

Transkript der Podcastfolge

„On the MIC with Petra Hedorfer“

Episode 8: Chemnitz 2025 – Kulturtourismus in Sachsen

Gastgeberin: Petra Hedorfer, Vorstandsvorsitzende der Deutschen Zentrale für Tourismus

Gast: Veronika Hiebl, Geschäftsführerin Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH

Intro: Willkommen und Hallo bei „On the Mic with Petra Hedorfer“, dem Podcast der Deutschen Zentrale für Tourismus, dem National Tourist Board für das Reiseland Deutschland. Als Vorstandsvorsitzende der DZT spreche ich hier mit Experten aus der internationalen Reisebranche über den deutschen Incoming Tourismus. Es erwarten sie Hintergrundinformationen und spannende Insights.

Petra Hedorfer: Hallo und herzlich willkommen zu einer neuen Ausgabe des Podcasts der Deutschen Zentrale für Tourismus. Mein Name ist Petra Hedorfer, ich bin die Vorstandsvorsitzende der DZT und freue mich sehr, Sie begrüßen zu dürfen und durch die heutige Episode zu begleiten. Der Podcast startet in diesem Jahr mit einem neuen Aufmacher und spannenden neuen Gesprächsthemen. Die Hörer, die unseren Podcast bereits kennen, haben es vielleicht schon an unserem neuen Intro erkannt. An dieser Stelle ein großes Dankeschön an alle, die uns seit Beginn begleiten und ein herzliches Willkommen an alle neuen Zuhörer, die sich anschließen. Bei uns dreht sich alles um das Reiseland Deutschland. Wir haben spannende Themenschwerpunkte, die in diesem Jahr eine wesentliche Rolle in der internationalen Vermarktung Deutschlands spielen und über die wir in den verschiedenen Episoden über das Jahr hinweg sprechen möchten. Heute starten wir mit dem Thema „Europäische Kulturhauptstadt Chemnitz 2025“ und ich möchte Ihnen meine erste Gesprächspartnerin in diesem Jahr vorstellen: Veronika Hiebl, Geschäftsführerin der Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen. Liebe Veronika, wir kennen uns inzwischen schon seit fast 25 Jahren und ich freue mich persönlich sehr, den Auftakt der Podcastreihe mit dir zu gestalten. Für die Zuhörer, die dich noch nicht kennen, kannst du uns kurz etwas über dich erzählen, deinen beruflichen Werdegang und deine aktuelle Verantwortung und den Aufgabenbereich?

Veronika Hiebl: Ja, vielen herzlichen Dank. Ich freue mich auch riesig, dass ich den Anfang machen darf. Geboren und aufgewachsen bin ich im schönen Schwarzwald in Furtwangen und nach meinem Abi habe ich in Heilbronn Tourismusbetriebswirtschaft studiert. Danach habe ich zehn Jahre für das Bundesland Baden-Württemberg gearbeitet, nämlich bei der TMBW, Tourismus Marketing Baden-Württemberg. Und 2010 kam dann der Ruf nach Sachsen, genauer gesagt ins schöne Erzgebirge, wo ich neun Jahre die Geschicke des

Tourismusverbandes Erzgebirge leiten durfte. Und seit 2019 habe ich den tollsten Job der Welt, mit dem wunderbarsten Team der Welt, als Geschäftsführerin der TMGS.

Petra Hedorfer: Veronika, das klingt wunderbar. Den tollsten Job der Welt habe ich auch, das möchte ich den Zuhörern sagen. Also haben wir beide spannende Aufgaben. Sachsen hat ja als eines der 16 Bundesländer – zwischenzeitlich 35 Jahre im wiedervereinigten Deutschland – eine fantastische Entwicklung als Reiseziel von weltweit und auch von deutschen Gästen. Vielleicht kannst du uns kurz einen Einblick geben, wie viele Übernachtungen hattet ihr denn im vergangenen Jahr 2023? Das Jahr ist gerade gestartet, der Frühling ist da, die Bäume blühen – wie sieht es aus? Wo kommen die Gäste her und was kannst du uns dazu zur Einordnung zum Einstieg in dieses Gespräch berichten?

Veronika Hiebl: Ja, ich freue mich sehr, dass wir im letzten Jahr recht gut abgeschnitten haben und dass sich der Aufwärtstrend auch fortgesetzt hat, obwohl wir noch ein Stück weit unter dem Jahr 2019 sind – 4 Prozent bei den Übernachtungen. Aber wir hatten im letzten Jahr 7,9 Millionen Ankünfte und 19,9 Millionen Übernachtungen, also eine satte Steigerung bei den Übernachtungen von knapp 11 Prozent. Und besonders bemerkenswert ist die enorme Steigerung der Gäste aus dem Ausland, hier haben wir im vergangenen Jahr 21,3 Prozent mehr Übernachtungen gegenüber dem Vorjahr registrieren können. Das ist für mich auch ein Stück weit ein Indiz, dass unsere Strategie, wirklich kontinuierlich im Ausland unterwegs zu sein, sich jetzt auch auszahlt und über die Jahre ausgezahlt hat. Das Wachstum kam vorrangig aus den europäischen Märkten und hier allen voran aus Polen. Und es war ganz witzig, als die 23er-Zahlen kamen, haben wir hier tatsächlich dreimal nachgerechnet, weil wir es fast nicht glauben konnten. Wir haben sage und schreibe 18,4 Prozent mehr polnische Gäste begrüßen dürfen als im Rekordjahr 2019. Das ist schon wirklich sehr beeindruckend und da haben wir uns auch riesig gefreut. Wenn man noch mal einen Blick auf die anderen Märkte wirft, dann folgen hinter Polen die Niederlande und Österreich. Auf Platz vier und fünf liegen Schweiz und Tschechien, gefolgt von USA, Großbritannien, Italien und China. Und ich freue mich natürlich, dass auch die Überseemärkte wieder anziehen. Natürlich sind wir da noch lange nicht wieder auf dem Niveau von vor Corona, aber ich gehe davon aus, dass da auch in diesem Jahr ganz viel Bewegung drin sein wird und dass wir tolle Ergebnisse erzielen können. Und wer jetzt genau zugehört hat, hat vielleicht registriert, dass wir auf neun Auslandsmärkten unterwegs sind. Das ist also wirklich ein Schwerpunkt unserer Arbeit und wir investieren da auch pro Jahr rund 1,3 bis 1,4 Millionen Euro ins Auslandsmarketing. Das wichtigste Standbein, und das möchte ich schon gerne an dieser Stelle mal loswerden, ist tatsächlich die wirklich tolle und enge Zusammenarbeit mit dir und mit deinem Team. Also ganz herzlichen Dank dafür, für das tolle Miteinander und für die tolle Zusammenarbeit.

Petra Hedorfer: Veronika, herzlichen Dank, das nimmt das Team und ich gerne so an. Ihr seid tolle Kooperationspartner und in der Tat eines der Bundesländer, das sehr intensiv auch international wirbt. Und da haben wir ja immer wieder spannendes Storytelling, wie man heutzutage sagt, so viele wunderbare Geschichten. Du hast viele Zahlen genannt, vielleicht noch mal zur Einordnung, das ist wirklich ein wesentlicher Beitrag. Die Bundesländer haben unterschiedliche Volumina von internationalen Gästen im Reiseland Deutschland jährlich und ihr seid da schon auf einem beachtlichen neunten Platz mit so vielen internationalen Gästen.

Für die Zuhörer: 81 Millionen waren es im vergangenen Jahr, aus dem Ausland nach Deutschland. Dreiviertel davon kamen aus Europa, also eine ähnlich erfolgreiche Entwicklung, wie du sie gerade für Sachsen zeichnest, mit einer hohen Recovery. Wir rechnen damit, dass wir in diesem Jahr wieder an die alten Rekorde von 2019 anknüpfen. Damals waren es 90 Millionen Übernachtungen und es sieht gut aus, obwohl es natürlich auch immer von Wetter und Rahmenbedingungen abhängt, das wissen wir beide. Ein paar Streiktage haben auch Übernachtungen gekostet, aber nun hoffen wir, dass wir hier in eine Sommersaison starten, in der die Gäste mit tollen Angeboten wieder beworben werden.

Ja, wenn ich an Sachsen denke, liebe Veronika, an das Reiseland Sachsen, dann denke ich an August den Starken natürlich, die royale Vergangenheit, die Elbe, die sächsische Schweiz... Ich kann jetzt ins Schwärmen kommen. Die Porzellanmanufaktur – das Porzellan wurde in Sachsen erfunden, wenn ich das richtig gelernt habe von dir – ihr seid ein starker Automobilstandort, es gibt eine lange Automobilgeschichte in Sachsen, also Mobilität spielt eine Rolle. Die Kunst und Kultur natürlich, viele sächsische Expressionisten – wir werden später noch darauf zu sprechen kommen – Chemnitz, tolle Sammlungen, die SKD in Dresden. Also es gibt viele Motive. Ich will dir gar nicht vorweggreifen, warum Gäste nach Sachsen fahren. Kannst du noch mal sagen, was suchen Gäste, die jetzt in euer wunderschönes Bundesland und Reiseziel kommen?

Veronika Hiebl: Ja, wo fange ich an, wo höre ich auf? Also ich bin der festen Überzeugung, dass es im Kern tatsächlich die kulturellen Glanzlichter sind, die Besucher aus Deutschland und aus aller Welt nach Sachsen ziehen und die Sachsen auch ein Stück weit zum Kulturreiseland Nummer eins in Deutschland machen, was uns im Übrigen auch die Marktforschung bestätigt. Ein paar Dinge hast du schon genannt, vielleicht noch mal ergänzend ein paar Schlaglichter: Sachsen hat beispielsweise über 500 Museen, die die über 1000-jährige Geschichte widerspiegeln. Wir haben rund 1000 Schlösser, Burgen, Gärten, Herrenhäuser. Die bekanntesten sind hier vielleicht Schloss und Park Pillnitz, aber auch Moritzburg, die Albrechtsburg. Und zu den herausragenden Highlights gehören natürlich die Frauenkirche, der Dresdner Zwinger, Gemäldegalerie Alte Meisters, das historische Grüne Gewölbe. Sachsen ist aber auch Heimat ganz berühmter Klangkörper, beispielsweise der Thomanerchor, der Dresdner Kreuzchor, das Gewandhausorchester zu Leipzig oder auch die Sächsische Staatskapelle. Und ganz viele berühmte Namen sind untrennbar mit Sachsen verbunden, wie Felix Mendelssohn Bartholdy, Robert und Clara Schumann, Richard Wagner und Johann Sebastian Bach, um jetzt mal nur ein paar zu nennen. Und by the way, vor ziemlich genau 300 Jahren, nämlich im Karfreitagsgottesdienst 1724, hat Bach mit dem Thomanerchor seine Johannis-Passion in der Nikolaikirche in Leipzig erstmals zur Aufführung gebracht. Also wir hatten gerade ein wunderbares Jubiläum mit einer ganz tollen Jubiläumsveranstaltung. Und ich weiß nicht, ob du es wusstest, aber wenn in Argentinien oder sonst wo auf der Welt zum Tango aufgespielt wird, dann ist da immer auch ein Stück weit Sachsen mit dabei, weil das Bandoneon in Sachsen erfunden wurde – im Vogtland. Das Vogtland ist auch heute noch weltweit bekannt für den Musikinstrumentenbau.

Petra Hedorfer: Veronika, ich kann immer was von dir lernen, das ist ja unglaublich. Ich habe selbst schon in einem Opernhaus gearbeitet, aber das wusste ich nicht. Danke für diese tolle Geschichte. Ich will dich gar nicht unterbrechen. Ich denke, du kannst wahrscheinlich noch ganz viel über das Reiseziel schwärmen. Möchtest du noch was ergänzen?

Veronika Hiebl: Wenn wir gerade bei den Manufakturen sind, du hast es einsteigs gesagt, Porzellan wurde in Sachsen erfunden, wir haben aber auch die Erzgebirgische Holzkunst, wir haben Glashütter Uhren und wir haben die Herrnhuter Sterne, Plauener Spitze und noch viel, viel mehr. Was glaube ich ein echter USP für Sachsen ist, ist diese unglaubliche enge Verbindung zwischen herausragenden Kulturschätzen und faszinierenden Naturlandschaften, die es eigentlich nur in Sachsen auf diesem engen Raum gibt. Das hat im Übrigen auch die Markentreiberanalyse, die wir im letzten Jahr durchgeführt haben, ganz klar rausgestellt. Man ist beispielsweise von Dresden aus in 30 Minuten in der sächsischen Schweiz, in den wunderbaren Felsenwänden. Man ist von Leipzig aus in 20 Minuten im Neuseenland. Unsere Seenlandschaften haben sich wirklich toll entwickelt, alles ehemalige Tagebaue, und es ist alles so nah beieinander, dass sich diese Themen wirklich ganz hervorragend kombinieren lassen. Last but not least haben wir natürlich unsere Mittelgebirge mit tollen zertifizierten Wanderwegen, aber in den letzten Jahren haben sich da auch wirklich tolle Mountainbike-Angebote entwickelt im Vogtland, im Erzgebirge, im Zittauer Gebirge. Also eine ganze große Bandbreite an tollen, qualitativ hochwertigen Angeboten.

Petra Hedorfer: Wie schön. Für die Zuhörer, ich durfte auch schon Herrnhuter Sterne selbst basteln. Das heißt, es gibt jede Menge Live Experience, die Gäste auch in Sachsen mit der Tradition verbinden und wo du heute eintauchen kannst. Erzgebirge, eine Welterbe-Region, grenzüberschreitend mit Tschechien – da werden wir gleich noch etwas dazu sagen. Also sind jede Menge an Freizeitaktivitäten möglich. Es gibt auch sehr viele Kurorte, weiß ich, in Sachsen. Also auch das Wellbeing, Wellness, medizinische Anwendungen, haben eine lange Tradition – da denke ich an die vielen Heilbäder, die ihr habt, auch Staatsheilbäder.

Veronika Hiebl: Genau, die Staatsbäder dieses Jahr, 700 Jahre Jubiläum Bad Elster, eines unserer größten und berühmtesten Staatsbäder. Da ist natürlich wirklich viel zu erleben.

Petra Hedorfer: Ja, ganz spannend das Angebot in Sachsen. Veronika, nun haben wir geschwärmt über die Substanz, über die Angebote, über die Entwicklung, über die Destination. Tourismus ist ja auch eine Branche, die mit Blick auf Klimawandel und Klimaschutz eine große Verantwortung trägt. Die Transformation, die nachhaltige Transformation, ist eine Aufgabenstellung, die uns alle im Destinationsmanagement und auch in der Kommunikation Kunden gegenüber treibt. Wo steht Sachsen hier – zum Thema Nachhaltigkeit, aber auch digitale Transformation? Digitalisierung kann ja auch CO₂ reduzieren, durch bessere Besucher- und Gästemanagement-Lenkung... Ich weiß von SaTourN – möchtest du aufklären, was SaTourN für euch ist?

Veronika Hiebl: Ja, unser Sachsen Tourismus Netzwerk, das ist unser großer landesweiter Datenhub, den wir 2022 ans Netz gebracht haben. Wir haben damals aber nicht nur den Datenhub ans Netz gebracht, sondern haben quasi auch als ersten Ausgabe-Kanal eine neue Website aufgesetzt. Und hier sind wir tatsächlich sogar noch einen Schritt weitergegangen

und haben für unsere Destinationspartner ein individualisierbares Framework-System aufgesetzt, was die Partner dann auch alle nutzen können. Und natürlich war eines unserer wichtigsten Ziele von Anfang an die Anbindung an die DZT, an euren Knowledge Graph. Deswegen gehörten wir damals mit zu den führenden Bundesländern, die als erstes auch Daten geliefert haben. Wir haben mittlerweile über 45.000 Datensätze in SaTourN, in unserem Datenhub, und da sind wir auch ganz stolz drauf. Und wir sehen uns als TMGS da auch ein Stück weit als Kompetenzzentrum für die Digitalisierung im Tourismus und helfen unseren Partner natürlich auch in der eigenen Weiterentwicklung. In dem Zusammenhang werden wir dieses Jahr mit jeder unserer Destinationen eine eigene Datenstrategie aufsetzen. Also mein Digitalteam geht in jede Destination und bespricht es mit dem Ziel, die Datenqualität zu steigern und die Anzahl offener Daten zu erhöhen. Also da ist natürlich immer viel Arbeit mit den Partnern dahinter, das fällt nicht vom Himmel, aber wir wollen da als Kompetenzzentrum wirklich unseren Partnern auch zur Seite springen.

Petra Hedorfer: Ja, ich glaube, das ist eine ganz wichtige Grundlage, Deutschland anschluss- und wettbewerbsfähig zu machen und zu halten. Wir sind im internationalen Wettbewerb ein sehr beliebtes Reiseziel – nach Spanien das zweitbeliebteste der europäischen Reisenden – und müssen uns natürlich auch fit machen, um in der Digitalisierung der digitalen Welt unabhängig von Kanälen und Vertriebsstrukturen für Gäste jederzeit erreichbar zu sein. Offene Daten, semantisch strukturierte, sind eine ganz wichtige Wettbewerbsvoraussetzung, um von Maschinen gelesen zu werden, um in all den Algorithmen, die heute digital Gäste scrollen und Informationen liefern, entsprechend zugänglich zu sein. Also raus aus den Datensilos, du beschreibst das, eine wichtige Aufgabe, die wir auf Bundes- und Länderebene hier gemeinsam vorantreiben. Also du würdest sagen, Deutschland und Sachsen in dem Fall gehen Hand in Hand und befähigen nun alle Destinationen gemeinsam, digitalen Anschluss zu finden. Nachhaltigkeit hat ja verschiedene Dimensionen, eine ökonomische, wir wissen um den enormen Wirtschaftsfaktor im Tourismus, wir wissen die sozialen Bedingungen, die Nachhaltigkeit geben – also von der Beschäftigung, Arbeitsplatzsicherung, Inklusion, Barrierefreiheit, hier habt ihr auch zertifizierte Angebote – lass uns auf diesen Teil der Nachhaltigkeit auch kurz eingehen.

Veronika Hiebl: Also Nachhaltigkeit ist natürlich eines der zentralen Themen überhaupt und deswegen haben wir das Thema auch bei uns im Unternehmen wirklich als strategisches Geschäftsfeld implementiert. Wir haben das im Übrigen auch personell unteretzt mit unserer Nachhaltigkeitsmanagerin. Jetzt ist es natürlich, du hast es schon angesprochen, ein sehr, sehr weites und komplexes Feld – wir sind so rangegangen, dass wir gesagt haben, wir möchten einfach für uns, für den Sachsentourismus, ein bisschen Struktur reinbringen in das ganze Thema. Es gibt ganz viele tolle Initiativen, Land auf, Land ab. Viele engagierte Partner, aber wir wollten das gerne auf Landesebene mal ein bisschen strukturieren: wie wollen wir denn da vorgehen? Und deswegen haben wir im Jahr 2022 gemeinsam mit allen Destinationen, mit unserem Tourismusministerium, mit dem DEHUKA, den IHK und dem Landestourismusverband ein Grundlagenpapier „Nachhaltigkeit im Tourismus in Sachsen“ erstellt und haben uns dort tatsächlich auf gemeinsame Ziele verständigt: wo wollen wir hin? Wir haben aber auch Strukturen und Verantwortlichkeiten definiert, um auch Doppelarbeiten

zu vermeiden. Wer kann was am besten leisten im Bereich Weiterbildung, Kontakt mit den Partnern, regionales Engagement? Wir haben dann ganz konkrete Aufgaben und Maßnahmen definiert für die Umsetzung in den nächsten Jahren. Und auch hier sehen wir uns als Kompetenzzentrum und helfen unseren Partner auf dem Weg zu einer nachhaltigen Entwicklung. Wir haben beispielsweise im letzten Jahr eine tolle Fachexkursion zu den Kollegen nach Schleswig-Holstein gemacht. Ein wunderbarer Erfahrungsaustausch. Wir hatten Ende letzten Jahres unsere erste große Fachtagung „Nachhaltigkeit“ im Sachsen-Tourismus mit über 100 Teilnehmern, bringen gerade einen Leitfaden für unsere Partner im Land raus und versuchen so das Thema sukzessive voranzutreiben. Und es ist natürlich schön: wir haben aktuell zwei Destinationen, die als nachhaltige Reiseziele zertifiziert sind. Die Sächsische Schweiz und das Vogtland, das Erzgebirge steht kurz vor der Zertifizierung. Also da ist vier Bewegungen drin und ich freue mich, dass die Partner wirklich alle so gut mitwirken und auch erkannt haben, wie wichtig dieses Thema ist.

Petra Hedorfer: Ja, ich denke, Tourismus steht für Miteinander, steht für Weltoffenheit, Völkerverständigung und Toleranz. Und wir gemeinsam werben für ein weltoffenes Reiseland, für eine Willkommengeste. Diese Aufgabe hat im Rahmen der Standortwerbung der Tourismus ganz stark. Investitionsentscheidungen werden heute auch getroffen, wo Menschen gerne leben, wo sie willkommen sind, wo es eben auch eine Infrastruktur gibt, die Freizeit erlebbar und gestaltbar macht. Also ein Miteinander. Wenn ich diese starke Marke Reiseland Sachsen jetzt von dir auch nochmal so präsentiert bekomme, freue ich mich sehr auch unseren Hörern zu sagen: wir beide sehen uns ja mit knapp 1000 Gästen demnächst im Reiseland Sachsen in Chemnitz vom 21. bis 23. April. Dort wird der 50. GTM, der Germany Travel Mart, also eine internationale Verkaufsveranstaltung, die jährlich stattfindet in Deutschland, dieses Mal vor Ort in Chemnitz sein. Wir sind das zweite Mal in Chemnitz – nach 20 Jahren wieder – mit dieser großen DZT-Veranstaltung. Ihr seid die Gastgeber. Chemnitz und Sachsen laden hier gemeinsam, die Welt zu Gast in Sachsen, ein und wir kommen mit Top-Reiseveranstaltern. Nur damit unsere Hörer so ein bisschen das greifen können: es werden ungefähr 370 internationale Teilnehmer sein, Veranstalter, dann gibt es 110 Medienvertreter. Wir haben Deutsche Aussteller, das ist ja eine B2B-Messe, eine Fachveranstaltung mit fantastischem Rahmenprogramm. Und jetzt sag doch bitte nochmal schnell, was erwartet uns zu diesem Highlight der Vermarktung der Schauplatz-GTM in Chemnitz?

Veronika Hiebl: Das zentrale Thema dieses GTMs wird natürlich das Thema „Europäische Kulturhauptstadt 2025“ inklusive der Kulturregion sein. Es wird dort ganz viele Live-Experiences geben, Infotouren speziell für die Medienvertreter, aber es gibt auch schon Free Convention Touren, die sich ein Stück weit in Sachsen verteilen – Chemnitz und die Kulturregionen sind natürlich das Herzstück. Wir haben natürlich für unsere Gäste auch noch sehr, sehr viel mehr vorbereitet, viel mehr an Informationen. Denn Sachsen hat ja wesentlich mehr zu bieten. Ich habe eingangs schon mal ganz kurz angeteasert, was dieses Jahr sicherlich ganz oben auf der Highlight-Liste steht und was wir im Gepäck haben, ist natürlich der 250. Geburtstag von Caspar David Friedrich. Es wird deutschlandweit viele Aktivitäten geben. Ihr habt das Thema ja auch wirklich toll aufgegriffen und tragt es nach außen. Und hier in Sachsen werden die staatlichen Kunstsammlungen in Dresden zu diesem Jubiläum wirklich ein

fulminantes Festival abbrennen. Es wird eine tolle Sonderausstellung geben im Albertinum und im Kupferstichkabinett: Ab 24.08., unter dem Titel „Caspar David Friedrich – wo alles begann“. Das klingt jetzt ein bisschen provokativ, man weiß ja, er ist nicht in Sachsen geboren, aber er hat rund 40 Jahre seines Lebens hier verbracht und hier sind auch die Hauptwerke entstanden, die heute wirklich international als die bedeutendsten Zeugnisse der Romantik gelten. Dann haben wir natürlich auch das Thema Fußball-Europameisterschaft mit im Gepäck. In Leipzig werden vier Spiele ausgetragen, drei Vorrundenspiele und ein Achtelfinalspiel. Wir haben wirklich tolle Mannschaften, die bei uns spielen werden, die Niederlande, Tschechien, Portugal, Frankreich, Italien und Kroatien. Also viele Märkte, die auch für uns wichtige Quellmärkte sind und hoffen natürlich, dass ganz viele Fans kommen. Und die wollen wir nicht nur in Leipzig halten, die wollen wir natürlich ins ganze Land schicken. Da würden wir uns mal euer Motto klauen: „*stay a little bit longer*“. Das heißt, dass Sie wirklich auch Sachsen auch ein Stück weit erkunden, das wäre das Ziel.

Petra Hedorfer: Das klingt spannend. „*Stay a little bit longer*“ ist tatsächlich ein Kampagnenverstärker, den wir international nutzen. Wir möchten die Aufenthaltsdauer der Gäste verlängern, in die Nebensaison auch ein bisschen werben – also Entzerrung von Besucherströmen, bessere Auslastung auch in Nebensaisons. Wir möchten den Fußabdruck in der Weise auch verbessern, den CO₂-Fußabdruck der Gäste. Länger bleiben heißt im Schnitt auch weniger CO₂-Emissionen in der Berechnung. Also „*stay longer*“ ist natürlich ein wunderbares Motto. Nicht nur zum Fußballspiel kommen, raus und rein, sondern eben auch länger bleiben und verschiedene Stops miteinander verbinden. Unsere Gäste lieben es ja drei, vier Reiseorte in Deutschland aufzusuchen, wenn sie aus dem Ausland kommen. Also das ist mit Sicherheit spannend, auch für Sachsen verschiedene Orte zu adressieren, rund Leipzig. Und ich bin gespannt, wir hoffen natürlich auf ein Sommermärchen, wie wir es 2006 damals ja auch gemeinsam in der Vermarktung für unser Land „die Welt sogar bei Freunden“ aufgestellt hatten. Und ja, der Ball ist rund, das Spiel dauert 90 Minuten und ich bin ganz gespannt, wie sich unsere Mannschaft schlägt, aber auch wie viele Gäste das als Reiseanlass sehen. Unsere Marktforschung denkt, es könnten bis zu 4 Prozent Wachstum allein durch diese Fußballereignisse kommen. Wir haben spannende Kulturprojekte: es gibt über 200 Kulturprojekte, die die Stiftung des DFB mit der UEFA gemeinsam veranstaltet. Es gibt tolle Auftaktkonzerte und natürlich während der vier Wochen jede Menge Fan-Feste. Ich bin sicher, auch in Sachsen wird das ein spannungsreicher Bogen von Veranstaltungen sein.

Veronika Hiebl: Definitiv und weil du gerade sagtest, mal außerhalb Leipzigs ein paar Dinge besuchen: da habe ich vielleicht noch ein Schmankerl oder auch tatsächlich ein Highlight, was dieses Jahr ans Netz geht. Und zwar wird am 16. April Schloss Colditz wieder eröffnet. Schloss Colditz wurde ursprünglich als prächtiges Jagdschloss erbaut und hat eine unglaublich bewegte Geschichte. Es war im Zweiten Weltkrieg kriegsgefangenen Lager, danach war es Krankenhaus und dann fiel es in einen Dornröschen-Schlaf. Und es gehört aktuell wirklich so ein bisschen in die Kategorie „Lost Places“ und ab 16. April können diese Räume mit einem Histopad erlebt werden. Also da wird die Geschichte tatsächlich auch digital wieder lebendig und das gehört mit Sicherheit zu den neuen Highlights in Sachsen.

Petra Hedorfer: Das kommt mit auf meine Reiseliste, schon notiert, danke für den Tipp. Nun haben wir schon kurz gesagt, der GTM hat natürlich auch die Plattform für die Europäische Kulturhauptstadt. Deutschland war ja schon viermal Kulturhauptstadt, damals noch in Berlin, dann kam Weimar '99, das Ruhrgebiet 2010 und jetzt Chemnitz als Europäische Kulturhauptstadt. Das ist ein Projekt, das das Erzgebirge miteinschließt, grenzüberschreitend die Montanregion. Dafür ist das Welterbe ja auch ausgezeichnet worden. Krušnohoří ist der tschechische Teil, der sich ja hier mit in dieser Marke integriert. Eine sehr spannende Geschichte. Wenn wir auf die Kulturhauptstadt blicken, dann haben wir eine Menge an gemeinsamen Projekten vor uns. Wir wollen international dafür werben, gemeinsam mit den Verantwortlichen der Stadt Chemnitz, der Kulturhauptstaatsorganisation. Können wir vielleicht noch ein paar Hintergründe hier mit den Hörern teilen? Was ist geplant, wie darf ich mir das vorstellen? Wir werden natürlich die Veranstaltungen bewerben, es gibt Highlight-Projekte. Es gibt den Purple Path, habe ich von dir gelernt, bei vielen Veranstaltungen, die wir jetzt schon gemeinsam hatten. Es gibt eine Makers Hub Szene, es gibt spannende Projekte. Wollen wir kurz darauf mal blicken?

Veronika Hiebl: Sehr gerne. Das ist ja ein sehr komplexes Feld, sicherlich auch ein Stück weit begründet in der sehr bewegenden Geschichte oder bewegten Geschichte von Chemnitz, die immer schon von vielen Ups and Downs geprägt war. Chemnitz war im 20. Jahrhundert mal die reichste Stadt Deutschlands, hat dann zu DDR-Zeiten einen starken Umbruch erleben müssen, inklusive Umbenennung – es hieß ja mal Karl-Marx-Stadt – musste sich nach der Wende auch wieder neu erfinden. Was das Zentrale tatsächlich war – und das ist sicherlich auch einer der Gründe, warum Chemnitz Europäische Kulturhauptstadt geworden ist – die Stadt und die Menschen in der Stadt haben immer schon einen unglaublichen Unternehmergeist, eine Willenstärke und auch dieses „Chemnitzer Machertum“ an den Tag gelegt, eine „Machermentalität“. Die spiegelt sich jetzt auch in dem Programm der Kulturhauptstadt wider. Es gibt insgesamt 72 große Projekte, die in dem sogenannten Bitbook – das ist quasi das Bewerbungsbuch, mit dem dann Chemnitz europäische Kulturhauptstadt geworden ist – verankert sind. Mit über 1000 Veranstaltungen, die geplant sein werden, wird natürlich ganz stark die Bevölkerung mit einbezogen. Das ist ja auch der Charakter einer Kulturhauptstadt, dass man das teilweise gar nicht mal vorrangig fürs Marketing macht, sondern wirklich auch für die Bevölkerung, für die Stadtentwicklung, um Transformationsprozesse mit einzuleiten. Und darunter gibt es dann aber auch fünf sogenannte Flagship-Projekte. Ein paar hattest du schon genannt. Einmal ist es das Thema Maker Business and Arts, also Maker Hubs, die entstehen, wobei Leute in Chemnitz und in der gesamten Region aufgerufen werden, handwerklich und kreativ selbst tätig zu werden – also die Tourismuswirtschaft mit der Kreativwirtschaft zu vernetzen und neue Dinge entstehen zu lassen. Es gibt als großes touristisches Leitprojekt den Purple Path, das ist das verbindende Element zwischen der Stadt Chemnitz und der Kulturregion. Dahinter stehen 38 Kommunen im Erzgebirge, wo überall von namhaften Künstlern – ich nenne mal ein paar, Tony Cragg beispielsweise, Carl Emanuel Wolff, Uli Aigner, also international renommierte Künstler kombiniert mit lokalen Künstlern – Kunstwerke schaffen, die dann in der Region stehen und über diesen sogenannten Purple Path als Erlebnis-Pfad miteinander verbunden sind. Es gibt aber auch ein ganz witziges Projekt, das nennt sich 3000 Garagen: es gibt in Chemnitz, ich weiß

nicht, ob du das wusstest, nach wie vor rund 30.000 Garagen, die noch ein Stück weit aus der DDR-Zeit stammen. Ein Teil davon soll geöffnet werden, sodass die Leute mal reingucken. Was hat man denn früher in den Garagen gemacht? Da standen nicht nur Autos, da wurde gezimmert und da saß man, war kreativ und hat Dinge erarbeitet. Auch das ist ganz, ganz wichtig. Und dann natürlich solche Sachen wie gelebte Nachbarschaft, Kultur und Demokratie. Und wirklich toll: alle großen Kultureinrichtungen sind mit von der Partie. Beispielsweise werden die Kunstsammlungen in Dresden ab Oktober 2025 eine herausragende Munk-Ausstellung präsentieren unter dem Titel „Edward Munk Angst“. Es wird das Staatliche Museum für Archäologie bereits ab Oktober dieses Jahres eine tolle Ausstellung zum Thema „Bergbau – eine Geschichte aus Leidenschaft und Gier“ auf die Beine stellen, das Industriemuseum macht eine Sonderausstellung, das Museum Gunzenhausen... Also die großen Kultureinrichtungen sind mit von der Partie und wie gesagt insgesamt gibt es über 1000 kleinere und größere Veranstaltungen in Chemnitz und der Region. Das wird total toll!

Petra Hedorfer: Ich bin beeindruckt. Wow, ein Reigen von spannenden Möglichkeiten in die sächsische Kultur und auch in das Heute einzutauchen. Ja, ich will nochmal sagen, es hatten sich ja einige Städte beworben. Hildesheim, Hannover, Magdeburg, Nürnberg waren auf der sogenannten Shortlist – Chemnitz hat das Rennen gemacht. Ich glaube, du hast es wunderbar jetzt ein Stück weit erklärt, warum Chemnitz hier gewählt wurde. Ich bin sehr gespannt und wir briefen im Moment ja auch internationale Reiseveranstalter in Vorbereitung auf die Reise jetzt zum Germany Travel Mart. Spannende Geschichten, die wir erzählen und natürlich – Reisen kann immer virtuell und digital begleitet werden, aber das persönliche Erleben, das Miteinander und vor allem auch Menschen, die in der Region leben, kennenzulernen und hier einzutauchen in den Alltag – das ist eine ganz wunderbare Möglichkeit für Tourismus, für Völkerverständigung und um eine Brücke zu bilden, damit Menschen sich besser verstehen und im Austausch sind. Ja, schön. Veronika, was wollen wir unseren Hörer noch mitgeben zum Abschluss? Hast du noch einen Special-Tipp, ein paar Informationen von Caspar David Friedrich in diesem Jahr, über Chemnitz als Kulturhauptstadt im kommenden Jahr? Es gibt jeden Tag Reiseanlässe. Wo können unsere Hörer sich noch schlau machen?

Veronika Hiebl: Schlau machen kann man sich natürlich vollumfänglich auf unserer wunderschönen Website, sachsen-tourismus.de, die es im Übrigen auch in fünf Sprachen gibt. Auch da kommt der Schwerpunkt des internationalen Marketings wieder raus. Wir werden auch zum Thema Kulturhauptstadt eine eigene Website aufsetzen, eine eigene Microsite. Da gibt es schon mal erste tolle inspirierende Informationen. Aber natürlich hat dort die Kulturhauptstadt GmbH noch viel mehr Informationen, worauf wir verlinken werden. Und dort gibt es auch einen großen Veranstaltungskalender, den man sich angucken kann. Ja, und insofern tolle Möglichkeiten, sich die Dinge zu erschließen und anzuschauen.

Petra Hedorfer: Ich freue mich auf die Zusammenarbeit mit all den Institutionen und Partnern, die wir haben rund den GTM, mit dir, mit den Verantwortlichen vor Ort in Chemnitz, mit der Projektträgerorganisation Europäische Kulturhauptstadt 2025. Da haben wir glaube ich noch gemeinsam jede Menge Arbeit, aber eben auch spannende Themen, die wir hier international ins Schaufenster stellen können. Ich glaube, wir sind am Ende unserer heutigen Podcast-Episode angekommen. Vielen Dank, liebe Veronika, dass du uns mit deinen Einblicken und

Erfahrungen hier inspiriert hast. Also ich habe richtig Lust – wir packen bald die Koffer und kommen nach Chemnitz. Und ich bin natürlich gespannt, was die Europäische Kulturhauptstadt für Chemnitz und die Region mit sich bringt.

Vielleicht noch mal kurz für die Hörer: als das Ruhrgebiet 2010 Europäische Kulturhauptstadt war, hat das einen unendlichen Schub gebracht. Die Gästezahlen haben sich fast verdoppelt seitdem und international wirklich auch einen Spot auf diese bis dahin unbekannte Region gesetzt. Ich würde nicht sagen, Chemnitz ist unbekannt. Es hat eine lange Geschichte, aber es wird mit Sicherheit hier auch neue Gäste adressieren, die die Schönheit dann auch persönlich erleben können.

Ich sage vielen Dank auch an alle Zuhörer. Ich hoffe, sie hatten Spaß und sind unserer Unterhaltung mit Interesse gefolgt, konnten ein paar neue Einblicke gewinnen. Denken Sie daran, den Podcast zu abonnieren und auf den sozialen Medien können Sie uns gerne folgen, damit Sie auch künftige Episoden und spannende Neuigkeiten erfahren können und immer auf dem Laufenden sind. Bis zum nächsten Mal wünsche ich Ihnen alles Gute und hoffe, Sie auch in der nächsten Folge wieder begrüßen zu dürfen. Dann geht es die diesjährige Fußball-Europameisterschaft in Deutschland. Veronika Hiebel, du hast schon einen Blick drauf gelenkt und welche Chancen und Potenziale solch ein Mega-Event für den deutschen Incoming Tourismus auch mit sich bringen kann. Bleiben Sie gespannt und folgen Sie uns auch weiterhin. Vielen Dank und alles Gute!