

## **1. Strategische Rahmenvorgaben des Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027**

Der Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027 stellt den strategischen Rahmen des Landes zur Stärkung der Tourismuswirtschaft sowie zur Positionierung des Landes und seiner Destinationen am Tourismusmarkt dar. Er formuliert die Vision und Leitziele für das Reiseland Sachsen-Anhalt, definiert die strategische Positionierung und benennt Handlungsfelder sowie Leitprojekte.

Der Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027 formuliert als gemeinsame Mission für den Sachsen-Anhalt-Tourismus die folgende übergeordnete Zielsetzung:

### **Mission-Statement:**

„Der Tourismus stärkt die Bekanntheit und das Image Sachsens-Anhalts als attraktives Reiseland und nachhaltiger Lebens- und Erlebnisraum in allen Regionen. Er ist wichtiger Wirtschaftsfaktor und trägt als weicher Standortfaktor maßgeblich zur Entwicklung der regionalen Wirtschaftsräume, zur lokalen Wirtschaftsförderung sowie zur Stärkung regionaler Identität und Kultur bei.“

### **Vision für den Sachsen-Anhalt-Tourismus 2027:**

„Sachsen-Anhalt ist mit seinen starken Tourismusregionen ein modernes Kulturreiseland mit hoher Servicequalität sowie innovativen Produkten und wird als solches auch wahrgenommen. Der Tourismus ist sichtbar ökologisch ausgerichtet, wirtschaftlich erfolgreich und so auch wertgeschätzt. Er bietet gute Arbeitsbedingungen und fördert Selbstbewusstsein und Identifikation der Bevölkerung.“

### **Leitlinie und Leitziele für den Sachsen-Anhalt-Tourismus 2027:**

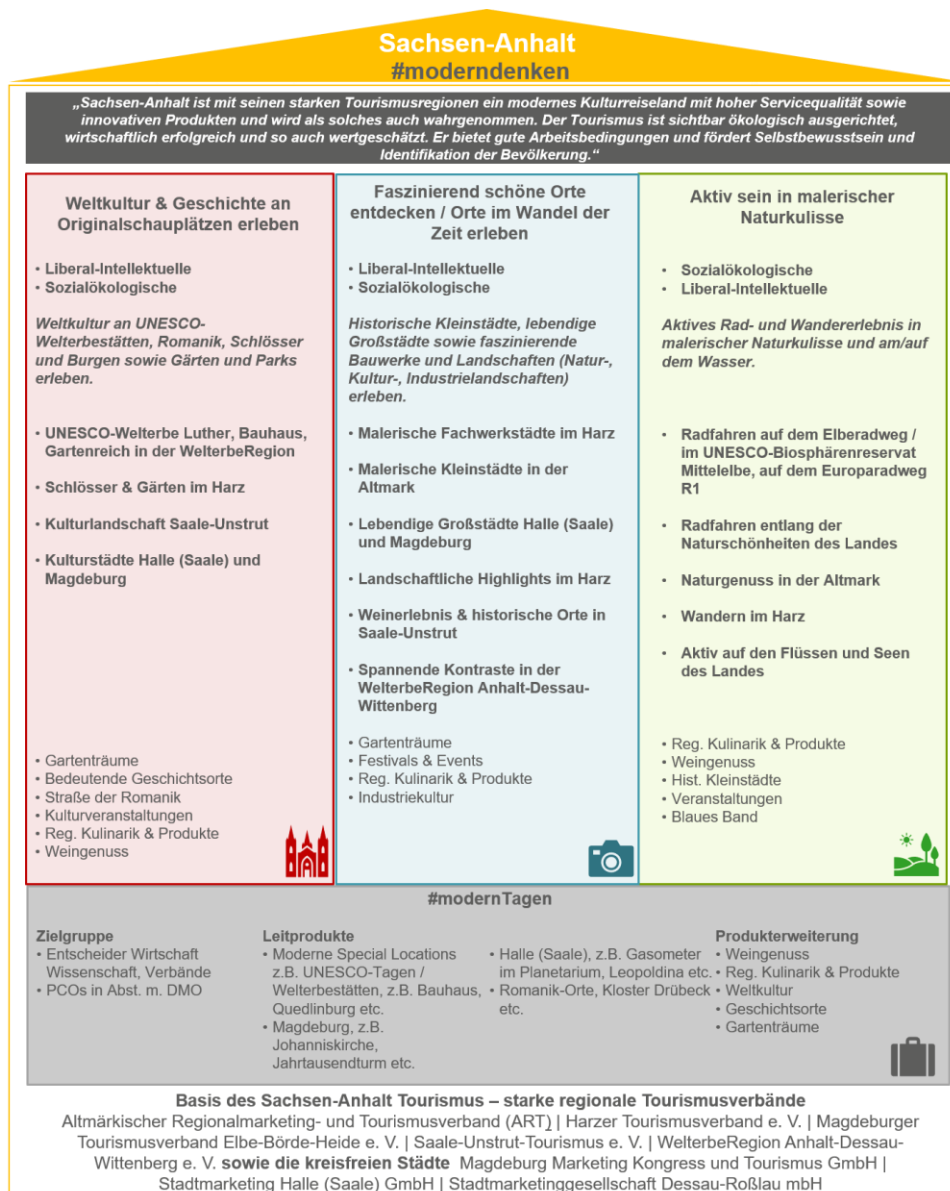
Um im Schulterschluss aller Tourismusakteure und Partner des Tourismus die Erreichung der Vision 2027 zu forcieren und die zielgerichtete Umsetzung des Masterplan Tourismus zu gewährleisten, wird eine gemeinsame Leitlinie des Handelns definiert.

***„Nachhaltige Tourismusentwicklung wird zur Leitlinie im Masterplan Tourismus und im Handeln der Tourismuswirtschaft.“***

In allen Handlungsfeldern des Masterplans Tourismus Sachsen-Anhalt 2027 gilt es, ökonomische, ökologische und soziale Belange und deren Wirkungszusammenhänge aus Sicht von Wirtschaft, Umwelt, Einwohnern, Gästen und Arbeitnehmern konsequent zu berücksichtigen.

## Positionierungsstrategie für den Sachsen-Anhalt-Tourismus 2027

Der Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027 stellt die Gäste in den Mittelpunkt. Das touristische Profil soll künftig noch stärker aus Kundensicht entwickelt und vermarktet werden. Die Entwicklung qualitativ hochwertiger barrierefreier Angebote ist zu befördern, um eine selbstbestimmte Planung von Reisen und Erschließung von Reisezielen zu ermöglichen und die gleichberechtigte Teilhabe Aller zu gewährleisten.



## 2. Umsetzungsstrategie und -management des Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027

Die stringente Umsetzung der Maßnahmen und die Erreichung der Leitziele des Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027 kann nur im gemeinsamen Schulterschluss aller tourismusrelevanten Akteure erfolgen – von Politik, kommunalen Verwaltungseinheiten, touristischen Organisationen, zentralen Entwicklungspartnern und Interessenvertretern bis hin zu den einzelnen Leistungsträgern

der Tourismuswirtschaft. Für die Einbindung und Steuerung dieses Umsetzungsprozesses trägt ein etablierendes Umsetzungsmanagement im Ministerium für Wirtschaft, Tourismus, Landwirtschaft und Forsten Sorge. Zur Einrichtung des Umsetzungsmanagements wurde ein Sonderprojekt S1 geschaffen. Der Umsetzungsstand ist der Anlage zu entnehmen.

## **2.1 Monitoring und laufende Evaluation der Wirkungseffekte**

Aus der Vision und der Leitlinie für den Sachsen-Anhalt-Tourismus 2027 ergeben sich fünf strategische Leitziele bzw. Zieldimensionen, die in den kommenden Jahren verfolgt und mit den untenstehenden Indikatoren gemonitort werden. Die Leitziele des Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027 sind:

- Profilierung: „Wir entwickeln Sachsen-Anhalt zum innovativen Kulturreiseland und verleihen den Regionen als starken Tourismusdestinationen und dem Land nach außen ein modernes Gesicht und den Gestaltern und Machern des Tourismus nach innen eine klare Perspektive.“
- Wertschöpfung: „Wir fördern einen wertschöpfungsstarken Tourismus, der quantitatives Wachstum auf der Grundlage neuer Angebote und Angebotskompositionen sowie einer hohen Service- und Erlebnisqualität (Wertigkeit) forciert. Synergien zum „genussvollen Erlebnis von Kultur und Natur“ und zur Wertschöpfung in der Region werden kontinuierlich weiterentwickelt.“
- Ökologie: „Wir fördern einen ökologisch nachhaltigen Tourismus, der umwelt- und ressourcenschonende Angebote gezielt fördert und beim Kunden einen schonenden Umgang mit Ressourcen sowie der natürlichen Umgebung verankert.“
- Soziales: „Wir schaffen Zufriedenheit und Akzeptanz bei Bewohnern, Gästen und Gastgebern! Wir sichern attraktive Arbeitsplätze und fördern gute Arbeitsbedingungen.“
- Effektivität: „Über zukunftsgerichtete Organisations- und Zusammenarbeitsstrukturen und unsere digitale Kompetenz arbeiten wir mit höchster Effektivität und Effizienz.“

Zur effektiven Wirkungsmessung wird das Umsetzungsmanagement des Ministeriums durch die Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt IMG mittels der Erhebung der Erfolgskennziffern (Monitoring) unterstützt. Zur Sicherstellung der regelmäßigen Erhebung aller Indikatoren wurde ein Sonderprojekt S2 geschaffen. Der Umsetzungsstand ist der Anlage zu entnehmen. In der nachfolgenden Übersicht ist die Entwicklung der im Masterplan festgelegten Indikatoren (KPIs) einschließlich einer Auswertung abgebildet. Die Übersicht wird nur einmal jährlich bei der Berichterstattung im 2. Halbjahr aktualisiert. Die coronabedingten Maßnahmen zur Eindämmung der Pandemie und der damit verbundenen Einschränkung des Tourismus im Jahr 2020

und 2021 haben Auswirkungen auf das Reiseverhalten und folglich auf die erhobenen Werte der KPIs. Dies sollte bei der Interpretation der aktuellen KPIs berücksichtigt werden (betrifft u.a. Gästebewertungen).

Zielstellung	Zielebene	Messsystem / Indikator	Erhebung durch	Basiswert (Jahr)	Zielwert 2027	Aktueller Wert (Jahr)	Nächste Erhebung im Jahr	Bemerkungen
<b>Profilierung: Kompetenzwahrnehmung als modernes Kulturreiseland</b>	Außenwahrnehmung	Permanente Gästebefragung GfK DestiantionMonitor/ Themenkompetenz Kultur (kombiniert mit kontinuierlicher Online-Befragung)	IMG	Kultur (2016): 71,8% GfK DetiMon 2019: 71,14	> 80%	GfK DetiMon 2021: 73,52% GfK DetiMon 2021: 73,52%	2022	Die Permanente Gästebefragung wird nicht mehr erhoben. Alternativ wird der GfK DestinationMonitor als Quelle herangezogen. Hier werden jährlich bevölkerungsrepräsentativ die unternommenen Aktivitäten im Rahmen einer Urlaubsreise erfasst. Der Wert für den Besuch von kulturellen/historischen Sehenswürdigkeiten lag 2019 (als Basisjahr vor COVID 19) für ST bei 71,14%.
		DestinationBrand / Themenkompetenz Kultur	IMG	Kenner (2016): 39%, Besucher (2016): 61%	Kenner: 50%, Besucher: >80%	Kenner (2021): 33%, Besucher (2021): 59%	2026	Turnus: alle 5 Jahre
	Binnenwahrnehmung	Leistungsanbieterbefragung (Saisonumfrage und Freizeitbarometer) / Wahrnehmung als modernes Kulturreiseland (Net Promoter Score)	IHKen	Nullmessung erforderlich	+30 Punkte		2023	Aufnahme einer zusätzlichen Frage in der IHK-Saisonumfrage und im Freizeitbarometer. Ggf. ist eine Anpassung des Zielwertes notwendig. Erhebung erfolgt voraussichtlich im Frühjahr 2023.

Zielstellung	Zielebene	Messsystem / Indikator	Erhebung durch	Basiswert (Jahr)	Zielwert 2027	Aktueller Wert (Jahr)	Nächste Erhebung im Jahr	Bemerkungen
<b>Ökonomie: Steigerung der Wertschöpfung</b>	Amtl. Statistik /	Steigerung der Übernachtungszahlen gesamt / Incoming um ca. 28%/38% auf Basis d. Jahres 2019	StaLa	8,6 Mio. / 580T (2019)	11 Mio. / 800T	5815720/  2125347 (2021)	Kontinuierlich/jährlich	<p>Mit dem zweiten großen Lockdown Ende 2020 kam der Tourismus erneut komplett bis zum Frühjahr 2021 zum Erliegen. Der Plan der Landesregierung Sachsen-Anhalts sah erst eine schrittweise Öffnung für Inlandstourismus nach Pfingsten 2021 vor. Dabei war die erste Jahreshälfte 2021 über einen längeren Zeitraum durch ein coronabedingtes Beherbergungsverbot für privatreisende Gäste beeinflusst. Im Jahr 2020 waren in der ersten Jahreshälfte dagegen nur etwa zwei Monate (Mitte März bis Mitte Mai) davon betroffen. In den Monaten Juni und Juli konnte zudem nicht an den Vorjahresergebnissen angeschlossen werden, die Verunsicherung der Gäste war zunächst groß, da es beispielsweise auch noch kein Impfangebot für alle Personengruppen gab. Zudem blieben einige gastronomische Einrichtungen und Beherbergungsbetriebe weiterhin geschlossen. Vor diesem Hintergrund blieben die Übernachtungszahlen von Januar bis Dezember 2021 in Sachsen-Anhalt - wie auch im Bundesdurchschnitt - leider unter denen aus 2020.</p> <p>Insbesondere im Incoming-Tourismus wirken sich die mit Beginn der COVID-19 Pandemie in Europa auferlegten Reisebeschränkungen und vorübergehenden Grenzsicherungen deutlich aus. So sind im Zeitraum Januar bis Dezember 2021 bundesweit die Gästeankünfte aus dem Ausland in gewerblichen Betrieben mit mindestens zehn Betten um - 6,1% im Vorjahresvergleich zurückgegangen, die Übernachtungen um - 3,1% (Anm.: Bereits im Jahr 2020 lagen die Ankünfte und Übernachtungen aus dem Ausland weit unter denen der Vorjahre). In Sachsen-Anhalt fällt die Entwicklung im Vergleich dazu noch moderat aus: Hier verzeichnet ST einen Zuwachs um 2,4% bei den Ankünften und 4,2% bei den Übernachtungen im Vergleichszeitraum. (Statistisches Bundesamt, 2021). Umso wichtiger ist die Fortführung und Intensivierung von Vermarktungsmaßnahmen in den für Sachsen-Anhalt als potenzialreichen definierten Quellmärkten.</p>

Zielstellung	Zielebene	Messsystem / Indikator	Erhebung durch	Basiswert (Jahr)	Zielwert 2027	Aktueller Wert (Jahr)	Nächste Erhebung im Jahr	Bemerkungen
<b>Ökonomie: Steigerung der Wertschöpfung</b>	Amtl. Statistik / Steigerung der Bettenauslastung		StaLa	33% (2019)	40%	25,5% 2021: 25,2%	Kontinuierlich/jährlich	Die Bettenauslastung liegt mit 7,8% unter der im Basisjahr 2019. Die ist auf die COVID 19-Pandemie und die damit einhergehenden Reisebeschränkungen zurückzuführen.
	Steigerung der Besucherzahlen in Freizeit- / Kultureinrichtungen; über Messung der Besucherzahlen in 10 besucherstarken Freizeit-/ Kultureinrichtungen auf Grundlage einer kontinuierlichen Abfrage (Freizeitbarometer)		IHKen	10 besucherstarke Einrichtungen	Kontinuierliche Steigerung	Retrospektive Betrachtung möglich (Basisjahr 2019), IHKs unterbreiten einen Vorschlag	2023	Betrachtung von 10 ausgewählten besucherstarken Einrichtungen, dabei wird auf eine ausgewogene regionale Verteilung geachtet, ebenso werden diese Einrichtungen verschiedenen Kategorien angehören, sodass ein möglichst repräsentatives Bild der Entwicklung abgegeben wird. Die Messung erfolgt in 2023.
	Wirtschaftsfaktor Tourismus: Steigerung des Bruttoumsatzes um ca. 65% auf Basis des Wertes 2015		LTV	2,66 Mrd. € (2015)	4,4 Mrd. € (2027)	3,2 Mrd. € (2019)	Empfohlen wird eine erneute Betrachtung der Wertschöpfung in 2024.	Zusätzlich kann als Grundlage auch der TSA-Ansatz betrachtet werden: 2,5 Mrd. € (2019)

Zielstellung	Zielebene	Messsystem / Indikator	Erhebung durch	Basiswert (Jahr)	Zielwert 2027	Aktueller Wert (Jahr)	Nächste Erhebung im Jahr	Bemerkungen
<b>Ökologie: Klimaverträgliche Entwicklung des Tourismus</b>	Nachhaltige Destinationen: Zertifizierungsprozesse und nachgewiesene Zertifizierungen nachhaltiger Destinationen in allen 5 Tourismusregionen bis z. Jahr 2025		LTV	0	5 (2025)	1 (22)	2023	Wernigerode ist seit 2022 zertifiziert
	Anteil Nutzung klimaschonender** Mobilität bei Anreise / Vor Ort (** SPNV, ÖPNV, Fern- & Reisebus, E-Mobilität, Rad) / Messung über Qualitätsmonitor als Gästebefragung Hinweis: Messung über Peg, wie anfangs vorgesehen nicht möglich		IMG	Anreise (19):16% Vor-Ort (19): 32% Hinweis: Zahlen stammen noch aus der PEG; Aktualisierung der Basisdaten sobald die Ergebnisse des Qualitätsmonitor vorliegen.	Anreise: > 30% Vor-Ort: > 45%		2022, Daten liegen in 2023 vor (Erhebungsdauer: 12 Monate)	Ergänzend zum Qualitätsmonitor: Der GfK DestinationMonitor erfasst auch das Hauptverkehrsmittel zur Anreise, allerdings nicht die Mobilität vor Ort. Für 2019 lag der Wert für Bahn und Bus kumuliert bei 26 %, in 2020 bei 10% (Rückgang durch COVID 19-Pandemie). In 2021 reisten mit Bahn und Bus 13 % der Gäste an.

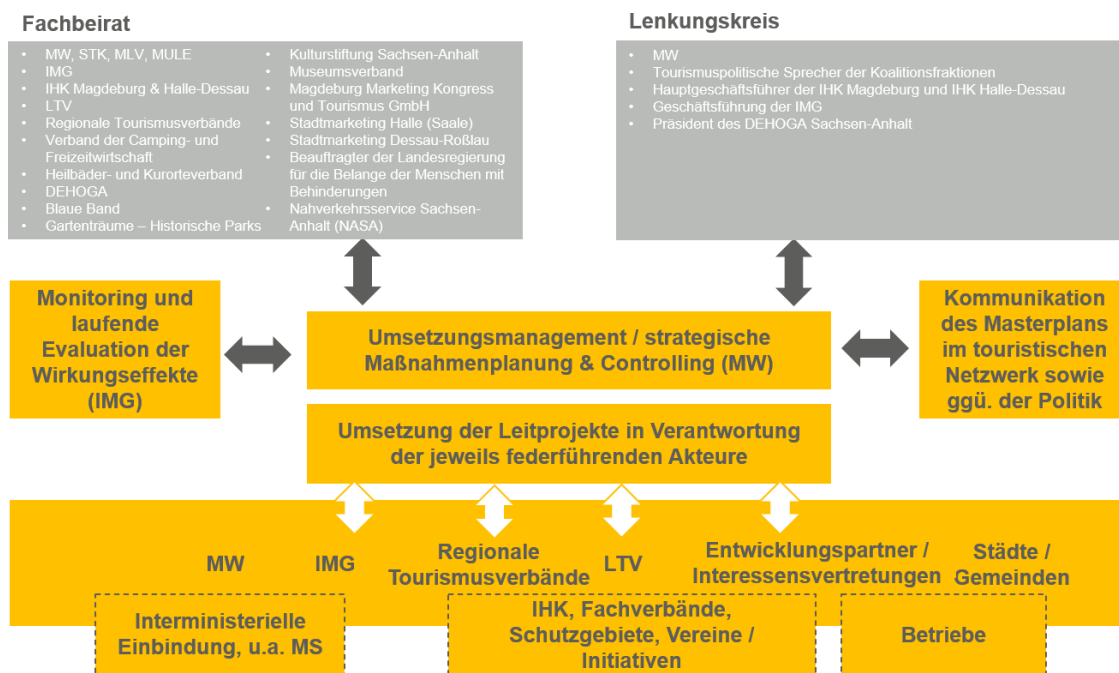


Zielstellung	Zielebene	Messsystem / Indikator	Erhebung durch	Basiswert (Jahr)	Zielwert 2027	Aktueller Wert (Jahr)	Nächste Erhebung im Jahr	Bemerkungen
<b>Soziales: Erhöhung von Tourismusbewusstsein, Gäste- und Mitarbeiterzufriedenheit</b>	Bevölkerung	<del>Sachsen-Anhalt Monitor</del> / Messung über Tourismusakzeptanzsaldo / Tourismusbewusstsein in der Bevölkerung	IMG	TAS-W (Bewertung für den Wohnort): +40 TAS-P (Bewertung persönlich): +24	TAS-W: +45 TAS-P: +27		2024	Die Messung erfolgt über den Tourismusakzeptanzsaldo. Die Nullmessung ist auf Bundesländer-Ebene und für Regionen in 2021 erfolgt. Der Zielwert musste aufgrund des geänderten Messsystems angepasst werden.
	Gäste	Destination Quality / TrustScore und Value for Money Score (aus dem TrustScore)	LTV	TrustScore: 84,87 (19) Value for Money: 82,67 (19)	Dtl.-Schnitt (19: 85,1 / 75,2)	TrustScore: 84,62 (für 2021)  Value for Money: 82 (21)	2023	Der TrustScore steht seit Beginn der Coronapandemie unter Druck, da sich die Pandemieregelungen in den Unternehmungen massiv auf die Kundenbewertung auswirken. So finden sich in einigen Häusern innerhalb eines kurzen Zeitraums Bewertungen die einmal den zu sorglosen Umgang und einmal den zu strengen Umgang mit den Pandemieregeln monieren. Könnte man den Umgang mit den Pandemieregeln aus dem Gesamtergebnis rausrechnen, würden wir einen Qualitätsanstieg verzeichnen. Wir sind daher zuversichtlich, die Ziele im MP zu erreichen.  Die Bewertung der Preisleistung ist in 2022 noch unverändert bei 82.
	Mitarbeitende	<del>Fluktuation in Betrieben (z.B. über IHK-Saisonumfrage oder Leistungsanbieterbefragung)</del> Abbrecherquote bei Auszubildenden und der Basiswert der Beschäftigten aus dem Wirtschaftsfaktor Tourismus Sachsen-Anhalt	LTV/ IMG	Abbrecherquote: 65,95% (19)  Einkommensäquivalent 76.830 Personen (19)	Kont. Optimierung der Quote / kont. Steigerung des Einkommensäquivalents		2024	Eine Messung der Fluktuation in den Betrieben ist nicht möglich. Eine Erhebung kann über die IHKs nicht erfolgen und wäre auch nicht die geeignete Kennziffer zur Darstellung der Mitarbeiterzufriedenheit. Vor diesem Hintergrund werden die folgenden beiden Kennziffern herangezogen: Abbrecherquote=vorzeitig beendete Auszubildendenverhältnisse / neu abgeschlossene Auszubildendenverträge Theoretisches Einkommensäquivalent: Division des touristischen Einkommensbeitrages durch das durchschnittliche Primäreinkommen pro Kopf in Sachsen-Anhalt

Zielstellung	Zielebene	Messsystem / Indikator	Erhebung durch	Basiswert (Jahr)	Zielwert 2027	Aktueller Wert (Jahr)	Nächste Erhebung im Jahr	Bemerkungen
<b>Effektivität: Steigerung der Effektivität des Tourismus-marketings / Verbesserung der Zusammenarbeit im tourist. Netzwerk</b>	Effizienz	Fortlaufendes Monitoring der Effektivität der touristischen Online-Marketing-Kampagnen auf Landesebene, betrachtet werden drei Kennzahlen: 1. Anzahl Fans/Follower auf Facebook und Instagram insgesamt 2. kumulierte Anzahl der Impressions der Posts auf Facebook und Instagram insgesamt 3. Quotient/Relation aus der Anzahl der summierten Interaktionen und der Summe der Posts auf Facebook und Instagram	IMG	1. 4.618 (2019) 2. 312.171 (2019) 3. 154 (2019)	Kont. Steigerung	1. 7.809 (2020) 2. 850.490 (2020) 3. 377 (2020) 1. 11.237 (2021) 2. 12861783 3. 478	Jährlich/kontinuierlich	<p>Mit der Wiederaufnahme und Zunahme der Reisetätigkeiten im dritten Quartal 2021 wurde im Rahmen der Recovery-Kampagne "Echt schön. Sachsen-Anhalt" ein Fokus auf die digitale Kommunikation gelegt. Mit einer auf Followerwachstum, Impressions und Interaktionen optimierten Paid-Kampagne zu "Echt schön" sowie zum Thema "UNESCO-Welterbe" auf Facebook und Instagram sowie regelmäßigen organischen Formaten konnte die Anzahl der Fans/Follower auf beiden Kanälen gesteigert und die SOLL-Vorgabe sogar übertroffen werden.</p> <p>Aufgrund der verstärkten Marketing-Maßnahmen im Bereich Tourismus für die „Echt schön“-Kampagne und die UNESCO/6Staunenswerte-Video-Kampagne ab Ende des 3. Quartals sind die aktuellen Werte für die Social-Media-Kanäle von Reiseland Sachsen-Anhalt im Vergleich zu den Vormonaten extrem hoch. Zur Bewerbung der „Echt schön“-Kampagne gehörten auch Marketingmaßnahmen zum Podcast und dem Reisemagazin Echtzeit, die auch auf die Entwicklung dieser KPIs einzahlen. Daher sind die Werte insgesamt stark angestiegen.</p> <p>Bedingt durch auf Interaktionen ausgerichteten Posts und die Kampagnen konnte die Anzahl an Interaktionen pro Posts bedeutend gesteigert werden.</p>
	Mitwirkung	Messung d. Summe d. Beteiligungen an Kampagnen / Marketing-Pools d. touristischen Landesmarketings	IMG	Nullmessung erforderlich	Kont. Steigerung des absoluten Werts		jährlich	Die Nullmessung der Mitwirkung erfolgt nach Anpassung der förderrechtlichen Bedingungen in 2022, um einen belastbaren Basiswert sicherzustellen
	Wirkungseffekte	Leistungsanbieterbefragung / Einschätzung der Zusammenarbeit im touristischen Netzwerk (NPS*)	IHKen/LTV	Nullmessung erforderlich	+ 20 Punkte			Messung über IHK-Saisonumfrage und Freizeitbarometer und über T-Netzwerk/LTV, Start: 2023

## 2.2 Kommunikation und Vermittlung der Umsetzung des Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027 nach Innen und nach außen

Den Dialogprozess im Rahmen der Erstellung des Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027 gilt es mit Blick auf eine zukünftig stärkere Einbindung der Tourismuswirtschaft in regelmäßigen Abständen fortzuführen. Die gleichzeitig breite sowie zielgruppengerechte Kommunikation und Vermittlung der Inhalte des Masterplan Tourismus stellen die zentralen Voraussetzungen für einen nachhaltigen Umsetzungserfolg dar.



Zur Etablierung der Austauschformate wurde ein Sonderprojekt S 3 geschaffen. Der Umsetzungsstand ist der Anlage zu entnehmen.

## 2.3 Umsetzungsfortschritt der Leitprojekte des Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027

Die zur Erreichung der Vision 2027 und der definierten Leitziele erforderlichen Maßnahmen werden im Masterplan Tourismus 2027 in sechs Handlungsfelder gegliedert. Es wurden 22 Leitprojekte herausgehoben, die eine hohe Impuls- und Effektivitätswirkung haben und am stärksten auf die Zielkategorien und Leitziele der Tourismusentwicklung 2027 einzahlen.

Diese Leitprojekte, welche zusammenfassend noch einmal in der untenstehenden Tabelle dargestellt sind, gilt es umzusetzen.

HF	Leitprojekt	Federführung	Partner	Start Umsetzung
Positionierung & Marktbearbeitung	Weiterentwicklung der Markenfamilie für das Reiseland Sachsen-Anhalt	IMG	DMOs	kurzfristig
	Auf-/Ausbau der Content-Strategie und Ausbau der strategischen Marketingplanung	IMG	DMOs	kurzfristig
	Auf-/Ausbau von Vermarktungsnetzwerken und -Pools (Leisure / MICE)	IMG	DMOs	kurzfristig
	Auf-/Ausbau datengestützter Markt- und Trendforschung	IMG	DMOs, LTV	kurzfristig
Touristische Infrastruktur	Investitionsstrategie und Impulsinvestitionen	MW	IMG, MLV, LK / DMOs	kurzfristig
	Strategisches Ansiedlungsmanagement für Beherbergungs- und Freizeitwirtschaft	IMG	MLV, MULE, LK / DMOs	mittelfristig
	Ausbau klimafreundliche Mobilität	MLV	LK, G, KV, DMOs	mittelfristig
Digitalisierung	Ausbau der IMG zu einem Kompetenzzentrum für Datenmanagement und Datenaufbereitung	IMG	MW, DMOs, LTV, IHKn	kurzfristig
	Digitalisierungsoffensive Sachsen-Anhalt Tourismus (Fokus Marktbearbeitung)	IMG	LTV, IHKn, DMOs, Fachverbände	kurzfristig
	Digitalisierungsoffensive Sachsen-Anhalt Tourismus (Fokus Prozesse und Gästelerlebnis)	LTV	IMG, IHKn, Fachverbände, DMOs	kurzfristig
	Systemaufbau digitales Besuchermanagement (digitale Informations- & Leitsysteme)	IMG	DMO, LK, LTV, IHKn, Fachverbände	mittelfristig
Qualität & Innovationsmanagement	Qualitätsoffensive und Innovationsmanagement für profilschärfende Angebote und Produkte	LTV	IMG, IHKn	kurzfristig
	Nachhaltigkeitsoffensive Sachsen-Anhalt (Nachhaltigkeits-Zertifizierung in den Tourismusregionen)	LTV	DMOs	kurzfristig
	Programm zur Steigerung der Service-Qualität und Einführung von modernen Arbeitsweisen	LTV	Fachverbände, IHKn, DMOs	kurzfristig
Aufgabenteil. & Organisation	Umsetzungsplanung und Strategischer Strukturentwicklungsprozess Sachsen-Anhalt	MW	IMG, DMOs, IHKn, LTV	kurzfristig
	Sicherstellung der dauerhaften Finanzierung der Tourismusaufgaben und Organisationen	MW	IMG, LTV, LK, DMOs	kurzfristig
	Aufbau eines Kompetenzzentrum Tourismus	MW	IMG, LTV, DMOs	mittelfristig
	Ausbau und Etablierung agiler Zusammenarbeitsformen	LTV	IMG, DMOs, MW	mittelfristig
Tourismusbewusst.	Binnenmarketing-Kampagne zur Förderung von Stolz, Identifikation, Akzeptanz und Bewusstsein	IMG	LTV, StK, DMOs, IHKn, Fachverbände	kurzfristig
	Bewusstseinsstärkung d. Bedeutung d. Wirtschaftsfaktor Tourismus in polit. Fraktionen / Gremien	LTV	DMOs, IMG, IHKn, Fachverbände	kurzfristig
	Imagekampagne der HoGa-Branche	DEHOGA	LTV, IMG, DMO, IHKn, Fachverbände	kurzfristig
	Arbeits- und Fachkräftestrategie für den Sachsen-Anhalt Tourismus	DEHOGA	IMG, DMO, IHKn, Fachverbände	kurzfristig

### **3. Beurteilung des bisherigen Umsetzungsstandes des Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027**

In 2022 stellten die coronabedingten Einschränkungen Anfang des Jahres sowie die Energiekrise in Folge des fortwährenden Angriffs Russlands auf die Ukraine den Sachsen-Anhalt-Tourismus vor besondere Herausforderungen und beeinflussten teilweise die Umsetzung einzelner Maßnahmen des Masterplan Tourismus 2027.

Seit dem vergangenen Umsetzungsbericht (Stand 21.04.2022) wurden die coronabedingten Einschränkungen weitestgehend aufgehoben und der Sachsen-Anhalt-Tourismus erholt sich allmählich wieder, auch dank zahlreicher Restart-Maßnahmen ermöglicht durch die vom Landtag zusätzlich zur Verfügung gestellten Mittel im Rahmen des Corona-Sondervermögens. Laut Berichterstattung der Partner kam es im vorliegenden Berichtszeitraum seltener zu coronabedingten Verzögerungen und Verschiebungen im Projektverlauf. Die Mehrheit der geplanten Maßnahmen und Aktivitäten konnten nachgeholt und ohne umfassende Einschränkungen planmäßig umgesetzt werden (z.B. Gästeliebling 2021, Hackathon, oder Onlineweiterbildungsreihe für Gästeführer, etc.). Die Partner berichten jedoch zunehmend, dass sich die Suche nach geeigneten Personal sowie externen Beratern für komplexe Aufgabenstellungen zunehmend schwieriger gestaltet.

In allen Handlungsfeldern konnten wichtige Fortschritte erzielt und gesetzte Meilensteine erreicht werden. Im Handlungsfeld der „Positionierung und Marktbearbeitung“ wird derzeit ein Digital Asset Management-System (DAM) zum Aufbau einer Content-Datenbank implementiert, welches sukzessive mit Daten gefüllt und zukünftig durch Tourismuspartner für digitale Marketingzwecke genutzt werden kann. Aktuell erfolgt dazu die Produktion von digitalen Bildern mit Herbst- und Wintermotiven aus den Regionen in Sachsen-Anhalt (L 1.2, L 3.2).

Im Bereich Ausbau der datengestützten Markt- und Trendforschung (L 1.4, Bezug zu S2) erfolgt die fortwährende Erhebung von relevanten Kennzahlen entsprechend des entwickelten Ziel- und Kennzahlensystems. Erkenntnisse aus der Markt- und Trendforschung dienen als umfassende Informationsquelle und werden für die Weiterentwicklung des Tourismusmarketings genutzt und Partnern als Entscheidungshilfe für die Marketingplanung zur Verfügung gestellt. Im Mai 2022 startete u.a. die Beteiligung an der Studie Qualitätsmonitor Deutschland, die wichtige Erkenntnisse zum Thema Gästeverhalten und Gästezufriedenheit liefern soll (L 1.4). Weiterhin konnte das Vorhaben zur Best-/Sinus-Zielgruppenverschneidung im Rahmen eines Forschungsprojektes weitestgehend abgeschlossen werden (L 1.1). Die Ergebnisse der Analysen bilden die Grundlage für die Auswahl der potenzialträchtigsten Zielgruppen und dienen damit der Weiterentwicklung der touristischen Leitprodukte.

Im Handlungsfeld zum Ausbau der touristischen Infrastruktur wurde mit der Erarbeitung eines Konzepts zur Schaffung eines Fachzentrums für nachhaltige Mobilität in Sachsen-Anhalt begonnen (L 2.3). Der Ressourcen- und Finanzierungsplan sieht zur Umsetzung des Leitprojektes und zum Ausbau klimafreundlicher Mobilität u.a. eine Personalstelle vor, die voraussichtlich im kommenden Jahr mit der Arbeit beginnen soll. Zum Aufbau eines strategischen Ansiedlungsmanagements soll eine Ansiedlungsstrategie gezielt für die Freizeit- und Beherbergungswirtschaft entwickelt werden (L 2.2). Dazu wurde nun ein erster Leitfaden als Grundlage für die Erstellung des Strategiekonzeptes erstellt.

Weitere Fortschritte wurden zudem im Bereich der Digitalisierung erzielt. Im Juni 2022 wurde die Open-Data-Plattform „SAiNT“, welche touristische und wirtschaftliche Standortdaten aus ganz Sachsen-Anhalt bündelt, strukturiert und für Interessierte nutzbar macht, der Öffentlichkeit vorgestellt (L 3.1). Zusammen soll das über „SAiNT“ sowie über das ergänzende DAM-System zur Verfügung gestellte Datenmaterial (L 3.2) die Vermarktung des Tourismusstandortes Sachsen-Anhalt professionalisieren. In Bezug auf das Leitprojekt L 3.3 wurde im Jahr 2022 insbesondere der Schwerpunkt auf die Fortführung der Wissensvermittlung im Bereich Gästebewertungen sowie der Steigerung der Onlinebuchbarkeit von Unternehmen gelegt.

Im Handlungsfeld „Qualität und Innovationsmanagement“ wurde im Rahmen der Qualitätsoffensive und des Innovationsmanagements (L4.1), neben der Durchführung von Veranstaltungen (z.B.

Moderndenker Ideenwettbewerb) und Workshops zum Anstoß von Innovationen und Qualitätsverbesserung touristischer Angebote, der Fokus insbesondere auf die Innovationscoachausbildung als Inkubatoren für regionale Projekte gelegt. Zudem wurde 2022 die Innovationsplattform als Erweiterung des Tourismusnetzwerks technisch sowie inhaltlich weiterentwickelt und im September offiziell eröffnet. Die neue Innovationsplattform bietet digitale Unterstützung zur Ideenentwicklung, die für alle schnell zugänglich ist. Mit Abschluss der Zertifizierung Wernigerodes als erstes „nachhaltiges Reiseziel“ in Sachsen-Anhalt konnte ein wichtiger Meilenstein der Nachhaltigkeitsoffensive (L 4.2) umgesetzt werden.

Schwerpunkt für das kommende Jahr im Handlungsfeld „Aufgabenteilung und Organisation“ ist die Implementierung des geplanten Strukturentwicklungsprozesses zur Definition und Festlegung verbindlicher Aufgaben, Rollen und Strukturen im gesamten Tourismussystem (L 5.1) sowie der Aufbau des Kompetenzzentrums Tourismus (L 5.3). Im zurückliegenden Berichtszeitraum lag der Fokus auf der Beauftragung eines externen Beraters, der für diesen Prozess gebunden wurde. Der Prozessauftritt ist im November 2022 geplant und wird unter Einbindung der Tourismusakteure in 2023 fortgeführt. Ein weiterer wichtiger Baustein in diesem Handlungsfeld bildet der Ausbau agiler Zusammenarbeitsformen (L 5.4), indem zahlreiche Austauschformate und Netzwerktreffen für das Zusammenbringen von Fachkompetenz erfolgreich organisiert und durchgeführt (bspw. JuToBa, Netzwerktreffen Tourismusorganisationen etc.) werden.

Zur Imageverbesserung des Tourismus wurde 2022 mit der Umsetzung der Binnenmarketingkampagne (L6.1) begonnen und ein erster Konzeptansatz erarbeitet. Dieser dient insbesondere der Stärkung des Tourismusbewusstseins und Tourismusakzeptanz. Neben den verschiedenen Maßnahmen zur Imageverbesserung und Stärkung des Tourismusbewusstseins sind in diesem Handlungsfeld insbesondere auch Projekte zum Umgang mit dem Arbeits- und Fachkräftemangel im Tourismus von größter Relevanz (L 6.3, L 6.4). Ein wichtiger Baustein hierzu bildet die Erstellung einer Arbeits- und Fachkräftestrategie (L6.4), welche Schwerpunkt im Jahr 2023 sein soll. Die Umsetzung der beiden genannten Projekte durch den federführend zuständigen DEHOGA Sachsen-Anhalt ist von größter Relevanz und weitere Verzögerungen sind zwingend zu vermeiden.

Für die Umsetzung zahlreicher Leitprojekte erfolgte eine Stärkung der personellen und finanziellen Ressourcen der federführend zuständigen Organisationen. MWL wird weiterhin alles Notwendige veranlassen, um die Partner bei der Finanzierung erforderlicher Personal- und Finanzkosten zu unterstützen.

Der Umsetzungsfortschritt der einzelnen Leitprojekte kann der folgenden Abbildung entnommen werden. In den anliegenden Projektblättern wird detaillierter über den aktuellen Umsetzungsstand berichtet.

HF	Nr.	Leitprojekt	Federführung	Partner	Start Umsetzung	Status
Positionierung & Marktbearbeitung	L1.1	Weiterentwicklung der Markenfamilie für das Reiseland Sachsen-Anhalt	IMG	DMOs	kurzfristig	●
	L1.2	Auf-/Ausbau der Content-Strategie und Ausbau der strategischen Marketingplanung	IMG	DMOs	kurzfristig	●
	L1.3	Auf-/Ausbau von Vermarktungsnetzwerken und -Pools	IMG	DMOs	kurzfristig	●
	L1.4	Auf-/Ausbau datengestützter Markt und Trendforschung	IMG	DMOs, LTV	kurzfristig	●
Touristische Infrastruktur	L2.1	Investitionsstrategie und Impulsinvestition	MWL	IMG, MID, LK / DMOs	kurzfristig	●
	L2.2	Strategisches Ansiedlungsmanagement für Beherbergungs und Freizeitwirtschaft	IMG	MID, MWL, LK / DMOs	mittelfristig	●
	L2.3	Ausbau klimafreundlicher Mobilität	MID	LK, G, KV, DMOs	mittelfristig	●
Digitalisierung	L3.1	Ausbau der IMG zu einem Kompetenzzentrum für Datenmanagement und Datenaufbereitung	IMG	MWL, DMOs, LTV, IHKs	kurzfristig	●
	L3.2	Digitalisierungsoffensive Sachsen-Anhalt Tourismus (Fokus digitale Marktbearbeitung)	IMG	LTV, IHKs, Fachverbände, DMOs	kurzfristig	●
	L3.3	Digitalisierungsoffensive Sachsen-Anhalt Tourismus (Fokus Prozesse und Gästerlebnis)	LTV	IMG, IHKs, Fachverbände, DMOs	kurzfristig	●
	L3.4	Systemaufbau digitales Besuchermanagement (digitale Informations- & Leitsysteme)	IMG	DMOs, LK, LTV, IHKs, Fachverbände	mittelfristig	●
Qualität & Innovationsmanagement	L4.1	Qualitätsoffensive und Innovationsmanagement für profilschärfende Angebote und Produkte	LTV	IMG, IHKs	kurzfristig	●
	L4.2	Nachhaltigkeitsoffensive Sachsen-Anhalt (Nachhaltigkeits-Zertifizierung in den Tourismusregionen)	LTV	DMOs	kurzfristig	●
	L4.3	Programm zur Steigerung der Service-Qualität und Einführung von modernen Arbeitsmethoden	LTV	Fachverbände, IHKs, DMOs	kurzfristig	●
Aufgabenteilung & Organisation	L5.1	Umsetzungsplanung & strategischer Strukturentwicklungsprozess Sachsen-Anhalt	MWL	IMG, DMOs, IHKs, LTV	kurzfristig	●
	L5.2	Sicherstellung der dauerhaften Finanzierung der Tourismusaufgaben und Organisationen	MWL	IMG, LTV, LK, DMOs	kurzfristig	●
	L5.3	Aufbau eines Kompetenzzentrum Tourismus	MWL	IMG, LTV, DMOs	mittelfristig	●
	L5.4	Ausbau und Etablierung agiler Zusammenarbeitsformen	LTV	IMG, DMOs, MWL	mittelfristig	●
Tourismusbewusstsein	L6.1	Binnenmarketing-Kampagne zur Förderung von Stolz, Identifikation, Akzeptanz und Bewusstsein	IMG	LTV, StK, DMOs, IHKs, Fachverbände	kurzfristig	●
	L6.2	Stärkung des Bewusstseins der Bedeutung des Wirtschaftsfaktor Tourismus in politischen Fraktionen und Gremien	LTV	DMOs, IMG, IHKs, Fachverbände	kurzfristig	●
	L6.3	Kampagne zur Verbesserung des Images in Hotellerie und Gastronomie für Fachkräfte	DEHOGA	LTV, IMG, DMOs, IHKs, Fachverbände	kurzfristig	●
	L6.4	Arbeits- und Fachkräftestrategie für den Sachsen-Anhalt Tourismus	DEHOGA	IMG, DMOs, IHKs, Fachverbände	kurzfristig	●
Sonderprojekte Umsetzungsmanagement	S1	Einrichtung Umsetzungsmanagement	MWL	alle Tourismusakteure	kurzfristig	●
	S2	Erhebung Messindikatoren	IMG	alle Tourismusakteure	kurzfristig	●
	S3	Etablierung Austauschformate	MWL	alle Tourismusakteure	kurzfristig	●

Legende Ampelcontrolling: ● = Prozessstart noch nicht fällig ● = Prozess noch nicht gestartet ● = Prozessfortschritt verzögert ● = Prozessfortschritt gemäß Zeitplan

Anhang: Projektblätter

---

### *Allgemeine Informationen*

---

<b><u>Name des Projektes:</u></b>	<b>Weiterentwicklung der Markenfamilie für das Reiseland Sachsen-Anhalt</b>
<u>Projektnummer:</u>	L1.1
<u>Stand:</u>	Oktober 2022
<u>Handlungsfeld:</u>	Positionierung und Marktbearbeitung
<u>Start der Umsetzung:</u>	kurzfristig (bis 3. Quartal 2021)

---

### *Federführung / Ansprechpartner / Beteiligte*

---

<b><u>Federführende Institution:</u></b>	Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH
<b><u>Ansprechpartner:</u></b>	Name: Annika Jeschek E-Mail: annika.jeschek@img-sachsen-anhalt.de Telefon: 0391 / 568 99 82
<b><u>Beteiligte Institutionen:</u></b>	1. Touristische Regionalverbände 2. Stadtmarketinggesellschaften Magdeburg, Halle, Dessau-Roßlau 3. Ministerium für Wirtschaft, Tourismus, Landwirtschaft und Forsten des Landes Sachsen-Anhalt (34)

---

### *Zielstellung und Inhalt des Projektes*

---

Um das Image und Profil des Reiselandes Sachsen-Anhalt mit einem klaren Erlebnisversprechen zu verbinden, ist die gezielte Weiterentwicklung einer „Markenfamilie Sachsen-Anhalt“ zentraler Bestandteil der zukünftigen Positionierungsstrategie. Im Vordergrund steht die Fokussierung auf das Image als erlebnisreiches, modernes Kulturreiseland, das sich maßgeblich über starke Leitprodukte der Regionen hervorheben soll. Zukünftig sollen demnach die starken Treiber und Highlights der Regionen direkt mit Sachsen-Anhalt in Verbindung gebracht werden und damit nicht nur das Image



als attraktives Reiseland Sachsen-Anhalt nach außen stärken, sondern sich zudem nachhaltig auf die Tourismusidentität und das -bewusstsein als Reiseland auswirken.

Um die Bekanntheit der Markenfamilie Sachsen-Anhalt auszubauen und nachhaltig am Markt zu etablieren, müssen starke Erlebnisprofile (entsprechend der Reismotive der Leitzielgruppen) und Erlebnisversprechen anhand der in der Positionierungsstrategie hervorgehobenen Leitprodukte im Schulterschluss mit den Tourismusregionen weiterentwickelt sowie kontinuierlich als Highlights von Sachsen-Anhalt vermarktet werden. Diese sollen auch visuell als Leitprodukte des Sachsen-Anhalt-Tourismus erkenntlich sein. Bei der Auswahl der Leitprodukte sind wesentliche Qualitätskriterien mit Blick auf die Wettbewerbsfähigkeit und Marktattraktivität zu berücksichtigen. Die Entscheidung der Ausweitung auf weitere Leitprodukte sollte stets neutral und fachlich über die Markt- und Trendforschung abgeleitet werden. Auch eine Verbindung der Erlebbarkeit mit dem innen gerichteten Anspruch #moderndenken ist in Form von Qualitätskriterien für die Aufnahme von Leitprodukten in die nationale / internationale Vermarktung von Reismotiven und Erlebnismomenten zu übersetzen. Über die Operationalisierung des Begriffs soll allen an der Produktentwicklung und am Marketing beteiligten Akteuren aufgezeigt werden, wie Produkte zu entwickeln und zu vermarkten sind. Ebenso dient die Operationalisierung als Leitschnur für die IMG und die regionalen Tourismusverbände für die Zusammenstellung von Angebotskompositionen und deren Vermarktung auf Landesebene. Die Markenfamilie Sachsen-Anhalt steht damit nicht in Konkurrenz zu den regionalen Destinationsmarken oder dem Ansatz des Destinationsmarketings, vielmehr vermittelt die Strategie über die Leitprodukte ebenfalls das Erlebnisversprechen aus den Regionen, stärkt aber gleichzeitig das Landesimage.

---

### *Umsetzungsstand*

---

Projektbeginn: Q3/2021

Projektende: 2027 (Fortentwicklung der Leitprodukte ist ein dauerhafter Prozess)

Aktueller Sachstand:

1. *Gesamtstatus des Projektes:*

Der Projektfortschritt ist gemäß Zeitplan.

2. *Darstellung des Projektverlaufs:*

Meilensteine 2021/2022:

- Destination Brand Themenstudie für 9 Destinationen (Regionen, Städte und Sachsen-Anhalt): Die Ergebnisse liegen auf Destinations- und Landesebene vor
- Zielgruppenkombinatorik BeST/Sinus: Der Abgleich der Zielgruppen nach BeST und SINUSist weitestgehend abgeschlossen, die ersten Ergebnisse wurden in KW 41 vorgestellt
- Priorisierung Themen-ZG-Konstellationen: Die Themen-Zielgruppen-Verschneidungen werden bereits bei der Kombinatorik BeST/SINUS mit in die Berechnungen und Überlegungen einfließen, eine finale Zuordnung erfolgt aktuell, so dass davon auszugehen ist, dass die ZG-Themen-Verschneidung als Basis für die Zielgruppenauswahl im Oktober 2022 vorliegt. Auf dieser Basis werden dann die BeST Zielgruppen für Sachsen-Anhalt ausgewählt und festgelegt.
- Workshop-Prozess: Entwicklung der Leitprodukte Pro Destination und für Sachsen-Anhalt gesamt: erfolgt im Anschluss an die Themen-Zielgruppen-Priorisierungen, dieser Prozess ist voraussichtlich im Dezember 2022 abgeschlossen.
- Entwicklung Marketingstrategie und Kampagnendesign: erfolgt zum Teil parallel zum Workshop-Prozess, abgeschlossen wird dieser Prozess im Anschluss
- Weiterentwicklung Leitprodukte: fortlaufender Prozess in den die Erkenntnisse aus dem Markt einfließen
- fortwährender Abgleich Marktforschung: fortlaufender Prozess

Nächste Schritte (inkl. Zeitplan):

- Derzeit erfolgt die Zielgruppenkombinatorik BeST/SINUS (Abschluss voraussichtlich im Oktober 2022)
- Im nächsten Schritt erfolgt im Oktober 2022 die Priorisierung der Themen-Zielgruppen-Konstellationen
- nach deren Abschluss startet der Workshop-Prozess mit den Partnern im November

---

*Ergebnisdokumentation*

---

/

---

*Fundstelle im Masterplan*

---

---

### *Allgemeine Informationen*

---

<b><u>Name des Projektes:</u></b>	<b>Auf-/Ausbau der Content-Strategie und Ausbau der strategischen Marketingplanung</b>
<u>Projektnummer:</u>	L1.2
<u>Stand:</u>	Oktober 2022
<u>Handlungsfeld:</u>	Positionierung und Marktbearbeitung
<u>Start der Umsetzung:</u>	kurzfristig (bis 3. Quartal 2021)

---

### *Federführung / Ansprechpartner / Beteiligte*

---

<u>Federführende Institution:</u>	Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH
<u>Ansprechpartner:</u>	Name: Annika Jeschek E-Mail: annika.jeschek@img-sachsen-anhalt.de Telefon: 0391 / 568 99 82 Name: Corinne Plaga E-Mail: corinne.plaga@img-sachsen-anhalt.de Telefon: 0391 568 99 19
<u>Beteiligte Institutionen:</u>	1. Touristische Regionalverbände 2. Stadtmarketinggesellschaften Magdeburg, Halle, Dessau-Roßlau 3. Ministerium für Wirtschaft, Tourismus, Landwirtschaft und Forsten des Landes Sachsen-Anhalt (34)

---

### *Zielstellung und Inhalt des Projektes*

---

Sachsen-Anhalt positioniert sich auch zukünftig als führendes Kulturreiseland mit dem Fokus auf zwei potenzialträchtige Leitzielgruppen sowie drei prägende Erlebnismotive: „Weltkultur an Originalschauplätzen erleben“, „faszinierende Orten entdecken“ sowie „Aktiv sein in malerischer

Naturkulisse“. Diese drei Reismotive sowie den Bereich #moderntagen, gilt es bei den festgelegten Leitzielgruppen in fest definierten nationalen und internationalen Zielmärkten über ein qualitativ hochwertiges Content-Marketing zu verankern. Hierfür ist eine langfristig angelegte Content-Strategie zur abgestimmten Kommunikation der touristischen Partner auf Landesebene aufzusetzen, die unter Federführung der IMG in enger Abstimmung mit den regionalen Tourismusverbänden anzufertigen ist.

Diese Content-Strategie muss datengestützt und seitens der Marktforschung verifiziert vorgeben, welcher Kommunikator zu welchem Zeitpunkt, welche Geschichte und Bildwelten zu welchem Reismotiv, über welchen Kanal an welche Zielgruppe kommuniziert. Ebenso legt die Content-Strategie den Kommunikations-Stil sowie die saisonale Dramaturgie zum Aussenden der Botschaften zu Sachsen-Anhalt fest.

Für die strategische Marketingplanung ist die Content-Strategie entsprechend der Erfahrungen der vergangenen Jahre und aktueller Marktforschungsgrundlagen in unterschiedlichen Kampagnen und Marketingmaßnahmen zu übersetzen und in ausgewählten Nah- und Fernmärkten auszuspielen. Im nationalen Marketing ist eine enge Abstimmung mit den regionalen Tourismusverbänden zu tätigen, um Mehrwerte durch gemeinsame Marketingpools oder die Verlängerung von Kampagnenwellen zu generieren. Bei der internationalen Vermarktung sind insbesondere in den Jahren 2021 und 2022 die Effekte der Corona-Pandemie länderspezifisch zu berücksichtigen und insbesondere Fernmärkte sehr differenziert im Kontext der Marktbearbeitung zu bewerten. Die genaue Marktdynamik und Festlegung auf Zielmärkte gilt es seitens der IMG fortlaufend kritisch zu evaluieren. Insgesamt soll die internationale Vermarktung zudem verstärkt über Marketingpools unter der Einbindung der Regionen vorangetrieben werden.

---

### *Umsetzungsstand*

---

Projektbeginn: Q3/2021

Projektende: 2027

Aktueller Sachstand:

*1. Gesamtstatus des Projektes:*

Der Projektfortschritt ist gemäß Zeitplan.

*2. Darstellung des Projektverlaufs:*

Meilensteine 2021/2022:

- Aufbau einer Content-Datenbank: Implementierung eines Digital Asset Management-Systems (DAM) ist erfolgt, das System wird sukzessive mit Daten gefüllt und kann auch durch Partner genutzt werden.
- Definition der Ziele und Zielgruppen im In- und Ausland: Die Definition der Ziele und Zielgruppen im Auslandsmarketing ist erfolgt (Ergebnisse sind hier zu finden: <https://sachsen-anhalt-tourismus.de/tipps-service/business-kooperation/marktforschung>), die Definition der Ziele und Zielgruppen für das Inlandsmarketing ist wesentlicher Bestandteil des ersten Leitprojektes, hier liegen nun die Ergebnisse der Destination Brand Themenstudie vor, auf deren Basis nun Zielgruppen und Leitprodukte entwickelt werden.
- Content Audit/Bestandsaufnahme: erfolgt fortlaufend, der Content wird permanent aktualisiert und erweitert (in Zusammenarbeit mit den Partnern). Veralteter Content wird gelöscht. Zudem werden Inhalte nach cc-Standard sukzessive lizenziert.
- Aufdecken der Touchpoints entlang der Customer Journey: Hierzu fanden zwei Workshops mit den Mitarbeitern im Team Tourismusmarketing der IMG statt. Dabei wurden die Touchpoints entlang der Customer Journey herausgearbeitet und analysiert. Im nächsten Schritt sollen diese weiter qualifiziert werden.
- Definition der relevanten Medien/Kanäle/Formate: Die relevanten Kanäle sind definiert und den jeweiligen Zielgruppen zugeordnet. Es findet fortwährend ein Abgleich statt, zudem werden auch ggf. neue Kanäle beobachtet und mit aufgenommen bzw. veraltete/weniger genutzte Kanäle aus der Kommunikation genommen.
- Erstellung einer Content-Matrix in Abstimmung mit den Partnern: Erfolgt nach Umsetzung des Leitprojektes L1.1
- fortwährender Abgleich/Weiterentwicklung

#### Nächste Schritte (inkl. Zeitplan):

- Das DAM-System wird sukzessive und fortwährend gefüllt, auch mit den Inhalten der Partner (dauerhafter Prozess)
- Das DAM-System wird sukzessive und fortwährend gefüllt, auch mit den Inhalten der Partner (dauerhafter Prozess)
- Noch bis Ende 2022 wird die DAM dank einer Fotografen-Beauftragung mit aktuellen Motiven aus den Regionen erweitert. Die neu produzierten Bilder decken vor allem die Herbst- und Wintersaison ab. Im kommenden Jahr 2023 sollen die Motive mit Fokus auf Frühling und Sommer ergänzt werden. Der Content entspricht der modernen Bildsprache der

Kommunikationsstrategie des Reiselandes Sachsen-Anhalt und wird für weitere Marketingmaßnahmen verwendet sowie den Partnern zur Verfügung gestellt.

- Im Auslandsmarketing erfolgt die strategische Ausrichtung aller Marketingaktivitäten auf Basis der Erkenntnisse aus der Auslandsmarktforschung. Im Inlandsmarketing wird die Contentstrategie sukzessive auf Basis der Ergebnisse aus Leitprojekt L1.1 ausgebaut.
- Content Audit/Bestandsaufnahme: wird fortgeführt
- Die Erstellung der Content-Matrix erfolgt nach Abschluss des Leitprojektes L1.1

---

### *Ergebnisdokumentation*

---

Ergebnisse der Auslandsquellmarktbefragung sind hier zu finden: <https://sachsen-anhalt-tourismus.de/tipps-service/business-kooperation/marktforschung>

---

### *Fundstelle im Masterplan*

---

S. 27 f.

---

### *Allgemeine Informationen*

---

<b><u>Name des Projektes:</u></b>	<b>Auf-/Ausbau von Vermarktungsnetzwerken und -Pools</b>
<b><u>Projektnummer:</u></b>	L1.3
<b><u>Stand:</u></b>	Oktober 2022
<b><u>Handlungsfeld:</u></b>	Positionierung und Marktbearbeitung
<b><u>Start der Umsetzung:</u></b>	kurzfristig (bis 3. Quartal 2021)

---

### *Federführung / Ansprechpartner / Beteiligte*

---

<b><u>Federführende Institution:</u></b>	Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH
<b><u>Ansprechpartner:</u></b>	Name: Annika Jeschek E-Mail: annika.jeschek@img-sachsen-anhalt.de Telefon: 0391 / 568 99 82 Name: Angelika Beulecke E-Mail: angelika.beulecke@img-sachsen-anhalt.de Telefon: 0391/568 99 88
<b><u>Beteiligte Institutionen:</u></b>	1. Touristische Regionalverbände 2. Stadtmarketinggesellschaften Magdeburg, Halle, Dessau-Roßlau 3. Ministerium für Wirtschaft, Tourismus, Landwirtschaft und Forsten des Landes Sachsen-Anhalt (34)

---

### *Zielstellung und Inhalt des Projektes*

---

Für eine Steigerung der individuellen Marketingeffizienz in puncto Reichweite, stärkere Marktdurchdringung und höhere Interaktionsraten soll künftig das kooperative Marketing der Partner aus dem Netzwerk der Tourismusakteure auf Landesebene ausgebaut werden. Mittels neu zu

initiierender Vermarktungspools sollen Marketingmittel stärker gebündelt und auf Basis datengestützter Entscheidungsgrundlagen deutlich effektiver eingesetzt werden.

Aufgabe der Landesmarketingorganisation IMG ist es hierbei, über die strategische Marketing- und Mediaplanung auf unterschiedliche Partner ausgerichtete Beteiligungsmodule zu entwickeln, um zum einen mehr Effizienzgewinne im Kontext der eingesetzten und zur Verfügung stehenden Mittel zu generieren, zum anderen, um einheitliche bzw. sich ergänzende Botschaften an ausgewählte Zielgruppen zu kommunizieren. Entsprechend der Positionierungs- und Content-Strategie akquiriert die IMG Partner aus der eigenen Tourismuswirtschaft und baut gemeinsam mit den regionalen Tourismusverbänden effektive Vermarktungsnetzwerke auf.

---

### *Umsetzungsstand*

---

Projektbeginn: Q3/2021

Projektende: 2027

Aktueller Sachstand:

*1. Gesamtstatus des Projektes:*

Mit dem Projekt wurde begonnen.

*2. Darstellung des Projektverlaufs:*

Meilensteine 2021/2022:

- Entwicklung von Beteiligungsmodulen aus den verschiedenen Bereichen + Input Partner: die IMG beteiligt die Partner fortlaufend und situativ in der Umsetzung ausgewählter Maßnahmen.
- Anreiz schaffen über Förderbedingungen (extern, MWL)
- Erstellung eines Beteiligungshandbuchs: erfolgt im Oktober 2022
- Aufbau von Marketingpools und Vermarktungsnetzwerken: erfolgt, wenn die Voraussetzungen dafür geschaffen wurden
- Monitoring der Verbesserung der Mitwirkung an der Zusammenarbeit im touristischen Netzwerk
- Festigung/Etablierung der Kooperations-/Netzwerkstrukturen
- kontinuierliche Weiterentwicklung der Maßnahmen und Gewinnung immer neuer Partner

Nächste Schritte (inkl. Zeitplan):



- Beantragung der Projektmittel zum Aufbau der Marketingpools

---

*Ergebnisdokumentation*

---

/

---

*Fundstelle im Masterplan*

---

S. 28

---

### *Allgemeine Informationen*

---

<b><u>Name des Projektes:</u></b>	<b>Auf-/Ausbau datengestützter Markt- und Trendforschung</b>
<b><u>Projektnummer:</u></b>	L1.4
<b><u>Stand:</u></b>	Oktober 2022
<b><u>Handlungsfeld:</u></b>	Positionierung und Marktbearbeitung
<b><u>Start der Umsetzung:</u></b>	kurzfristig (bis 3. Quartal 2021)

---

### *Federführung / Ansprechpartner / Beteiligte*

---

<b><u>Federführende Institution:</u></b>	Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH
<b><u>Ansprechpartner:</u></b>	Name: Annika Jeschek E-Mail: annika.jeschek@img-sachsen-anhalt.de Telefon: 0391 / 568 99 82
<b><u>Beteiligte Institutionen:</u></b>	1. Touristische Regionalverbände 2. Stadtmarketinggesellschaften Magdeburg, Halle, Dessau-Roßlau 3. Tourismusverband Sachsen-Anhalt e.V. 4. Ministerium für Wirtschaft, Tourismus, Landwirtschaft und Forsten des Landes Sachsen-Anhalt (34)

---

### *Zielstellung und Inhalt des Projektes*

---

Die IMG baut ihre Kompetenz als zentrale Koordinierungs- und Kompetenzstelle in der datengestützten touristischen Markt- und Trendforschung weiter aus. Insbesondere über das Leitprojekt Kompetenzzentrum Datenmanagement und Datenaufbereitung (s. Handlungsfeld Digitalisierung) wird das Knowhow im Bereich Digitalisierung und bei der digitalen Markt- und Trendforschung bei der IMG fachlich erweitert.

Als zentrale Koordinierungs- und Kompetenzstelle hat die IMG zudem die Aufgabe, das externe Marktwissen und das Monitoring der Landesentwicklung sowie das Wissen aus Effizienzanalysen der eigenen Marketingleistungen über Informationsveranstaltungen und das Tourismusnetzwerk ins touristische System zu spielen. Dabei sind durch entsprechende Verknüpfungen Rückschlüsse auf die regionale und lokale Ebene möglich und zu berücksichtigen.

Für den notwendigen technischen und fachlichen Kompetenzausbau sind die notwendigen Ressourcen seitens des Wirtschaftsministeriums bereit zu stellen. Der detaillierte Kostenrahmen für den Ausbau der datengestützten Markt- und Trendforschung ist gemeinsam mit der IMG auf Basis einer zukunftsgerichteten Bewertung der aktuellen Aufgabenfelder und Tätigkeitsbereiche der IMG zu erstellen.

---

### *Umsetzungsstand*

---

Projektbeginn: Q3/2021

Projektende: 2027

Aktueller Sachstand:

*1. Gesamtstatus des Projektes:*

Der Projektfortschritt ist gemäß Zeitplan.

*2. Darstellung des Projektverlaufs:*

Meilensteine 2021/2022:

- Entwicklung Ziel- und Kennzahlensystem (ZKZS) auf Basis der im Masterplan vorgegebenen Zielstellungen: Das Ziel- und Kennzahlensystem wurde entwickelt
- Fortwährende(r) Messung/Bezug von Primär- und Sekundärdaten: Die Messung der Daten erfolgt fortlaufend
- Interpretation und Datendiffusion, auch über das Tourismusnetzwerk: Die Ergebnisse aus der Marktforschung werden regelmäßig per Newsletter und Workshops den Partnern im Land zur Verfügung gestellt (Vgl.: <https://sachsen-anhalt-tourismus.de/tipps-service/business-koooperation/marktforschung>). Zudem wurde eine Lerneinheit auf der eLearning-Plattform zur Auslandsquellmarktbefragung erstellt und steht allen Partnern zur Vertiefung ihrer Kenntnisse zur Verfügung.
- Erweiterung der Erkenntnisse aus Datenmanagement und -aufbereitung (Vgl. L 3.1)
- Evaluierung der Erreichung der im Masterplan definierten KPIs (intern und extern): erfolgt fortlaufend

- Effizienzanalysen der eigenen Marketingleistungen: erfolgt fortlaufend
- Messung/Interpretation und Diffusion der Daten, ggf. Anpassung der Datenquellen: erfolgt fortlaufend
- aktuell erfolgt die Beteiligung am Qualitätsmonitor Deutschland, dabei werden die Gäste im Reiseland befragt, die Studie ging im Mai 2022 ins Feld

Nächste Schritte (inkl. Zeitplan):

- zu den weiteren aktuell vorliegenden Erkenntnissen aus der Marktforschung werden derzeit Newsletter erstellt, die den Partnern im Land zugehen und damit der Entscheidungsunterstützung dienen.

---

*Ergebnisdokumentation*

---

<https://sachsen-anhalt-tourismus.de/tipps-service/business-kooperation/marktforschung>

unter <https://www.tourismusnetzwerk-sachsen-anhalt.de/de/landesplattform-login.html> im Ordner „Zielgruppen & Quellmärkte“, Titel: Auslandsquellmärkte kennenlernen und verstehen

---

*Fundstelle im Masterplan*

---

S. 29

---

### *Allgemeine Informationen*

---

<b><u>Name des Projektes:</u></b>	<b>Investitionsstrategie und Impulsinvestitionen</b>
<u>Projektnummer:</u>	L2.1
<u>Stand:</u>	Oktober 2022
<u>Handlungsfeld:</u>	Touristische Infrastruktur
<u>Start der Umsetzung:</u>	kurzfristig (bis 3. Quartal 2021)

---

### *Federführung / Ansprechpartner / Beteiligte*

---

<u>Federführende Institution:</u>	Ministerium für Wirtschaft, Tourismus, Landwirtschaft und Forsten (34)
<u>Ansprechpartner:</u>	Name: Elmar Heisterkamp E-Mail: Elmar.heisterkamp@mw.sachsen-anhalt.de Telefon: 0391 / 567 4246
<u>Beteiligte Institutionen:</u>	1. Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH 2. Ministerium für Infrastruktur und Digitales des Landes Sachsen-Anhalt 3. Landkreise 4. Touristische Regionalverbände 5. Stadtmarketinggesellschaften Magdeburg, Halle, Dessau-Roßlau 6. Ministerium für Wirtschaft, Tourismus, Landwirtschaft und Forsten des Landes Sachsen-Anhalt (21)

---

### *Zielstellung und Inhalt des Projektes*

---

Für die abgestimmte Planung und Steuerung gezielter Impulsinvestitionen zur Steigerung der Erlebnis- und Infrastrukturqualität in den Regionen ist eine umfassende Investitionsstrategie vorgesehen. Diese zielt auf eine profilprägende (Weiter-)Entwicklung der Basis-, Freizeit- und Erlebnisinfrastruktur sowohl im Freizeittourismus als auch im Tagungs- und Kongresstourismus ab. Im Kontext der Positionierungsstrategie gilt es die Investitionsstrategie auf die Ausprägung und Optimierung von zielgruppenspezifischen Erlebnisräumen auszurichten und stets die sinnvolle Ergänzung des vorhandenen Angebotsportfolios zu forcieren. Als übergreifende Investitionsstrategie des Landes im Tourismus ist insbesondere auch die regionsübergreifende Erlebnisinfrastruktur im Masterplan Tourismus abzubilden. Die Erarbeitung erfolgt in enger Abstimmung mit den regionalen Tourismusverbänden und deren regionsspezifischen Entwicklungsstrategien. Als übergreifender Investitionsstrategie des Landes im Tourismus.

Grundlage für die darauf aufbauenden Impulsinvestitionen bildet die Bestandsinfrastruktur der Regionen. Zielsetzung der Impulsinvestitionen muss es sein, im engen Austausch und in Bezug auf die vorhandene Erlebnisinfrastruktur der touristischen Regionen gemeinsam neue, zu den regionalen Identitäten passende Angebotshighlights zu bestimmen, die sowohl auf die Ausprägung des Landesprofils als auch auf die Stärkung der regionalen Identität einzahlen. Von primärer Bedeutung in der Entwicklung werden insbesondere Investitionsprojekte gesehen, welche die Motivlagen der Positionierung sowie die zugeordneten Leitprodukte - u.a. UNESCO-Welterbe, attraktive Stadtbilder, Ausbau und Erhalt der Rad-, Wander- und Wasserwege - stärken.

Die Federführung dieses Leitprojekts liegt mit Bezug zur Standortentwicklung beim Ministerium für Wirtschaft, Tourismus, Landwirtschaft und Forsten des Landes Sachsen-Anhalt und muss im engen Schulterschluss mit den regionalen Tourismusverbänden, der IMG, dem Ministerium für Infrastruktur und Digitales des Landes Sachsen-Anhalt, den Fachverbänden sowie den kommunalen Gebietshoheiten (Landkreise, Städte und Gemeinden) erfolgen.

Im Rahmen der Investitionsstrategie sind gezielt Fördermittel des Landes für je mindestens ein Impulsprojekt je Region zu sichern.

---

### *Umsetzungsstand*

---

Projektbeginn: Q2/2021

Projektende: 2023

Aktueller Sachstand:

1. *Gesamtstatus des Projektes:*

Mit dem Projekt wurde begonnen.

2. *Darstellung des Projektverlaufs:*

In einem ersten Schritt wurde im November 2021 gemeinsam mit der IMG sowie dem Ministerium für Infrastruktur und Digitalisierung das weitere Vorgehen besprochen. Ziel ist es, im weiteren Verfahren unter Einbeziehung der regionalen Tourismusverbände, der Landkreise und kreisfreien Städte eine Investitionsstrategie abzustimmen. Derzeit erfolgt durch das MWL die Konzeption sowie die Abstimmung mit den Partnern zu den geplanten Regionalkonferenzen. Geplant sind insgesamt fünf Regionalkonferenzen, die jeweils in einer der fünf Tourismusregionen als Präsenzveranstaltung (1. Quartal 2023) gemeinsam mit dem MID, IMG und den touristischen Regionalverbänden unter Einbeziehung der Landkreise und kreisfreien Städte organisiert werden sollen. Ziel ist es, ein Austausch- bzw. Informationsformat zu etablieren, um zunächst über das Zielbild, die Fördermöglichkeiten im investiven Bereich des Landes sowie relevante Rahmenbedingungen zu informieren. Darüber hinaus soll ein Austausch über die regionalen Unterschiede, Herausforderungen sowie Bedürfnisse und Erwartungen stattfinden.

Nächste Schritte (inkl. Zeitplan):

- 1. Quartal 2023: Durchführung Regionalkonferenzen gemeinsam mit MID und IMG mit den Regionalverbänden unter Einbeziehung der Landkreise und kreisfreien Städten zur Information über Fördermittel im investiven Bereich und Workshops zu möglichen Entwicklungsstrategien und Impulsinvestitionen
- 2023: Austausch mit jeder einzelnen Region über Bedarfe, Einbindung in Entwicklungs- und Tourismusstrategien und mögliche Impulsinvestitionen
- 2023: Erarbeitung der Gesamtinvestitionsstrategie

---

*Ergebnisdokumentation*

---

/

---

*Fundstelle im Masterplan*

---

---

### *Allgemeine Informationen*

---

<b><u>Name des Projektes:</u></b>	<b>Strategisches Ansiedlungsmanagement für Beherbergungs- und Freizeitwirtschaft</b>
<u>Projektnummer:</u>	L2.2
<u>Stand:</u>	Oktober 2022
<u>Handlungsfeld:</u>	Touristische Infrastruktur
<u>Start der Umsetzung:</u>	mittelfristig (bis 2023)

---

### *Federführung / Ansprechpartner / Beteiligte*

---

<u>Federführende Institution:</u>	Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH
<u>Ansprechpartner:</u>	Name: Mathias Obieglo E-Mail: mathias.obieglo@img-sachsen-anhalt.de Telefon: 0391 / 568 99 25 Name: Annika Jeschek E-Mail: <a href="mailto:annika.jeschek@img-sachsen-anhalt.de">annika.jeschek@img-sachsen-anhalt.de</a> Telefon: 0391 568 99 82
<u>Beteiligte Institutionen:</u>	1. Ministerium für Infrastruktur und Digitales des Landes Sachsen-Anhalt 3. Ministerium für Wirtschaft, Tourismus, Landwirtschaft und Forsten des Landes Sachsen-Anhalt (34, 21) 4. Landkreise und kreisfreie Städte 5. Touristische Regionalverbände 6. Stadtmarketinggesellschaften Halle, Magdeburg, Dessau-Roßlau

---

### *Zielstellung und Inhalt des Projektes*

---



Die touristische Infrastruktur soll nicht nur mittels einzelner, markenkonformer Investitionen in die Freizeitinfrastruktur aufgewertet werden. Vielmehr geht es im Kontext der Qualitätssteigerung der touristischen Infrastruktur insgesamt und der quantitativen Diversifizierung des Beherbergungsangebotes darum, ein gezieltes Ansiedlungsmanagement für die Beherbergungs- und Freizeitwirtschaft aufzubauen. Insbesondere über einen zentralen Ansprechpartner und eine Anlaufstelle für Investoren / Vorhabenträger sowie die aktive Ansprache von potenziellen Investoren sollen auf Basis der Investitionsstrategie Großinvestitionen angeschoben werden.

Entsprechend der Ausrichtung und Zusammenarbeit der Investitionsstrategie wird die Federführung bei der IMG verortet und ein gemeinsames Agieren mit den regionalen Tourismusverbänden, dem Wirtschaftsministerium, dem Ministerium für Landesentwicklung und Verkehr Sachsen-Anhalt (MLV), dem Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft und Energie des Landes Sachsen-Anhalt (MULE), der Staatskanzlei sowie den kommunalen Gebietskörperschaften (Landkreise, Städte und Gemeinden) angestrebt. Bei der strategischen Infrastrukturentwicklung gilt es, regionstypische Aspekte besonders aufzugreifen und sowohl die Identitäten der Regionen als auch das übergeordnete Landesimage zu stärken.

---

### *Umsetzungsstand*

---

Projektbeginn: Q1/2022

Projektende: 2027

Aktueller Sachstand:

*1. Gesamtstatus des Projektes:*

Im Investorenservice der IMG ist die Tourismuswirtschaft eine der Schwerpunktbranchen, die Investoren durch alle Phasen der Ansiedlung und Expansion begleitet. D.h. auch für die Tourismuswirtschaft bietet der Investorenservice dasselbe Serviceportfolio wie in allen anderen Branchen auch und trägt damit zur Stärkung der Wertschöpfung bei. Ein strategisches Ansiedlungsmanagement, das den Bedarf aus Gästesicht kennt und berücksichtigt und dabei gleichzeitig auch auf die Besonderheiten des Standortes Sachsen-Anhalt eingeht, ist daher der nächste Schritt. Zur Erreichung des Leitziels muss das Ansiedlungsmanagement im Sinne einer aktiven Ansprache und Akquise von potenziellen Investoren durch geeignete Maßnahmen weiter intensiviert werden. Grundlage dafür ist die Erstellung eines Strategiekonzepts, das wichtige Impulse vorgibt.

*2. Darstellung des Projektverlaufs:*

In Q1/2022 wurde IMG-intern ein erster Leitfaden für die Entwicklung einer Ansiedlungsstrategie erarbeitet. Das Dokument enthält neben einer Übersicht der Leistungsbausteine des Investorenservice der IMG auch erste Definitionen und Anforderungen für ein Hotelinvestitionsprojekt. Dieser Leitfaden wird IMG-intern weiter verfeinert und wird die Grundlage für das Strategiekonzept sein. Das Strategiekonzept wird mit externer Unterstützung entwickelt. Dieser Prozess soll ab dem Q1/2023 starten. Die benötigten Haushaltsmittel sind entsprechend eingeplant im Haushalt der IMG.

Nächste Schritte (inkl. Zeitplan):

- ab Q1/2023: Konzeption und Erstellung von Ausschreibungsunterlagen für Konzepterstellung
- ab Q2/2023: Ausschreibungsphase, Konzepterstellung
- bis Q3/2023: Fertigstellung und Implementierung
- ab Q4/2023 und ff: Umsetzung Konzept

---

*Ergebnisdokumentation*

---

IMG-interner Leitfaden für die Entwicklung von touristischen Investitionsvorhaben

---

*Fundstelle im Masterplan*

---

S. 31

---

### *Allgemeine Informationen*

---

<b><u>Name des Projektes:</u></b>	<b>Ausbau des Angebots an klimafreundlicher Mobilität</b>
<u>Projektnummer:</u>	L2.3
<u>Stand:</u>	Oktober 2022
<u>Handlungsfeld:</u>	Touristische Infrastruktur
<u>Start der Umsetzung:</u>	mittelfristig (bis 2023)

---

### *Federführung / Ansprechpartner / Beteiligte*

---

<u>Federführende Institution:</u>	Ministerium für Infrastruktur und Digitales des Landes Sachsen-Anhalt
<u>Ansprechpartner:</u>	Name: Herr MR Stefan Karnop E-Mail: Stefan.Karnop@sachsen-anhalt.de Telefon: 0391 / 567 7544
<u>Beteiligte Institutionen:</u>	1. Ministerium für Wirtschaft, Tourismus, Landwirtschaft und Forsten (34) 2. Landkreise und kreisfreie Städte 3. Gemeinden 4. Touristische Regionalverbände

---

### *Zielstellung und Inhalt des Projektes*

---

Um der Leitlinie eines „nachhaltigen Reiselandes“ in allen Punkten zu folgen, sollen Projekte zur Verbesserung der klimaverträglichen Mobilität in Bezug auf die Erreichbarkeit der touristischen Angebote und der Vernetzung dieser untereinander, konsequent Berücksichtigung finden.

Zentrales Leitprojekt und wichtige Grundlage zur Steigerung des Angebotes an umweltverträglichen Mobilitätsangeboten und der Nachfrage an klimafreundlicher Mobilität ist der Aufbau eines landesweiten Knotenpunktsystems. Die Knotenpunkte dienen der Verknüpfung der verschiedenen

Verkehrsmittel und befinden sich an ausgewählten Schnittstellen des Bahn-Bus-Landesnetzes in den touristischen Kernzonen. Das Ministerium für Infrastruktur und Digitales des Landes Sachsen-Anhalt unterstützt die Landkreise, kreisfreien Städte und regionalen Tourismusverbände bei der Erarbeitung gemeinsamer Strategien zum Ausbau des lokalen Angebots an klimafreundlicher Mobilität im Umfeld dieser Knotenpunkte.

Zielsetzung bei der Ausarbeitung regionaler Mobilitätskonzepte ist eine gezielte Förderung ökologisch nachhaltiger Anreisemöglichkeiten und der Ausbau einer nutzerfreundlichen, touristischen Binnenmobilität mit Fokus auf die verfügbaren Angebote sowie nutzerfreundlichen Umstiegsmöglichkeiten von PKW auf Schienenpersonennahverkehr (SPNV), Öffentlicher Straßenpersonennahverkehr (ÖPSV) und nichtmotorisierter Individualverkehr (NMIV).

Die Federführung in diesem Bereich hat das Ministerium für Infrastruktur und Digitales, das in enger Abstimmung mit den Gemeinden, Landkreisen, kreisfreien Städten und den regionalen Tourismusverbänden entsprechende Vorgaben zur Planung des übergeordneten Systems und deren Eingliederung und Umsetzung in regionalen Mobilitätskonzepten macht.

Zur Steigerung der Nutzung klimaverträglicher Mobilitätsangebote ist es darüber hinaus unerlässlich, die Angebote umfassend bekanntzumachen und zu vermarkten.

Die regionalen Tourismusverbände werden sich daher dafür einsetzen, dass die touristischen Leistungsträger in ihren Publikationen auf die bestehenden Anreisemöglichkeiten mit dem ÖPNV hinweisen. Umgekehrt wird das Ministerium für Infrastruktur und Digitales über die NASA GmbH und die von ihr beauftragten Verkehrsunternehmen auch künftig sicherstellen, dass bedeutende touristische Angebote des Landes als Reiseanlässe kommuniziert und ggf. auch Kooperationen initiiert werden.

---

### *Umsetzungsstand*

---

<u>Projektbeginn:</u>	2022
<u>Projektende:</u>	2027 (noch offen)
<u>Aktueller Sachstand:</u>	

#### *1. Gesamtstatus des Projektes:*

Die Nahverkehrsservice Sachsen-Anhalt GmbH wurde im Jahr 2021 vom Ministerium für Infrastruktur und Digitales mit der Erarbeitung eines Konzepts zur Schaffung eines Fachzentrums für nachhaltige Mobilität in Sachsen-Anhalt beauftragt. Dieses Vorhaben beruht auf einer Aufgabenstellung aus dem

Koalitionsvertrag und wird von der Mitwirkung des Landes in einem länderübergreifenden Mobilitätsnetzwerk geprägt.

Aufgrund der fachlichen Nähe der Themen wird es für zweckmäßig erachtet, dass das geplante Fachzentrum nicht nur die ursprünglich vorgesehenen Beratungs- und Unterstützungsangebote für Kommunen organisiert, sondern auch die Umsetzung der im o. g. Leitprojekt des Masterplans Tourismus vorgesehenen Maßnahmen im Tourismus vorantreibt und begleitet. Hierzu ist u. a. die Entwicklung eines tragfähigen und wirkungsvollen Ansatzes zur Förderung einer besseren Verknüpfung des vorhandenen ÖPNV-Angebots mit der touristischen Infrastruktur angedacht. Im Mittelpunkt sollen Maßnahmen zur Verbesserung der Wahrnehmbarkeit der zur Verfügung stehenden verkehrlichen und touristischen Möglichkeiten stehen. Ein weiteres Ziel ist eine stärkere Vernetzung und Kooperation zwischen ÖPNV-Akteuren und Freizeit- und Tourismusanbietern. Ein entsprechendes Gewicht wird den touristischen Schwerpunkten gegeben, indem diese sowohl inhaltlich als auch personell in der Struktur des Fachzentrums sichtbar werden.

## *2. Darstellung des Projektverlaufs:*

Im Oktober 2022 hat die NASA GmbH ihr Konzept für das geplante Fachzentrum für nachhaltige Mobilität mit dem zuständigen Ministerium für Infrastruktur und Digitales erörtert und über einen Ressourcen- und Finanzierungsplan beraten. Im Ergebnis wurde der vorgestellte Ansatz bestätigt und die Freigabe zur Einrichtung der hierfür vorgesehenen Stellen erteilt. Darunter befindet sich auch eine Stelle, die sich u. a. mit der Umsetzung des Projekts aus dem Masterplan Tourismus befassen wird. Es ist davon auszugehen, dass die Stelle im Laufe des Jahres 2023 ihre Arbeit aufnehmen wird.

---

### *Ergebnisdokumentation*

---

/

---

### *Fundstelle im Masterplan*

---

S. 30 f.

---

### *Allgemeine Informationen*

---

<b><u>Name des Projektes:</u></b>	<b>Kompetenzzentrum Datenmanagement und Datenaufbereitung</b>
<u>Projektnummer:</u>	L3.1
<u>Stand:</u>	Oktober 2022
<u>Handlungsfeld:</u>	Digitalisierung
<u>Start der Umsetzung:</u>	kurzfristig (bis 3. Quartal 2021)

---

### *Federführung / Ansprechpartner / Beteiligte*

---

<u>Federführende Institution:</u>	Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH
<u>Ansprechpartner:</u>	Name: Malte Zander E-Mail: malte.zander@img-sachsen-anhalt.de Telefon: 0391 / 568 99 85
<u>Beteiligte Institutionen:</u>	1. Touristische Regionalverbände 2. Stadtmarketinggesellschaften Magdeburg, Halle, Dessau-Roßlau 3. Tourismusverband Sachsen-Anhalt e.V. 4. Industrie- und Handelskammern 5. Ministerium für Wirtschaft, Tourismus, Landwirtschaft und Forsten des Landes Sachsen-Anhalt (34)

---

### *Zielstellung und Inhalt des Projektes*

---

Die IMG soll zu der professionellen Koordinierungs- und Kompetenzstelle für digitale Marktbearbeitung und Datenmanagement ausgebaut werden. Dieses erst noch zu etablierende Kompetenzzentrum wird die Aufgabe haben, auf Basis einer gemeinsamen Digitalisierungs- und Datenmanagement-Strategie das Aufsetzen einer landesweit einheitlichen Systematik zur Sammlung, Qualifizierung und Anwendung touristischer Daten und Nutzerdaten zu koordinieren und langfristig zu führen. Diese Digitalisierungs- und Datenmanagement-Strategie richtet sich an die regionalen

Tourismusverbände, lokale Tourismusorganisationen und touristischen Leistungsanbieter, die künftig nach einem einheitlichen System touristische Daten sammeln, aufbereiten und ausspielen sollen.

Dieses Vorgehen ist effizient und schafft vielseitige Synergien in der Aufbereitung, Ausspielung und Sammlung touristischer Punktdaten und dynamischer Nutzerdaten. Wichtige Grundvoraussetzung hierzu ist die gemeinsame Übertragung der zentralen Aufgabe an die IMG mit der entsprechenden Aufstockung des Teams um entsprechendes Fachpersonal. Neben der Einrichtung der landesseitigen Koordinierungs- und Kompetenzstelle sind Vorgaben für das gemeinsame Datenmanagement nach gängigen Standards sowie bei der Verwendung einheitlicher Technik und gemeinsamen CMS- / Redaktionssystemen zu beschließen.

Zielsetzung ist es, nicht jede Stadt und Region in der Eigenverantwortung zu lassen, kostenintensive, eigene Lösungen für den Umgang mit Open Data und der Nutzung touristischen Daten zu entwickeln, sondern auf das landesweit zu entwickelnde System aufsetzen zu können. So wird garantiert, dass touristische Produkte in Sachsen-Anhalt nach einem einheitlichen Standard im Netz auffindbar und buchbar sind und der Prozess effektiv und effizient aus einer Institution herausgeführt werden kann. Mit dem Aufbau des Kompetenzzentrums Datenmanagement und Datenaufbereitung bei der IMG wird somit das Ziel verfolgt, die digitale Dienstleistungskette weiter zu qualifizieren und die digitale Reife der Tourismusakteure (z.B. regionale Tourismusverbände, lokale DMOs, Leistungsanbieter) systematisch zu steigern.

---

### *Umsetzungsstand*

---

Projektbeginn: Q4/2020

Projektende: 2027 und ggf. darüber hinaus

Aktueller Sachstand:

*1. Gesamtstatus des Projektes:*

Mit dem Meilensteinprojekt „Digitales Standortportal“ aus dem Neuausrichtungsprozess der IMG entwickelte sich die strategische Herangehensweise rund um ein strukturiertes Datenmanagement im Sinne von Open Data. Ziel ist es u.a., die für den Standort Sachsen-Anhalt relevanten „Points of Interest“ zu identifizieren, zusammenzuführen und auf einer kartenbasierten Plattform – die allen Interessierten zugänglich und für sie nutzbar ist – gebündelt auszuspielen. Mit „SAiNT“ wurde diese Plattform geschaffen und die technische Erstellung sowie Programmierung ist zwischenzeitlich fertiggestellt. Ziel von SAiNT ist es, im Land Sachsen-Anhalt an unterschiedlichen Stellen gesammelte

Datenbestände zu vereinigen, aufzubereiten und zu verbreiten. Grundsätzlich sollen die von SAiNT aufbereiteten Daten als Open Data der Allgemeinheit und insbesondere den touristischen Akteuren im Land zur Verfügung stehen.

## *2. Darstellung des Projektverlaufs:*

Der Projektverlauf erfolgt analog der Projektplanung und folgende Meilensteine und Zwischenziele wurden erreicht:

- Erstellung eines Kommunikationskonzepts inkl. Handbuch, Video-Tutorials, Textbausteinen für Presse und Social Media Kommunikation
- Durch den intensiven Abstimmungs- und Einbindungsprozess mit den regionalen Partnern und Akteuren im Land wurde inzwischen ein wichtiges Netzwerk aufgebaut, das die Datenerfassung und Datenpflege langfristig sicherstellt.
- SAiNT ist im Juni 2022 im Rahmen einer hybriden Pressekonferenz der Öffentlichkeit vorgestellt worden.
- Im 4. Quartal 2022 und fortlaufend werden die Workshops für die touristischen Partner durchgeführt und fortgesetzt.
- Ausschreibungen für die ersten Erweiterungen von SAiNT werden noch 2022 abgeschlossen und unter anderem ein Export zum Knowledge Graphen der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) sowie ein Veranstaltungsmodul beauftragt. Die Umsetzung erfolgt bis 2023.

## Nächste Schritte (inkl. Zeitplan):

- Weitere Planung und Konzeption von Datensammlungen – Festlegung von weiteren POIs entlang der „Reise des Kunden“ vor Ort in Zusammenarbeit mit ausgewählten Pilotpartnern
- Schrittweise Erweiterung von SAiNT um weitere Datenquellen in den kommenden Monaten und Jahren (z.B. ÖPNV-Daten, Bildungs- und Sportangebote)

---

### *Ergebnisdokumentation*

---

Die technische Fertigstellung von SAiNT ist zwischenzeitlich erfolgt und die Plattform ist bereits verfügbar: [Startseite - SAiNT - Gemeinsam | Offen | Digital \(muensmedia.de\)](#)

Der offizielle Launch der Seite ist im Juni 2022 als hybride Pressekonferenz erfolgt.

---

### *Fundstelle im Masterplan*

---



---

### *Allgemeine Informationen*

---

<b><u>Name des Projektes:</u></b>	<b>Digitalisierungsoffensive Sachsen-Anhalt-Tourismus (Fokus Marktbearbeitung)</b>
<u>Projektnummer:</u>	L3.2
<u>Stand:</u>	Oktober 2022
<u>Handlungsfeld:</u>	Digitalisierung
<u>Start der Umsetzung:</u>	kurzfristig (bis 3. Quartal 2021)

---

### *Federführung / Ansprechpartner / Beteiligte*

---

<u>Federführende Institution:</u>	Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH
<u>Ansprechpartner:</u>	Name: Barbara Weinert-Nachbagauer E-Mail: barbara.weinert-nachbagauer@img-sachsen-anhalt.de Telefon 0391 / 568 99 81 Name: Malte Zander E-Mail: malte.zander@img-sachsen-anhalt.de Telefon: 0391 / 568 88 85
<u>Beteiligte Institutionen:</u>	1. Touristische Regionalverbände 2. Stadtmarketinggesellschaften Magdeburg, Halle, Dessau-Roßlau 3. Tourismusverband Sachsen-Anhalt e.V. 4. Industrie- und Handelskammern 5. Fachverbände 6. Ministerium für Wirtschaft, Tourismus, Landwirtschaft und Forsten des Landes Sachsen-Anhalt (34)

---

## *Zielstellung und Inhalt des Projektes*

---

Die disruptiven Marktveränderungen im Kontext des technologischen Fortschritts sowie durch die Digitalisierung zu Beginn erst komplexer werdenden Aufgaben im Tourismus erfordern eine hohe digitale und analoge Kompetenz in puncto Nutzung der Möglichkeiten und Wahl der Einsatzformen der digitalen Marktbearbeitung. Das hierbei oft unzureichende Bewusstsein für Digitalisierung und mangelnde Kompetenz für dieses verhältnismäßig neue Aufgabenfeld im Tourismus macht den gezielten Knowhow-Aufbau für Digitalisierung, Einsatzmöglichkeiten und digitale Prozesskarten zwingend notwendig. Daher ist neben dem digitalen Kompetenzausbau bei der IMG und der Erstellung einer landesweiten Digitalisierungs- und Datenmanagementstrategie seitens der IMG in Kooperation mit ausgewählten Partnern, wie z.B. dem LTV, den IHKn, den regionalen Tourismusverbänden sowie den Fachverbänden eine Digitalisierungsoffensive vorgesehen. Der Fokus der Digitalisierungsoffensive liegt auf dem Kompetenzausbau zur digitalen Marktbearbeitung.

Grundlage zur Umsetzung dieses Projektes ist die Ausarbeitung eines umfassenden Maßnahmenplans, welcher festlegt, wie die touristischen Akteure erreicht, unterstützt und weitergebildet werden können. Als Kompetenzzentrum für Digitalisierung obliegt der IMG die Hauptverantwortung zur Umsetzung der Offensive. Unterstützt wird die IMG beim Rollout durch den LTV, die IHKn, die regionalen Tourismusverbände sowie den Fachverbänden. Wertvolle Synergien ergeben sich für dieses Projekt zudem in Zusammenarbeit mit dem Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Magdeburg.

---

## *Umsetzungsstand*

---

Projektbeginn: Q2/2021

Projektende: 2027

Aktueller Sachstand:

*1. Gesamtstatus des Projekts:*

Das Vorhaben ist eng verknüpft mit dem Thema Datenmanagement und Open Data, wofür es bereits eine konzeptionelle Grundlage gibt und wo erste Maßnahmen und Ergebnisse bereits sichtbar sind („SAiNT“ sowie das Ende 2021 angekaufte DAM Digital Asset Management-System zur Verwaltung digitaler Inhalte). Eine Digitalisierungsoffensive muss verschiedene Aspekte der Digitalisierung beinhalten, entsprechend berücksichtigen und begleiten:

- eine gemeinsame Datenmanagementgrundlage (wird erarbeitet über Leitprojekt L 3.1, „SAiNT“ sowie dem DAM-System)
- Abstimmungs- und Austauschmöglichkeiten mit weiteren touristischen Akteuren im Land zum Thema Digitale Kommunikation, Social Media und Contentkreation. Demzufolge ist hier die Entwicklung und der Aufbau eines Contentverwaltungstools (DAM-System) erforderlich, auf das möglichst viele Partner Zugriff haben (wird im Leitprojekt L1.2 durch den Ankauf des DAM-Systems sichergestellt, auf die auf Wunsch alle Partner im Land Zugriff haben)
- Aufbau und Nutzung von neuen digitalen Vermarktungsmöglichkeiten und Tools und Einsatz von neuen Technologien, z.B. Gaming und VR-Anwendungen

## 2. Darstellung des Projektverlaufs:

Dieses Projekt ist eng verknüpft mit folgenden anderen Leitprojekten:

- L 1.2 Auf- und Ausbau der Contentstrategie
- L 3.1 Ausbau der IMG zum Kompetenzzentrum Datenmanagement

Es ist daher im zeitlichen Verlauf an die Entwicklung dieser Projekte gebunden, liegt demnach jedoch im Plan. Nach Implementierung von SAiNT sowie dem DAM-System und Etablierung bei den Partnern, wird es zur inhaltlichen Weiterentwicklung und Umsetzung dieses Leitprojekts kommen.

Als erste sichtbare Maßnahme findet in Q4/2022 ein umfangreiches Fotoshooting in allen touristischen Reiseregionen statt, um neues Bild- und Fotomaterial zur Bewerbung der Herbst- und Wintersaison erstellen zu lassen. Die Auswahl der Fotomotive erfolgte dabei nach den Bedarfen der touristischen Regionalverbänden sowie dem bereits vorhandenen Bilderpool der IMG. Wichtig ist, dass das neue Bildmaterial den rechtemäßigen Vorgaben des cc-Lizenzsystems entspricht, sodass eine Nutzung der Bilder durch alle Partner möglich ist.

Inzwischen ist der Launch von SAiNT erfolgt (Juni 2022), die Videotutorials sind auf der Projektseite eingebunden und auch die weiteren Kommunikationsmittel sind finalisiert.

### Nächste Schritte (inkl. Zeitplan):

- Finalisierung Kommunikationsmittel (Handreichung Inhalte für SAiNT, Videotutorials)  
Bereitstellung Kommunikationsmittel und Bestellmöglichkeit für Partner, Workshops für Partner und deren Stakeholder
- Launch DAM (Anschluss von Partnern an die Bild- und Assetdatenbank der IMG), Q4/22
- Weiterer Contentaufbau für das DAM-System durch Beschaffung weiterer Bilder/Fotos und ggf. Videos (nach Budgetverfügbarkeit Durchführung eines weiteren umfangreichen

Fotoshootings, das mit den Partnern abgestimmte POIs zur Bewerbung der Frühlings- und Sommersaison zeigt)

- Weitere Fortbildungsmöglichkeiten in Zusammenarbeit mit dem Tourismusnetzwerk (perspektivisch ab 2023)

---

*Ergebnisdokumentation*

---

/

---

*Fundstelle im Masterplan*

---

S. 33 f.

---

### *Allgemeine Informationen*

---

<b><u>Name des Projektes:</u></b>	<b>Digitalisierungsoffensive Sachsen-Anhalt-Tourismus (Fokus Prozesse und Erlebnis)</b>
<u>Projektnummer:</u>	L3.3
<u>Stand:</u>	17.10.2022
<u>Handlungsfeld:</u>	Digitalisierung
<u>Start der Umsetzung:</u>	kurzfristig (bis 3. Quartal 2021)

---

### *Federführung / Ansprechpartner / Beteiligte*

---

<u>Federführende Institution:</u>	Tourismusverband Sachsen-Anhalt e.V.
<u>Ansprechpartner:</u>	Name: Anita Siemens E-Mail: tourismusnetzwerk@ltvlsa.de Telefon: 0391 / 7384327
<u>Beteiligte Institutionen:</u>	1. Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbh 2. Touristische Regionalverbände 3. Stadtmarketinggesellschaften Magdeburg, Halle, Dessau-Roßlau 4. Industrie- und Handelskammern 5. Fachverbände 6. Ministerium für Wirtschaft, Tourismus, Landwirtschaft und Forsten des Landes Sachsen-Anhalt (34)

---

### *Zielstellung und Inhalt des Projektes*

---

In enger Abstimmung zur landesweiten Digitalisierungs- und Datenmanagementstrategie der IMG erfolgt in Federführung des LTV und in Zusammenarbeit mit strategischen Partnern, wie den

regionalen Tourismusverbänden, IHKn sowie den weiteren Fachverbänden der digitale Kompetenzausbau über die gezielte Qualifizierung der touristischen Leistungsanbieter. Der Fokus liegt hier in der Weiterbildung zu digitalen Geschäftsprozessen sowie dem Ausbau des digitalen Gästeerlebnisses.

Im Rahmen von z.B. Online-Lernvideos, digitalen Coachings, Unterstützungsmanagement im Kompetenzaufbau, Roadshows wird das bestehende Tourismusnetzwerk hierfür in Richtung einer digitalen Tourismusakademie weiterentwickelt.

Synergien werden über das ebenfalls durch den LTV geführte Leitprojekt Programm zur Steigerung der Service-Qualität und Einführung von New Work-Methoden gehoben.

---

### *Umsetzungsstand*

---

Projektbeginn: 2020

Projektende: fortlaufend

Bei allen Teilprojekten handelt es sich um dauerhafte Maßnahmen.

Aktueller Sachstand:

*1. Gesamtstatus des Projektes:*

Innerhalb der Digitaloffensive haben wir in 2021 gute Fortschritte gemacht und viele Subprojekte umsetzen können. Die enge Zusammenarbeit mit unseren Regionalverbänden und weiteren Partnern hat uns geholfen, das Bewusstsein für Gästebewertungen zu steigern. Bedeutendstes Einzelprojekt innerhalb dieses Leitprojektes war die Etablierung der eLearningplattform für den Tourismus in Sachsen-Anhalt und den eigenständigen Plattformen der Regionalverbände. Dies ist ein Meilenstein in unserer Qualitätsvermittlung und bringt unsere gesamte Arbeit auf ein neues Level. Dieses Projekt bildet große Synergien mit anderen Leitprojekten des LTV und den Leitprojekten anderer Institutionen. Innerhalb dieses Leitprojektes ist es wichtig zu betonen, dass die Digitalisierung kein Sprint, sondern ein Marathon ist. Durch viele Projekte, digital und analog, sowie ständige Evaluierung unserer Aktionen gelingt es uns die vielfältige Leistungsträgerschaft auf der Ebene anzusprechen, bei der wir am ehesten die Chance haben Verständnis zu säen und einen Veränderungsimpuls auszulösen. Da das Budget begrenzt ist, setzen wir uns in jedem Jahr Fokusthemen, auf die mehr Ressourcen aufwenden. Im Jahr 2022 legen wir den Schwerpunkt unserer Arbeit in diesem Bereich auf die Fortführung der Wissensvermittlung im Bereich Gästebewertungen sowie der Steigerung der Onlinebuchbarkeit unserer Einrichtungen.

## 2. Darstellung des Projektverlaufs:

Abgeschlossene Projekte 2021 (Siehe hierzu Vorgängerberichte):

- Launch eLearningplattform
- Digitalisierung der Anbieterstruktur entlang des Lutherwegs
- Factsheet Bedeutung der Gästebewertung
- Branchenveranstaltung zur Gästebewertung
- Planung und Durchführung Branchendialog Tourismus zu AR (augmented reality – Erweiterung der Realität idR über Apps z. B. MD Dinocity oder Luther Virtuell) und VR (virtuelle Realität z. B. über Brillen), online Arbeitskräftegewinnung, digitale Weiterbildung, Social Media und externe Kommunikation (in Kooperation mit dem Zukunftszentrum digitale Arbeit 4.0)
- Social Media Workshops für Leistungsträger der Straße der Romanik
- Workshop zu Workation und digitales Marketing für Kur- und Erholungsorte

Neue Projekte in 2022 und Projektstatus:

- Gästeliebling 2021 (2021 da die Datenbasis aus 2021 stammt. Projekt bildet Synergien mit L4.1 und L4.2)
  - Gewinner wurden ermittelt
  - Über Kooperationsvereinbarungen mit Regional- und Fachverbänden konnten attraktive Preise für die Gewinner realisiert werden
  - Die Verleihung des Gästelieblings und der Gästeliebling-Workshop zum Thema Ermittlung des eigenen Digitalisierungsstandes finden am 07.11.2022 statt
- IST-Analyse zur Onlinebuchbarkeit:
  - Aktuell wurde die Buchbarkeit von 1600 Unternehmen erfasst
- Digital Village: Onlinestellen eines Großteils der touristischen Betriebe in einem Ort. Flankiert durch Schulungen vor Ort.
  - Auswahl einer digital unterrepräsentierten Kommune, in welcher danach alle Unternehmen / Institutionen etc. digital erfasst werden
  - Parallel dazu führen wir in der Region Veranstaltungen zur Bedeutung der digitalen Sichtbarkeit durch

- Alle Daten sollen in SAINT eingespeist werden
- Zusammenarbeit mit der IMG
- Soll über die jeweilige Kommune hinaus das Bewusstsein für Onlinesichtbarkeit erhöhen.
- Start wird in 2023 erfolgen, da die IST-Analyse noch nicht abgeschlossen ist
- Workshops Online und in Präsenz zu Onlinesichtbarkeit, -buchbarkeit und digital Payment
- Workshop zur digitalen Gästekarte
  - Am 13.09 mit 15 Teilnehmenden durchgeführt

#### Aus 2021 fortgeführte Projekte:

- Hackathon (bildet Synergien mit L4.1 und L4.2)
  - Ende 2021 gestartet
  - Projektabschluss erfolgte am 01. April 2022
  - Entwickelt wurde ein Co2-Rechner zur Ermittlung und Ausgleich des persönlichen Klimaabdrucks bei Freizeitreisen. Dieser kann auf Partnerseiten implementiert werden.
- eLearningplattform (Synergien mit L4.1, L4.2, L4.3, L5.4 und L6.2)
  - Stetige Erweiterung entlang der Nutzerbedürfnisse
  - Optimierung der Vertriebswege bzw. des Bekanntmachens der Website
    - Über Publikationen von IHKn, Dehoga sowie weitere Fachverbände
    - Erstellung und Streuung von Werbematerialien (Postkarten, Roleups, Kameraabdeckungen und Stifte sind produziert wurden)
    - Fachvorträge (Bspw. Info-Treff Altmark am 11.11.2021, 01.09.2022 beim BioRes Drömling und bei der IHK Wernigerode am 12.09.2022)
  - Einarbeiten von Partnercontent
    - Bspw. Kurs zu Quellmärkten Sachsen-Anhalts in Kooperation mit der IMG

#### Nächste Schritte (inkl. Zeitplan):

- Gästeliebling 2021 (2021 da die Datenbasis aus 2021 stammt)
  - Verleihung am 07.11.2022



- IST-Analyse zur Onlinebuchbarkeit
  - Abschluss Ende 2022
- Digital Village (Synergien mit L4.1 und L4.3): Onlinestellen eines Großteils der touristischen Betriebe in einem Ort. Flankiert durch Schulungen vor Ort. Alle Daten sollen in SAINT eingespeist werden. Zusammenarbeit mit der IMG
  - Durchführung in 2023
- Workshops Online und in Präsenz zu Onlinesichtbarkeit, -buchbarkeit und digital Payment
  - Über das Jahr 2022 verteilt
- eLearningplattform
  - Fortschreiben des Wissensmonitors (Erfassung der Weiterbildungsbedarfe) im Frühjahr 2023

---

### *Ergebnisdokumentation*

---

Es liegen für den größten Teil der abgeschlossenen und laufenden Projekte Dokumentationen vor. Diese sind abseits der Teilnehmendenstatistik in der Regel in Form von Power-Point-Präsentationen angelegt und können gerne bezogen werden.

---

### *Fundstelle im Masterplan*

---

S. 34

---

### *Allgemeine Informationen*

---

<b><u>Name des Projektes:</u></b>	<b>Systemaufbau digitales Besuchermanagement (digitale Informations- &amp; Leitsysteme)</b>
<u>Projektnummer:</u>	L3.4
<u>Stand:</u>	Oktober 2022
<u>Handlungsfeld:</u>	Digitalisierung
<u>Start der Umsetzung:</u>	mittelfristig (bis 2023)

---

### *Federführung / Ansprechpartner / Beteiligte*

---

<b><u>Federführende Institution:</u></b>	Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH
<b><u>Ansprechpartner:</u></b>	Name: Malte Zander E-Mail: malte.zander@img-sachsen-anhalt.de Telefon: 0391 5688885
<b><u>Beteiligte Institutionen:</u></b>	1. Touristische Regionalverbände 2. Stadtmarketinggesellschaften Magdeburg, Halle, Dessau-Roßlau 3. Tourismusverband Sachsen-Anhalt e.V. 4. Industrie- und Handelskammern 5. Fachverbände 6. Landkreise und kreisfreie Städte 7. Ministerium für Wirtschaft, Tourismus, Landwirtschaft und Forsten (34)

---

## *Zielstellung und Inhalt des Projektes*

---

Nach erfolgreicher Implementierung des Kompetenzzentrums „Datenmanagement und Datenaufbereitung“ bei der IMG soll unter Federführung der IMG gemeinsam mit den regionalen Tourismusverbänden, den Landkreisen, den IHKn, dem DEHOGA, den weiteren Fachverbänden und ausgewählten Betrieben ein Fokus auf die Sammlung und Nutzung touristischer Nutzer- und Bewegungsdaten sowie deren Wiederausspielung zur intelligenten Besucherinformation /-lenkung gelegt werden.

Die Initiierung und Förderung digitaler Besucherleit- & Lenkungssysteme in den Tourismusregionen auf Basis einheitlicher Management Systeme bieten neben Effizienzgewinnen große Vorteile für die wertschöpfungsorientierte und verträgliche Besucherlenkung vor Ort. Es gilt daher eine einheitliche Systematik zu etablieren, die es den Städten und Regionen ermöglicht, ihre Besucherströme gezielt zu lenken, um Kapazitätsengpässe zu vermeiden, den Naturschutz zu gewährleisten und Reisende regionspezifisch über die gesamte Angebotsbreite zu lenken.

---

## *Umsetzungsstand*

---

Projektbeginn: Q1/2023

Projektende: 2027

Aktueller Sachstand:

*1. Gesamtstatus des Projektes:*

Das Projekt wird den Fokus auf die Besucherlenkung im Sinne der Verteilung der Reisenden auf die gesamte Angebotsbreite legen. Im Dialog mit den Projektpartnern, insbesondere mit den drei kreisfreien Städten, vertreten durch deren Stadt- bzw. Tourismusmarketinggesellschaften, wurde ein kundenbezogener Blickpunkt adaptiert.

Eine wichtige Grundlage zur Umsetzung dieses Projekts bildet dabei die Datenbank SAiNT (vgl. L 3.1). Auf Basis der in SAiNT vorhandenen Daten und der zukünftig (Q1-Q2/23) dort ebenfalls auffindbaren Veranstaltungen wird eine an Endkunden und deren Bedürfnissen entwickelte Lösung zur ganzheitlichen Besucherinformation und -lenkung erarbeitet, entwickelt und umgesetzt. Hier zählen auch weitere Entwicklungsschritte von SAiNT (Erschließung weiterer Datenquellen) ein.

Ebenso erfolgt eine enge Abstimmung und Verzahnung mit den Regionalverbänden sowie den Stadtmarketinggesellschaften, um die Synergien zu den regionalen Digitalprojekten zu nutzen und

gleichzeitig ein Angebot zu schaffen, an dem mehrere Partner partizipieren können. Der Projektfortschritt verläuft gemäß Planung.

*2. Darstellung des Projektverlaufs:*

Die Umsetzung dieses Leitprojekts wird mit Projektmitteln realisiert werden. Der Projektantrag mit Personalstelle ist inzwischen formuliert und ist am 28. Juni bewilligt worden. Anschließend wurde die zugehörige Personalstelle ausgeschrieben, konnte allerdings bislang nicht besetzt werden.

Ebenfalls haben mehrere Gesprächsrunden mit Projektbeteiligten stattgefunden.

Nächste Schritte (inkl. Zeitplan):

Besetzung der Personalstelle möglichst zum 01.01.2023.

In Q1 und Q2/23 sind weitere Abstimmungsgespräche zur Fokussierung auf klare Projektziele, die für alle Stakeholder tragbar sind, vorgesehen. Weiterhin steht die Vorbereitung und Ausschreibung von Umsetzungsleistungen bevor, um bis zum Ende der Projektlaufzeit 2025 möglichst nicht nur ein fertiges Produkt zu präsentieren, sondern die Markteinführung bereits erfolgreich umgesetzt zu haben.

---

*Ergebnisdokumentation*

---

/

---

*Fundstelle im Masterplan*

---

S. 34

---

### *Allgemeine Informationen*

---

<b><u>Name des Projektes:</u></b>	<b>Qualitätsoffensive und Innovationsmanagement für profilschärfende Angebote und Produkte</b>
<u>Projektnummer:</u>	L4.1
<u>Stand:</u>	24.10.2022
<u>Handlungsfeld:</u>	Qualität und Innovationsmanagement
<u>Start der Umsetzung:</u>	kurzfristig (bis 3. Quartal 2021)

---

### *Federführung / Ansprechpartner / Beteiligte*

---

<u>Federführende Institution:</u>	Tourismusverband Sachsen-Anhalt e.V.
<u>Ansprechpartner:</u>	Name: Theresa Marquardt E-Mail: innovation@ltvlsa.de Telefon: 0391 / 7384307
<u>Beteiligte Institutionen:</u>	1. Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH 2. Industrie- und Handelskammern 3. Ministerium für Wirtschaft, Tourismus, Landwirtschaft und Forsten (34)

---

### *Zielstellung und Inhalt des Projektes*

---

Die Qualitätsentwicklung in der Beherbergung, Gastronomie sowie in Kultur- und Freizeiteinrichtungen muss mit dem neuen Leistungsversprechen (#moderndenken) und dem Reisen für Alle Standard zur Förderung eines barrierefreien Tourismus systematisch vorangetrieben werden. Der Fokus liegt auf einer hohen Service- und Erlebnisqualität entlang der Kontaktpunkte des Gastes (Customer Journey) sowie in der gezielten Förderung von Produktinnovationen, damit Sachsen-Anhalt mit modernen Angeboten und Produkterlebnissen kontinuierlich markenkonforme Akzente im Aufmerksamkeits- und Erlebniswettbewerb setzen kann.

Über den LTV gilt es, einen umfassenden Aktionsplan aufzusetzen, welcher konkrete Maßnahmen zur Förderung profilschärfender Angebote und Produkte umfasst, als auch Anreize für Leistungsanbieter schafft, ihre Angebote und Produkte modern und innovativ weiterzuentwickeln. Dies kann beispielsweise durch die Ausweitung vorhandener Qualitäts- und Innovationswettbewerbe, wie u.a. Gästeliebling, flankierend begleitet durch Innovationscoachings und Schulungen geschehen. Wichtig hierbei ist die Einbindung der digitalen Markt- und Trendforschungskompetenz der IMG und der Fachverbände, um das kontinuierlich aggregierte Wissen in etwaige Qualitätsoffensiven übertragen zu können. Erfolgreiche Vorbilder zu diesem Leitprojekt sind z.B. mit den Initiativen „Kuckucksnester“ im Hochschwarzwald, „Designkontor“ in Schleswig-Holstein oder dem Ideenwettbewerb „So-geht-sächsisch“ bereits erfolgreich im Einsatz.

---

### Umsetzungsstand

---

Projektbeginn: 2020

Projektende: Es handelt sich um fortlaufende Projekte.

Aktueller Sachstand:

*1. Gesamtstatus des Projektes:*

Der LTV hat einen umfassenden Fahrplan entwickelt, um den Innovationsgeist im Land zu steigern und mehr innovative Produkte entwickeln können. Innovation muss von den Leistungsträgern vor Ort ausgehen. Hier setzen die Aktionen an. Grundlegend für viele nachgelagerte Aktionen ist die Ausbildung von Innovationscoaches in 2021 und 2022. Hierdurch verfügt der Tourismus in Sachsen-Anhalt über Inkubatoren für die hierauf aufbauenden regionalen Projekte, wie bspw. für Produktentwicklungsworkshops. Die neue Innovationsplattform bietet nun digitale Unterstützung zur Ideenentwicklung, die für alle schnell zugänglich ist. Im Bereich der Qualitätsoffensive arbeiten wir stark mit der neuen eLearningplattform. Darüber hinaus konzentrieren wir uns auf jährlich wechselnde Schwerpunktbereiche.

*2. Darstellung des Projektverlaufs:*

Fortgeführte Projekte:

- Moderndenker Ideenwettbewerb – Projektfortschritt gemäß Zeitplan
  - Ideenwettbewerb verlief auch 2022 erfolgreich. Nach einer Jurybewertung gibt es wie im Vorjahr drei innovative Gewinnerideen von Studierenden, welche auf dem Tourismustag Sachsen-Anhalt am 24.11.22 ausgezeichnet und präsentiert werden.
  - Der Moderndenker soll auch in 2023 ausgelobt werden und dann künftig im 2-Jahres-Rhythmus, das bewährte Konzept wird weiter optimiert.

- Innovationscoachs Ausbildung – Projektfortschritt gemäß Zeitplan
  - Vom 04.-06. April fand erfolgreich ein Auffrischkurs für die 10 ausgebildeten Coaches statt, Fokus: Moderationstechniken
  - Im Rahmen dieser Ausbildung fand auch die Vorbereitung des innovativen Produktentwicklungsworkshops „One Day Product“ für Ende April statt, bei dem die Innovationscoaches eine Schlüsselrolle in der Moderation und Anleitung innehatten.
  - In 2022 führten die Innovationscoaches Innovationsworkshops in Ihren Teams und Regionen durch. Sie sind ebenfalls wichtige Ansprechpartner für Innovationsmethoden auf der Innovationsplattform. Entstanden ist ein vielversprechendes Netzwerk (in 2022 fanden u.a. auch digitale Austauschmeetings statt), welches künftig seitens des LTV weiter gefördert und entwickelt werden soll. Eine Ausbildung weiterer Coaches ist sinnvoll, um eine höhere Flächendeckung und Kapazität für die vielen Einsatzchancen der Innovationscoaches zu erreichen.
  
- Innovationsplattform – Projektfortschritt verzögert
  - 2022 wurde die Plattform technisch verfeinert und inhaltlich weiterentwickelt
  - Testphase mit Testnutzenden wurde aufgrund von technischen Hürden und unvorhergesehenen, fehlenden Kapazitäten beim Auftragnehmer bis September 2022 verlängert, wodurch der geplante Launchtermin verschoben werden musste.
  - Launch der Plattform fand am 29.09.22 im Beisein der Staatssekretärin Pötzsch statt
  - Plattform befindet sich in der Nutzungsphase und wird intensiv bei der Zielgruppe beworben: [www.innovation-tourismus.de](http://www.innovation-tourismus.de)
  - Es findet eine ständige Weiterentwicklung und Erweiterung der Plattform statt: Bis Ende Dezember soll das Teilen von Ideen und die gemeinsame Online-Nutzung von Methoden möglich sein.
  
- One Day Product – Projektfortschritt gemäß Zeitplan
  - Der aus 2021 verschobene Produktentwicklungsworkshop fand am 25.04.2022 in der Altmark mit 22 Teilnehmenden aus verschiedenen Branchen statt.
  - Das Feedback aller Teilnehmenden war sehr positiv. Es entstanden 5 innovative Produktideen (touristische Angebote) für die jeweils ein Geschäftsmodell entwickelt wurde. Deren Umsetzung ist in Planung. Es entstand auch ein starkes Netzwerk zwischen den Teilnehmenden, woraus verschiedene Kooperationen resultierten. Der Einsatz von Kreativmethodik war für viele Teilnehmenden neu und inspirierend.
  - Im Ergebnis wurde deutlich, dass ein marktreifes Produkt nicht an einem Tag entwickelt werden kann und weiterer Unterstützung bedarf, die der LTV nur als Anstoß leisten kann (steht noch aus). Das Konzept wird optimiert.
  - Der Workshop ist für 2023 in einer anderen Reiseregion geplant, um auch hier den Impuls zu geben.

#### Neue Projekte 2022:

- Coworking / Workation-WS – Projekt für 2022 gestrichen

- Das Projekt wird in 2022 aufgrund zu wenig Interesses der Zielgruppe nicht umgesetzt. Das Interesse war in der Planungsphase des Projektes sehr hoch gewesen. Als die Umsetzung erfolgen sollte, stellte sich jedoch heraus, dass die Prioritäten seitens der Partner woanders lagen. Aus wirtschaftlichen Gründen macht es daher keinen Sinn, an dem Projekt in 2022 festzuhalten.
- Dein Startup Tourismus – Projektfortschritt verzögert
  - Das Projekt für touristische Start-Ups befindet sich in der Planung. Die Umsetzung verschiebt sich auf das Jahresende, da zuvor keine terminlichen Optionen bestanden.
- Konzeption von regionalen Innovationsworkshops mit den Innovationscoaches – Projektfortschritt gemäß Zeitplan
  - Entwicklung neuer Formate, welche regionale Besonderheiten mit einbeziehen
  - Die Durchführung von regionalen Workshops erfolgt stetig. Dies gilt es in 2023 weiter auszubauen.
- Ferienwohnungsworkshop – Projektfortschritt gemäß Zeitplan
  - Findet am 22.11.22 in Bad Dürrenberg statt. Der Workshop dient u.a. der Qualitätssteigerung des Angebotes (Fragen zu Förderung, Ausstattung, Buchbarkeit, Nachhaltigkeit, Recht und Marketing).

Nächste Schritte (inkl. Zeitplan):

- Weiterentwicklung und Bekanntmachung der Innovationsplattform. Bis Ende Dezember soll das Teilen von Ideen und die gemeinsame Online-Nutzung von Methoden möglich sein.
- Weitere Innovationsworkshops mit Innovationscoaches, z.B. auf dem Qualitätstag Anhalt-Dessau-Wittenberg am 15.11.2022 & dem Tourismustag Sachsen-Anhalt am 24.11.2022
- Ferienwohnungsworkshop am 22.11.22
- Projektumsetzung Mein Start-Ups Tourismus im Dezember 2022

---

*Ergebnisdokumentation*

---

Es liegen für den größten Teil der abgeschlossenen und laufenden Projekte Dokumentationen vor. Diese sind abseits der Teilnehmendenstatistik in der Regel in Form von Power-Point-Präsentationen angelegt und können gerne bezogen werden.

---

*Fundstelle im Masterplan*

---



---

### *Allgemeine Informationen*

---

<b><u>Name des Projektes:</u></b>	<b>Nachhaltigkeitsoffensive Sachsen-Anhalt (Nachhaltigkeits-Zertifizierung in den Tourismusregionen)</b>
<u>Projektnummer:</u>	L4.2
<u>Stand:</u>	17.10.2022
<u>Handlungsfeld:</u>	Qualität und Innovationsmanagement
<u>Start der Umsetzung:</u>	kurzfristig (bis 3. Quartal 2021)

---

### *Federführung / Ansprechpartner / Beteiligte*

---

<u>Federführende Institution:</u>	Tourismusverband Sachsen-Anhalt e.V.
<u>Ansprechpartner:</u>	Name: Cindy Ostermann (in Elternzeit) / Anne Heimburg E-Mail: <a href="mailto:nachhaltigkeit@ltvlsa.de">nachhaltigkeit@ltvlsa.de</a> Telefon: 0391 / 7384325
<u>Beteiligte Institutionen:</u>	1. Touristische Regionalverbände 2. Ministerium für Wirtschaft, Tourismus, Landwirtschaft und Forsten (34)

---

### *Zielstellung und Inhalt des Projektes*

---

Der Trend und das Bewusstsein zu mehr Nachhaltigkeit und Regionalität macht zukünftig ganzheitlich nachhaltige Angebote und Destinationen notwendig. Trotz einzelner Initiativen ist derzeit in Sachsen-Anhalt kein ganzheitlicher und einheitlicher Ansatz im Aufbau von nachhaltigen Strukturen und Produkten erkennbar, welcher Regionen und Leistungsanbieter dabei unterstützt, gezielt lokale Wirtschaftskreisläufe zu fördern und wirtschaftlich tragfähige, sozial ausgerichtete und ressourcenschonende Leistungen anzubieten.

Aus diesem Grund sollen bis zum Jahr 2025 Zertifizierungsprozesse und nachgewiesene Zertifizierungen als nachhaltige Reiseregionen in allen 5 Tourismusregionen erfolgen, um eine Symbolkraft und Impulswirkung für den gesamten Sachsen-Anhalt-Tourismus zu entwickeln. Der

übergreifende Zertifizierungsprozess wird durch den LTV gesteuert und regionspezifisch durch die regionalen Tourismusverbände und Fachverbänden in den Regionen umgesetzt. Für eine Zertifizierung als nachhaltige Reiseregionen sind am Markt etablierte Anbieter, wie z.B. TourCert zu wählen, die gezielt auch Managementprozesse in den Fokus der Nachhaltigkeitsentwicklung nehmen.

---

### *Umsetzungsstand*

---

Projektbeginn: 2021

Projektende: Es handelt sich um dauerhafte Maßnahmen

Aktueller Sachstand:

*1. Gesamtstatus des Projektes:*

Da Sachsen-Anhalt weder einen Flughafen noch eine Kreuzfahrtindustrie verfügt, können wir die Nachhaltigkeit authentisch spielen. Gerade mit Blick auf die umliegenden Ballungszentren und dem Trend zur Stadtflucht während des Urlaubs bieten sich hervorragende Chancen. Der LTV will Unternehmen und Regionen fit für diesen Weg machen. Hierfür gehen wir verschiedene Wege. Die Nachhaltigkeitszertifizierung ist wichtig und wird von uns stringent verfolgt. Jedoch verfolgen wir parallel dazu einen Nudging-Prozess, bei dem wir durch viele kleine Schritte Unternehmen und Regionen auf den richtigen Pfad bringen. Dies zeigt sich auch in den vielfältigen Wegen die wir abseits des Hauptthemas dieses Leitprojekts einschlagen. Unabhängig von jährlichen Schwerpunkten sieht der LTV einen wichtigen Teil seiner Aufgabe in diesem Leitprojekt im Sichtbarmachen von mit der Nachhaltigkeit verknüpften Trends und Bestpractices, gerade wenn diese aus Sachsen-Anhalt kommen. Zu diesem Zweck soll das Tourismusnetzwerk um diese Rubrik erweitert werden. Hier finden sich dann auch Checklisten und Leitfäden. Die Nachhaltigkeitszertifizierungen in den Reiseregionen sind aktuell ins Stocken geraten. Dies geht auf die fehlenden Ressourcen in den Reiseregionen zurück. Das MWL hat hierfür finanzielle Mittel eingeplant und der LTV ist gebeten, die Koordinierung des Zertifizierungsprozesses der Regionen zu forcieren.

*2. Darstellung des Projektverlaufs:*

Abgeschlossene Projekte 2021 (Siehe hierzu Vorgängerberichte):

- Nachhaltiges Frühstück
  - Im Dezember durchgeführt. Jeden Tag um 9 Uhr ein Nachhaltigkeitsthema kurz erklärt und eine Sache, die jedes Unternehmen sofort umsetzen kann vorgestellt.
  - In der eLearningplattform zum Nacherfahren enthalten
- Waldtag Sachsen-Anhalt

#### Neue Projekte in 2022 und Projektstatus:

- LTV im Beirat beim Bundeswettbewerb nachhaltige Reiseziele
  - Sehr beliebter und Prestigeträchtiger Wettbewerb des BMUV ([www.bundeswettbewerb-tourismusdestinationen.de](http://www.bundeswettbewerb-tourismusdestinationen.de))
  - Erkenntnisgewinn durch Detailinfos aus Wettbewerbsbeiträgen. Weitervermittlung dieses Wissens an Reiseregionen in ST
  - Möglichkeit einen Wettbewerbsteilnehmer aus ST zu platzieren
- Erweiterung Tourismusnetzwerk um die Rubrik Nachhaltigkeit

#### Aus 2021 fortgeführte Projekte:

- Zertifizierung in den Reiseregionen
  - Wernigerodes ist als nachhaltiges Reiseziel zertifiziert
  - Aktuell werden Formate abgestimmt, um das Erfahrungswissen in die Branche zu streuen.
- Gemeinsam mit einer deutschlandweit agierenden Expertengruppe hat der LTV ein Kriterienset zur Bewertung der Nachhaltigkeit von Destinationen entwickelt. Dieses komplexe Informationsset wird durch den LTV so aufbereitet, dass Destinationen unkompliziert ihren eigenen Nachhaltigkeitsstand evaluieren und daraus Entwicklungsmöglichkeiten ableiten können.
- Touristischer Sonderpreis innerhalb des Umweltpreis
  - Diesjähriger Gewinner ist die Initiative der Wald ruft des Harzer Tourismusverbandes
- Grüne Karte zeigen
  - Umsetzung Co2-Rechner am 01.04.2022 abgeschlossen
- Umweltbeirat
- Mitwirkung Excellenzinitiative nachhaltige Reiseziele
- UNESCO-Biosphärenreservat Drömling
  - Unterstützung durch den LTV – Unter anderem im Biosphärenbeirat und in der Partnerinitiative

#### Nächste Schritte (inkl. Zeitplan):

- Veranstaltung zur Wissensvermittlung der Zertifizierung von Wernigerode im 4. Quartal 2022
- Entwickeln neuer Wege, um die Reiseregionen zu einer Zertifizierung zu bewegen.
  - Umgestaltung des Umweltbeirates, um die Bedeutung der Zertifizierung und der nachhaltigen Ausrichtung der Regionen tiefer zu verankern
- Erweiterung Tourismusnetzwerk um die Rubrik Nachhaltigkeit im 4. Quartal 2022
- Aufbereitung der KPI-Nachhaltigkeitsanalyse zur einfachen Destinationsbewertung in 2023

- Onlineworkshop zur Nachhaltigkeitsselfanalyse im 1. Quartal 2023

---

### *Ergebnisdokumentation*

---

Es liegen für den größten Teil der abgeschlossenen und laufenden Projekte Dokumentationen vor. Diese sind abseits der Teilnehmendenstatistik in der Regel in Form von Power-Point-Präsentationen angelegt und können gerne bezogen werden.

---

### *Fundstelle im Masterplan*

---

S. 36

---

### *Allgemeine Informationen*

---

<b><u>Name des Projektes:</u></b>	<b>Programm zur Steigerung der Service-Qualität und Einführung von modernen Arbeitsmethoden</b>
<u>Projektnummer:</u>	L4.3
<u>Stand:</u>	17.10.2022
<u>Handlungsfeld:</u>	Qualität und Innovationsmanagement
<u>Start der Umsetzung:</u>	kurzfristig (bis 3. Quartal 2021)

---

### *Federführung / Ansprechpartner / Beteiligte*

---

<u>Federführende Institution:</u>	Tourismusverband Sachsen-Anhalt e.V.
<u>Ansprechpartner:</u>	Name: Max Schurz E-Mail: qualitaetsoffensive@ltvlsa.de Telefon: 0391 / 7384316
<u>Beteiligte Institutionen:</u>	1. Touristische Regionalverbände 2. Stadtmarketinggesellschaften Halle, Magdeburg, Dessau-Roßlau 3. Fachverbände 4. Industrie- und Handelskammern 5. Ministerium für Wirtschaft, Tourismus, Landwirtschaft und Forsten des Landes Sachsen-Anhalt (34)

---

### *Zielstellung und Inhalt des Projektes*

---

Zum kontinuierlichen Ausbau der digitalen sowie analogen Servicequalität im Land erfolgt die Prüfung und Weiterentwicklung auf Basis oder auch in direkter Zusammenarbeit mit ServiceQualität Deutschland. Zielsetzung ist der Einsatz praxisorientierter Module zur Qualitäts- und

Angebotsentwicklung, wie z.B. Mystery Checks, digital Coachings oder umfassende Betriebsberatung vor Ort. Zudem soll die Zusammenführung mit dem Thema „Reisen für Alle“ integriert erfolgen.

Neben der fortlaufenden Qualifizierung der Leistungsanbieter im HoGa-Bereich zum Thema Service am Gast und digitales Service- und Erlebnisdesign, sollen diese auch für die Chancen und Vorteile der Einführung von New-Work-Aspekten und Arbeitsmodellen sensibilisiert werden. Bei erfolgreicher Umsetzung steigern diese die Zufriedenheit der Gäste sowie die Zufriedenheit im Unternehmen ungemein. Hierzu finden sich auch Schnittmengen zum Schwerpunkt „Gute Arbeit im digitalen Zeitalter“ der Digitalen Agenda Sachsen-Anhalt. Als Partner wird der LTV durch den DEHOGA, die IHKn und die Fachverbände bei der Umsetzung des Projektes unterstützt, die gemeinsam die touristische Qualität im Land bereits seit einigen Jahren erfolgreich entwickeln.

---

### *Umsetzungsstand*

---

Projektbeginn: /

Projektende: Es handelt sich um dauerhafte Maßnahmen.

Aktueller Sachstand:

*1. Gesamtstatus des Projektes:*

Die Umsetzung dieses Leitprojektes verfolgt der LTV durch seine alltägliche Arbeit. Qualitätsentwicklung ist seit jeher ein LTV-Thema. Wir wollen unsere Kompetenzen in diesem Bereich stetig erweitern und neben Informationen zu Service Qualität Deutschland, I-Marke und Fewo-Zertifizierung für alle gängigen Zertifizierungsverfahren zum ersten Ansprechpartner und Vermittler werden. Der LTV verfügt über sehr gute Datenquellen die wir Partnern zugänglich machen wollen. Mit TrustYou und unserem Wissensmonitor ist das im letzten Jahr bereits gut gelungen. Grundlegendes Vermittlungsmedium im Q-Bereich ist unsere neue eLearningplattform, die allgemein bei allen Themen mitgedacht und mitkommuniziert wird. In diesem Jahr legen wir einen Schwerpunkt auf die Gästeführer. Aufgrund von Corona mussten wir in 2020 und 2021 alle Veranstaltungen für diese Zielgruppe ausfallen lassen. Der Bedarf nach Austausch ist jedoch sehr groß, wodurch wir den Faden in 2022 verstärkt aufnehmen werden.

*2. Darstellung des Projektverlaufs:*

Abgeschlossene Projekte 2021 (Siehe hierzu Vorgängerberichte):

- Q-Checks Straße der Romanik
- Workshop zu digitale Arbeitgeberattraktivität und New Work

#### Neue Projekte in 2022 und Projektstatus:

- Branchendialog Tourismus zum Schwerpunkt New Work
  - Letzter Branchendialog zu Digitalthemen wurde gut angenommen
  - In diesem Jahr wird der Schwerpunkt auf New Work liegen
  - Unterstützt wird das Projekt durch das New-Work-Hub
- Schwerpunktthema Gästeführungen
  - Wiedereinberufung des Gästeführerkompetenzteams am 31.05.2022
  - Onlineweiterbildungsreihe für Gästeführer
- Customer Journey Check und Workshops
  - Die Destination ist ein Bündel aus verschiedenen Angeboten. Die durch den Gast wahrgenommene Gesamtqualität ist nur so gut wie die Qualität der einzelnen Angebotsbestandteile. Projekte zur Steigerung der Qualität konzentrieren sich in der Regel jedoch nur auf einzelnen Unternehmensgruppen. Unser Projekt hat es sich zur Aufgabe gemacht, in einer Destination die gesamte Kundenreise mehrfach durchzuspielen. Hierdurch erwarten wir Erkenntnisse über Qualitätslücken welche wir im Anschluss in Workshops angehen wollen. Die Erkenntnisse sollen zudem auch auf andere Regionen übertragen werden. Intention ist es ebenfalls ein Bewusstsein für das Gemeinschaftsprodukt Tourismus zu schaffen und die Zusammenarbeit in den Destinationen durch diesen WIR-Gedanken zu steigern. Partner in diesem Projekt wird die Hochschule Harz sein.
  - Der Bewertungsbogen für eine umfassende Destinationsanalyse wurde erstellt
  - Dieser wird in einem Feldtest im November erprobt
- Weiterentwicklung Service Qualität Deutschland
  - SQD muss sich weiterentwickeln um weiterhin für touristische Leistungsträger relevant zu sein. Zu diesem Zweck erfolgte in 2021 der Übergang zum DTV. Der LTV ist Teil der Projektgruppe, welche sich mit der Weiterentwicklung befasst. Unser besonderer Fokus liegt hierbei auf der Eignung für unsere kleinteilige Tourismuslandschaft in Sachsen-Anhalt.

#### Aus 2021 fortgeführte Projekte:

- Virtuelle Q-Sprechstunde
- Q-Reports für die einzelnen Reiseregionen

- Sachsen-Anhalt-Report wird jährlich im Tourismusnetzwerk erscheinen  
(<https://www.tourismusnetzwerk-sachsen-anhalt.de/de/onlinebewertungen/qualitaetsreport-sachsen-anhalt-2021.html>)
- Die Regionalreports werden von den Regionalverbänden und Stadtmarketinggesellschaften für destinationsinterne Kommunikationsprozesse genutzt
- Durch die Erstellung der Qualitätsreports durch den LTV sind TrustYou Gastzugänge für die Reiseregionen nicht zwingend Notwendig aber dennoch Sinnvoll für die zielgerichtete Qualitätsentwicklung
- Wissensmonitor Tourismus
  - Neuauflage Ende 2022 geplant
  - Wird Partnern zur Verfügung gestellt
- Übergang von Reisen für Alle auf den LTV

Nächste Schritte (inkl. Zeitplan):

- Übergang Reisen für alle aus den LTV in Anfang 2023 evtl. noch 2022
  - Vorab Klärung der Finanzierung
- Customer Journey Check
  - Feldstudie und Erprobung des Fragebogens im November 2022
  - Vorstellung der Ergebnisse im 1. Quartal 2023
  - Diskussionsprozesse über die Ergebnisse in Anschluss an die Vorstellung der Ergebnisse
- Branchendialog Tourismus zu New Work in 2023

---

*Ergebnisdokumentation*

---

Es liegen für den größten Teil der abgeschlossenen und laufenden Projekte Dokumentationen vor. Diese sind abseits der Teilnehmendenstatistik in der Regel in Form von Power-Point-Präsentationen angelegt und können gerne bezogen werden.

---

*Fundstelle im Masterplan*

---



---

### *Allgemeine Informationen*

---

<b><u>Name des Projektes:</u></b>	<b>Umsetzungsplanung &amp; strategischer Strukturentwicklungsprozess Sachsen- Anhalt</b>
<b><u>Projektnummer:</u></b>	L5.1
<b><u>Stand:</u></b>	Oktober 2022
<b><u>Handlungsfeld:</u></b>	Aufgabenteilung und Organisationsstrukturen
<b><u>Start der Umsetzung:</u></b>	kurzfristig (bis 3. Quartal 2021)

---

### *Federführung / Ansprechpartner / Beteiligte*

---

<b><u>Federführende Institution:</u></b>	Ministerium für Wirtschaft, Tourismus, Landwirtschaft und Forsten des Landes Sachsen-Anhalt
<b><u>Ansprechpartner:</u></b>	Name: Elmar Heisterkamp  E-Mail: Elmar.heisterkamp@mw.sachsen-anhalt.de  Telefon: 0391 / 567 4246
<b><u>Beteiligte Institutionen:</u></b>	1. Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH  2. Tourismusverband Sachsen-Anhalt e.V.  3. Industrie- und Handelskammern  4. Touristische Regionalverbände  5. Stadtmarketinggesellschaften Magdeburg, Halle, Dessau- Roßlau  6. Touristische Fachverbände

---

### *Zielstellung und Inhalt des Projektes*

---

Die Initiierung eines Organisations- und Strukturentwicklungsprozesses zur Definition und Festlegung verbindlicher Aufgaben, Rollen und Strukturen im gesamten System Tourismus sowie zur Definition und Einführung von Mindestkriterien für lokale und regionale Destination Management Organisationen sind die zentralen Aufgaben in diesem Handlungsfeld. Der strategische Strukturentwicklungsprozess zur Optimierung der Aufgaben, Rollen und Strukturen ist seitens des Ministeriums für Wirtschaft, Tourismus, Landwirtschaft und Forsten des Landes Sachsen-Anhalt zu initiieren und zu führen.

Zielsetzung hierbei ist es, die bereits im Evaluierungsprozess identifizierten Schwächen und Doppelstrukturen zu reduzieren und durch die Konzentration von eng verflochtenen Aufgabenfeldern - wie z.B. im Bereich Marktforschung, Innovationsmanagement, Monitoring - deutliche Effektivitäts- und Effizienzgewinne zu erzielen. Auch die inhaltliche Weiterentwicklung und der thematische Kompetenzausbau der Tourismusorganisationen (von der IMG als Kompetenzzentrum Datenmanagement und Datenaufbereitung bis hin zu wettbewerbsfähigen regionalen Tourismusverbänden) stehen hierbei im Fokus. Entsprechend der einmaligen Definition von Soll-Strukturen und Kernaufgaben muss kontinuierlich an deren Erreichung gearbeitet werden. Der Prozess hierzu ist jährlich im gemeinsamen Erfahrungsaustausch der Organisationen zu führen. Neben Tourismusorganisationen müssen auch die Entwicklungs- und Marketingpartner (Verbände, Landkreise, Schutzgebiete, Verkehrsverbände etc.) und Fachverbände sowie touristische Betriebe stärker in den Fokus der touristischen Marktbearbeitung gerückt und in den Organisationsentwicklungsprozess involviert werden.

---

### *Umsetzungsstand*

---

Projektbeginn: Q2/2021

Projektende: 2022

Aktueller Sachstand:

*1. Gesamtstatus des Projektes:*

Mit dem Projekt wurde begonnen und die Umsetzung des Projektes verläuft planmäßig.

*2. Darstellung des Projektverlaufs:*

Infolge der Corona-Pandemie hat die Komplexität der Aufgaben im Destinationsmanagement, die Anforderungen an die digitale Marktbearbeitung und die Notwendigkeit der flexiblen und trotzdem

kontinuierlichen Weiterentwicklung der Produkte und Produktlinien in Sachsen-Anhalt noch einmal erheblich zugenommen.

Der Prozess der inhaltlichen Weiterentwicklung und des thematischen Kompetenzausbaus der Tourismusorganisationen ist gestartet (IMG – Kompetenzzentrum Datenmanagement; LTV – Kompetenzzentrum Tourismus).

Zur Förderung der nachhaltigen Landestourismusedwicklung und für die professionelle Umsetzung der Tourismusaufgaben wurde Ende 2021 eine neue Tourismusedwicklungsrichtlinie entworfen, die zukünftig eine Berechnung der Förderhöhe mittels Mindestkriterien und definierter Soll-Strukturen vorsieht, die es mit Hilfe von Anreiz-, Förderungs- und Forderungsmechanismen zu erreichen gilt. Die Mindestkriterien zur Förderung der regionalen Tourismusverbände wurden im 2. Halbjahr 2021 erarbeitet und in den neuen Richtlinienentwurf integriert. Die Inhalte des Richtlinienentwurfs wurden mit den regionalen Tourismusverbänden sowie im Fachbeirat und im Lenkungskreis Tourismus im November 2021 diskutiert und durch die Hausleitung des Ministeriums für Wirtschaft, Tourismus, Landwirtschaft und Forsten freigegeben. Der Richtlinienentwurf wurde dem Ministerium der Finanzen sowie dem Landesrechnungshof zur Freigabe vorgelegt. Bisher ist keine Zustimmung zur Richtlinie durch das Finanzministerium erfolgt. Sollte dies bis Ende 2022 weiterhin nicht der Fall sein, wird die Tourismusförderung weiterhin ohne Richtlinie, jedoch unter Zugrundelegung der für die Richtlinie erarbeiteten Förderkriterien erfolgen.

Die Zielsetzung sieht die Optimierung der Aufgaben, Rollen und Strukturen im gesamten touristischen System vor. Die Umsetzung dieser Aufgabe sowie die damit verbundene Definition von Soll-Strukturen und Kernaufgaben im Tourismussystem wird Schwerpunkt in 2022/23 sein und durch einen externen Berater unterstützt. Das Verfahren zur Vergabe der Beratungsleistung zur Festlegung der Sollstrukturen und Aufgabenverteilung wurde durchgeführt und es wird ein externer Berater gebunden. Der Auftakt des Strukturentwicklungsprozesses findet im 4. Quartal 2022 statt.

Starker Bezug zu Projekt L 5.2.

#### Nächste Schritte (inkl. Zeitplan):

- 2022/2023: einmalige Definition von Soll-Strukturen und Kernaufgaben im gesamten System Tourismus mit Unterstützung durch einen externen Berater
- 2022/ 2023: Durchführung Analyse- und Bewertungsprozesses der Aufgaben- und Organisationsstrukturen im Tourismussystem, Erarbeitung eines Konzepts zur Strukturoptimierung unter Einbindung der touristischen Akteure

---

*Ergebnisdokumentation*

---

/

---

*Fundstelle im Masterplan*

---

S. 38

---

### *Allgemeine Informationen*

---

<b><u>Name des Projektes:</u></b>	<b>Sicherstellung der dauerhaften Finanzierung der Tourismusaufgaben und Organisationen</b>
<b><u>Projektnummer:</u></b>	L5.2
<b><u>Stand:</u></b>	Oktober 2022
<b><u>Handlungsfeld:</u></b>	Aufgabenteilung und Organisationsstrukturen
<b><u>Start der Umsetzung:</u></b>	kurzfristig (bis 3. Quartal 2021)

---

### *Federführung / Ansprechpartner / Beteiligte*

---

<b><u>Federführende Institution:</u></b>	Ministerium für Wirtschaft, Tourismus, Landwirtschaft und Forsten des Landes Sachsen-Anhalt
<b><u>Ansprechpartner:</u></b>	Name: Elmar Heisterkamp E-Mail: Elmar.heisterkamp@mw.sachsen-anhalt.de Telefon: 0391 / 567 4246
<b><u>Beteiligte Institutionen:</u></b>	1. Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH 2. Tourismusverband Sachsen-Anhalt e.V. 3. Landkreise 4. Touristische Regionalverbände

---

### *Zielstellung und Inhalt des Projektes*

---

Die Wettbewerbsfähigkeit und aufgabenadäquate Ressourcenausstattung der touristischen Organisationseinheiten ist Grundvoraussetzung für die Erreichung der im Masterplan Tourismus gesetzten Leitziele. Zur Förderung der nachhaltigen Landestourismusedwicklung und für die professionelle Umsetzung der Aufgaben sind mittels Mindestkriterien definierte Soll-Strukturen der

Tourismusorganisationen auf der regionalen und lokalen Ebene vorgesehen, die es mit Hilfe von Anreiz-, Förderungs- und Forderungsmechanismen zu erreichen gilt.

Als Anreizinstrument soll zukünftig eine Fokussierung der verfügbaren Ressourcen und Fördermittel auf leistungs- und wettbewerbsfähige Strukturen und Akteure erfolgen. Nach dem Vorbild anderer Bundesländer wird die finanzielle Unterstützung des Landes für die regionalen Tourismusverbände an einen transparenten Katalog von Mindestkriterien geknüpft. Dies geschieht durch eine Vorgabe von Soll-Strukturen für die regionale Ebene, unterlegt durch verbindliche und transparente Kriterien (Mindestkriterien). Nur regionale Tourismusverbände, welche aufgabenadäquat ausgestattet, wettbewerbsfähig aufgestellt sind und effektiv und strategisch agieren, erfahren eine entsprechende Förderung durch das Land Sachsen-Anhalt. Eine Auswertung nach einem Punktesystem entsprechend der Erreichung der Soll-Kriterien, wie im Beispiel von Thüringen, definiert als Anreiz entsprechende Fördersummen für Projektumsetzungen in den Regionen, Städten / Gemeinden. Mögliche Fördersummen bei einer vollständigen Kriterien-Passung liegen in anderen Bundesländern pro regionaler DMO bei 125 Tsd. bis ca. 200 Tsd. Euro.

Die folgenden Kriterien stellen einen Benchmark dar, welchen es in einem gemeinsamen Organisations- und Strukturentwicklungsprozess verbindlich für alle regionalen Tourismusverbände zu definieren gilt:

Beispiel: Kriterien für regionale Tourismusverbände

- Marktstärke (z.B. Übernachtungen, Schlafgelegenheiten, ...)
- Qualität (z.B. Zertifizierungs-Kennzahlen, TrustScore, ...)
- Managementstärke (z.B. Budgets, Personal, ...)
- Strategie und Positionierung (z.B. Konzepte und Strategien, Monitoringsysteme, ...)
- Organisation (z.B. Netzwerkmanagement, Aufgabenteilung, ...)

Entsprechend der im Prozess zu definierenden Aufgabenverteilung und zugeordneten Rollen im touristischen System sind die Mindestkriterien auf die konkreten Bedarfe der regionalen Tourismusverbände in Sachsen-Anhalt anzupassen sowie etwaige Kriterien auch für die lokale Ebene der Städte und Gemeinden bzw. von interkommunalen Kooperationen anzuwenden. Insbesondere bei den länderübergreifenden Destinationen Harz, Saale-Unstrut (perspektivisch) und Anhalt-Dessau-Wittenberg (perspektivisch) sind das übergreifende Aufgabenportfolio als auch die Kriterien-Erfüllung mit Blick auf die gesamte Destination zu berücksichtigen.

Die Sicherstellung einer langfristigen und dauerhaft gesicherten Finanzierung des Tourismus sowie insbesondere wettbewerbsfähiger Destination Management Organisationen ist eine zentrale

Herausforderung, die mit dem Eintreten der Corona-Krise noch mal deutlich an Brisanz gewonnen hat.

Daher soll eine gesicherte dauerhafte Finanzierung der Tourismusaufgaben und Organisationen durch gezielte Anreiz- und Förderungsmodelle seitens des Ministeriums für Wirtschaft, Tourismus, Landwirtschaft und Forsten des Landes Sachsen-Anhalt sowie einer konsequenten Umsetzung der Möglichkeiten des Kommunalabgabengesetzes zur kommunalen Erhebung von Gästebeiträgen sichergestellt werden. Ziel der Anreiz- und Fördersysteme des Landes ist es aber nicht, die institutionelle Förderung flächendeckend auszubauen, sondern vielmehr Anreize für den eigenen Strukturaufbau und die Finanzierung aus der eigenen Mitgliederstruktur zu belohnen, um nachhaltige Organisationsstrukturen zu erhalten. Im Kontext der Bedeutung des Tourismus für die Standortvermarktung, das Standortimage, die Lebensqualität sowie regionale Wertschöpfung aus direkten und indirekten Leistungen, ist die Prüfung der landeseitigen Einrichtung des Tourismus als kommunale Pflichtaufgabe im eigenen Wirkungskreis der Kommune als Teil der zentralen Wirtschafts- und Standortförderung zu prüfen. Ziel hierbei ist es, über die Anpassung der Gemeindeordnungen zu prüfen, inwieweit es auch Kommunen ermöglicht werden kann, wichtige Investitionen z.B. in strategische Mitgliedschaften in den regionalen Tourismusverbänden oder im Rahmen von Komplementärfinanzierungen bei Förderrichtlinien leisten zu können.

---

### *Umsetzungsstand*

---

Projektbeginn: Q1/2021

Projektende: 2022

Aktueller Sachstand:

*1. Gesamtstatus des Projektes:*

Mit dem Projekt wurde begonnen und der Projektfortschritt verläuft gemäß Zeitplan.

*2. Darstellung des Projektverlaufs:*

Die Mindestkriterien zur Förderung der regionalen Tourismusverbände wurden im 2. Halbjahr 2021 auf Basis einer Abfrage der relevanten Informationen bei den Regionalverbänden erarbeitet. Der Entwurf der Richtlinie über die Gewährung von Zuwendungen zur Förderung der Tourismusedwicklung mit Anreiz- und Fördermodellen sowie Mindestkriterien für regionale Tourismusverbände wurde erstellt und mit den regionalen Tourismusverbänden sowie im Fachbeirat und Lenkungskreis im November 2021 diskutiert. Der Richtlinienentwurf wurde durch die

Hausleitung des Ministeriums für Wirtschaft, Tourismus, Landwirtschaft und Forsten freigegeben. Der Richtlinienentwurf wurde dem Ministerium der Finanzen und dem Landrechnungshof zur Zustimmung vorgelegt. Bisher ist keine Zustimmung zur Richtlinie durch das Finanzministerium erfolgt. Sollte dies bis Ende 2022 weiterhin nicht der Fall sein, wird die Tourismusförderung weiterhin ohne Richtlinie, jedoch unter Zugrundelegung der für die Richtlinie erarbeiteten Förderkriterien sowie Mindestkriterien für regionale Tourismusverbände erfolgen.

Starker Bezug zu Projekt L 5.1.

Nächste Schritte (inkl. Zeitplan):

- 2022: Anschreiben an Kommunen und Landkreise mit Hinweis auf Möglichkeiten des KAG und Appell zur Nutzung
- 2022: Abstimmung mit MI über Möglichkeiten zur Erklärung des Tourismus als kommunale Pflichtaufgabe

---

*Ergebnisdokumentation*

---

/

---

*Fundstelle im Masterplan*

---

S. 38 f.



---

### *Allgemeine Informationen*

---

<b><u>Name des Projektes:</u></b>	<b>Aufbau eines Kompetenzzentrum Tourismus</b>
<b><u>Projektnummer:</u></b>	L5.3
<b><u>Stand:</u></b>	Oktober 2022
<b><u>Handlungsfeld:</u></b>	Aufgabenteilung und Organisationsstrukturen
<b><u>Start der Umsetzung:</u></b>	mittelfristig (bis 2023)

---

### *Federführung / Ansprechpartner / Beteiligte*

---

<b><u>Federführende Institution:</u></b>	Ministerium für Wirtschaft, Tourismus, Landwirtschaft und Forsten des Landes Sachsen-Anhalt
<b><u>Ansprechpartner:</u></b>	Name: Elmar Heisterkamp E-Mail: Elmar.heisterkamp@mw.sachsen-anhalt.de Telefon: 0391 / 567 4246
<b><u>Beteiligte Institutionen:</u></b>	1. Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH 2. Tourismusverband Sachsen-Anhalt e.V. 3. Touristische Regionalverbände 4. Stadtmarketinggesellschaften Dessau-Roßlau, Halle, Magdeburg 5. Touristische Fachverbände

---

### *Zielstellung und Inhalt des Projektes*

---

Mit Blick auf die immer komplexer werdenden und zunehmend binnengerichteten Aufgaben im Destinationsmanagement, steigende Anforderungen an digitale Marktbearbeitung sowie zur kontinuierlichen Weiterentwicklung der Produkte und Produktlinien in Sachsen-Anhalt soll mit einem

Kompetenzzentrum Tourismus des Landes Sachsen-Anhalt die übergreifende Kompetenz- und Know-how-Bündelung im Tourismus unter einem Dach erfolgen. Wichtige Synergien in der Marktbearbeitung, Effektivitäts- und Effizienzgewinne in der Weiterentwicklung der Angebote und Produkte sowie deren zielgruppenspezifische Vermarktung und Aufbereitung als motivbezogene Erlebnisräume liegen im Fokus des Kompetenzzentrums Tourismus. Im engen Austausch mit den regionalen Tourismusverbänden und den kreisfreien Städten soll durch das Kompetenzzentrum Tourismus eine fachliche Koordination und Führung von wichtigen strategischen und operativen Zukunftsthemen des Reiselandes Sachsen-Anhalt fest verankert werden.

Auch die übergreifend agierenden und etablierten Entwicklungs- und Netzwerkorganisationen - z.B. Blaues Band, Himmelswege, Gartenträume und Straße der Romanik sowie Frauenorte und Lutherweg - sollen eng in die Arbeit des Kompetenzzentrums eingebunden werden, um von den Mehrwerten zu profitieren und die eigenen Ressourcen stärker auf die Produkt- und Qualitätsentwicklung, Netzwerkarbeit sowie Interessensvertretung fokussieren zu können. Ziel sollte es sein, gerade die außengerichteten Marketingaktivitäten der Netzwerkorganisationen konsequent den regionalen Tourismusverbänden bzw. für die Highlight-Vermarktung der IMG zu übergeben, um gemeinsam mit dem Kompetenzzentrum den Fokus auf die binnengerichteten Aufgaben und Anforderungen im Innovations- und Qualitätswettbewerb sowie das Nachhaltigkeitsmanagement legen zu können.

Für den Aufbau des Kompetenzzentrums Tourismus ist auf der Grundlage der Evaluierung des Masterplan Tourismus 2020 eine zukunftsgerichtete Aufstellung des Aufgabenportfolios mit konkreten Angaben zu personellen und finanziellen Bedarfen des Kompetenzzentrums Tourismus zu benennen. Die Entwicklung des Kompetenzzentrums Tourismus in Sachsen-Anhalt ist eng mit dem Struktur- und Organisationsentwicklungsprozess zu verknüpfen, um Effektivitäts- und Effizienzgewinne und entscheidende Wirkungseffekte als touristisches System erzielen zu können.

Der Aufbau eines Kompetenzzentrum Tourismus ist federführend durch das Ministerium für Wirtschaft, Tourismus, Landwirtschaft und Forsten des Landes Sachsen-Anhalt zu führen.

---

#### *Umsetzungsstand*

---

Projektbeginn: Q3/2021

Projektende: 2023

Aktueller Sachstand:

1. *Gesamtstatus des Projektes:*

Mit dem Projekt wurde begonnen.

2. *Darstellung des Projektverlaufs:*

Der Koalitionsvertrag legt fest, dass der LTV bei der Entwicklung zum Kompetenzzentrum für den Tourismus unterstützt werden soll. Erste Gespräche zwischen LTV, MWL und IMG hierzu sind erfolgt. Neben der Definition der Soll-Strukturen und Kernaufgaben im gesamten Tourismussystem (Bezug zu L 5.1) soll auch der Aufbau und die Inhalte des Kompetenzzentrums Tourismus im Rahmen der Beratungsleistung erarbeitet werden. Konkret soll unter Einbeziehung der Evaluierungsergebnisse des Masterplan Tourismus 2020 eine Analyse und die Entwicklung von Vorschlägen zum Aufbau und dem Aufgabenportfolio des Kompetenzzentrums Tourismus als zentraler Arbeitsschwerpunkt erfolgen und die daraus zu erwartenden touristischen und wirtschaftlichen Effekte dargelegt werden. Der Erarbeitungsprozess startet im 4. Quartal 2022 mit Beauftragung des externen Beraters und wird im 1. Quartal 2023 fortgesetzt.

Nächste Schritte (inkl. Zeitplan):

- 2022/2023: Erarbeitung des Aufgabenportfolios im Rahmen des Strukturentwicklungsprozesses (L 5.1)
- 2023/2024: Gründung des Kompetenzzentrums

---

*Ergebnisdokumentation*

---

/

---

*Fundstelle im Masterplan*

---

S. 40

---

### *Allgemeine Informationen*

---

<b><u>Name des Projektes:</u></b>	Ausbau und Etablierung agiler Zusammenarbeitsformen
<b><u>Projektnummer:</u></b>	L5.4
<b><u>Stand:</u></b>	17.10.2022
<b><u>Handlungsfeld:</u></b>	Aufgabenteilung und Organisationsstrukturen
<b><u>Start der Umsetzung:</u></b>	mittelfristig (bis 2023)

---

### *Federführung / Ansprechpartner / Beteiligte*

---

<b><u>Federführende Institution:</u></b>	Tourismusverband Sachsen-Anhalt e.V.
<b><u>Ansprechpartner:</u></b>	Name: Martin Schulze E-Mail: martin.schulze@ltvlsa.de Telefon: 0391 / 7384307
<b><u>Beteiligte Institutionen:</u></b>	1. Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH 2. Touristische Regionalverbände 3. Stadtmarketinggesellschaften Dessau-Roßlau, Halle, Magdeburg 4. Ministerium für Wirtschaft, Tourismus, Landwirtschaft und Forsten des Landes Sachsen-Anhalt (34)

---

### *Zielstellung und Inhalt des Projektes*

---

Der Ausbau und die Etablierung von digitalen und analogen Austauschformaten zur Förderung des Erfahrungsaustausches und Wissensmanagements im Sachsen-Anhalt-Tourismus, als auch die anlassbezogene Einrichtung von aufgabenspezifischen Kompetenzteams sollen sowohl unter dem Gesichtspunkt der aktuell volatilen Marktsituation als auch aufgrund der Zunahme an externen Effekten beibehalten werden.

Hierbei geht es in erster Linie um die Ausweitung der bislang reinen Informations- und Wissensplattform „Tourismusnetzwerk Sachsen-Anhalt“ sowohl auf Basis virtueller als auch mittels realer Coaching- und Zusammenarbeitsmodule. Je nach Thema und Relevanz für den Tourismus sind zudem flexible Kompetenzteams als festes Instrument zur Steigerung der Schlagkraft und Widerstandsfähigkeit des Tourismus einzusetzen, die sich temporär Problemdiskussionen widmen und die exemplarische Erarbeitung von Lösungsstrategien für die gesamte Tourismuswirtschaft zum Ziel haben. Die Federführung des Ausbaus der agilen Zusammenarbeitsformen obliegt dem LTV.

---

### *Umsetzungsstand*

---

Projektbeginn: Q1/2021

Projektende: fortlaufend

Aktueller Sachstand:

*1. Gesamtstatus des Projektes:*

Der LTV versteht sich als Netzwerk der Regional- und Fachverbände. Das Netzwerkmanagement und das Zusammenbringen von Fachkompetenz ist unsere Kernaufgabe. In den Jahrzehnten unserer Tätigkeit haben wir viele Formate entwickelt die bis heute Bestand haben. Innerhalb dieses Masterplanprojektes suchen wir gezielt nach neuen Wegen dieses Portfolio zu erweitern. Auf etablierte und aktive Netzwerke wie Geschäftsführerinnenberatung, Umweltbeirat, Romanikbeirat, Qualitätsbeirat oder Gästeführerkompetenzteam wird daher in der Folge nicht weiter eingegangen.

*2. Darstellung des Projektverlaufs:*

Abgeschlossene Projekte 2021 (Siehe hierzu Vorgängerberichte):

- Evaluierung Tourismusnetzwerk
- Erweiterung des Tourismusnetzwerks um eine Veranstaltungsregistratur-Tool
  - Ergebnis des Evaluierungsprozesses
  - Bereits bestehende datenschutzkonforme Varianten hatten zu hohe monatliche Kosten oder Veranstaltungskosten, weswegen wir dieses Tool für alle Redakteure nutzbar auf dem Tourismusnetzwerk initialisiert haben
- TI Summermeet

Neue Projekte in 2022 und Projektstatus:

- Regionalsteckbriefe für Medienvertreter
  - Die Presseanfragen an den LTV haben stark zugenommen

- In der Regel erstrecken sich die Anfragen über mehrere Reiseregionen und Themen
- Hier wollen wir uns professionalisieren und in einem ersten Schritt prüfen, wie mehrfach jährlich aktualisierte Steckbriefe zu touristischen Kennzahlen, Erwartungen etc. aussehen können.
- **Netzwerktreffen TI**
  - Nach den guten Erfahrungen mit dem Summermeet, wollen wir die Arbeit mit den Touristinformationen in einem jährlichen Netzwerktreffen fortsetzen.
  - Die diesjährige Netzwerkveranstaltung findet am 08.11.2022 in Halle (Saale) statt.
  - Schwerpunktthema ist die Digitalisierung und Kompetenzbewertung der einzelnen TI
- **Konferenz Urlaub auf dem Land**
  - wurde abgesagt
- **ERFA Landurlaub**
  - Halbjährliche Onlineveranstaltung zum Austausch zwischen Landurlaubsanbietern
- **Aufbau eines Forums innerhalb des Tourismusnetzwerks**
  - Wurde umgesetzt
- **Etablierung eines Fachkräftebeirates**
  - Gemeinsam mit Dehoga und IHK wollen wir einen regelmäßigen Austausch zur Fachkräftesituation etablieren, um bestmöglich informiert zu sein und keine Einflussmöglichkeit liegen zu lassen.
- **Erfahrungsaustausch der Landestourismusportale**
  - Die meisten Bundesländer haben Tourismusportale
  - Auch wenn das Grundangebot bei diesen Bundesländern ähnlich ist, verfügen alle über unterschiedliche Features
  - Da ein gemeinsamer Austausch bisher noch nicht stattgefunden hat und wir aus den Austauschveranstaltungen mit anderen eLearningplattformen sehr positive Erfahrungen gemacht haben, plant der LTV Sachsen-Anhalt die Initiierung eines regelmäßigen Erfahrungsaustausches. Wir stehen hierzu bereits im Austausch mit einzelnen Plattformbetreibern und dem DTV
  - Der Termin findet als Onlineveranstaltung im Dezember 2022 statt.
  - Die aus dem Termin ableitbaren Implikationen für das Netzwerk fließen anschließend in den kontinuierlichen Verbesserungsprozess ein.
- **Tourismuskalender Sachsen-Anhalt**
  - Das Jahr 2022 hat eine hohe Überschneidungsdichte mit Terminen ergeben. Die Endkundenkalender sind über Schnittstellen bereits vernetzt. Bei Branchentermin fehlt dieses noch

- Der Kalender im Tourismusnetzwerk soll als Kalender mit allen relevanten Branchenterminen etabliert werden. Die Frontendmaske bietet hierfür bereits die passende Grundlage.
- Geplant ist es Termine von Landesbedeutung, regionaltouristische Veranstaltungen, den Parlamentarischen Kalender, Beratungen / Beiratstermine, welche viele Touristiker binden und einen Ferienkalender zu inkludieren

Aus 2021 fortgeführte Projekte (Siehe hierzu Vorgängerberichte):

- JuToBa
  - Wurde am 27.09.2022 auf dem Hof Neulingen durchgeführt
  - Über 40 Teilnehmende aus allen touristischen Disziplinen
  - Auswertung erfolgt in Form eines Werkstattberichts
  - Kernthemen waren:
    - New Work – Viele Elemente werden bereits in den Unternehmen umgesetzt. „Unternehmen werden zukünftig um die Mitarbeitenden und Ihre Bedürfnisse herum aufgebaut und verändert“
    - Tourismusbewusstsein – Die Kampagne der IMG wurde vorgestellt und durch die Teilnehmenden besprochen.
    - Inklusion / Barrierefreiheit
- Redakteursschulung Tourismusnetzwerk

Ausgesetzte Projekte:

- Panel-Befragung
  - Ausgesetzt aufgrund fehlender zeitlicher Ressourcen
- Think Tank Tourismus
  - Teilweise durch Innocoachausbildung bereits umgesetzt

Nächste Schritte (inkl. Zeitplan):

- Veröffentlichung des Werkstattberichts zum Jutoba im 4. Quartal 2022
- Durchführung Netzwerktreffen TI am 08.11.2022
- Durchführung Konferenz Urlaub auf dem Land am 10.11.2022
- Start ERFA Landurlaub im 2. Quartal 2022
- Etablierung eines Fachkräftebeirates in 2022
- Durchführung eines Erfahrungsaustauschs zwischen den Landestourismusportalen im Dezember 2022
- Aufruf zum Einspeisen in den Tourismuskalender ab Februar 2022 und dann quartalsweises Nachhaken.

---

### *Ergebnisdokumentation*

---

Es liegen für den größten Teil der abgeschlossenen und laufenden Projekte Dokumentationen vor. Diese sind können gerne bezogen werden.

---

### *Fundstelle im Masterplan*

---

S. 40 f.



---

### *Allgemeine Informationen*

---

<u>Name des Projektes:</u>	<b>Binnenmarketing-Kampagne zur Förderung von Stolz, Identifikation, Akzeptanz und Bewusstsein</b>
<u>Projektnummer:</u>	L6.1
<u>Stand:</u>	Oktober 2022
<u>Handlungsfeld:</u>	Tourismusbewusstsein
<u>Start der Umsetzung:</u>	kurzfristig (bis 3. Quartal 2021)

---

### *Federführung / Ansprechpartner / Beteiligte*

---

<u>Federführende Institution:</u>	Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH
<u>Ansprechpartner:</u>	Name: Barbara Weinert-Nachbagauer E-Mail: Barbara.weinert-nachbagauer@img-sachsen-anhalt.de Telefon: 0391 / 568 9981
<u>Beteiligte Institutionen:</u>	1. Tourismusverband Sachsen-Anhalt e.V. 2. Staatskanzlei und Ministerium für Kultur 3. Touristische Regionalverbände 4. Stadtmarketinggesellschaften Magdeburg, Halle, Dessau-Roßlau 5. Industrie- und Handelskammern 6. Fachverbände 7. Ministerium für Wirtschaft, Tourismus, Landwirtschaft und Forsten des Landes Sachsen-Anhalt (34)

---

## *Zielstellung und Inhalt des Projektes*

---

Im Nachgang zu den großen Jubiläumsjahren soll das bedeutsame gesellschaftliche und politische Bewusstsein ausgebaut werden und dafür sensibilisiert werden, dass der Tourismus in Sachsen-Anhalt ein wichtiger, dauerhafter Wirtschafts-, Lebensqualitäts- und Imagefaktor ist.

Als bedeutender Entwicklungsmotor für das Land und für die Vermittlung einer attraktiven Landes- und Standortmarke gilt es den Tourismus mit Blick auf Stolz und Identität seitens der Bevölkerung und Politik nachhaltig zu stärken. In Politik wie in der Bevölkerung (insb. in den weniger frequentierten Tourismusregionen) soll gezielt eine stärkere Gastgebermentalität und ein Bewusstsein für den Mehrwert und die Bedeutung des Tourismus gefördert werden.

Aus diesem Grund soll für das Binnenmarketing und die Ausprägung von Identifikation, Stolz und Akzeptanz für das eigene Reiseland eine fortlaufende Binnenkampagne mit der Kommunikation Sachsen-Anhalts als modernes Kulturreiseland mit einer nachhaltigen Entwicklungsperspektive für das ganze Land umgesetzt werden. Diese Kampagne setzt auf interaktive Elemente, sucht den Dialog mit der Bevölkerung und lädt diese dazu ein, als Gastgeber nationale und internationale Gäste in ihrem Bundesland mit einer regional ausgeprägten, ehrlichen Willkommenskultur zu begrüßen. Die Federführung für dieses Leitprojekt wird durch die IMG übernommen und in enger Abstimmung mit dem LTV, der Staatskanzlei, den regionalen Tourismusverbänden, den IHKn und den Fachverbänden umgesetzt.

---

## *Umsetzungsstand*

---

Projektbeginn: Konzeptionsphase ab Q3/2021

Projektende:

erste Kampagnenphase ab Q3/2022 inkl. Umsetzung von sichtbaren Maßnahmen. gem. Strategieplanung. Fortlaufende Kampagne mit jährlichem Budgetansatz bis Ende 2025. Die dafür benötigten Mittel werden als Projektmittel beim MWL beantragt.

Aktueller Sachstand:

1. Gesamtstatus des Projektes:

Im Zuge der Corona-Recovery-Phase wurde in Q4/2021 auch mit der strategischen Planung der Binnenmarketingkampagne begonnen. Dabei stehen vor allem die Einwohner Sachsen-Anhalts im Mittelpunkt, die ihr Bundesland nicht nur als interessantes und attraktives Reiseziel wahrnehmen sollen, sondern auch die Bedeutung des Tourismus als Wirtschaftsfaktor und insbesondere als

Imageträger. Im ersten Schritt steht die Erstellung eines Konzeptansatzes im Vordergrund, der Ziele, Zielgruppen und Kernbotschaften beschreibt. Hier fließen vor allem die Erkenntnisse aus der Tourismusakzeptanzstudie (TAS) ein, die eine wesentliche Grundlage darstellen und die inhaltlichen Schwerpunkte für die Kampagne liefern. Ein wesentlicher Bestandteil der Binnenmarketingkampagne wird sein, die Sachsen-Anhalter selbst als Botschafter ihres Landes zu gewinnen und so auch einen Teil zur wachsenden Landesidentität beizutragen. Dabei soll zunächst auf die im Rahmen der Kampagne „Echt schön Sachsen-Anhalt“ bereits aufgebauten Inhalten gesetzt werden. Diese sollen als Teil der Kernbotschaften die Bedeutung des Tourismus als Wirtschaftsfaktor in Sachsen-Anhalt abbilden. Darauf aufgesetzt erfolgt eine Maßnahmenplanung mit Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen, die in den nächsten Jahren umgesetzt werden.

## *2. Darstellung des Projektverlaufs:*

Die Umsetzung dieses Leitprojekts wird mit Projektmitteln des MWL realisiert. Der Projektantrag beinhaltet auch eine Personalstelle. Nach Aufsichtsratsbeschluss im März konnte der Projektantrag gestellt werden, die Mittel wurden bewilligt und die Personalstelle erfolgreich besetzt.

### Nächste Schritte (inkl. Zeitplan):

- Projektantrag bewilligt, Personalstelle ist seit 01.10.2022 besetzt  
Erster Konzeptansatz liegt vor und wurde auch schon im Rahmen des Jung-Touristiker-Barcamps einem Rütteltest unterzogen (JuToBa)
- Derzeit Einarbeitung in die Kampagne, weitere Entwicklung und Schärfung dieser, auch auf Basis der Einschätzung aus dem JuToBa
- der aktuelle Fokus liegt zudem stark auf dem Netzwerkaufbau, um die Akzeptanz der Kampagne bei den Partnern sicherzustellen
- Die Kampagne wird auch im Rahmen des Tourismustages eine Rolle spielen
- Im nächsten Schritt wird die Kampagne den Partnern vorgestellt und erster Content wird produziert

---

*Ergebnisdokumentation*

---

/

---

*Fundstelle im Masterplan*

---

---

### *Allgemeine Informationen*

---

<b><u>Name des Projektes:</u></b>	<b>Stärkung des Bewusstseins der Bedeutung des Wirtschaftsfaktor Tourismus in politischen Fraktionen und Gremien</b>
<b><u>Projektnummer:</u></b>	L6.2
<b><u>Stand:</u></b>	17.10.2022
<b><u>Handlungsfeld:</u></b>	Tourismusbewusstsein
<b><u>Start der Umsetzung:</u></b>	kurzfristig (bis 3. Quartal 2023)

---

### *Federführung / Ansprechpartner / Beteiligte*

---

<b><u>Federführende Institution:</u></b>	Tourismusverband Sachsen-Anhalt e.V.
<b><u>Ansprechpartner:</u></b>	Name: Martin Schulze E-Mail: martin.schulze@ltvlsa.de Telefon: 0391 / 738 4307
<b><u>Beteiligte Institutionen:</u></b>	1. Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH 2. Touristische Regionalverbände 3. Stadtmarketinggesellschaften Dessau-Roßlau, Halle, Magdeburg 4. Industrie- und Handelskammern 5. Fachverbände 6. Ministerium für Wirtschaft, Tourismus, Landwirtschaft und Forsten des Landes Sachsen-Anhalt (34)

---

### *Zielstellung und Inhalt des Projektes*

---

Aufgrund ihrer Eigenschaft als Querschnittsbranche mit positiven Auswirkungen auf viele weitere Wirtschaftszweige soll die zentrale Bedeutung der Tourismusbranche stärker herausgestellt werden. Schließlich profitiert kaum ein Wirtschaftszweig nicht vom Tourismus; so z.B. Gastgewerbe, Einzelhandel, Dienstleister, Zulieferer, regionale Produzenten und Handwerksbetriebe. Zudem bringt der Tourismus Steuereinnahmen und bietet als Jobmotor standortgebundene Arbeitsplätze und Einkommen für viele Menschen unterschiedlichster Berufsqualifikationen und Beschäftigungsverhältnisse.

Die Bedeutung des Tourismus für das gesamte Land Sachsen-Anhalt soll daher über kontinuierliche Erhebungen des Wirtschaftsfaktors sowie regelmäßige Berichterstattungen und die Lobbyarbeit des LTV stärker in das Bewusstsein gerückt werden. Neben der Bewusstseinsstärkung auf gesellschaftlicher Ebene ist insbesondere eine Sensibilisierung für den Wirtschaftsfaktor Tourismus auf politischer Ebene und von politischen Entscheidern notwendig, um die Bereitschaft, in den Wirtschaftszweig Tourismus zu investieren, in allen Regionen und Teilregionen zu erhöhen.

Die Aufgabe, ein stärkeres Bewusstsein für die Bedeutung des Wirtschaftsfaktors Tourismus in den politischen Fraktionen und Gremium zu erreichen, ist Aufgabe des LTV, die im Schulterschluss mit der gesamten Tourismuswirtschaft und weiteren Interessensvertretungen wie den IHKn und dem DEHOGA gezielt vorangebracht werden muss.

---

### *Umsetzungsstand*

---

Projektbeginn: 2020

Projektende: fortlaufend

Aktueller Sachstand:

*1. Gesamtstatus des Projektes:*

Unser Erfolg in diesem Leitprojekt beruht darauf, dass wir etablierte Wege die Politik zu erreichen fortsetzen und parallel dazu neue Kanäle und Techniken aufbauen. Auf dem Feld der Bewusstseins-schaffung haben wir zwei Adressaten. Einmal die Politik direkt und einmal die lokale Bevölkerung, welche wiederum Einfluss auf die Politik hat. Unsere Taktik hat sich im letzten Jahr gewandelt. Bisher standen touristische Kennzahlen im Zentrum unserer Argumentation zukünftig

konzentrieren wir uns stärker auf den touristischen Beitrag zur Lebensqualität vor Ort, ohne hierbei die Zahlen außer Acht zu lassen. Als besonderer Erfolg in 2021 erwiesen sich vor allem zwei Projekte. Zum einen der parlamentarische Abend, an dem ebenübergreifend nahezu alle mit dem Tourismus befassten Politiker teilgenommen haben. Durch die enge Einbindung von Regional- und Fachverbänden gelang ein intensiver Austausch zwischen Politik und Tourismus. Während des Abends sind viele Schlüsselgespräche initiiert wurden, was in einer durchweg positiven Bewertung des Abends von beiden Seiten resultierte. Schwerpunkt in 2022 bilden Initiativen die die Einwohner Sachsen-Anhalts zur Partizipation an der Tourismusedwicklung einladen. Im Bereich der Bewusstseinsbildung und der Arbeit mit der Politik sind viele Tätigkeiten Teil der täglichen Arbeit eines Verbandes, weswegen diese nicht separat erwähnt werden.

## *2. Darstellung des Projektverlaufs:*

Abgeschlossene Projekte 2021 (Siehe hierzu Vorgängerberichte):

- Tourismus in Ihrem Wahlkreis (Für die Land- und Bundestagswahl)
- Parlamentarischer Abend 2021

Neue Projekte in 2022 und Projektstatus:

- Tourismuskoffer Politik
  - Faktenset zur weichen und harten Bedeutung des Tourismus in ST und in der jeweiligen Region – Jeweils mit Einladung zum Austausch
  - Enge Beteiligung der Regionalverbände
  - Soll an Bürgermeister versandt werden
- Citybotschafter
  - 10h Ausbildung ähnlich einer Gästeführerausbildung vor Ort
  - Erweiterung der Kenntnisse der Teilnehmenden über die jeweilige Destination
  - Steigerung des Bewusstseins und der Leidenschaft für Tourismus
  - Werbung für professionelle Stadtführerausbildung
  - Status: In Konzeption. Unterstützung des Projektes durch EEB und KEB. Möglicher Modellstandort ist eine der 3 Städte.
- Tourismustag für Einheimische
  - Einheimische können touristische Leistungen der beteiligten Unternehmen kostenlos konsumieren und hier die Kulissen schauen
  - Durchführung in Aschersleben am 05.11.2022
  - Großteil der touristischen Unternehmen in Aschersleben nimmt an der Veranstaltung teil
  - Präsentation des Tourismusstandorts am Markt (durch die IMG)

- Podiumsdiskussion zum Tourismus im Bestehornhaus
- Breite Streuung von Infomaterialien zur Bedeutung des Tourismus
- Parlamentarischer Abend 2022
  - Allgemeine Bedeutung von parlamentarischen Abenden: Wir müssen verschiedene Wege gehen, um die Politik zu erreichen. Während eines parlamentarischen Abends sind Themen sowohl über die Reden als auch im bilateralen Gespräch transportierbar. Der direkte vertrauensvolle Kontakt zwischen Politik und touristischen Stakeholdern ist bei der Weiterentwicklung der Tourismuslandschaft unabdingbar.
  - Wurde am 20.09 in den Tessenowlofts in Verknüpfung mit der Elberadwegskonferenz durchgeführt
  - Abend war sehr erfolgreich (91 Teilnehmende, 3 aktive Minister\*innen und mehrere Minister A. D., 10 MdL, mehre OB und BM und Schlüsselpersonen aus Ministerien und Institutionen)
  - Format soll fortgesetzt werden, da von allen Partnern als sehr positiv bewertet

#### Aus 2021 fortgeführte Projekte:

- Streuung des Wirtschaftsfaktor Tourismus und Verwendung der Informationen des Wirtschaftsfaktors für Publikationen/Aktionen
- Engagementbotschafter
  - Evaluierung der Engagementbotschafterinitiative mit StS Dr. Putz am 12.09.2022
    - Ergebnis: Müssen noch stärker durch die Institutionen genutzt werden
    - Gemeinsam muss mehr (mediale) Aufmerksamkeit für die Botschafter und ihre Anliegen generiert werden
  - LTV wirkt bei der Auswahl der passenden Person mit
  - In 2023 wird hier ein neuer Botschafter gesucht
- Tourismus und Du (Publikation)
  - Flyer mit Altarfaltung ist Druckbereit
  - Digitale Aufladung mit AR-Inhalten ist in Überlegung
  - Möglichkeit für digitale Bürgerinnensprechstunde wurde geschaffen
  - Tourismusforum im Tourismusnetzwerk gelauncht
    - Bisher wenige Fragen. Diese konzentrierten sich auf die touristische Infrastruktur (Beschilderung und Wege)

#### Nächste Schritte (inkl. Zeitplan):

- Tourismuskoffer-Politik wird in 2022 umgesetzt
- Tourismustag für Einheimische wird am 05.11.22 durchgeführt
- Entwicklung weiterer Formate, um die Politik stärker für den Tourismus zu begeistern.

- Bspw. Tourismuspraktikum oder eine schwimmende parlamentarische Veranstaltung anlässlich der letzten Reise Kaiser Ottos

---

### *Ergebnisdokumentation*

---

Der Wirtschaftsfaktor kann mit seinen Regionalauswertungen dem Tourismusnetzwerk entnommen werden und liegt zusätzlich gedruckt vor. Die Regionalverbände und die Städte setzten den Wirtschaftsfaktor aktiv in der Kommunikation vor allem mit politischen Leistungsträgern ein.

---

### *Fundstelle im Masterplan*

---

S. 42



---

### *Allgemeine Informationen*

---

<b><u>Name des Projektes:</u></b>	<b>Kampagne zur Verbesserung des Images in Hotellerie und Gastronomie für Fachkräfte</b>
<u>Projektnummer:</u>	L6.3
<u>Stand:</u>	Oktober 2022
<u>Handlungsfeld:</u>	Tourismusbewusstsein
<u>Start der Umsetzung:</u>	kurzfristig (bis 3. Quartal 2021)

---

### *Federführung / Ansprechpartner / Beteiligte*

---

<b><u>Federführende Institution:</u></b>	DEHOGA Sachsen-Anhalt e.V.
<b><u>Ansprechpartner:</u></b>	Name: Manuela Hertel E-Mail: m.hertel@dehoga-sachsen-anhalt.de Telefon: 0391 / 56 171 93
<b><u>Beteiligte Institutionen:</u></b>	1. Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH 2. Tourismusverband Sachsen-Anhalt e.V. 3. Touristische Regionalverbände 4. Stadtmarketinggesellschaften Dessau-Roßlau, Halle, Magdeburg 5. Industrie- und Handelskammern 6. Fachverbände 7. Ministerium für Wirtschaft, Tourismus, Landwirtschaft und Forsten des Landes Sachsen-Anhalt (34)

---

### *Zielstellung und Inhalt des Projektes*

---

Wie auch in anderen Bundesländern besteht in Sachsen-Anhalt die Problematik des Arbeits- und Fachkräftemangels sowie einer schwierigen Nachwuchsgewinnung. Neben dem ohnehin häufig schlechten Image bzgl. unattraktiver Arbeitsbedingungen der Branche, niedriger Gehaltsstrukturen und unflexiblen sowie langen Arbeitszeiten hat die Corona-Pandemie das Vertrauen in den Tourismus zusätzlich erschüttert. Für die Zukunftsperspektive des Tourismus und die Zurückgewinnung von Vertrauen und Mut für Betriebsinhaber, Geschäftsführer oder Arbeitnehmer sind daher die an Unterstützungsleistungen gekoppelte Imagekampagnen für Zukunftsperspektive Tourismus vorgesehen. Neben der Verbesserung des Images der Branche ist zudem die reale Umsetzung verbesserter Arbeits- und Ausbildungsbedingungen, z.B. durch die Etablierung von New-Work-Ansätzen oder die Schaffung geeigneter Ausbildungsstrukturen, in einer ganzheitlichen Herangehensweise zur Bekämpfung der Arbeits- und Fachkräfteproblematik in der Tourismus- und HoGa-Branche von Belang.

Der Fokus soll auf der Perspektive von professionell geführten Betrieben sowie gut ausgebildeten und motivierten Mitarbeitenden im Gastgewerbe und Tourismus liegen und damit die Perspektive und den Spaß in einem bedeutenden und emotionalen Arbeitsfeld aufzeigen. Die Berücksichtigung und Hervorhebung von wichtigen Belangen (attraktiveres Gehalt, Arbeitszeitouveränität, Aus- und Weiterbildung, Wertschätzung) der Mitarbeitenden ist dabei ein zentrales Anliegen, welches es auch mit Blick auf den Qualitätsausbau zu zeigen gilt.

Die Federführung soll in diesem Projekt beim DEHOGA verankert werden und sieht mit Unterstützung durch den LTV, die Fachverbände und den IHKn kontinuierliche Imagekampagnen zur Nachwuchsgewinnung in den Betrieben, zur Investition in die Mitarbeiterzufriedenheit sowie die Investition in touristische Bestandsbetriebe und Neugründungen vor.

---

### *Umsetzungsstand*

---

Projektbeginn: /

Projektende: Q1/2023

Aktueller Sachstand:

Das Projekt verzögert sich. In Bezug auf dieses Projekt wird das Projekt L6.4. vorrangestellt. Das Projekt L6.4. wird die Daten und Maßnahmen liefern, um dem Projekt L6.3. eine Basis zu bieten.

Zeitlich wird sich daher das Projekt an dem Projekt L6.4 orientieren. Geplant ist ein Antrag noch im 1. Quartal 2023. Die Verzögerung begründet sich durch die anhaltende Pandemie und die derzeitige wirtschaftliche Lage.

Nächste Schritte (inkl. Zeitplan):

- Durchführen bzw. starten des Leitprojekts L6.4.

---

*Ergebnisdokumentation*

---

/

---

*Fundstelle im Masterplan*

---

S. 42 f.

---

### *Allgemeine Informationen*

---

<b><u>Name des Projektes:</u></b>	<b>Arbeits- und Fachkräftestrategie für den Sachsen-Anhalt-Tourismus</b>
<u>Projektnummer:</u>	L6.4
<u>Stand:</u>	Oktober 2022
<u>Handlungsfeld:</u>	Tourismusbewusstsein
<u>Start der Umsetzung:</u>	kurzfristig (bis 3. Quartal 2021)

---

### *Federführung / Ansprechpartner / Beteiligte*

---

<u>Federführende Institution:</u>	DEHOGA Sachsen-Anhalt e.V.
<u>Ansprechpartner:</u>	Name: Manuela Hertel E-Mail: m.hertel@dehoga-sachsen-anhalt.de Telefon: 0391 / 56 171 93
<u>Beteiligte Institutionen:</u>	1. Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH 2. Ministerium für Arbeit, Soziales, Gesundheit und Gleichstellung des Landes Sachsen-Anhalt 3. Touristische Regionalverbände 4. Stadtmarketinggesellschaften Dessau-Roßlau, Halle, Magdeburg 5. Industrie- und Handelskammern 6. Fachverbände 7. Ministerium für Wirtschaft, Tourismus, Landwirtschaft und Forsten des Landes Sachsen-Anhalt (34)

---

### *Zielstellung und Inhalt des Projektes*

---

Neben der Verbesserung des Images der Branche ist zudem die reale Umsetzung verbesserter Arbeits- und Ausbildungsbedingungen ein zentraler Hebel zum Umgang mit dem Arbeits- und Fachkräftemangel im Tourismus. Wichtige Synergien ergeben sich mit dem Leitprojekt „Programm zur Steigerung der Service-Qualität und Einführung von New-Work-Methoden“. Mittels der Arbeits- und Fachkräftestrategie sollen zum einen Maßnahmen identifiziert und umgesetzt werden, die die Ausbildungsbedingungen im Tourismus in Sachsen-Anhalt verbessern, zum anderen soll erarbeitet werden, wie Studierende der Hochschule Harz als Fachkräfte für das Land Sachsen-Anhalt gewonnen und gebunden werden können. Ein weiterer Baustein der Arbeits- und Fachkräftestrategie ist die Identifikation und Ableitung von Maßnahmen für eine Arbeit im Tourismus mit dem Fachkräftemangel.

Die Erstellung der Fachkräftestrategie wird in der Federführung beim DEHOGA verankert und durch das Ministerium für Arbeit, Soziales und Integration des Landes Sachsen-Anhalt, die IMG, IHKn und die Fachverbände begleitet. Die Strategie wird sich am Arbeitsmarktpolitischen Gesamtkonzept des Landes Sachsen-Anhalt sowie den bestehenden Vereinbarungen und Strategien der Arbeitsmarkt- und Fachkräftesicherungspolitik des Landes Sachsen-Anhalt orientieren.

---

### *Umsetzungsstand*

---

Projektbeginn: Q3/2021

Projektende: Q1/2023

Aktueller Sachstand:

Seit dem letzten Bericht standen mehrere Gespräche mit Institutionen an. Die daraus resultierenden Ideen wurden in einer Präsidiumssitzung am 19. September 2022 besprochen. Das Präsidium hat sich dazu entschlossen eine Firma für die Erstellung einer Strategie zu beauftragen. Die vorrangegangene Verzögerung ist begründet aus der derzeitigen wirtschaftlichen Situation.

Derzeit und noch bis zur KW 46 wird ein Katalog erstellt, der dazu dienen wird, Angebote von 3 Firmen einzuholen.

Das Projekt soll ebenfalls dazu dienen Maßnahmen abzuleiten um mit dem Projekt L6.3 das Image zu verbessern.

Nächste Schritte (inkl. Zeitplan):

Derzeit werden geeignete Firmen herausgesucht, um eine fundierte und nachhaltige Strategie zu erarbeiten. Bis spätestens Mai werden Eckpunkte ggf. mit Partnern definiert.

- bis KW 46 Erstellung eines Lastenheftes
- anschließend Beantragung der Fördermittel
- mit Genehmigung bzw. Maßnahmenbeginn
  - Einholung Angebote mit anschließender Auftragserteilung

---

*Ergebnisdokumentation*

---

/

---

*Fundstelle im Masterplan*

---

S. 43

---

### *Allgemeine Informationen*

---

<b><u>Name des Projektes:</u></b>	<b>Einrichtung Umsetzungsmanagement</b>
<u>Projektnummer:</u>	S1
<u>Stand:</u>	Oktober 2022
<u>Handlungsfeld:</u>	Sonderprojekte Umsetzungsmanagement
<u>Start der Umsetzung:</u>	kurzfristig (bis 3. Quartal 2021)

---

### *Federführung / Ansprechpartner / Beteiligte*

---

<u>Federführende Institution:</u>	Ministerium für Wirtschaft, Tourismus, Landwirtschaft und Forsten des Landes Sachsen-Anhalt
<u>Ansprechpartner:</u>	Name: Elmar Heisterkamp E-Mail: Elmar.heisterkamp@mw.sachsen-anhalt.de Telefon: 0391 / 567 4246
<u>Beteiligte Institutionen:</u>	/

---

### *Zielstellung und Inhalt des Projektes*

---

Für die erfolgreiche Umsetzung und Zielerreichung des Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt ist ein Umsetzungsmanagement einzurichten, welches mit eigenen Personalkapazitäten und Budget ausgestattet wird. Um sicherzustellen, dass die wesentlichen Inhalte dem Netzwerk bekannt sind und diese berücksichtigt werden, gesetzte Aufgaben in die Umsetzung kommen und die angedachte Wirkung erzielt wird, ist das Umsetzungsmanagement beim Tourismusreferat im Ministerium für Wirtschaft, Tourismus, Landwirtschaft und Forsten des Landes Sachsen-Anhalt (Strategieaufstellung & Controlling) anzusiedeln.

---

### *Umsetzungsstand*

---

Projektbeginn: Q4/2020

Projektende: 2027

Aktueller Sachstand:

Die Anmeldung der erforderlichen Mittel in 2022 zur Umsetzung der Leitprojekte des Masterplan 2027 ist erfolgt.

Im 1. Quartal 2022 erfolgte zudem die Zusammenfassung aller Finanzbedarfe des MWL sowie der einzelnen Tourismusakteure zur Umsetzung des Masterplan Tourismus 2027 in 2023 und die Anmeldung im Haushaltsaufstellungsverfahren 2023 sowie für die MIPLA 2026.

Nächste Schritte (inkl. Zeitplan):

- 2022 Schaffung der erforderlichen Personalkapazitäten und finanziellen Mittel im Referat Tourismus des MWL

---

*Ergebnisdokumentation*

---

Das Referat Tourismus wurde um eine Stelle verstärkt.

---

*Fundstelle im Masterplan*

---

S. 45 f.



---

### *Allgemeine Informationen*

---

<b><u>Name des Projektes:</u></b>	<b>Erhebung Messindikatoren</b>
<u>Projektnummer:</u>	S2
<u>Stand:</u>	Oktober 2022
<u>Handlungsfeld:</u>	Sonderprojekte Umsetzungsmanagement
<u>Start der Umsetzung:</u>	kurzfristig (bis 3. Quartal 2021)

---

### *Federführung / Ansprechpartner / Beteiligte*

---

<u>Federführende Institution:</u>	Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH
<u>Ansprechpartner:</u>	Name: Annika Jeschek E-Mail: annika.jeschek@img-sachsen-anhalt.de Telefon: 0391 / 568 99 82
<u>Beteiligte Institutionen:</u>	1. Industrie- und Handelskammern 2. Tourismusverband Sachsen-Anhalt e.V. 3. Ministerium für Wirtschaft, Tourismus, Landwirtschaft und Forsten (34)

---

### *Zielstellung und Inhalt des Projektes*

---

Aus der Vision und der Leitlinie für den Sachsen-Anhalt-Tourismus 2027 ergeben sich fünf strategische Leitziele bzw. Zieldimensionen, die in den kommenden Jahren verfolgt und gemonitort werden.

**Profilierung: „Wir entwickeln Sachsen-Anhalt zum innovativen Kulturreiseland und verleihen den Regionen als starken Tourismusdestinationen und dem Land nach außen ein modernes Gesicht und den Gestaltern und Machern des Tourismus nach innen eine klare Perspektive.“**

- Monitoring der Zustimmung der Gäste zur Themenkompetenz Sachsen-Anhalts als Kulturreiseland mit einem Zielwert von größer als 80% im Jahr 2027.

- Binnenwahrnehmung als modernes Kulturreiseland

**Wertschöpfung: „Wir fördern einen wertschöpfungsstarken Tourismus, der quantitatives Wachstum auf der Grundlage neuer Angebote und Angebotskompositionen sowie einer hohen Service- und Erlebnisqualität (Wertigkeit) forciert. Synergien zum „genussvollen Erlebnis von Kultur und Natur“ und zur Wertschöpfung in der Region werden kontinuierlich weiterentwickelt.“**

- 11 Mio. Übernachtungen im Jahr 2027 (Steigerung um ca. 28% zum Jahr 2019)
- Steigerung der Bettenauslastung (Steigerung um 7 Prozentpunkte zum Jahr 2019)
- Steigerung der Bruttowertschöpfung
- Kontinuierliche Steigerung der Besucherzahlen in den Freizeit-/ Kultureinrichtungen

**Ökologie: „Wir fördern einen ökologisch nachhaltigen Tourismus, der umwelt- und ressourcenschonende Angebote gezielt fördert und beim Kunden einen schonenden Umgang mit Ressourcen sowie der natürlichen Umgebung verankert.“**

- Nachhaltige Destinationen: Zertifizierungsprozesse und nachgewiesene Zertifizierungen nachhaltiger Destinationen in allen 5 Tourismusregionen bis zum Jahr 2025
- Anteil der Nutzung klimaschonender Mobilitätsformen bei der Anreise / im Vor-Ort-Erlebnis

**Soziales: „Wir schaffen Zufriedenheit und Akzeptanz bei Bewohnern, Gästen und Gastgebern! Wir sichern attraktive Arbeitsplätze und fördern gute Arbeitsbedingungen.“**

- Weiterentwicklung und Sicherung von Tourismusbewusstsein und Tourismusakzeptanz in der Bevölkerung
- Steigerung der Zufriedenheit der Gäste
- Steigerung der Zufriedenheit der Betreiber / Arbeitnehmer im Tourismus

**Effektivität: „Über zukunftsgerichtete Organisations- und Zusammenarbeitsstrukturen und unsere digitale Kompetenz arbeiten wir mit höchster Effektivität und Effizienz.“**

- Fortlaufendes Monitoring der Effektivität touristischer Online-Marketing-Kampagnen auf Landesebene

- Summe der finanz. Beteiligungen an Tourismusmarketing-Kampagnen auf Landesebene
- Zufriedenheit und Wirkungseffekte in der Zusammenarbeit im touristischen System

Zur effektiven Wirkungsmessung wird das Umsetzungsmanagement des Ministeriums durch die Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt IMG mittels der Erhebung wesentlicher Erfolgskennziffern (Monitoring) unterstützt.

---

### *Umsetzungsstand*

---

Projektbeginn: Q3/2021

Projektende: 2027

#### Aktueller Sachstand:

##### *1. Gesamtstatus des Projektes:*

Der Projektfortschritt ist gemäß Zeitplan.

##### *2. Darstellung des Projektverlaufs:*

- Die Umsetzung dieses Sonderprojektes geht einher mit der Umsetzung des Leitprojektes L1.4 und ist nicht losgelöst von diesem zu betrachten. Die Erhebung der Messindikatoren erfolgt gemäß erstelltem Ziel- und Kennzahlensystem und erfüllt damit die notwendigen Bedarfe aus der Marktforschung zur Erhebung der benannten Messgrößen.
- Bei ausgewählten Messgrößen sind die IHKs und der LTV verantwortlich.
- aktuelle Beispiele:
  - Die Ergebnisse zur Messung der Themenkompetenz liegen ganz aktuell vor und werden nun ausgewertet und interpretiert.
  - Der Qualitätsmonitor Sachsen-Anhalt ist im Feld, die Erhebung läuft bis Mai 2023
  - Die Beteiligung am GfK DestinationMonitor ist erfolgt, die Erhebung läuft, die Ergebnisse für 2021 liegen aktuell vor und werden in Kalenderwoche 41 erstmals präsentiert.
  - Die Beteiligung an der FUR Reiseanalyse ist erfolgt, die Erhebung läuft aktuell, erste Ergebnisse werden in Kalenderwoche 41 präsentiert im Rahmen eines Workshops

Nächste Schritte (inkl. Zeitplan):

Weitere Erhebung der Primär- und Sekundärdaten gemäß Ziel- und Kennzahlensystem.

---

*Ergebnisdokumentation*

---

/

---

*Fundstelle im Masterplan*

---

S. 15 ff. und S. 45

---

### *Allgemeine Informationen*

---

<b><u>Name des Projektes:</u></b>	<b>Etablierung Austauschformate</b>
<u>Projektnummer:</u>	S3
<u>Stand:</u>	Oktober 2022
<u>Handlungsfeld:</u>	Sonderprojekte Umsetzungsmanagement
<u>Start der Umsetzung:</u>	kurzfristig (bis 3. Quartal 2021)

---

### *Federführung / Ansprechpartner / Beteiligte*

---

<u>Federführende Institution:</u>	Ministerium für Wirtschaft, Tourismus, Landwirtschaft und Forsten des Landes Sachsen-Anhalt (34)
<u>Ansprechpartner:</u>	Name: Elmar Heisterkamp E-Mail: Elmar.heisterkamp@mw.sachsen-anhalt.de Telefon: 0391 / 567 4246
<u>Beteiligte Institutionen:</u>	Alle Tourismusakteure

---

### *Zielstellung und Inhalt des Projektes*

---

Die stringente Umsetzung der Maßnahmen und die Erreichung der Leitziele des Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027 kann nur im gemeinsamen Schulterschluss aller tourismusrelevanten Akteure erfolgen – von Politik, kommunalen Verwaltungseinheiten, touristischen Organisationen, zentralen Entwicklungspartnern und Interessenvertretern bis hin zu den einzelnen Leistungsträgern der Tourismuswirtschaft.

Über den breit angelegten Einbindungsprozess im Rahmen der Erstellung des Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027 konnte die Grundlage hierfür geschaffen werden. Diesen Dialogprozess gilt es mit Blick auf eine zukünftig stärkere Einbindung der Tourismuswirtschaft in regelmäßigen Abständen weiter fortzuführen. Die gleichzeitig breite sowie zielgruppengerechte Kommunikation und Vermittlung der Inhalte des Masterplan Tourismus stellen die zentralen Voraussetzungen für einen nachhaltigen Umsetzungserfolg dar.

Insgesamt sind für die Einbindung der Politik und Tourismuswirtschaft einmal pro Jahr Austauschformate in der Form eines inhaltlich erweiterten Tourismustages - z.B. in Anknüpfung an die Ausrichtung des Qualitätswettbewerbs „Gästeliebling Sachsen-Anhalt“ - zu forcieren. Im Rahmen der großen Austauschformate sollen neben der Darstellung aktueller Trends, Benchmarks und Zukunftsperspektiven auch stets die Zwischenergebnisse der Zielerreichung der Leitziele des Masterplan Tourismus reflektiert werden.

Im Rahmen der benannten Erfahrungsaustausche sind in den Begleitgremien (Fachbeirat und Lenkungsgruppe) zweimal pro Jahr (z.B. Jahresauftakt & Jahresrückblick im März sowie Kopplung mit dem Tourismustag) über den Umsetzungsstand der Maßnahmen zu berichten und entsprechende Herausforderungen zu diskutieren.

Darüber hinaus sind im Kontext der strategischen Strukturentwicklung sowie im Rahmen der strategischen Marketingplanung und mittels der Etablierung von kontinuierlichen Marketingpools weitere Strategiemeetings und Erfahrungsaustausche im Kontext der Leitprojekte zu etablieren.

---

### *Umsetzungsstand*

---

Projektbeginn: Q4/2020

Projektende: 2027

Aktueller Sachstand:

*1. Gesamtstatus des Projektes:*

Die Projektumsetzung verläuft gemäß Zeitplan.

*2. Darstellung des Projektverlaufs:*

Der Entwurf für die Maßnahmenblätter zum halbjährlichen Bericht über den Umsetzungsstand des Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027 wurden gefertigt und alle federführend zuständigen Institutionen haben diese befüllt. Der dritte Bericht über den Umsetzungsstand des Masterplan Tourismus 2027 (Stand: 21.04.2022) liegt vor und ist im Tourismusnetzwerk veröffentlicht.

Im Rahmen der Fachbeiratssitzungen werden die Umsetzungsstände einzelner ausgewählter Leitprojekte durch die Vertreter der federführend zuständigen Institutionen vorgestellt und anschließend mit den Mitgliedern diskutiert. Eine aktuelle Berichterstattung erfolgt auf dem Tourismustag am 24.11.2022.

Nächste Schritte (inkl. Zeitplan):

- Fortlaufend: Immer im 1. und 2. HJ Tagung Fachbeirat und Lenkungskreis zur Vermittlung des Umsetzungsfortschritts des Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027 und immer im 2. HJ Jahresrückblick auf den aktuellen Fortschritt bei der Umsetzung des Masterplan Tourismus im Rahmen des Tourismustages; 1-mal jährlich Tagung der IMAK Tourismus unter Einbindung der Leitstelle für Frauen- und Gleichstellungspolitik
- Fortlaufend: Fertigung der Berichte über den Umsetzungsstand unter Beteiligung aller federführenden Akteure
- Fortlaufend: Controlling und Teilnahme an den Strategiemeetings und Erfahrungsaustauschen der anderen Leitprojekte

---

*Ergebnisdokumentation*

---

/

---

*Fundstelle im Masterplan*

---

S. 44 f.