

STRATEGISCHE HANDLUNGSFELDER							
DMO-Prozess fokussieren (TMWWWDG)							
Maßnahme	Verantwortung	Maßnahme	Umsetzungspartner	Status quo	nächste Schritte	Umsetzungsstand	Indikator
M1	TMWWWDG	Professionalisierung der Organisationsstrukturen und dauerhafte Sicherung der Arbeitsfähigkeit der DMO	TMWWWDG, DMO, TTG	Durch den DMO-Prozess soll eine regionale Ebene touristischer Aufgabenträger geschaffen werden; Ziel ist die Etablierung eines regionalen touristischen Management in einem Gebiet (nicht notwendig beschränkt auf eine Destination).	Verstetigung der Förderung; Erhöhung des Eigenanteils, Kennzahlengestützte Steuerung der DMO; Erweiterung der Gebietskulisse kleinerer DMO erwünscht weitere Professionalisierung der DMO	abgeschlossen	Anzahl Beschäftigte; Höhe Etat
M2	TMWWWDG	Etat für DMO-Förderung aufstocken	TMWWWDG	Das Land hat die die Förderung auch im Jahr 2024 und 2025 sichergestellt und strebt eine Verstetigung an; Förderkriterien wurden vereinfacht und an die Aufgaben angepasst.	Sicherung des Haushaltsansatzes für die kommenden Jahre	abgeschlossen	Aufwuchs Fördervolumen
M3	TMWWWDG/DMO	Integriertes Ansiedlungsmanagement auf DMO-Ebene mit LEG institutionalisieren	TMWWWDG, LEG, DMO, Orte	Das Team Gastgewerbe bei der LEG organisiert für das TMWWWDG die Investorenakquise im Tourismusbereich. Neben der Ansiedlung touristischer Leitprodukte, soll bei der Akquise der Fokus auf Regionen liegen, die bereits stark in die touristische Infrastruktur investiert haben und den Tourismus proaktiv unterstützen. Zuständigkeitsfinder im TNT mittels Verschlagwortung Vernetzung zwischen DMO und regionaler Wirtschaftsförderung	Aufnahme des Team Gastgewerbes in den „Arbeitsplan Akquisition und Standortmarketing“ der LEG für 2024 (und weitere Jahre) Einbindung/Vernetzung relevanter Partner Best Practice Beispiele als Grundlage für weitere Diskussionen und Maßnahmen im Team	in Umsetzung	Ansprechpartner auf beiden Seiten vorhanden, Netzwerke vor Ort, Anzahl Treffen/Austausch, Abschlüsse
M4	TTG/TMWWWDG	Weiterentwicklung geeignete Kommunikationsinstrumente zwischen TMWWWDG, TTG und DMOs zum regelmäßigen fachlichen Austausch und Wissenstransfer	TMWWWDG, TTG und DMO	regelmäßige DMO-Runden mit TMWWWDG und TTG, thematische Projektgruppen TTG/DMO Mit dem Destinationstag wurde eine neue Plattform für DMO (regional und lokal), regionale Tourismusverbände und ähnliche Aufgabenträger geschaffen.	Formate weiterführen	in Umsetzung	Regelmäßigkeit und Anzahl der Kommunikationsinstrumente, Anzahl Teilnehmer, Anzahl der Themen durch DMO eingebracht
Ortsbene professionalisieren (TTG/B. Widmann)			Umsetzungspartner	Status quo	nächste Schritte	Umsetzungsstand	Indikator
M6	DMO/lokale Ebene	Etablierung des flächendeckenden Netzes von arbeits- und leistungsfähigen Touristinformationen (analoge und/oder digitale Informationsangebote) in einer DMO unter Berücksichtigung der Bedürfnisse der Gäste	TMWWWDG, Orte, DMO, TTG	regelmäßiges Austauschformat der Touristinformationen (TI) unter Federführung der TTG („TIs im Austausch“) zur Etablierung eines flächendeckenden Netzes von arbeits- und leistungsfähigen Touristinformationen Finalisierung des Wissenspools "TI der Zukunft" im Tourismusnetzwerk	bessere Führung der TIs durch die DMOs "TIs im Austausch" als Pilotprojekt im Wissensmanagement (Erprobung von Methoden). Ergebnisevaluierung und Ableitungen	in Umsetzung	Anzahl der arbeits- und leistungsfähigen Touristinformationsangebote im Vergleich zu nicht arbeits- und leistungsfähigen touristischen Informationsangeboten - Kriterien entwickeln
Finanzierungs-/ Fördersystem Tourismus anpassen (TMWWWDG)			Umsetzungspartner	Status quo	nächste Schritte	Umsetzungsstand	Indikator
M7	TMWWWDG	Anpassung des Tourismusbeitrag (gästefinanziert)	TMWWWDG, TMIK, GSSt, TLK	Vorschläge von TTG, DEHOGA für Modifizierung des Tourismusbeitrags, um bessere Nutzung zu erreichen Anpassung des Tourismusbeitrags (gästefinanziert): Auftaktmeeting mit dem Gemeinde und Städtebund Thüringen e.V. und dem DEHOGA Thüringen e.V. zur Ideenfindung, initiiert durch die TTG	Weitere Auseinandersetzung im Jahr 2024	in Umsetzung	Höhe der Einnahmen durch den Tourismusbeitrag / Nutzung der Kommunen (Anzahl)
Betriebe stärken (Frau Wolff, Herr Metz)			Umsetzungspartner	Status quo	nächste Schritte	Umsetzungsstand	Indikator
Allgemeine Einschätzung/Status und nächste Schritte				sinnvolle Netzwerkstrukturen stärken und weiterentwickeln <u>Evaluierung vorhandener Leistungsangebote und Kernkompetenzen der Akteure</u>	Empfehlungen der Maßnahmenteam bewerten und Ableitungen treffen		
M15	DMO	Beratung und Betreuung zur Professionalisierung der Betriebe ausbauen	DMO in Zusammenarbeit mit DEHOGA und IHKn	erster Entwurf des landesweites "Zuständigkeitsfinders" im TNT mittels Verschlagwortung abgebildet Austausch zu geeigneten – bestehenden oder neu zu etablierenden – Veranstaltungsformaten und Kommunikationswegen Bedarfe und Fehlstellen erkennen	Zuständigkeitsfinder im TNT programmieren Geeignete Veranstaltungsformate prüfen/vernetzen/entwickeln Planung Veranstaltungen verbessern Bedarfe prüfen	in Umsetzung	Anzahl der Beratungsgespräche
M8	IHK/TTG	Vorhandene Daten/Befragungen (bspw. IHK Saisonumfrage) Leistungsträger/innen regelmäßig zu Zufriedenheit, Stimmung, Bedürfnissen etc. gemeinsam intensiver nutzen und kommunizieren. Gemeinsame Bedarfe ermitteln und auf Umsetzbarkeit überprüfen.	TMWWWDG/TTG in Kooperation mit DEHOGA und IHKn	Vorhandene Datensätze und Quellen liegen vor und werden von allen Teilnehmern individuell geprüft und hinsichtlich eigener Relevanz bewertet Kein standardisierter Vorgang/Prozess bei der Erhebung der Daten von einzelnen Akteuren/Partnern (DMOs, IHK usw.) Bedarfserknnnis hinsichtlich professioneller Aufbereitung von vorhandenen Daten Aufbau und Sammlung von konkreten Use-Cases zur Ermittlung von relevanten Daten begonnen Unzureichende Datenlage bei relevanten KPIs wie beispielsweise Übernachtungszahlen unter 10 Betten	Dashboard für ganz Thüringen - eventuell in Kooperation mit Hessen Finale Bedarfsanalyse der Kennzahlen und Definition der benötigten Quellsysteme Bedarfe ermitteln - welche Daten fehlen Festlegung der Darstellung und Auswertungsinhalte	in Umsetzung	Outputs der vorhandenen Daten (Formate/Kanäle), ggf. gemeinsame Befragungen
INHALTLICHE HANDLUNGSFELDER							
Nachhaltigkeit (TTG/B. Widmann)			Umsetzungspartner	Status quo	nächste Schritte	Umsetzungsstand	Indikator
M9	TMWWWDG / TTG	Einbringen tourismuspolitischer Standpunkte in die Fortschreibung der Nachhaltigkeitsstrategie Thüringen	TMUEN, TMWWWDG in Zusammenarbeit mit der TTG	Erarbeitung einer Argumentationsgrundlage zur Untermuerung des Anliegens, dem Tourismus einen Platz in der Nachhaltigkeitsstrategie zu widmen. Ausführlicher Termin mit dem TMUEN zur besseren Anbindung des Tourismus an die Fortschreibung der Nachhaltigkeitsstrategie	Finalisierung der Argumente für den Tourismus Vorstellung der Ergebnisse aus M10 und der erarbeiteten Argumentationsgrundlage bei den verantwortlichen politischen Akteuren Bestenfalls aktive Anbindung bei der Fortschreibung der Nachhaltigkeitsstrategie Thüringen Verankerung des Thema Tourismus in der Thüringer Nachhaltigkeitsstrategie Empfehlungen der Maßnahmenteam bewerten und Ableitungen treffen	in Umsetzung	Tourismus findet in der Fortschreibung der Thüringer Nachhaltigkeitsstrategie im Rahmen eines eigenen Kapitels seine Erwähnung
M10	TTG	Entwicklung praktischer Handreichungen (Checklisten) zum Thema Nachhaltigkeit für alle Akteure der Tourismusbranche in Thüringen unter Berücksichtigung lokaler und überregionaler/länderübergreifender, touristischer Nachhaltigkeitsstrategien	TTG in Kooperation mit der zu gründenden AG Nachhaltigkeit (DMOs, Leistungsträger, IHKn, NAT)	Basisinformationen und Checklisten im Tourismusnetzwerk bereits vorhanden. AG Nachhaltigkeit hat unter fachlicher Begleitung der Agentur "Klimapatenschaft GmbH" eine Vision für die Nachhaltigkeit im Thüringer Tourismus entwickelt und als One-Pager vorgelegt. Die Vision wurde mit Handlungsfeldern untersetzt.	Ausschreibung für zweite Projektphase und Entwicklung umfanglicher Hilfswerkzeuge in Bezug auf die definierten Handlungsfelder Austausch mit TMUEN bzgl. Kooperation im Bereich Nachhaltige Mobilität	in Umsetzung	Anzahl Veranstaltungen zum Thema Nachhaltigkeit, Anzahl von Checklisten im TNT
M11	TMWWWDG	Nachhaltigkeit als Kriterium in den Tourismuspreis integrieren	TMWWWDG	"Nachhaltigkeit" wurde ab 2022 als feste Kategorie in den Tourismuspreis aufgenommen.		abgeschlossen	Kategorie beim Tourismuspreis

STRATEGISCHE HANDLUNGSFELDER							
Marke, Zielgruppen und Produkte (TTG)			Umsetzungspartner	Status quo	nächste Schritte	Umsetzungsstand	Indikator
M12	TTG	Vertiefende Reflexion und Weiterentwicklung von Sinus-Milieus, Reisemotiven/Persona anstoßen	TTG in Zusammenarbeit mit den jeweiligen DMO und Markenbotschaftern	Neubewertung der Sinus-Milieus nach aktueller Studie Ableitungen für Marketingmaßnahmen Auswertung der neuen Mediastudie Definition des Reisemotiv Sehnsucht als Querschnittsmotiv Umsetzung in Kampagnen und Kanälen	Integration des Gesamtkomplexes in den Wissenstransfer Ableitungen seitens der TTG für das Auslandsmarketing nach Übernahme der Sinus-Milieus durch die DZT	abgeschlossen	ZGM, Veranstaltungen mit Partnern, regelmäßige Marktforschung
M13	TTG	Attraktives und regelmäßiges Kommunikationsformat mit Orten und Leistungsträger*innen für Familienmarke entwickeln	TTG in Zusammenarbeit mit den jeweiligen DMO	Markenwebsite marke.thueringen-entdecken.de Markenworkshop Vogtland Integration des Markenbewusstseins in alle Vorträge bei DMOs, Verbänden etc.	Entwicklung als Cluster innerhalb des Wissenstransfers	in Umsetzung	Anzahl Outputs (Print, Veranstaltungen, Gespräche etc.)
M14	TTG	Praxisleitfaden („Toolkit“) zur Anwendung des Zielgruppen- und Reisemotivverständnisses auf Ebene der Leistungsträger*innen erstellen	TTG in Zusammenarbeit mit den jeweiligen DMO	Prozess in TTG begonnen		in Umsetzung	Umsetzung des Praxisleitfadens, Einsatz in der Praxis
Qualität (TTG/ B. Widmann)			Umsetzungspartner	Status quo	nächste Schritte	Umsetzungsstand	Indikator
M16	TTG	Anpassung des Markenbotschafter- und TOP-Gastgeberprozesses an neue Gegebenheiten (z.B. neue Rahmenbedingungen, steigende Relevanz von Themen wie Nachhaltigkeit und Barrierefreiheit, etc.)	TTG in Kooperation mit den DMO und bestehenden Markenbotschaftern	Abstimmung Ziele des Markenbotschafterprozesses mit TMWWDG, keine umfangreichen Korrekturen am Prozess Abstimmung Ziele TOP-Gastgeberprozess, Prozess wird fortgeführt, sobald Ausspielung der Gastgeber auf thueringen-entdecken.de möglich ist	Markenbotschafterprozess: Finalisierung der neuen Ansätze, (Interne) Abstimmung und Anwendung TOP: Workshop zur Neuausrichtung Anfang August 2023	in Umsetzung	Anpassung der Kriterien
M17	TTG	TTG als Steuerer für Markenbotschafterprozess auf Landesebene sowie als Impulsgeber für den Prozess auf Regionalebene.	TTG in Zusammenarbeit mit den jeweiligen DMO/Verantwortung Prozess Regionalebene = DMO	Aktuell 44 ernannte Markenbotschafter für die Reisemotive Kennerschaft, Faszination, Neugierde und Sehnsucht. 6 Ernennungen in 2023	Konsultierungen zur Fortführung des Prozesses sowohl TTG-intern als auch mit dem TMWWDG	in Umsetzung	Anzahl der Markenbotschafter
M18	TTG	Qualität der touristischen Infrastruktur im Bereich der touristischen Rad- und Wanderwege sichern und ausbauen	TTG, DMO, Kommunen, TMIL, TMWWDG	Projekte im Bereich der Wanderwege, insbesondere Vorbereitungen auf die Fortschreibung der Wanderwegekonzeption laufen. Auswertungsberichte der ADFC-Klassifizierung liegen vor	Bewertung StädteKette: 2 Sterne. Nach Behebung von zwei Abstufungen kann ein solider 3-Sterne-Radweg ausgewiesen werden. Bewertung Saaleradweg: 3 Sterne. Der Bericht zeigt zudem Potenziale auf, wie in den kommenden Jahren 4 Sterne erreicht werden können. Beide Radwege haben nun ein Jahr um nachzubessern. Prozess wird als wertvoll beurteilt, da er sowohl Potenziale, als auch Mängel aufdeckt.	in Umsetzung	ADFC-Zertifizierung mindestens eines weiteren Radweges; Fortschreibung der Wanderwegekonzeption
M19	TTG	Monitoring von Gästezufriedenheit und Qualitätsimage durchführen	TTG	Durchführung einer landesweiten Gästebefragung zum Gästeverhalten und der Qualität vor Ort (2023/2024)	Durchführung der Gästebefragung bis 31.05.2024 Ableitungen von Maßnahmen aus den Ergebnissen der Gästebefragung auf DMO-Ebene und Landesebene	in Umsetzung	Gästebefragungstool, sonstige Mafo: durchgeführte Marktforschung, Aufbereitung und Kommunikation (Formate, Kanäle/Anzahl)
Digitalisierung (TTG)			Umsetzungspartner	Status quo	nächste Schritte	Umsetzungsstand	Indikator
M20	TTG/DMO	Thema Open Data und Content-Architektur stetig weiterentwickeln und intensivieren: Datenquantität- und -qualität erhöhen	TTG, DMO, Erfurt, Weimar, TMWWDG	Entwicklung eines Tools zur Verbesserung der Datenqualität in der ThüCAT Datenbank finalisiert ThüCAT Websitebaukasten auf neueste Programmversion aktualisiert. 47 Websites online.	Weiterentwicklung Datenbank und Websitebaukasten - weitere Fremdsprachen - erweiterte Kartenmodule - zweite Version Qualitätstool	in Umsetzung	Datenqualitätsscores, Abdeckung der erfassten ThüCAT-Daten je Organisation und Gebiet.
M21	DMO/TTG	Onlinebuchbarkeit voranbringen	DMO, Erfurt, Weimar und TTG	Vorbereitung der Einführung Tsmart weitgehend abgeschlossen	Flächendeckende Einführung von Tsmart	in Umsetzung	Anzahl der buchbaren Leistungen und genutzten Vertriebskanäle
NEU	TTG/DMO	Datennutzung/Anwendung	TTG, DMO, DZT	Übergabe ThüCAT Daten an DZT Knowledge Graphen und weitere relevante Akteure abgeschlossen	Entwicklung und Bereitstellung der HTML-Widgets für die Datenbereitstellung auf anderen Websites	in Umsetzung	
Tourismusbewusstsein, -akzeptanz, Wirtschaftsfaktor Tourismus (A. Sturm, B. Widmann)				Status quo	nächste Schritte	Umsetzungsstand	Indikator
M5	DMO/lokale Ebene	Stärkung des Tourismusbewusstseins in der DMO, insbesondere bei den kommunalen Gebietskörperschaften	DMO, Orte, Unterstützung durch TTG, TMWWDG	„Tourismusakzeptanz-Broschüre“ für die Zielgruppe politische Ebene mit Zahlen/Daten/Fakten inkl. überzeugender Argumente (Zusammenführung vorhandener Publikationen) erforderlich: Aktualisierung der Datengrundlage im Jahr 2024 (Wirtschaftsfaktor, Tagesreisenmonitor, Tourismusbewusstsein, Trust Score...) Lobbyarbeit Veranstaltungsformate / parlamentarischer Abend	Haushaltsmittel für Ankauf notwendiger Daten oder Studien einplanen Kosten für Gestaltung und Herstellung der Tourismusbroschüre (Co-Finanzierung?) M8 gemeinsamer Termin zur Datenauswahl Sichtbarkeit Kampagnen bei der Bevölkerung Erhebung grauer Beherbergungsmarkt über die statistische Meldepflicht (Initiative aus dem Ministerium heraus) parlamentarischer Abend 2024	in Umsetzung	Nutzung des buchbaren Serviceangebotes (Anzahl Veranstaltungen unter Einbindung des TMWWDG und/oder der TTG)
M22	TMWWDG/TTG	Ergebnisse der Berechnungen des Wirtschaftsfaktor Tourismus in Thüringen zielgruppengerecht aufbereiten und kommunizieren	TMWWDG, TTG in Zusammenarbeit mit den jeweiligen DMO und Orten	Zielgruppenrelevante Kommunikation der wirtschaftlichen Effekte des Tourismus	neue Datenerhebung im Zuge der Evaluierung der TST 2025; Aufbereitung für wichtige Zielgruppen und intensive Kommunikation	in Umsetzung	durchgeführte Marktforschung, Aufbereitung und Kommunikation (Formate, Kanäle/Anzahl)
M23	TTG	Positive Imagebildung der Tourismusbranche als Arbeitgeber im Rahmen des Innenmarketings	TTG, IHKn, THAFF, DEHOGA	Erfolgreiche Durchführung der Veranstaltung "First Date Tourismus" 2022 und 2023 zur Generierung von Nachwuchskräften, Auszeichnung mit dem 2. Platz im Rahmen des DSTNCMP-Preises 2023 als innovatives Projekt unter dem Motto "einfach mal gemacht"	Fortführung der Veranstaltungsreihe „First Date Tourismus“ an 5 Standorten Schaffung eines Sets an Spielen, Materialien und Möbelungen zum Verleih, so dass auch andere Akteure ähnliche Veranstaltungen ohne großen Aufwand durchführen können. Schaffung eines Netzwerkformates für "Young Professionals"	in Umsetzung	Outputs (durchgeführte Veranstaltungen, andere Formate, Teilnehmer...)
M24	TTG	Agilität & Resilienz: Kommunikationswege und bestehende Netzwerke (TNT) im Sinne des Informationsaustausches und der Bereitstellung von Wissen, insbesondere auch im Sinne einer geeigneten Krisenkommunikation, nutzen und pflegen sowie bei Bedarf aufbauen	TTG in Kooperation mit der Steuerungsgruppe TNT, DMOs, Multiplikatoren	Umfänglicher, optischer Relaunch des TNT in 2022 Neue Elemente für mehr Übersichtlichkeit etabliert Neugestaltung und Vereinfachung der Menüstruktur im TNT ist erfolgt	Umbau der statischen Seiten nach den Anforderungen aus dem Projekt "Wissensmanagement" / Etablierung als Wissenshub Etablierung des Tourismusnetzwerk Thüringen als Wissenshub	in Umsetzung	Anzahl Beiträge, Anzahl geschulter Redakteure, Anzahl Zugriffe (was indirekt für Qualität steht) und Weiterentwicklung zum Wissenshub

STRATEGISCHE HANDLUNGSFELDER							
M25	TTG (TMWWDG)	Tourismus & Alltagsraum: Regelmäßig Stimmungsbild und Einschätzung der Bevölkerung erheben	Tourismusakzeptanz-Studie als feste Mafo-Studie der TTG, regelmäßige Durchführung und Auswertung/Ableitungen treffen	Befragung zum Einfluss des Tourismus auf die Lebensqualität der Bevölkerung	Auswertung der Ergebnisse und Ableitungen treffen Einbindung relevanter Partner (Maßnahmenteam Tourismusbewusstsein und Marktforschung)	In Umsetzung	Tourismuzsakzeptanz-Studie

Legende:

neu etablierte Maßnahmeteams