

# Touristisches Entwicklungskonzept für das Göltzschtalbrückengelände (GTB) auf der Grundlage der vorliegenden Machbarkeitsstudie

## Pressekonferenz

Reichenbach, Netzschkau, Berlin, 03.06.2026

Robert Friedrich / Anette Seidel



# Worum geht es heute?

- 🕒 Kurzüberblick - Touristisches Entwicklungskonzept Göltzschtalbrückengelände
  - 🕒 Ausgangssituation & Handlungsbedarf
  - 🕒 Leitbild & Ziele
  - 🕒 Nutzungskonzept
  - 🕒 Handlungskonzept und Maßnahmenplan
  - 🕒 Fazit & nächste Schritte
- 🕒 Fragen

Kurzüberblick –  
Touristisches  
Entwicklungskonzept  
Göltzschtalbrückengelände



# Status Quo & zentrale Herausforderungen

- 60.000–90.000 Besucher/Jahr
- Hoher Anteil an Tagesgästen (Zwischenstopp)
- Relativ kurze Aufenthaltsdauer (ca. 45-90 Min)
- Fokus: Foto und kurzer Rundgang
- Geringe touristische Wertschöpfung
- Kaum Aufenthaltsanreize, kaum „Wiederkehr-Anlässe“

**„Man fährt hin – schaut – fährt wieder weg“,  
aktuell wirtschaftlich kaum nutzbar**



<https://goeltzschtalbruecke.info/goeltzschtalbruecke>



<https://vogtlandstreicher.de/>

“

*Göltzschtal-  
brücke –  
einzigartiges  
Bauwerk mit  
absolutem  
„Wow-Effekt“,  
aber bisher  
überregional  
relativ wenig  
bekannt*

# Touristisches Leitbild für das Göltzschtalbrückengelände – **Vision: GöltzschExperience 360°**

## Vision 2031 (180-jähriges Jubiläum der Fertigstellung)

Rund um die Brücke entfaltet sich im **GöltzschExperience 360°** ein **einzigartiger Erlebnisraum**, der Geschichte und Gegenwart verknüpft – lebendig, zugänglich und voller Entdeckungsmöglichkeiten. **Offenheit, Wissensfreude** und **authentisches Miteinander** prägen das Selbstverständnis dieses besonderen Ortes.

Hier trifft **Natur auf Technik, Tradition auf Innovation**. Interaktive Formate machen Vergangenheit greifbar, Zukunft erlebbar und die Brücke zum spannenden Treffpunkt für unterschiedliche Charaktere und Lebensstile - für **Familien, Erholungssuchende, Eisenbahnbegeisterte, Architekturfreunde und Aktive**.

Die **naturnahe Atmosphäre** lädt zum Verweilen ein, **inspiriert zum Staunen** und **bietet Raum für Austausch, Genuss und gemeinschaftliche Erlebnisse**.

Bis **2031** entwickelt sich die **Göltzschtalbrücke zu einem Ort mit nationaler und internationaler (u.a. Tschechien) Strahlkraft** – überraschend, einladend und mit positiver Wirkung auf alle.



# Touristisches Leitbild für das Göltzschtalbrückengelände – **Vision: GöltzschExperience 360°**

## Positionierung, Nutzenversprechen und kommunikative Klammer (Storyline)

### „**Weitsicht erleben – Geschichte spüren – Abenteuer fühlen**“

- 🕒 **Weitsicht erleben:** Besucher tauchen in die **beeindruckende Höhe** der Brücke ein, genießen die Aussicht vom Turm, erleben Nervenkitzel bei der Zipline (Flying Fox) und genießen den Ausblick auf die Brücke bei Veranstaltungen oder vom Blick des Balkons des Besucherzentrums.
- 🕒 **Geschichte spüren:** Die **interaktive und immersive Ausstellung** erzählt die Baugeschichte, technische Meisterleistungen und Geschichten der Menschen, die die Brücke möglich gemacht haben.
- 🕒 **Abenteuer fühlen:** **Spielplätze, Spaß am Wasser, Erlebnispfad mit interaktiver Storyline, AR-Erlebnisse und Actionangebote wie eine Zipline** lassen Familien, Kinder und Erwachsene aktiv werden.

**Flankierende Einrichtungen:** Gastronomie, Veranstaltungsraum, Shop und Serviceeinrichtungen (Toiletten, E-Ladestationen etc.).

**Das gesamte Gelände ist barrierefrei erlebbar und wird zeichnet sich durch eine nachhaltige Bauweise und Bewirtschaftung aus.**

# Touristisches Leitbild für das Göltzschtalbrückengelände – Strategische Leitziele

1. Überregionale Wahrnehmung und Positionierung stärken -> Leuchtturmprojekt Sachsen
2. Ganzjährige touristische Nutzung und wirtschaftliche Impulse fördern -> deutliche Steigerung der Besucherzahlen
3. Erlebnisraum Göltzschtalbrücke als kulturelles und edukatives Highlight etablieren
4. Nachhaltige Infrastruktur und naturnahe Aufenthaltsqualität schaffen
5. Innovation und Digitalisierung gezielt einsetzen
6. Wirtschaftlichkeit der Anlagen anstreben
7. Lokale Bevölkerung und Initiativen aktiv in die Gestaltung und Bepflanzung des Geländes einbinden



<https://www.travelbook.de/attraktionen/goeltzschtalbruecke-sachsen>

# Nutzungskonzept – Geländeplan: Das Erlebnis im Detail

- 🕒 **Besucherzentrum:** Zentrales Willkommenscenter u.a. mit interaktiver Ausstellung, Gastro, Veranstaltungsraum, Service, Aussicht und Verwaltung
- 🕒 **Spielen und Entspannen:**
  - 🕒 Göltzschspiel- und Aufenthaltsbereich am Wasser
  - 🕒 Sitzstufen am Ufer
  - 🕒 Kleinkindspielbereich (Altersgruppe 0-5 Jahre, z.B. Thema Sand und Steine)
  - 🕒 Naturspielplatz (Altersgruppe 5-12 Jahre, z.B. Thema Klinkerspiel)
- 🕒 **Feste Feiern:** Festplatz / Bühne
- 🕒 **Abenteuer pur:** Ziplinestation
- 🕒 **Erlebnispfad Göltzschtalbrücke (< 1,4 km)**
- 🕒 **Übernachten mit Blick auf die Göltzschtalbrücke**
- 🕒 **Parkflächen**
- 🕒 **Anschluss an Wander- und Radwege**



Quelle: Schoener und Panzer Architekten BDA

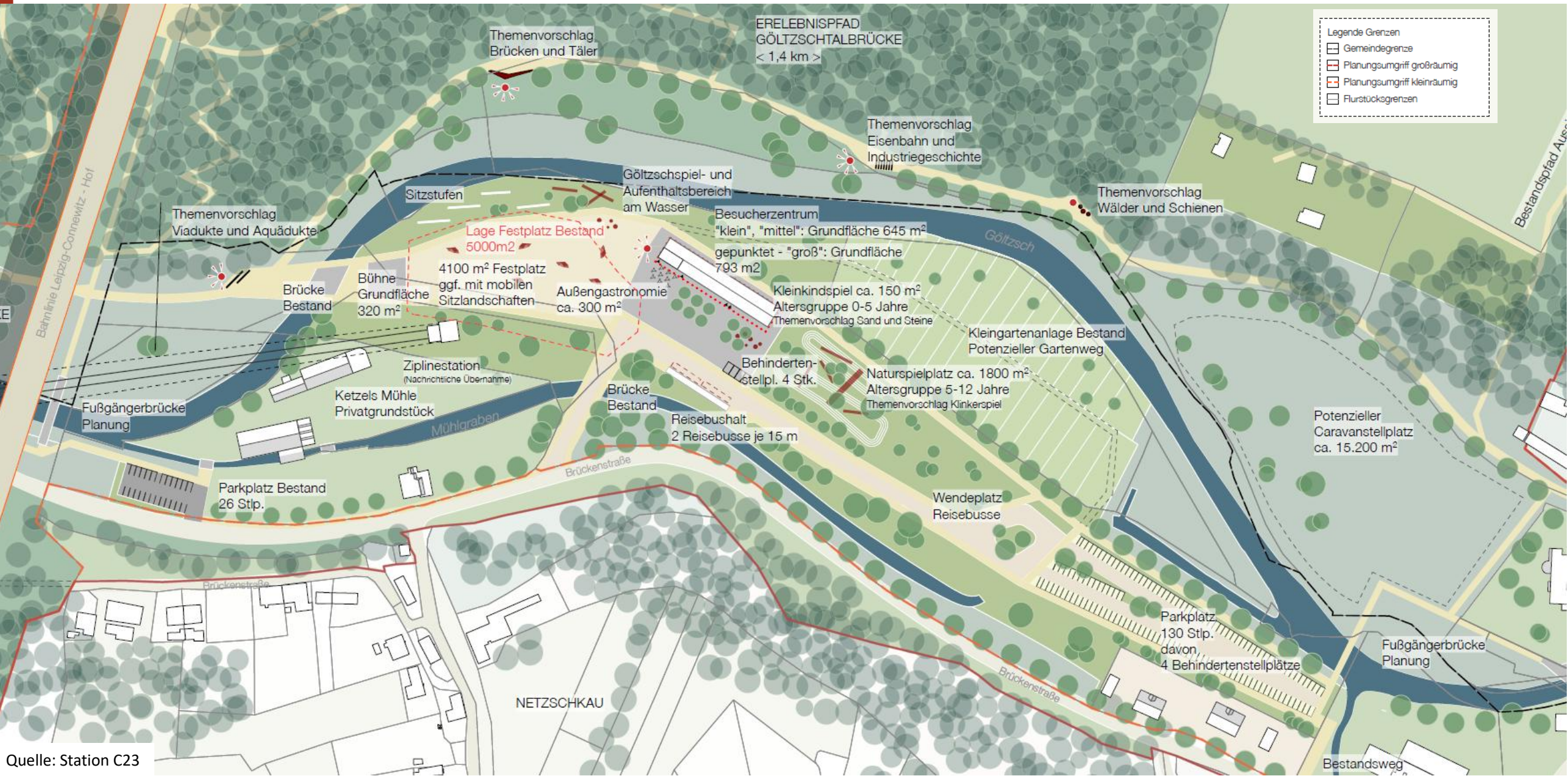


Quelle: Schoener und Panzer Architekten BDA

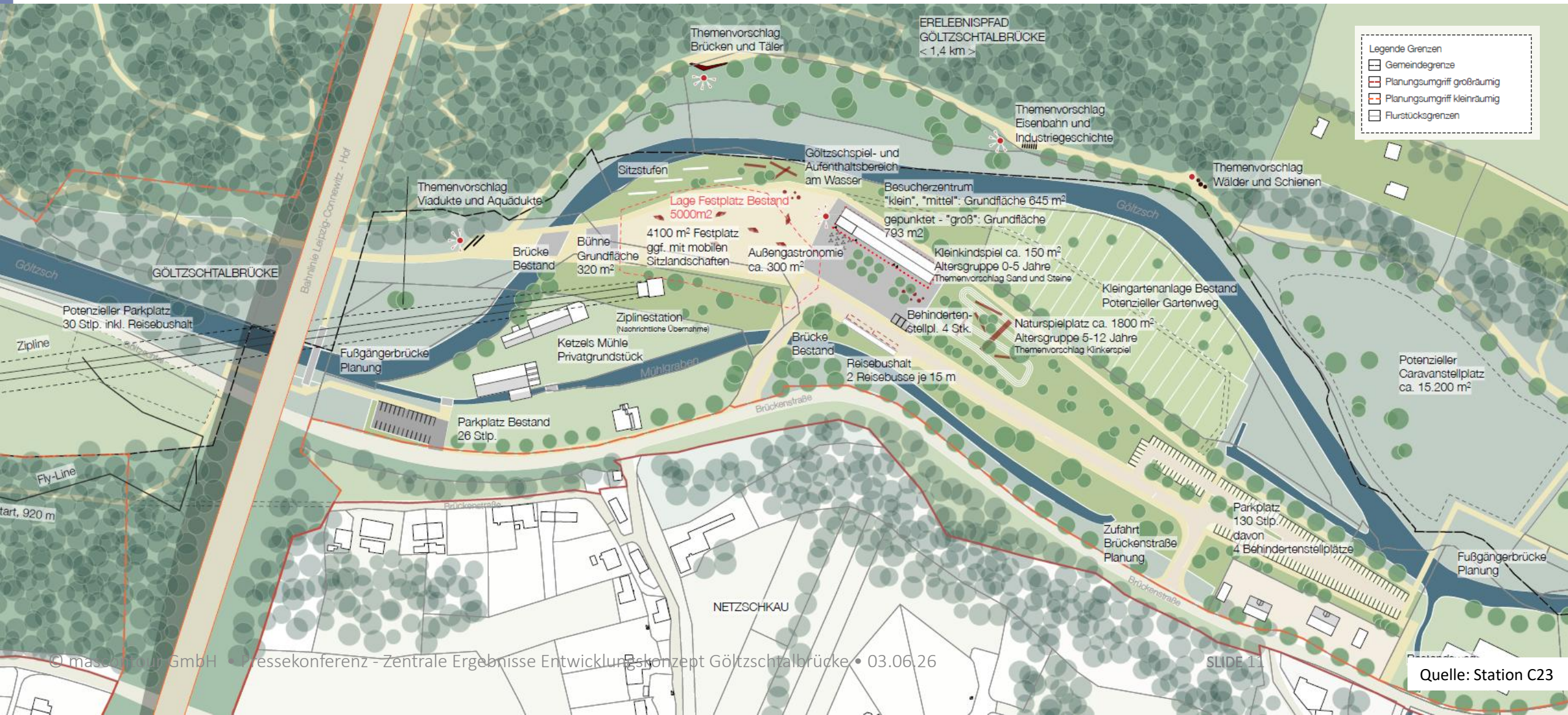
<https://tripsdrill.de>



# Nutzungskonzept – Geländeplan: Das Erlebnis im Überblick

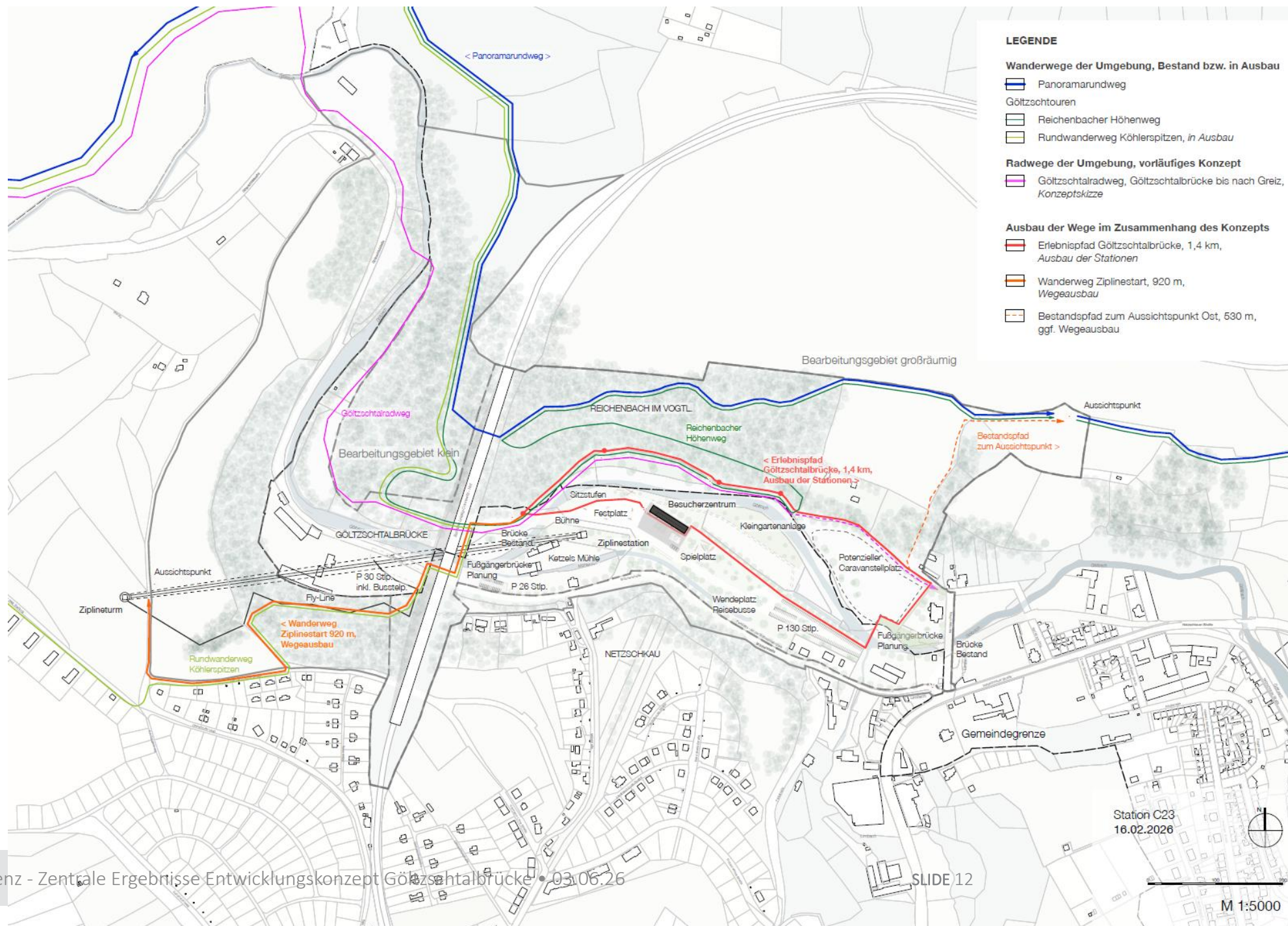


# Nutzungskonzept – Geländeplan: Das Erlebnis im Überblick (Variante 2. Zufahrt auf das Gelände)



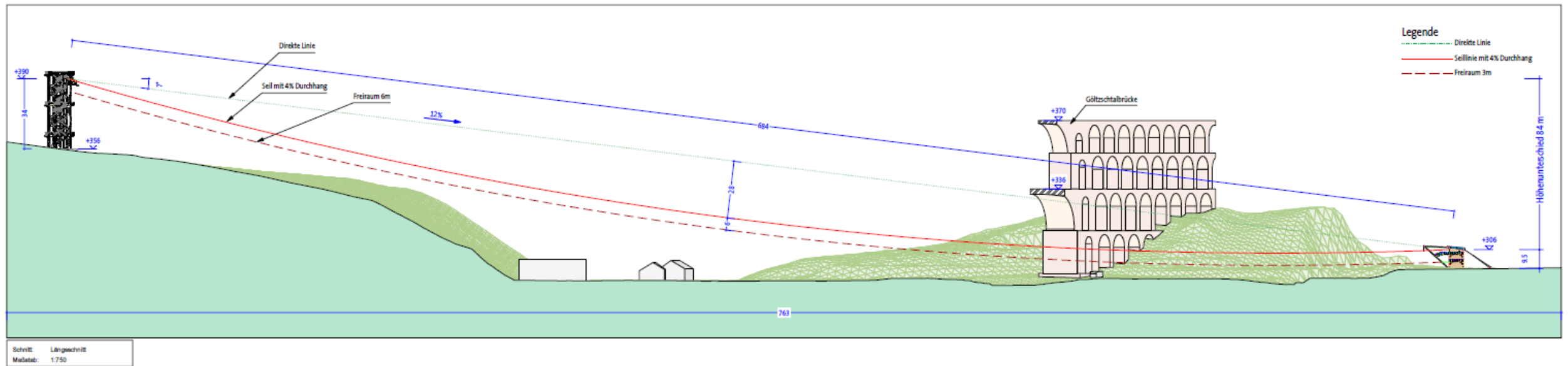
# Nutzungskonzept – Geländeplan: Einbettung in die Umgebung – Wanderwege und Radweg

Der Umgebungsplan zeigt die **Wanderwege** im **Bestand** und im **Ausbau**, unabhängig von dem touristischen Entwicklungskonzept.



Quelle: Station C23

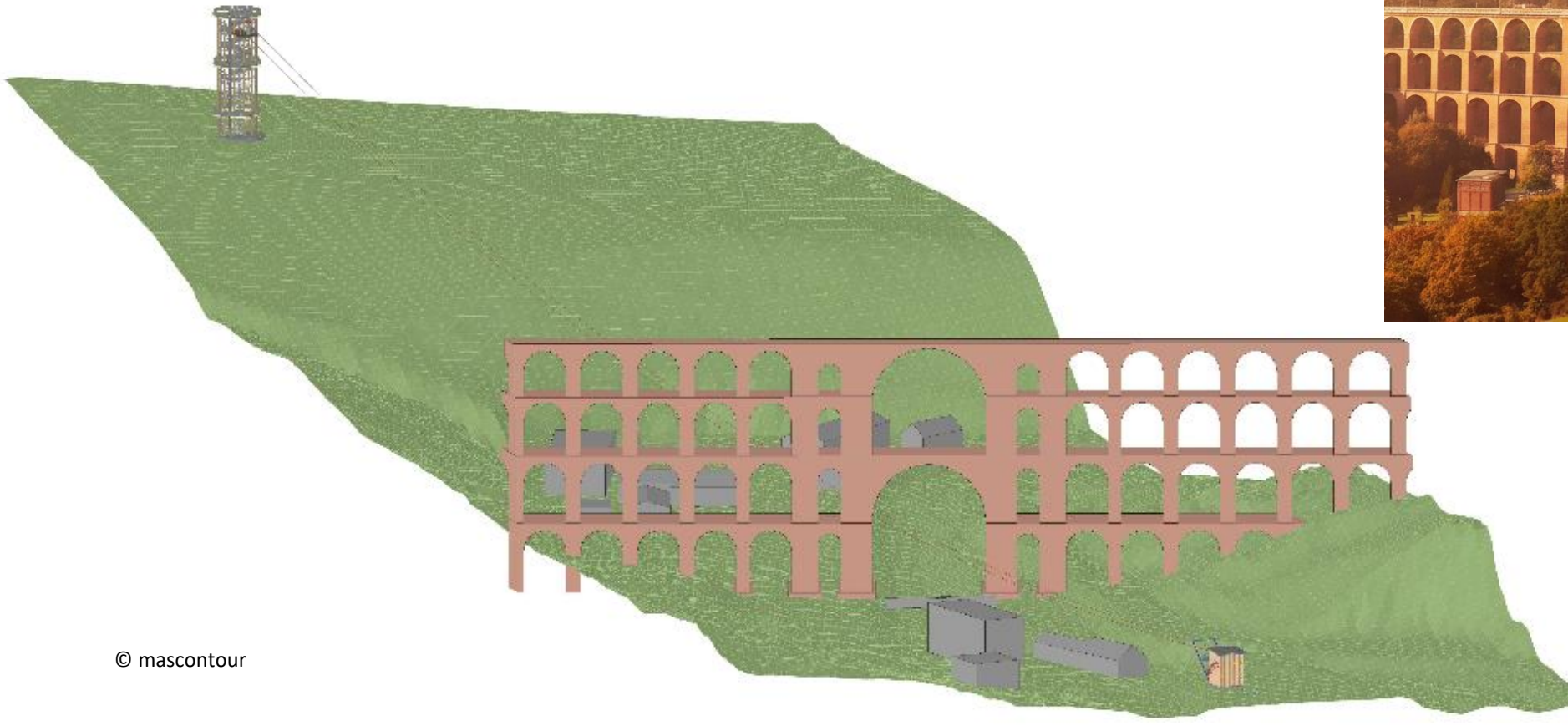
# Nutzungskonzept – Verlauf Zipline mit Turm (Vorentwurf)



mascontour

# Nutzungskonzept – Zipline mit Turm (Vorentwurf)

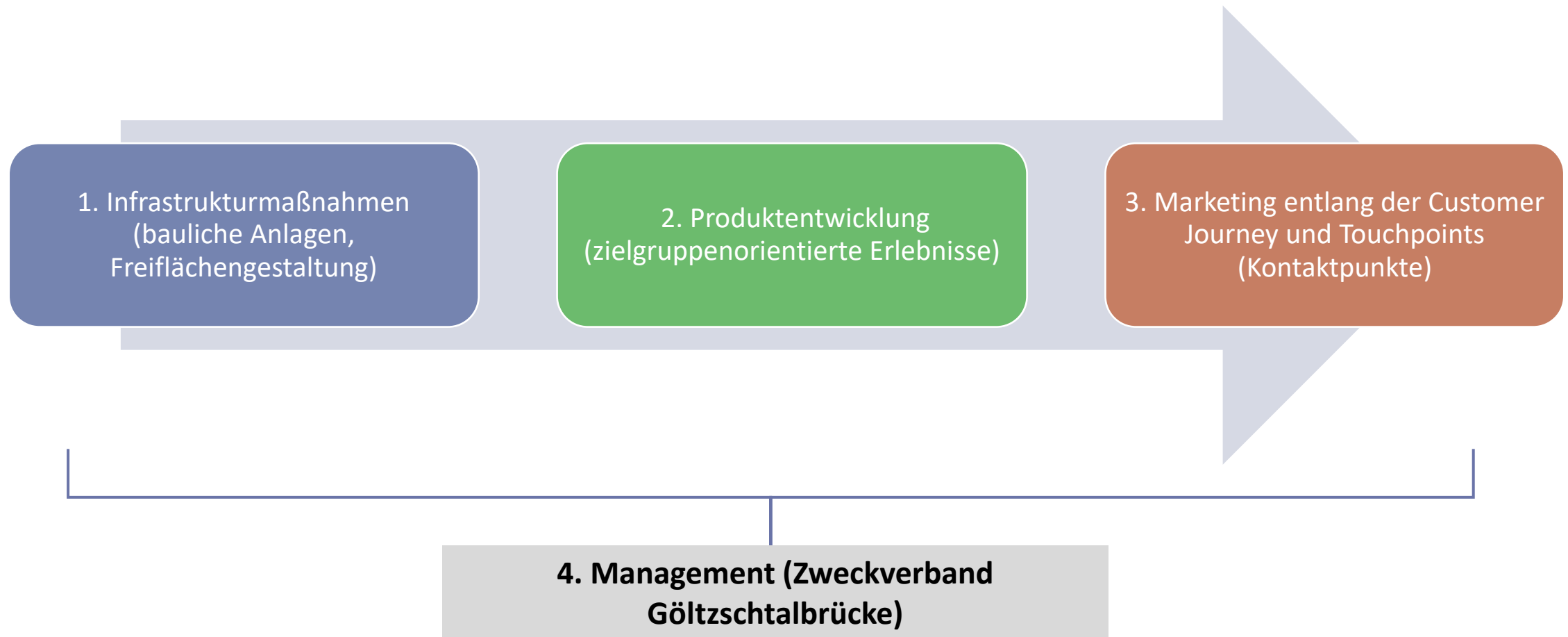
- Verlauf der Zipline mit Start- und Endpunkt sowie die Durchfahrt durch den unteren Torbogen
- Distanz und Höhenunterschied: ca. 718m, Höhenunterschied ca. 56m
- Geschwindigkeit: zwischen 50 und 70 km/h.



Quelle: Schoener und Panzer Architekten BDA

© mascontour

# Handlungskonzept & Maßnahmenplan



# Handlungskonzept & Maßnahmenplan – Infrastruktur / bauliche Anlagen und Außenanlagen – Kosten und Maßnahmen im Überblick

Nr.	Maßnahme	Ansatz Fläche in m <sup>2</sup>	Kosten (brutto) gerundet, inkl. Planungskosten 25%
<b>A</b>	<b>Infrastruktur- und Freiraumprojekte auf öffentlichen Grundstücken</b>		
<b>1.</b>	<b>Freianlagen</b>		<b>5.317.500,00 €</b>
1.1.	Grünflächen Landschaftspark	23.000 m <sup>2</sup>	1.725.000,00 €
1.2.	Wege Landschaftspark	2.950 m <sup>2</sup>	590.000,00 €
1.3.	Festplatz	4.100 m <sup>2</sup>	1.025.000,00 €
1.4.	Umfeld Besucherzentrum	2.200 m <sup>2</sup>	715.000,00 €
1.5.	Spielbereiche	1.950 m <sup>2</sup>	682.500,00 €
1.6.	Erlebnispfad	5.800 m <sup>2</sup>	580.000,00 €
<b>2</b>	<b>Verkehrsanlagen</b>		<b>1.549.250,00 €</b>
2.1.	Parkplatz	3.550 m <sup>2</sup>	710.000,00 €
2.2.	Zufahrt & Wendeschleife	3.730 m <sup>2</sup>	839.250,00 €
<b>3.</b>	<b>Besucherzentrum „mittel“</b>	645 m <sup>2</sup> GF	<b>6.250.000,00 €</b>
<b>4</b>	<b>Brücken</b>		<b>2.412.500,00 €</b>
4.1.	Sanierung Bestandsbrücke BB1	150 m <sup>2</sup>	937.500,00 €
4.2.	Sanierung Bestandsbrücke BB2	100 m <sup>2</sup>	625.000,00 €
4.3.	Neubau Rad- und Fußgängerbrücke NB1 (Bücke an der GTB)	150 m <sup>2</sup>	850.000,00 €
<b>B</b>	<b>Infrastruktur- und Freiraumprojekte auf derzeit in Privateigentum befindlichen Grundstücken</b>		<b>5.148.750,00 €</b>
5	Böschungsherstellung im Umfeld	14.370 m <sup>2</sup>	898.125,00 €
6	Wanderweg Ziplinestart	4.450 m <sup>2</sup>	500.625,00 €
7	Neubau Fußgängerbrücke NB2 (Brücke zum Nawarra Gelände)	100 m <sup>2</sup>	750.000,00 €
8	Zipline, inkl. Turm		3.000.000,00 €
<b>C</b>	<b>Ausstellung Besucherzentrum</b>		<b>900.000,00 €</b>
9	Ausstellung Besucherzentrum (klassisch und immersiv)		900.000,00 €
<b>D</b>	<b>Voruntersuchung</b>		<b>50.000,00 €</b>
10	Baugrunduntersuchungen		50.000,00 €
	<b>Gesamtvolumen (ohne Flyline)</b>		<b>21.628.000,00 €</b>

- Das mit Stand 03/26 berechnete Investitionsvolumen beläuft sich auf sich auf rd. **22 Mio. EUR**, inkl. der Rad- und Fußgänger an der GTB (separater Förderantrag Netzschkau). Für Preissteigerungen und unvorhergesehene Maßnahmen sollten zusätzlich 15-25 % der Investitionssumme eingeplant werden; in Summe ergibt sich damit ein Investitionsvolumen in Höhe von rd. **25,3 Mio. EUR bis 30 Mio. EUR**.

# Grobkonzept Wirtschaftlichkeit

Einnahmen	Betriebskosten / Wareneinsatz
<ul style="list-style-type: none"><li>• Eintritt Ausstellung (ca. 4 €), ca. 100.000 Besucher / Jahr</li><li>• Zipline (ca. 24 € pro Nutzer), ca. 25.000 Nutzer / Jahr</li><li>• Gastronomie (Verpachtung)</li><li>• Veranstaltungen (Vermietung)</li><li>• Merchandising/ Shop</li><li>• Sonstige Nebenerlöse</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Personal (ca. 570.000 €)</li><li>• Pflege Außengelände</li><li>• Energie, Pflege, Instandhaltung</li><li>• Marketing</li><li>• Allg. Betriebskosten</li><li>• Instandhaltung Gebäude</li></ul>
<b>1,38 Mio. EUR</b>	<b>Ca. 1,5 Mio. EUR</b>

🕒 **Betriebsergebnis: ca. – 120 Tsd. € (Anlaufphase)**, ohne Berücksichtigung der Investitionskosten

## Potenzielle weitere Einnahmen:

- 🕒 Zusätzliche Angebote (Startturm Zipline 360° Blick, Führungen)
- 🕒 Events / Veranstaltungen
- 🕒 Kooperationen

# Handlungskonzept & Maßnahmenplan – Produktentwicklung (Auszug)

Kategorie	Maßnahme / Arbeitstitel	Kurzbeschreibung	Format / Anlass
Digitale Inszenierung	AR-Brückenzeitreise	AR-Rundgang mit Baustelle 1850, historischen Zügen und „Röntgenblick“ in die Brücke an Aussichtspunkten	ganzjährig, individuell nutzbar (App/Leih-Tablet)
Digitale Inszenierung	AR-Selfie-Spot „Auf dem Gerüst“	Selfie-Station, bei der Besucher per AR virtuell auf dem historischen Gerüst stehen	ganzjährig, Zusatzangebot vor Ort
Digitale Inszenierung	Ziegelpatenschaften	Digitalisierung der Ziegel als Basis für ein Sponsoring mittels Patenschaft	ganzjährig
Digitale Inszenierung	Digitaler Audiowalk	App-/QR-basierter Hörspaziergang mit Rollenstimmen (Ingenieur, Arbeiter, Lokführer etc.)	ganzjährig, selbstgeführt
Licht & Illumination	Saisonale Illumination „Brücke im Licht“	Abende mit atmosphärischer Beleuchtung der Brücke über eine Laserinszenierung (z.B. Jahreszeiten, Baustellenlicht)	v.a. Frühjahr-Herbst, Abendveranstaltungen
Licht & Illumination	Thementage mit Projektionen	Projektion von historischen Plänen, Fotos oder Animationen auf die Brücke oder Leinwand	Sonderveranstaltungen / Thementage
Licht & Illumination	„Silent Light Walk“	Geführter, ruhiger Abendspaziergang zur illuminierten Brücke mit Natur- und Kurztextimpulsen	saisonal, v. a. Frühjahr/Herbst

# Handlungskonzept & Maßnahmenplan – Marketing

Maßnahme	Kurzbeschreibung
<b>Erarbeitung eines Marketingkonzeptes mit Aktivitäten-, Zeit-, Prioritätenplan und Kostenplanung</b>	<p><b>Marketingkonzept:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Entwicklung Markenstory &amp; Leitmotiv</li><li>• Einheitliche Bild- &amp; Designsprache (Ziel: Wiedererkennbarkeit)</li><li>• Claim-Varianten je Zielgruppe (Ziel: Passgenaue Ansprache): z.B. „360° Perspektivwechsel“, „Abenteuer mit Überblick“</li><li>• Ausarbeitung von <b>Maßnahmen zu den Marketinginstrumenten und Kommunikationskanälen</b>, inkl. Zuständigkeit, Zeithorizont und Budgetansatz:<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Digitale Kommunikation:</b> Webseite ist der zentrale Hub, emotionale Ansprache; Social Media (Instagram, YouTube, ggf. TikTok mit verschiedenen Serienformaten); Eventkalender, Hashtag #GöltzschExperience</li><li>• <b>Klassische &amp; regionale Vermarktung:</b> Erstellung einer hochwertigen Imagebroschüre, Faltplan; Kooperation mit Tourismusorganisationen (TVV, TMGS), Schulen, Hochschulen &amp; Kitas, Bahn; Präsenz in sämtlichen Kanälen der touristischen Partner</li><li>• <b>Veranstaltungen als Kommunikationsmotor nutzen:</b> Jede Veranstaltung = Content, Presseanlass, Social-Reach</li><li>• <b>Presse- und Öffentlichkeitsarbeit:</b> Anlassbezogene Kampagne (Bau, Pre-Opening, Opening, Betrieb)</li><li>• <b>Vertrieb:</b> Aufbau von Vertriebskooperationen mit Busreiseveranstaltern, Vereinen (Bahnbegeisterte) etc.</li><li>• <b>Shopsystem:</b> Online-Buchungstool / Ticketing für die Angebote und Events, Merchandising</li></ul></li></ul>
<b>Fortsetzung und Professionalisierung des bisherigen Marketings</b>	<p><b>2026/27:</b> Marketing evaluieren und erste Akzente neu zu setzen: Webpräsenz, Erstellung von Short-Clips für Social Media, Zusammenarbeit mit den verschiedenen Akteuren (TVV, TMGS, FVV etc.) intensivieren</p>

# Fazit und nächste Schritte

Nächste Schritte	Inhalt
<b>1. Governance und Projektorganisation festziehen (sofort):</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Projektstruktur für die Vorbereitungs-, Bau- und Betriebsphase</b> verbindlich beschließen, Rollenklärung zwischen <b>Zweckverband</b> und <b>Stadtverwaltung/Planungsabteilung</b>.</li></ul>
<b>2. Fördermittelstrategie und „förderkonforme“ Projektlogik sichern (kurzfristig):</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Förderkulisse/Programme in einen <b>Finanzierungs- und Meilensteinplan</b> abbilden</li><li>• <b>Kosten- und Leistungsstruktur</b> je Baustein (Besucherzentrum, Landschaftspark, Erlebnispfad, Zipline, Parkplatz, Rad- und Wanderwege) als Grundlage für Förderanträge und spätere Prüfungen finalisieren</li><li>• <b>Einigung auf die finanziell darstellbare Größe (Investitionen und Betrieb) des Besucherzentrums</b>, Untersetzung Raumprogramm mit Flächenvorgaben</li><li>• <b>Architektenwettbewerb oder vergleichbares Verfahren zur Gewinnung weiterer Gestaltungsvorschläge und Bewertung der Beiträge durch unabhängige Jury</b> (Bindung eines Verfahrensbetreuers) vorbereiten und durchgeführt</li></ul>
<b>3. Varianten- und Wirtschaftlichkeitscheck schärfen (kurzfristig):</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Betriebswirtschaftliche Logik je Angebot (Ausstellung, Zipline/Flyline, Gastronomie, Events) in einem <b>Betriebs- und Erlösmodell</b> plausibilisieren</li></ul>
<b>4. Planung zur Vergabereife führen und Genehmigungen vorziehen (mittelfristig):</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Bauvorbereitung über die Planungsabteilung strukturieren, Planungsfahrplan, Flächen-/Funktionsprogramm Besucherzentrum</li></ul>

# Fazit und nächste Schritte

Nächste Schritte	Inhalt
<b>5. Vergabe- und Umsetzungsstrategie festlegen (mittelfristig):</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Entscheidung und Vorbereitung der Vergaben, Projektcontrolling und Nachtragsmanagement als Standardprozess aufsetzen (Zeit/Kosten/Qualität/Risiken).</li></ul>
<b>6. Betrieb „mitplanen“: Betreiberhandbuch, Verträge, Anlauf organisieren (parallel zur Bauplanung) (mittelfristig)</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Betreiberanforderungen als <b>Planungsprämisse</b> festschreiben</li><li>• Vertragsmodelle vorbereiten: <b>Gastro (Pacht/Betreiber)</b>, Ticketing/Online-Buchung, Eventorganisation, Dienstleister,</li><li>• Soft-Opening-/ Inbetriebnahmeplan</li></ul>
<b>7. Vermarktung und Programmentwicklung anstoßen (mittelfristig, dann kontinuierlich):</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Jahresprogramm für <b>Events, Bildung, Kulturformate</b> und digitale/inszenierende Angebote,</li><li>• Zielgruppenansprache (Familien, Paare, Schulklassen, Eisenbahn-/Technikinteressierte, Adventure-Fans, Gruppen, Schulklassen, B2B) in <b>Vermarktungs- und Kooperationsstrategie</b> übersetzen (Region, Gruppenreise, Unternehmen/Vereine)</li></ul>

## Fazit und nächste Schritte

- Mit **GöltzschExperience 360°** entsteht die Chance, das herausragende Ingenieurdenkmal in einen wirtschaftlich tragfähigen, ganzjährig nutzbaren Erlebnisraum zu überführen.
- Entscheidend ist es, die mit Fördermitteln zu finanzierende **Investition in Höhe von rd. 22 Mio. € (ca. 25,3 Mio. € bis 30,0 Mio. € inkl. Puffer)** mit einer klaren Projekt- und Betreiberstruktur, belastbaren Planungs- und Vergabeprozessen sowie einem konsequenten Controlling umzusetzen, damit aus der Vision ein verlässlicher Betrieb mit regionaler Wertschöpfung wird.
- Die **Göltzschtalbrücke kann ab 2031 als identitätsstiftender Ort mit Charakter und Zukunft** etabliert werden.
- Damit entsteht aus dem heutigen Besuchsanlass „Brücke ansehen“ ein Erlebnis „**Weitsicht erleben – Geschichte spüren – Abenteuer fühlen**“.
- Nun gilt es, **gemeinsam mit den Initiatoren, weitere Partner** für dieses Konzept zu begeistern und **Mittel und Wege** für die Umsetzung zu finden.



Bild: Hannes Reinhold



**Herzlichen Dank für  
Ihre Aufmerksamkeit!**



# Fragen





mascontour GmbH  
Matthias Beyer/Managing Director  
Schwiebusser Str. 9  
10965 Berlin/Germany  
+49 (0) 30 616 257 47  
contact@mascontour.info

