

Tourismusstrategie Thüringen 2025.

Umsetzungsstand
Dezember 2019

Umsetzungsstand Tourismusstrategie Thüringen 2025 - Inhaltsverzeichnis

Vorwort

1. Handlungsfeld Marke und Zielgruppe (verantwortlich: TTG)

Erledigt

Persona-Erklärfilme und Steckbriefe
Infografiken zur Tourismusstrategie Thüringen 2025
Marketingkonzept
ErlebnisWerkstatt

In Arbeit

Reisemotivgruppen und Kompetenzbeweise
Relaunch thuringen-entdecken.de
Medienarbeit
Marktforschung Inland
Marktforschung und Marketing Ausland
Regionale Projektsteuerungsgruppen

2. Handlungsfeld Digitalisierung (verantwortlich: TTG)

Erledigt

Content Strategie

In Arbeit

Content Management und Datenqualität
Thüringer Content Architektur Tourismus (ThüCAT)

3. Handlungsfeld Betriebe (verantwortlich: TMWWDG)

Erledigt

(Neu-) Ausrichtung der gewerblichen Förderung
Thüringer Barcamp Tourismus 2019
Wettbewerb Corporate Design für Thüringer Ferienhäuser

In Arbeit

Komfortdenker-Netzwerk (verantwortlich: TTG)
Proaktives, tourismusspezifisches Ansiedlungsmanagement
Werkstattgespräche Betriebe
Unterstützung bei der Unternehmensnachfolge
Fachkräftesicherung im Gastgewerbe
Qualität und Service nachhaltig verbessern
Digitalisierungsprozesse in touristischen Betrieben

4. Handlungsfeld Organisation und Finanzierung (verantwortlich: TMWWDG)

Erledigt

Öffnung des Thüringer Kommunalabgabengesetzes
Punktesystem DMO-Entwicklung
Neu-Ausrichtung Organisationsstrukturen TTG (verantwortlich TTG)

In Arbeit

Weiterentwicklung lokaler und regionaler Organisationsstrukturen
Interministerielle Abstimmung
Neufassung Landesprogramm Tourismus

Abkürzungsverzeichnis

Vorwort

Mit der Tourismusstrategie Thüringen 2025 haben wir uns einer gemeinsamen Vision verschrieben: „Thüringen wird Tourismusland!“. Diese Strategie gilt dabei als Leitfaden, um den Thüringer Tourismus wettbewerbsfähig und zukunftsorientiert zu gestalten. Im Mittelpunkt steht dabei die Konzentration auf die vier zentralen Handlungsfelder „Marke & Zielgruppe“, „Digitalisierung“, „Betriebe“ sowie „Organisation & Finanzierung“. Diese werden durch die vier Querschnittsthemen „Barrierefreiheit“, „Nachhaltigkeit“, „Kulinarik & Service“ sowie „Gute Arbeit“ ergänzt und flankiert.



Federführend arbeiten das Thüringer Ministerium für Wirtschaft, Wissenschaft und Digitale Gesellschaft und die Thüringer Tourismus GmbH als treibende Akteure an der Umsetzung dieser Strategie. Dabei engagieren sich touristische Leistungsträger, die Branchenvertreter, die Kammern sowie zahlreiche weitere Partner aus Wirtschaft und Verwaltung ganz vielfältig in den dargelegten Maßnahmen, die alle mit den Kernzielen der Tourismusstrategie verbunden sind und auf deren Erfüllung einzahlen. Der vorliegende Projektkatalog zur „Tourismusstrategie Thüringen 2025 - Umsetzungsstand September 2019“ soll einen Überblick geben über bisher erreichte Meilensteine in der Umsetzung der Tourismusstrategie Thüringen 2025 und einen Ausblick geben über die aktuell verfolgten Projekte und damit zusammenhängende Meilensteine.

Eine Strategie kann nur erfolgreich sein, wenn sie anhand geeigneter Maßnahmen mit Leben gefüllt wird. Der Projektkatalog dient deshalb zum Einen als Momentaufnahme zum aktuellen Umsetzungsstand Dezember 2019 und zur Information, zum Anderen aber auch als Einladung an alle Partner, sich auch in Zukunft gemeinsam für den Tourismus in Thüringen stark zu machen und die Strategieziele der Tourismusstrategie Thüringen 2025 weiter fokussiert zu verfolgen.

Ich wünsche allen beteiligten Akteuren viel Erfolg bei der Umsetzung ihrer Projekte, nicht nur in ihrem ureigenen Interesse, sondern auch im Sinne der Steigerung der Angebots- und Servicequalität auf allen Ebenen im Tourismusland Thüringen.

Herzlichst,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'W. Tiefensee'. The signature is fluid and stylized, with a long horizontal stroke at the end.

Ihr Wolfgang Tiefensee

Persona-Erklärfilme und Steckbriefe

Handlungsfeld: Marke und Zielgruppe

Ziel

Um die Wichtigkeit von Zielgruppen herauszuheben und eine Auseinandersetzung aller Akteure im Tourismus mit ihren Bedürfnissen zu fördern, entwickelt die TTG eine Reihe von informativen und inspirierenden Erklärfilmen und Steckbriefen, die idealtypische Vertreter von vier ausgewählten Zielgruppen sogenannte Personas porträtieren.

Inhalt

Ein Kernthema der Tourismusstrategie Thüringen 2025 ist die Ausrichtung des Gesamtkonzepts auf vier Zielgruppen bzw. Leitmilieus, die unterschiedliche Motive für eine Reise nach Thüringen haben. Diese Reisemotive sind „Kennerschaft“, „Faszination“, „Sehnsucht“ und „Neugierde“. In jedem der vier Erklärfilme teilt eine Persona ihre Gedanken zu Reiseverhalten und -planung mit dem Zuschauer. Alle Punkte entlang der Customer Journey - von der Inspiration, über Information, Buchungsverhalten bis hin zur Reisenachbereitung - werden dabei pointiert charakterisiert. Für die Filme wurden echte Vertreter der vier Zielgruppen interviewt. Sie transportieren glaubhaft den Lebensstil und die Werte des jeweiligen Leitmilieus.

Lassen Sie sich von den Personas inspirieren. Wählen Sie zunächst eine Persona bzw. ein Reisemotiv aus, welche(s) am besten zu Ihrem Produkt oder Reiseanlass passt. Lernen Sie die Persona durch den Erklärfilm und den Steckbrief kennen und versuchen Sie, deren Bedürfnisse zu verstehen. Richten Sie Ihre Produktgestaltung, Marketingaktivitäten und Vertriebswege da-nach aus. Treten Sie mit Ihrer Zielgruppe in Kontakt und befragen Sie Ihre Gäste regelmäßig, ob ihnen Ihr Angebot zusagt. Eine Hilfestellung für die konkrete Produktentwicklung mit Fokus auf die geeignete Zielgruppe, aber auch Tipps für zielgruppengenaue Marketing- und Vertriebsmaßnahmen finden Sie im „Digitalen Produktleitfaden“.

Die Steckbriefe der vier Personas finden Sie im Tourismusnetzwerk unter: <https://thueringen.tourismusnetzwerk.info/inhalte/tourismusstrategie/tourismusstrategie-thueringen-2025/personas-die-neuen-zielgruppen/>

Ansprechpartner

Thüringer Tourismus GmbH
Strategische Produktentwicklung

Partner

Sinus Institut, Tourismuszukunft, Joachim
Köhler Mediadesign, KIDS interactive
GmbH

Meilensteinplan

Q2 - Q4 2017

Workshops zur Entwicklung der
Personas und der Steckbriefe,
Überprüfung der Steckbriefe durch
Telefoninterviews

Q1 - Q3 2018

Dreharbeiten mit „echten“
Personas, Entwicklung eines
Storyboards für die Erklärfilme mit
Kids interactive

Bis 10/2018

Fertigstellung und Präsentation der
Persona-Filme im Tourismusnetz-
werk

Infografiken zur Tourismusstrategie Thüringen 2025

Handlungsfeld: Marke und Zielgruppe

Ziel

Um das Verständnis für die Inhalte der Tourismusstrategie Thüringen 2025 zu verbessern und eine Auseinandersetzung aller Akteure im Tourismus mit besonders relevanten Projekten zu fördern, entwickelt die TTG eine Reihe von Infografiken, die Projekte aus dem Handlungsfeld Digitalisierung und andere Maßnahmen anschaulich darstellen.

Inhalt

Infografiken eignen sich besonders gut, um inhaltlich komplexe Themen auf das Wesentliche zu reduzieren und auf einen Blick verständlich zu machen. Sie wurden daher als Erklärformate für ausgewählte Projekte der Tourismusstrategie Thüringen 2025 ausgewählt.

Maßnahmen wie die Thüringer Content Architektur (ThüCAT) sind für alle touristischen Akteure in Zukunft von großer Bedeutung, muten jedoch auf Anhieb recht technisch an. Die Infografik verdeutlicht Zusammenhänge und Vorgänge innerhalb der ThüCAT und zeigt die Vorteile für alle Partner auf. Weitere Infografiken beschäftigen sich mit einem sogenannten Knowledge Graph für die Tourismusbranche, mit der ErlebnisWerkstatt als digitalem Tool zur Produktentwicklung, mit dem Komfortdenker-Netzwerk für Gastgeber und mit den Stufen für touristische Produkte in Thüringen.

Entdecken Sie die Infografiken im Tourismusnetzwerk, um alles über ThüCAT&Co. herauszufinden. Nutzen Sie die Infografiken auch für eigene Präsentationen, Beiträge oder Newsletter und teilen Sie diese mit anderen Partnern.

Die fünf Infografiken zur Tourismusstrategie Thüringen 2025 finden Sie im Tourismusnetzwerk.

Ansprechpartner

Thüringer Tourismus GmbH
Umsetzungsmanagement LTS 2025

Partner

Tourismuszukunft, Sibylle Exel Rauth
(grafische Gestaltung)

Meilensteinplan

Q1 2019

Absprachen zur Entwicklung der Infografiken und Briefing der Agentur

Q2 2019

Inhaltliche und grafische Gestaltung der Infografiken

06/2019

Präsentation auf dem Tourismustag und Einbindung im Tourismusnetzwerk

Marketingkonzept

Handlungsfeld: Marke und Zielgruppe

Ziel

Ziel des neuen Marketingkonzepts ist die strategische Ausrichtung aller Maßnahmen und Kanäle auf die in der Tourismusstrategie Thüringen 2025 identifizierten Zielgruppen und ihre Reisemotive. Inlands- und Auslandsmarketing werden im neuen Konzept gemeinsam gedacht und aufeinander abgestimmt.

Inhalt

Im Rahmen der Umsetzung entwickelt die TTG ein zielgerichtetes Marketingkonzept, das die Vorgaben der Tourismusstrategie in die Praxis übersetzt. Der Fokus liegt dabei vor allem auf der Überprüfung und Anpassung der Maßnahmen an die vier Personas, die über unterschiedliche Kanäle und Plattformen erreichbar sind.

Jede Zielgruppe wird in Zukunft mit hochwertigem Content an der richtigen Stelle erreicht und zu einer Reise nach Thüringen inspiriert. Regelmäßige Befragungen der Zielgruppen und ihrer Motive sollen die Wirkung dieser persönlichen Ansprache überprüfen. Die Vermarktung über den digitalen Showroom „360 Grad Thüringen digital entdecken“ wird mit besonderer Aufmerksamkeit in den Marketingplan einbezogen und ergänzt die Maßnahmen im Online- und Printbereich.

Die neue Marketingstrategie der TTG kann Ihnen Hilfe und Orientierung bei der Planung Ihrer eigenen Marketingmaßnahmen bieten. Lassen auch Sie sich von unseren Personas zu personalisiertem Marketing inspirieren. Qualitativer Content erreicht ihre Zielgruppe dort, wo sie sich gerne informieren und ihre Reise planen. Sammeln Sie Ideen für spannenden Content, indem sie unsere Kanäle verfolgen und entwickeln Sie eigene kreative Kampagnen.

Ansprechpartner

Thüringer Tourismus GmbH (TTG)
Marketing

Partner

Agentur H2F, Thüringer Ministerium für
Wirtschaft, Wissenschaft und Digitale
Gesellschaft Referat Landesmarketing
und Öffentlichkeitsarbeit

Meilensteinplan

Bis Q4 2018

Überprüfung und Anpassung der
Marketingmaßnahmen auf die vier
Zielgruppen

Ab Q1 2019

Fokussierung auf hochwertigen
Content für die neuen Zielgruppen
in regionalen und überregionalen
Kanälen

ErlebnisWerkstatt

Handlungsfeld: Marke und Zielgruppe

Ziel

Die ErlebnisWerkstatt ist ein digitaler Assistent für die touristische Produktentwicklung. Er bietet Nutzern die Möglichkeit, ihre Produktideen in einem geführten Prozess auszuarbeiten und bestehende Produkte weiter zu entwickeln. Ziel ist es, touristische Angebote an die für Thüringen relevanten vier Zielgruppen anzupassen.

Inhalt

Der Leitfaden umfasst mehrere Funktionen, die dem Nutzer in anwendungsfreundlichem Design zur Verfügung stehen: Inspiration durch Best-Practice-Beispiele, Entwicklung von neuen Produktideen, Optimierung bestehender Produkte, Vermittlung von passenden Projekten und Ansprechpartnern für Themen wie Förderung, Fachkräftemangel, Unternehmensnachfolge usw. Alle Maßnahmen sind darauf ausgerichtet, den Fokus bei der Produktentwicklung auf die Gästeperspektive zu richten. Die in der Tourismusstrategie festgelegten Zielgruppen und die entworfenen Personas helfen Betrieben dabei, die Wünsche, Bedürfnisse und Qualitätsansprüche ihrer Gäste zu kennen und sich darauf einzurichten.

Im Sommer 2019 wurde eine weitere Funktion eingerichtet. Der Strang „Ich möchte Familienmitglied werden“ bindet bestehende Produkte in die Familienmarke „Thüringen entdecken“ ein – als Lizenzpartner, als Kompetenzbeweis und perspektivisch auch als TOP Gastgeber Thüringen.

Wechseln Sie von der Angebots- zur Gästeperspektive: Lassen Sie sich von Best-Practice-Beispielen zu neuen Produktideen inspirieren, indem Sie relevante Themengebiete für Ihr Unternehmen und Ihre Region auswählen. Schaffen Sie ein maßgeschneidertes und qualitativ ansprechendes Angebot für Ihre Zielgruppe. Binden Sie die Produktentwickler Ihrer Region und der Thüringer Tourismus GmbH ein, um vom Netzwerk zu profitieren. Falls Sie Beratung benötigen, finden Sie in der ErlebnisWerkstatt Ansprechpartner und ein unterstützendes Netzwerk. Nicht zuletzt: Werden Sie Teil der Familienmarke „Thüringen entdecken“.

Hier geht es zur [ErlebnisWerkstatt](#).

Ansprechpartner

Thüringer Tourismus GmbH
Strategische Produktentwicklung

Partner

TMWWDG, IHKn, Thüringer Aufbaubank,
DEHOGA Thüringen e.V.,
Regionalverbund Thüringer Wald,
HVE Eichsfeld Touristik, Rhön GmbH,
Welterbergregion Wartburg Hainich,
Erfurt Tourismus und Marketing GmbH,
Tourismuszukunft und viele weitere

Meilensteinplan

Q1 2018

Konzeption des Produktleitfadens mit den Partnern

Q1 – Q2 2018

Contenterstellung und Offlineprototyping

Bis Q4 2018

Testphase

Q1 2019

Implementierung

Q2 2019

Erweiterung der ErlebnisWerkstatt

Reisemotivgruppen und Kompetenzbeweise

Handlungsfeld: Marke und Zielgruppe

Ziel

Die in der Tourismusstrategie festgelegten Leitprodukte Weimar, Wartburg, Rennsteig und Erfurt bedienen die Reisemotive „Kennerschaft“, „Faszination“, „Sehnsucht“ und „Neugierde“ der vier definierten Zielgruppen. Um den Gästen darüber hinaus attraktive Reiseanlässe zu bieten, erarbeiten vier Reisemotivgruppen unter Federführung der TTG die Kriterien für inspirierende Produkte (sogenannte Kompetenzbeweise), die speziell auf die jeweiligen Interessen der Zielgruppen zugeschnitten sind.

Inhalt

Die Übersetzung der Markenregeln in Prinzipien für die Marke Thüringen bildet die Basis für die Auswahl der Kriterien. Die vier Gruppen setzen sich aus Vertretern der Leitprodukte und weiteren fachkundigen Partnern zusammen, deren Produkte auf ähnliche Wünsche und Bedürfnisse ausgerichtet sind und daher ein Reisemotiv erfüllen könnten. Die Ansprüche der jeweiligen Zielgruppen werden entlang der gesamten Customer Journey von der Inspirationsphase über die Planung und Buchung der Reise bis zur Gestaltung des Aufenthalts vor Ort nachgezeichnet und in Qualitätskriterien überführt.

An diesen Kriterien können sich künftig alle orientieren, die Ihr Angebot erfolgreich an die Anforderungen einer Zielgruppe anpassen wollen. Darüber hinaus arbeiten die Reisemotivgruppen zusammen an Lösungen für abgestimmtes und aufeinander einzahlendes Marketing und konsequente Markenführung zur gemeinsamen Stärkung des Images.

Werden Sie Familienmitglied der Marke Thüringen oder bauen Sie Ihr touristisches Produkt zum Kompetenzbeweis aus. Als Teil eines starken Marken- und Marketingverbundes profitieren Sie von Synergien durch Kooperationen mit Partnern und im Marketing. Überprüfen Sie im Pfad „Ich möchte Familienmitglied werden“ in der ErlebnisWerkstatt im Tourismusnetzwerk Thüringen, ob Ihr Produkt die Kriterien erfüllt, um Kompetenzbeweis zu werden: <https://erlebniswerkstatt.thueringen.tourismusnetzwerk.info/#/>

Ansprechpartner

Thüringer Tourismus GmbH
Marketing & Strategische Produktentwicklung

Partner

TMWWDG, TSK, Klassik Stiftung Weimar,
Theater Erfurt, Kunstfest Weimar, Weimar
GmbH, Tourismusverband Südharz/
Kyffhäuser, Erfurt Marketing und
Tourismus GmbH, Wartburgstiftung
Eisenach, Regionalverbund Thüringer
Wald und viele weitere

Meilensteinplan

Seit Q2 2018

Auftaktsitzungen und regelmäßige
Treffen der einzelnen Reisemotiv-
gruppen

Bis Q1 2019

Erarbeitung von Kriterien für Kompe-
tenzbeweise

Ab Q2 2019

Ermittlung von Produkten, die Krite-
rien zum Kompetenzbeweis erfüllen

Bis 2025

Gewinnung aller Leitprodukte und
Kompetenzbeweise als Markenbot-
schafter für Thüringen

Relaunch thuringen-entdecken.de

Handlungsfeld: Marke und Zielgruppe

Ziel

Die Seite thuringen-entdecken.de wird als eines der ersten Pilotprojekte mit dem Webseiten-Baukasten der Thüringer Content Architektur Tourismus (ThüCAT) erneuert. Als einer der wichtigsten Markenkontaktpunkte zum Kunden bietet die Webseite die Möglichkeit, direkt mit den Zielgruppen in Kontakt zu treten. Die Vermittlung von inspirativem Content und die Erhöhung der Sichtbarkeit im Netz sind dabei zentrale Ziele der neuen Webseite.

Inhalt

Nutzergenerierter Content und interaktive Formate machen die neue Version der Website beweglicher und motivieren den Besucher, sich intensiv mit dem Reiseland Thüringen zu beschäftigen. Die Reisemotive der vier Zielgruppen finden sich bereits im Hauptmenü der Webseite wieder und garantieren so personalisierte Inhalte und ein individuelles Entdecken durch den Gast.

Der strategische Fokus liegt auf der Produktion von hochwertigem Content nach CCO, dessen Weiterverwendung durch viele Nutzer eine größere Relevanz und Reichweite erzielen kann. Die festgelegten Formate für Inhalte in der Datenbank verbessern auch die Auffindbarkeit durch Suchmaschinen (wie z. B. Google Bildwelt). In einem weiteren Schritt werden die Fremdsprachenseiten ebenfalls mit qualitativen Inhalten gefüllt und erfahren dadurch eine deutliche Aufwertung. Diese Seiten in englischer, niederländischer, französischer und dänischer Sprache konzentrieren sich ausschließlich auf relevante Inhalte für den jeweiligen Auslandsmarkt.

Thüringen entdecken Ihre Gäste ab jetzt durch beeindruckende Bilder und stimmungsvolle Videos mit ein paar Klicks. Persönliche Tipps und Erfahrungsberichte helfen ihnen bei der individuellen Urlaubsplanung. Nutzen Sie diese größere Online-Präsenz und unsere Inhalte, um ihr eigenes Angebot besser zu präsentieren. Werden Sie selbst Pilotprojekt indem Sie Ihre Seite mit dem neuen Webseiten-Baukasten gestalten. Weitere Informationen finden Sie auch in der Projektbeschreibung zu „ThüCAT“.

Ansprechpartner

Thüringer Tourismus GmbH (TTG)
Marketing

Partner

Agentur H2F

Meilensteinplan

Bis 12/2019

Erstellen einer Beta-Version der Website zur Testphase mit Nutzern

Bis 12/2020

Relaunch der Website
inkl. Erneuerung der Fremdsprachenportale

Medienarbeit

Handlungsfeld: Marke und Zielgruppe

Ziel

Die strategischen Ziele des Handlungsfeldes Marke und Zielgruppe der Tourismusstrategie Thüringen 2025 werden durch die Presseabteilung der TTG intensiv unterstützt. Ziel der Medienarbeit ist es, das Interesse an den Leitmotiven und Kompetenzbeweisen in den Medien zu wecken und eine höhere Bekanntheit und Berichterstattung zu generieren.

Inhalt

In Abstimmung mit dem Marketing der TTG werden interessante Geschichten rund um die Leit motive und Kompetenzbeweise erzählt. Das Themensetting des Marketings bildet dabei die Grundlage für die Pressearbeit, die sich wiederum an den genutzten Leitmedien der Personas und Zielgruppen orientiert. Eine zu den Zielgruppen und deren Medien entsprechende Tonalität sowie Bildauswahl wird für alle Presse- Instrumente angewendet. Damit wird eine Berichterstattung, die auf das Gesamtbild Thüringens (Wofür steht Thüringen?) einzahlt, angestrebt.

Zu den wichtigsten Presse- Instrumenten für die Umsetzung zählen unter anderem das Beantworten von Rechercheanfragen der Medien, die Organisation von Recherche- und Gruppen- Pressereisen, die Organisation von Pressekonferenzen und die Distribution von Presseinformationen (Pressetexte, Pressedienst, Interviews).

Wir stehen gern bei konkreten Fragen zur Medienarbeit beratend zur Verfügung. Informieren Sie uns gern bei Neuigkeiten wie z. B. Neueröffnungen, besonderen Führungen oder neuen Produkten aus Ihrer Region/Stadt. Wir und auch die Medien sind immer auf der Suche nach Besonderheiten.

Ansprechpartner

Thüringer Tourismus GmbH (TTG)

Presse und Öffentlichkeitsarbeit

Partner

intern

Meilensteinplan

Bis Q4 2018

Leitprodukte und Kompetenzbeweise im Vordergrund der Pressearbeit

Ab Q1 2019

Fokus auf Leitmedien der vier Zielgruppen

Bis Q4 2019

Zielmessung nach neuen Suchbegriffen

Marktforschung Inland

Handlungsfeld: Marke und Zielgruppe

Ziel

Ziel der Neuausrichtung in der Marktforschung ist es, die Umsetzung der Tourismusstrategie Thüringen 2025 in allen Handlungsfeldern zu begleiten. Die Marktforschungsplanung orientiert sich deshalb an den Zielen der Tourismusstrategie und nimmt beispielsweise die Erhöhung der Bekanntheit von Thüringen als Reiseland oder die Weiterempfehlungsbereitschaft von Thüringen-Reisenden als Kennzahlen in den Blick.

Inhalt

Die drei Säulen der Marktforschung sind: die allgemeine Marktforschung, das Controlling und die Trendforschung.

Die Erfassung und Auswertung allgemeiner Zahlen im deutschen Tourismus bildet die Grundlage für die Planung sämtlicher touristischer Maßnahmen. Studien wie die Reiseanalyse, Destination Brand oder der Destination Monitor geben beispielsweise Aufschluss über die Gästezufriedenheit oder das Reiseverhalten.

Im Controlling werden Kennzahlen identifiziert, die die Ziele der Tourismusstrategie messbar machen. Kennzahlen dieser Art können zum Beispiel das Reisezielinteresse für eine Reise nach Thüringen bei potentiellen Gästen abfragen, um diesen Wert kontinuierlich zu beobachten und durch eventuelle zusätzliche Maßnahmen zu steigern.

Der Fokus der Marktforschung richtet sich in Zukunft verstärkt auf das Aufspüren von Trends, die den Tourismus in Zukunft beeinflussen werden. Das Zusammenspiel der drei Säulen der Marktforschung liefert wichtige Ergebnisse für die Akteure im Land - ganz aktuell und in die Zukunft gedacht.

Durch Marktforschung im Tourismus lernen Sie Ihren Gast und seine Erwartungen besser kennen. Lesen Sie den regelmäßigen Marktforschungs-Newsletter im Tourismusnetzwerk Thüringen, um einen Überblick über aktuelle Trends zu bekommen und lassen Sie sich zu neuen Ideen inspirieren. Auf der Seite [Trends & Marktforschung](#) im Tourismusnetzwerk finden Sie aktuelle Forschungsergebnisse und Statistiken zu Thüringen, eine Auswahl an bundesweiten Studien und einen Überblick über alle erschienenen Marktforschungs-Newsletter. Im Austausch mit der TTG können Sie gezielt eigene Marktforschungsprojekte planen und umsetzen.

Ansprechpartner

Thüringer Tourismus GmbH (TTG)
Strategisches Management &
Marktforschung

Partner

dwif Consulting GmbH, FJR, inspektour
GmbH, GfK, FH Westküste, IUBH Erfurt,
Tourismuszukunft, ProjektM,
Sinus Institut

Meilensteinplan

Bis Q4 2018

Entwicklung strategischer und operativer Kennzahlen zur Messung von Erfolgen

Bis Q2 2019

Nullmessung

2021

Zwischenevaluierung aller relevanten Daten

2024/2025

Abschlussevaluierung der Marktforschungsdaten im Vergleich zum Stand 2018

Marktforschung und Marketing Ausland

Handlungsfeld: Marke und Zielgruppen

Ziel

Das Auslandsmarketing wird ebenso wie das Inlandsmarketing an die neue Tourismusstrategie angepasst. Die Fokussierung auf relevante Märkte und Zielgruppen ist dabei ein wichtiges strategisches Ziel. Aus diesem Grund spielt die Marktforschung für das Auslandsmarketing eine große Rolle.

Inhalt

Im ersten Schritt findet eine Evaluierung von 27 Märkten statt, die in Bezug auf Übernachtungsaufkommen und Themen als besonders relevant für Thüringen identifiziert wurden. Bei erfolgreicher Vermarktung Thüringens in einem Land besteht vermutlich auch in den Nachbarländern ein hohes Interesse. Eine wichtige Aufgabe der Marktforschung ist es daher festzustellen, ob die Märkte im Fokus immer noch die stärksten Märkte sind oder ob in anderen Ländern verstecktes Potential schlummert.

Eine weitere Maßnahme ist die Ermittlung eines Markenimages für die wichtigsten Märkte Niederlande, Schweiz und Österreich. Über Studien wie den Destination Brand kann die Marktforschung herausfinden, welche Assoziationen Menschen in diesen Ländern mit Thüringen verbinden oder wie die Markenstärke in den einzelnen Ländern ist. Ähnlich wie bei den Personas kann man so auf ihre Werte und Vorstellungen schließen. Die Erforschung der Auslandsmärkte soll in Handlungsempfehlungen für das Marketing münden, um die Maßnahmen und Kanäle auch im Ausland an Zielgruppen anzupassen.

Das Projekt wird durch EFRE gefördert.

Lernen Sie Ihre Gäste aus dem Ausland besser kennen; versetzen Sie sich in den Gast hinein, um Ihr Angebot an seine Bedürfnisse anzupassen. Informationen zu den landesspezifischen Zielgruppen helfen Ihnen herauszufinden, welche Auslandsmärkte speziell für Ihre Produkte und Themen vielversprechend sind. Die Ergebnisse der Marktforschung werden über das Tourismusnetzwerk geteilt.

Ansprechpartner

Thüringer Tourismus GmbH (TTG)
Auslandsmarketing

Partner

Dwif Consulting GmbH,
inspektour GmbH

Meilensteinplan

Bis Q4 2018

Evaluierung der Auslandsmärkte und Bewertung ihres Potentials, Erstellung eines Markenimages für die A-Märkte (NL, CH, AT)

Bis 12 /2020

Entwicklung marktspezifischer Steckbriefe (Personas und Medienverhalten)

Bis 2025

Vermittlung spezifischer Marktkennntnisse an die Partner und Etablierung von Kooperationen

Regionale Projektsteuerungsgruppen

Handlungsfeld: Marke und Zielgruppe

Ziel

Die Weiterentwicklung der Thüringer Leitprodukte und Kompetenzbeweise sowie die Schaffung neuer innovativer Produkte, die auf die vier Zielgruppen des Landes zugeschnitten sind – das sind die Aufgaben der zehn Regionalen Projektsteuerungsgruppen, die sich im gesamten Land gegründet haben. Ein zielgerichtetes Projektmanagement, dynamische Methoden und eine verbesserte Kommunikation bilden dabei die Grundlagen für die erfolgreiche Produktentwicklung.

Inhalt

Die Tourismusstrategie Thüringen 2025 konzentriert sich im Wesentlichen auf die Entwicklung und Positionierung von vier Leitprodukten: Weimar, die Wartburg, der Rennsteig und Erfurt. Ausgehend von den Leitprodukten und den vier Reisemotiven „Kennerschaft“, „Faszination“, „Sehnsucht“ und „Neugierde“ sollen in allen Regionen qualitative Produkte (sogenannte Kompetenzbeweise) entwickelt und verbessert werden, die dem Gast ein definiertes Bild von Thüringen vermitteln und ihn zur Reise inspirieren. Diese Kompetenzbeweise sollen die Leitprodukte aus Zielgruppensicht ergänzen und weitere Reiseanlässe darstellen. Ziel der regionalen Steuerungsgruppen ist es, diesen Prozess maßgeblich zu fördern und zu strukturieren. In insgesamt 10 Projektsteuerungsgruppen arbeiten wichtige Akteure der jeweiligen Regionen zusammen, um übergreifende Strukturen und Abläufe für die Produktentwicklung zu etablieren. Durch die Arbeit mit Modellprojekten und dynamischen Prototypen entstehen besonders anschauliche Lösungsansätze, die nicht nur auf die Bedürfnisse der Reisenden abgestimmt sind, sondern durch ihre Qualität und Außergewöhnlichkeit überregionale Strahlkraft besitzen.

Als Beispiel kann die neue Stadtführung „Erfurt kreativ“ benannt werden. Auf der Tour lernen Gäste die junge Kreativszene Erfurts kennen. Das Angebot wurde speziell für das Reisemotiv „Neugierde“ entwickelt und ist in seiner Ausgestaltung perfekt auf die Zielgruppe (Sinus-Milieu Adaptiv-Pragmatisch) zugeschnitten.

Ergänzend zu den Projektsteuerungsgruppen wurde die [ErlebnisWerkstatt – Ihr digitaler Assistent für die touristische Produktentwicklung](#) installiert. Zündende Ideen können über den Assistenten zielgruppengerecht ausgearbeitet und bei der Steuerungsgruppe eingereicht werden. Diese unterstützt Sie zum Beispiel durch Vernetzung mit geeigneten Partnern oder Beratung zu Möglichkeiten der Finanzierung.

Ansprechpartner

Thüringer Tourismus GmbH (TTG)
Strategische Produktentwicklung

Partner

Erfurt, Rennsteig+ ThüringerWald,
Wartburg+ Welterberegion,
Weimar+ Weimarer Land,
Altenburg+ Altenburger Land,
Eichsfeld, Kyffhäuser+ Südharz+
Thüringer Becken, Rhön,
Saaleland+ Jena, Vogtland

Meilensteinplan

Seit Q2 2018

Auftaktsitzungen und fortlaufende Workshops in den einzelnen Gruppen

Seit Q2 2018

Entwicklung von überregional relevanten Produkten

Seit Q3 2018

Schulung der regionalen Partner im Projektmanagement und KoRa (Kommunikationsraum des Tourismusnetzwerks Thüringen)

Content-Strategie

Handlungsfeld: Digitalisierung

Ziel

Die Ausarbeitung einer Content-Marketing-Strategie spielt eine Schlüsselrolle bei der Neugestaltung von zielgruppenorientierten Inhalten. Qualitativer Content bietet den Zielgruppen einen hohen Mehrwert (Information, Inspiration, Orientierung, Unterhaltung) und spricht sie direkt an. Um diese gezielte Ansprache zu erreichen, ist eine strategische Planung der Formate, Kanäle und Qualität von Content in Anpassung an die Erwartungen der Zielgruppe unerlässlich.

Inhalt

Welche Inhalte suchen Zielgruppen in welcher Phase der Reiseentscheidung? Wie lassen sie sich am besten präsentieren? Wie können Text und Bildsprache optimiert werden? Um ansprechende Inhalte für eine bestimmte Zielgruppe aufzubereiten, müssen im touristischen Marketing viele Faktoren berücksichtigt werden. Mit einer umfassenden Content-Strategie für Thüringen soll die Vielfalt und Qualität von Content gefördert werden.

Die Thüringer Content Architektur Tourismus (ThüCAT) dient dabei als Knotenpunkt für Content, der Inhalte unterschiedlicher Akteure sammelt und ausspielt. Damit die dezentrale Pflege der ThüCAT erfolgreich funktioniert, gibt es einen Content Leitfaden, der Richtlinien für die Produktion von Inhalten festlegt. Auch die detaillierte Aufgabenteilung zwischen Akteuren, die diese Inhalte produzieren und liefern, wird in der Content-Strategie festgelegt. Der inhaltliche Fokus der TTG liegt zum Beispiel auf der Inspiration der potentiellen Gäste. Der Aufgabenschwerpunkt der Regionen hingegen wird mit Bezug auf die Leitprodukte noch stärker auf informativem Content liegen.

Nutzen Sie die Thüringer Content Architektur Tourismus (ThüCAT), um Ihre eigenen Inhalte zu sammeln und zu pflegen (siehe Projekt ThüCAT). Bei der Erstellung von Content wie beispielsweise inspirierenden Beiträgen oder hochwertigem Bildmaterial können Sie sich am Content Leitfaden im Tourismusnetzwerk orientieren: <https://thueringen.tourismusnetzwerk.info/inhalte/digitales-content/content-strategie-content-guide/>

Ansprechpartner

Thüringer Tourismus GmbH
Content Management

Partner

Tourismuszukunft

Meilensteinplan

Q3 2017

Analyse des bisherigen Contents

Ab 09/2018

Festlegung von Kriterien für den gewünschten Content in Bezug auf die Ansprüche der Zielgruppen

Bis Q3 2019

Erstellung eines Content Leitfadens für die Produktion von Inhalten

Content Management und Datenqualität

Handlungsfeld: Digitalisierung

Ziel

Mit Hilfe der ThüCAT entsteht ein touristischer Thüringer Datenpool mit dem hohen Anspruch, aktuelle, markenkonforme und zielgruppengerechte Inhalte für die Ausspielung an möglichst vielen Touchpoints entlang der Customer Journey bereitzustellen. Die Datenerfassung erfolgt über die Community der Thüringer touristischen Akteure selbst, die perspektivisch wachsen wird. Je wertvoller der Thüringer Datenpool hinsichtlich Umfang, Informationstiefe und Aktualität ist, desto größer wird das Interesse an der Nutzung der Daten und damit ihrer Reichweite.

Inhalt

Der Aufbau eines zentralen Datenpools für alle relevanten touristischen Inhalte erfordert neben einem innovativen technischen Tool, wie der ThüCAT, eine ausgezeichnete Koordinierung der beteiligten Partner sowie engen Leitlinien für die Umsetzung einer gleichbleibend hohen Contentqualität.

Die Contentqualität soll hinsichtlich der Aktualität und Vollständigkeit durch eine konkrete Datenverantwortung gesichert werden. Mit verbindlichen Zuständigkeiten kann redundante Datenproduktion zukünftig vermieden werden. Ziel ist es, Content zu sharen und damit sowohl Thüringer Tourismuspartnern wie auch externen Leistungsträgern und Dienstleistern zur Ausspielung zur Verfügung zu stellen. Dies erfordert insbesondere im Medienbereich (Bilder, Videos, etc.) eine Entwicklung hin zu Nutzungsrechten im Sinne von Open Data. Der ContentGuide gibt dazu entsprechende Empfehlungen.

Für den Aufbau eines zukunftsfähigen Datenpools werden die Standards nach schema.org angewendet. Daraus ergeben sich komplexe Datenstrukturen, die eine sehr umfassende Redaktionsarbeit erfordern. Um auch im internationalen Markt agieren zu können, ist ein mindestens zweisprachiger Contentbestand (deutsch/englisch) notwendig. Diese Anforderung wird schrittweise entsprechend der finanziellen und personellen Ressourcen der touristischen Partner umgesetzt.

Schulungen der Redakteure unterstützen den Einstieg in die zentrale Datenerfassung. In halbjährlich stattfindenden Redaktionskonferenzen werden die Planungen für Contentproduktion der ThüCAT-Anwender ausgetauscht, neue redaktionelle Anforderungen vermittelt und Qualitätseinschätzungen zum Datenbestand vorgenommen.

Ansprechpartner

Thüringer Tourismus GmbH,
Content Management

Partner

Pilotpartner ThüCAT: RVTW, Rhön GmbH,
Stadt Meiningen, Stadt Schmalkalden,
Stadt Bad Brückenau

Meilensteinplan

Bis Ende Q4 2019

Klärung der Contentverantwortlichkeiten in den Pilotregionen

Q4 2019

Schulung Contentqualität für die Redakteure der Pilotregionen

Ab Q4 2019

Aufbau des Datenpools in den Pilotregionen

Ab Q1 2020

Gewinnung weiterer ThüCAT-Partner für die Datenpflege

Thüringer Content Architektur Tourismus

Handlungsfeld: Digitalisierung

Ziel

Die TTG entwickelt gemeinsam mit dem TMWWDG und weiteren touristischen Partnern die Thüringer Content Architektur Tourismus (ThüCAT), um digitalen Content nachhaltig zu organisieren und die Aufmerksamkeit für touristische Angebote aus Thüringen in den Zielgruppen zu erhöhen.

Inhalt

Die Datenbank kann alle touristischen Inhalte (wie inspirierende Bildwelten, Informationen, Produkte, Veranstaltungen usw.) zentral an einem Ort bündeln und sie den großen Plattformen (z. B. Booking.com oder Google) einfach zugänglich machen, um die Auffindbarkeit im Netz zu erhöhen. Zusätzlich wird personalisierter und dynamischer Content entwickelt, der die relevanten Zielgruppen persönlich anspricht und inspiriert.

Im Sinne von Open Data sind die Inhalte der Datenbank für Akteure aller Ebenen frei zugänglich und können für alle Kanäle genutzt werden. Die hohe Qualität der eingestellten Inhalte wird durch die Einhaltung von vorab festgelegten Standards garantiert. Dazu gehört vor allem das Zuschneiden der Inhalte auf die festgelegten Zielgruppen/Personas und Reisemotive. Durch die semantische Auszeichnung der Daten erhält der Content eine zukunfts-sichere Struktur, der ihn auch für die Anforderungen künstlicher Intelligenz (z.B. Sprachassistenten) geeignet macht. Ein weiterer Vorteil ist die Bereitstellung einer Rahmenstruktur für die Neugestaltung von Websites – ein sogenannter Website-Baukasten. Durch das einfache Prinzip können touristische Partner vom Gastbetrieb bis zum regionalen Tourismusverband professionelle Websites gestalten und ihre eigenen relevanten Inhalte kommunizieren. Ein starker, einheitlicher Auftritt nach außen stellt einen großen Vorteil im nationalen und internationalen Wettbewerb um Gäste dar.

Um die Umsetzung der ThüCAT und anderer digitaler Projekte zu realisieren, wurde das Kompetenzteam Digitalisierung gegründet. Das Projekt wird durch EFRE gefördert.

Aktuell setzt das Kompetenzteam Digitalisierung (TTG) unter Leitung von Detlef Klinge die Beschaffung von ThüCAT um. Allgemeine Informationen zur ThüCAT und Möglichkeiten zur Beteiligung finden Sie im Tourismusnetzwerk: <https://thueringen.tourismusnetzwerk.info/inhalte/digitales-content/thuecat/>

Ansprechpartner

Thüringer Tourismus GmbH (TTG)
Kompetenzzentrum Tourismus 4.0

Partner

TMWWDG, RVTW, TV Welterberegion,
Rhön GmbH, Weimar GmbH,
JenaKultur, ETMG, Stiftung Schloss
Friedenstein, IDMT Ilmenau,
BestSearch Media GmbH
(beratend), Hotelpark Stadtbrauerei
Arnstadt GmbH (beratend)

Meilensteinplan

Bis Q4 2018

Abschluss des Vergabeverfahrens

Bis Q3 2019

Technische Implementierung

Bis Q4 2019

Relaunch der Website der TTG mit dem neuen Website-Baukasten (Beta-Version)

Bis Q1 2020

Entwicklung erster Partner-Websites mit dem neuen Websitebaukasten

(Neu-)Ausrichtung der gewerblichen Förderung

Handlungsfeld: Betriebe

Ziel

Eine (Neu-)Ausrichtung der gewerblichen Förderung verfolgt das Ziel, Betriebe des Gastgewerbes, auch im Hinblick auf Herausforderungen des Strukturwandels, mit verbesserten Förderbedingungen unterstützend zu begleiten und eine höhere Partizipation vom allgemeinen Förderinstrumentarium zu erreichen.

Inhalt

Die Thüringer HOGA Branche befindet sich mitten in einem Strukturwandel, geprägt durch Ertragsschwäche, Kleinteiligkeit, Bevölkerungsrückgang (besonders im ländlichen Raum), Fachkräftemangel und geändertem Konsum- und Mobilitätsverhalten.

Um diesen Strukturwandel im Thüringer Gastgewerbe förderpolitisch optimal zu begleiten, soll das Gastgewerbe zukünftig stärker als bisher vom allgemeinen Förderinstrumentarium partizipieren. Das Förderspektrum soll dabei erweitert, die Förderbedingungen verbessert und der Zugang zu Förderungen erleichtert werden. Dies wurde bereits im „Maßnahmenpaket Gastgewerbe“ im September 2016 erarbeitet und durch die Tourismusstrategie Thüringen 2025 weiter vertieft.

Die bisherige gewerbliche Förderung soll demnach so ausgerichtet sein, dass sie die Schwerpunkte, Querschnittsthemen und Ziele der Tourismusstrategie Thüringen 2025 verstärkt unterstützt werden. Im Sinne der gewerblichen Förderung zielt dies vor allem auf eine Steigerung der Angebots- und Servicequalität ab.

Ansprechpartner

Thüringer Ministerium für Wirtschaft,
Wissenschaft und Digitale Gesellschaft
(TMWWDG)
Referat Tourismus und Gastgewerbe

Partner

TMWWDG, TTG, TAB,
Kammern, DEHOGA

Meilensteinplan

Mit Wirkung zum 01.01.2018
GRWI Richtlinie

Mit Wirkung zum 15.02.2018
Thüringen Invest

Mit Wirkung zum 15.02.2018
Thüringen Dynamik

Thüringer Barcamp Tourismus 2019

Handlungsfeld: Betriebe

Ziel

Im Mai 2019 veranstaltete das TMWWDG das erste Thüringer Barcamp Tourismus. Dieses war eine Veranstaltung für und mit Azubis und Studierenden im Bereich Hotellerie, Gastgewerbe und Tourismus in Thüringen. Die Veranstaltung hatte zum Ziel, Auszubildende und Studierende im Thüringer Hotel-, Gastgewerbe sowie Tourismus, die als nächste Fachkräftegeneration des Thüringer Tourismus gelten, dazu zu animieren, auf Augenhöhe miteinander Zukunftsthemen des Thüringer Tourismus zu entwickeln, sich ganz aktiv mit den eigenen beruflichen Zukunftsfragen wie auch Anforderungen an zukünftige Arbeitgeber zu beschäftigen, Ideen zu spinnen und Erfahrungen zu teilen.

Inhalt

Hier geht's zum Barcamp Film:

<https://www.youtube.com/watch?v=PtmkoPEPdGc>

Die wichtigsten Erkenntnisse und Ergebnisse dieses Barcamps wurden zum Thüringer Tourismustag 2019 am 17.06.2019 von TeilnehmerInnen des Barcamps präsentiert unter dem Titel „Klimawandel im Tourismus“.

In einem offenen und sehr konstruktiven Workshop am Nachmittag des Tourismustages unter dem Titel „Junge Tourismusfachkräfte und ihre Vorstellungen vom Arbeitsumfeld der Zukunft“ konnten interessierte Betriebe und Branchenvertreter mit TeilnehmerInnen des Barcamps in einem moderierten Austausch diskutieren.

Die sehr erfolgreiche Veranstaltung und zahlreiche wertvolle Erkenntnisse auf Seiten aller Beteiligten führt nun zur Planung und Umsetzung regionaler Tourismus Barcamps mit Azubis und Studierenden, aber auch Branchenvertretern, Betrieben und Partnern in verschiedenen Thüringer Regionen im Jahr 2020. Weiterhin ist die Entwicklung einer gemeinsamen Imagekampagne zur Unterstützung der Fachkräftegewinnung, auch unter Einbeziehung der nächsten Fachkräftegeneration, geplant.

Ansprechpartner

Thüringer Ministerium für Wirtschaft,
Wissenschaft und Digitale Gesellschaft
(TMWWDG)

Referat Tourismus und Gastgewerbe

Partner

TTG, Thüringer Berufsschulen im HOGA
und Tourismus Bereich, IUBH Erfurt,
DEHOGA Kompetenzzentrum

Meilensteinplan

24.05.2019

1. Thüringer Barcamp Tourismus

17.06.2019

Präsentation der Ergebnisse zum Thüringer Tourismustag 2019

Ab Q1 2020

Regionale Barcamps Tourismus

Bis Q3 2020

Entwicklung einer
Imagekampagne Tourismus

Wettbewerb Corporate Design Thüringer Ferienhäuser“

Handlungsfeld: Betriebe

Ziel

Ziel des vom TMWWDG initiierten Wettbewerbs ist es, ein Corporate Design für die Innenraumgestaltung von thüringenspezifischen Ferienhäusern zu entwickeln und so die Ansiedlung innovativer Beherbergungsangebote im Thüringer Tourismus zu fördern.

Inhalt

Ein Corporate Design verbindet verschiedene thüringenspezifische Elemente zu einem Gesamtkonzept für Thüringer Ferienhäuser. Die Ideen hierzu wurden im Zuge eines vom TMWWDG initiierten Architektur-Wettbewerbes erarbeitet und sollen zukünftig in einem Design-Handbuch gebündelt und bei Leitinvestitionen gemeinsam mit privaten Investoren umgesetzt werden. Damit soll sowohl ein Beitrag zur Qualitätsverbesserung und Innovation im Bereich der Ferienunterkünfte und gleichzeitig die Stärkung der Marke Thüringen erfolgen.

Die Berliner Architektin Birgit Wessendorf ist die Gewinnerin des Anfang 2019 durchgeführten Designwettbewerbs. Mit der Entwicklung des Pilotprojekts - einer Ferienhausanlage am Zeulenrodaer Meer - wird das prämierte Design und das Konzept eines Thüringer Corporate Designs nun erstmals umgesetzt. Es soll zukünftig auch bei weiteren Leitinvestitionen in Ferienhäuser als Angebot für eine ansprechende und durchdachte Innengestaltung mit hohem Qualitätsstandard dienen.

Aktuell wird das Handbuch zum Corporate Design für Thüringer Ferienhäuser erarbeitet, welches interessierten Investoren zukünftig kostenfrei zur Konzepterstellung und Planung für weitere Ferienhäuser in Thüringen zur Verfügung gestellt wird.

Ansprechpartner

Thüringer Ministerium für Wirtschaft,
Wissenschaft und Digitale Gesellschaft
(TMWWDG)

Referat Tourismus und Gastgewerbe

Partner

LEG, TTG

Meilensteinplan

Q1 2019

Wettbewerb „Corporate Design
Thüringer Ferienhäuser“

20.02.2019

Preisverleihung zum Wettbewerb

16.09.2019

Spatenstich für Ferienhäuser am Zeulen-
rodaer Meer als Pilotprojekt für die Um-
setzung im „Thüringer Corporate Design“

Q3 bis Q4 2019

Erarbeitung Corporate Design Handbuch

Komfortdenker-Netzwerk (vormals „Netzwerk Beratung Gastgewerbe“)

Handlungsfeld: Betriebe

Ziel

In Thüringen bilden die kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) die wichtigste Säule im Hotel- und Gaststättengewerbe. Ihre Rolle und ihr Engagement als Gastgeber sind von großer Bedeutung für den Thüringer Tourismus. Um Unternehmer und ihre Ideen zu unterstützen, existieren daher zahlreiche Förder- und Beratungsangebote in Thüringen. Das Komfortdenker-Netzwerk soll Gastgebern in ihrer persönlichen Situation Hilfestellung bieten und eine zentrale Anlaufstelle werden.

Inhalt

Eine Hauptaufgabe ist es, alle Beratungsangebote in Thüringen zu sammeln, Informationen zu bündeln und sie dem Unternehmer zugänglich zu machen. Das Netzwerk bildet damit eine Schnittstelle zwischen den KMU auf der einen und Förder- und Beratungsstellen auf der anderen Seite. Dazu zählen das Thüringer Zentrum für Existenzgründungen und Unternehmertum (ThEx), der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA), die Industrie- und Handelskammern (IHKn), die Thüringer Aufbaubank (TAB) und viele weitere Akteure der Wirtschaft.

Über eine Bedarfsanalyse in den Betrieben vor Ort wurden die Herausforderungen der Unternehmer im Gastgewerbe ermittelt. Basierend darauf konnte die TTG wichtige Akteure und deren Unterstützungsangebote identifizieren. Alle Angebote und Ansprechpartner wurden in der ErlebnisWerkstatt – dem digitalen Assistenten für die touristische Produktentwicklung – aufbereitet. Der regelmäßige Austausch der Förder- und Beratungsstellen untereinander und in Fachgruppen erfolgt über regelmäßige Netzwerktreffen sowie über den digitalen Kommunikationsraum im Tourismusnetzwerk Thüringen.

Schluss mit dem Staffellauf von einer Institution zur nächsten, um den richtigen Ansprechpartner für ein spezielles Anliegen zu finden. Sie erreichen das Komfortdenker-Netzwerk per Telefon oder E-Mail. Unterstützung in Form von passenden Ansprechpartnern, Förderprogrammen und Projekten bietet Ihnen zudem die [ErlebnisWerkstatt](#).

Komfortdenker-Netzwerk

Tel.: +49 361 3742259

E-Mail: komfortdenker@thueringen-entdecken.de

www.erlebniswerkstatt.thueringen.tourismusnetzwerk.info

Ansprechpartner

Thüringer Tourismus GmbH (TTG)
Strategische Produktentwicklung

Partner

TMWWDG, DEHOGA, IHKn, TAB, LEG,
Thüringer Landgesellschaft,
ThAff, ThEx, RKW, GFAW, Wirtschaft 4.0,
Steuerberaterverband, Rechtsanwaltskammer

Meilensteinplan

07/2018

Auftaktveranstaltung Netzbildung

Seit Q1 2018

Sammlung und Aufbereitung der
Beratungs- und Unterstützungsangebote

Seit dem 01.08.2018

Impulsberatungen von Betrieben

Vermittlung von passenden
Ansprechpartnern

Workshops in verschiedenen Regionen

Kommunikation des Netzwerks

Proaktives, tourismusspezifisches Ansiedlungsmanagement

Handlungsfeld: Organisation und Finanzierung

Ziel

Seit April 2018 gibt es in der LEG das “Team Gastgewerbe”, welches die konkrete Akquisition von touristischen Leitinvestitionen im Auftrag des Freistaates zur Aufgabe hat. Zielstellung ist es, die Aufwertung der touristischen Angebote in Qualität und Quantität durch Ansiedlung innovativer Hotel- und Ferienhausprodukte an sogenannten Leitstandorten (und nicht im Gießkannenprinzip) zu erreichen.

Inhalt

Aktuell handelt es sich um etwa 20 Hotel- und Tourismusprojekte an mehr als 15 Standorten (Investitionssumme von ca. 500 Mio. € und ca. 1.500 Arbeitsplätze). Darüber hinaus wird in diesem Kontext kontinuierlich eine Standortdatenbank bei der LEG gepflegt, in der geeignete Flächen erfasst, besichtigt, überprüft und dokumentiert werden. Vom Ferienpark bis zum Stadthotel sind alle Beherbergungsangebote vertreten und werden durch das Team vom ersten Kontakt an bis zu einer möglichen Realisierung begleitet. Zu den Vorhaben werden sowohl Gespräche mit potenziellen Investoren als auch mit Betreibern geführt.

Ein Blick auf die touristische Landkarte Thüringens zeigt, dass eine sehr dynamische Entwicklung im Bereich der Hotellerie und im Gastgewerbe eingesetzt hat. Besonders erfreulich dabei sind bislang erfolgte Ansiedlungen wie die der Familygroup in Oberhof, die Übernahme des Panorama-Hotels Oberhof durch die Ahorn-Hotelgruppe oder auch die innovativen Ferienhäuser von Familie Vogler an der Hohenwarte, die schwimmenden Ferienhäuser an der Bleilochtalesperre, das Ferienhausprojekt von Familie Anders in Saalburg oder die Ferienhäuser der Familie Bauerfeind am Zeulenrodaer Meer. Allein durch den Bau des geplanten Family Hotels wird mit jährlich gut 100.000 Übernachtungen mehr im Thüringer Wald gerechnet.

Die Investition über 16,5 Millionen Euro der Wiesbadener FIBONA GmbH in ein neues Messehotel an der Messe Erfurt ist hier als jüngster Erfolg zu nennen. Ebenso die Neuplatzierung des Hotels Elephant Weimar Ende 2018 nach Sanierung als Hotel der Autograph Collection der Marriott-Gruppe oder der Bau des Prizeotel ICE-City, das Ende 2019 eröffnet wird.

Unterstützt wird diese positive Entwicklung neben der Begleitung durch die LEG auch durch die einzelbetriebliche Förderung von touristischen Betrieben. Aus der einzelbetrieblichen GRW-Förderung sind in den letzten drei Jahren insgesamt etwa 23,6 Mio. Euro Fördergelder in 22 Vorhaben geflossen.

Ansprechpartner

Thüringer Ministerium für Wirtschaft,
Wissenschaft und Digitale Gesellschaft
(TMWWDG)

Referat Tourismus und Gastgewerbe

Partner

TMWWDG, LEG, TTG, TAB, Kammern,
DEHOGA, Kommunen

Meilensteinplan

Q1 2018

Etablierung des Akquiseteams
„Tourismugewerbe“ bei der LEG

Q3 2018

Aufbau Standortkatalog

05/2019

Destination Thüringen Day 2019

Fortlaufend

Vertretung des Freistaats bei Messen und Hotelkongressen; Abfrage bei den Kommunen zu geeigneten Flächen und Standorten für Leitinvestitionen; Prüfung und Auswahl möglicher Investitionsstandorte; Gespräche mit potenziellen Investoren sowie Betreuung konkreter Ansiedlungsvorhaben

Werkstattgespräche Betriebe

Handlungsfeld: Betriebe

Ziel

Betriebe des Thüringer Tourismus stehen einer großen Bandbreite von Herausforderungen gegenüber. Ziel der Werkstattgespräche Betriebe ist es deshalb, aktuelle Problemfelder der touristischen Betriebe eingehend zu betrachten, in einer Expertenrunde zu diskutieren und daraus mögliche Lösungen und Unterstützungsinitiativen zu entwickeln.

Inhalt

Die Werkstattgespräche Betriebe sind als wichtiger Baustein zur Umsetzung der Tourismusstrategie Thüringen 2025 zum Erreichen der angestrebten Ziele im Handlungsfeld Betriebe zu verstehen.

Die behandelten Themen orientieren sich an den prägnantesten aktuellen Herausforderungen der touristischen Betriebe im Gastgewerbe und reichen dabei von Fachkräftemangel über Nachfolgeproblematik, Wettbewerbsfähigkeit, Finanzierung bis zur Digitalisierung interner Prozesse im Gastgewerbe.

Bei einem Werkstattgespräch steht ein direkter und häufig informeller Erfahrungsaustausch im Mittelpunkt, nicht die Präsentation fertiger Lösungen. Der Begriff Werkstatt soll daher in einem übertragenen Sinn verstanden werden, der das gemeinsame Lösen von Problemen betont. Zum Thema passend werden Fachexperten eingeladen, die als Diskussionspartner vor Ort sind, um mit den touristischen Betrieben und damit betroffenen Akteuren am Markt gemeinsam praktische Lösungsansätze zu finden und ggfs. weiterführende Unterstützungsangebote zu entwickeln.

Weitere Termine werden über das Tourismusnetzwerk Thüringen bekannt gegeben.

Ansprechpartner

Thüringer Ministerium für Wirtschaft,
Wissenschaft und Digitale Gesellschaft
(TMWWDG)

Referat Tourismus und Gastgewerbe

Partner

TMWWDG, Touristische Betriebe &
Verbände Thüringens,
weitere Partner können je nach
behandeltem Themengebiet
variieren (z. B. DEHOGA Thüringen,
IHKn, Politik & Verwaltung,
Sozialpartner und weitere)

Meilensteinplan

Seit 2018

Bisher 6 Werkstattgespräche zu aktuellen Themen wie Digitalisierung, Fachkräftesicherung und -gewinnung sowie Qualität im Thüringer Hotel- und Gastgewerbe

Unterstützung bei der Unternehmensnachfolge

Handlungsfeld: Organisation und Finanzierung

Ziel

Viele touristische Betriebe befinden sich unabwendbar aktuell oder in den kommenden Jahren im vielschichtigen und langwierigen Prozess des Generationenwechsels. Dieser Prozess ist Herausforderung und Chance zugleich. In der Tourismusstrategie Thüringen 2025 wurde deshalb das Ziel verankert, Betriebe in diesem Prozess kompetent zu beraten, zu begleiten und ggfs. finanziell zu unterstützen.

Inhalt

Für einen Großteil der führenden Betriebe im Tourismus und speziell das Gastgewerbe steht aktuell oder zumindest in absehbarer Zukunft ein Generationswechsel bevor. Aufgrund der aktuell vorhandenen Altersstruktur werden zahlreiche Betriebe in den nächsten Jahren die Unternehmensnachfolge meistern müssen oder vom Markt verschwinden.

Um betroffene Unternehmen auf dem Weg des Generationswechsels unterstützend zu begleiten, gibt es im ThEx seit 2013 das Instrument der Nachfolgelotsen (z. B. Vor-Ort-Gespräche, Nachfolgebörse, Roadshows). Diese Nachfolgelotsen begleiten als neutrale, fachlich kompetente Berater den gesamten Prozess der Unternehmensnachfolge. Um hier noch stärker aktiv zu werden, wurde ein Erweiterungsantrag für die Nachfolgelotsen gestellt. Davon könnte auch das Gastgewerbe noch stärker profitieren.

Ansprechpartner

Thüringer Ministerium für Wirtschaft,
Wissenschaft und Digitale Gesellschaft
(TMWWDG)

Referat Tourismus und Gastgewerbe

Partner

TMWWDG, IHKn, LEG, ThEx,
DEHOGA

Meilensteinplan

2020

Benennung weiterer
Nachfolgelotsen

Fachkräftesicherung im Gastgewerbe

Handlungsfeld: Betriebe

Ziel

Ziel ist es, Thüringer Betriebe dabei zu unterstützen, dem folgenschweren Problem des Fachkräftemangels zu begegnen und speziell für und mit Betrieben im Gastgewerbe Lösungsansätze zu entwickeln.

Inhalt

Bereits heute wird der Fachkräftemangel als größtes Geschäftsrisiko der Betriebe im Gastgewerbe wahrgenommen. Fortschreitender Fachkräftemangel hat negative Auswirkungen auf die Branche selbst, die touristische Entwicklung Thüringens, die Standortattraktivität und die Lebensqualität der Regionen. Unstrittig ist, dass alle Akteure aus Politik, Verwaltung, Soziales und Wirtschaft an einem Strang ziehen und sowohl personell als auch finanziell erhebliche Anstrengungen leisten müssen, um diesem Problem zu begegnen.

Zur Stärkung der Thüringer Betriebe des Gastgewerbes gibt es speziell zum Thema Fachkräftesicherung Werkstattgespräche mit Fokus „Ausbildung, Berufsorientierung an Schulen und zielgruppengerechte Ansprache“ sowie mit Fokus „ausländische Fachkräfte“. Unterstützt wird dieses Bemühen zudem im Rahmen des Projekts „Zukunft Thüringer Wald“ mittels der Initiative „Karrierpfadfinder“ (z.B. Vietnamprojekt).

Ansprechpartner

Thüringer Ministerium für Wirtschaft,
Wissenschaft und Digitale Gesellschaft
(TMWWDG)

Referat Tourismus und Gastgewerbe

Partner

IHKn, Agentur für Arbeit,
DEHOGA, NGG, TTG und weitere

Meilensteinplan

30.06.2018

Frühjahrssitzung der Wirtschaftsministerkonferenz

27.08.2018 / 22.10.2018

Werkstattgespräche zum
Fachkräftethema

Mai 2019

Thüringer Barcamp Tourismus

Ab 2020

Regionale Barcamps Tourismus;
Entwicklung einer Imagekampagne
zur Fachkräftegewinnung

Qualität und Service nachhaltig verbessern

Handlungsfeld: Betriebe

Ziel

Thüringen wird Tourismusland! Das ist die klare Vision der Tourismusstrategie Thüringen 2025. Dies geht nur, wenn die Qualität der Angebote und damit einhergehend die Wertschöpfung aus dem Tourismus flächendeckend steigt. Ziel muss es sein, dass nicht nur einzelne Betriebe eine exzellente Qualität aufweisen, sondern ganze Regionen kontinuierlich an einer Qualitätsverbesserung arbeiten, sowohl seitens des touristischen Angebots als auch der Betriebe selbst im Sinne einer starken Positionierung als attraktiver Arbeitgeber und Impulsgeber der Region.

Inhalt

Mit dem bundesweiten ServiceQ Siegel steht ein Qualitätsmanagementsystem zur Verfügung, um die Qualität der touristischen Betriebe kontinuierlich zu optimieren und die Kundenzufriedenheit zu erhöhen. Als weitere bestehende Initiativen zur Qualitätssteigerung sind die „Thüringer Tischkultur“, die „TOP-Gastgeber“ der TTG und die Initiative „Sternensprung“ im Rahmen des Projekts „Zukunft Thüringer Wald“ zu sehen.

Aktuell wird an der Entwicklung einer zukunftsorientierten Qualitätsinitiative unter Verknüpfung der bestehenden Querschnittsthemen der Tourismusstrategie Thüringen 2025 (Kulinarik & Service, Nachhaltigkeit, Barrierefreiheit und Gute Arbeit) sowie den Bausteinen ServiceQ, TOP-Gastgeber und Thüringer Tischkultur gearbeitet.

Die Qualitätsentwicklung der Thüringer Tourismuslandschaft wird zudem flankiert durch bestehende Klassifizierungs- und Zertifizierungssysteme wie die DEHOGA-Hotelsterneklassifizierung, die DTV Klassifizierung von Ferienwohnungen/-häusern und Privatzimmern aber auch durch bundesweite Qualitätslabel wie „Bett+Bike“ oder „Wanderbares Deutschland“.

Das Netzwerk Beratung Gastgewerbe bei der TTG unterstützt touristische Betriebe in allen Fragen als kompetente, erste Anlaufstelle mit dem langfristigen Bestreben der kontinuierlichen Qualitätssteigerung der Thüringer Tourismuslandschaft.

Mit dem vom TMWWDG unterstützten DEHOGA-Preis „Gastgeber des Jahres“ werden jährlich Gastronomen, Hoteliers und Innovatoren für besondere Leistungen ausgezeichnet.

Mit der jährlichen Verleihung des Thüringer Tourismuspreises werden Thüringer Tourismus-Akteure für innovative, qualitativ herausragende Konzepte, Angebote & Leistungen gewürdigt. Diese können als starke Inspiration dienen für andere touristische Akteure und Leistungsträger in Thüringen.

Ansprechpartner

Thüringer Ministerium für Wirtschaft,
Wissenschaft und Digitale Gesellschaft
(TMWWDG)

Referat Tourismus und Gastgewerbe

Partner

TMWWDG, TTG, DEHOGA, IHKn,
Tourismusverbände, Kommunen,
touristische Betriebe

Meilensteinplan

2018

fortlaufende ServiceQ Seminare

Ab Q3 2019

Verknüpfung ServiceQ, TOP Gastgeber und Thüringer Tischkultur zu einer Qualitätsinitiative

Q4 2019

Veröffentlichung Corporate Design-Handbuch für Thüringen
Ferienhäuser

Digitalisierungsprozesse in touristischen Betrieben

Handlungsfeld: Betriebe

Ziel

In vielen touristischen Einrichtungen in Thüringen mangelt es an Wissen über die Möglichkeiten der Digitalisierung zur Anreicherung des touristischen Angebots. Unternehmen sind oft überfordert und können mit der rasanten Entwicklung kaum Schritt halten.

Im Sinne einer Sensibilisierung der touristischen Unternehmen für den digitalen Wandel werden Coaching-Angebote und Informationen bereitgestellt. Ziel ist es, Grundlagenwissen zum Thema Digitalisierung im Tourismus zu vermitteln und Hilfestellungen zu geben.

Ein weiteres Ziel ist es, den Einsatz digitaler Innovationen, die bereits in der Industrie Anwendung finden (Virtual und Augmented Reality), im Tourismus voranzubringen und über die Umsetzung von Modellprojekten zu fördern.

Inhalt

Über das bei der TTG etablierte Kompetenzzentrum 4.0 werden über das Tourismusnetzwerk Thüringen spezifische Informationsangebote und interaktive Formate bereitgestellt.

Als Basis für künftige Förderentscheidungen wurde die Erlebniswerkstatt als "Digitaler Produktleitfaden" entwickelt. Die Erlebniswerkstatt bietet Inspiration und Information rund um alle wichtigen Punkte der Produktentwicklung, inkl. Informationen zu den richtigen Ansprechpartnern und zu Fördermöglichkeiten. Im Sinne der digitalen Produktentwicklung, die konkret auf die in der Landestourismusstrategie definierten Personas abgestimmt werden soll, wurden als weitere Unterstützung für die Betriebe und touristischen Institutionen nachvollziehbare Erklärvideos entwickelt.

Die zu entwickelnde Content-Architektur bildet die Basis, um die ambitionierten Ziele für die Digitalisierung im Thüringen-Tourismus zu erreichen und auch künftig mit knapper werdenden Ressourcen wettbewerbsfähig zu sein. Im Sinne der vielfältigen Nutzbarkeit von ThüCAT veranstaltete das TMWWDG im Mai 2019 den ersten Thüringer Hackathon "ThüCATon".

Zukünftig sollen auf Basis, der durch das Kompetenzzentrum 4.0 erarbeiteten Projektideen digitale Modellprojekte in Betrieben entwickelt und implementiert werden.

Ansprechpartner

Thüringer Ministerium für Wirtschaft,
Wissenschaft und Digitale Gesellschaft
(TMWWDG)

Referat Tourismus und Gastgewerbe

Partner

TMWWDG, TTG

Meilensteinplan

Q1 2019

Umsetzung ErlebnisWerkstatt (als Digitaler Produktleitfaden im Tourismus)

06/2019

ThüCATon

Ab Q4 2019

Umsetzung ThüCAT, zunächst in den Pilotregionen

Ab 2020

Entwicklung von Modellprojekten zur Digitalinnovation im Tourismus

Handlungsfeld: Organisation und Finanzierung

Ziel

Die Öffnung des Thüringer Kommunalabgabengesetzes (ThürKAG) hat zum Ziel angesichts der begrenzten finanziellen Ressourcen der Tourismusorte in Thüringen die vorhandenen Möglichkeiten für die Tourismusentwicklung künftig besser und nachhaltiger auszuschöpfen.

Inhalt

Angesichts der schwachen Finanzierungskraft der Tourismusorte in Thüringen sollen finanzielle Möglichkeiten für die Tourismusentwicklung künftig besser und nachhaltiger ausgeschöpft werden. Daher wurde mit Wirkung vom 30.06.2017 das Thüringer Kommunalabgabengesetz (ThürKAG) geöffnet.

Nach dem ThürKAG vom 19.09.2000 konnten nur prädikatisierte Orte in Thüringen einen Kurbeitrag erheben, dessen Verwendung auf die „Herstellung, Anschaffung, Erweiterung und Unterhaltung der zu Heil-, Kur- oder Erholungszwecken in dem anerkannten Gebiet bereitgestellten Einrichtungen und Anlagen sowie für die zu diesem Zweck durchgeführten Veranstaltungen“ beschränkt ist. Einen Fremdenverkehrsbeitrag konnten Gemeinden nur dann einführen, wenn „die Zahl der Fremdenverkehrsübernachtungen im Jahr in der Regel das Siebenfache der Einwohnerzahl übersteigt“. Dabei sollte dieser Beitrag für die „Deckung des gemeindlichen Aufwandes für die Fremdenverkehrsförderung“ verwendet werden.

Seit dem 30.06.2017 können nun alle Thüringer Gemeinden, nicht nur die Thüringer Kur- und Erholungsorte, einen Tourismusbeitrag erheben. Hierzu wurden die §§ 8 und 9 des Thüringer Kommunalabgabengesetz (ThürKAG) mit Wirkung vom 30. Juni 2017 geändert. Gemeinden können zur Deckung des gemeindlichen Aufwandes für die Herstellung, Erweiterung, Unterhaltung und Vermarktung der touristischen Zwecken dienenden Einrichtungen sowie die für diesen Zweck durchgeführten Veranstaltungen nun einen Tourismusbeitrag erheben.

Ansprechpartner

Thüringer Ministerium für Wirtschaft,
Wissenschaft und Digitale Gesellschaft
(TMWWDG)

Referat Tourismus und Gastgewerbe

Partner

TMWWDG, TMIK, Thüringer Landtag

14.06.2017

Verabschiedung des Gesetzes

Punktesystem DMO-Entwicklung

Handlungsfeld: Organisation und Finanzierung

Ziel

Im Rahmen eines Punktesystems sollen klare und verbindliche Kriterien zur Schaffung wettbewerbsfähiger Destination Management Organisationen (DMOs) auf regionaler und lokaler Ebene erarbeitet werden. Damit einhergehend ist das langfristige Ziel des DMO Punktesystems die Schaffung klarer Rahmenbedingungen zukünftiger finanzieller Unterstützung der touristischen Regionen.

Inhalt

In der LTS wurde die Einführung eines Punktesystems vorgeschlagen, das für die Förderung der regionalen Tourismusorganisationen gelten und stufenweise bis 2025 eingeführt werden soll. Die regionalen Tourismusorganisationen in Thüringen sollen sich zu zukunftsorientierten und wettbewerbsfähigen Destination Management Organisationen (DMOs) entwickeln.

Um zukünftig als DMO in Thüringen anerkannt zu werden und landesseitig als förderungsfähig zu gelten, ist es erforderlich, einen Mindestpunktwert des verabschiedeten Punktesystems zu erreichen. In den DMO-Kriterien werden die Marktstärke und Managementstärke einer touristischen Organisation bewertet, die Aufgabenerfüllung gemäß der LTS 2025 hinsichtlich Marken- und Identitätsmanagement, Angebots- und Produktentwicklung und Marketing sowie die eingesetzten Controlling-Instrumente. Unabhängig vom Punktesystem gilt das Vorliegen einer regionalen Tourismusstrategie, die sich an der LTS 2025 orientiert, die aktive Beteiligung an der Umsetzung der Thüringer Content Architektur (ThüCAT) sowie ein bestehender Kooperationsvertrag mit der TTG als zwingende Voraussetzungen der zukünftigen Förderfähigkeit.

Eine erstmalige Förderung als anerkannte DMO ist ab dem Jahr 2019 möglich. Regionale Tourismusorganisationen haben allerdings die Möglichkeit sich bis 2022 zur DMO zu entwickeln.

Ansprechpartner

Thüringer Ministerium für Wirtschaft,
Wissenschaft und Digitale Gesellschaft
(TMWWDG)

Referat Tourismus und Gastgewerbe

Partner

TMWWDG, TTG,
regionale Tourismusorganisationen

Meilensteinplan

23.01.2018

1. Ministergespräch zur Gründung eines Arbeitskreises der regionalen touristischen Verbände

14.03.2018

2. Ministergespräch zur Umsetzung der LTS 2025

04. und 09.05.2018

Sitzungen der AG Punktesystem zur Entwicklung eines Vorschlags

24.05.2018

Gespräch von Staatssekretärin Kerst mit der AG Punktesystem

06.06.2018

3. Ministergespräch zur abschließenden Diskussion und Verabschiedung des Punktesystems

Neuausrichtung Organisationsstrukturen TTG

Handlungsfeld: Organisation und Finanzierung

Ziel

Um eine optimale Umsetzung zu gewährleisten, wurden die Organisationsstrukturen der TTG im Zuge einer Neustrukturierung auf die Tourismusstrategie Thüringen 2025 ausgerichtet. Dabei entstanden drei Organisationseinheiten, die neu geschaffen oder an die veränderten Anforderungen angepasst wurden.

Inhalt

Die Strategische Produktentwicklung wurde als Abteilung neu aufgestellt, um Produktinnovationen zu fördern und Projekte mit Strahlkraft von überregionaler Bedeutung zu entwickeln. Die strategische Ausrichtung zeigt sich dabei in der umfassenden Begleitung von der ersten Idee über die Entwicklung unter den gesetzten Rahmenbedingungen bis hin zur Marktreife. Neben der Förderung von Produktinnovationen ist eine wichtige Aufgabe die Vermittlung und Vernetzung zwischen Akteuren im Land. Als neue Einheit entstand daher das Netzwerk Beratung Gastgewerbe, das Unternehmen Hilfestellung im Bereich der Produktentwicklung bietet.

Das Vorantreiben der Digitalisierung in Thüringen ist ein Kernelement der Landestourismusstrategie. In der TTG wurde daher das Kompetenzzentrum Digitalisierung 4.0 aufgebaut, um Organisationsstrukturen zu schaffen, die digitale Projekte innerhalb und außerhalb des Unternehmens fördern. Eine Hauptaufgabe ist die Beschaffung der Thüringer Content Architektur Tourismus (ThüCAT), deren Implementierung eine große Herausforderung darstellt. Im Rahmen der Umstrukturierung wurden deshalb ein Team für Content Management in der TTG, sowie ein Arbeitskreis Tourismus 4.0 (Kompetenzteam Digitalisierung) eingerichtet.

In direktem Zusammenhang mit der Tourismusstrategie Thüringen 2025 steht die Einsetzung eines Umsetzungsmanagements zur Begleitung und Steuerung des Umsetzungsprozesses. Neben ihrer Funktion als Impulsgeber, kontrolliert und koordiniert die Stelle sämtliche Maßnahmen im Rahmen der Umsetzung. Weitere wichtige Aufgaben sind die Zielkontrolle und Messung von Erfolgen der Tourismusstrategie Thüringen 2025, sowie die Kommunikation und Information über den Umsetzungsstand der Tourismusstrategie Thüringen 2025 im Land.

Ansprechpartner

Thüringer Tourismus GmbH (TTG)
Strategisches Management &
Marktforschung

Partner

intern

Meilensteinplan

Seit Q1 2018

Neustrukturierung der
Strategischen Produktentwicklung

Seit Q1 2018

Schaffung eines Kompetenzzentrums Digitalisierung 4.0

Seit Q1 2018

Einsetzung eines Umsetzungsmanagements LTS zur Steuerung des Umsetzungsprozesses

Seit Q3 2018

Entstehung des Netzwerks
Beratung Gastgewerbe

Weiterentwicklung regionaler und lokaler Organisationsstrukturen

Handlungsfeld: Organisation und Finanzierung

Ziel

Ziel der Weiterentwicklung der Organisationsstrukturen auf sowohl regionaler Ebene (hin zur DMO) als auch lokaler Ebene ist die Schaffung wettbewerbsfähiger Strukturen für eine starke Zukunft des Tourismus in Thüringen.

Inhalt

Die in der Tourismusstrategie Thüringen 2025 verankerte Vision „Thüringen wird Tourismusland!“ hängt maßgeblich davon ab, ob es die touristischen Organisationen (und zukünftigen DMOs) schaffen, sich wettbewerbsfähig am Markt aufzustellen. Anhand des entwickelten DMO Punktesystems ist nun ein Bewertungsmaßstab der Wettbewerbsfähigkeit gegeben.

Die regionalen touristischen Organisationen sind frei in der Ausgestaltung der räumlichen Ausdehnung und künftigen Organisationsstruktur als DMO. Im Zuge des Entwurfs der Förderrichtlinie erfolgte im März 2019 eine erste Evaluierung potenzieller DMOs anhand gemeldeter Kennzahlen (Stichtag 31.12.2018).

Zur Entwicklung eines Förderbausteins DMO-Förderung im neuen Landesprogramm Tourismus sowie den zugehörigen Verfahrensschritten und Dokumenten wird das TMWWDG unterstützt durch Vertreter der regionalen Tourismusorganisationen in der AG DMO-Förderung, welche kontinuierlich eingebunden wird. Hiermit wird ein sehr hoher Beteiligungsprozess sichergestellt.

Im DMO-Entwicklungsprozess begleitet das TMWWDG die touristischen Organisationen beratend und unterstützend sowie förderseitig. Kontinuierlich finden seitens TMWWDG Gespräche mit den regionalen touristischen Organisationen statt.

Ab 2020 soll erstmalig die Möglichkeit einer DMO-Förderung durch das Land bestehen.

In einem nächsten Schritt soll ab 2020 die Weiterentwicklung der lokalen Strukturen erfolgen.

Ansprechpartner

Thüringer Ministerium für Wirtschaft, Wissenschaft und Digitale Gesellschaft (TMWWDG)

Referat Tourismus und Gastgewerbe

Partner

TMWWDG, regionale und lokale Tourismusorganisationen, Kommunen

Meilensteinplan

Seit 2018

DMO-Gespräche mit allen regionalen Thüringer Tourismusorganisationen

Seit 2019

Erarbeitung eines neuen Förderbausteins DMO-Förderung im Landesprogramm Tourismus

2019/2020

Förderung der Erstellung regionaler Tourismusstrategien

Fortlaufend bis 2023

Kontinuierliche Begleitung der regionalen Tourismusorganisationen im DMO-Transformationsprozess

Interministerielle Abstimmung

Handlungsfeld: Organisation und Finanzierung

Ziel

Ziel der interministeriellen Abstimmung ist es, die bestmögliche Kooperation beteiligter Ressorts zu touristischen Themen und Projekten zu erreichen.

Inhalt

Bereits in der Erarbeitungsphase der Tourismusstrategie Thüringen 2025 wurden verschiedene Ressorts eingebunden. Insbesondere im Hinblick auf die Entscheidung zu Förderanträgen soll auf diese Weise sichergestellt werden, dass diese die Ziele, strategischen Schwerpunkte und Querschnittsthemen der Tourismusstrategie unterstützen.

Federführend für die interministerielle Koordination der touristischen Entwicklung handelt das TMWWDG. Es beruft regelmäßige Sitzungen ein und übernimmt die fachliche Vorbereitung der Beteiligung und Einbeziehung aller Ressorts. Im Hinblick auf die touristische Entwicklung ist ein regelmäßiger tourismusbezogener Austausch und folglich eine bessere Abstimmung unter den Ressorts erstrebenswert. Insbesondere bei abgelehnten Förderprojekten soll vermieden werden, dass diese nachträglich durch andere Ressorts bewilligt werden.

Beispielhaft kann hier die enge Zusammenarbeit mit dem TMIL für den Bereich Wanderwege oder mit der TSK bei den Kulturportalen genannt werden.

Ansprechpartner

Thüringer Ministerium für Wirtschaft,
Wissenschaft und Digitale Gesellschaft
(TMWWDG)

Referat Tourismus und Gastgewerbe

Partner

TMWWDG, TMIL, TMIK, TSK,
TMASGFF, TMUEN

Meilensteinplan

Ab Q1 2020

Regelmäßiger Tumus mit TMIL, TSK,
TMUEN, TMIK, TMASGFF

Neufassung Landesprogramm Tourismus

Handlungsfeld: Organisation und Finanzierung

Ziel

Ziel ist die Bündelung der Förderung von zukünftigen Destination Management Organisationen (DMOs), die Förderung touristischen Marketings und die Förderung touristischer Infrastrukturen außerhalb der GRW II.

Inhalt

Mit der Neufassung der Förderrichtlinie zum Landesprogramm Tourismus soll ein effizienteres Förderinstrument geschaffen werden. Der Freistaat Thüringen gewährt nach Maßgabe dieser Richtlinie Zuwendungen für die Förderung digitaler touristischer Investitionsvorhaben, für Maßnahmen der Destinationsentwicklung und für Maßnahmen des herausragenden Tourismusmarketings.

Ziel ist dabei die Attraktivitätssteigerung und Qualitätsverbesserung der touristischen Infrastruktur, die Entwicklung wettbewerbsfähiger Organisations- und Angebotsstrukturen sowie die Stärkung der Wettbewerbsposition Thüringens gegenüber nationalen und internationalen Urlaubsdestinationen durch die Erhöhung der Bekanntheit Thüringens im In- und Ausland. Die Förderung soll dabei im Sinne der Wirtschaftsförderung die Thüringer Tourismuswirtschaft stärken und nachhaltig verbessern und dadurch zur Erhöhung der Innovations- und Wettbewerbsfähigkeit der Thüringer Wirtschaft insgesamt sowie zur Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur beitragen. Grundlage für die Förderung bildet die Tourismusstrategie Thüringen 2025.

Ansprechpartner

Thüringer Ministerium für Wirtschaft,
Wissenschaft und Digitale Gesellschaft
(TMWWDG)

Referat Tourismus und Gastgewerbe

Partner

TMWWDG, TTG, TAB

Meilensteinplan

Q4 2018

Sitzungen der gebildeten AG aus
TMWWDG und TAB

Q4 2018

Vorlage eines Erstkonzepts

Q3 2019

Erstellung der Endfassung der Richt-
linie

Q4 2019

Veröffentlichung im Thüringer
Staatsanzeiger

01.01.2020

Inkrafttreten der Richtlinie

Abkürzungsverzeichnis

DEHOGA	Deutscher Hotel- und Gaststättenverband
DMO	Destinationsmanagementorganisation
EFRE	Europäische Fonds für regionale Entwicklung
ETMG	Erfurt Tourismus und Marketing GmbH
FUR	Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V.
GFAW	Gesellschaft für Arbeits- und Wirtschaftsförderung des Freistaats Thüringen mbH
GRW	Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“
IDMT Ilmenau	Fraunhofer-Institut für Digitale Medientechnologie Ilmenau
IHK	Industrie- und Handelskammer
IUBH Erfurt	Internationale Hochschule Duales Studium Erfurt
KMU	Kleine und mittlere Unternehmen
LEG Thüringen	Landesentwicklungsgesellschaft Thüringen mbH
NatKo	Nationale Koordinationsstelle Tourismus für Alle e.V.
NBG	Netzwerk Beratung Gastgewerbe
NGG	Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten

RVTW	Regionalverbund Thüringer Wald e.V.
TAB	Thüringer Aufbaubank
ThAFF	Thüringer Agentur Für Fachkräftegewinnung
THAK	Thüringer Agentur für die Kreativwirtschaft
ThEx	Thüringer Zentrum für Existenzgründungen und Unternehmertum
ThüCAT	Thüringer Content Architektur Tourismus
ThürKAG	Thüringer Kommunalabgabengesetz
TMASGFF	Thüringer Ministerium für Arbeit, Soziales, Gesundheit, Frauen und Familie
TMIK	Thüringer Ministerium für Inneres und Kommunales
TMIL	Thüringer Ministerium für Infrastruktur und Landwirtschaft
TMUEN	Thüringer Ministerium für Umwelt, Energie und Naturschutz
TMWWDG	Thüringer Ministerium für Wirtschaft, Wissenschaft und Digitale Gesellschaft
TSK	Thüringer Staatskanzlei
TTG	Thüringer Tourismus GmbH
VHS	Volkshochschule

Herausgeber

Thüringer Ministerium für Wirtschaft,
Wissenschaft und Digitale Gesellschaft
Max-Reger-Str. 4-8
99096 Erfurt

Telefon +49 361 573711-970
Telefax +49 361 571711-990
mailbox@tmwwdg.thueringen.de
www.tmwwdg.de

Redaktionsschluss: Dezember 2019