis, Natur, oder auch kulturellen Angeboten, eine besonders hohe Anziehungskraft auf Einheimische und Tagesgäste. Durch qualitative Angebotsentwicklung, eine verbesserte Anbindung und gezielte touristische Inszenierung als ganzjährig nutzbares Freizeit- und Erholungsprodukt können neue Zielgruppen sowohl aus dem Bereich „Aktiv“, aber auch „Familie“ und Kultur“ erschlossen und aktiv durch die lokalen Leistungsträger angesprochen werden.

➤ **Etablierung von „Kulinarik“ als Querschnittsthema**

Die Speisekarten der Europastadt zeigen eine erstaunliche Vielfalt und Qualität. Das Angebot reicht von traditionellen Gerichten mit Referenzen zur schlesischen, sächsischen und polnischen Küche bis hin zu kreativen Kombinationen regionaler Produkte, vegane und vegetarische Köstlichkeiten oder neue Interpretationen klassischer Gerichte. Durch überregionale - und teils auch grenzüberschreitende - Projekte wie „So schmeckt Sachsen“ oder „Slow Life“ sowie lokale Veranstaltungsformate und Initiativen mit Fokus auf Regionalität, Qualität und Nachhaltigkeit hat Görlitz ein breites und spannendes kulinarisches Angebot mit großem Potential. Die aktive Integration von „Kulinarik“ als verbindendem Querschnittsthema in touristischen Angeboten, Kommunikation und Erlebnissen erhöht nicht nur die Aufenthaltsqualität und Verweildauer, sie stärkt auch die lokalen Produzenten, Gastronomen und Händler.

➤ **Ausbau der Adventszeit als Reiseanlass**

Der Schlesische Christkindelmarkt (inkl. der deutsch-polnischen Brückenweihnacht) und die Eislaufbahn haben sich als überregionale Anziehungspunkte in den vergangenen Jahren gut entwickelt. Die hohe Nachfrage nach Angeboten in der Advents- und Weihnachtszeit durch Übernachtungs-, aber auch Tagesgäste zeigt, dass im Ausbau und der Vernetzung dieser Angebote großes Potenzial steckt. In Verbindung mit den Markenwerten „Kultur erleben“ und „Gastlichkeit erleben“ soll durch ein abgestimmtes, vierwöchiges (Gesamt-)Angebot das Weihnachtsgeschäft weiter gestärkt und als stimmungsvolles, hochwertiges Reise- und Besuchserlebnis ganzheitlich initiiert und positioniert werden. Potential liegt hier ebenfalls in der Vernetzung von Einzelangeboten unterschiedlicher Akteure zu weihnachtlichen Gesamtpaketen.

➤ **Verbesserung der öffentlichen Infrastruktur für Touristen**

Neben verkehrlichen Aspekten (siehe Handlungsfeld Mobilität) betrifft die

Verbesserung der öffentlichen touristischen Infrastruktur insbesondere Funktionalitäten für das wichtige Segment der Tagestouristen. Ein besonderer Schwerpunkt liegt dabei auf der Bereitstellung und Verbesserung öffentlicher Toiletten, auch mit Blick auf die Bedürfnisse größerer Gruppen. Diese Maßnahmen sind wesentlich für die Aufenthaltsqualität und die Aufenthaltsdauer der Gäste und betreffen sowohl die Innenstadt als auch den Berzdorfer See.

Aufgrund bislang eingeschränkter Möglichkeiten zur Kartenzahlung in Gastronomie und Handel stellt zudem die Verfügbarkeit eines Geldautomaten in der Altstadt einen wichtigen Baustein der touristischen Infrastruktur dar. Parallel dazu soll das Angebot digitaler Zahlungssysteme und Services weiter ausgebaut werden, um internationalen Standards und somit den Erwartungen internationaler Gäste zu entsprechen – hier sind besonders die lokalen Leistungsträger gefragt.

Darüber hinaus sollen Elemente der Stadtgestaltung/Stadtmöblierung die zur Steigerung der Aufenthaltsqualität beitragen – wie Sitzgelegenheiten, Verschattung, Trinkbrunnen oder vergleichbare Angebote – künftig stärker in die Stadtentwicklung integriert und berücksichtigt werden.

- **Stärkung der strukturellen Zusammenarbeit zwischen Görlitz und der Oberlausitz**
Die Positionierung von Görlitz als zentraler Ausgangspunkt für Urlaub in der Dreiländerregion bedarf einer intensiven Zusammenarbeit mit den touristischen Akteuren in der Region. Der Fokus liegt dabei auf der Oberlausitz (z.B. über den Verein TVO e.V.), um die Chance für neue Produktentwicklungen im Bereich „Familie“, „Kultur“ und „Aktiv“ zu nutzen. Durch die stärkere Nutzung des Zusammenspiels zwischen Görlitz und der Oberlausitz sollen regionale Potenziale gebündelt und die Destination als vielseitiger Erlebnisraum positioniert/ausgebaut werden - dadurch kann die Aufenthaltsdauer erhöht und Synergien in der Vermarktung genutzt werden.
- **Produktentwicklung im tagestouristischen Bereich**
Görlitz hat durch sein reichhaltiges und buntes Kulturangebot, die „aktiven Möglichkeiten“ rund um den Berzdorfer See oder die lebendige und attraktive Innenstadt, die neben Architekturhistorie und Baudenkältern auch charmante Restaurants, Cafés, Museen oder inhabergeführte charmante Boutiquen beheimatet, besonderes Potential im tagestouristischen Bereich. In den vergangenen Jahren wurde durch die Wirtschaftsförderung der Europastadt GörlitzZgorzelec GmbH die Kampagne „*Görlitz ruft. Erleben. Einkaufen. Genießen.*“ mit dem Fokus auf die innerstädtischen Händler, Gastronomen und Dienstleister etabliert und soll fortgeführt werden – hier bieten sich auch für die touristischen Akteure spannende Anknüpfungspunkte in der Produktentwicklung mit dem besonderen Fokus auf Tagesgäste aus der Oberlausitz, der Dreiländerregion und den umliegenden Metropolen.

➤ **Aufbau MICE-Thema**

Die aktuell vorhandenen Kapazitäten für Tagungsveranstaltungen (max. 200-250 Personen) sind an ihre Grenzen gelangt. Die Sanierung und der Ausbau der Stadthalle als modernes Kultur- und Kongresszentrum eröffnet neue Perspektiven im MICE Segment (MICE = Meetings Incentives Congresses Events) und wird damit auch 360° rund um die Europastadt Strahlkraft entfalten. In Kombination mit einer modernen Stadthalle, einem gezielten Aufbau von relevanter Angebotsinfrastruktur sowie eines gezielten Marketings kann ein neues Feld für touristisches Wachstum erschlossen werden - eine besondere Chance und Abgrenzung zu Wettbewerbern liegt dabei im Ausbau des Markenversprechens „Europastadt“.

➤ **Astrophysik als Potenzial für den Tourismus**

Der Aufbau des Großforschungszentrums Deutsches Zentrum für Astrophysik eröffnet für die touristische Angebotsentwicklung neue Möglichkeiten. Das hohe Interesse an damit verbundenen Themen wie Sternenbeobachtungen, Sonnenuhren, geschichtlichen Personen der Region (z.B. Scultetus) sowie vorhandenen Einrichtungen wie Sternwarten ergeben Ansätze für neue, außergewöhnliche Angebote – auch außerhalb der klassischen Tourismussaison.

Blick über den Tellerrand:

- Laut dem Statistischen Bundesamt hat der Deutschland-Tourismus 2024 Rekord-Übernachtungszahlen erzielt. Prognosen und Branchenberichte erwarten für die kommende Jahre weitere Zuwächse. Die Nachfrage nach Städtereisen ist stabil, aber nicht gleichmäßig verteilt. **Potenzial liegt im zielgerichteten Ausbau von Nischensegmenten und saisonverlängernden Angeboten, in der besseren Kapazitätsplanung und bei dynamischen Preismodellen.**
- Der Trend zeigt, dass Gäste tendenziell kürzerer, aber teilweise häufiger reisen – nicht nur die Bedeutung von Inlandsreisen wächst, auch das Buchungsverhalten ändert sich (Last-minute, Wochenenden, „city-breaks“/Kurzurlaube in Städten ...). **Potenzial liegt in der Entwicklung von Produkten für Kurzaufenthalte (48–72-Std.: bspw. Erlebnis-Pakete, modulare Tagesprogramme, Kooperationen mit ÖPNV/Regionalbahnen, gezielte „Wochenendkampagnen“ etc.).**



Foto: Philipp Herfort

Fachkräfte

Im Handlungsfeld **Fachkräfte** stehen die Gewinnung, Qualifizierung und Bindung von Mitarbeitenden in der Tourismuswirtschaft im Mittelpunkt. Angesichts des anhaltenden Fachkräftemangels geht es darum, Tourismusberufe zu stärken, Ausbildungs- und Weiterbildungsangebote auszubauen und attraktive Arbeitsbedingungen zu schaffen, um die Existenz und Wettbewerbsfähigkeit der touristischen Betriebe nachhaltig zu sichern.

Folgende Priorisierungen wurden getroffen:

➤ **vorhandene Netzwerke aktiv nutzen (Dehoga, IHK etc.)**

Fachspezifische Verbände, Institutionen und Netzwerke wie DEHOGA, IHK etc. führen zahlreiche Maßnahmen zur Unterstützung der touristischen Betriebe durch. Diese werden aktiv unterstützt und genutzt, um von deren Kompetenz und Schlagkraft zu profitieren.

➤ **Zusammenarbeit mit der Wirtschaftsförderung**

Um Doppelstrukturen zu vermeiden, kommuniziert die Wirtschaftsförderung der Europastadt Görlitz/Zgorzelec GmbH die bestehenden Angebote und Maßnahmen, wie Vernetzungs- und Informationsveranstaltungen, unterschiedliche Beratungsangebote oder die Bereitstellung von Informationsmaterialien zur Unterstützung der Betriebe vor Ort an die lokalen Leistungsträger und Akteure und unterstützt damit aktiv bei Vernetzung und Kontaktaufnahme. Über diese Arbeit hinaus sind alle regionalen und überregionalen Akteure aufgerufen, die Integration ausländischer Azubis und Fachkräfte durch interdisziplinäre Vernetzung und aktive Nutzung der vorhandenen Angebote gezielt zu fördern und zu unterstützen.

➤ **Görlitz als „Hochschulstadt“**

Die Hochschule Zittau/Görlitz bildet im Studiengang Tourismus qualifizierte Fachkräfte aus. Daraus ergeben sich zahlreiche Synergien für die Zusammenarbeit mit regionalen Betrieben (z.B. Aufnahme und Bearbeitung von spezifischen betrieblichen Fragestellungen) und die frühzeitige Gewinnung und Bindung der potenziellen Absolventen für und an die Betriebe (bspw. über Praktika, Werkstudierendenstellen, Abschlussarbeiten etc.). Der offizielle Titel „Hochschulstadt“ soll darüber hinaus aktiv

in die touristische Positionierung/Kommunikation integriert werden, um Görlitz einerseits als Hochschulstandort für Touristen und damit auch als attraktiven Arbeits- und Lebensstandort sichtbar zu machen und anderseits die Entwicklung als junger, lebendiger, innovativer und zukunftsorientierter Standort zu untermauern.

➤ **Sichtbarkeit und Akzeptanz der „Wirtschaftsbranche Tourismus“ und deren Akteure**

Die Sichtbarkeit und gesellschaftliche Akzeptanz der Tourismusbranche sowie ihrer Akteure sollen gestärkt werden, um deren Bedeutung für Wertschöpfung, Beschäftigung, Image und Stadtentwicklung in Görlitz deutlich zu machen. Analysen wie der Wirtschaftsfaktor Tourismus oder Untersuchungen zur Tourismusakzeptanz tragen dazu bei und sollen regelmäßig erhoben und transparent kommuniziert werden - sie sind nicht nur für die Tourismusbranche wichtige Indikatoren für zukünftige Investitionen, mutige Konzepte und perspektivische Entwicklungen.



Foto: Philipp Herfort

36

Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit im Tourismus bedeutet, natürliche, kulturelle und wirtschaftliche Ressourcen langfristig zu sichern und verantwortungsvoll zu nutzen. Dieses Handlungsfeld fördert die Integration von Umwelt- und Klimaschutzaspekten, stärkt nachhaltige Angebote und sensibilisiert sowohl Betriebe als auch Gäste für eine zukunftsfähige Tourismusentwicklung im Einklang mit regionalen Bedürfnissen. Die Maßnahmen zielen darauf ab, Tourismus und Nachhaltigkeit miteinander zu verbinden und die ökologischen, sozialen und ökonomischen Dimensionen zu berücksichtigen. Große Teile unserer Gesellschaft richten aus den unterschiedlichen Beweggründen ihr tägliches Leben zunehmend an nachhaltigen Aspekten aus (Schonung von Ressourcen, Relevanz von regionalen Produkten, Bedeutung von intakter Natur, aus wirtschaftlicher Motivation heraus etc.), die auch und besonders bei der Urlaubsgestaltung entsprechend relevant sind.

Folgende Priorisierungen wurden getroffen:

➤ **Darstellung von gelungenen Maßnahmen und erfolgreichen Akteuren**

Nachhaltigkeit muss ein elementarer und selbstverständlicher Bestandteil unserer täglichen Arbeit, unserer Freizeitaktivitäten und unseres Zusammenlebens werden - und zwar entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Viele Görlitzer Akteure haben sich deshalb darauf verständigt, gemeinsam Verantwortung für die Zukunft von Görlitz zu übernehmen und mit ihren persönlichen und unternehmerischen Entscheidungen einen Beitrag für ein nachhaltiges, lebenswertes und zukunftsstarkes Görlitz zu leisten.

Eine Vielzahl von erfolgreichen Maßnahmen und relevanten Angeboten konnten in den vergangenen Jahren bereits auf den Weg gebracht werden. Um Engagement, Angebotsvielfalt und die Leistungsfähigkeit der Destination Görlitz sichtbar zu machen und weitere Akteure zu bestärken, entsprechende Angebote auszubauen, wurden die Aktivitäten und Anstrengungen – nicht nur der touristischen Leistungsträger, sondern der gesamten Stadtgesellschaft – unter www.zukunft-goerlitz.de zusammengetragen und abgebildet. Nicht wenige davon sind sogar buchungsrelevant und benötigen damit eine besondere Darstellung und Einbindung in die Angebote vor Ort. Nachhaltige Qualitätsmerkmale sollen in den kommenden

Jahren konsequent ausgebaut und auf allen Ebenen der touristischen Arbeit aktiv in die Produktentwicklung und Kommunikation eingebunden werden.

➤ **Zertifizierung „TourCert“ (in Kooperation mit Oberlausitz)**

In Kooperation mit der Destinationsebene Oberlausitz soll die Zertifizierung nach TourCert umgesetzt werden, um die Oberlausitz und damit auch Görlitz als nachhaltiges Reiseziel zu positionieren und verantwortungsvolles touristisches Handeln sichtbar zu machen. Sowohl die Europastadt GörlitzZgorzelec GmbH, aber auch der Tourismusverein Görlitz e.V. und die lokalen touristischen Akteure sind aufgefordert, sich aktiv in diesen Prozess einzubringen.

➤ **Sauberkeit in der Stadt und am Berzdorfer See**

Ein hohes Maß an Sauberkeit in der Stadt sowie am Berzdorfer See ist eine zentrale Voraussetzung für eine positive Wahrnehmung der Destination und die Zufriedenheit von Gästen und Einheimischen. Hier ist die aktive Mitwirkung aller Akteure gefragt. Neben der Unterstützung der Maßnahmen der Verwaltung steht hier die Sensibilisierung der Gäste im Fokus – für den Berzdorfer See bspw. hat die Europastadt GörlitzZgorzelec GmbH in den vergangenen Jahren die mehrsprachige Kampagne „*Ein See für alle – gemeinsam mit Rücksicht und Respekt!*“ auf den Weg gebracht, welche auch in den kommenden Jahren fortgeführt und ausgebaut werden soll.

Blick über den Tellerrand:

- Da das Thema Nachhaltigkeit bei der Urlaubsplanung zunehmend an Bedeutung gewinnt und immer häufiger bei der Entscheidung für oder gegen ein Urlaubsziel herangezogen wird, liegen in der gezielten Positionierung als „verantwortliche Stadt“ (Bio-Gastronomie, nachhaltige Mobilität, nachhaltige Standards, Zertifikate etc.) sowie der Entwicklung nachhaltiger Produkte und Angebote perspektivische Chancen und Potentiale im Wettbewerb um Gäste.



Mobilität

Das Handlungsfeld **Mobilität** zielt auf die Verbesserung der Erreichbarkeit und regionalen Vernetzung touristischer Ziele ab. Dabei werden nachhaltige Verkehrskonzepte, Kooperationen mit Mobilitätsanbietern und innovative Lösungen zur Reduzierung von Verkehrsbelastungen berücksichtigt, um Gästen komfortable und umweltfreundliche Reise- und Fortbewegungsoptionen zu bieten.

Folgende Priorisierungen wurden getroffen:

➤ **Verbesserung der Infrastruktur am Berzdorfer See**

Durch die gezielte Verbesserung der touristischen Infrastruktur am Berzdorfer See soll die Aufenthaltsqualität erhöht und der See als attraktives Freizeit- und Erholungsziel nachhaltig gestärkt und mit den vielfältigen innerstädtischen Angeboten verknüpft werden. Zum einen liegt der Fokus hier auf einer bequemen und familienfreundlichen Anbindung an die Stadt (ÖPNV, Bahnhaltepunkt, Radwege), zum anderen aber auch auf dem Ausbau der Gegebenheiten vor Ort (wie bspw. der Verbesserung der Abstellmöglichkeiten für Fahrräder, der Ausbau der Parkplatz-, Rad- und Fußweginfrastruktur im nördlichen Bereich des Sees sowie einer gezielten Verkehrslenkung/Verkehrsleitsysteme). Gegenüber Gästen und Besuchern ist eine abgestimmte und breite Kommunikation über bereits bestehende infrastrukturelle Angebote und Möglichkeiten durch die lokalen Akteure, aber auch die Netzwerke der Radregion Oberlausitz erforderlich.

➤ **Ausbau der radfreundlichen Infrastruktur**

Görlitz möchte seine Positionierung als fahrradfreundliche Destination am Oder-Neiße-Radweg ausbauen und die nachhaltige Mobilität für Gäste und Einheimische fördern - das zahlt ebenso auf die radtouristische Profilierung der Oberlausitz ein. Der Fokus liegt hier auf dem Ausbau der radfreundlichen Infrastruktur wie bspw. Fahrradservices, Beschilderung, Ausbau der Verleihangebote oder E-Ladestationen und der entsprechenden Kommunikation an Gäste und Besucher.

➤ **bessere Verknüpfung von ÖPNV mit bestehenden Angeboten**

Eine bessere Verknüpfung von öffentlichem Personennahverkehr mit Kultur- und Veranstaltungsangeboten, beispielsweise durch integrierte Ticketing-Lösungen – ggfls. auch in Verbindung mit punktuellen Park + Ride-Angeboten – soll zum einen die Attraktivität nachhaltiger Mobilitätsangebote steigern und zum anderen den innerstädtischen Parksuchverkehr/MIV reduzieren. Eine konzentrierte Kommunikation der verfügbaren Anreisemöglichkeiten dient der Reisendenlenkung und verbessert die Erreichbarkeit von Veranstaltungen, Sehenswürdigkeiten und Ausflugszielen – regionale Entwicklungen insbes. der Gästecard müssen evaluiert und berücksichtigt werden.

➤ **Ausbau der überregionalen Verkehrsanbindung**

Insbesondere die verlässliche und moderne Anbindung des Schienenverkehrs und damit an die Metropolregionen, ist ausgesprochen wichtig für die weitere touristische Entwicklung von Görlitz und wird ausdrücklich unterstützt und gemeinsam mit Stadt, Verkehrsverbund/-unternehmen und übergeordneten Strukturen vorangetrieben.



Foto: Christoph Partsch

Digitalisierung

Digitalisierung im Tourismus eröffnet Chancen für Innovation, Effizienz und neuartige Gästebindung. Dieses Handlungsfeld umfasst den Aufbau digitaler Infrastrukturen, datenbasierte Lösungen für Angebot, Vertrieb und Buchung, sowie die Nutzung digitaler Tools zur Kommunikation und Serviceoptimierung – mit dem Ziel, Sachsen's Tourismus zeitgemäß und wettbewerbsfähig zu gestalten.

Folgende Priorisierungen wurden getroffen:

➤ **Nutzung gemeinsamer digitaler Systeme**

Insbesondere mit Blick auf die Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit der Betriebe und der Steigerung der Sichtbarkeit als Reiseziel sind digitale Systeme ein kraftvolles Werkzeug. Sie helfen, betriebliche Prozesse zu optimieren und zu vereinfachen sowie Ressourcen effektiv zu nutzen. Im Fokus für Görlitz stehen vor allem der Ausbau der Onlinebuchbarkeit (in Gastronomie und bei Freizeiteinrichtungen), digitale Zahlungsmethoden (in Gastronomie, Einzelhandel, auf Märkten etc.), Online-Check In, intelligente Buchungs-Bundles, dynamische Preisgestaltung, Übersetzungstools auf Webseiten, digitale/personalisierte Kommunikation/Apps, die Nutzung von Chatbots/AI oder digitale Info-Displays vor Ort etc., welche insbesondere im Umgang mit internationalen Zielgruppen oftmals Standard sind. In der Bewertung der vielen, bestehenden Systeme sowie deren Entwicklungsdynamik bietet die Zusammenarbeit in bestehenden Netzwerken wichtige Orientierung (z.B. LTV). Auch die gemeinsame Nutzung von Tools in der Region (z.B. Systeme für Audioguides, Buchungsplattformen) soll in enger Abstimmung mit den Leistungsträgern und Partnerstrukturen – vor allem aus Sicht des Gastes – weiter vorangetrieben und schrittweise ausgebaut werden.

➤ **Fokus auf Open Data-Strukturen**

Die Verfügbarkeit und die Qualität von Daten sind entscheidend für die digitale Sichtbarkeit der Region und der Akteure sowie deren Angebote. Der Fokus auf Open Data und die Nutzung von Schnittstellen ermöglicht eine einfache und effiziente Datenpflege, sichert Aktualität und Transparenz, fördert Innovationen und schafft die Grundlage für neue digitale Anwendungen. Über die EGZ werden die Daten in

sächsischen Primärsystemen gepflegt (OutdoorActive für die SaTOURN-Datenbank). Damit können die Informationen automatisch durch Institutionen wie TMGS und DZT genutzt werden. Die Nutzung der Daten ist auch durch regionale Partner möglich (z.B. für Chatbots, Apps etc.) und soll forciert werden. Erfolgreiches Anwendungsbeispiel für konkrete Verknüpfungen von Daten ist die Digitale Gästemappe für Görlitz, die über www.goerlitz.tours allen Akteuren zur kostenfreien Nutzung zur Verfügung steht.

➤ **Schaffung einer gemeinsamen Datenbasis**

Valide und transparente Daten sind die Basis für laufende Analysen der touristischen Entwicklung und Identifikation von Entwicklungschancen. Durch die Zusammenführung von verfügbaren Daten der einzelnen Einrichtungen/Leistungsträger/Akteure sowie einer gezielten gemeinsamen Datenerhebungen zu relevanten Aspekten (wie bspw. Gästestruktur, Aufenthaltszweck/privat/geschäftlich, Wertschöpfung, Herkunft/Internationalität, Anreise, Besuche von Einrichtungen/Tagestourismus ...) kann eine planvolle touristische Weiterentwicklung gewährleistet werden. Die Daten müssen zeitlich und räumlich abgestimmt und gemeinsam mit den lokalen und auch überregionalen Partnern/Leistungsträgern erhoben und ausgewertet werden – sie sind entscheidend für zukünftige Angebotsentwicklungen, Marketing, Kapazitätssteuerung und Qualitätssicherung.

➤ **Ganzheitliche (holistische) Userführung unter Nutzung aller verschiedener Systeme**

Der Gast soll digital durch seine gesamte Reise (Customer Journey) begleitet werden – logisch, konsistent und ohne Brüche - vom ersten Interesse bis zur Erinnerung nach dem Aufenthalt. Eine ganzheitliche Nutzerführung über alle relevanten digitalen Systeme hinweg kann nur durch deren Verknüpfung/Vernetzung und die Bereitstellung von entsprechenden Schnittstellen erfolgen. Einmal eingepflegte Daten werden nutzerfreundlich und aktuell an allen möglichen Berührungs punkten ausgespielt – auch auf Destination- und Landesebene. Alle touristischen Akteure sind zur Mitarbeit aufgerufen: zum einen müssen Daten abseits von isolierten Individuallösungen aktuell und valide in die vorhandenen Systeme eingepflegt und gewartet werden, zum anderen müssen die betreffenden Systeme dem Gast kommuniziert werden.

Blick über den Tellerrand:

- Digitale Services werden in den kommenden Jahren Standard und eine entscheidende Rolle für maßgeschneiderte Angebote und ein verbessertes Urlaubserlebnis bieten – **eine gezielte Entwicklung und Verknüpfung digitaler/smarter Systeme, Schnittstellen und Kanäle ist unabdingbar.**

4. Wie geht es weiter?

Das vorliegende Tourismuskonzept versteht sich als strategischer Rahmenplan für die touristische Entwicklung und Vermarktung von Görlitz und orientiert sich konsequent an den übergeordneten strategischen Leitlinien des *Masterplans Tourismus Sachsen* sowie der *Destinationsstrategie Oberlausitz*. Die darin definierten Handlungsfelder, Zielgruppen und inhaltlichen Schwerpunkte bilden die verbindlichen Leitplanken für die konzeptionelle Ausrichtung unserer gemeinsamen touristischen Arbeit – von der Produktentwicklung bis zur Vermarktung.

Gemeinsam mit den regionalen Leistungsträgern wurden im Zuge der Konzepterarbeitung zentrale Fokusthemen für die einzelnen Handlungsfelder identifiziert, die in den kommenden Jahren kontinuierlich und planvoll bearbeitet werden. Die daraus abgeleiteten Maßnahmen werden im Rahmen der strategischen Jahresplanungen fortgeschrieben/weiterentwickelt priorisiert und über alle relevanten Kommunikations- und Vermarktungskanäle konsequent an die definierten Zielgruppen ausgespielt.

Die Wirkung der umgesetzten Maßnahmen soll fortlaufend anhand der festgelegten Kennzahlen gemeinsam überprüft und fortgeschrieben werden und als Grundlage für eine kontinuierliche Weiterentwicklung des touristischen Angebots und einer strukturierten Vermarktungsstrategie dienen. In enger Zusammenarbeit mit dem Tourismusverein Görlitz werden die definierten Schwerpunkte und Handlungsfelder in regelmäßigen Formaten mit den lokalen Akteuren abgestimmt und gemeinsam umgesetzt.



5. Anlagen:

- **Masterplan Tourismus Sachsen**
Sächsisches Staatsministerium für Wissenschaft, Kultur und Tourismus
- **Destinationsstrategie Oberlausitz 2030**
Marketinggesellschaft Oberlausitz-Niederschlesien mbH
- **Perspektiven für die Weiterentwicklung der touristischen Regionen im Landkreis Görlitz**
Landkreis Görlitz
- **Wirtschaftsfaktor Tourismus für die Stadt Görlitz 2024**
dwif-Consulting GmbH (Tourismusberatung mit den Schwerpunkten Destinationsmanagement, Marktforschung, Infrastrukturentwicklung & Betriebsberatung und ökonomische Analysen)
- **Gästebefragung Görlitz**
Studiengang Tourismusmanagement - Wtb24 der Hochschule Zittau/Görlitz