

FAMILIENMARKE	MARKENWERTE	naturverbunden	Thüringen steht für nachhaltigen Umgang mit natürlichen Ressourcen. Für den Gast ist diese Wertschätzung erlebbar.	TTG Marketing	mindestens 3 Kernwerte müssen erfüllt sein	
		inspirierend	Thüringens Persönlichkeiten fanden und finden in Thüringen die Freiheit, kreativ zu sein. Gästen haben Zugang zu Gedankenwelt, Empfindungen und Handlungen und lassen sich davon inspirieren.	TTG Marketing		
		zugänglich	Der Gast trifft auf ehrliche, herzliche, serviceorientierte Leistungsträger, die den Aufenthalt zu einem Genuss machen.	TTG Marketing		
		kulturprägend	Authentische Orte und deren Geschichte sind Kern der Thüringer Kultur. Sie wirken auf das Gasterlebnis und in die gesellschaftliche Entwicklung bis heute.	TTG Marketing		
						alle Markenregeln müssen eingehalten werden
	MARKENREGELN	prägend	Ermöglicht der Markenbotschafter eine prägende naturverbundene oder kulturelle Erfahrung? Formulierung in der Erlebniswerkstatt: Bitte vervollständigen Sie: "Der Besuch unseres Produktes bleibt lange in positiver Erinnerung, weil..."	TTG Marketing		
		spezifisch	Will man es unbedingt vor anderen Konkurrenten weiterempfehlen? Formulierung in der Erlebniswerkstatt: "Unser Angebot kann man bedingungslos vor anderen Konkurrenten weiterempfehlen, weil..."	TTG Marketing		
		verbindend	Weckt es das Interesse für andere wertige Leistungen (Spitzenleistungen)? Formulierung in der Erlebniswerkstatt: "Mit unserem Angebot wecken wir Interesse für andere Spitzenleistungen in Thüringen, zum Beispiel für..."	TTG Marketing		
		erzählend	Kann man über den Markenbotschafter eine markenrelevante Geschichte erzählen? Formulierung in der Erlebniswerkstatt: "Über unser Angebot kann man eine markenrelevante Geschichte erzählen. Besondere Aufhänger wären bei uns zum Beispiel..."	TTG Marketing		
		stilistisch	Ist das Logo der Familienmarke „Thüringen-entdecken“ klar als Absender erkennbar? Formulierung in der Erlebniswerkstatt: Bei uns ist das Logo der Familienmarke "Thüringen-entdecken" klar als Absender erkennbar, zum Beispiel in/ auf..."	TTG Marketing		
						alle Marketing-Kriterien müssen erfüllt sein
	MARKETING	Content	Erstellung qualitativen Contents = Anwendung des Content-Guides Thüringen, regelmäßige Überprüfung des Contents (2jährlich bzw. sobald es wesentliche Änderungen gibt)	DMO: gibt es einen Vertrag?		
		ThüCAT	Markenbotschafter verpflichten sich zur umfassenden Beteiligung an der ThüCAT und der damit verbundenen Vertragsbestimmungen.	DMO: gibt es einen Vertrag?		
		Datenpflege ThüCAT	Markenbotschafter pflegen ihre Basisdaten (z. B. Öffnungszeiten, Anschrift) in ThüCAT (selbst oder über Datenpflegestelle) und stellen somit eine größtmögliche gemeinsame Nutzung und Verbreitung sicher	DMO: gibt es einen Vertrag?		
		Verbund-Denken	Markenbotschafter sind Thüringen-Botschafter und empfehlen auch andere Spitzenleistungen innerhalb ihres Reisesmotivs (persönlich und in den Medien) markenrelevante Geschichte erzählen?	TTG Marketing		
		Marketing-Mix	Markenbotschafter bedienen den für die Zielgruppe erforderlichen Marketing-Mix (Print, Website, Social Media) und halten eine Aktualität vor.	TTG Marketing		
		Zweisprachigkeit	Markenbotschafter halten Basis-Informationen sowohl im Marketing als auch im Vorort-Erlebnis mindestens zweisprachig (deutsch/englisch) vor.	DMO		

Datum:
Bearbeitet durch:

ALLE REISEMOTIVE	Barrierefreiheit	Geprüfte Daten zur Barrierefreiheit liegen vor und sind in der zentralen Datenbank erfasst. (Nach 3 Jahren wird erneute Datenerhebung empfohlen.)	Prüfung über Datenbank (TTG) Datum der Datenerhebung.
	Nachhaltigkeit	Markenbotschafter setzen sich nachweisbar mit dem Thema Nachhaltigkeit auseinander (Perspektive: eigener Nachhaltigkeitsbericht)	Nachweis des Tuns TTG

FASZINATION

UNTERKUNFT (TOP Gastgeber)	Erreichbarkeit	Parkmöglichkeit direkt am Haus	DMO	alle Kriterien müssen erfüllt sein
	Qualität	Kriterien der Top-Gastgeber werden erfüllt	DMO	
				alle Kriterien müssen erfüllt sein
GASTRONOMIE (TOP Gastgeber)	Erreichbarkeit	Parkmöglichkeit in max. 500 Metern Entfernung	DMO	alle Kriterien müssen erfüllt sein
	Qualität und Service	Kriterien der Top-Gastgeber werden erfüllt und/oder der Bewerber ist Partner der Thüringer Tischkultur	DMO	
	Öffnungszeiten	Mind. 5 Tage/Woche geöffnet, transparente Kommunikation der Zeiten	DMO	
				alle Kriterien müssen erfüllt sein
POI (Point of Interest)	Erreichbarkeit	Parkmöglichkeit in max. 500 Metern Entfernung	DMO	alle Kriterien müssen erfüllt sein
	Ausschilderung	Vom Parkplatz oder der nächsten ÖPNV-Station, internes Leitsystem ist vorhanden	DMO	
	Öffnungszeiten	Ganzjährig und mind. 6 Tage/Woche von Ostern bis Oktober geöffnet, transparente Kommunikation der Öffnungszeiten	DMO	
	Gastronomie	Integriert oder bis max. 500 Metern Entfernung	DMO	
	Shop	mit Verkaufsfläche und thematisch passenden Souvenirs integriert	DMO	
	Inszenierung	Multimediales Ausstellungskonzept mit geschichtlicher bzw. kultureller Relevanz	DMO	
				alle Kriterien müssen erfüllt sein
STADT	Qualität in Gastronomie und Beherbergung	Destination Quality Report: Bei 50% der 10 Qualitätskriterien liegt die Stadt über dem Mittelwert vergleichbarer Städte. (prüft TTG)	TTG	alle Kriterien müssen erfüllt sein
	Markenbotschafter	Mind. 2 weitere Markenbotschafter vorhanden (POI oder Veranstaltung)	DMO	
	Führungen	Mind. eine öffentliche Führung am Wochenende und mind. 3 thematische buchbare Führungen	DMO	
				alle Kriterien müssen erfüllt sein
VERANSTALTUNG	Erreichbarkeit	Parkmöglichkeit oder ÖPNV in max. 500 Metern Entfernung	DMO	alle Kriterien müssen erfüllt sein
	Inszenierung I	Authentischer Ort	DMO	
	Inszenierung II	Premium-Service buchbar (z.B. Treffen mit dem Regisseur; Zugang zu einem Exklusivbereich inkl. Sekt und Snacks...)	DMO	
				alle Kriterien müssen erfüllt sein
WEG	Erreichbarkeit	Parkmöglichkeit in max. 1000 Metern Entfernung, gute ÖPNV-Anbindung (<i>im Internet leicht recherchierbar</i>) oder buchbaren Transfer	DMO	alle Kriterien müssen erfüllt sein
	Authentischer Ort	POIs oder Stationen mit geschichtlicher bzw. kultureller Relevanz sind am Weg erlebbar	DMO	
	Qualität/Zertifizierung	Der Wanderweg erfüllt die Kriterien für Priorität A-Wanderwege der Wanderwegekonzeption, Radwege erfüllen die Kriterien für Sterne-Routen des ADFC	TTG	
	Gastronomie I	Gastronomie- und andere Verpflegungseinrichtungen (Bäcker, Fleischer) betriebe entlang des Weges werden im Internet oder am Wegeinstieg mit Öffnungszeiten und / oder Kontaktdaten kommuniziert	DMO	
	Gastronomie II	Alle 20 Kilometer am Radweg, mind. 5 Tage geöffnet	DMO	

KENNERSCHAFT	UNTERKUNFT (TOP Gastgeber)	Erreichbarkeit	Parkmöglichkeit direkt am Haus	DMO	
		Qualität	Kriterien der Top-Gastgeber werden erfüllt	DMO	
					alle Kriterien müssen erfüllt sein
	GASTRONOMIE (TOP Gastgeber)	Erreichbarkeit	Parkmöglichkeit in max. 500 Metern Entfernung	DMO	
		Qualität und Service	Kriterien der Top-Gastgeber werden erfüllt und/oder der Bewerber ist Partner der Thüringer Tischkultur	DMO	
		Öffnungszeiten	Mind. 5 Tage/Woche geöffnet, transparente Kommunikation der Zeiten	DMO	
					alle Kriterien müssen erfüllt sein
	POI (Point of Interest)	Erreichbarkeit	Parkmöglichkeit in max. 500 Metern Entfernung	DMO	
		Ausschilderung	Vom Parkplatz oder der nächsten ÖPNV-Station, internes Leitsystem ist vorhanden	DMO	
		Öffnungszeiten	Mind. 6 Tage/Woche von Ostern bis Oktober geöffnet, transparente Kommunikation der Öffnungszeiten	DMO	
		Gastronomie	Integriert und auch unabhängig vom POI zu besuchen, "Marktplatz"	DMO	
		Shop	Integriert, „Marktplatz“- Charakter	DMO	
		Inszenierung	Bedeutung durch bekannte Namen, tiefergehende fachliche Informationen werden vorgehalten und vermittelt	DMO	
					alle Kriterien müssen erfüllt sein
	STADT	Qualität in Gastronomie und Beherbergung	Destination Quality Report: Bei 50% der 10 Qualitätskriterien liegt die Stadt über dem Mittelwert vergleichbarer Städte. (prüft TTG)	TTG	
		Markenbotschafter	Mind. 2 weitere Markenbotschafter vorhanden (POI oder Veranstaltung)	DMO	
		Führungen	mind. 3 thematische, exklusive Führungen buchbar	DMO	
		Stadtnahes Naturerlebnis	Vorhanden, z. B. Park, Ausgangspunkt von Rad- oder Wanderwegen	DMO	
		Shopping	Auswahl individueller, kleinerer Läden (eigentümergeführt; keine Ladenkette) vorhanden (mind. 5)	DMO	
					alle Kriterien müssen erfüllt sein
VERANSTALTUNG	Erreichbarkeit	Parkmöglichkeit oder ÖPNV in max. 500 Metern Entfernung	DMO		
	Inszenierung II	Bedeutung durch überregional/ international bekannte Namen	DMO		
	Inszenierung II	Premium-Service buchbar (z.B. Treffen mit dem Regisseur; Zugang zu einem Exklusivbereich inkl. Sekt und Snacks...)	DMO		

NEUGIERDE

	UNTERKUNFT (TOP Gastgeber)	Erreichbarkeit	Parkmöglichkeit direkt am Haus	DMO	alle Kriterien müssen erfüllt sein	
		Erreichbarkeit II	Das Stadtzentrum ist in 10 min. zu Fuß oder per ÖPNV zu erreichen.			
		Qualität	Kriterien der Top-Gastgeber werden erfüllt	DMO		
			Freies WLAN	DMO		
						alle Kriterien müssen erfüllt sein
	GASTRONOMIE (TOP Gastgeber)	Erreichbarkeit	Parkmöglichkeit in max. 500 Metern Entfernung	DMO		
		Qualität I	Kriterien der Top-Gastgeber werden erfüllt und/oder der Bewerber ist Partner der Thüringer Tischkultur	DMO		
		Qualität II	Freies WLAN	DMO		
		Charakter	Charakter (trendig, kultig, fotogen)	DMO/TTG		
		Öffnungszeiten	Mind. 5 Tage/Woche geöffnet, transparente Kommunikation der Zeiten	DMO		
						alle Kriterien müssen erfüllt sein
	POI (Point of Interest)	Erreichbarkeit	Parkmöglichkeit in max. 500 Metern Entfernung	DMO		
		Öffnungszeiten	Mind. 6 Tage/Woche von Ostern bis Oktober geöffnet, transparente Kommunikation der Öffnungszeiten	DMO		
		Gastronomie	Integriert und auch unabhängig vom POI zu besuchen, "Marktplatz"	DMO		
		Shop	Integriert, „Marktplatz“- Charakter	DMO		
		Inszenierung	Multimediales Ausstellungskonzept mit niederschwelligem Zugang (z.B. einfache Sprache, anekdotisch)	DMO		
					alle Kriterien müssen erfüllt sein	
STADT	Erreichbarkeit	Gute ÖPNV-Anbindung mit regelmäßiger Taktung	DMO			
	Qualität in Gastronomie und Beherbung	Destination Quality Report: Bei 50% der 10 Qualitätskriterien liegt die Stadt über dem Mittelwert vergleichbarer Städte. (prüft TTG)	DMO			
	Markenbotschafter	Mind. 2 weitere Markenbotschafter vorhanden (POI oder Veranstaltung)	DMO			
	Shopping	Auswahl von Markengeschäften und individueller, kleinerer Läden (eigentümergeführt, keine Ladenkette) vorhanden, geöffnet bis 20 Uhr	DMO			
	Flair	Kulturelles und gastronomisches Angebot bis 22 Uhr, Kneipen/ Bars bis 23 Uhr	DMO			
	Stadtnahes Naturerlebnis	Vorhanden, z. B. Park, Ausgangspunkt von Rad- oder Wanderwegen	DMO			
					alle Kriterien müssen erfüllt sein	
VERANSTALTUNG	Erreichbarkeit I	Parkmöglichkeit oder ÖPNV in max. 500 Metern Entfernung	DMO			
	Erreichbarkeit II	Freies WLAN	DMO			
	Inszenierung	niederschwelliger Zugang, Entertainment	DMO			

S E H N S U C H T

UNTERKUNFT (TOP Gastgeber)	Erreichbarkeit	Parkmöglichkeit direkt am Haus oder gute ÖPNV-Anbindung oder Abholung durch den Gastgeber von der nächsten Station	DMO	alle Kriterien müssen erfüllt sein
	Qualität	Kriterien der Top-Gastgeber werden zugrunde gelegt	DMO	
alle Kriterien müssen erfüllt sein				
GASTRONOMIE (TOP Gastgeber)	Erreichbarkeit	Parkmöglichkeit in max. 500 Metern Entfernung, gute ÖPNV-Anbindung (ca. 500m vom Restaurant)	DMO	
	Qualität I	Kriterien der Top-Gastgeber werden zugrunde gelegt und/oder der Bewerber ist Partner der Thüringen Tischkultur	DMO	
	Qualität II	Mind. je ein vegetarisches und veganes Gericht auf der Karte	DMO	
	Öffnungszeiten	Mind. 5 Tage/Woche geöffnet, transparente Kommunikation der Zeiten	DMO	
POI (Point of Interest)	Erreichbarkeit	Parkmöglichkeit oder gute ÖPNV-Anbindung in max. 500 Meter Entfernung	DMO	
	Öffnungszeiten	Mind. 6 Tage/Woche von Ostern bis Oktober geöffnet, transparente Kommunikation der Öffnungszeiten	DMO	
	Gastronomie	Integriert oder bis max. 500 Meter Entfernung	DMO	
	Ausschilderung	Vom Parkplatz oder der nächsten ÖPNV-Station, internes Leitsystem ist vorhanden, Verweis auf Natur- und Aktivangebote vor Ort	DMO	
	Inszenierung	Multimediales Ausstellungskonzept mit Naturbezug sowie einer geschichtlichen bzw. kulturellen Relevanz	DMO	
STADT	<i>Für dieses Reisemotiv nicht definiert, da diese Zielgruppe Mainstream, Menschenmassen usw. eher meidet.</i>			
VERANSTALTUNG	<i>Für dieses Reisemotiv nicht definiert. Diese Zielgruppe meidet Menschenmassen. Eher besuchen sie kleine Bauernmärkte usw. Diese haben jedoch keine überregionale Bedeutung und sind daher als Kompetenzbeweis eher irrelevant.</i>			
alle Kriterien müssen erfüllt sein				
WEG (nur für dieses Reisemotiv)	Erreichbarkeit	Parkmöglichkeit in max. 1000 Metern Entfernung, gute ÖPNV-Anbindung (im Internet leicht recherchierbar) oder buchbaren Transfer	DMO	
	Zertifizierung	Der Wanderweg erfüllt die Kriterien für Priorität A-Wanderwege der Wanderwegekonzeption, Radwege erfüllen die Kriterien für Sterne-Routen des ADFC	TTG	
	Gastronomie I	Gastronomie- und andere Verpflegungseinrichtungen (Bäcker, Fleischer) betriebe entlang des Weges werden im Internet oder am Wegeinstieg mit Öffnungszeiten und / oder Kontaktdaten kommuniziert	DMO	
	Gastronomie II	Alle 20 Kilometer am Radweg, mind. 5 Tage geöffnet	DMO	
alle Kriterien müssen erfüllt sein				
DESTINATION (nur für dieses Reisemotiv)	Erreichbarkeit	Gute ÖPNV-Anbindung an einen Zugangspunkt (Ausgangspunkt für Wanderung oder Radtour oder Informationszentrum). Mit regelmäßiger täglicher Taktung; die Erreichbarkeit über den ÖPNV ist im Internet einfach ersichtlich. Alternativ Parkplatz in der Nähe eines Zugangspunktes, s.o.	DMO	
	Charakter I	Charakteristische Landschaft (z. B. Buchenwälder, Talsperren, Gebirgszug)	DMO	
	Charakter II	Netz aus attraktiven Wanderwegen, Radwegen, Ausblicken und POIs.	DMO	
	Charakter III	Informationszentrum mit Fokus auf Besonderheiten der Destination (Flora, Fauna, Geologie...)	DMO	
	Charakter IV	Erlebbarkeit über Angenote wie Spezialführungen (z.B. Rangerführungen)	DMO	
	Markenbotschafter	Es ist ein Markenbotschafter (Wanderweg, POI...) in der Region vorhanden.	DMO	