

»Mein Leipzig lob' ich mir«

... so begrüßt das Zitat die vielen Touristen in der Pleiße-
stadt. Und der Tourismus ist schon längst ein entscheidender Wirtschaftsfaktor geworden, der auf dem kulturhistorischen Erbe aber auch auf moderner Kunst und Architektur aufbaut

Mein Leipzig lob' ich mir! Es ist ein klein Paris, und bildet seine Leute.«, legte es Goethe einem jungen Burschen in Auerbachs Keller in den Mund und ließ in »Faust« aussprechen, was er, der Dichterst, wohl selbst dachte. Immerhin war Goethe von 1765 bis 1768 Student in Leipzig und oft in Auerbachs Hof und Weinkeller zu Gast. Mit »Klein Paris« flicht sich eine im 18. Jahrhundert gängige Bezeichnung für das wohlhabende und elegante Leipzig ein, die – zum geflügelten Wort geworden – als Synonym für die Messestadt steht.

Leipzig zieht nicht nur mit großen Events wie z.B. den zahlreichen Messen und kulturellen Veranstaltungen wie Classic Open oder dem Bachfest viele Besucher in die Stadt. Auch für Tagestouristen, Städtereisende und für Kulturbegeisterte aus dem Umland ist Leipzig überaus attraktiv. Der wirtschaftliche Nutzen, der sich aus dem spannenden Mix aus Architektur, Kulturangeboten, Einkaufsmöglichkeiten und natürlich dem pulsieren-

den Leben ergibt, ist schwer zu messen, doch gibt es dahingehend inzwischen einige Untersuchungen.

Die Beliebtheit der Messestadt nimmt weiter zu

Eine davon ist die Gästebefragung die – 2012 durchgeführt – 2013 vorgestellt wurde. Deutsche Übernachtungsgäste, mit Ausnahme von Geschäftsreisenden, wurden durch die TU Bergakademie Freiberg zu ihren Besuchsmotiven befragt. Die drei Hauptanlässe sind Ausflug, Besuch einer Sehenswürdigkeit und Besuch bei Verwandten. Erst auf Platz vier und fünf kommen Besuch einer Veranstaltung und Shopping, was insofern nicht verwundert, da selbst bei größeren Events ein Großteil der Besucher abends wieder nach Hause fährt, was ja dank der guten verkehrstechnischen Anbindung mit privaten, aber auch mit öffentlichen Ver-

kehrsmitteln recht gut gelingt. Die meisten der Übernachtungsgäste kennen bereits Leipzig oder haben eine Empfehlung von Verwandten oder Bekannten bekommen. Hier ist sicher der Universitätsstandort Leipzig ein entscheidender Faktor – viele ehemalige Studenten kommen gern zurück und Eltern der Studierenden schauen nach ihrem Nachwuchs und der Stadt. Unschwer lässt sich in diesem Zusammenhang vermuten, dass jede geschlossene Fakultät langfristig auch auf die touristischen Einnahmen Auswirkungen hat.

Die meisten Übernachtungsgäste kommen aus Nordrhein-Westfalen, Thüringen und Baden-Württemberg, 58 Prozent sind Wiederholungsbesucher, was für die Attraktivität der Stadt spricht. Bei einer ebenfalls guten Quote an Erstbesuchern ist das ein Grund zur Hoffnung auf noch bessere Zahlen – immerhin sind drei Millionen Übernachtungsgäste jährlich das ehrgeizige Ziel, welches Volker Bremer, Geschäftsführer der Leipzig Tourismus und Marketing (LTM) GmbH, bis 2015 erreichen will. Mit über 1,45 Millionen Ankünften und rund ▶





2,7 Millionen Übernachtungen konnte Leipzig die Vorjahreszahlen mit einem Zuwachs von 7,8 Prozent bzw. 8,7 Prozent deutlich übertreffen und liegt damit an zweiter Stelle hinter Hamburg (9,1 Prozent Zuwachs im Ranking des Werbeverbundes der Magic Cities).

Volker Bremer, Geschäftsführer der Leipzig LTM GmbH, zeigt sich erfreut über das Rekordjahr: »Der Gästezuwachs zeigt, dass Leipzigs Beliebtheit wächst und wir deutlich an den touristischen Erfolg der Vorjahre anknüpfen konnten. Erfreulich ist, dass es in allen zwölf Monaten Zuwächse bei den Ankünften und Übernachtungen gab und wir Leipzigs Profil als weltoffene Kultur- und Messestadt auch international weiter herausstellen konnten.«

Zum positiven Ergebnis haben vor allem Großereignisse wie die WorldSkills Leipzig 2013, das Richard-Wagner-Jubiläum und das Gedenken an 200 Jahre Völkerschlacht bei Leipzig beigetragen.

Leipzig besticht laut der Befragung durch ein sehr gutes Preis-Leistungs-Angebot. Pro Tag und Tourist werden rund 125 EUR ausgegeben. Die Pleiße- und Stadt Leipzig werden in fast allen Bereichen positiv wahrgenommen – das einzige größere Manko sehen die Besucher in den vielen Baustellen in der Stadt.

2013 standen Leipzigs Gästen insgesamt 112 geöffnete Beherbergungsbetriebe und Campingplätze mit 14.143 Betten zur Verfügung, dabei betrug die durchschnittliche Aufent-

haltsdauer 1,9 Tage. Auch für Gäste aus dem Ausland entwickelt sich Leipzig mit einem Anteil von 16,1 Prozent an den gesamten Übernachtungen zu einem Magneten.

Die IHK zu Leipzig bietet weitere Fakten und Zahlen. Rita Fleischer, stellvertretende Hauptgeschäftsführerin der IHK zu Leipzig: »Eine im Auftrag der IHK zu Leipzig von der dwif-Consulting GmbH München/Berlin erstellte Studie zur wirtschaftlichen Bedeutung der tourismusrelevanten Freizeiteinrichtungen und Großevents in der Region Leipzig im Jahr 2012 hat Folgendes ergeben: Zu den 90 untersuchten Großevents im IHK-Bezirk Leipzig (Stadt Leipzig,

Kopf aller Besucher werden für den Eintritt zu den Großveranstaltungen und Events ausgegeben. Die restlichen 22,90 EUR stehen für sonstige Ausgaben zur Verfügung.« Ein Anlaufpunkt für internationale Gäste ist z.B. das Wave-Gotik-Treffen, das wie kein anderes Kulturevent Leipzigs eine so gute Auslastung in den Herbergen erbringt. Die IHK Leipzig schätzte in einer Hochrechnung im letzten Jahr einen zu erwartenden Umsatz von 4,2 Millionen Euro durch die Besucher am Pfingstwochenende.

Das Richard-Wagner-Denkmal am Dittrichring, zu Ehren seines 200. Geburtstags

Leipzig besticht durch gutes Preis-Leistungs-Angebot

Landkreis Nordsachsen, Landkreis Leipzig) strömen jedes Jahr rund 4,5 Mio Besucher. Davon sind 3,9 Mio Wohnortausflügler und 0,6 Mio Urlaubsortausflügler. Die Wohnortausflügler geben durchschnittlich 31,50 EUR pro Kopf und Tag aus. Bei den Urlaubsortausflüglern sind es 28,50 EUR. Insgesamt wird durch die touristische Nachfrage bei den Großevents im IHK-Bezirk Leipzig ein Bruttoumsatz in Höhe von 139,95 Mio EUR generiert. Gut ein Viertel (8,20 EUR) der durchschnittlichen Tagesausgaben pro



Fotos: Andreas Schmidt, Linda Baller

Mit dem Bachfest folgt vom 13. bis 22. Juni 2014 gleich ein weiteres Event, welches ebenfalls nicht nur Besucher aus dem Inland nach Leipzig bringt. Unter dem Motto »Die wahre Art« steht in diesem Jahr das Oeuvre Carl Philipp Emanuel Bachs, dem zweitältestem Sohn Johann Sebastian Bachs, im Fokus. Das 1773 erschienene Lehr- und Studienwerk »Versuch über die wahre Art das Clavier zu spielen« des berühmtesten der Bachsöhne, bildet das Bachfest-Motto 2014.

Über 100 Veranstaltungen gibt es innerhalb des diesjährigen Bachfests, welches zwischen 65.000 und 70.000 Besucher in die Musikstadt ziehen wird. Im Jahr 2013 wurden rund 53.700 Übernachtungen durch das Bachfest generiert, wovon rund 41.200 Übernachtungen auf die Leipziger Hotellerie entfielen.

*Mit Fahnen geschmückt
zum alljährlichen Bachfest:
Das Alte Rathaus
auf dem Marktplatz*

Auch die zahlreichen Museen der Stadt bieten für fast jedes Interessengebiet hochwertige Ausstellungen. Im Zeitgeschichtlichen Forum ist z.B. bis 12. Oktober 2014 die Ausstellung »The American Way. Die

Das Jahr 2015 wird im Zeichen der Ersterwähnung Leipzigs vor 1.000 Jahren stehen

USA in Deutschland« mit rund 1.000 Exponaten und zahlreichen Medienstationen zu erleben. Diese Wechselausstellung widmet sich der besonderen Beziehung zwischen Deutschland und den USA, dem Land,



Das Neue Bachdenkmal an der Südseite der Thomaskirche wurde am 17.5.1908 eingeweiht. Der Entwurf des Standbildes stammt von Carl Seffner

welches Emotionen schafft, aber auch wie kein anderes Land polarisiert. Das Jahr 2015 wird ganz im Zeichen der Ersterwähnung Leipzigs vor 1.000 Jahren stehen. Das Jubiläum geht auf Thietmar, Bischof von Merseburg (975/976-1018) zurück, der in seiner Chronik für das Jahr 1015 »in urbe Libzi« beschreibt.

Der Verein »Leipzig 2015 e.V.« bereitet seit Ende 2013 die Feierlichkeiten zu diesem Jahrestag vor und hat es sich zur Zielstellung gemacht, als Bindeglied zwischen Verwaltung, Partnern und Bürgerschaft zu fungieren, um die Leipzigerinnen und Leipziger, die Vereinen, Initiativen und Verbände in die Vorbereitungen mit einzubeziehen. Auch dies ist sicher ein Magnet für zahlreiche Gäste.

Das Kulturangebot in »Klein Paris« als ein sogenannter weicher Standortfaktor ist also genau betrachtet ein knallharter Wirtschaftsfaktor, der Jobs schafft und einen monetären Mehrwert – wenn auch über Umwege – für die Stadt erbringt. Dies sollte man sich immer vor Augen führen, wenn über Kürzungen in der Kultur gesprochen wird. Jedes Weniger an Kultur, an Fakultäten, an Vereinsarbeit etc. von heute ist ein finanzielles Weniger von morgen! *eus*

