



Tourismusstrategie Thüringen 2025.

Umsetzungsstand:
Oktober 2018

Umsetzungsstand Tourismusstrategie Thüringen 2025 - Inhaltsverzeichnis

Vorwort

1. Handlungsfeld Marke und Zielgruppe (verantwortlich: TTG)

Erledigt

Persona-Erklärfilme und Steckbriefe

In Arbeit

Reisemotivgruppen und Kompetenzbeweise

Marketingkonzept

Relaunch thuringen-entdecken.de

Medienarbeit

Marktforschung Inland

Marktforschung und Marketing Ausland

Regionale Projektsteuerungsgruppen

Digitaler Produktleitfaden

2. Handlungsfeld Digitalisierung (verantwortlich: TTG)

In Arbeit

Content Strategie

Thüringer Content Architektur Tourismus (ThüCAT)

3. Handlungsfeld Betriebe (verantwortlich: TMWWDG)

Erledigt

(Neu-) Ausrichtung der gewerblichen Förderung

In Arbeit

Netzwerk Beratung Gastgewerbe (NBG) (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 Kommunalabgabegesetzes

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 Oktober 2018“ 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 zusammen hängende 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 Oktober 2018 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', written in a cursive style.

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 Tourismusnetzwerk

Reisemotivgruppen und Kompetenzbeweise

Handlungsfeld: Marke und Zielgruppe

Ziel

Die in der Tourismusstrategie festgelegten Leitprodukte Weimar, Wartburg, Rennsteig und Erfurt bedienen die Reisemotive „Kennischaft“, „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 einzuhaltendes Marketing und konsequente Markenführung zur gemeinsamen Stärkung des Images.

Werden Sie Familienmitglied der Marke Thüringen, indem Sie Ihr touristisches Produkt zum Kompetenzbeweis ausbauen. Als Teil eines starken Marken- und Marketingverbundes profitieren Sie von Synergien durch Kooperationen mit Partnern und im Marketing. Unsere Markenbotschafter sind das Gesicht Thüringens im In- und Ausland und inspirieren Gäste zu einer Reise zu den schönsten Zielen Thüringens.

Ansprechpartner

Thüringer Tourismus GmbH
Marketing

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

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

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 06/2019

Erstellen einer Beta-Version der Website zur Testphase mit Nutzern

Bis Q4 2019

Relaunch der Website 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 Pressekonzferenzen und die Distribution von Presseinformationen (Presstexte, 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 Tourismus Netzwerk Thüringen, um einen Überblick über aktuelle Trends zu bekommen und lassen Sie sich zu neuen Ideen inspirieren. 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 Q4 2019

Untersetzung des Auslandsmarketings mit Erkenntnissen zu länderspezifischen Zielgruppen

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. Dabei werden spezifische Zielgruppen dieser Regionen angesprochen, die im Vorfeld anhand ihrer Reisemotive eingruppiert wurden. 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. Darüber hinaus sieht die Tourismusstrategie einen Fokus in der Entwicklung von digitalen, überregionalen sowie infrastrukturellen Projekten. 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.

Perspektivisch ist die Verknüpfung mit einem digitalen Produktleitfaden geplant, der Sie Schritt für Schritt bei Ihrer Produktentwicklung begleitet. Zündende Ideen können über den Leitfaden genauer 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+ Welterberregion,
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 Q3 2018

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

Seit Q2 2018

Entwicklung von überregional relevanten Produkten

Digitaler Produktleitfaden

Handlungsfeld: Marke und Zielgruppe

Ziel

Der Digitale Produktleitfaden bietet Nutzern die Möglichkeit, ihre Produktideen in einem geführten Prozess auszuarbeiten und auf einfache Weise professionelle Produkte zu entwickeln. Ziel ist es, neue Angebote direkt in der Entwicklungsphase an die für Thüringen relevanten vier Zielgruppen anzupassen.

Inhalt

Der Leitfaden umfasst fünf Funktionen, die dem Nutzer in anwendungsfreundlichem Design zur Verfügung stehen: Inspiration durch Beispiele, Entwicklung von neuen Produktideen, Optimierung bestehender Produkte, Unterstützung bei der Umsetzung und Förderung, sowie akute Hilfe bei Problemen. 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 und Bedürfnisse ihres Gastes zu kennen und sich bereits im Vorfeld darauf einzurichten. Mit dem digitalen Tool können Inspiration, Planung und Durchführung von neuen Projekten jederzeit mit einem Mausklick starten.

Der Digitale Produktleitfaden befindet sich momentan in der Entwicklung und steht daher noch nicht zur Verfügung. Der offizielle Starttermin wird über das Tourismusnetzwerk bekannt gegeben.

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. Entwickeln Sie Ihre eigene Idee Schritt für Schritt mit dem Digitalen Produktleitfaden, um ein maßgeschneidertes Angebot für Ihre Zielgruppe zu schaffen. Binden Sie die Produktentwickler Ihrer Region und der Thüringer Tourismus GmbH ein, um vom Netzwerk zu profitieren. Prüfen Sie ein bestehendes Produkt auf die Produkt- und Qualitätsanforderungen einer speziellen Zielgruppe, um Ihr Angebot zu optimieren. Falls Sie akute Hilfe oder Beratung benötigen, finden Sie im Digitalen Produktleitfaden Ansprechpartner und ein unterstützendes Netzwerk.

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

03.09.2018

Online-Prototyping beim Thüringer Tourismustag 2018

Bis Q4 2018

Testphase

Q1 2019

Implementierung

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 in Zukunft am Content Leitfaden orientieren, der sich in der Entwicklung befindet. Der Startzeitpunkt der ThüCAT samt Content Leitfaden wird rechtzeitig über das Tourismusnetzwerk kommuniziert.

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 Q2 2019

Erstellung eines Content Leitfadens für die Produktion von Inhalten

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. Möglichkeiten zur Beteiligung von ThüCAT werden über das Tourismusnetzwerk kommuniziert.

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 Q2 2019

Technische Implementierung

Ab Q3 2019

Möglichkeit der Beteiligung an ThüCAT für
touristische Auftritte

Bis Q3 2019

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

Bis 12/2019

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

Netzwerk Beratung Gastgewerbe (NBG)

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 Netzwerk Beratung Gastgewerbe 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, die Thüringer Aufbaubank (TAB) und viele weitere Akteure der Thüringer 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. Der nächste Handlungsschritt ist die Sammlung und Aufbereitung aller Angebote zum Aufbau einer zentralen Datenbank.

Der regelmäßige Austausch der Förder- und Beratungsstellen untereinander und in Fachgruppen erfolgt über regelmäßige Netzwerktreffen sowie über den digitalen Kommunikationsraum (Tourismuszusammenkunft Thüringen). Eine weitere Aufgabe ist die Identifizierung und besondere Unterstützung von Betrieben an der Schwelle zur Exzellenz.

Schluss mit dem Staffellauf von einer Institution zur nächsten, um den richtigen Ansprechpartner für ein spezielles Anliegen zu finden. Seit dem 01. August 2018 erreichen Sie das Netzwerk Beratung Gastgewerbe per Telefon oder E-Mail:

Netzwerk Beratung Gastgewerbe

Tel.: +49 361 3742259

E-Mail: netzwerk-gastgewerbe@thueringen-entdecken.de

Ansprechpartner

Thüringer Tourismus GmbH (TTG)
Strategische Produktentwicklung

Partner

TMWWDG, DEHOGA, IHKn, TAB,
Steuerberaterverband, LEG,
Thüringer Landgesellschaft,
Thaff, ThAK, VHS,
Bundesagentur für Arbeit, RKW,
Natko, GFAW

Meilensteinplan

07/2018

Auftaktveranstaltung Netzwerkbildung

Seit Q1 2018

Sammlung und Aufbereitung der Beratungs- und Unterstützungsangebote

Seit dem 01.08.2018

Start der Beratung

Seit Q3 2018

Ermittlung von Grenzbetrieben an der Schwelle zum TOP-Gastgeber

Proaktives, tourismusspezifisches Ansiedlungsmanagement

Handlungsfeld: Organisation und Finanzierung

Ziel

Seit Anfang 2018 existiert bei der Landesentwicklungsgesellschaft Thüringen (LEG) im Bereich Akquisition das neu gegründete Team „Tourismugewerbe“. Ziel ist, neue touristische Leitinvestitionen zu akquirieren, die für überregionale Aufmerksamkeit sorgen und die Attraktivität und Ausstrahlung des Reiselandes Thüringen nachhaltig erhöhen.

Inhalt

Obwohl die Destination Thüringen auf ein immer breiteres Interesse stößt, bestehen immer noch ungenutzte Potenziale. Um touristische Highlights zu schaffen und die touristische Infrastruktur zu verbessern, wurde bereits viel getan. Für einen weiteren Zuwachs an Gästen und Übernachtungen, für eine Steigerung der Wertschöpfung und des Marktanteils Thüringens am Deutschlandtourismus sowie für eine zielgruppengenaue Angebotsentwicklung sind Investitionen in neue, qualitativ hochwertige Bettenkapazitäten unbedingt notwendig. Die sog. Leitinvestitionen mit Best-Practice Charakter an touristisch wichtigen Standorten sollen den allgemeinen Wachstumsprozess im Hotel- und Gastgewerbe anregen, aber auch die Thüringer Betriebe motivieren, im Wettbewerb der Destinationen mit besonderen Qualitäts- und Alleinstellungsmerkmalen hervorzutreten.

Im Zusammenhang mit der Umsetzung der Tourismusstrategie Thüringen 2025, des Projektes „Zukunft Thüringer Wald“ sowie des „Maßnahmenpakets Gastgewerbe“ soll das Team „Tourismugewerbe“ eine kontinuierliche und intensivere Investorenakquise im Tourismus etablieren sowie touristische Leitinvestitionen und die strukturierte Vermarktung von Flächen im Freistaat begleiten. Zu den Leitinvestitionen zählen Hotels, Ferienparks/ -resorts/ -anlagen sowie Sonderprojekte (Freizeiteinrichtungen, Gastronomie), die einen besonderen Beitrag zur Qualität, der Wertschöpfung und der Innovation im Thüringer Hotel- und Gastgewerbe leisten.

Zu den ersten Aufgaben gehört die Identifikation und marketinggerechte Aufbereitung von Standorten mit überregionaler touristischer Bedeutung für Investitionen (Aufbau eines Standortkatalogs) sowie die Identifikation und proaktive Ansprache von potenziellen Investoren für Leitinvestitionen im Thüringer Tourismus (z.B. auf Standortmessen wie der EXPO REAL).

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

Q3 und Q4 2018

Vertretung des Freistaats bei Mes-
sen, Hotelkongressen laufend
Abfrage bei den Kommunen zu ge-
eigneten Flächen und Standorten
für Leitinvestitionen; Prüfung und
Auswahl möglicher Investitions-
standorte

laufend

Gespräche mit potenziellen Inves-
toren 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.

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

02.03.2018

1. Werkstattgespräch / Auftakt

11.04.2018.

2. Werkstattgespräch/ Thema:
Digitalisierung

27.08.2018

3. Werkstattgespräch/ Thema:
Fachkräftesicherung - Azubis

22.10.2018

4. Werkstattgespräch / Thema:
Fachkräftesicherung – Ausländische
Fachkräfte

Q1 und Q2 2019

weitere Werkstattgespräche zu den
Themen: Digitalisierung / Finanzierung
und Nachfolge

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

Q4 2018

Benennung von Nachfolgelotsen
seitens DEHOGA Thüringen

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

TMWWDG, IHKn, Agentur für Arbeit,
DEHOGA, NGG

Meilensteinplan

30.06.2018

Frühjahrssitzung der Wirtschaftsministerkonferenz

27.08.2018

Werkstattgespräch

22.10.2018

Werkstattgespräch

Bis Q2 2019

Entwicklung einer thüringenweiten Imagekampagne und verstärkte Öffentlichkeitsarbeit für das Gastgewerbe als attraktiver Arbeitgeber unter Verantwortung der Branchenverbände und Kammern

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. Wurden 2016 die Welterberegion Wartburg Hainich als „Erste ServiceQualitätsregion Deutschlands“ und Mühlhausen als „Erste ServiceQualitätsStadt Thüringens“ zertifiziert, so wird seither fortlaufend an der Weiterentwicklung und flächendeckenden Ausbreitung gearbeitet.

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.

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
(z.B. Kahla, Taufenheim, Bad
Frankenhausen, Bad Langensalza,
Sondershausen)

Q1 2019

Zertifizierung der Region Südharz-
Kyffhäuser als zweite ServiceQ Re-
gion in Thüringen

Q2 2019

Verknüpfung ServiceQ, TOP Gastge-
ber und Thüringer Tischkultur zu ei-
ner Qualitätsinitiative

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 wird der Digitale Produktleitfaden entwickelt. Er wird alle wichtigen Punkte der Produktentwicklung beinhalten und die Basis für Förderanfragen bieten. In diesem Sinne stellt er eine einfach nutzbare Hilfestellung zur Einordnung von Projekten und Ideen der touristischen Betriebe dar. Im Sinne der digitalen Produktentwicklung, die konkret auf die in der Landestourismusstrategie definierten Personas abgestimmt werden soll, werden als weitere Unterstützung für die Betriebe und touristischen Institutionen nachvollziehbare Erklärvideos entwickelt. Insbesondere sollen auf Basis der durch das Kompetenzzentrum 4.0 erarbeiteten Projektideen digitale Modellprojekte in Betrieben entwickelt und implementiert werden.

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.

Ansprechpartner

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

Referat Tourismus und Gastgewerbe

Partner

TMWWDG, TTG

Meilensteinplan

Q4 2018

Umsetzung Digitaler Produktleitfaden

Q4 2018

Umsetzung Erklärvideos

21.01.2019

Workstattgespräch Digitalisierung

Ab 2019

Entwicklung von Modellprojekten zur Digitalinnovation im Tourismus

Q4 2019

Umsetzung ThüCAT

Öffnung des Thüringer Kommunalabgabengesetzes

Handlungsfeld: Organisation und Finanzierung

ERLEDIGT

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

Meilensteinplan

14.06.2017

Verabschiedung des Gesetzes

Punktesystem DMO-Entwicklung

Handlungsfeld: Organisation und Finanzierung

ERLEDIGT

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 Tourismusstrategie Thüringen 2025 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 Tourismusstrategie Thüringen 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 Tourismusstrategie Thüringen 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

ERLEDIGT

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. Um als DMO anerkannt und die zukünftige Förderfähigkeit zu sichern, gehört für zukünftige DMOs neben der Erfüllung des Punktesystems der Abschluss eines Kooperationsvertrages mit der TTG, die aktive Begleitung der Thüringer Content Architektur (ThüCAT) sowie auch das Vorhandensein einer regionalen Tourismusstrategie, die sich an der aktuellen Tourismusstrategie des Landes orientiert.

Im DMO Entwicklungsprozess begleitet das TMWWDG die touristischen Organisationen beratend und unterstützend sowie förderseitig. Aktuell findet eine Reihe von Gesprächen mit regionalen touristischen Organisationen statt, wie zukünftige regionale DMOs aussehen könnten. Die regionalen touristischen Organisationen sind dabei frei in der Ausgestaltung der räumlichen Ausdehnung und künftige Organisationsstruktur als DMO. Die Entwicklungen und Entscheidungen in den Regionen werden also keineswegs vorgegeben. Es soll sich um einen Bottom-up-Prozess im Dialog mit dem Land handeln. Parallel dazu finden Gespräche statt mit den bereits anerkannten DMOs, d.h. den Regionen Rhön, Vogtland und Harz sowie dem Regionalverband Thüringer Wald e.V. zur wettbewerbsfähigen Neustrukturierung auf lokaler Ebene.

Ansprechpartner

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

Referat Tourismus und Gastgewerbe

Partner

TMWWDG, regionale und lokale Tourismusorganisationen, Kommunen

Meilensteinplan

Q2 und Q3 2018

Gespräche mit den regionalen touristischen Organisationen: Welterberegion Wartburg-Hainich e.V., HVE Eichsfeld Touristik e.V., Weimarer Land Tourismus e.V., Tourismusverband Jena-Saale-Holzland e.V.

Q4/2018

Gespräche mit den regionalen touristischen Organisationen: Tourismusverband Thüringer Becken e.V., Tourismusverband Altenburger Land e.V.

ab 2019

Fortführung der Gespräche aus Q2 bis Q4 2018 zur DMO Entwicklung und Neuordnung der lokalen Strukturen in bereits anerkannten DMO Gebietskulissen

Interministerielle Abstimmung

Handlungsfeld: Organisation und Finanzierung

Ziel

Ziel der interministeriellen Abstimmung ist es, die bestmögliche Kooperation und Koordination 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, strategische Schwerpunkte und Querschnittsthemen der Tourismusstrategie unterstützen.

Federführend in der interministeriellen 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 im Bereich Wanderwege oder mit der TSK zum Thema „Kulturportale“ genannt werden.

Ansprechpartner

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

Referat Tourismus und Gastgewerbe

Partner

TMWWDG, TMIL, TMIK, TSK,
TMASGFF, TMUEN

Meilensteinplan

Q4 2018

Abstimmungsgespräch mit TMIL,
TSK, TMUEN, TMIK, TMASGFF

Ab Q1 2019

regelmäßiger Turnus (noch
festzulegen)

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, das insbesondere Synergien schafft zwischen der klassischen Förderung touristischer Organisationen, der klassischen Marketingförderung und der Förderung in der GRW II nicht förderfähiger Infrastrukturen.

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

Q1 2019

Erstellung der Endfassung der Richt-
linie

Q2 2019

Herbeiführung der notwendigen
Abstimmung mit zu beteiligenden
Partnern

Q2 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: Oktober 2018