



GROSSE KREISSTADT

**CRIMMITSCHAU**



**CRIMMITSCHAU ENTDECKEN**  
**Tourismuskonzeption 2030**

## VORWORT

Tourismus war in den zurückliegenden Jahren für Crimmitschau kein zentrales Thema. Das wollen wir mit der hier vorliegenden "CRIMMITSCHAU ENTDECKEN - TOURISMUS-KONZEPTION 2030" ändern. In Zukunft sollen die vorhandenen Potentiale der Stadt und ihres Umlandes zur touristischen Entwicklung besser genutzt werden.

Crimmitschau befindet sich in naher Umgebung zu den touristisch und wirtschaftlich bedeutenden Städten wie Chemnitz, Zwickau und Gera und liegt damit zwischen urbanem und ländlichem Raum. Crimmitschaus Prägung sind eine historische Altstadt als kultureller Kern, eine bislang nur unzureichend erzählte Geschichte, kurze Distanzen, viel Lebensqualität für seine Bewohner sowie ein landschaftlich attraktives Umland.

Erstmalig wird die touristische Ausgangslage mit einer Markt- und Potentialanalyse für unsere Stadt analysiert. Aktuelle Entwicklungstendenzen im Tourismus sowie im Kulturtourismus in Klein- und Mittelstädten und im ländlichen Raum werden berücksichtigt.

Auf dieser Grundlage sind künftige Strategien der touristischen Positionierung der Stadt bestimmt.

Ziel des Konzepts ist, ein klares touristisches Profil für Crimmitschau zu entwickeln und dabei thematische Schwerpunkte mit zentralen Handlungsfeldern sowie Maßnahmen zu definieren, die zwischen kurz-, mittel- bis langfristigen Umsetzungszeiträumen unterscheiden.

Über Workshops, Interviews und eine Online-Umfrage wurde eine breite Beteiligungsbasis wichtiger touristischer Akteure in der Stadt

sowie im Umland gesichert. An der Online-Umfrage haben sich ca. 310 Akteure beteiligt, was auf ein großes Interesse hinweist!

Für die Umsetzung der Handlungsfelder bedarf es einem Engagement aller Akteure sowie der Entwicklung von Strukturen und Netzwerken für die touristische Entwicklung der Stadt. Die Zukunft wird zeigen, dass sich die Förderung und Unterstützung der touristischen Potentiale der Stadt für alle Beteiligten lohnt!

Die Veröffentlichung der Tourismuskonzeption Crimmitschau erfolgt in einer für alle touristischen Akteure außerordentlich schwierigen Zeit. COVID-19 hat die touristischen Aktivitäten nahezu zum Erliegen gebracht. Es gibt aber Gründe zum Optimismus, wie z.B. die wachsende Nachfrage nach Reisetemen wie Gärten und Parks, Geschichte, Kulinarik, u.a.m. Dies verweist auf eine Erholung der touristischen Angebote in Stadt und Region.

Wir danken den Beteiligten, die an der Tourismuskonzeption für Crimmitschau mitgewirkt haben. Die in die Erarbeitung der Tourismuskonzeption eingeordnete Online-Umfrage wurde technisch unterstützt durch die Geschäftsführung der Espiraten Crimmitschau e.V., der wir dafür ausdrücklich danken!

Schließlich gilt dem Büro CULTURE CONCEPTS Dank, mit dessen Unterstützung die Tourismuskonzeption Crimmitschau in einem außerordentlich kurzen Zeitrahmen ermöglicht wurde.

**André Raphael**  
Oberbürgermeister  
Stadt Crimmitschau

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Aufgabenstellung &amp; Vorgehen</b> .....	<b>4</b>
1.1	Aufgabenstellung .....	4
1.2	Vorgehen, Methoden & Zeitrahmen .....	4
<b>2</b>	<b>Ausgangslage: Touristische Markt- &amp; Potentialanalyse</b> .....	<b>7</b>
2.1	Lage, Erreichbarkeit & Einzugsbereich .....	7
2.2	Demographie .....	10
2.3	Wirtschaft .....	10
2.4	Wohnen & Wohnungsmarkt .....	12
2.5	Bildung & Soziales .....	12
2.6	Kultur, Freizeit & Sport .....	13
2.8	Touristische Entwicklung .....	15
2.8.1	Tourismus im Landkreis Zwickau .....	15
2.8.2	Intraregionaler Standortwettbewerb der Klein- und Mittelstädte im Umfeld .....	19
2.8.3	Tourismus in Crimmitschau .....	22
2.9	Ergebnisse der Online-Umfrage: Bewertungen zum ‚status quo‘ .....	28
2.10	Bilanz mit Stärken & Schwächen .....	33
<b>3</b>	<b>Ziele &amp; Strategie</b> .....	<b>35</b>
3.1	Ergebnisse der Online-Umfrage: Themenfelder & Wirkungen .....	35
3.1.1	Potentielle Themenfelder .....	35
3.1.2	Erwartete Wirkungen .....	38
3.2	Empfehlungen zu Strategie & Themenfeldern der TKC .....	39
3.3	Identifizierung der Zielgruppen der TKC .....	43
<b>4</b>	<b>Handlungsfelder &amp; Maßnahmenkatalog</b> .....	<b>45</b>
4.1	Handlungsfelder .....	45
4.2	Maßnahmenkatalog .....	49
	<b>Literaturverzeichnis</b> .....	<b>54</b>
	<b>Abkürzungsverzeichnis</b> .....	<b>57</b>
	<b>Anlagen</b> .....	<b>58</b>
	<b>Impressum</b> .....	<b>74</b>

# 1 Aufgabenstellung & Vorgehen

## 1.1 Aufgabenstellung

### Hintergrund

Der Stadtverwaltung Crimmitschau hat im August 2021 die Erarbeitung einer „Tourismuskonzeption für die Stadt Crimmitschau“ (nachfolgend Studie TKC) zur externen Bearbeitung ausgeschrieben (Verhandlungsvergabe – freihändige Vergabe – ohne Teilnahmewettbewerb).

Voraussetzung für die Beantragung von Fördermitteln ist die Existenz einer städtischen Tourismuskonzeption, über die Crimmitschau bisher nicht verfügte.

### Ziele

Die Aufgabenstellung zur Studie erfolgte in enger Abstimmung mit dem Oberbürgermeister und der Tourismus- und Wirtschaftsförderung der Stadt Crimmitschau.

Die Ziele der Beauftragung der Tourismuskonzeption werden in der Leistungsbeschreibung wie folgt definiert:

- Erhöhung des Bekanntheitsgrades der Stadt
- Erhöhung von Besucher- bzw. Auslastungszahlen der touristischen Einrichtungen
- Verbesserung der Vernetzung mit weiteren touristischen Partnern
- Verstärkung der zielgruppengerechten Ansprache
- Verbesserung der Serviceangebote für Besucher der Stadt, insbesondere für Tagestouristen
- Erarbeitung von Handlungsempfehlungen und Projektvorschlägen zur Stärkung der touristischen Infrastruktur
- Schaffung einer Grundlage für zukünftige touristische Infrastrukturprojekte
- vertiefende Betrachtung der kulturtouristischen Potenziale des Textilstandortes Crimmitschau.

Im Ergebnis der Ausschreibung wurde der Auftrag an das Büro CULTURE CONCEPTS im September 2021 vergeben.

## 1.2 Vorgehen, Methoden & Zeitrahmen

### Vorgehen

Das Vorgehen der Autoren der Studie basiert auf dem neuesten wissenschaftlichen Kenntnisstand in der empirischen Kultur- und Tourismusforschung.

Weiterhin können umfangreiche Erfahrungen in der kulturtouristischen Entwicklung von kulturellen und kulturwirtschaftlichen Projekten voraus gesetzt werden.

Ein umfangreiches Erfahrungswissen zum Tourismus sowie zum Kulturtourismus und zur Kultur- und Kreativwirtschaft regional, national und international wird in den Beratungsprozess eingebracht (vgl. [www.cultureconcepts.de](http://www.cultureconcepts.de)).

## Methoden

Die Erarbeitung der vorliegenden Tourismuskonzeption basiert auf der Anwendung folgender Methoden:

- Desk Research und Interviews nach Beauftragung
- Auftakt-Workshop am 15. September in Crimmitschau (vgl. Teilnehmer des Workshops vgl. **Anlage 1**)
- Vertiefung der Ergebnisse des Workshops mittels Interviews
- Anwendung der Methode SWOT (Stärken und Schwächen Analyse zur touristischen Ausgangslage, vgl. Kurzfassung **Anlage 2**)
- Zusätzlich: Konzeption einer Online-Befragung durch CULTURE CONCEPTS (vgl. **Anlage 3**); Versand durch die Geschäftsführung der Eispiraten Crimmitschau e.V. am 20. Oktober 2021; Laufzeit bis 29. Oktober 2021; Rücklauf von 311 Bewertungen; Auswertung der Ergebnisse der Befragung durch CULTURE CONCEPTS
- Identifizierung von Zielen, Strategien, Handlungsfeldern und einem Maßnahmenkatalog kurz-, mittel- und langfristig
- Vorstellung der Ergebnisse in einem Workshop am 25. November 2021 in Crimmitschau
- Feedback von Teilnehmern des Workshops sowie weiteren städtischen Akteuren zur Einarbeitung in die finale Fassung der Studie
- Dokumentation der Ergebnisse in der finalen Fassung der Studie TKC
- Präsentation der Studie TKC im Stadtrat Crimmitschau am 02.02.2022
- Pressearbeit und Kommunikation zur Studie TKC durch den Auftraggeber, unterstützt durch die Auroren der Studie TKC

## Zeitlicher Projektablauf

Die Erarbeitung der Tourismuskonzeption als Auftrag ist Bestandteil des Haushaltplans der Stadt Crimmitschau des Jahres 2021. Daher wurde der überwiegende Teil der konzeptionellen Arbeit zur Erstellung der TKC noch in 2021 realisiert.

Für die Erstellung der Studie stand damit ein außerordentlich knapper zeitlicher Rahmen von ca. vier Kalendermonaten zur Verfügung. Die finale Fassung der TKC wurde im Januar 2022 unter Berücksichtigung von Feedback zur Entwurfsfassung sowie von Ergänzungen erstellt.

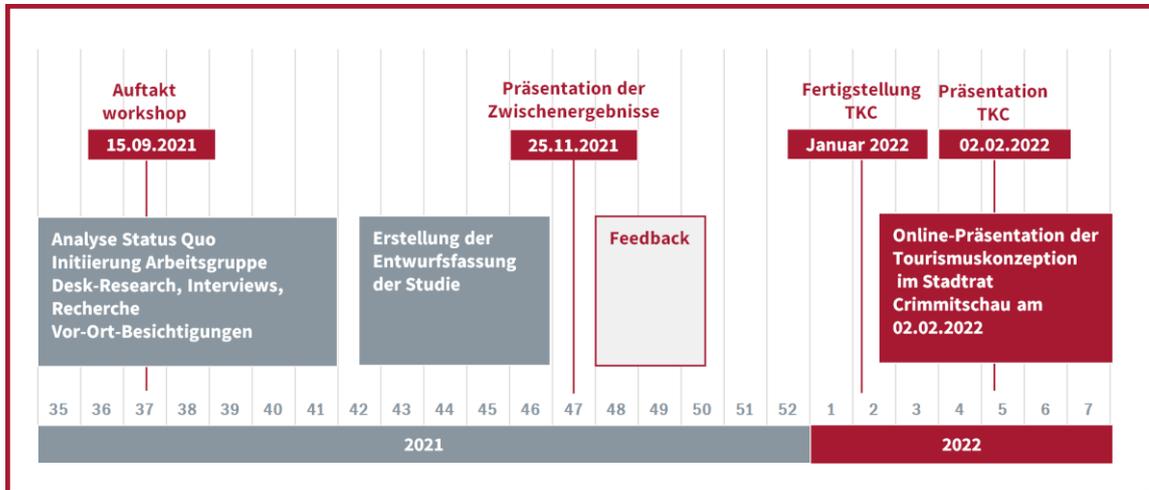
Den zeitlichen Projektablauf September 2021 bis Januar 2022 zeigt **Abb. 1**.

**Abb. 1 Zeitlicher Projektablauf**

**September 2021 – Januar 2022 (Fertigstellung der Studie TKC)**

**02.02.2022 Online-Präsentation der TKC im Stadtrat Crimmitschau**

Quelle: CULTURE CONCEPTS 2022



## 2 Ausgangslage: Touristische Markt- & Potentialanalyse

### 2.1 Lage, Erreichbarkeit & Einzugsbereich

Für die Analyse der Ausgangslage werden nachfolgend die Lage, die verkehrliche Erreichbarkeit und der Einzugsbereich der Großen Kreisstadt Crimmitschau aus unterschiedlichen Perspektiven dargestellt und bewertet.

#### Lage

**Crimmitschau** ist mit aktuell ca. 18.233 Einwohnern (Stand 30.06.2020) Große Kreisstadt im sächsischen **Landkreis Zwickau**. Crimmitschau liegt an der Pleiße in Sachsen. Historisch war die Stadt eine reiche Industriestadt der Textilproduktion im 19. bis ins 20. Jahrhundert. Bei allen infrastrukturellen Planungen ist die Funktion von Crimmitschau als Große Kreisstadt mit Zentralitätsfunktionen für das Umland zu berücksichtigen (vgl. **Abb. 2.**)

#### Abb. 2: Lage von Crimmitschau im Länderkontext Deutschland und Tschechien

Quelle: Kartenansicht CULTURE CONCEPTS 2021



Die Große Kreisstadt Crimmitschau liegt im sächsischen **Landkreis Zwickau** eng an der Grenze zum Bundesland Thüringen. Der Landkreis Zwickau hat mit 368 Einwohnern pro km<sup>2</sup> die größte Einwohnerdichte aller sächsischen Landkreise und liegt damit deutlich über der durchschnittlichen Bevölkerungsdichte im Freistaat Sachsen.

Nach der Zahl der Einwohner ist **Crimmitschau als Mittelzentrum** die fünftgrößte Stadt im Landkreis. Zur Stadt Crimmitschau gehören unter anderem die Ortsteile Rudelswalde, Gablenz, Frankenhausen, Langenreinsdorf, Lauenhain, Mannichswalde sowie Blankenhain.

Die **nächstgelegenen Oberzentren** sind Zwickau mit rund 100 Tsd. Einwohnern in ca. 16 Kilometern Entfernung, Gera mit rund 110 Tsd. Einwohnern in rund 32 Kilometern Entfernung, Chemnitz mit rund 240 Tsd. Einwohnern in ca. 45 Kilometern Entfernung und Leipzig mit rund 550 Tsd. Einwohnern in ca. 70 Kilometern Entfernung.

Innerhalb des Freistaates Sachsen hat Crimmitschau eine **westliche Randlage, traditionell mit engen Beziehungen zu den östlichen Teilgebieten von Thüringen**. Die westliche Lage und die möglichen grenzüberschreitenden Verbindungen von Crimmitschau, u.a. auch zu Bayern, Tschechien und anderen östlichen Bundesländern, werden als ein Standortvorteil bewertet.

Innerhalb der Reiseregionen im Freistaat Sachsen ist Crimmitschau der **Reiseregion Chemnitz/Zwickau** zugehörig (vgl. **Abschnitt 2.8**).

### **Erreichbarkeit von Crimmitschau**

Crimmitschau ist **verkehrlich sehr gut angebunden**. Über die Bundesautobahn BAB 4 mit den Anschlussstellen Schmölln und Meerane (ca. 6 Kilometer entfernt) und die Bundesstraße B93, die in Ost-West-Richtung bzw. in Nord-Süd-Richtung am Stadtgebiet vorbeiführen, ist Crimmitschau für den Individualverkehr gut an die bundesweite Verkehrsinfrastruktur angebunden.

Ergänzt wird dies mit der Anbindung an das ÖPNV-Netz durch einen S-Bahnhof der Deutschen Bahn sowie lokale und regionale Buslinien. Besonders hervorzuheben sind dabei die S-Bahnverbindungen S5 und S5X (Halle–Leipzig–Zwickau) sowie die Autobahnanbindung, insbesondere an die A4.

Darüber hinaus sind mit Halle/Leipzig und Dresden zwei internationale Flughäfen in ca. einer Stunde zu erreichen.

Die **Lagegunst von Crimmitschau** bestimmt damit eine vergleichsweise optimale Erreichbarkeit für Einwohner und Touristen. Die Nähe zu Städten wie Halle, Leipzig, Dresden in der Entfernung von ca. 100 km (plus/minus) macht die Stadt Crimmitschau potentiell attraktiv für Einwohner und Touristen in diesem Einzugsbereich urbaner Zentren, vorausgesetzt ein attraktives Angebot wird für diese Zielgruppen vorgehalten.

### **Radwegenetz**

Neben dem ÖPNV für die touristischen und einheimischen Zielgruppen im engeren und weiteren Umfeld ist das Radwegenetz von Bedeutung, welches im Landkreis Zwickau insgesamt recht gut erschlossen ist.

Crimmitschau liegt an der Sächsischen Städteroute (Radfernweg) sowie am Pleißeradweg (Regionale Haupttradrouten). Außerdem existieren lokale Radrouten „Rund um Crimmitschau“. Jedoch sind der Ausbauzustand, die begleitende Infrastruktur und die Ausschilderung stark verbesserungswürdig. Zudem führen die ausgeschilderten Radwege häufig über ungesicherte klassifizierte Straßen mit hohem Kfz-Aufkommen.

Im Rahmen des städtischen Verkehrskonzeptes ist die Netzentwicklung Radverkehr ebenfalls enthalten. Eine Vielzahl von Vorschlägen wurde jedoch noch nicht umgesetzt. Dies alles führt dazu, dass der Radverkehr in der Stadt und die Auslastung der Radwege entsprechend gering sind.

### Wanderwegenetz

Eine größere touristische Bedeutung als die Radwege hat momentan der Lutherweg als überregionaler Wanderweg. Der Lutherweg führt – von Zwickau kommend – durch das Zentrum von Crimmitschau, durch den Sahnpark, an der Tuchfabrik vorbei, entlang des Klosters im Crimmitschauer Ortsteil Frankenhausen, über Ponitz und Gößnitz in Richtung Altenburg. Diese Route ist von Einheimischen und Touristen relativ gut frequentiert. Aus dem Vogtland kommend tangiert zudem der neu geschaffene Kulturweg der Vögte das Crimmitschauer Stadtgebiet. Es handelt sich dabei um ein überregionales, vom Europäischen Fonds für Regionale Entwicklung gefördertes Projekt, welches in Zusammenarbeit zwischen dem Vogtland und der Tschechischen Region Karlsbad entwickelt wurde.

Im gesamten Stadtgebiet gibt es zudem ein regionales Netz von Wanderwegen, die die Sehenswürdigkeiten und Ausflugsziele von Stadt und Umland miteinander verbinden.

### Einzugsbereich Einwohner

Abschätzungen zum Einzugsbereich nach der Zahl der Einwohner erfolgen auf der Basis von regionalen Abgrenzungen und Entfernungsparametern (Mikrobereich: 50 km, Makrobereich: 100 km). Auszugehen ist von einem Einzugsbereich nach Einwohnern von ca. 500 Tsd. (Isochrone 50 km) bis zu 2 Mio. (Isochrone 100 km).

Zum Vergleich werden Berechnungen der Einzugsbereiche von Einwohnern von anderen Orten herangezogen, u.a. basierend auf Machbarkeitsstudien von CULTURE CONCEPTS (vgl. **Tab 1**).

**Tab. 1: Vergleich - Berechnung von Einwohnern (EW) bzw. Einzugsbereichen**

Quelle: Zusammenstellung CULTURE CONCEPTS 2021

Projekt	EW Einzugsbereich
Crimmitschau 50 km	Ca. 0,5 Mio. EW
Crimmitschau 100 km	Ca. 1,5 – 2 Mio. EW
EW-Einzugsbereiche basierend auf Machbarkeitsstudien von CULTURE CONCEPTS zu Museen und Besucherzentren	
Besucherzentrum Himmelsscheibe NEBRA	2 Mio. EW
Projekt Lützen, Schlachtfeld Archäologie	5 Mio. EW
Forschungs- und Erlebniszentrum Phaeno in Schöningen	4 Mio. EW
Neanderthal Museum in NRW	9 Mio. EW

Die Einwohnerdichte liegt in Crimmitschau weit unter dichter besiedelten Regionen in Deutschland. Zielgruppen aus den Städten Halle (ca. 239 Tsd. EW), Leipzig (ca. 605 Tsd. EW), Chemnitz (ca. 247 Tsd. EW) oder Zwickau (ca. 91 Tsd. EW), die alle ein umfangreiches eigenes Kultur- und Freizeitangebot für Einwohner und Touristen vorhalten, können in Crimmitschau nur dann erreicht werden, wenn ein entsprechendes attraktives Angebot vorgehalten wird, welches in diesen urbanen Zentren nicht existiert.

Aussagen zum Einzugsbereich nach der aktuellen touristischen Nachfrage vgl. **Abschnitt 2.8**.

## 2.2 Demographie

Crimmitschau ist eine Stadt, die seit 1990 - wie viele andere ehemalige Industriestädte in Ostdeutschland auch - demographische Schrumpfungen ihrer Bevölkerung erlebt hat. Von ehemals ca. 22 Tsd. Einwohnern leben momentan noch ca. 18 Tsd. in Crimmitschau. Die Prognose für 2025 geht von ca. 17 Tsd. Einwohnern aus, darüber hinaus sogar noch von weiter reduzierter Stadtbevölkerung (vgl. **Tab. 2**).

**Tab. 2: Bevölkerungsentwicklung Crimmitschau**

Quelle: Zusammenstellung CULTURE CONCEPTS 2021, aus diversen Statistiken

Jahr (jeweils zum Jahresende 31.12.) sowie Prognose	Bevölkerung absolut	Rückgang 2020 zu 1990 in %
31.12.1990	22.606	
31.12.2010	20.564	
31.12.2019	18.350	
30.06.2020	18.233	- 21 %
Prognose 2025	17.000	

## 2.3 Wirtschaft

Hinsichtlich Lage und Erreichbarkeit für Einwohner und Touristen hat Crimmitschau im Vergleich zu anderen Klein- und Mittelstädten in der Region eine deutliche Lagegunst (vgl. **Abschnitt 2.1**).

Durch den Standort in Westsachsen existiert ein grenzüberschreitendes Einzugsgebiet für Einheimische und Touristen aus Thüringen, Sachsen-Anhalt, Bayern sowie Tschechien. Dies ist in wirtschaftlicher Hinsicht eindeutig ein Standortvorteil und widerspiegelt sich in den Ansiedlungsstrategien von Unternehmen am Standort Crimmitschau in den zurückliegenden Jahren.

Die einst von der Textilindustrie dominierte Stadt ist heute ein modernes Mittelzentrum mit einer breit gefächerten Unternehmensstruktur und zahlreichen innovativen Unternehmen. Dominierend sind vor allem starke mittelständische Unternehmen im Industrie- und Handwerkssektor. Allein im nach der Wende neu entstandenen Gewerbe- und Industriegebiet der Stadt sind derzeit z.B. ca. 3.000 Beschäftigte tätig.

Heute weist Crimmitschau einen guten Branchenmix sowie interessante Standortfaktoren auf. Das 1991 erbaute Gewerbegebiet Crimmitschau zählt zu den Vorzeigeobjekten der Stadt und ist insgesamt 83 Hektar groß.

Es sind aber auch ausgewählte Großunternehmen vor Ort, die sich vor allem aufgrund der Nähe zum benachbarten VW-Standort angesiedelt haben. Neben Handwerksbetrieben, Dienstleistungsfirmen und Handelseinrichtungen haben sich vor allem renommierte Unternehmen der Metall- und Automobilzulieferindustrie in Crimmitschau angesiedelt. Dies ist zum einen der Nähe zu VW Mosel in Zwickau sowie zum anderen auch der günstigen Verbindung zu BMW und Porsche in Leipzig geschuldet. Fast alle verfügbaren Gewerbeflächen in Crimmitschau sind belegt. Ein neuer attraktiver Industriestandort entstand in Kooperation mit der Nachbarkommune Meerane nördlich der Autobahn A4.

Die nachfolgende Tabelle widerspiegelt die positive wirtschaftliche Entwicklung in der Stadt Crimmitschau auf der Basis der aktuell verfügbaren Datenlage (vgl. **Tab. 3**).

**Tab. 3: Indikatoren zur wirtschaftlichen Entwicklung von Crimmitschau**

Quelle: Zusammenstellung CULTURE CONCEPTS 2021, nach IHK Chemnitz

Indikator	Angaben absolut oder in %	Stand / Jahr
Beschäftigte in der Industrie je 1.000 EW	152,7	31.12.2019
Industrieumsatz je EW in €	33.215	2019
Steigerung des Industrieumsatzes je EW	Plus 27,06 %	2014 bis 2019
Reduzierung der Zahl der Arbeitslosen	Minus 42,8 %	2014 bis 2020
Pro-Kopf-Verschuldung	4 €	2019

Crimmitschau, wie einige andere Orte in Sachsen und Thüringen im Umfeld auch, können auf einen wachsenden Anteil von Industriebeschäftigten, eine gut ausgebaute öffentliche Forschungs- und Ausbildungslandschaft, Innovationszentren in den urbanen Zentren (u.a. in Chemnitz und Zwickau) sowie ein attraktives Angebot an sogenannten ‚weichen‘, Standortfaktoren, wie z.B. die naturräumliche Qualität der Region sowie ein vielfältiges Freizeit- und Kulturangebot verweisen. Letzteres gilt es auszubauen und offensiver zu vermarkten, auch um die Attraktivität der Region für Rückkehrer und Zuwanderer sowie Unternehmensansiedlungen weiter zu erhöhen.

Der Vergleich von Crimmitschau mit anderen Klein- und Mittelstädten im regionalen Umfeld in Bezug auf ausgewählte wirtschaftliche Indikatoren (vgl. Kammerbezirk Chemnitz, IHK 2020) belegt aus verschiedener Perspektive eine günstige Ausgangslage der Stadt.

Hinsichtlich der demografischen Ausgangslage unterscheiden sich die Städte im regionalen Umfeld nicht wesentlich. Dies gilt auch für die einzelhandelsrelevante Kaufkraft nach dem Index je Einwohner 2020 oder die Steuereinnahmen je Einwohner 2019.

Ein erheblicher Unterschied ist zum Indikator Pro-Kopf-Verschuldung in EUR (2018) zwischen den Städten auszumachen. Crimmitschau liegt weit unter der Pro-Kopf-Verschuldung der anderen Städte im regionalen Umfeld (vgl. **Tab 4**).

**Tab. 4: Auswahl von Indikatoren zu Crimmitschau im Städtevergleich**

Quelle: Zusammenstellung CULTURE CONCEPTS 2021, nach Kammerbezirk Chemnitz IHK 2020

Indikator	Crimmitschau	Werdau	Glauchau	Plauen
Zahl der Einwohner (EW) (2019)	18.350	20.623	22.233	64.591
Bevölkerung unter 16 Jahre	11,85%	12,18%	11,63%	12,63%
Bevölkerung über 65 Jahre	28,70%	28,50%	28,70%	27,30%
Beschäftigte in der Industrie je 1.000 EW (2019)	152	25	96	55
Einzelhandesrelevante Kaufkraft (Index je EW 2020)	85	89	87	86
Übernachtungen pro EW (2019)	1,33	0,88	1,33	2,09
Steuereinnahmekraft je EW in EUR (2019)	886 €	625 €	826 €	722 €
Pro-Kopf-Verschuldung in EUR (2018)	4 €	239 €	969 €	768 €

## 2.4 Wohnen & Wohnungsmarkt

Die gute verkehrliche Anbindung von Crimmitschau und die w.o. benannte positive wirtschaftliche Entwicklung beeinflusst auch das Thema Wohnen sowie den Wohnungsmarkt in Crimmitschau.

Auf den Bedarf nach großen und attraktiven Wohnungen wurde in Crimmitschau in vergangenen Jahren immer wieder hingewiesen. Darauf hat die Stadt Crimmitschau u.a. mit einem neuen Bebauungsplan für die Nordstadt reagiert.

Aktuelle Analysen zur Immobilienentwicklung in Crimmitschau verweisen auf einen in Veränderung befindlichen Immobilienmarkt. Die Kaufpreise für Immobilien und die Mietpreise für Wohnungen in Crimmitschau steigen zwar, liegen aber noch unter den derzeit erreichten Werten in benachbarten Mittelstädten, in Sachsen oder in Deutschland. Die Preise für einen Hauskauf in Crimmitschau beispielsweise liegen laut Immobilienpreisspiegel 2021 weit unter den bundesweiten Immobilienpreisen.

Die Ergebnisse der Online-Befragung belegen den Zuzug von jungen Familien nach Crimmitschau sowie eine hohe Zufriedenheit mit dem Wohnort (vgl. w.u. **Abschnitte zur Online-Befragung**).

Dies kann hier nicht weiter vertieft werden, ist aber ein wichtiger Indikator für die generelle Ausrichtung der TKC. Basierend auf eigenen Beobachtungen, Interviews, Online-Befragung und Desk Research kann daher das Thema „**Crimmitschau - Lebenswerte Stadt**“ ein zentraler ‚Pfeiler‘ der TKC sein (vgl. im Besonderen Aussagen in **Abschnitt 3**).

## 2.5 Bildung & Soziales

Crimmitschau verfügt über eine gut ausgebaute Infrastruktur im Bereich Bildung und Soziales.

Im Bereich **Bildung** verfügt Crimmitschau über eine klassische Infrastruktur von allgemeinen Bildungseinrichtungen, darunter jedoch einige besondere Einrichtungen. Hervorzuheben ist beispielsweise das **Julius-Motteler-Gymnasium** mit allgemeiner gymnasialer Ausbildung sowie als einziges Gymnasium in Westsachsen ein Gymnasium mit vertiefter mathematisch-naturwissenschaftlicher Ausrichtung.

Die **Schul- und Volkssternwarte „Johannes Kepler“** gehört ebenso zu den außergewöhnlichen Bildungseinrichtungen der Stadt. 1929 wurde sie als Privatsternwarte auf der Villa in der Lindenstraße 8 errichtet. Anfang der 60er-Jahre wurde sie offiziell zur Schul- und Volkssternwarte und befindet sich seitdem im Besitz der Stadt. Heute steht die Sternwarte den Hobby-Astronomen aller Altersschichten offen. Unterhalten wird die Sternwarte von der Interessengemeinschaft Astronomie Crimmitschau e.V. Der Verein kümmert sich um die Öffentlichkeitsarbeit, hilft beim Erhalt und Ausbau der Sternwarte und nutzt die Beobachtungsinstrumente für die amateurastronomische Forschung. Für die Öffentlichkeit organisiert der Verein Beobachtungsabende und Vorträge.

Die **Volkshochschule**, deren Stammsitz sich in Zwickau befindet, bietet in Crimmitschau ein vielfältiges Kursangebot an.

Für Jugendliche, Kinder und Senioren stehen in Crimmitschau diverse **soziale Beratungsangebote** bereit. Für Menschen in sozialen Notlagen und für Behinderte gibt es in der Stadt mehrere Anlaufstellen.

Neben den Leistungen der Kommune tragen besonders die **Initiativen von Vereinen und Verbänden** dazu bei, dass Crimmitschau über ein dichtes Netz an sozialen Angeboten verfügt.

Im Jahr 1990 wurde in Crimmitschau unter dem Motto „Sachsen helfen Sachsen“ der **„Verein zur Förderung von Ausbildung, Beschäftigung, Beratung und Betreuung Jugendlicher und Erwachsener“ (FAB e.V.)** gegründet. Der Verein hat seine Standorte über Crimmitschau hinaus erweitert und bietet vielfältige Angebote im Rahmen der Kinder- und Jugendhilfe, der Ausbildung und der Ausbildungsvorbereitung, der Prävention, der Beratung und der Unterstützung im Lebensraum Schule an.

Die aktuelle **Übersicht zu Vereinen in Crimmitschau** listet eine **Zahl von ca. 110 Vereinen auf**. Darunter befinden sich 56 Vereine mit ganz unterschiedlicher Ausrichtung (z.B. Karnevalsverein, Bäckergesangsverein 1904, diverse Heimatvereine etc.), 12 Fördervereine im Bereich Kultur, Bildung und Jugend, 28 Sportvereine sowie 14 Kleingartenvereine. In Anbetracht der Größe der Stadt nach Einwohnern verweist die existierende Vereinslandschaft auf vielfältige Interessensgruppen und Aktivitäten der Bürger in der Stadt Crimmitschau.

Einen wichtigen Beitrag leisten in diesem Bereich auch die **Kirchengemeinden**. Sie bieten nicht nur Hilfe in schwierigen Lebenssituationen an, sondern bereichern mit ihren Angeboten auch das Kultur- und Freizeitangebot in der Stadt insbesondere im Bereich Musik, Literatur mit Lesungen u.a.m.

## 2.6 Kultur, Freizeit & Sport

Sowohl im inneren Kreis der Altstadt als auch darüber hinaus befinden sich in Crimmitschau zahlreiche Anziehungspunkte für Kultur, Freizeit und Sport (vgl. **Kartierungen** in **Abschnitt 2.8**).

Die Innenstadt funktioniert für Ihre Bewöhner nicht nur über den Einzelhandel mit vielen kleinen Geschäften, einen schönen historischen Marktplatz, der Piazza Roter Turm sowie eine autofreie Fußgängerzone. Das wird ergänzt durch ein gut restauriertes Theater mit Beispielbetrieb, ein Kino sowie gastronomische Einrichtungen und einige wenige Hotels.

Sehenswert sind neben Crimmitschau Innenstadt das Viertel von **architektonisch interessanten Gründerzeit- und Jugendstilvillen**, die vom einstigen Glanz der Stadt als Textilmetropole und der großen Zahl von Textilmillionären mit Sitz in Crimmitschau zeugen. Crimmitschau war zu den Hochzeiten der Textilindustrie die **„Stadt der 100 Schornsteine“**. Die reichen Textilbesitzer aber siedelten sich im Westen der Stadt mit besserer Luft an.

Sowohl in der Stadt als auch in den ländlichen Ortsteilen bietet Crimmitschau Naherholungsgebiete mit ausgedehnten **Park- und Grünanlagen sowie Wanderwegen**.

Dabei hat der **Sahnpark in Crimmitschau** eine ganz besondere Bedeutung (vgl. **Abb. 7** in **Abschnitt 2.8**).

Die bekannteste Sportanlage Crimmitschaus ist das **Kunsteisstadion im Norden der Stadt**. Die Spiele der **Eispiraten Crimmitschau** besuchen bis zu 5.000 Zuschauer je Sportveranstaltung. Leidenschaften vieler Bürger der Stadt und ihres Umlandes gelten dem Eissport mit Eisschnelllauf, Eisstochschießen und natürlich dem Eishockey mit langjähriger Tradition, welcher das Image und die überregionale Bekanntheit der Stadt prägt.

Das **Theater Crimmitschau** hat eine lange kulturelle Tradition und große Bedeutung für die Bürger der Stadt. In den vergangenen Jahren wurden nach längerer Schließzeit im Jahr 2019 erhebliche Investitionen in Gebäude und veranstaltungstechnische Anlagen getätigt. Aktuell sind eine programmatische Erneuerung und eine stärkere Ausrichtung auf ein junges Publikum geplant. Bereits existierende Kooperationen mit Schulen im Bereich Musik bzw. musikalische Bildung unterstützen dies.

Das **Deutsche Landwirtschaftsmuseum Schloss Blankenhain** und das **Textilmuseum Gebr. Pfau** im Norden der Stadt Crimmitschau sind beides Kultur- und Freizeiteinrichtungen von **überregionaler Bedeutung**.

Das **Deutsche Landwirtschaftsmuseum Schloss Blankenhain** verfügt über eine einzigartige Ausstellung der ländlichen Lebens- und Arbeitswelt aus dem Gebiet von Mitteldeutschland. Das Freilichtmuseum umfasst derzeit auf 11 ha Fläche 81 Gebäude und bauliche Anlagen mit einer Vielzahl von thematischen Ausstellungen.

Das **Textilmuseum Gebr. Pfau** setzt aktuell ein Konzept um, welches unter dem Thema **„Textile Zukunftswelten“** steht und von überregionaler Bedeutung in musealer und touristischer Hinsicht sein wird (Dümcke 2021).

Während der letzten Jahre haben vor Covid-19 **verschiedene Großveranstaltungen** in bzw. im Umfeld von Crimmitschau stattgefunden, wie z.B. der Westsächsische Töpfermarkt oder das Große Marktfest.

In den überwiegend ländlich geprägten Ortsteilen bieten sich gute Möglichkeiten für Freizeit und Naherholung bis hin zum „Urlaub auf dem Lande“ (vgl. **Abschnitt 2.8**).

## 2.8 Touristische Entwicklung

### 2.8.1 Tourismus im Landkreis Zwickau

#### Landkreis Zwickau als Reiseregion

Der Landkreis Zwickau steht auch touristisch vor vielfältigen Herausforderungen. Diese sind einerseits endogener Natur und resultieren aus den sozioökonomischen Gegebenheiten, andererseits existieren neue Herausforderungen aus veränderten Rahmenbedingungen für den Tourismus allgemein.

In Südwestsachsen sind das Erzgebirge und das Vogtland die wichtigsten Reiseregionen. Im Vergleich dazu sind die Region um Crimmitschau sowie der Landkreis Zwickau als touristisches Reisegebiet noch von untergeordneter Bedeutung, wenngleich die touristischen Indikatoren nach oben weisen.

Touristisch wurden 2019 im Landkreis Zwickau ca. 260 Tsd. Ankünfte von Gästen und ca. 570 Tsd. Übernachtungen verzeichnet (zum Vergleich Reiseregion Vogtland 2019: 546 Tsd. Ankünfte und 1.795 Tsd. Übernachtungen).

Die in Entstehung befindliche Reiseregion Chemnitz-Zwickau (zukünftige DMO) kommt gemeinsam auf ca. 632 Tsd. Ankünfte und ca. 1.283 Tsd. Übernachtungen. Gleichwohl ist die Tourismusintensität (Übernachtungen je 100 Einwohner) im Landkreis Zwickau vergleichsweise niedrig.

Die regionalen Akteure sowie die Städte und Kommunen des Landkreises sind seit langem aufgefordert zukünftig noch enger zu kooperieren, um gemeinsam die Attraktivität der Region als Lebens- und Arbeitsort zu stärken (vgl. Integriertes Regionales Entwicklungskonzept (IREK) mit Zielhorizont 2030 Landkreis Zwickau).

Für den regionalen Wirtschaftsstandort ist insbesondere die überregionale Erreichbarkeit des Landkreises und seines Oberzentrums Zwickau von herausragender Bedeutung. Dies betrifft z. B. die Einbindung Zwickaus in das deutsche ICE-/IC-Schienennetz sowie eine bessere Verbindung (Abstimmung der Taktung) zwischen den regionalen Nahverkehrsverbänden (IREK Landkreis Zwickau 2030, S.39). Ergänzend wird seit geraumer Zeit über intelligente, alternative Mobilitätskonzepte diskutiert.

#### Tourismusregion Chemnitz/Zwickau – touristische Potentiale

In der Tourismusregion Chemnitz/Zwickau wird deutlich auf eine Verbindung von Industriekultur und Urlaub in der Natur verwiesen.

Die Region zeichnet sich durch eine hohe Dichte von Museen, Schlössern, architektonisch bedeutsamen Bauwerken und auch kulturellen Events aus. Mit der industriell geprägten Vergangenheit erklärt sich eine Vielzahl von Museen der Industriekultur.

Deshalb bilden ein Alleinstellungsmerkmal der Reiseregion die technischen Zeugnisse der Industriekultur, die mit vergleichsweise hoher Dichte als Museum oder Veranstaltungsort existieren und deren touristische Angebote nicht nur für Einheimische sondern auch für die Touristen bedeutsam sind.

Neben der Wiege des Automobilbaus ist die Region Zwickau auch für ihre Bedeutung in der Geschichte der Textilindustrie sowie zahlreiche historische Persönlichkeiten bekannt.

Der Fokus der Region liegt dabei nicht nur auf der Geschichte, sondern auch auf der Zukunft der industriellen und kulturellen Entwicklung – der Textil- und Automobilindustrie. Die Region ist u.a. auch Ausgangspunkt der faszinierenden Geschichte des “Trabbis”.

Heutige Innovationen in der textilen Industriekultur bzw. Textilbranche werden in der Region durch hochspezialisierte Unternehmen sowie eine vielfältige, an Innovationsentwicklungen arbeitende Universitäts- und Hochschullandschaft vorangetrieben.

### **Zeitsprungland e.V. für touristische Vermarktung Zwickauer Land**

Der Verein Tourismusregion Zwickau e.V. wurde 2013 gegründet. Seit 2014 wird die Tourismusregion Zwickau unter der Dachmarke "Das Zeitsprungland" vermarktet.

Die Industriekultur der Region ist hierfür eine wichtige Klammer für die vier Vermarktungsebenen: Kultur und Geschichte, Natur, Kinder und Familie sowie Motorsport.

Nach eigener Aussage bietet Zeitsprungland „mit über 65 Museen, Galerien und Ausstellungen sowie 16 Schlössern zahlreiche Einrichtungen, in welchen man die Möglichkeit hat, Zeitsprünge zu erleben“ (Flyer Zeitsprungland e.V.).

Im Landkreis Zwickau existieren attraktive touristische Angebote und Entwicklungspotenziale (vgl. u.a. auch IREK Landkreis Zwickau). Die Profilierung als touristische Region wird als eine strategische Aufgabe gesehen. Es wird davon ausgegangen, dass die Umsetzung einer Tourismusstrategie (u.a. mit dem Schwerpunkt Industriekultur) zur Stabilisierung des touristischen Übernachtungsgeschehens und zur Stärkung des Tagestourismus beitragen kann.

Die Tourismusstrategie Sachsen 2025 (2019:20) definiert Kennziffern und die Wettbewerbsfähigkeit der Destinationen nach Tourismusstärke, Qualität und Finanzierungsstärke über ein Punktesystem. Ein Benchmark zum Zeitsprungland gegenüber anderen Reiseregionen wird aus Landesperspektive Sachsen jedoch nicht vorgenommen. Die Tourismusstrategie der künftigen DMO wird in die Tourismusstrategie Sachsen 2025 einfließen. Es wird davon ausgegangen, dass die Zahl der Übernachtungen gesteigert sowie der Tagestourismus gestärkt werden können. Beides kann positive Auswirkungen auf die touristische Frequentierung von Crimmitschau haben.

### **Zielgruppenprofil der Reiseregion**

Eine aktuelle Untersuchung zum Zielgruppenprofil der Reiseregion konnte nur im Auszug von zwei Seiten zur Verfügung gestellt werden (vgl. Agentur KEM Kommunalentwicklung Mitteldeutschland GmbH (2020): Destinationsentwicklung Chemnitz/Zwickau, Ergebnisbericht vom 10.02.2020).

Die Untersuchung geht davon aus, dass die Hauptzielgruppen in der Reiseregion durch übergeordnete Landesziele zum Reiseland Sachsen und Thüringen bestimmt werden (vgl. Tourismuskonzeption 2025 Thüringen und Tourismuskonzeption 2025 Sachsen). Des Weiteren wird davon ausgegangen, dass die Reiseregion Zwickau in einem harten touristischen Standortwettbewerb mit allen anderen, zum Teil profilierteren Reiseregionen in Sachsen und Thüringen steht.

Die Analyse zur Destinationsentwicklung Chemnitz/Zwickau enthält folgende Aussagen zu den Hauptzielgruppen für die Tourismusregion Zwickau:

- Tages- und Kurzzeitreisende
- Individualtouristen
- Familien
- Junge Paare

Für Chemnitz als touristisches Reiseziel wurden folgende andere Zielgruppen bestimmt: jüngere, spontane Städte- und Eventreisende sowie anspruchsvolle Kultururlauber.

Die touristischen Indikatoren im **Landkreis Zwickau** nach Ankünften und Übernachtungen bis 2019 (danach wegen Covid-19 nicht auswertbar) weisen darauf hin, dass die Tourismusbranche als Wirtschaftszweig im Landkreis nach wie vor von nachrangiger Bedeutung ist.

Gleichwohl verfügt der Landkreis über Potentiale insbesondere im Bereich bedeutender **Museen und Sammlungen**.

Dazu gehören u.a. das August Horch Museum Zwickau, welches das einzige kraftfahrzeugtechnische Museum Deutschlands ist mit Sitz an einer früheren Fertigungsstätte der über 100-jährigen sächsischen Automobilbaukunst.

Weitere Zeitzeugen der industriellen Vergangenheit sind in den verschiedenen Museen des Landkreises zur Entwicklung der Textilindustrie zu finden (z.B. der Erfinder der Nähwirktechnik – MALIMO – Heinrich Mauersberger, das Esche-Museum in Limbach-Oberfrohna, u.a.m.).

Die Stadt Zwickau ist Geburtsstadt des berühmten Komponisten Robert Schumann (1810 bis 1856). Das Robert-Schumann-Haus beherbergt u. a. die weltweit größte geschlossene Schumann-Sammlung mit mehr als 4.000 Originalhandschriften Robert Schumanns und seiner Gattin, der Pianistin Clara geb. Wieck (1819 bis 1896). Das Robert Schumann Konservatorium widmet sich als Musikschule engagiert der Ausbildung des musikalischen Nachwuchses und der Pflege des Erbes von Robert und Clara Schumann.

Geburtsort des sächsischen Abenteuerschriftstellers Karl May, Schöpfer von Winnetou und Old Shatterhand, ist Hohenstein-Ernstthal. Im rund 300 Jahre alten Weberhaus, seinem Geburtshaus, ist eine umfassende Ausstellung zum Leben, Werk und Wirken des Schriftstellers zu sehen.

Als Tourismus- und Erholungsgebiete sind insbesondere das Muldental mit den Schlössern in Waldenburg und Wolkenburg sowie der Stausee Oberwald (Naherholungsgebiet, Freilichtbühne) von Bedeutung. Hervorzuheben in ihrer Bedeutung sind darüber hinaus die Ferienlandschaft „Tal der Burgen“ sowie die regional bedeutsamen Gebiete „Rabensteiner Höhenzug“, „Rümpfwald“ und der „Werdauer-Greizer Wald“.

Für einige Kultur- und Freizeiteinrichtungen in Crimmitschau und im Landkreis Zwickau liegen aus unterschiedlichen Jahren **Angaben zu den jährlichen Besucherzahlen** vor. Wegen der Auswirkungen von Covid-19 wird auf eine Darstellung der Jahresbesucher aus 2020 verzichtet (vgl. **Tab 5**).

**Tab 5: Kultur- und Freizeiteinrichtungen in Crimmitschau und im Landkreis Zwickau (Auswahl)**

Quelle: Zusammenstellung CULTURE CONCEPTS 2021, aus verschiedenen Quellen, u.a. mit Übergabe von Daten durch Zeitsprungland e.V. sowie durch die Einrichtungen selbst.

Anmerkung: Daten von 2020 werden wegen Covid-19 nicht berücksichtigt.

Einrichtungen / Orte Vgl. u.a. <a href="https://www.landkreis-zwickau.de/kultureinrichtungen">https://www.landkreis-zwickau.de/kultureinrichtungen</a>	Zahl der Besuche p.a.	Stand / Jahr
Deutsches Landwirtschaftsmuseum Blankenhain	41.430	2018
	40.741	2019
Tuchfabrik Gebr. Pfau Crimmitschau (2019 teilweise Schließung)	10.156	2018
	7.591	2019
Theater Crimmitschau (nur Besucher der Veranstaltungen im Theater)	15.073	2018
	13.823	2019
Theater Crimmitschau (Besucher von Vernissagen und Kleiner Galerie im Theater)	500	2018
	500	2019
Museumsbahn Schönheide	7.500	2018
	7.500	2019
Stadt- und Dampfmaschinenmuseum Werdau	12.849	2018
	14.295	2019
Hallen- und Freibad Werdau	170.000	p.a. 2008
Tierpark Hirschfeld	120.000	p.a. 2008
Stern Radio Rochlitz	373	2018
	192	2019
Porzellanausstellung Fraureuth	392	2018
	323	2019
Kultour-Z Stadtführungen	8.670	2019

### 2.8.2 Intraregionaler Standortwettbewerb der Klein- und Mittelstädte im Umfeld

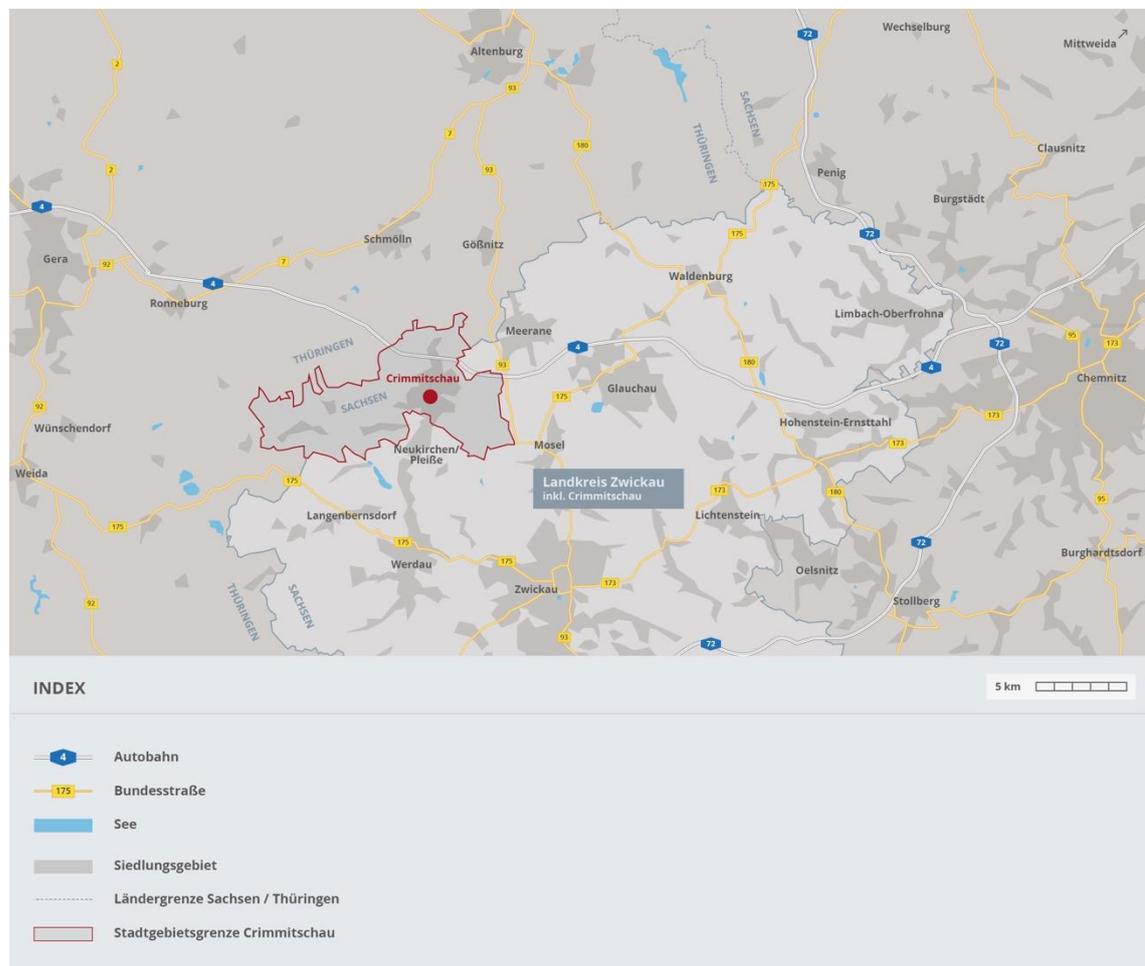
In regional- und tourismuswirtschaftlicher Hinsicht ist in der Region Zwickauer Land von einem starken intraregionalen Standortwettbewerb der Klein- und Mittelstädte auszugehen. Im engeren Einzugsbereich von Crimmitschau (ca. 18 Tsd. Einwohner) besteht eine besondere Konkurrenz insbesondere zum ca. 20 km entfernten Zwickau (ca. 90 Tsd. Einwohner).

Die Klein- und Mittelstädte im Umfeld von Crimmitschau sind im Standortwettbewerb mit zum Teil ähnlichen Problemlagen in Bezug auf Beschäftigung und Arbeitsmarkt, demografischen Wandel sowie die Erschließung ihrer touristischen und kulturtouristischen Entwicklungspotentiale konfrontiert (vgl. **Abb. 3**).

In Crimmitschau, wie in anderen Klein- und Mittelstädten in Sachsen und Thüringen auch, stellen nach wie vor die angespannte Lage auf dem Arbeitsmarkt, die Alterung der Bevölkerung und der Wegzug der jungen Menschen die größten Herausforderungen dar.

#### Abb. 3: Lage von Crimmitschau zwischen Klein- und Mittelstädten im Standortwettbewerb

Quelle: Kartenansicht CULTURE CONCEPTS 2021



Gleichwohl haben sich einzelne Städte im regionalen Umfeld von Crimmitschau in den zurückliegenden Jahren touristisch sowie kulturtouristisch neu positioniert und profiliert.

Die touristischen Indikatoren für ausgewählte Kommunen im Einzugsbereich von Crimmitschau verweisen auf eine unterschiedliche touristische Nachfrage, gemessen an den touristischen Indikatoren Ankünfte, Übernachtungen sowie Aufenthaltsdauern der Touristen in den Städten (vgl. **Tab. 6**).

**Tab. 6: Touristische Indikatoren für ausgewählte Kommunen im Einzugsbereich von Crimmitschau im Dezember 2018 und 2019**, Quelle: Zusammenstellung CULTURE CONCEPTS 2021, nach Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen

Auswahl von Gemeinden (aktueller Gebietsstand) Januar bis Dezember 2018 und 2019	Ankünfte (einschl. Camping)	Über- nachtungen (einschl. Cam- ping)	Durchschnittliche Aufenthalts- dauer in Tagen <sup>5)</sup>	Durchschnittliche Auslastung der angebotenen Betten in % <sup>4)</sup>
Chemnitz, Stadt 2018	267 116	520 996	2,0	41,1
Chemnitz, Stadt 2019	269 694	522 012	1,9	40,7
Zwickau, Stadt 2018	85 896	168 215	2,0	40,9
Zwickau, Stadt 2019	89 468	189 900	2,1	45,3
Meerane, Stadt 2018	35 237	76 529	2,2	42,7
Meerane, Stadt 2019	39 980	83 207	2,1	46,4
Mittweida, Stadt, Hochschulstadt 2018	24 159	55 307	2,3	37,2
Mittweida, Stadt, Hochschulstadt 2019	23 507	53 334	2,3	37,6
Limbach-Oberfrohna, Stadt 2018	27 507	70 828	2,6	27,0
Limbach-Oberfrohna, Stadt 2019	25 450	66 986	2,6	28,7
Hohenstein-Ernstthal, Stadt 2018	16 429	44 381	2,7	26,1
Hohenstein-Ernstthal, Stadt 2019	18 082	48 749	2,7	27,4
<b>Crimmitschau, Stadt 2018</b>	<b>8 728</b>	<b>17 940</b>	<b>2,1</b>	<b>21,6</b>
<b>Crimmitschau, Stadt 2019</b>	<b>9 638</b>	<b>21 676</b>	<b>2,2</b>	<b>27,2</b>

1) geöffnete und vorübergehend geschlossene Einrichtungen

2) ganz oder teilweise geöffnet

3) max. Angebot an Betten der letzten 13 Monate

4) rechnerischer Wert (Übernachtungen/angebotene Bettentage) x 100

5) rechnerischer Wert Übernachtungen/Ankünfte

Zu den Klein- und Mittelstädten, die im touristischen Standortwettbewerb stärker erkennbar bzw. auch als kulturtouristisches Reiseziel bekannter sind als Crimmitschau gehören beispielsweise u.a. Altenburg und Zwickau.

**Altenburg:** Die Stadt Altenburg (Einwohner 31.101 in 2020) als Mittelzentrum im Landkreis Altenburger Land sowie Kreisstadt hat ein klares touristisches Profil entwickelt. Sie ist eine mehr als 1.000 Jahre alte ehemalige Residenzstadt im Osten des Freistaates Thüringen.

Die Erlebniswelt Altenburger Land kommt mit Ihrer Internetpräsentation frisch und ansprechend daher. Sie stellt Kunst und Kultur, Führungen und Touren, das Residenzschloss Altenburg, Spezialitäten u.a.m in den Mittelpunkt (vgl. <https://altenburg.travel/index.php/buchen/erlebniswelt>).

Dabei sind die ‚Claims‘ klug gewählt, wie z.B. ‚Gehen Sie auf Entdeckungsreise‘, ‚Überraschend vielseitig‘, ‚Einmalige Aussichten‘ oder ‚Spaß und Spannung für die ‚ganze Familie‘. Herausgeber des Portals ist die Tourismusinformation Altenburger Land als offizielle Tourismuszentrale.

Aktuell ist die Stadt Altenburg auf einen größeren Zustrom von Touristen nicht ausreichend vorbereitet. Es fehlt an Infrastruktur im Bereich Hotellerie sowie Einschränkungen im ÖPNV und im Radwegenetz sind noch vorhanden. Die Touristiker gehen aber davon aus, dass die Nachfrage von Städte- und Kulturtouristen in der Region mittelfristig steigen wird. Zu den o.g. Defiziten in Altenburg bzw. im Altenburger Land gibt es Analogien zur Ausgangslage im Bereich Tourismus in Crimmitschau.

**Zwickau:** Im regionalen Vergleich zeichnet sich die Stadt Zwickau (Einwohner 2021: 87.018) durch ihre wirtschaftliche Stärke aus und ist dementsprechend ein wichtiger Arbeitsort in der Region.

Kulturtouristisch positioniert sich Zwickau als „Automobil- und Robert-Schumann-Stadt“. Dieser „Beiname“ soll verdeutlichen, dass in der heute viertgrößten Stadt im Freistaat Sachsen Wirtschaft und Kunst sowie Industrie und Kultur seit Jahrhunderten eng miteinander verwoben sind.

2020 war der Audi-Bau Zwickau Schauplatz der Zentrausstellung zur 4. Sächsischen Landesausstellung »Boom. 500 Jahre Industriekultur in Sachsen«. Assoziierter Ort der Landesausstellung war die Tuchfabrik Gr. Pfau in Crimmitschau.

Die von August Horch begründete Tradition, die durch Marken wie Horch, Audi, die Auto Union und den Trabant bekannt wurde, wird heute von Volkswagen, zahlreichen Zulieferern und der Westsächsischen Hochschule erfolgreich fortgeführt.

Exakt an der Stelle, wo die Firma Audi gegründet wurde, präsentiert seit 2004 das völlig neukonzipierte Museum die facettenreiche Zwickauer Automobilgeschichte. Weitere städtische Museen, die im Fokus der kulturtouristischen Vermarktung stehen, sind neben dem August Horch Museum (2019: 105 Tsd. Besucher), die Galerie am Domhof, die KUNSTSAMMLUNGEN ZWICKAU Max-Pechstein-Museum, die Priesterhäuser sowie das Robert-Schumann-Haus.

Zwickau hat in den zurückliegenden Jahren mit einem strategischen Ansatz in den Kulturtourismus investiert, u.a. mit Investitionen in Neubauten bzw. die Modernisierung von bestehenden kulturellen Einrichtungen. Bereits 2011 hat Zwickau ein Tourismuskonzept für die Stadt extern entwickeln lassen.

Im Bereich Freizeit, Kultur und Tourismus werden im Integrierten Stadtentwicklungskonzept Zwickau (INSEK Zwickau 2013) sowohl Stärken (u.a. Angebote im Bereich der Industriekultur, vor allem mit Automobilbau und Textilgeschichte) als auch Schwächen (u.a. vergleichsweise geringe touristische Nachfrage, fehlendes touristisches Image, Mängel im ÖPNV-Netz, unzureichendes Verständnis der Bedeutung des Tourismus, fehlendes Beschilderungssystem) identifiziert. In der Analyse der Ausgangslage zum Tourismus in Zwickau existieren Analogien zu der w.o. skizzierten Ausgangslage in Crimmitschau.

### 2.8.3 Tourismus in Crimmitschau

#### Touristisches Angebot in Crimmitschau

Crimmitschau verfügt - gemessen an der Größe der Stadt - über kulturelle Einrichtungen mit lokaler und überregionaler Bedeutung für Naherholung und Tourismus. Dazu gehört - um nur die größten Einrichtungen zu nennen - neben dem Museum Tuchfabrik Gebr. Pfau das Agrar- und Freilichtmuseum Schloss Blankenhain, welches sich seit 2012 in Trägerschaft des Landkreises Zwickau befindet, die Stadtbibliothek (demnächst im ehemaligen Kaufhaus Schocken) sowie das Theater Crimmitschau.

Aktuelle und potentielle Angebote mit touristischer und kulturtouristischer Relevanz im Bereich der Innenstadt von Crimmitschau zeigt die nachfolgende Übersicht (vgl. **Abb. 5**).

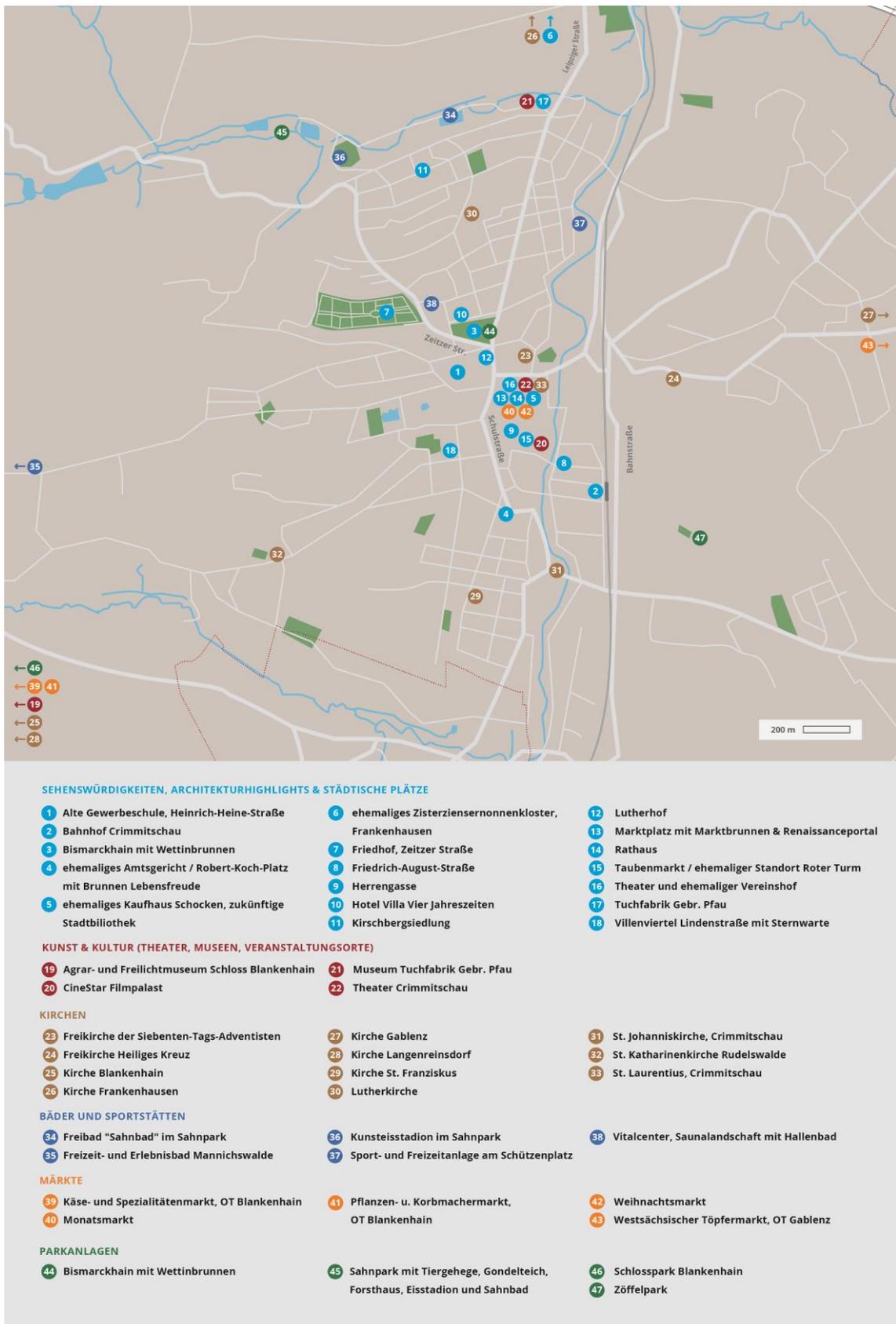
**Abb. 6** bezieht den weiteren Einzugsbereich mit ein.

In beiden Übersichten wurden die verschiedenen Angebotsbereiche **nach folgender Systematik „geclustert“**:

- Sehenswürdigkeiten, Architekturhighlights & Städtische Plätze
- Kunst & Kultur (Theater, Museen, Veranstaltungsorte)
- Kirchen
- Bäder
- Märkte
- Sportstätten
- Natur & Parks

**Abb. 5: Kultur- und Freizeitangebote in Crimmitschau - Innerer Bereich (Innenstadt)**

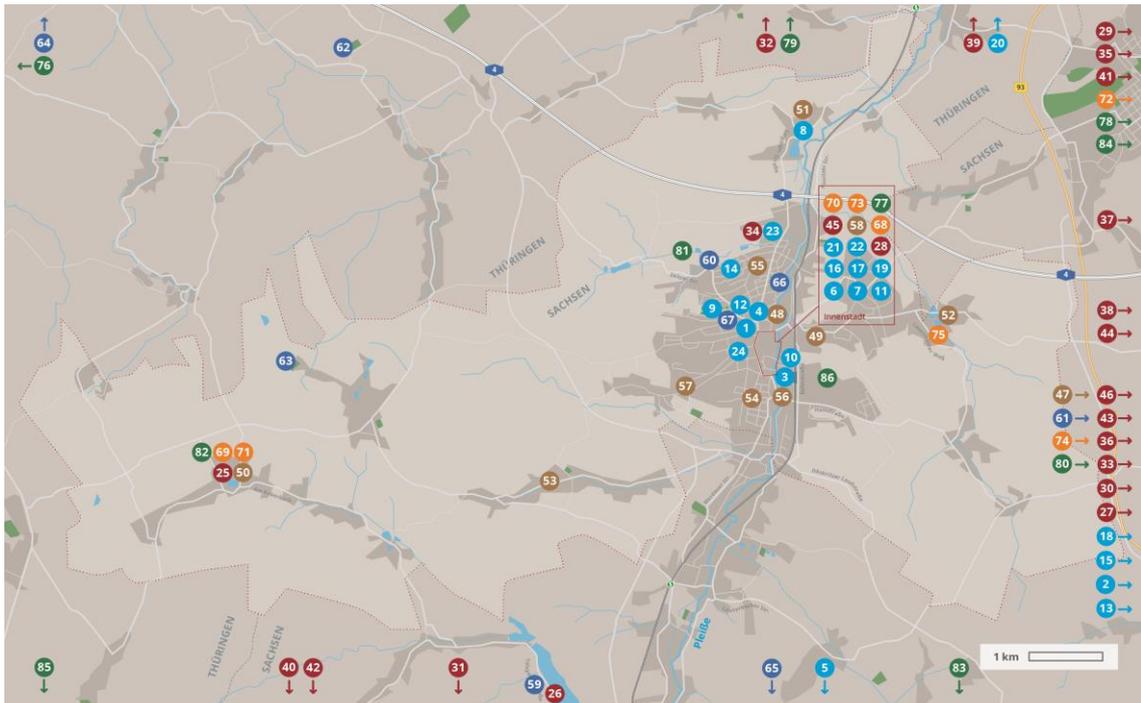
Quelle: Kartenansicht CULTURE CONCEPTS 2021



Aktuelle und potentielle Angebote mit touristischer und kulturtouristischer Relevanz außerhalb der Innenstadt von Crimmitschau (**weiterer Einzugsbereich**) zeigt die nachfolgende Übersicht (vgl. **Abb. 6**).

**Abb. 6: Kultur- und Freizeitangebote in Crimmitschau - Weiterer Einzugsbereich**

Quelle: Kartenansicht CULTURE CONCEPTS 2021



**SEHENSWÜRDIGKEITEN, ARCHITEKTURHIGHLIGHTS & STÄDTISCHE PLÄTZE**

- |   |  |  |
|---|--|--|
| 1 Alte Gewerbeschule, Heinrich-Heine-Straße                           | 8 ehemaliges Zisterziensernonnenkloster, Frankenhausen | 16 Lutherhof                                       |
| 2 Alter Gasometer Zwickau (VA-Ort)                                    | 9 Friedhof, Zeitzer Straße                             | 17 Marktplatz mit Marktbrunnen & Renaissanceportal |
| 3 Bahnhof Crimmitschau  | 10 Friedrich-August-Straße                             | 18 Priesterhäuser Zwickau (aus 13. Jhd.)           |
| 4 Bismarckhain mit Wettinbrunnen                                      | 11 Herrengasse   | 19 Rathaus   |
| 5 Burg Schönfels, Lichtentanne (bei Zwickau)                          | 12 Hotel Villa Vier Jahreszeiten                       | 20 Residenzschloss Altenburg                       |
| 6 ehemaliges Amtsgericht / Robert-Koch-Platz mit Brunnen Lebensfreude | 13 Johannisbad Zwickau                                 | 21 Taubenmarkt / ehemaliger Standort Roter Turm    |
| 7 ehemaliges Kaufhaus Schocken, zukünftige Stadtbibliothek            | 14 Kirschbergsiedlung                                  | 22 Theater und ehemaliger Vereinshof               |
|   | 15 Konzert- und Ballhaus "Neue Welt", Zwickau          | 23 Tuchfabrik Gebr. Pfau                           |
|   |  | 24 Villenviertel Lindenstraße mit Sternwarte       |

**KUNST & KULTUR (THEATER, MUSEEN, VERANSTALTUNGSORTE)**

- |   |  |   |
|---|--|---|
| 25 Agrar- und Freilichtmuseum Schloss Blankenhain | 32 Knopfmuseum Schmölln  | 40 Stadt- und Dampfmaschinenmuseum Werdau |
| 26 Autokino Koberbachtalsperre Langenhessen       | 33 Kunstsammlungen Zwickau mit weltgrößter Max-Pechstein-Ausstellung | 41 Stadthalle Meerane                     |
| 27 Automobilmuseum "August Horch", Zwickau        | 34 Museum Tuchfabrik Gebr. Pfau                                      | 42 Stadthalle Werdau                      |
| 28 CineStar Filmpalast                            | 35 Naturalkabinett Waldenburg  | 43 Stadthalle Zwickau                     |
| 29 Freilichttheater Waldenburg im Grünfelder Park | 36 Robert-Schumann-Haus, Zwickau                                     | 44 Stadttheater Glauchau                  |
| 30 Galerie am Domhof Zwickau                      | 37 Sachsenlandhalle Glauchau   | 45 Theater Crimmitschau                   |
| 31 Herrenhaus Fraureuth mit Porzellanausstellung  | 38 Schloss Forder- und Hinterglauchau                                | 46 Theater Plauen-Zwickau, in Zwickau     |
|   | 39 Spielkartenmuseum Altenburg                                       |   |

**KIRCHEN**

- |  |                           |                                     |
|--|---------------------------|-------------------------------------|
| 47 Dom St. Marien, Zwickau                   | 51 Kirche Frankenhausen   | 55 Lutherkirche                     |
| 48 Freikirche der Siebenten-Tags-Adventisten | 52 Kirche Gablenz         | 56 St. Johanniskirche               |
| 49 Freikirche Heiliges Kreuz                 | 53 Kirche Langenreinsdorf | 57 St. Katharinenkirche Rudelswalde |
| 50 Kirche Blankenhain                        | 54 Kirche St. Franziskus  | 58 St. Laurentius, Crimmitschau     |

**BÄDER, SPORTSTÄTTEN, FREIZEITANLAGEN**

- |   |   |   |
|---|---|---|
| 59 Koberbachtalsperre Langenhessen mit Strandbad und Bootsverleih | 62 Freibad und Minigolfanlage in Vollmershain | 66 Sport- und Freizeitanlage am Schützenplatz |
| 60 Kunsteisstadion im Sahnpark                                    | 63 Freizeit- und Erlebnisbad Mannichswalde    | 67 Vitalcenter, Saunalandschaft mit Hallenbad |
| 61 Fahrsicherheitszentrum und Motorrad Grand Prix am Sachsenring  | 64 Freizeitbad "Tatami" Schmölln              |   |
|   | 65 Freizeitbad "Webalu" Werdau                |   |

**MÄRKTE**

- |   |   |  |
|---|---|--|
| 68 Großes Marktfest Crimmitschau                | 71 Pflanzen- u. Korbmachermarkt, OT Blankenhain | 74 Weihnachtsmarkt Zwickau                 |
| 69 Käse- und Spezialitätenmarkt, OT Blankenhain | 72 Töpfermarkt Waldenburg                       | 75 Westsächsischer Töpfermarkt, OT Gablenz |
| 70 Monatsmarkt                                  | 73 Weihnachtsmarkt Crimmitschau                 |  |

**PARKANLAGEN**

- |   |  |                               |
|---|--|-------------------------------|
| 76 "Neue Landschaft Ronneburg" (Landschaftspark im ehemaligen Bergbau-Revier) | 79 Inselzoo Altenburg  | 83 Tierpark Hirschfeld        |
| 77 Bismarckhain mit Wettinbrunnen   | 80 Miniwelt und Minikosmos Lichtenstein                                    | 84 Tierpark Limbach-Oberhofna |
| 78 Grünfelder Park Waldenburg (englischer Landschaftspark)                    | 81 Sahnpark mit Tiergehege, Gondelteich, Forsthaus, Eisstadion und Sahnbad | 85 Werdauer / Greizer Wald    |
|   | 82 Schlosspark Blankenhain   | 86 Zöfelpark                  |

### Touristische Prägungen von Crimmitschau

Tourismus in Crimmitschau ist überwiegend von Tagestourismus in kleinerem Ausmaß geprägt. Das belegen indirekt im Städtevergleich von Crimmitschau vor allem die touristischen Indikatoren Ankünfte, Übernachtungen und durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Touristen in Tagen.

Wegen Covid-19 wurden touristische Daten nur von 2018 und 2019 ausgewertet.

Selbst kleinere Städte mit weniger Einwohnern als Crimmitschau wie Limbach-Oberfrohna (ca. 12 Tsd. Einwohner) oder die Große Kreisstadt Hohenstein-Ernstthal (ca. 15 Tsd. Einwohner) verzeichnen eine doppelt so hohe touristische Nachfrage wie aktuell die Stadt Crimmitschau.

Die vorhandenen offiziellen touristischen Daten bedürfen aber der Interpretation. So spiegelt sich die tatsächliche touristische Nachfrage von Crimmitschau nicht in den statistisch erfassten Übernachtungszahlen wider. Beispielsweise werden die zahlreich vorhandenen Ferienwohnungen in der Kernstadt von Crimmitschau sowie im ländlichen Umfeld, die nach Aussage der Stadtverwaltung gut ausgelastet sind, in der Statistik nicht erfasst (sogenannter „grauer Beherbergungsmarkt“).

Außerdem ist die mangelnde Hotelkapazität in Crimmitschau zu berücksichtigen. Daher weichen Tagesgäste auf das Hotelangebot in umliegenden Orten (z.B. Meerane oder Neukirchen) aus.

### Sport – eine Besonderheit der Stadt mit Tradition und überregionaler Bedeutung

Neben den kulturellen Angeboten hat in Crimmitschau der Sport mit einer großen und vielfältigen Vereinslandschaft eine besondere Bedeutung, im Besonderen die Eispiraten Crimmitschau GmbH (vgl. **Abb. 7**). Obwohl empirisch nicht belegt, wird Crimmitschau in Bekanntheit und Image momentan noch mehr mit Sport bzw. Eishockey als beispielsweise mit der überregional bedeutsamen Tuchfabrik Gebr. Pfau verbunden.

#### Abb. 7: Banner Eispiraten Crimmitschau

Quelle: Eispiraten Crimmitschau GmbH, Banner, 2021



### Sahnpark in Crimmitschau – ein Ort mit besonderer touristischer Bedeutung

Der Sahnpark in Crimmitschau ist eine Stätte der Erholung und der sportlichen Betätigung für Bürger und Touristen. Der Park ist mit ca. 40 Hektar die größte und älteste Parkanlage der Stadt.

Hier begegnen sich aus naturräumlicher Sicht die Leipziger Auenwälder mit Bergwäldern des unteren Erzgebirges und des Vogtlandes. Der Park, im westlichen Teil des Stadtgebietes gelegen, verfügt auf einer Länge von ca. 6,5 km über angelegte Wege, die zum Spazieren und Joggen einladen.

Zum Sahnpark als Naherholungsgebiet gehören außerdem ein Abenteuerspielplatz, ein Wildgehege mit einheimischen Tieren, zwei Ententeiche sowie die traditionsreiche Gaststätte Forsthaus.

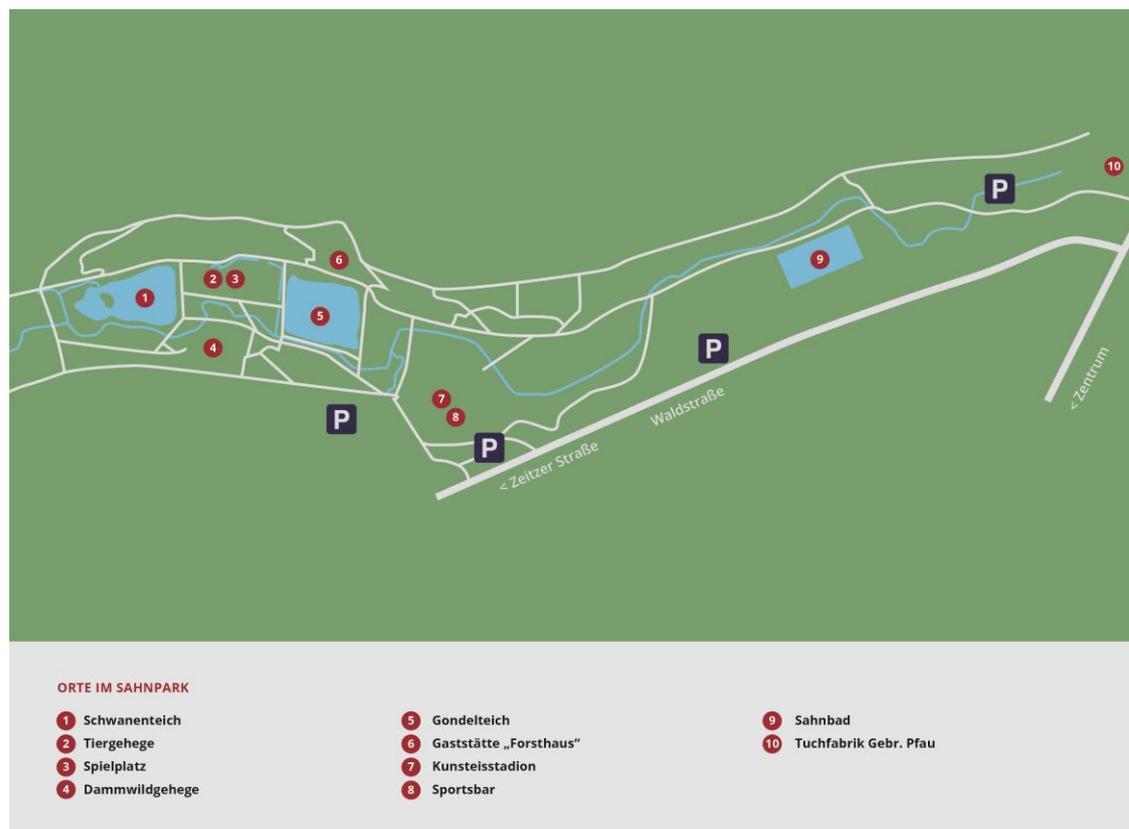
Das 1869 als Männerbadeanstalt entstandene „Sahnbad“ bietet den Besuchern die größte Wasserfläche Westsachsens und ist auch eine touristische Attraktion.

Außerdem sind im Gelände verschiedene Sportanlagen integriert, wie z.B. das als Eishockeyhochburg bekannte Kunsteisstadion als Heimstätte der Eispiraten Crimmitschau.

Touristisch gesehen offeriert damit der Sahnpark ein außerordentlich komplexes Angebot und ist damit für ganz verschiedene touristische Zielgruppen von Interesse (vgl. **Abb. 8**)

### Abb. 8: Sahnpark in Crimmitschau

Quelle: Kartenansicht CULTURE CONCEPTS 2021



### Tourismuskonzeption Crimmitschau

In vielen Städten in Deutschland - auch in Klein- und Mittelstädten - wurden in den letzten Jahren kommunale Konzepte zur Entwicklung der Kultur erarbeitet, sogenannte „Kulturentwicklungskonzepte“. Erfahrungsgemäß muss jedes Kulturentwicklungskonzept auf die historischen, strukturellen und kulturellen Bedingungen der Stadt und des Umlands (Einwohnerzahl, Einzugsbereich, etc.) zugeschnitten werden. Zu berücksichtigen sind zum einen allgemeine Herausforderungen (z.B. Alterung der Gesellschaft, Digitalisierung, Nachhaltigkeit, etc.) sowie zum anderen Aspekte der Kulturentwicklung, des Kulturtourismus, der Stadtentwicklung und des Stadtmarketings.

Die Bestandsaufnahme zu Crimmitschau zeigt, dass bislang strategische und planerische Grundlagen im Zusammenhang von Kultur und Tourismus für Crimmitschau kaum existieren, obwohl die Große Kreisstadt Crimmitschau viele Potentiale aufweist. Aktuell existieren aber weder ein Stadtentwicklungskonzept noch ein Tourismuskonzept für Crimmitschau.

Für einen Antrag zur Förderung der wirtschaftsnahen Infrastruktur im Rahmen der Gemeinschaftsaufgabe zur „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ beim Sächsischen Staatsministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr ist die Existenz eines Tourismuskonzepts Crimmitschau die unabdingbare Voraussetzung. Die Stadtverwaltung Crimmitschau hat deshalb die Erarbeitung einer solchen Konzeption im September 2021 beauftragt und kann nun mit vorliegender Dokumentation das Tourismuskonzept Crimmitschau 2030 veröffentlichen und übergeben.

### **Beherbergungsangebot in Crimmitschau**

Das Beherbergungsangebot in Crimmitschau ist vergleichsweise eingeschränkt, gemessen an der Zahl der angebotenen Betten oder der Zahl der Beherbergungsstätten. Es fehlt an hochwertigen Hotels, Angeboten mit regionaler Küche, u.a.m.

Vergleichsweise ausgeprägt sind Angebote im sogenannten grauen Beherbergungsmarkt in Crimmitschau sowie den anliegenden Gemeinden.

### **Touristische Infrastruktur in Crimmitschau**

Crimmitschau verfügt in touristischer Hinsicht über eine Infrastruktur, die vor allem auf einem attraktiven Stadtzentrum sowie einem touristisch interessanten ländlichen Umfeld beruht. Hinzu kommen ein vielfältiges Kultur- und Freizeitangebot sowie eine gute soziale und wirtschaftliche Infrastruktur.

Die Online-Befragung ermittelt zahlreiche Potentiale in Bezug auf die touristische Infrastruktur, benennt aber neben den positiven Bewertungen auch die Defizite aus Sicht der Bürger (vgl. **Abschnitt 2.9**).

### **Tourismusmarketing in Crimmitschau**

Ein Konzept zu einem Tourismusmarketing für Crimmitschau existiert nicht. Jedoch verfügt die Stadt über eine **Stadt- und Touristinformation**, die bislang im Rathaus untergebracht war und nun in das Gebäude des Theaters Crimmitschau zieht.

Das kann künftig ein Standortvorteil sein, da die Stadt- und Touristinformation auch das Ticketing des Theaters übernimmt.

Die Stadt- und Touristinformation Crimmitschau fungiert als Servicepunkt für Informationen rund um Crimmitschau, Stadt- und Nachtwächterführungen, Zimmervermittlung sowie Printmaterial- und Souvenirverkauf. Vernetzungen zu anderen touristischen Akteuren sind auch wegen begrenzter personeller Kapazitäten eher schwach ausgeprägt. Hier existieren für künftige, erweiterte Kooperationen und touristische Aktivitäten viele noch besser nutzbare Potentiale.

## 2.9 Ergebnisse der Online-Umfrage: Bewertungen zum ‚status quo‘

Die **Ergebnisse der Online-Umfrage zur TKC** (vgl. **Abschnitt 1.2**) werden nachfolgend zusammengefasst (vgl. **Anlage 4**: Ergebnisse der Online-Umfrage in tabellarischer Übersicht).

Zunächst werden nachfolgend die wichtigsten Informationen zum **Rücklauf** und zu den **Beteiligten an der Umfrage** dargestellt.

Der Rücklauf mit insgesamt **311 Antworten und Bewertungen** kann als großer Erfolg bewertet werden. Das Thema Tourismus in Crimmitschau bewegt eine große Zahl von Akteuren sowohl in Crimmitschau als auch darüber hinaus.

Von den 311 Befragten waren 59 % männlich sowie 41 % weiblich, d.h. nach dem **Geschlecht** ist von einer vergleichsweise ausgewogenen Beteiligung auszugehen.

In Bezug auf das **Alter der Befragten** über 18 Jahre sind alle Altersgruppen vertreten. Die größte Altersgruppe bilden die 35 – 49 Jährigen, gefolgt von den 50 – 65 Jährigen sowie den 26 – 35 Jährigen (vgl. **Tab. 7**).

**Tab. 7: Online-Umfrage zur TKC - Befragte nach Alter**

Quelle: Zusammenstellung CULTURE CONCEPTS 2021

Altersgruppen	Anzahl	Anteil in %
Unter 14 Jahre	1	0,3 %
14 – 17 Jahre	5	1,6 %
18 – 25 Jahre	35	11,3 %
26 – 35 Jahre	69	22,2 %
36 – 49 Jahre	110	35,3 %
50 – 65 Jahre	78	25,1 %
Über 65 Jahre	13	4,2 %

In Bezug auf die **Haushaltsgröße** bilden Familien (3-Personen Haushalte/Paare mit einem oder mehreren Kindern) mit einem Anteil von ca. 44 % den Hauptteil der Befragten, gefolgt von 2-Personen Haushalten mit ca. 36 %. Single bzw. 1-Personen Haushalte machen ca. 20 % der Befragten aus.

Von besonderem Interesse war die **örtliche Herkunft der Befragten**. Der Herkunft der Befragten ist mit ca. 86 % überwiegend lokal, d.h. Herkunftsorte sind Crimmitschau sowie weitere Standorte im Umfeld, wie z.B. Werdau, Glauchau und Meerane. Ca. 14 % der Befragten stammen aus Zwickau, Gera, Chemnitz und Erfurt (vgl. **Tab. 8**).

**Tab. 8: Online-Umfrage zur TKC - Örtliche Herkunft der Befragten**

Quelle: Zusammenstellung CULTURE CONCEPTS 2021

Herkunft der Befragten (N= 310)	Anzahl	Anteil in %
Crimmitschau inkl. Umlandgemeinden	142	45,8 %
Andere Standorte, wie z.B. Werdau, Glauchau, Meerane etc.	126	40,7 %
Zwickau	24	7,7 %
Gera	9	2,9 %
Chemnitz	6	1,9 %
Erfurt	3	1,0 %

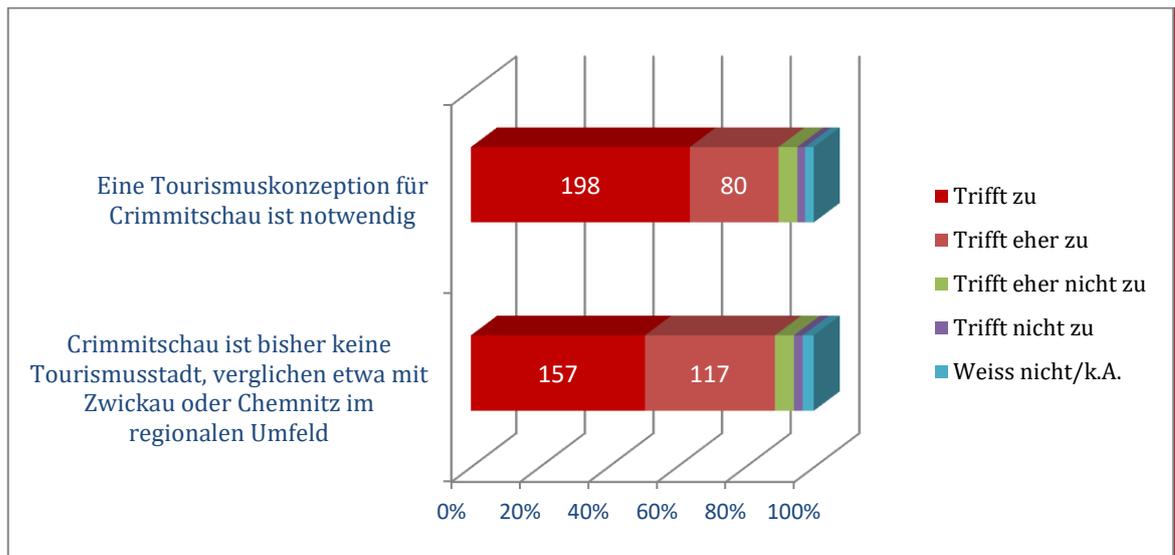
**Ergebnisse der Online-Umfrage – Bewertungen zum ‚status quo‘ Tourismus in Crimmitschau (vgl. Anlage 4)**

Der **erste Befragungsteil der Online-Umfrage** richtete sich auf die Bewertung des ‚status quo‘ zum Tourismus in Crimmitschau. Gefragt wurde nach der bisherigen touristischen Profilierung der Stadt und nach vorhandenen Potentialen.

Die Ergebnisse der Bewertungen zum ‚status quo‘ fallen eindeutig aus. Sie verweisen auf den Handlungsbedarf in der touristischen Profilierung von Crimmitschau aber auch auf die vorhandenen, bisher nicht genutzten Potentiale (vgl. **Abb. 9 bis Abb. 11**).

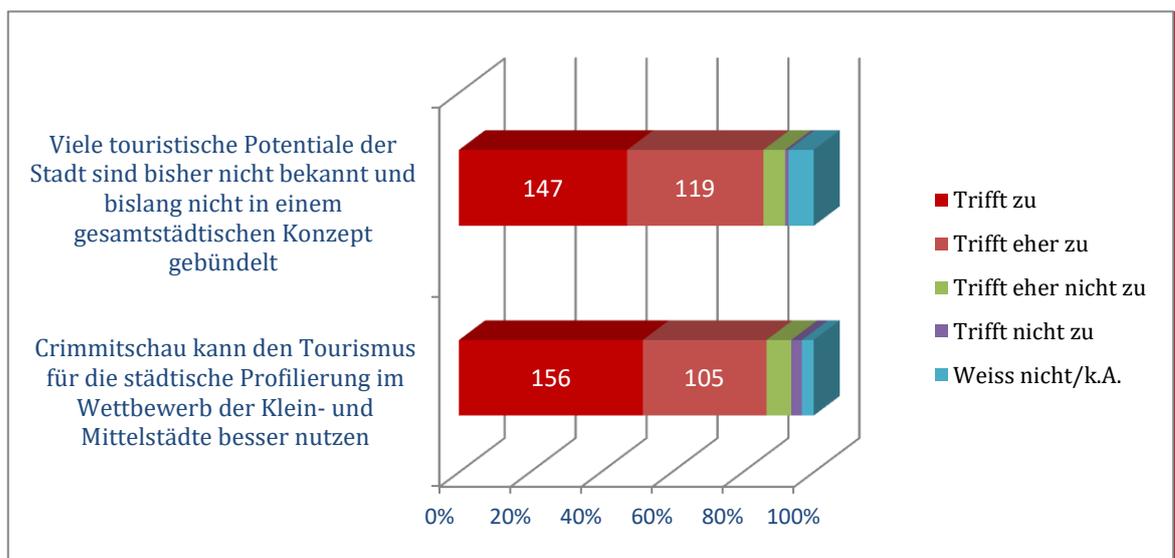
**Abb. 9: Bedarf nach einer Tourismuskonzeption sowie Crimmitschau als Tourismusstadt (N= 311):**

Quelle: CULTURE CONCEPTS 2021, Basis Online-Befragung, vgl. **Anlagen 3 und 4**



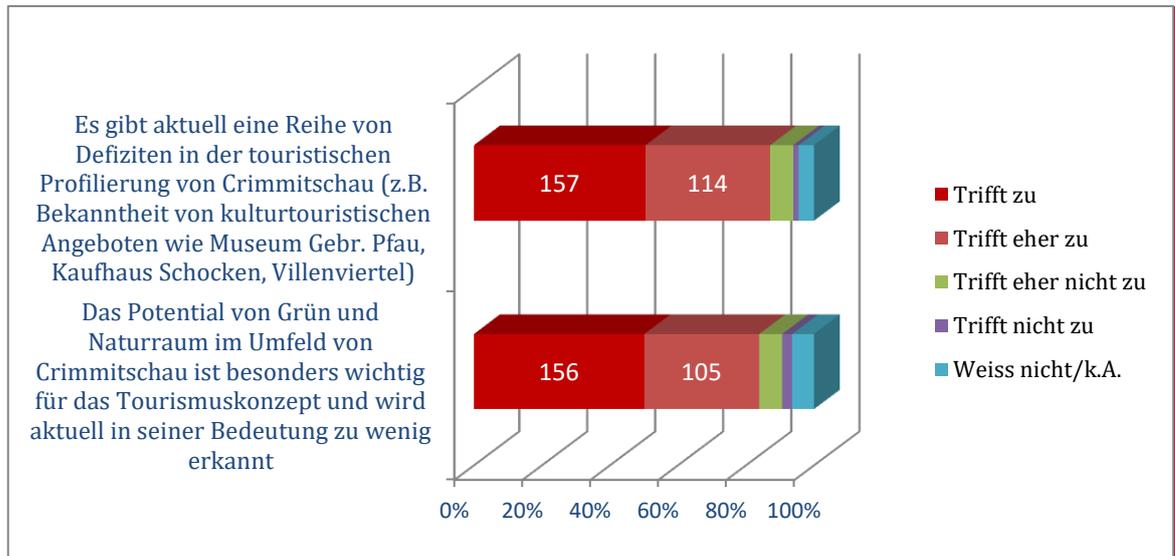
**Abb. 10: Touristische Potentiale von Crimmitschau (N= 311)**

Quelle: CULTURE CONCEPTS 2021, Basis Online-Befragung, vgl. **Anlagen 3 und 4**



**Abb. 11: Defizite in der touristischen Profilierung von Crimmitschau (N= 311)**

Quelle: CULTURE CONCEPTS 2021, Basis Online-Befragung, vgl. Anlagen 3 und 4



Zusammenfassend lassen sich folgende Bewertungsergebnisse aus der Online-Umfrage für diesen Umfrageteil als **Zwischenfazit** hervorheben (vgl. w.u. auch Bewertungen aus dem offenen Befragungsteil in **Box 1** und **Box 2**):

- Der **Bedarf nach einem Tourismuskonzept Crimmitschau** wird von der überwiegenden Mehrheit der Befragten anerkannt. Es ist also aktuell der richtige Zeitpunkt, dass die Stadt das Thema als Handlungsfeld aufgenommen und das vorhandene Entwicklungspotential erkannt hat.
- Die **Potentiale** von Crimmitschau als Kleinstadt mit Wohn- und Lebensqualität werden von vielen Befragten positiv bewertet, ebenso die vorhandenen touristischen Potentiale, die auf dieser Basis mit touristischen Anlaufpunkten für die Touristen existieren. Dies geschieht in der Befragung oft mit Bezug auf Kriterien wie **lebenswerte Stadt, attraktives grünes Umfeld, funktionierende Innenstadt** (vgl. auch **Box 1**)

**Box 1: Zitate aus der Online-Umfrage TKC im offenen Befragungsteil****Teil 1 ‚status quo‘ - POTENTIALE**

Diese Kleinstadt hat viel mehr Sympathie verdient.

Ich finde, dass das TKC mit dieser Umfrage einen ersten Schritt in die richtige Richtung macht. Es würde mich sehr freuen, wenn man in Zukunft etwas mehr für Tourismus sorgen möchte, es würde der Stadt bestimmt gut tun.

Die Stadt Crimmitschau besitzt ein tolles und vielfältig touristisch nutzbares Umfeld. Dies sollte bekannt gemacht und vielseitig genutzt werden. Dazu würde es aber gehören, die Attraktivität der Innenstadt enorm zu verbessern und diese wieder zu beleben.

Crimmitschau ist eine tolle Stadt. Für eine Stadt von der Größe Crimmitschaus läuft vieles schon sehr gut, aber natürlich kann vieles auch noch besser werden. Deshalb finde ich das Tourismuskonzept was erstellt wird sehr gut und wichtig.

Crimmitschau hat sehr viel Potential in mehreren Bereichen. Wir sind als kleine Familie erst hergezogen und fühlen uns jetzt schon sehr wohl, würden uns aber freuen, wenn die Umfrage dazu beiträgt, noch mehr positive Dinge auf den Weg zu bringen.

Crimmitschau muss ein besseres Image erlangen. Wir sind vor kurzem hierher gezogen und sind immer wieder überrascht was es für schöne Ecken hier gibt, die gar nicht öffentlich kommuniziert werden. Wir fühlen uns hier wohl. Es gibt aber definitiv Potentiale, diese Stadt bekannter und noch attraktiver zu machen.

Zugleich wurden die bestehenden **Defizite** bewertet sowie insbesondere im offenen Befragungsteil von den Umfrage-Teilnehmern noch deutlicher benannt.

Als Defizite wurden erkannt und bewertet: das fehlende Tourismuskonzept für die Stadt, die geringe Bekanntheit von Crimmitschau und seiner touristischen Potentiale, die ‚schlafende Innenstadt‘, die fehlenden Angebote für die jüngere Generation, die Defizite im ÖPNV sowie bei Rad- und Wanderwegen sowie allgemein die ungenügende Ausschilderung in der Stadt (vgl. auch **Box 2**).

Exemplarisch wurde auf die schlechte verkehrliche Erreichbarkeit der Tuchfabrik Gebr. Pfau in Crimmitschau in der Studie „Textile Zukunftswelten Tuchfabrik Gebr. Pfau“ (Dümcke 2021) bereits aufmerksam gemacht. „Im Unterschied zur guten Erreichbarkeit von Crimmitschau im w.o. beschriebenen Sinne ist das Museum Tuchfabrik Gebr. Pfau wegen seiner Entfernung zum Stadtzentrum nicht gut erreichbar. Die Entfernung vom Bahnhof zum Museum beträgt fußläufig ca. 2 km. Es fehlt zudem an einer Ausschilderung für die Auffindbarkeit des Museum Tuchfabrik Gebr. Pfau im Stadtgebiet von Crimmitschau, insbesondere für Fußgänger und ÖPNV-Benutzer.“ (Zitat aus der Studie)

## **Box 2: Zitate aus der Online-Umfrage TKC im offenen Befragungsteil**

### **Teil 1 ‚status quo‘ - DEFIZITE**

Zunächst müsste man vor einem Tourismuskonzept die Stadt Crimmitschau attraktiv für Menschen aller Altersstufen in Sachen Leben und Wohnen machen. Dazu gehört ein guter ÖPNV auch am Wochenende (Bus auch bis zum Stadtrand), bezahlbarer Wohnraum in einem ordentlichen Zustand/Sozialwohnungen für Jung und Alt ohne bauliche Mängel. Medizinische Versorgung und freie Arztwahl. Einkaufsmöglichkeiten, die den unterschiedlichen Bedarf decken. Wenn Leben und Wohnen in einer Stadt attraktiv ist, wird sie auch für den Tourismus interessant.

Crimmitschau lebt von der Innenstadt. Diese ist aber de facto tot. Keine Geschäfte, Rentnerwohnungen auf dem Marktplatz, fast kein Angebot für die Jugend. Wenn Crimmitschau überleben will, müssen auch Magnete geschaffen werden. ... Wir leben im 21. Jahrhundert. Die Zukunft ist digital. Sport, Events, Theater... da muss einfach mehr kommen.

Die Geschichte der Stadt wieder aufleben lassen und alte Industriezweige neu entdecken und modern nutzen. Man muss die jungen Menschen halten ... Zusammenarbeit mit nahegelegenen Hochschulen um auch nach dem Abschluss eine weiterführende Ausbildung in der unmittelbaren Nähe zu beginnen (kostenlose und gute Anbindung mit öffentlichen Verkehrsmitteln). Es gibt keinen Club mehr in Crimmitschau, der regelmäßig geöffnet hat. Die Jugend muss nach Chemnitz, Stolberg und andere Städte ausweichen, was sehr traurig ist.

Ausbau von Rad und Wanderwegen von der Innerstadt in die Gemeinden mit touristischen Zielen.

Ich finde ein sehr gut ausgebautes Radwegenetz für den örtlichen Tourismus wichtig. Dies muss einerseits eine gute Anbindung in die umliegenden Gemeinden bieten um dortige Einwohner in Richtung Crimmitschau zu lotsen. Andererseits muss es in Crimmitschau (inkl. zugehöriger Gemeinden) ein Radwegenetz geben welches die touristischen Punkte miteinander verbindet und natürlich auch für den heimischen Alltag nutzbar ist.

Viele, die zu den Eispiraten kommen, gehen nur zum Spiel und sind dann wieder weg. Warum? Weil keiner weiß, was sie in der näheren Umgebung finden können. Ohne die Eispiraten würde Crimmitschau nicht mal eine Erwähnung an der Autobahn Wert sein, weil die Stadt und das Umland nichts dafür tun. Selbst dieses Aushängeschild wird stiefmütterlich behandelt, zumindest kommt einem dies so vor.

Ja, ich bin Eishockeyfan, aber mit der Bekanntheit von Crimmitschau durch den Eishockeysport als Ganzes ist eine bessere touristische Vermarktung - auch über die sächsischen Grenzen hinweg - möglich und mehr Potenzial ausschöpfbar.

Es kann nicht sein, dass in einer Stadt von knapp 20.000 Einwohnern gerade nur 2 öffentliche Ladepunkte für E-Mobility bestehen.

## 2.10 Bilanz mit Stärken & Schwächen

Die Klein- und Mittelstädte im Umfeld von Crimmitschau weisen unterschiedliche kulturtouristische Qualitäten sowie städtebauliche und naturräumliche Potentiale auf. Entsprechend örtlich differenziert sind sowohl die touristischen Angebote als auch die touristische Nachfrage.

Crimmitschau befindet sich im Wettbewerbsumfeld der umliegenden Städte aus allgemeiner touristischer Perspektive im Prozess des Nach- und Aufholens. Zu diesem Aufholprozess kann eine Schärfung des kulturellen und touristischen Profils von Crimmitschau, u.a. mit der Entwicklung eines touristischen Konzepts beitragen und die vorhandene Attraktivität der Stadt für Einheimische und für Touristen stärker erkennbar und längerfristig auch bekannter machen (vgl. **Abschnitt 2.9**, Ergebnisse der Online-Umfrage zum ‚status quo‘).

Als Nebeneffekt beeinflusst dies ggf. auch die Ansiedlungsattraktivität für Unternehmen, die ihren Mitarbeitern eine kulturell vielfältige and soziale Lebensumgebung bieten müssen, um gut ausgebildete Arbeitskräfte langfristig binden zu können.

**Anlage 3** fasst die **Stärken-Schwächen-Analyse** (siehe **Kick-Off**) entlang folgender Bereiche zusammen:

- Natur, inklusive Radfahren und Wandern
- Gesundheit/Wellness
- Städte- und Kulturtourismus
- MICE-Tourismus/Geschäftstourismus
- Gastgewerbe/Kulinarik
- Sport/Sportstätten
- Weitere touristische Infrastruktur
- Marketing
- Touristische Organisationen/Strukturen
- Kooperation/Netzwerkarbeit/Anerkennung
- Digitalisierung und Innovation

**Auf dieser Grundlage wird zusammenfassend folgendes Zwischenfazit gezogen:**

- Die Online-Umfrage bestätigt, dass das Handlungsfeld Tourismus von vielen Bürgern aus Crimmitschau sowie auch aus seinem Umland als wichtig erachtet wird. Die TKC kommt zur rechten Zeit zur weiteren Profilierung der Stadt im touristischen und kulturtouristischen Bereich.
- Festgestellt werden kann mit den Bewertungen aus der Online-Umfrage und den teilnehmenden Beobachtungen der Autoren dieser Studie, dass Crimmitschau vielfältige touristische Potenziale besitzt aber bislang kein Konzept ihrer touristischen Inwertsetzung entwickelt hat.
- Die Bekanntheit der Potentiale über die Stadtgrenzen von Crimmitschau hinaus ist begrenzt und wurde bislang weder in einem Gesamtkonzept gebündelt, noch überregional vermarktet.
- Die Präferenzen der Bürger zu den Potentialen, die stärker genutzt werden sollten umfassen eine Vielfalt von Angeboten bzw. Themen. Dazu gehören u.a. die historische Innenstadt, die Geschichte und textile Vergangenheit der Stadt, die Plätze mit Aufenthaltsqualität in der Stadt, die grünen Zonen innerhalb und

außerhalb der Stadt, der Sport in seinen unterschiedlichen Facetten mit dem Highlight der überregional bedeutsamen Eispiraten, der Sahnpark mit seinen Anziehungspunkten bzw. Attraktionen, u.a.m.

- Den vorhandenen Potentialen stehen eine Reihe von Schwächen sowie Infrastrukturlücken im touristischen Bereich gegenüber (u.a. unzureichende Infrastruktur im Bereich Hotellerie, in E-Mobility, digitaler Stadtrundgang, u.a.m.).
- Bislang wurden „Inszenierungsstrategien“ für die Stadt, u.a. mit Licht oder Veranstaltungskonzeptionen, nur punktuell und daher nicht nachhaltig genug genutzt.
- Vernetzungen zu touristisch aktiveren Orten im Umland von Crimmitschau wurden bislang nicht strategisch forciert und genutzt. Im aktuellen Umlandkonzept der Europäischen Kulturhauptstadt ECOC 2025 Chemnitz beispielsweise fehlt Crimmitschau. Kleinere andere Orte in Sachsen sind aber schon eingebunden in ECOC Chemnitz 2025.
- Kulturtouristische Kooperationen mit anderen, touristisch attraktiven Zentren wurden von Crimmitschau ausgehend bislang zu wenig genutzt (z.B. Achse Werdau - Crimmitschau, vgl. Werbevideo)

## 3 Ziele & Strategie

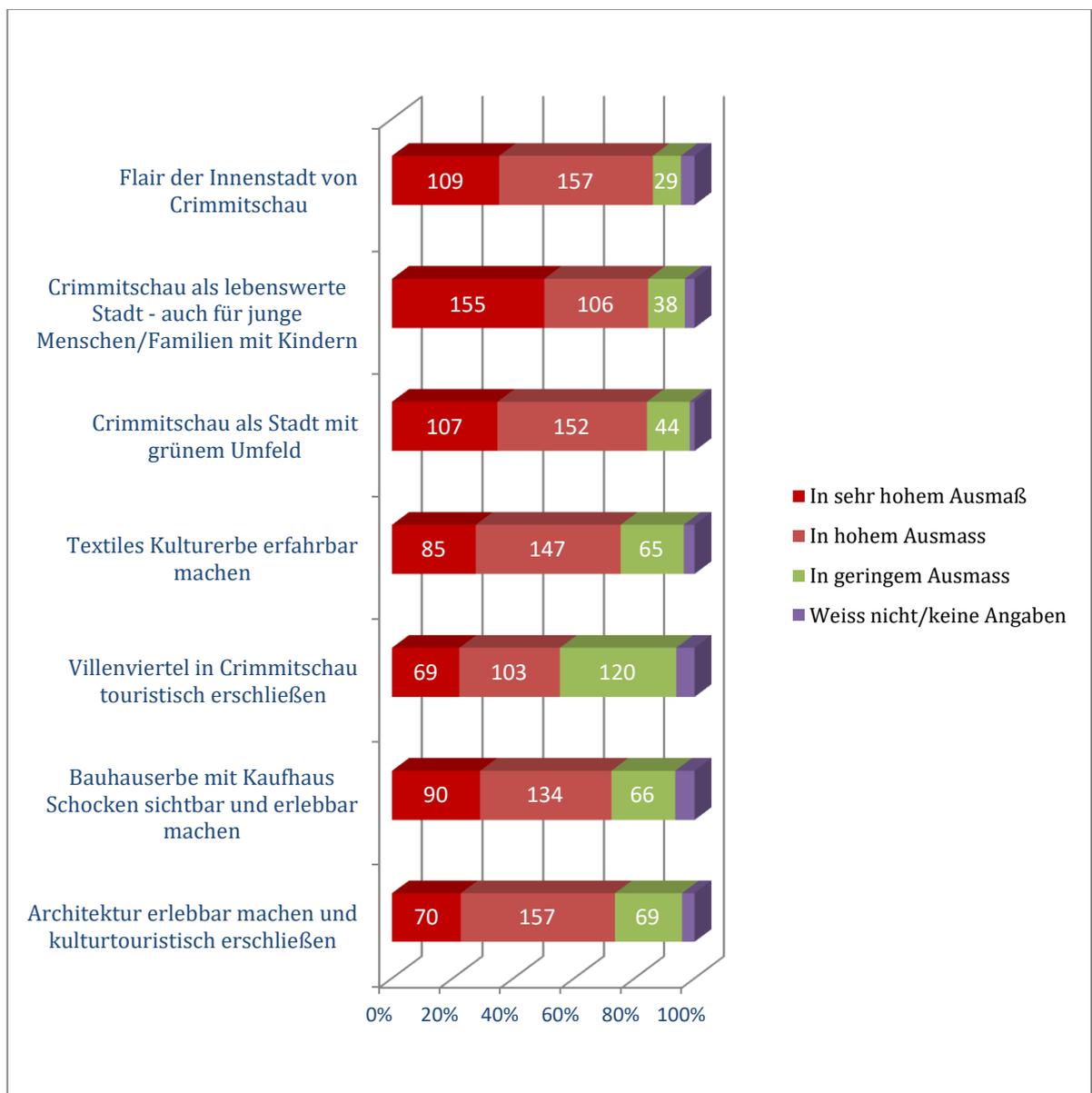
### 3.1 Ergebnisse der Online-Umfrage: Themenfelder & Wirkungen

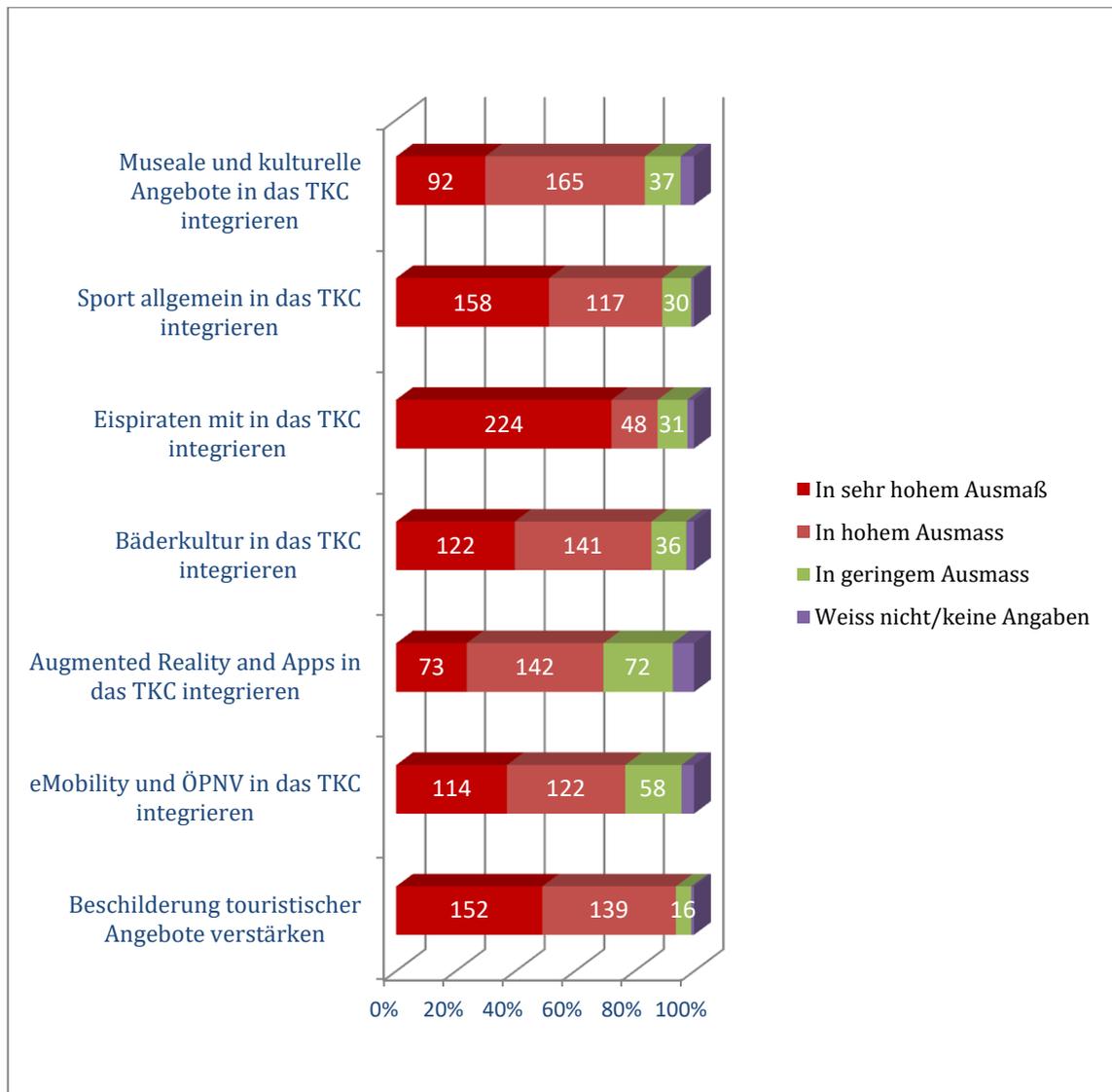
#### 3.1.1 Potentielle Themenfelder

In der Online-Umfrage haben die Befragten im zweiten Umfrageteil zu **potentiellen Themenfeldern für eine Tourismuskonzeption für Crimmitschau** folgende Bewertungen gegeben (vgl. **Abb. 12** und **Abb. 13**).

#### **Abb. 12: Potentielle Themenfelder für eine TKC (N= 311) - Teil 1**

Quelle: CULTURE CONCEPTS 2021, Basis Online-Befragung, vgl. **Anlagen 3 und 4**



**Abb. 13: Potentielle Themenfelder für eine TKC (N= 311) - Teil 2**Quelle: CULTURE CONCEPTS 2021, Basis Online-Befragung, vgl. **Anlagen 3 und 4**

Zusammenfassend lassen sich folgende Bewertungsergebnisse aus der Online-Umfrage für diesen Umfrageteil als **Zwischenfazit** hervorheben:

- Aus Sicht der Befragten existiert **nicht ein einziges Themenfeld**, welches für eine TKC von Bedeutung wäre bzw. besonders herausgehoben werden sollte. Eher geht es um **Vielfalt**, die Crimmitschau auch in touristischer und kulturtouristischer Hinsicht auszeichnet.
- Es gibt **große Zustimmung zu vielfältigen Themenfeldern für eine TKC** wie zum Beispiel: Flair der Innenstadt, lebenswerte Stadt, auch für junge Familien, das grüne Umfeld der Stadt, textiles Kulturerbe erfahrbar machen, Bauhaus Schocken und Architektur in der Stadt touristisch erlebbar machen.
- Interessant, das **Villenviertel in Crimmitschau** sieht eine vergleichsweise mittelgroße Gruppe als nicht prägend für eine TKC. Das mag daran liegen, dass die Befragten das Villenviertel nicht kennen.

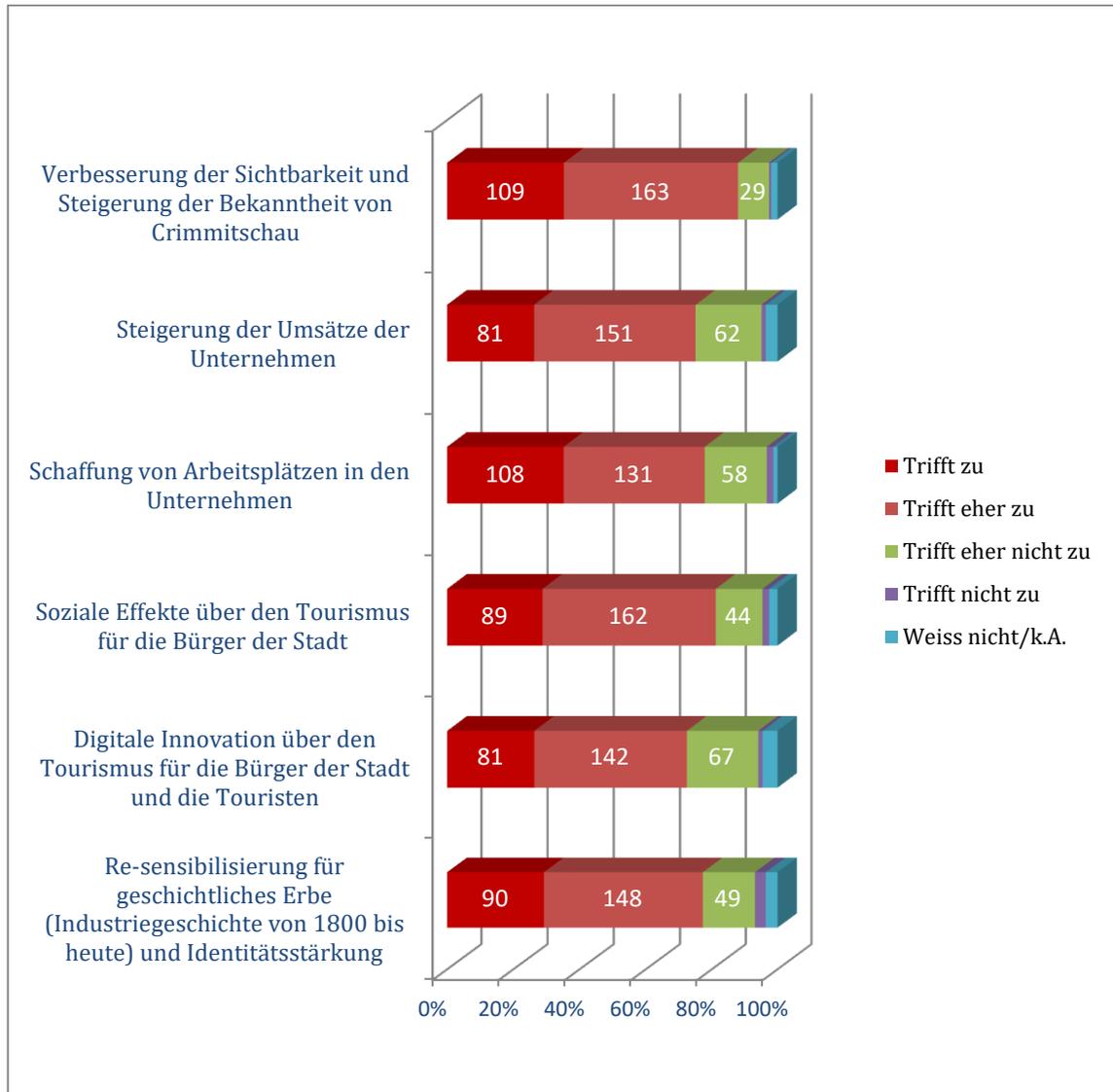
- **Sport** ist ein Themenfeld für viele Befragten für eine TKC, vor allem die Eispiraten, aber auch darüber hinaus.
- Die **Bäderkultur** ist mit dem **Sahnbad** ein touristisches Thema für Crimmitschau, welches mit den diversen Bäderstätten im Umland durch Vernetzung und Kooperation noch erheblich aufgewertet werden kann.
- Zur **E-Mobility und zum ÖPNV** und seinen derzeitigen Defiziten haben sich die Befragten klar geäußert. Sie sehen hier ein zentrales Handlungsfeld für die Zukunft.
- Desweiteren sind **zeitgemäße Kommunikations- und Informationsmedien** in die TKC einzubinden, u.a. mit Einbindung von Augmented Reality and Apps in die künftige touristische Vermarktung.
- Schließlich ist die **schlechte Beschilderung touristischer Angebote** schon längere Zeit ein Dauerthema in Crimmitschau. Jede TKC muss das Thema Beschilderung als ein Handlungsfeld bestimmen und in einen Maßnahmenplan integrieren (vgl. **Abschnitt 4**).

### 3.1.2 Erwartete Wirkungen

In der Online-Umfrage haben die Befragten im dritten Umfrageteil ihre **Erwartungen an die Wirkungen einer Tourismuskonzeption für Crimmitschau** mittels Bewertungen geäußert (vgl. **Abb. 14**).

**Abb. 14: Erwartete Wirkungen in Bezug auf die TKC (N= 311)**

Quelle: CULTURE CONCEPTS 2021, Basis Online-Befragung, vgl. **Anlagen 3 und 4**



Zusammenfassend lassen sich folgende Bewertungsergebnisse aus der Online-Umfrage für diesen Umfrageteil als **Zwischenfazit** hervorheben:

- Die Wirkungen einer TKC werden insgesamt von der Mehrzahl der Befragten positiv bewertet.
- Neben der Verbesserung der touristischen Wahrnehmung von Crimmitschau werden wirtschaftliche, kulturelle und soziale Wirkungen erwartet.
- Auch sehen viele Befragte in der digitalen Innovation eine Chance.
- Interessant ist, dass eine Re-sensibilisierung für das geschichtliche Erbe in Crimmitschau (Industriegeschichte von 1800 bis heute) sowie darüber ein Beitrag zur Steigerung der Identität mehr als zwei Drittel der Befragten erwarten.

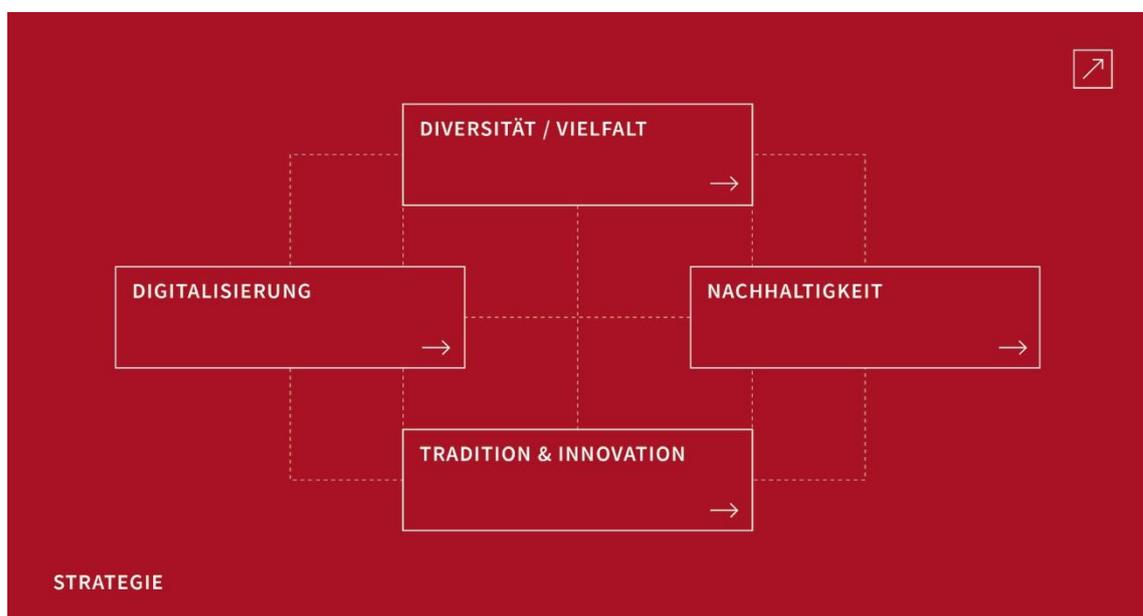
### 3.2 Empfehlungen zu Strategie & Themenfeldern der TKC

Die Tourismusstrategie 2025 des Freistaates Sachsen benennt als grundlegendes Handlungsfeld die Entwicklung wettbewerbsfähiger touristischer Destinationen. Das bedeutet, einen **strategischen Destinationsentwicklungsprozess** zu gestalten (Tourismusstrategie Sachsen 2025 – Publikationen – sachsen.de).

Auf der Basis der Analyse der Ausgangslage für eine touristische Profilierungsstrategie von Crimmitschau werden für Crimmitschau folgende **übergreifende Ansatzpunkte für einen strategischen Destinationsentwicklungsprozess** vorgeschlagen (vgl. **Infografik 1**):

#### Infografik 1: Zentrale Ansatzpunkte der TKC Strategie

Quelle: CULTURE CONCEPTS 2021



Die zentralen Ansatzpunkte der TKC Strategie für den Destinationsentwicklungsprozess greifen auf allgemeine gesellschaftliche Trends zurück, berücksichtigen aber zugleich die Besonderheiten der Stadt Crimmitschau.

- **Diversität/Vielfalt:** Die Sicherung der Vielfalt kultureller Ausdrucksformen ist weltweit ein globales Thema und Handlungsfeld (vgl. UNESCO 2005er Konvention zum Schutz und zur Sicherung der Vielfalt kultureller Ausdrucksformen), weil kulturelle Vielfalt auch wegen der Globalisierung leider verschwindet (u.a. Vielfalt der Sprachen, der kulturellen Bräuche, der Biodiversität von Landschaft und Natur u.a.m.). Die Stadt Crimmitschau sollte sich im Destinationsentwicklungsprozess nicht auf ein Thema festlegen. Vielmehr ist der Vorzug von Crimmitschau seine Diversität bzw. Vielfalt und die darin enthaltenen Potentiale für touristische und kulturtouristische Angebote bzw. die künftige Nachfrage.
- **Tradition & Innovation:** Steigender Wettbewerbsdruck drängt Destinationen und ihre Akteure heute zunehmend zu neuen Ideen und Angeboten, um sich gegenüber der Konkurrenz zu unterscheiden. Die Entwicklung von Innovationen im Tourismus stellt eine ständige Herausforderung dar und ist im Handeln der Akteure tiefer zu verankern.

Das Thema Tradition & Innovation wurde von der Stadt Crimmitschau bereits in zurückliegenden Jahren bearbeitet und kommuniziert. Es sollte nicht ad acta gelegt, sondern im Rahmen der TKC fortgeschrieben werden.

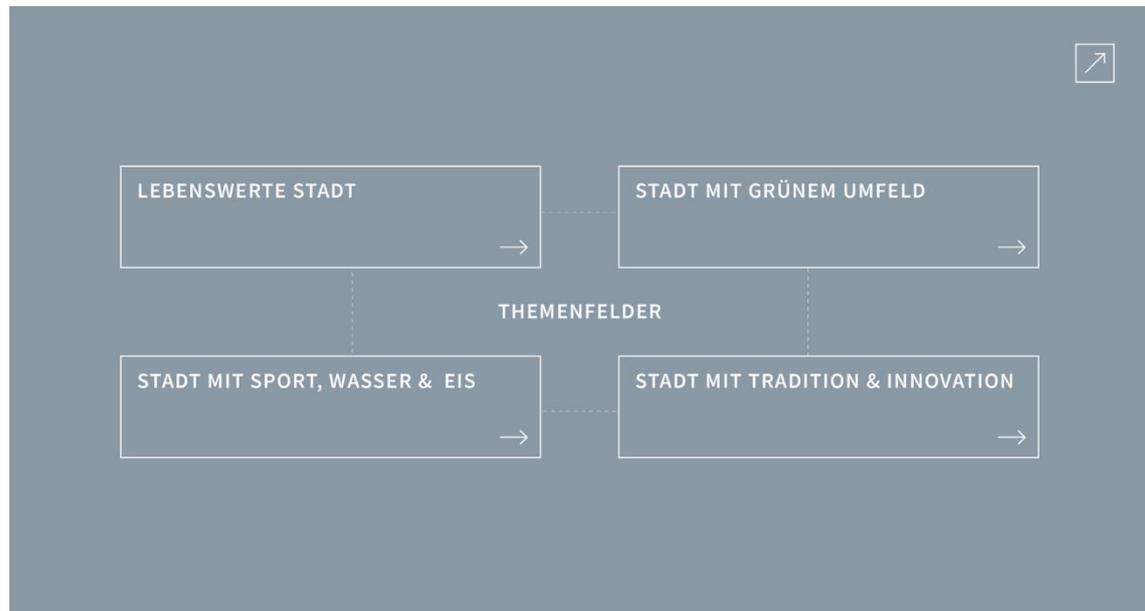
- **Nachhaltigkeit:** Nachhaltigkeit ist ein Querschnittsthema mit Relevanz für ganz verschiedene städtische Entwicklungsbereiche. Auch der Tourismus kommt heute ohne Bezug auf das Thema Nachhaltigkeit inkl. Klimaschutz nicht mehr aus.  
Das grüne Umland von Crimmitschau beispielsweise bietet gute Voraussetzungen, um hier einen Aktiv- oder Natururlaub zu verbringen. Vor diesem Hintergrund ist es umso wichtiger, den Tourismus nachhaltig – also ressourcenschonend, ökonomisch sinnvoll und sozial gerecht – weiterzuentwickeln. Für den Tourismus bedeutet das vor allem, ökologische, soziale und wirtschaftliche Aspekte der Nachhaltigkeit gleichermaßen im Bewusstsein der Akteure zu verankern.
- **Digitalisierung:** Der digitale Wandel in allen Lebens- und Technologiebereichen nimmt stetig zu. Digitalisierung ist ein Gebot der Stunde und ebenso wie Nachhaltigkeit als ein Querschnittsthema zu begreifen. Die Gestaltung des digitalen Wandels muss zu einer Kernkompetenz auch für touristische Organisationen und Unternehmen werden. Digitalisierung muss noch stärker als bisher geschehen als Chance und als Herausforderung für den Tourismussektor verstanden werden.

Die vorliegende Tourismuskonzeption **ersetzt keine allgemeine Leitbildentwicklung für Crimmitschau**. Leitbilder werden von Städten in der Regel im Rahmen von Prozessen zur integrierten Stadtentwicklung (INSEK) formuliert. Erfahrungen aus anderen Städten zeigen, dass eine Leitbildentwicklung einen hohen Beteiligungsaufwand sowie mitunter eine Durchführungszeit von bis zu zwei Jahren voraussetzt. Dabei sind städtebauliche Ziele, die wirtschaftliche, soziale und kulturelle Situation der Stadt sowie komplexe gesellschaftliche Erfordernisse (u.a. Demographie und Barrierefreiheit, neue Medien, e-Government u.a.m.) zu berücksichtigen. Das INSEK von Crimmitschau ist 2016 veröffentlicht und bedarf einer Fortschreibung.

Im Rahmen der vorliegenden Studie wird kein Leitbild für Crimmitschau mit Teilleitbildern vorgeschlagen. Stattdessen werden **potenzielle Themenfelder** identifiziert und für die TKC Strategie vorgeschlagen. Manche der Themenfelder, die hier aus touristischer Perspektive entwickelt werden, können durchaus in einem künftigen Leitbildprozess für Crimmitschau Verwendung finden (vgl. **Infografik 2**):

**Infografik 2: Potenzielle Themenfelder der TKC Strategie**

Quelle: CULTURE CONCEPTS 2021



Die in der **Infografik 2** benannten **potenziellen Themenfelder für die TKC** wurden identifiziert auf der Grundlage der Analyse der Ausgangslage (vgl. **Abschnitt 2**), von Workshops und Interviews sowie der Ergebnisse der Online-Befragung. Hilfreich waren besonders auch die Meinungen der Befragten im offenen Teil der Online-Befragung (vgl. **Box 1** und **Box 2**).

- **Lebenswerte Stadt:** Crimmitschau als lebenswerte Stadt stellt das Internetportal der Stadtverwaltung Crimmitschau bereits deutlich heraus: „Crimmitschau ist ein liebenswertes Mittelzentrum in schöner ländlicher Umgebung und mit guter sozialer Infrastruktur – eine Stadt mit Lebensqualität, in der sich alle Generationen wohlfühlen können.“ (zitiert nach Website [www.crimmitschau.de](http://www.crimmitschau.de)) Diese Beschreibung der Stadt wurde durch Analysen und Befragungen zur TKC nochmals deutlich unterstrichen.
- **Stadt mit grünem Umfeld:** Die Diskussion im Workshop sowie die Interviews haben die Bedeutung des grünen, touristisch attraktiven Umfelds der Stadt deutlich unterstrichen. Es wurde aber auch darauf hingewiesen, dass eine Verankerung der Bedeutung des attraktiven grünen Umfelds im Bewusstsein der Bürger der Stadt Crimmitschau nicht ausreichend gegeben ist. Daher kann das Themenfeld im Rahmen der TKC zur Bewusstseinsbildung beitragen und künftig zu einem Handlungsfeld entwickelt werden. In diesem Themenfeld wird große Bedeutung dem Sahnpark in Crimmitschau sowie dem Deutschen Landwirtschaftsmuseum in Blankenhain zugemessen. Beides gilt es künftig besser zu verknüpfen.
- **Stadt mit Sport, Wasser & Eis:** Der überregionale Imagefaktor von Crimmitschau sind die Eispiraten. Wie die Ergebnisse der Online-Umfrage ergaben, werden hier von den Teilnehmern der Befragung viele positive und noch weiter auszuschöpfende Potentiale gesehen. Die Planungen zu einer neuen Multifunktionshalle wurden 2020 durch Corona im wahrsten Sinne des Wortes auf Eis gelegt. Die Diskussion zu Machbarkeiten der Umsetzung sollte wieder aufgenommen werden. Zusätzlich zu berücksichtigen ist die weitere Infrastruktur von Sportstätten und Bädern in Crimmitschau sowie im Umfeld der Stadt, einige davon mit Alleinstellungsmerkmal auch für den Tourismus. Desweiteren existieren in Crimmitschau eine

vergleichsweise große Zahl von Sportvereinen und damit eine breite Basis für den Sport, die ggf. auch für Aktiv- und Wellness-Angebote im Tourismus bzw. für touristische Gäste von Interesse sind (vgl. **Abchnitt 2.6**).

- **Stadt mit Tradition & Innovation:** Das Thema Tradition und Innovation ist für Crimmitschau - in der Vergangenheit bereits platziert - nicht obsolet, sondern ist weiter ausbaufähig (vgl. w.o. übergreifende Erläuterungen zur **Infografik 1**).

Als ein Beispiel kann das Konzept „Textile Zukunftswelten“ gelten, das für das Textilmuseum Gebr. Pfau in Crimmitschau entwickelt wurde und welches sich im Prozess der Umsetzung befindet (Dümcke 2021). Ein weiteres Beispiel ist das Kaufhaus Schocken, welches das Thema Tradition & Innovation aktiv aufnehmen kann.

Schließlich beinhaltet das übergreifende Thema Digitalisierung erhebliche Potentiale im Bereich Innovation bzw. bei der Entwicklung innovativer touristischer und kulturtouristischer Angebote (u.a. Entwicklung von Apps, Anwendung Augmented Reality etc.).

### 3.3 Identifizierung der Zielgruppen der TKC

Auf der Basis der Analyse der Ausgangslage von Crimmitschau und der Ergebnisse der Online-Umfrage werden verschiedene **Zielgruppen** für eine touristische Profilierungsstrategie von Crimmitschau gesehen (vgl. **Infografik 3**):

#### Infografik 3: Zielgruppen der TKC

Quelle: CULTURE CONCEPTS 2021

INDIVIDUELLE GÄSTE: STÄDTE- UND KULTURTOURISTEN (RADIUS 3-4 STUNDEN)
BUSREISENDE: STÄDTETOURISTEN ALS KURZ- UND TAGESTOURISTEN (RADIUS 3-4 STUNDEN)
SPORTTOURISTEN: INDIVIDUELL UND ALS GRUPPENREISENDE
KINDER- UND JUGENDGRUPPEN ALS GRUPPEN / BUSREISENDE
ERGÄNZUNGSZIELGRUPPEN: TAGUNGSGÄSTE/FACHPUBLIKUM AUS DEM BEREICH TEXTIL UND ARCHITEKTUR
ZIELGRUPPENÜBERGREIFEND: INKLUSION & BARRIEREFREIHEIT

Für die Bewertung der touristischen Zielgruppen von Crimmitschau sind folgende Hinweise aus der aktuellen touristischen und kulturtouristischen Zielgruppenforschung zu berücksichtigen:

- **Es fehlen in weiten Bereichen verlässliche Informationen zu den Zielgruppen der touristischen Entwicklung von Crimmitschau.** Vieles beruht aktuell auf dem ‚gefühlten Wissen‘ der Akteure, wie zum Beispiel der Stadt- und Touristinformation Crimmitschau. Empirische Befragungen zu den touristischen Zielgruppen von Crimmitschau konnten aus personellen und finanziellen Gründen bislang nicht durchgeführt werden.
- Für die **kulturtouristische Konzeptionsbildung** ist allgemein wichtig, wie ausgeprägt das kulturelle Interesse in den verschiedenen Zielgruppen ist. Das **Hauptmotiv der Reise** (u.a. Natur, Gesundheit und/oder Kultur) bestimmt maßgeblich die Wahl des Ortes in Bezug auf die Destination. Aktuell sind nicht für alle Zielgruppen gleichermaßen die Kulturangebote von Bedeutung.

Aus aktuellen Analysen zum Besucherverhalten wird deutlich, dass für die meisten Zielgruppen **kulturelle und historische Sehenswürdigkeiten nicht der Hauptreiseanlass** sind, sondern eher als Abrundung des Aufenthalts besucht werden. Ist ein museales Angebot das Hauptmotiv der Reise, lässt sich ein kulturtouristisches Profil wesentlich stärker entwickeln.

- Aktuell geht es in Crimmitschau verstärkt darum, das kulturell profilierte Angebot noch gezielter für jene Zielgruppen aufzubereiten, **die Crimmitschau individuell als Tagesziel und/oder Urlaubsziel einzeln, als Paar oder als Familie** aufsuchen.

- 
- **Quellmärkte** für Crimmitschau in touristischer Hinsicht sind zum einen die umliegenden, touristisch stärker profilierten Städte über verstärkte Kooperationen (u.a. Chemnitz, Zwickau, Werdau, vgl. **Abchnitt 2.8.2**). Zum anderen bilden die anliegenden ostdeutschen und westdeutschen Bundesländer (Thüringen, Sachsen-Anhalt, Bayern, vgl. **Abb. 2**) sowie Tschechien künftige Quellmärkte für eine stärkere touristische Erschließung.
  - Eine **deutschlandweite Quellmarkterweiterung** über das Gruppen- und Bussegment von Reisenden ist nur möglich und sinnvoll in Kooperation beispielsweise mit der Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen (TMGS) und der Thüringischen Tourismus GmbH (TTG). Die Ansprache fränkischer und hessischer Regionen kann in Perspektive an Bedeutung gewinnen.

# 4 Handlungsfelder & Maßnahmenkatalog

## 4.1 Handlungsfelder

Auf der Grundlage der Analyse der Ausgangslage (**Abschnitt 2**) sowie der Ziel- und Strategieentwicklung (**Abschnitt 3**) werden nun **übergeordnete Handlungsfelder** benannt, die für die künftige touristische Profilierung von Crimmitschau aus Sicht der Autoren der vorliegenden TKC im Ergebnis von Analysen, Workshops, Online-Umfrage sowie zahlreicher persönlicher Gespräche wichtig sind:

**Maßnahmen zur Umsetzung** werden in **Abschnitt 4.2** mit Beispielen konkret benannt. Desweiteren werden, soweit aktuell möglich und sinnvoll, Verantwortlichkeiten und Zeithorizonte der Umsetzung benannt.

### HANDLUNGSFELD 1 | Entscheidungen zum künftigen touristischen und kulturtouristischen Profil

Profilbildung und Sicherung von Qualität in den touristischen sowie kulturtouristischen Angeboten bilden eine Herausforderung für Crimmitschau. Die Analyse der Ausgangslage hat diesbezüglich auf Potentiale aber auch Defizite und einen Handlungsbedarf verwiesen. Im **Handlungsfeld 1** werden für die weitere Profilierung der Destination Crimmitschau folgende Aspekte zur weiteren Berücksichtigung vorgeschlagen:

- Einleitung eines umfassenden Kommunikationsprozesses zum touristischen und kulturtouristischen Profil der Stadt Crimmitschau
- Weiterer Auf- bzw. Ausbau einer vielfältigen, themen- und zielgruppenorientierten Angebotsstruktur in Crimmitschau
- Entscheidung zu ‚Leitprojekten‘, die eine besondere Förderung u.a. auch in der Kulturförderung sowie in der Standortmarkenentwicklung erfordern
- Sicherung von Qualität, ggf. durch Zertifizierungs- und Qualifizierungsmaßnahmen (z.B. familienfreundliche Kultureinrichtungen, Barrierefreiheit)
- Verknüpfung von Naturerlebnis, Stadt und Kultur
- Bäderkultur sichtbar machen
- Sport, Sportstätten, Sportvereine etc. weiter in Wert setzen auch für touristische Zielgruppen

### HANDLUNGSFELD 2 | Diversität/Vielfalt – Überprüfung des Angebots

Die Analyse der Ausgangslage attestiert der Destination Crimmitschau vielfältige Potentiale für den Tourismus, speziell auch im Bereich Kulturtourismus. Im **Handlungsfeld 2** werden für die weitere Profilierung der Destination Crimmitschau folgende Aspekte zur weiteren Berücksichtigung vorgeschlagen:

- Monitoring des kulturtouristischen Angebots der Destination unter den Kriterien von touristischer Relevanz, Qualität, Reichweite, Quellmärkten etc. fortsetzen

- Entwicklung neuer out-door Angebote, u.a. auch als Reaktion auf Covid-19 (z.B. Outdoor, Entwicklung von Konzeptionen für Angebote Open-Air im Bereich Theater, Konzertkultur, Museen, Märkte etc.)
- Einstellung auf verändertes Mobilitätsverhalten der Gäste (z.B. mehr Angebote für Caravan-Stellplätze)
- Trends wie e-Bike und Caravan für kulturelle Angebote aufgreifen (z.B. mit Angeboten für Stellplätze, Ladestationen oder Verleih im Umfeld bzw. bei passenden Gastgebern)

### HANDLUNGSFELD 3 | Bekanntheit & Imagetransfer

Die Analyse der Ausgangslage verweist auf die Defizite in touristischer Bekanntheit und Imagetransfer von Crimmitschau. Die Stadt hat lange ‚geschlummert‘ in touristischer Hinsicht. Im **Handlungsfeld 3** werden für die weitere Profilierung der Destination Crimmitschau folgende Aspekte zur weiteren Berücksichtigung vorgeschlagen:

- Aufbereitung und Information/Zuarbeit über kulturtouristische Angebote von Crimmitschau an die touristischen Landesorganisationen in Sachsen und Thüringen (TMGS und TTG).
- Organisation von Journalisten- bzw. Bloggerreisen sowie Advertorials mit kulturtouristischem Schwerpunkt. Dabei sind Reichweite, Zielgruppen und Quellmärkte der Medien sowie Blogs zu beachten
- Bessere Nutzung digitaler Plattformen (Optimierung Website der Stadt Crimmitschau) sowie sozialer Medien

### HANDLUNGSFELD 4 | Kommunikation & Netzwerkarbeit

Die Unterstützung von Kommunikation und Netzwerkarbeit ist zentral für die touristische Profilierung von Crimmitschau. Im **Handlungsfeld 4** werden zur Optimierung von Kommunikation und Netzwerkarbeit für die weitere Profilierung der Destination Crimmitschau folgende Aspekte zur weiteren Berücksichtigung vorgeschlagen:

- Optimierung der Kommunikation in der Stadt zur touristischen Profilierung
- Forcierung von Netzwerktreffen der touristischen Akteure von Crimmitschau und seinem Umland als wichtiges Format für Vernetzung und Abstimmungen zur Umsetzung von Zielen und Maßnahmen der TKC
- „Storytelling“ für Außenkommunikation und Marketing (z.B. relevant für ‚Stadt der 100 Schornsteine‘, Textile Vergangenheit und Zukunft, Sahnbad mit Alleinstellungsmerkmal, Villenviertel Crimmitschau Stories, Kaufhaus Schocken Stories, u.a.m.)
- Thema Kulinarik, regionale Küche, mehr in Wert setzen sowie auch die Gewinnung von Gastgebern für das Thema Kulinarik

**HANDLUNGSFELD 5** | **Sicherung von Nachhaltigkeit im Bereich Tourismus/Kulturtourismus**

Für nachhaltigen Tourismus/Kulturtourismus müssen Interessengruppen und die betroffenen Kommunen mit einbezogen werden, um sicherzustellen, dass die Vorteile sowohl der Kultur sowie dem Kulturerbe als auch den Menschen zugutekommen. Ziel ist eine authentische Interpretation des Kulturerbes bei gleichzeitiger Unterstützung der lokalen Wirtschaft. Im **Handlungsfeld 5** werden für die weitere Profilierung der Destination Crimmitschau folgende Aspekte zur weiteren Berücksichtigung vorgeschlagen:

- Förderung der lokalen Teilhabe durch Netzwerke, Beratung und Marketing
- Schaffung von mehr Barrierefreiheit in Kultureinrichtungen und für barrierefreie Zugänglichkeit der Stätten des baukulturellen Erbes, z.B. mit Kennzeichnung von barrierefreien Einrichtungen
- Pflege von Bräuchen, Traditionen und Gepflogenheiten zur Bewahrung des immateriellen Kulturerbes, u.a. durch den Erhalt bestehender sowie durch die Schaffung neuer kultureller Angebote und Erfahrungen für die Gäste der Destination
- Umsetzung von ressourcenschonenden und klimafreundlichen Konzeptionen (z.B. klimafreundliche Herstellung der Tourismuswerbung, Vermeidung von Abfall)
- Verstärkte Nutzung von klimafreundlicher Mobilität der Gäste (z.B. Nutzung ÖPNV, Radinfrastruktur sowie Fahrrad-Leihsysteme)
- Besonders nachhaltige Produkte sowie Angebote werden hervorgehoben in der Kommunikation
- Kontinuierliche Einbeziehung der Menschen vor Ort bei der Formulierung von Nachhaltigkeitszielen durch die kulturtouristischen Leistungsträger

**ACHTUNG: Der beste Touristiker ist der freundliche und sachkundige Bürger der Stadt auf der Straße!**

**HANDLUNGSFELD 6** | **Digitalisierung**

Viele interessante oder kuriose Geschichten sind für den Gast nicht sichtbar oder in den aktuellen touristischen Angeboten nicht erzählt und erlebbar.

Digitalisierung erlaubt es, solche Geschichten zu präsentieren, z. B. über Apps, Podcasts, AR- oder VR-Anwendungen. Das eröffnet für Klein- und Mittelstädte sowie für ländliche Destinationen neue und vor Jahren noch ungeahnte Möglichkeiten. Im **Handlungsfeld 6** werden für die weitere Profilierung der Destination Crimmitschau folgende Aspekte zur weiteren Berücksichtigung vorgeschlagen:

- Entwicklung von Narrativen zu Eigentümlichem, Kuriossem, etc. mit den digitalen Möglichkeiten (z. B. Apps, Podcasts, AR- oder VR-Anwendungen)
- Einstellung auf das Informations- und Kommunikationsverhalten der Gäste als „Digital Natives“ (z.B. Einführung geeigneter Angebote)
- Evaluierung von Digitalisierungsprojekten hinsichtlich der touristischen Wirksamkeit (Nutzerzahlen, Benutzerfreundlichkeit u.a.m.), soweit in Crimmitschau vorhanden

**HANDLUNGSFELD 7** | **Weiterbildung**

Weiterbildung der Akteure im Tourismus sowie Kulturtourismus ist eine ständige Aufgabe und geht über das Kulturmarketing weit hinaus. Im **Handlungsfeld 7** werden für die weitere Profilierung der Destination Crimmitschau folgende Aspekte zur weiteren Berücksichtigung vorgeschlagen:

- Unterstützung bei der Wahrnehmung von Qualifizierungsangeboten im Bereich der Digitalisierung von Prozessen und Projekten für die touristischen und kulturellen Akteure
- Nutzung überregionaler Angebote zur Weiterbildung im Bereich Digitalisierung für Museen und andere kulturelle Einrichtungen
- Weiterbildung zu neuen Ansätzen im nachhaltigen und klimafreundlichen Tourismus mit dem Ziele der Bewusstseinsbildung

**HANDLUNGSFELD 8** | **Qualifizierung der statistischen & kulturstatistischen Grundlagen zum Monitoring im Bereich Tourismus**

Die Analyse der Ausgangslage in Crimmitschau und im Landkreis Zwickau zeigt, dass empirische Grundlagen für die Analyse von Trends oder zur Bewertung der touristischen bzw. kulturtouristischen Relevanz der Angebote weitgehend fehlen. Im **Handlungsfeld 8** werden für die weitere Profilierung der Destination Crimmitschau folgende Aspekte zur weiteren Berücksichtigung vorgeschlagen:

- Schaffung von empirischen Grundlagen für Zielgruppenanalysen und systematisches empirisches Monitoring für die Besucherforschung
- Jährliche Aktualisierung der kulturstatistischen Daten in der Destination zur permanenten Marktbeobachtung (z.B. nach Jahresbesuchern, der Zahl der Veranstaltungen etc.)
- Nutzung von Fachstatistiken für das Monitoring (z.B. Jahresstatistik der Theater und Orchester des Deutschen Bühnenvereins, Jahresstatistik für die Museen und Ausstellungshäuser des Instituts für Museumsforschung, u.a.m.)

## 4.2 Maßnahmenkatalog

Nachfolgend werden **Maßnahmen für die verschiedenen Handlungsfelder** (vgl. **Abschnitt 4.1**) benannt sowie unterschiedliche Verantwortlichkeiten und Zeithorizonte der Umsetzung bestimmt.

<b>MAßNAHMENVORSCHLÄGE IM HANDLUNGSFELD 1:            Entscheidungen zum künftigen touristischen und kulturtouristischen Profil</b>	
<b>Maßnahmen</b>	<b>Beteiligte &amp; Zeithorizonte</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kommunikation der Ergebnisse der TKC – Einrichtung einer Steuerungsrunde</li> <li>• Festlegung zu Hauptverantwortung und Beteiligten für die Steuerungsrunde</li> <li>• Regelmäßige Auswertung der Ergebnisse der Treffen der Steuerungsrunde</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stadtverwaltung Crimmitschau in Kooperation mit touristischen Akteuren sowie den Autoren der Studie</li> <li>• Zeithorizont: kurzfristig (bis Mitte 2022)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diskussion der Ergebnisse der TKC in einem geeigneten Rahmen</li> <li>• Festlegungen zum Profil TKC</li> <li>• Kommunikation der Ergebnisse über Interviews in den lokalen Medien</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stadtverwaltung Crimmitschau in Kooperation mit touristischen Akteuren sowie den Autoren der Studie</li> <li>• Zeithorizont: kurzfristig (bis Mitte 2022)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entscheidungen zu kulturtouristischen ‚Leitprojekten‘</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stadtverwaltung Crimmitschau in Kooperation mit touristischen Akteuren</li> <li>• Zeithorizont: kurz- bis mittelfristig (bis Ende 2022)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entscheidungen zum Prozess der Zertifizierung von Einrichtungen unter qualitativen Kriterien (Familienfreundliche Einrichtung, Barrierefreiheit etc.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stadtverwaltung Crimmitschau in Kooperation mit touristischen Akteuren</li> <li>• Zeithorizont: mittelfristig (bis Ende 2022)</li> </ul>

<b>MAßNAHMENVORSCHLÄGE IM HANDLUNGSFELD 2:            Diversität/Vielfalt – Überprüfung des Angebots</b>	
<b>Maßnahmen</b>	<b>Beteiligte &amp; Zeithorizonte</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Weiteres Monitoring der touristischen und kulturtouristischen Angebote der Destination Crimmitschau sowie ihres regionalen Umfeldes</li> <li>• Überprüfung des Angebots hinsichtlich Diversität/Vielfalt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stadtverwaltung Crimmitschau in Kooperation mit touristischen Akteuren</li> <li>• Zeithorizont: mittelfristig (bis Ende 2022)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entwicklung von Konzeptionen für out-door Angebote auch als Reaktion auf Covid-19 (im Bereich Theater, Event, Museen)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stadtverwaltung Crimmitschau in Kooperation mit kulturellen Akteuren vor Ort</li> <li>• Zeithorizont: mittelfristig (bis Ende 2022)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vorschlag zu einem Workshop zur Diskussion von Handlungsfeld 2, ggf. mit externer Begleitung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stadtverwaltung Crimmitschau in Kooperation einer Agentur</li> <li>• Zeithorizont: mittelfristig (bis Ende 2022)</li> </ul>

MAßNAHMENVORSCHLÄGE IM HANDLUNGSFELD 3: Bekanntheit & Imagetransfer	
Maßnahmen	Beteiligte & Zeithorizonte
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Medienkampagne und Pressearbeit zur TKC</li> <li>• Information der touristischen Landesorganisationen in Sachsen und Thüringen über die Veröffentlichung der TKC</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stadtverwaltung Crimmitschau in Kooperation mit lokalen Medien (u.a. Freie Presse)</li> <li>• Zeithorizont: kurzfristig nach Veröffentlichung der TKC</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organisation von Journalisten- und Bloggerreisen (V-Log)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stadtverwaltung Crimmitschau sowie Stadt- und Touristinformation in Kooperation mit lokalen Medien (u.a. Freie Presse)</li> <li>• Zeithorizont: mittelfristig (bis Ende 2022)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Optimierung der Website Stadt Crimmitschau</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stadtverwaltung Crimmitschau sowie Stadt- und Touristinformation</li> <li>• Zeithorizont: kurzfristig</li> </ul>

MAßNAHMENVORSCHLÄGE IM HANDLUNGSFELD 4 : Kommunikation & Netzwerkarbeit	
Maßnahmen	Beteiligte & Zeithorizonte
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einleitung geeigneter Maßnahmen bzw. Projekte im Bereich ‚storytelling‘</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausschreibung &amp; Beauftragung geeigneter Agenturen durch Stadtverwaltung Crimmitschau</li> <li>• Zeithorizont: längerfristig</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Weitere Netzwerktreffen der kulturellen und touristischen Akteure zur Umsetzung der TKC, basierend auf der Arbeitsgruppe zur TKC</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stadtverwaltung Crimmitschau sowie weitere Akteure der Stadt</li> <li>• Zeithorizont: kurz- bis mittelfristig</li> </ul>

<b>MAßNAHMENVORSCHLÄGE IM HANDLUNGSFELD 5:</b> <b>Sicherung von Nachhaltigkeit im Bereich Tourismus/Kultourtourismus</b>	
Maßnahmen	Beteiligte & Zeithorizonte
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kontinuierliche Einbeziehung der lokalen Akteure in die Formulierung von Nachhaltigkeitszielen für die Stadt Crimmitschau</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stadtverwaltung Crimmitschau in Kooperation mit weiteren städtischen Akteuren</li> <li>• Zeithorizont: mittelfristig</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entschiedene Optimierung der Beschilderung der touristischen und kulturtouristischen Anziehungspunkte in Crimmitschau</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stadtverwaltung Crimmitschau in Kooperation mit weiteren städtischen Akteuren</li> <li>• Zeithorizont: kurzfristig</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stärkung des Handlungsfeldes ÖPNV und E-Mobility</li> <li>• Verstärkte Nutzung von klimafreundlicher Mobilität (z.B ÖPNV, Radinfrastruktur, Fahrradleitsystem etc.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stadtverwaltung Crimmitschau in Kooperation mit weiteren städtischen Akteuren sowie regionalen Kooperationspartnern</li> <li>• Zeithorizont: mittelfristig</li> </ul>

<b>MAßNAHMENVORSCHLÄGE IM HANDLUNGSFELD 6:</b> <b>Digitalisierung</b>	
Maßnahmen	Beteiligte & Zeithorizonte
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Workshop zur Digitalisierung mit externer Unterstützung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stadtverwaltung Crimmitschau in Kooperation mit externen Dienstleistern</li> <li>• Zeithorizont: mittelfristig</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entwicklung von Produkten zur Digitalisierung touristischer Angebote (u.a. App, Website, Virtueller Stadtrundgang, u.a.m)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stadtverwaltung Crimmitschau in Kooperation mit externen Dienstleistern</li> <li>• Zeithorizont: mittel- bis langfristig</li> </ul>

MAßNAHMENVORSCHLÄGE IM HANDLUNGSFELD 7: Weiterbildung	
Maßnahmen	Beteiligte & Zeithorizonte
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Weiterbildung im Bereich Digitalisierung für Mitarbeiter in den kulturellen und touristischen Einrichtungen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stadtverwaltung Crimmitschau in Kooperation mit Weiterbildungsinstituten, VHS u.a.</li> <li>• Zeithorizont: mittelfristig bis langfristig</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nutzung überregionaler Angebote im Bereich digitale Weiterbildung für Kultureinrichtungen bzw. auch für touristische Akteure, u.a. diverse online-Angebote (z.B. über NEMO - Netzwerk der Museen, über Landestourismusorganisationen u.a.m.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stadtverwaltung Crimmitschau in Kooperation mit Museen</li> <li>• Zeithorizont: mittelfristig bis langfristig</li> </ul>

MAßNAHMENVORSCHLÄGE IM HANDLUNGSFELD 8: Qualifizierung der allgemeinen statistischen sowie kulturstatistischen Grundlagen	
Maßnahmen	Beteiligte & Zeithorizonte
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Monitoring und jährliche Aktualisierung der kulturstatistischen Daten sowie Auswertung der existierenden Fachstatistiken im Bereich Museen und Theater</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stadtverwaltung Crimmitschau in Kooperation mit statistischem Landesamt</li> <li>• Zeithorizont: mittelfristig bis langfristig</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Weitere Qualifizierung der touristischen Zielgruppenanalysen für Crimmitschau</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stadtverwaltung Crimmitschau in Kooperation mit touristischen Akteuren</li> <li>• Zeithorizont: mittelfristig bis langfristig</li> </ul>

# Literaturverzeichnis

## Tourismus in Sachsen und Thüringen - Grundlagenmaterial

- Staatsministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr Freistaat Sachsen (2019): **Tourismusstrategie Sachsen 2025. Dresden.**  
[https://www.ltv-sachsen.de/csdata/download/1/de/smwa\\_br\\_tourismusstrategie\\_2025\\_datenbank\\_3166.pdf](https://www.ltv-sachsen.de/csdata/download/1/de/smwa_br_tourismusstrategie_2025_datenbank_3166.pdf)
- Thüringer Ministerium für Wirtschaft, Wissenschaft und Digitale Gesellschaft (2019): **Tourismusstrategie Thüringen 2025. Erfurt.**  
<https://www.thueringen.de/de/publikationen/pic/pubdownload1720.pdf>
- Helmuth Albrecht, Daniela Walther (2017): **Perspektiven der Industriekultur im ländlichen Raum. Konzeption und grundlegender Ansatz zur Vermittlung des Themas Industriekultur im ländlichen Raum.** Projekt in Kooperation mit der Kulturstiftung des Freistaates Sachsen.
- Industrie- und Handelskammer Chemnitz (2020): **Städtevergleich im Kammerbezirk Chemnitz. Ein-Städtevergleich an Hand von statistischen Indikatoren.** Chemnitz.
- Industrie- und Handelskammer Chemnitz (2021): **Saisonumfrage Tourismus der IHK Chemnitz.** Chemnitz

## Neuere Literatur zum Tourismus sowie zum Kulturtourismus

- COUNCIL OF EUROPE & EUROPEAN UNION (2020): **Cultural tourism in the EU macro-regions: Cultural Routes to increase the attractiveness of remote regions.** Routes4U\_7. Strassbourg.  
<https://rm.coe.int/routes4u-manual-attractiveness-remote-destination-cultural-tourism/16809ef75a%0A%0A>
- Andrea Hausmann (2020): **Handbuch Kulturtourismus im ländlichen Raum. Chancen-Akteure-Strategien.**  
<https://www.kulturmanagement.net/Themen/Buchrezension-Handbuch-Kulturtourismus-im-laendlichen-Raum-Chancen-Akteure-Strategien.4192>
- Tourismus NRW (2019): **Kultur.Tourismus. Ein Praxisleitfaden.** Düsseldorf. [https://www.touristiker-nrw.de/wp-content/uploads/2019/11/KULTURTOURISMUS\\_Ein-Praxisleitfaden\\_WEB.pdf](https://www.touristiker-nrw.de/wp-content/uploads/2019/11/KULTURTOURISMUS_Ein-Praxisleitfaden_WEB.pdf)
- Kulturtourismusstudie (2018): **Empirische Einblicke in die Praxis von Kultur- und Tourismusakteuren.** Endbericht, Februar 2018, Ludwigsburg.  
[https://kulturmanagement.ph-ludwigsburg.de/fileadmin/subsites/2c-kuma-t-01/PDF/Forschung/Kulturtourismusstudie\\_2018\\_final.pdf](https://kulturmanagement.ph-ludwigsburg.de/fileadmin/subsites/2c-kuma-t-01/PDF/Forschung/Kulturtourismusstudie_2018_final.pdf)

## Kultur- oder Tourismuskonzeptionen: Klein- und Mittelstädte im Freistaat Sachsen sowie in Thüringen

- Bid Book Chemnitz (2019): **Bewerbung von Chemnitz zur Europäischen Kulturhauptstadt ECOOC 2025.** Chemnitz. <https://chemnitz2025.de>.

- Stadt Chemnitz (2019): **Kultur Raum geben. Kulturstrategie Chemnitz 2018-2030**. Chemnitz Stadt der Moderne.  
[https://chemnitz2025.de/wp-content/uploads/2019/01/bericht\\_kulturstrategie\\_ansicht.pdf](https://chemnitz2025.de/wp-content/uploads/2019/01/bericht_kulturstrategie_ansicht.pdf)
- Bid Book Gera (2019): **Im Aufwind. Bewerbung von Gera zur Europäischen Kulturhauptstadt ECO 2025**. Gera. <https://www.gera2025.de>
- Markneukirchen/Erlbach (2019): **Touristische Entwicklungsstrategie Markneukirchen/Erlbach**.
- Plauen (2021): **Tourismuskonzeption Stadt Plauen**. Kurzfassung Entwurf vgl.: <https://www.plauen.de/Tourismus-Kultur-und-Freizeit/>; Abschluss voraussichtlich Ende 2021.
- Cornelia Dümcke, Philipp Dümcke (2021): **Kultur entdecken. Kulturtourismuskonzeption Vogtland 2025**. Studie im Auftrag des Tourismusverband Vogtland e.V.. Berlin / Auerbach/V. Veröffentlichung im November 2021.
- Cornelia Dümcke, Philipp Dümcke (2021): **Machbarkeitsstudie zur überregionalen touristischen Entwicklung des Sächsisches Industriemuseum Tuchfabrik Gebr. Pfau in Crimmitschau**. Studie im Auftrag Zweckverbandes Sächsisches Industriemuseum mit Sitz in Chemnitz. Berlin.

#### **Aktuelle Literatur zu den Auswirkungen von COVID-19 auf die Kultur- und Kreativwirtschaft und den Kulturtourismus**

- Cornelia Dümcke (2021): **Five Months under Covid-19 in the Cultural Sector: A German Perspective**. In: Cultural Trends. Special Edition. Taylor and Francis. London.  
<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09548963.2020.1854036>
- Kompetenzzentrum KKW (2021): **Betroffenheit der Kultur- und Kreativwirtschaft von der Corona-Pandemie. Ökonomische Auswirkungen 2020 & 2021**. Berlin.  
[https://kreativ-bund.de/wp-content/uploads/2021/02/Themendossier\\_Betroffenheit\\_KKW2021.pdf](https://kreativ-bund.de/wp-content/uploads/2021/02/Themendossier_Betroffenheit_KKW2021.pdf)
- Deutscher Kulturrat (2021): **Politik und Kultur. Ausgabe März 2021. Berlin**.  
<https://www.kulturrat.de/wp-content/uploads/2021/02/puk03-21.pdf>

#### **Nachhaltigkeit im Kulturtourismus**

- Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Nukleare Sicherheit (2020): **Leitfaden für die nachhaltige Organisation von Veranstaltungen**.  
[https://www.bmu.de/fileadmin/Daten\\_BMU/Pool/Broschueren/veranstaltungsleitfaden\\_bf.pdf](https://www.bmu.de/fileadmin/Daten_BMU/Pool/Broschueren/veranstaltungsleitfaden_bf.pdf)

#### **Grundsatzmaterial Crimmitschau**

- Werkbund (ohne Jahr): **Bauhaus Schocken. Der Bauhausstil. Markenzeichen des Warenhauskonzerns Schocken**. Ein Projekt des Deutschen Werkbundes Sachsen e.V. Dresden.
- Stadt Crimmitschau (2016): **INSEK – Integriertes Stadtentwicklungskonzept Crimmitschau**. Langfassung und Kurzfassung.  
[https://www.crimmitschau.de/crmdok/dok/AvhFujzLrrcUsS7p2n6cGspiDAxUjbfwVX8lfN6sQe6TwGHFLt/2016\\_INSEK\\_Endbericht\\_Internet\\_web\\_S1bisS210.pdf](https://www.crimmitschau.de/crmdok/dok/AvhFujzLrrcUsS7p2n6cGspiDAxUjbfwVX8lfN6sQe6TwGHFLt/2016_INSEK_Endbericht_Internet_web_S1bisS210.pdf)

### Sonstiges

- Cornelia Dümcke (2019): **Kunstorte im Freistaat Sachsen / Art Spaces in the Freestate of Saxony**, Studie im Auftrag des Landesverbandes Bildende Kunst Sachsen. Dresden.  
[https://www.lbk-sachsen.de/files/tiny\\_templates/LBK\\_Studie\\_web\\_gesamt.pdf](https://www.lbk-sachsen.de/files/tiny_templates/LBK_Studie_web_gesamt.pdf)
- Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) im Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (BBR) (2019): **Zukunft Kleinstadt. Potenziale von Kleinstädten in peripheren Lagen**. Sonderveröffentlichung. Reihe Einzelpublikation. Bonn.  
[https://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/veroeffentlichungen/sonderveroeffentlichungen/2019/zukunft-kleinstadt-dl.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=1](https://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/veroeffentlichungen/sonderveroeffentlichungen/2019/zukunft-kleinstadt-dl.pdf?__blob=publicationFile&v=1)
- Deutscher Museumsbund (2019): **Hauptsache Publikum! Besucherforschung für die Museumspraxis**. Berlin.  
<https://www.museumsbund.de/wp-content/uploads/2019/03/handreichung-web-190325.pdf>

### Weblinks Tourismus und Kulturtourismus

- <https://www.industriekultur-in-sachsen.de>
- <https://chemnitz2025.de/>
- <https://www.sachsen-tourismus.de/regionen/regionen-staedte/vogtland/>
- <https://web.saechsisches-industriemuseum.com/>
- <https://www.sachsens-museen-entdecken.de>
- <https://www.kreatives-sachsen.de/>
- <https://www.strukturentwicklung.sachsen.de/strukturstaerkungsgesetz-4773.html>
- <https://www.ltv-sachsen.de/de>
- <https://kulturraum-vogtland-zwickau.de/>
- <https://www.vogtland-tourismus.de/>

# Abkürzungsverzeichnis

Abkürzungen	Erklärungen
DMO	Destinationsmanagementorganisation
DEHOGA	Deutscher Hotel- und Gaststättenverband
EU	Europäische Union
EW	Einwohner
IDZ	Informations- und Dokumentationszentrum
IHK	Industrie- und Handelskammer
ÖPNV	Öffentlicher Personen- und Nahverkehr
p.a.	per annum
POI	Point of Interest
TI	Tourist-Information
TMGS	Tourismus- und Marketinggesellschaft Sachsen mbH
TTG	Thüringer Tourismus GmbH
TVV	Tourismusverband Vogtland e.V.
TVZL	Tourismusverband Zwickauer Land e.V.
Tsd.	Tausend
USP	Unique Selling Point / Alleinstellungsmerkmal
u.a.	und andere
u.a.m.	und anderes mehr
u.a.	und andere
v.a.	vor allem
vgl.	vergleiche
w.o.	weiter oben
w.u.	weiter unten
z.B.	zum Beispiel
zzgl.	zuzüglich

# Anlagen

## Anlage 1 Teilnehmer des Kick-Off- Workshops am 15. September 2021 in Crimmitschau

Name	Organisation	Position
Bereš, Andrea	Stadtverwaltung Crimmitschau	Leiterin Wirtschaftsförderung, Tourismus und Öffentlichkeitsarbeit
Rosenlöcher, Julia	Stadtverwaltung Crimmitschau	Mitarbeiterin Wirtschaftsförderung, Tourismus und Öffentlichkeitsarbeit
Götz, Müller	Stadtverwaltung Crimmitschau	Leiter Bau
Beck, Petra	Stadtverwaltung Crimmitschau	Stadt- und Touristinformation
Tippelt-Kairies, Katja	Stadtverwaltung Crimmitschau	Mitarbeiterin Theater Crimmitschau
Erler Jörg	Sahnschule	Schulleiter sowie Partei für Crimmitschau
Scheibel, Kevin	Partei „Die Linke“	
Fischer, Marike	Tourismusregion Zwickau e.V.	Leiterin der Tourismusregion
Schönfeld, Heike	Tuchfabrik Gebr. Pfau	Mitarbeiterin Museumpädagogin
Buschmann, Jörg	Eispiraten Crimmitschau	Geschäftsführer
Frieß, Aron	Eispiraten Crimmitschau	Mitarbeiter
Dr. Cornelia Dümcke	CULTURE CONCEPTS	Geschäftsführung
Dipl.-Designer Philipp Dümcke	CULTURE CONCEPTS	Mitarbeiter

## Anlage 2 Stärken-Schwächen-Übersicht

### STÄRKEN

### SCHWÄCHEN

 NATUR (inklusive Radfahren und Wandern) 	
Die landschaftliche Attraktivität im Umfeld von Crimmitschau ist hoch	Die landschaftlichen Attraktivität des Umlandes ist nicht ausreichend bekannt und wird auch von den Einwohnern von Crimmitschau in seiner Bedeutung nur eingeschränkt wahrgenommen
Ein Angebot von Wander- und Radwegen ist vorhanden	Die Wander- und Radwege erfüllen Qualitätskriterien nur eingeschränkt
	Die touristischen Ziele sind im ÖPNV außerordentlich schlecht erreichbar (z.B. das Deutsche Landwirtschaftsmuseum)
	Die Ausschilderungen genügen nicht der Erwartungen der touristischen Gäste und zum Teil auch denen der Einwohner vor Ort sowie den Einwohnern im regionalen Umfeld

 GESUNDHEIT / WELLNESS 	
Ein medizinisches Angebot ist vorhanden	Insgesamt haben Gesundheit/Wellness aktuell keine strategische Priorität im Tourismus der Stadt Crimmitschau und ihres regionalen Umfeldes
<p>Sahnpark Freibad Sahnpark</p> <p>Im Jahr 1869 als Männerbadeanstalt eröffnet, liegt dieses Bad idyllisch im Sahnpark.</p> <p>Das Sahnbad in Crimmitschau ist eines der größten Freibäder in Sachsen. Mit einer Gesamtwasserfläche von ca. 5.500 m<sup>2</sup> fasst die "größte Badewanne Westsachsens" fast 11.000 m<sup>3</sup> Wasser. Das Schwimmbecken ist mit 100 m x 50 m entsprechend attraktiv.</p>	Optimierungen in der Infrastruktur erforderlich Alleinstellungsmerkmal als größtes Freibad im Freistaat Sachsen ist stärker zu kommunizieren
Es existieren weitere Bäder im Umfeld vom Sahn-	Mangelnde Bekanntheit als touristische Anzie-

<p>bad in Crimmitschau, welches im Vergleich zu den anderen Bädern ein Alleinstellungsmerkmal hat z.B.</p> <p>Freizeit- und Erlebnisbad Mannichswalde mit Campingplatz</p> <p>Campingplatz Koberbachtalsperre</p>	<p>hungspunkte</p> <p>Die Nutzerzahlen der Bäder sind aktuell nur punktuell bekannt; ggf. sind die in Studien aus zurückliegenden Jahren benannten Nutzungsdaten heute nicht mehr aktuell (vor allem auch wegen Covid-19)</p>
---	---

 STÄDTE- UND KULTURTOURISMUS 	
<p>Es sind Potentiale von Crimmitschau im Städte- und Kulturtourismus vorhanden</p>	<p>Aktuell ist der Städte- und Kulturtourismus in Crimmitschau als eher nachrangig zu bewerten (vgl. auch Ergebnisse der Online-Umfrage, <b>Anlagen 3 und 4</b>)</p>
<p>Im Umfeld von Crimmitschau existieren einige Klein- und Mittelstädte, die ihr Potential im Städte- und Kulturtourismus erkannt und bereits in Wert gesetzt haben</p>	<p>Verbindungen dieser Klein- und Mittelstädte im Bereich Tourismus zu Crimmitschau sind wenig ausgeprägt</p>
<p>Kulturtourismus ist im Rahmen von Tourismusstrategien allgemein ein strategisches Handlungsfeld. Für die Erschließung des Potentials im Bereich Kulturtourismus hat Crimmitschau gute Voraussetzungen</p>	<p>Kulturtourismus ist bislang nicht explizit und offensiv als strategisches Handlungsfeld für den Tourismus in Crimmitschau herausgearbeitet und operativ bearbeitet</p>
<p>Gastfreundschaft, Tradition, Innovation, Brauchtum, Handwerkskunst (u.a. Textil) etc. als imagefördernde Voraussetzungen für den Tourismus sind in Crimmitschau vorhanden</p>	<p>Die Kulturförderung hat sich bislang zu wenig am Prinzip der Nachhaltigkeit orientiert. Hierzu existiert noch Nachholbedarf</p>
<p>Angebote mit touristischer Attraktivität sind in Crimmitschau vorhanden</p>	<p>Touristische Angebote sind zu differenzieren zwischen der historischen Kernstadt und den umliegenden Bereichen von Stadt und Region. Wichtig sind Vernetzungen und Kooperationen zwischen beiden sowie darüber hinaus mit den touristischen Akteuren/ Leistungsträgern im Umland</p>

 MICE-TOURISMUS / GESCHÄFTSTOURISMUS 	
Potentiale im Bereich MICE-Tourismus / Geschäftstourismus sind vorhanden, u.a. wegen der Lagegunst von Crimmitschau in Bezug auf die verkehrliche Erreichbarkeit (Nähe zur Autobahn)	<p>Der MICE-/ Geschäftstourismus ist aktuell als eher nachrangig zu bewerten</p> <p>Es existieren aber Potentiale zur Aktivierung und zur Markterschließung, u.a. wegen der Lagegunst in Bezug auf die verkehrliche Erreichbarkeit</p>
Diverse Unternehmen am Standort Crimmitschau sind vorhanden als potentielle Nachfrage im Bereich MICE- und Geschäftstourismus	<p>MICE- und Geschäftstourismus ist noch nicht als strategisches Handlungsfeld für Crimmitschau erkannt</p> <p>Es existieren diesbezüglich kaum branchenübergreifende Kooperationen</p> <p>Das Potential kann daher nicht ausgeschöpft werden</p>

 GASTGEWERBE / KULINARIK 	
Im Bereich Gastgewerbe / Kulinarik sind in Crimmitschau und seinem Umfeld diverse Potentiale vorhanden	Es existiert aber zugleich ein hoher Nachholbedarf im Bereich Gastgewerbe/Kulinarik
Hotelkapazitäten in verschiedenen Segmenten sind in Crimmitschau vorhanden	Insgesamt existieren aber große Infrastrukturmängel und ein Nachholbedarf für zusätzliche Kapazitäten
Es existiert ein vergleichsweise großer „grauer“ Beherbergungsmarkt in Crimmitschau	<p>Belastbare Einschätzungen zur betriebswirtschaftlichen Situation der touristischen Unternehmen wurden nicht übermittelt</p> <p>Mittelfristige Auswirkungen von COVID-19 in Bezug auf das Gastgewerbe sind nur mit Unsicherheit abschätzbar</p>
Kulinarische und regionaltypische sind wichtige touristische Imagefaktoren	Sie sind in den Unternehmen des Gastgewerbes nicht ausreichend erlebbar und angeboten

SPORT / SPORTSTÄTTEN	
Die Eispiraten Crimmitschau sind ein großer Image- und Bekanntheitsträger für Crimmitschau im lokalen und regionalen Umfeld	Zur weiteren Profilierung sind weitere Infrastrukturmaßnahmen und Markenarbeit erforderlich
Der Plan zu einem Neubau in verschiedenen Standortvarianten für einen Neubau für die Eispiraten existiert (Machbarkeitsstudie 2019)  Die touristische Relevanz des Investitionsprojekts ist evident	Das Projekt liegt brach seit COVID-19, sollte aber weiter diskutiert und entschieden werden
Crimmitschau ist Standort für viele aktive Sportvereine	Die Potentiale einiger Sportvereine schlummern, könnten aber im touristischen Zusammenhang von Bedeutung sein
Der Sahnpark mit Sahnbad eröffnet durch das Alleinstellungsmerkmal im Freistaat Sachsen tolle Möglichkeiten im Bereich Sport, Schwimmen, Wellness u.a.m.	Das Alleinstellungsmerkmal des Sahnbads im Kontext des Sahnarks sind unzureichend kommuniziert

WEITERE TOURISTISCHE INFRASTRUKTUR	
Eine vergleichsweise intakte städtische Infrastruktur ist in Crimmitschau vorhanden  Das Thema „funktionierende, lebenswerte Innenstadt“ wurde in der Online-Umfrage klar bestätigt	Es besteht ein Nachholbedarf in verschiedenen Bereichen: z.B. Inszenierung der Plätze und Parks, Storytelling (vgl. Ergebnisse der Online-Umfrage, <b>Anlagen 3 und 4</b> )
Das INSEK Crimmitschau ist aus dem Jahr 2016 und damit vergleichsweise alt.  Dennoch beschreibt es sehr gut die stadtentwicklungspolitische Lage der Stadt	Es existiert ein Erneuerungsbedarf, obwohl viele Aussagen im INSEK noch heute zutreffen  Fehlend sind barrierefreie Angebote
Es ist aus verschiedener Perspektive auszugehen von einer Lagegunst von Crimmitschau	Jedoch existiert ein deutlicher Verbesserungsbedarf in Bezug auf Erreichbarkeit der Stadt im ÖPNV
Diverse Förderungsmöglichkeiten im Freistaat Sachsen existieren, können jedoch nur auf der Grundlage einer Tourismuskonzeption für Crimmitschau in Anspruch genommen werden	Die touristische Gesamtentwicklung würde eine verbesserte Abstimmung der Ressorts bei der touristischen Infrastrukturförderung unterstützen  Eine Erhöhung des Fördermitteleinsatzes für die öffentliche Tourismusinfrastruktur wäre ein positiver Nebeneffekt der TKC

 <span style="font-weight: normal;">MARKETING</span> 	
Ein touristisches Marketing ist in Crimmitschau in Ansätzen vorhanden	Die Bekanntheit von Crimmitschau im touristischen Kontext ist jedoch eingeschränkt  Problem: finanzielle und personelle Ressourcen für das Stadtmarketing
Crimmitschau als ‚Marke‘ ist nicht definiert; es gibt außerdem Diskussionen für einen „Claim“ für die Stadt	Die Strategie TKC ist konfrontiert mit einem unklaren Markenverständnis  Die unterschiedlichen Auffassungen bei den städtischen Akteuren zu einem oder mehreren „Claims“ für das Marketing der Stadt sind bei der Strategie zur TKC zu berücksichtigen
Zielgruppenorientierung und themenspezifische Kooperationen sind zum Teil vorhanden	Insgesamt ist aber die Zielgruppenorientierung für ein Tourismuskonzept für Crimmitschau schwach ausgeprägt

 <span style="font-weight: normal;">TOURISTISCHE ORGANISATION / STRUKTUREN</span> 	
Ein Plus ist die Existenz der Touristinformation Crimmitschau als Teil der Stadtverwaltung am Markt, die demnächst ins benachbarte Theater umzieht	Bislang hat die Tourismusinformation jedoch keine starken Marken ausgebildet, die zur Erkennbarkeit und Bekanntheit von Crimmitschau beitragen können
Potentiale hinsichtlich touristischer Organisationen / Strukturen sind vorhanden	Aktuell fehlt ein Tourismuskonzept Crimmitschau Es existiert darüber hinaus ein Abstimmungsbedarf in städtischer Tourismuspolitik hinsichtlich der Verantwortlichkeiten

 KOOPERATION / NETZWERKARBEIT / ANERKENNUNG 	
Regionale Kooperationen zu Tourismuspartnern existieren	Es fehlt ein Bewusstsein in Politik und Bevölkerung zur Bedeutung des Tourismus als wirtschaftlicher, sozialer und kultureller Faktor
Kulturelle Kooperationen existieren punktuell	Dennoch existiert auch hier ein Nachholbedarf Informationsgrundlagen (z.B. Tourismus- und Kulturstatistik) sind erheblich verbesserungsbedürftig
Diverse Netzwerke, u.a. auf Vereinsebene, existieren in Crimmitschau und sind gekennzeichnet durch Vielfalt	Generell wird die Netzwerkarbeit in der Stadt als ausbaufähig bewertet

 DIGITALISIERUNG UND INNOVATION 	
Erste Konzeptionen zu Digitalisierung & Innovation liegen vor	Die Umsetzung muss unter begrenzten personellen und finanziellen Ressourcen auf Ebene der Stadtverwaltung Crimmitschau erfolgen
<p>Ein innovatives Konzept „Textile Zukunftswelten“ am Standort Museum Gebr. Pfau ist erarbeitet</p> <p>Aktuell erfolgt eine Umsetzung der Handlungsfelder und Empfehlungen</p> <p>Ein neuer Leiter der Einrichtung ist seit November 2021 im Amt und treibt die Umsetzung der Konzeption voran</p>	Das Monitoring und die Steuerung der Umsetzung der Museumskonzeption müssen Priorität in der Unterstützung von Seiten der Stadt sowie von Seiten der Sächsischen Industriemuseen erhalten („Leitprojekt“)

**Anlage 3****Fragebogen zur ONLINE\_UMFRAGE Tourismus in Crimmitschau – Ausgangslage und Perspektiven**

Information zur Befragung:

Die Ausschreibung zur Tourismuskonzeption sah aus zeitlichen und budgetären Gründen ursprünglich keine umfangreiche Befragung zum Tourismus in Crimmitschau vor. Im Ergebnis von Interviews offerierte auf Anfrage von CULTURE CONCEPTS die Geschäftsführung der Eispiraten Crimmitschau e.V. die Möglichkeit einer Online-Befragung zum Thema Tourismus in Crimmitschau mittels Versand über den eigenen Verteilerkreis. Ein Versand durch die Geschäftsführung der Eispiraten Crimmitschau e.V. erfolgte am 20. Oktober 2021.

Ziel der Online-Befragung war es, von einem möglichst breiten und vielfältigen Kreis von Akteuren aus unterschiedlichen Bereichen Anregungen zur Studie TKC zu erhalten.

Die Befragung wurde konzipiert und ausgewertet durch CULTURE CONCEPTS. Die Befragung sowie die Auswertung der Befragungsergebnisse erfolgten anonym.

<b>A</b>	<b>Angaben zur Person (anonyme Behandlung ist zugesagt)</b>
----------	---

<b>A1</b>	<b>Bitte benennen Sie Ihr Geschlecht.</b>	Zutreffendes bitte ankreuzen
	Männlich	<input type="checkbox"/>
	Weiblich	<input type="checkbox"/>
	Divers	<input type="checkbox"/>

<b>A2</b>	<b>Bitte benennen Sie Ihr Alter.</b>	Zutreffendes bitte ankreuzen
	Unter 14 Jahre	<input type="checkbox"/>
	14 – 17 Jahre	<input type="checkbox"/>
	18 – 25 Jahre	<input type="checkbox"/>
	26 – 35 Jahre	<input type="checkbox"/>
	35 – 49 Jahre	<input type="checkbox"/>
	50 – 65 Jahre	<input type="checkbox"/>
	Über 65 Jahre	<input type="checkbox"/>

<b>A3</b>	<b>Bitte benennen Sie ihre Haushaltsgröße.</b>	Zutreffendes bitte ankreuzen
	1 Person / Single	<input type="checkbox"/>
	2 Personen / Paar / Lebensgemeinschaft (LG)	<input type="checkbox"/>
	3 Personen und mehr / Paar/LG mit mehreren Kindern	<input type="checkbox"/>

<b>A4</b>	<b>Bitte benennen Sie ihren aktuellen Standort.</b>	Zutreffendes bitte ankreuzen
	Crimmitschau inkl. Umlandgemeinden	<input type="checkbox"/>
	Zwickau	<input type="checkbox"/>
	Chemnitz	<input type="checkbox"/>
	Gera	<input type="checkbox"/>
	Erfurt	<input type="checkbox"/>
	Andere Standorte (z.B. Werdau, Glauchau, Meerane, etc.)	<input type="checkbox"/>

<b>B</b>	<b>Ihre Einschätzungen zum Tourismus in Crimmitschau (,status quo‘ 2021)</b>
----------	--

<b>B1</b>	<b>Bitte bewerten Sie folgende Aussagen</b> (Hintergrund: Crimmitschau hat bislang kein Tourismuskonzept erarbeitet):	trifft zu	trifft eher zu	trifft eher nicht zu	trifft nicht zu	Weiß nicht / keine Angaben
	Die Stadt Crimmitschau ist bisher keine Tourismusstadt, verglichen etwa mit Zwickau oder Chemnitz im regionalen Umfeld	<input type="checkbox"/>				
	Die Stadt Crimmitschau benötigt ein Tourismuskonzept zur weiteren Profilierung der Stadt, um sich im Wettbewerb der Städte im regionalen Umfeld in Zukunft stärker zu positionieren	<input type="checkbox"/>				
	Viele Potentiale der Stadt Crimmitschau für die touristische Profilierung sind nicht bekannt und bislang nicht in einem gesamtstädtischen Konzept gebündelt	<input type="checkbox"/>				
	Die Stadt Crimmitschau kann den Tourismus für die städtische Profilierung im Wettbewerb der Klein- und Mittelstädte besser nutzen	<input type="checkbox"/>				
	Es gibt aktuell eine Reihe von Defiziten in der touristischen Profilierung von Crimmitschau (z.B. Bekanntheit von kulturtouristischen Angeboten wie Museum Gebr. Pfau, Kaufhaus Schocken, Villenviertel, etc.)	<input type="checkbox"/>				
	Das Potential von Grün und Naturraum im Umfeld von Crimmitschau ist besonders wichtig für das Tourismuskonzept und wird in seiner Bedeutung zu wenig erkannt	<input type="checkbox"/>				

<b>C</b>	<b>Ihre Wünsche für den Tourismus in Crimmitschau für die Zukunft: Welche Themen und Handlungsfelder sind für Sie wichtig?</b>
----------	--

<b>C1</b>	<b>Welche Themenfelder sind für die Konzeption zum Tourismus in Crimmitschau für die Zukunft aus Ihrer Sicht besonders wichtig?</b> (Zutreffendes bitte ankreuzen)					
		In sehr hohem Ausmaß	In hohem Ausmaß	In geringem Ausmaß	Keine Wirkung	Weiß nicht / keine Angaben
	Flair der Innenstadt von Crimmitschau	<input type="checkbox"/>				
	Crimmitschau als lebenswerte Stadt – auch für junge Menschen/Familien mit Kindern	<input type="checkbox"/>				
	Crimmitschau als Stadt mit attraktivem grünen Umfeld					
	Textiles Kulturerbe erfahrbar machen	<input type="checkbox"/>				
	Villenviertel in Crimmitschau touristisch erschließen	<input type="checkbox"/>				
	Bauhaus-Erbe mit Kaufhaus Schocken sichtbar und erlebbar machen	<input type="checkbox"/>				
	Architektur erlebbar machen und kultur-touristisch erschließen	<input type="checkbox"/>				
	Museale und kulturelle Angebote in das TKC integrieren	<input type="checkbox"/>				
	Sport allgemein in die TKC integrieren	<input type="checkbox"/>				
	Eispiraten in die TKC integrieren	<input type="checkbox"/>				
	Bäderkultur in die TKC integrieren	<input type="checkbox"/>				
	Augmented Reality und Apps in die TKC integrieren	<input type="checkbox"/>				
	eMobility und ÖPNV in die TKC integrieren	<input type="checkbox"/>				
	Beschilderung touristischer Angebote verstärken	<input type="checkbox"/>				

<b>C2</b>	<b>Welche Auswirkungen/Wirkungen erwarten Sie für den Tourismus in Crimmitschau für die Zukunft?</b> (Zutreffendes bitte ankreuzen)					
		In sehr hohem Ausmaß	In hohem Ausmaß	In geringem Ausmaß	Keine Wirkung	Weiß nicht / keine Angaben
	Verbesserung der Sichtbarkeit, Steigerung der Bekanntheit von Crimmitschau	<input type="checkbox"/>				

	Steigerung der Umsätze der Unternehmen	<input type="checkbox"/>				
	Schaffung von Arbeitsplätzen in den Unternehmen	<input type="checkbox"/>				
	Soziale Effekte über den Tourismus für die Bürger der Stadt	<input type="checkbox"/>				
	Digitale Innovation über den Tourismus für die Bürger der Stadt und die Touristen	<input type="checkbox"/>				
	Re-sensibilisierung für geschichtliches Erbe (Industriegeschichte von 1800 bis heute) und Identitätsstärkung für die Bürger der Stadt und die Touristen	<input type="checkbox"/>				

**D** Bitte geben Sie uns Ihre Kommentare zur TKC in einem offenen Feld.

--	--

## Anlage 4

## Ergebnisse der Online-Umfrage zum Tourismus in Crimmitschau in tabellarischer Übersicht

## Anlage 4 - Teil 1 – Bewertungen zum ‚status quo‘ (Anzahl Nennungen maximum = 311)

Quelle: Zusammenstellung CULTURE CONCEPTS 2021, Basis Online-Befragung

Bitte bewerten Sie diese Aussagen in der nebenstehenden Skala.	trifft zu	trifft eher zu	trifft eher nicht zu	trifft nicht zu	Weiß nicht / keine Angaben	Total
Die Stadt Crimmitschau ist bisher keine Tourismusstadt, verglichen etwa mit Zwickau oder Chemnitz im regionalen Umfeld	157	117	17	8	10	309
Die Stadt Crimmitschau benötigt ein Tourismuskonzept zur weiteren Profilierung der Stadt, um sich im Wettbewerb der Städte im regionalen Umfeld in Zukunft stärker zu positionieren	198	80	17	7	9	311
Viele Potentiale der Stadt Crimmitschau für die touristische Profilierung sind nicht bekannt und bislang nicht in einem gesamtstädtischen Konzept gebündelt	147	119	19	3	22	310
Die Stadt Crimmitschau kann den Tourismus für die städtische Profilierung im Wettbewerb der Klein- und Mittelstädte besser nutzen	156	105	21	9	20	311
Es gibt aktuell eine Reihe von Defiziten in der touristischen Profilierung von Crimmitschau (z.B. Bekanntheit von kulturtouristischen Angeboten wie Museum Gebrüder Pfau, Kaufhaus Schocken, Villenviertel, etc.)	157	114	21	5	14	311

---

<b>Das Potential von Grün und Naturraum im Umfeld von Crimmitschau ist besonders wichtig für die Tourismuskonzeption und wird in seiner Bedeutung zu wenig erkannt</b>	<b>153</b>	<b>106</b>	<b>24</b>	<b>12</b>	<b>16</b>	<b>311</b>
--	------------	------------	-----------	-----------	-----------	------------

---

**Anlage 4 - Teil 2 – Bewertungen zu Themen und Handlungsfeldern für dieTKC  
(Anzahl Nennungen maximum = 311)**

Quelle: Zusammenstellung CULTURE CONCEPTS 2021, Basis Online-Befragung

<b>Bitte bewerten Sie diese Aussagen zu potentiellen Themen bzw. Handlungsfeldern nach ihrer Bedeutung bzw. Wichtigkeit für die TKC.</b>	<b>In sehr hohem Ausmaß</b>	<b>In hohem Ausmaß</b>	<b>In geringem Ausmaß</b>	<b>Weiß nicht / keine Angaben</b>	<b>Total</b>
<b>Flair der Innenstadt von Crimmitschau</b>	<b>109</b>	<b>157</b>	<b>29</b>	<b>14</b>	<b>309</b>
<b>Crimmitschau als lebenswerte Stadt – auch für junge Menschen/Familien mit Kindern</b>	<b>155</b>	<b>106</b>	<b>38</b>	<b>10</b>	<b>309</b>
<b>Crimmitschau als Stadt mit attraktivem grünen Umfeld</b>	<b>107</b>	<b>152</b>	<b>44</b>	<b>5</b>	<b>308</b>
<b>Textiles Kulturerbe erfahrbar machen</b>	<b>85</b>	<b>147</b>	<b>65</b>	<b>11</b>	<b>308</b>
<b>Villenviertel in Crimmitschau touristisch erschließen</b>	<b>69</b>	<b>103</b>	<b>120</b>	<b>19</b>	<b>311</b>
<b>Bauhaus-Erbe mit Kaufhaus Schocken sichtbar und erlebbar machen</b>	<b>90</b>	<b>134</b>	<b>66</b>	<b>20</b>	<b>310</b>
<b>Architektur erlebbar machen und kulturtouristisch erschließen</b>	<b>70</b>	<b>157</b>	<b>69</b>	<b>13</b>	<b>309</b>
<b>Museale und kulturelle Angebote in die TKC integrieren</b>	<b>92</b>	<b>165</b>	<b>37</b>	<b>14</b>	<b>308</b>
<b>Sport allgemein in die TKC integrieren</b>	<b>158</b>	<b>117</b>	<b>30</b>	<b>3</b>	<b>308</b>
<b>Eispiraten in die TKC integrieren</b>	<b>224</b>	<b>48</b>	<b>31</b>	<b>7</b>	<b>310</b>
<b>Bäderkultur in die TKC integrieren</b>	<b>122</b>	<b>141</b>	<b>36</b>	<b>8</b>	<b>307</b>

---

<b>Augmented Reality und Apps in die TKC integrieren</b>	<b>73</b>	<b>142</b>	<b>72</b>	<b>22</b>	<b>309</b>
<b>eMobility und ÖPNV in die TKC integrieren</b>	<b>114</b>	<b>122</b>	<b>58</b>	<b>13</b>	<b>307</b>
<b>Beschilderung touristischer Angebote verbessern</b>	<b>152</b>	<b>139</b>	<b>16</b>	<b>3</b>	<b>310</b>

**Anlage 4 - Teil 3 – Bewertungen zu den Auswirkungen der TKC für den Tourismus in Crimmitschau  
(Anzahl Nennungen maximum = 309)**

Quelle: Zusammenstellung CULTURE CONCEPTS 2021, Basis Online-Umfrage

<b>Bitte bewerten Sie die Auswirkungen für den Tourismus in Crimmitschau in der nebenstehenden Skala.</b>	<b>In sehr hohem Ausmaß</b>	<b>In hohem Ausmaß</b>	<b>In geringem Ausmaß</b>	<b>Keine Wirkung</b>	<b>Weiß nicht / keine Angaben</b>	<b>Total</b>
<b>Verbesserung der Sichtbarkeit, Steigerung der Bekanntheit von Crimmitschau</b>	<b>109</b>	<b>163</b>	<b>29</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>309</b>
<b>Steigerung der Umsätze der Unternehmen</b>	<b>81</b>	<b>151</b>	<b>62</b>	<b>4</b>	<b>11</b>	<b>309</b>
<b>Schaffung von Arbeitsplätzen in den Unternehmen</b>	<b>108</b>	<b>131</b>	<b>58</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>307</b>
<b>Soziale Effekte über den Tourismus für die Bürger der Stadt</b>	<b>89</b>	<b>162</b>	<b>44</b>	<b>6</b>	<b>8</b>	<b>309</b>
<b>Digitale Innovation über den Tourismus für die Bürger der Stadt und die Touristen</b>	<b>81</b>	<b>142</b>	<b>67</b>	<b>4</b>	<b>14</b>	<b>308</b>
<b>Re-sensibilisierung für geschichtliches Erbe (Industriegeschichte von 1800 bis heute) und Identitätsstärkung für die Bürger der Stadt und die Touristen</b>	<b>90</b>	<b>148</b>	<b>49</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>308</b>

# Impressum

*Im Auftrag von:*

**Stadtverwaltung Crimmitschau**

**Andrea Bereš**

**Fachbereichsleiterin Wirtschaftsförderung,**

**Tourismus und Öffentlichkeitsarbeit**



CULTURE CONCEPTS

**Dr. Cornelia Dümcke**

**Dipl.-Designer Philipp Dümcke**

Moosdorfstraße 7 - 9

12435 Berlin

Tel: +49 (0)30 – 53 69 98 00

E-Mail: [info@cultureconcepts.de](mailto:info@cultureconcepts.de)

[www.cultureconcepts.de](http://www.cultureconcepts.de)

**Fotonachweis :**

Foto Deckblatt: CULTURE CONCEPTS 2020, Philipp Dümcke

**Gender-Hinweis:**

Zugunsten einer besseren Lesbarkeit der Studie wurde auf eine geschlechterspezifische Schreibweise verzichtet. Wir bitten darum, dies nicht als Zeichen einer geschlechterspezifischen Wertung zu deuten.

**Finale Fassung der Studie / Endredaktion**

Berlin, Januar 2022