

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 Sachsen-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
Profilierung: Kompetenzwahrnehmung als modernes Kulturreiseland	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
Ökonomie: Steigerung der Wertschöpfung	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	5.815.720/ 2.125.347 (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
Ökonomie: Steigerung der Wertschöpfung	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)

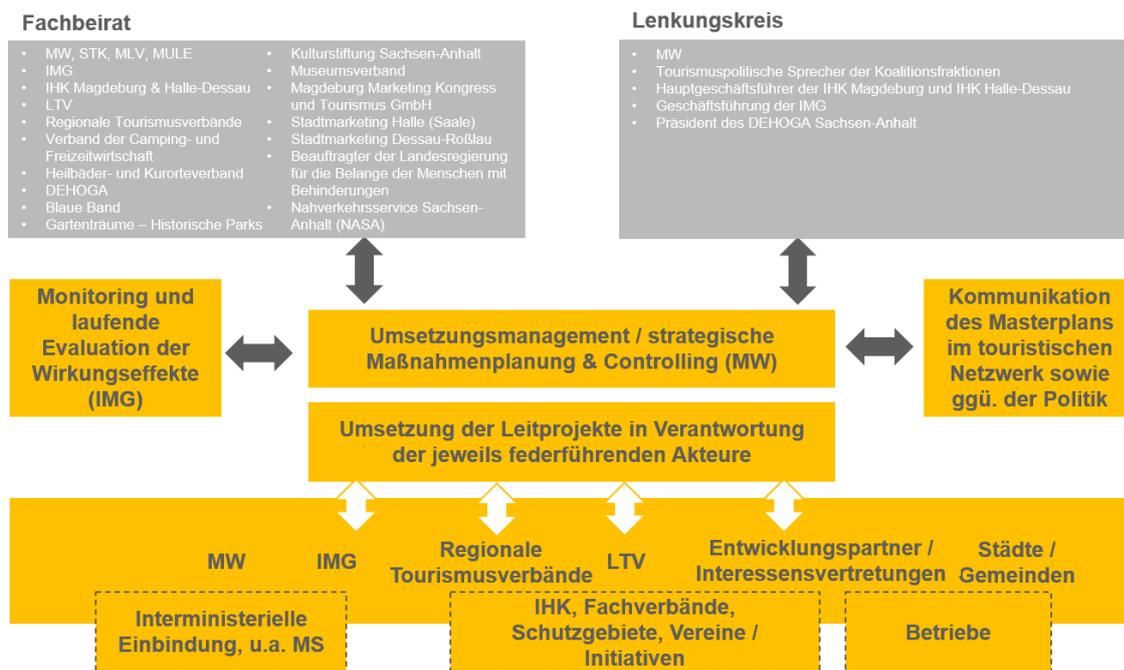
Zielstellung	Zielebene	Messsystem / Indikator	Erhebung durch	Basiswert (Jahr)	Zielwert 2027	Aktueller Wert (Jahr)	Nächste Erhebung im Jahr	Bemerkungen
Ökologie: Klimaverträgliche Entwicklung des Tourismus	Nachhaltige Destinationen: Zertifizierungsprozesse und nachgewiesene Zertifizierungen nachhaltiger 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
Soziales: Erhöhung von Tourismusbewusstsein, Gäste- und Mitarbeiterzufriedenheit	Bevölkerung	Sachsen-Anhalt Monitor / 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	Fluktuation in Betrieben (z.B. über IHK-Saisonumfrage oder Leistungsanbieterbefragung) 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 Ausbildungsverhältnisse / neu abgeschlossene Ausbildungsverträge 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
Effektivität: Steigerung der Effektivität des Tourismus-marketings / Verbesserung der Zusammenarbeit im tourist. Netzwerk	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 Gästeerlebnis)	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

Die Mehrheit der geplanten Maßnahmen und Aktivitäten konnten ohne umfassende Einschränkungen planmäßig umgesetzt werden. Die Partner berichten jedoch, dass sich die Suche nach geeignetem Personal sowie externen Beratern für komplexe Aufgabenstellungen zunehmend schwieriger gestaltet.

In allen Handlungsfeldern konnten wichtige Fortschritte erzielt und gesetzte Meilensteine erreicht werden. Im Handlungsfeld „Positionierung und Marktbearbeitung“ wurde das Digital Asset Management-System (DAM) zum Aufbau einer Content-Datenbank implementiert und mit digitalem Bildmaterial mit Herbst- und Wintermotiven sowie dem MICE-Segment aus allen Regionen befüllt. Dieses kann zukünftig durch Tourismuspartner für digitale Marketingzwecke genutzt werden (L 1.2, 3.2). Innerhalb des Leitprojektes L1.1 ist aufbauend auf den Erkenntnissen der Marktforschung (u.a. Destination Brand Studienreihe, Reiseanalyse) eine umfassende Zielgruppenanalyse erfolgt. Auf Grundlage bestehender Datengrundlagen konnte das Vorhaben der BeST- und Sinus-Zielgruppenkombination und dessen Verschneidung abgeschlossen und die potenzialträchtigsten Zielgruppen ausgewählt werden. Zur Veranschaulichung und zur Unterstützung der Destinationen bei der Entwicklung von zielgerichteten Leitprodukten sollen im nächsten Schritt Zielgruppensteckbriefe,

Kurzbeschreibungen der BeST-Urlaubstypen sowie ein Leitfaden einschließlich Qualitätskriterien für eine erfolgreiche Produktentwicklung erstellt und innerhalb eines Workshopprozesses vorgestellt werden. Im Bereich 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. Darüber hinaus wurde im November 2022 das Beteiligungshandbuch mit Beteiligungsangeboten für Marketing- und Vertriebsmaßnahmen im Tourismusmarketing fertiggestellt (L 1.3).

Im Handlungsfeld zum Ausbau der touristischen Infrastruktur wurde im Leitprojekt L 2.3 ein weiterer wichtiger Meilenstein im Hinblick auf den Ausbau klimafreundlicher Mobilität erzielt. Im Januar 2023 wurde das Fachzentrum für moderne Mobilität durch die NASA GmbH ins Leben gerufen, welches zukünftig die im Leitprojekt vorgesehenen Maßnahmen zur Entwicklung eines tragfähigen und wirkungsvollen Ansatzes zur Förderung einer besseren Verknüpfung des vorhandenen ÖPNV-Angebots mit der touristischen Infrastruktur vorantreiben und begleiten wird. Des Weiteren wurde für die Planung und Umsetzung gezielter Impulsinvestitionen zur Steigerung der Erlebnis- und Infrastrukturqualität in den Regionen mit der Erarbeitung einer Investitionsstrategie begonnen (L 2.1). Dazu fanden im März/April 2023 Regionalkonferenzen in allen fünf Tourismusregionen statt, um sich über regionale Besonderheiten, Herausforderungen und Bedarfe im investiven Bereich auszutauschen. Die gewonnenen Ergebnisse in Bezug auf Ansiedlungsbedarfe in den genannten Tourismusregionen fließen auch in die Ausarbeitung der im Leitprojekt L 2.2 geplanten Ansiedlungsstrategie mit ein, um ein auf die regionalen Ansiedlungsbedarfe angepasstes strategisches Ansiedlungsmanagement zu entwickeln.

Weitere Fortschritte wurden zudem im Bereich der Digitalisierung erreicht. 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 diesem Zusammenhang sind schrittweise Erweiterungen der Plattform um weitere Datenquellen und Schnittstellen, u.a. der Export zum *Knowledge Graphen* der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT), geplant, der in 2023 umgesetzt werden soll (L 3.1). In Bezug auf das Leitprojekt L 3.3 wurde in diesem Berichtszeitraum der Schwerpunkt auf die Fortführung der Wissensvermittlung im Bereich Gästebewertungen, digitale Services sowie Steigerung der Onlinebuchbarkeit von Unternehmen gelegt. Dabei wird das Vermittlungsangebot stetig sowohl

analog in Form von Netzwerkveranstaltungen und Workshops, als auch digital in Form von Lektionen auf der E-Learningplattform erweitert.

Im Handlungsfeld „Qualität und Innovationsmanagement“ wurde im Rahmen der Qualitätsinitiative und des Innovationsmanagements (L 4.1), neben der Durchführung von Wettbewerben (z.B. Moderner Ideenwettbewerb) und Workshops zum Anstoß von Innovationen und Qualitätsverbesserung touristischer Angebote, der Fokus insbesondere auf die Innovationscoach-Ausbildung als Inkubatoren für regionale Projekte gelegt. Innovationscoaches nehmen bei der Entwicklung von innovativen Produkten und damit in der touristischen Entwicklung eine Schlüsselrolle ein. Darüber hinaus wurde die in 2022 eröffnete Innovationsplattform weiterentwickelt und um ein weiteres Tool, dem Innovations-Blog, erweitert. Hier können sich Nutzende über das Thema „Innovation im Tourismus“ informieren und fachlich weiterbilden. Um das Thema Nachhaltigkeit und den damit verbundenen Trends und Best Practices aus Sachsen-Anhalt sichtbarer zu machen, wurde das Tourismusnetzwerk um diese Rubrik (inklusive Leitfäden, Checklisten) erweitert (L 4.2). Ein wichtiger Schwerpunkt dieses Leitprojekts ist es außerdem, die Nachhaltigkeitszertifizierungen von weiteren Destinationen voranzutreiben, die aktuell ins Stocken geraten sind. Um den Faden wiederaufzunehmen, soll in 2023 eine Nachhaltigkeitsstrategie erarbeitet werden, die als konzeptionelle Grundlage dienen und den weiteren Prozess strukturieren soll.

Aktueller Schwerpunkt im Handlungsfeld „Aufgabenteilung und Organisation“ ist die Initiierung des geplanten Strukturentwicklungsprozesses zur Definition und Festlegung verbindlicher Aufgaben, Rollen und Weiterentwicklung von Strukturen im gesamten Tourismussystem (L 5.1) sowie der Aufbau des Kompetenzzentrums Tourismus (L 5.3). Im derzeitigen Erarbeitungsprozess des Konzeptgutachtens zur Strukturentwicklung im Tourismus wurden bisher unter Einbindung der Tourismuspartner aller Ebenen die Kernthemen und Herausforderungen für das Tourismusmanagement, Aufgaben und Aufgabenzuordnung sowie der Aufbau von Kompetenzen im touristischen System vertiefend untersucht und Optimierungspotenziale herausgearbeitet. 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 2022, Netzwerktreffen Tourismusorganisationen etc.) werden.

Im Handlungsfeld Tourismusbewusstsein wurde zur Imageverbesserung des Tourismus 2022 mit der Umsetzung der Binnenmarketingkampagne (L 6.1) begonnen und im Rahmen der Veranstaltung „Frühlingserwachen im Wörlitzer Park“ am 18.03.2023 offiziell gelauncht. Neben der Entwicklung der Website und Onlinemarketingmaßnahmen zur Kampagne, lag das Hauptaugenmerk zunächst auf

dem Aufbau des Netzwerks, um Zusammenarbeit und die Beteiligung der Tourismuspartner an diesem Projekt sicherzustellen. Neben Maßnahmen zur Imageverbesserung und Stärkung des Tourismusbewusstseins sind in diesem Handlungsfeld insbesondere 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 (L 6.4), welcher Schwerpunkt im Jahr 2023 sein soll.

Für die Umsetzung diverser 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 Gästeerlebnis)	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 profilschöpfende 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: ● = Prozess noch nicht gestartet ● = Prozessfortschritt verzögert ● = Prozessfortschritt gemäß Zeitplan

Anhang: Projektblätter

Allgemeine Informationen

<u>Name des Projektes:</u>	Weiterentwicklung der Markenfamilie für das Reiseland Sachsen-Anhalt
<u>Projektnummer:</u>	L1.1
<u>Stand:</u>	März 2023
<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
<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

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:

- Destination Brand Themenstudie für 9 Destinationen (Regionen, Städte und ST): Die Ergebnisse liegen auf Destinations- und Landesebene vor
- Zielgruppenkombinatorik BeST/Sinus: Der Abgleich der Zielgruppen nach BeST und SINUS ist abgeschlossen, die Ergebnisse liegen vor
- Priorisierung Themen-ZG-Konstellationen: Die Themen-Zielgruppen-Verschneidungen sind erfolgt. Die BeST-Zielgruppenauswahl ist auf regionaler Ebene und auf Landesebene abgeschlossen.

Nächste Schritte (inkl. Zeitplan):

- Erstellung der Zielgruppenbeschreibungen/-steckbriefe der BeST-Urlaubertypen für Sachsen-Anhalt sowie Qualitätskriterien zur Entwicklung von Best-of-Produkten, Projektantrag ist gestellt, Projekt wird ab April umgesetzt
- Workshop-Prozess: Entwicklung der Leitprodukte Pro Destination und für ST gesamt: erfolgt nach Entwicklung der Produktkriterien
- 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

Ergebnisdokumentation

/

Fundstelle im Masterplan

S. 26 f.

Allgemeine Informationen

<u>Name des Projektes:</u>	Auf-/Ausbau der Content-Strategie und Ausbau der strategischen Marketingplanung
<u>Projektnummer:</u>	L1.2
<u>Stand:</u>	März 2023
<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 und 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 2021/2022/2023:

- 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.
- Bis Ende 2022 wurde die DAM dank einer Fotografen-Beauftragung mit aktuellen Motiven aus den Regionen befüllt. Die neu produzierten Bilder decken vor allem die Herbst- und Wintersaison ab.
- 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 am 08.02.2022 und am 02.03.2022 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 (voraussichtlich bis Ende 2023)
- fortwährender Abgleich/Weiterentwicklung

Nächste Schritte (inkl. Zeitplan):

- Das DAM-System wird sukzessive und fortwährend gefüllt, auch mit den Inhalten der Partner (dauerhafter Prozess)
- Bis Ende Sommer 2023 sollen die Motive mit Fokus auf 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

<u>Name des Projektes:</u>	Auf-/Ausbau von Vermarktungsnetzwerken und -Pools
<u>Projektnummer:</u>	L1.3
<u>Stand:</u>	März 2023
<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 und Name: Angelika Beulecke E-Mail: angelika.beulecke@img-sachsen-anhalt.de Telefon: 0391/568 99 88
<u>Beteiligte Institutionen:</u>	1. Touristische Regionalverbände 2. Stadtmarketinggesellschaften Magdeburg, Halle (Saale), 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:

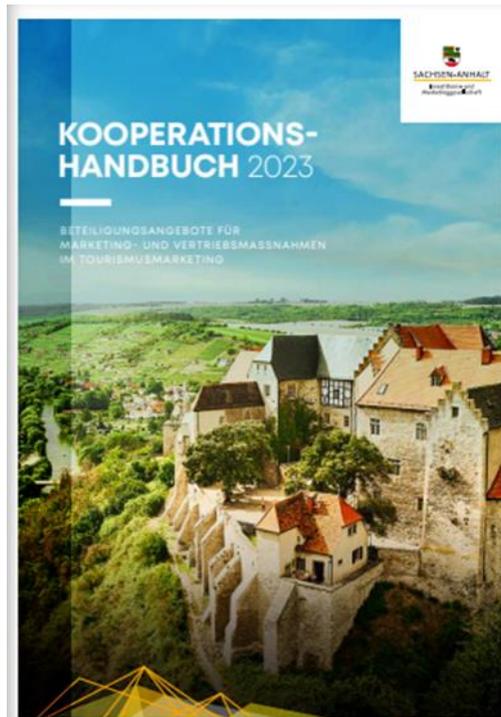
- Entwicklung von Beteiligungsmodulen aus den verschiedenen Bereichen + Input Partner: die IMG beteiligt die Partner fortlaufend und situativ in der Umsetzung ausgewählter Maßnahmen.
- Anreiz schaffen über Förderbedingungen (extern, MWL)
- Erstellung eines Beteiligungshandbuchs: erfolgte im November 2022
- Aufbau von Marketingpools und Vermarktungsnetzwerken: erfolgt fortlaufend, vornehmlich maßnahmenbezogen
- 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):

- Sicherstellung der Finanzierung zum Aufbau der Marketingpools

Ergebnisdokumentation

[Link](#) zum Kooperationshandbuch 2023 Beteiligungsangebote für Marketing-und Vertriebsmaßnahmen im Tourismusmarketing:



Fundstelle im Masterplan

S. 28

Allgemeine Informationen

<u>Name des Projektes:</u>	Auf-/Ausbau datengestützter Markt- und Trendforschung
<u>Projektnummer:</u>	L1.4
<u>Stand:</u>	März 2023
<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
<u>Beteiligte Institutionen:</u>	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

Nächste Schritte (inkl. Zeitplan):

- aktuell erfolgt die Beteiligung am Qualitätsmonitor Deutschland, dabei werden die Gäste im Reiseland befragt, die Studie ging im Mai 2022 ins Feld und wurde um ein weiteres Jahr verlängert, die Ergebnisse liegen Mitte 2024 vor
- aktuell wird zudem als Grundlage für die Umsetzung des Leitprojekts L1.1 (Weiterentwicklung der Markenfamilie) eine umfangreiche Zielgruppenanalyse auf Basis der Erkenntnisse aus der Marktforschung erstellt und für die Partner aufbereitet und in Workshops vorgestellt
- Die Beteiligungen an der FUR Reiseanalyse und an dem GfK DestinationMonitor werden derzeit vorbereitet.
- Der nächste Marktforschungs-Workshop wird ebenfalls vorbereitet (Herbst 2023)
- 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

<u>Name des Projektes:</u>	Investitionsstrategie und Impulsinvestitionen
<u>Projektnummer:</u>	L2.1
<u>Stand:</u>	April 2023
<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.

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. Im März und April 2023 erfolgte die Durchführung der geplanten Regionalkonferenzen in Zusammenarbeit mit MID, Staatskanzlei und Ministerium für Kultur, IMG und den touristischen Regionalverbänden unter Einbeziehung der Landkreise und kreisfreien Städte. Insgesamt wurden fünf Regionalkonferenzen durchgeführt: am 22.03.2023 in der Region Saale-Unstrut, am 23.03.2023 in der WelterbeRegion Anhalt-Dessau-Wittenberg, am 29.03.2023 in der Region Altmark, am 12.04.2023 in der Harzregion sowie am 20.04.2023 in Magdeburg. Ziel war es, in einem gemeinsamen Dialog mit den Regionen die zentralen Investitionserfordernisse zu identifizieren und über die Fördermöglichkeiten im investiven Bereich des Landes sowie relevante Rahmenbedingungen zu informieren. Es wurden Unterstützungsmöglichkeiten wie die Investitionsförderung im Rahmen der GRW, die Städtebauförderung und die Fördermöglichkeiten im Bereich Kultur vorgestellt und über die Möglichkeiten der Investitions- und Marketinggesellschaft (IMG) bei der Akquise und Begleitung von Ansiedlungen und Investitionen informiert. Außerdem fand ein Austausch über die regionalen Unterschiede und Herausforderungen sowie Bedarfe und notwendige Erweiterungen im touristischen Angebot statt, um darauf aufbauend eine gemeinsame Strategie zu entwickeln.

Nächste Schritte (inkl. Zeitplan):

- 2023: Erarbeitung der Gesamtinvestitionsstrategie

Ergebnisdokumentation

/

Fundstelle im Masterplan

S. 30

Allgemeine Informationen

<u>Name des Projektes:</u>	Strategisches Ansiedlungsmanagement für Beherbergungs- und Freizeitwirtschaft
<u>Projektnummer:</u>	L2.2
<u>Stand:</u>	März 2023
<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 und Name: Annika Jeschek E-Mail: annika.jeschek@img-sachsen-anhalt.de 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 Infrastruktur und Digitales, dem Ministerium für Wissenschaft, Energie, Klimaschutz und Umwelt, der Staatskanzlei sowie den kommunalen Gebietshoheiten (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. Bei der Entwicklung einer gezielten Ansiedlungsstrategie ist die Landesinvestitionsstrategie die Grundlage zur Evaluierung der Ansiedlungsprojekte in den Regionen. Der befindet sich dieser Prozess Umsetzung (Befragung der Regionen und Zusammenstellung der Ergebnisse). Mit dem Ziel diese bis Ende des Jahres 2023 zu finalisieren. Wir werden jetzt parallel zur Investitionsstrategie in Kommunikation mit dem MWL mit der Erstellung Grundlagen des Strategiekonzeptes beginnen.

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 ist ab dem Q1/2023 gestartet. Die benötigten Haushaltsmittel sind entsprechend eingeplant im Haushalt der IMG.

In Q1/2023 hat die IMG aktiv die Regionalkonferenzen in den einzelnen Tourismusregionen partnerschaftlich begleitet. Die Regionalkonferenzen ergaben sich sehr unterschiedliche Impulse in Bezug auf Ansiedlungsbedarfe in den genannten Tourismusregionen. Daher ist es wichtig die Strategie für Ansiedlungen auf die Bedarfe der einzelnen Regionen anzupassen.

In Q2/2023 wird die nächste Aufgabe für die IMG darin bestehen, Regionalpräsentationen zu erstellen. Diese dienen als Grundlage für das weitere Vorgehen. Unter Regionalpräsentationen verstehen wir, die Darstellung in Bezug Tourismusaufkommen, Tourismusakzeptanz und den geäußerten Bedarfen in Bezug auf Ansiedlungsvorhaben. Das Ergebnis wird mit dem MWL abgestimmt, bevor weitere Aktivitäten daraus abgeleitet werden.

Seit dem 19.04.2023 ist der Haushalt der IMG bestätigt, entsprechend stehen nun die geplanten Mittel zur Verfügung.

Nächste Schritte (inkl. Zeitplan):

Der zunächst dokumentierte Zeitplan musste korrigiert werden. Das auf Grund des Vorrangs der Durchführung der Regionalkonferenzen mit der Investitionsstrategie durch das MWL.

- ab Q3/2023: Definierung der Ziele, Maßnahmen und Aktivitäten, in Abhängigkeit der Ergebnisse der Evaluierung im Zuge der Investitionsstrategie des Landes. Konzeption und Vorbereitung von Ausschreibungsunterlagen für gezielte LEAD-Generation.
- ab Q4/2023: Ausschreibungsphase
- ab Q1/2024: Beginn Umsetzungsphase
- ab Q2/2024: Zwischenevaluierung der ersten Akquisitionsmaßnahmen unter Einbindung der Tourismusregionen und ggf. Korrekturmaßnahmen.

Ergebnisdokumentation

IMG-interner Leitfaden für die Entwicklung von touristischen Investitionsvorhaben

Fundstelle im Masterplan

S. 31

Allgemeine Informationen

<u>Name des Projektes:</u>	Ausbau des Angebots an klimafreundlicher Mobilität
<u>Projektnummer:</u>	L2.3
<u>Stand:</u>	März 2023
<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

Projektbeginn: 2022

Projektende: 2027 (noch offen)

Aktueller Sachstand:

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 moderne 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.

2. Darstellung des Projektverlaufs:

Im Januar 2023 wurde das Fachzentrum für moderne Mobilität durch die NASA GmbH ins Leben gerufen. Aufgrund der fachlichen Nähe der Themen wird das Fachzentrum nicht nur die ursprünglich vorgesehenen Beratungs- und Unterstützungsangebote für Kommunen organisieren, sondern auch die Umsetzung der im o. g. Leitprojekt des Masterplans Tourismus vorgesehenen Maßnahmen im Tourismus vorantreiben und begleiten. 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 Tourismusangebietern.

Nächste Schritte (inkl. Zeitplan):

Für die Umsetzung der Maßnahmen aus dem Masterplan Tourismus sind zunächst die notwendigen Arbeitsressourcen bei der NASA GmbH zu schaffen. Es ist davon auszugehen, dass diese zur Mitte des Jahres 2023 zur Verfügung stehen und bis zum Jahresende erste inhaltliche Zwischenergebnisse zur Erreichung der o. g. Zielstellung vermeldet werden können.

Ergebnisdokumentation

/

Fundstelle im Masterplan

S. 30 f.

Allgemeine Informationen

<u>Name des Projektes:</u>	Kompetenzzentrum Datenmanagement und Datenaufbereitung
<u>Projektnummer:</u>	L3.1
<u>Stand:</u>	März 2023
<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 wurden und werden die Workshops für die touristischen Partner durchgeführt und fortgesetzt: Bislang fanden Workshops im Salzlandkreis, dem Landkreis Harz und dem Landkreis Anhalt-Wittenberg statt.
- Ausschreibungen für die ersten Erweiterungen von SAiNT wurden 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 Ende 2023.
- Ende April 2023 wird die Einbindung von Veranstaltungen aus OutdoorActive in SAiNT abgeschlossen und zunächst in der Region Altmark ausgerollt. Grundsätzlich bietet sich hier die Gelegenheit für die Regionen und deren Partner und Stakeholder, ihre Veranstaltungen in SAiNT abzubilden – und über SAiNT auf ihrer Website darzustellen.
- Die Schnittstelle zum Knowledge Graphen der DZT ist Stand März 2023 fertig gestellt. Der Launch des Knowledge Graphen steht im Mai bevor, liegt aber in der Verantwortung der DZT.

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)
- Verknüpfung von SAiNT mit einem Projekt zur Besucherlenkung (L3.4 Systemaufbau Digitales Besuchermanagement) bis zum Jahr 2025

Ergebnisdokumentation

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

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

Broschüre zum Thema Datenpflege ist auf [saint.tech](#) verfügbar.

Fundstelle im Masterplan

S. 33

Allgemeine Informationen

<u>Name des Projektes:</u>	Digitalisierungsoffensive Sachsen-Anhalt-Tourismus (Fokus Marktbearbeitung)
<u>Projektnummer:</u>	L3.2
<u>Stand:</u>	März 2023
<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 und 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 fand 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 erfolgt 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. In 2023 wird die Fotoproduktion wiederholt mit Fokus auf Sommermotiven und typisch sommerlichen tourist. Aktivitäten.

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):

- Bereitstellung Kommunikationsmittel und Bestellmöglichkeit für Partner, Workshops für Partner und deren Stakeholder, regelmäßig seit November 2022
- Fotoproduktion 2023 mit Fokus auf Sommer
- Stetige Erweiterung der DAM mit neuem Content unter Einbezug der Partner
- Weitere Fortbildungsmöglichkeiten in Zusammenarbeit mit dem Tourismusnetzwerk (perspektivisch ab 2023)

Ergebnisdokumentation

/

Fundstelle im Masterplan

S. 33 f.

Allgemeine Informationen

<u>Name des Projektes:</u>	Digitalisierungsoffensive Sachsen-Anhalt-Tourismus (Fokus Prozesse und Erlebnis)
<u>Projektnummer:</u>	L3.3
<u>Stand:</u>	April 2023
<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.

Im Jahr 2022 haben wir den Schwerpunkt unserer Arbeit in diesem Bereich auf die Fortführung der Wissensvermittlung im Bereich Gästebewertungen, digitale Services sowie der Erhebung der Onlinebuchbarkeit unserer Einrichtungen gelegt. Diesen Weg wollen wir auch in 2023 fortführen.

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

ehosten die Chance haben Verständnis zu säen und einen Veränderungsimpuls auszulösen. Da das Budget begrenzt ist, setzen wir uns in jedem Jahr Fokusthemen, auf die wir mehr Ressourcen aufwenden. Über verschiedene Formate, wie z. B. unseren Wissensmonitor, der Geschäftsführerinnenberatung, Netzwerkveranstaltungen und im Austausch mit anderen eLearninganbietern sowie der DTV-Qualitäts-AG erfragen wir regelmäßig die Wissens- und Weiterbildungsbedarf der Leistungsträger und entwickeln unser Vermittlungsangebot anhand dieser Informationen weiter.

2. Darstellung des Projektverlaufs:

Abgeschlossene Projekte 2021 (Siehe hierzu Vorgängerberichte):

- Launch eLearningplattform
- Digitalisierung der Anbieterstruktur entlang des Lutherwegs
- 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

Abgeschlossene Projekte in 2022:

- Workshops Online und in Präsenz zu Onlinesichtbarkeit, -buchbarkeit und digital Payment
- Workshop zur digitalen Gästekarte
 - Am 13.09.22 digital durchgeführt
 - 15 Teilnehmer
 - 3 Anbieter (AVS, Welcomepass und Ferratal)
 - Wiederholung der Veranstaltung am 15.09.2022 und 07.12.2022
- Hackathon (Bildet Synergien mit L4.1 und L4.2)
 - Abschluss am 31. März 2022
 - Durchführung durch einen Studiengang der OVGU ca. 20 Personen
 - Jährliche Neuauflage angedacht

Aus 2022 fortgeführte Projekte:

- IST-Analyse zur Onlinebuchbarkeit:
 - Aktuell wurde die Buchbarkeit von 2400 Unternehmen erfasst
 - Daten werden aktuell noch evaluiert und im ersten HJ 2023 veröffentlicht

- Aktuell fehlen jegliche Daten um eine valide Aussage über die Buchbarkeit unserer Unterkünfte zu treffen. Nach erster Betrachtung der Zahlen gehen wir von extremen regionalen Unterschieden aus. Digitalisierung beginnt am Leistungsträger. Gemeinsam mit unseren Regionalverbänden wollen wir in Regionen mit besonders schlechter Buchbarkeit Informationsveranstaltungen anbieten bzw. verstärkt über Informationskanäle auf die hohe Bedeutung und Hilfsmöglichkeiten hinweisen. Dies ist ein wichtiger Ausgangspunkt für die zukünftige Digitalisierungsarbeit von IMG, Regionalverbänden, Fachverbänden und dem LTV.
- Digital Village: Onlinestellen eines Großteils der touristischen Betriebe in einem Ort. Flankiert durch Schulungen vor Ort.
 - Übertragung als Studierendenprojekt an die HS-Harz
 - Modellstandorte sind die Gemeinde Südharz und das Selketal

Neue Projekte in 2023:

- Onlineworkshops zu verschiedenen Digitalthemen z. B.
 - Wegedigitalisierung auf Grundlage des DTV-Leitfadens zur Wegedigitalisierung gemeinsam mit der IMG
- Hands-On-Workshop (Interaktiver Workshop, in dem Teilnehmende die Geräte, Apps etc. direkt ausprobieren, also in die Hand nehmen können) in den Reiseregionen zur Nutzung digitaler Unterstützungssysteme (z. B. Apps zum Bestellen, Order Cubes etc.)
 - Gemeinsam mit dem Zukunftszentrum digitale Arbeit / Mittelstandskompetenzzentrum 4.0

Stetig fortgeführte Projekte:

- eLearningplattform (Synergien mit L4.1, L4.2, L4.3, L5.4 und L6.2)
 - Seit Launch wurde unter anderem mit Regional- und Fachverbänden die Anzahl der Lerneinheiten drastisch gesteigert. So verfügt die Plattform aktuell über 354 Lektionen
 - Über ein anderes Verschlagwortungs-, in Kombination mit einem neuen Anmeldesystem sollen diese Inhalte zukünftig noch gezielter die Interessen der Nutzer treffen.
 - Neuste Kurse
 - Kurs zu Quellmärkten Sachsen-Anhalts in Kooperation mit der IMG
 - Kommunaler Stellplatzbau und Informationen für Campingplätze mit DTV und VCSA
 - Überlegungen zum Umbau der Plattform von 6 Plattformen in eine Zentrale

- Regionale Besonderheiten bleiben Erhalten – Farben und Kurse der Regionen
- Leichte Verwaltung und Pflege durch den LTV
- Vereinheitlichung der Nutzergruppen
- Regionalverbände beteiligen sich durch die Produktion von Content (Lektionen / Kurse) und Vermarktung der Plattform

Nächste Schritte (inkl. Zeitplan):

- IST-Analyse zur Onlinebuchbarkeit
 - Evaluierung der Daten im ersten HJ 2023
- Workshop zur Wegedigitalisierung
 - Konzeption wird im Mai abgeschlossen
 - Durchführung Ende August
- Workshop zu Unterstützungssystemen
 - Durchführung im 2 HJ nach dem deutschlandweiten Ende der Sommerferien
- eLearningplattform
 - fortschreiben des Wissensmonitors (Erfassung der Weiterbildungsbedarfe) im Frühjahr 2023
 - Neues Schlagwortsystem bis Ende 2023
 - Neues Anmeldesystem bis Ende 2023
 - Ziel für 2023 sind 500 Nutzende (Aktuell: 322)

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

<u>Name des Projektes:</u>	Systemaufbau digitales Besuchermanagement (digitale Informations- & Leitsysteme)
<u>Projektnummer:</u>	L3.4
<u>Stand:</u>	März 2023
<u>Handlungsfeld:</u>	Digitalisierung
<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: Johanna Rabethge E-Mail: johanna.rabethge@img-sachsen-anhalt.de Telefon: 0391 5689986 und Name: Malte Zander E-Mail: malte.zander@img-sachsen-anhalt.de Telefon: 0391 5689985
<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. 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. Am 14.03.2023 fand ein Projektauftritt statt, zur Vorstellung der personellen Besetzung sowie des angepassten Vorhabens insbesondere der strategischen Ausrichtungen. Erste Anschauungsbeispiele aus dem Tourismus waren Bestandteil der Präsentation, sodass eine mögliche Visualisierung von Empfehlungstools gezeigt werden konnte. Bei den Beispielen lag der Fokus auf der besucherorientierten Ansprache und individuellen Ausspielung von Daten.

Nächste Schritte (inkl. Zeitplan):

In 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. Des Weiteren ist nach erfolgreicher Entwicklung und Einführung des Empfehlungstools eine Akquise weiterer Reiseregionen und Städte angedacht, um das Produkt auch für diese zu adaptieren.

Ergebnisdokumentation

Bei einem Termin mit den Pilotstädten Magdeburg, Dessau-Roßlau und Halle am 14.03.2023 wurde in Anwesenheit von Vertretern des MWLs die neue Projektausrichtung präsentiert. Es findet derweilen eine Marktsondierung nach technischen Lösungen und Use Cases statt. Dadurch ergibt sich ein neuer Fokus auf die Datenpflege als Grundvoraussetzung für die Umsetzbarkeit des Projekts. Die Pilotpartner werden unterdessen bei ihrer Datenpflege in Outdooractive betreut, sodass nach erfolgreicher Einpflege und Lizenzierung die Ausspielung über SAiNT möglich ist.

Fundstelle im Masterplan

Allgemeine Informationen

<u>Name des Projektes:</u>	Qualitätsoffensive und Innovationsmanagement für profilschärfende Angebote und Produkte
<u>Projektnummer:</u>	L4.1
<u>Stand:</u>	April 2023
<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 verfolgt weiterhin seinen entwickelten, umfassenden Fahrplan, um die Innovationsfähigkeit im Tourismus zu steigern und mehr innovative Produktentwicklung zu fördern. Derzeit bereitet der LTV seine Innovationsstrategie für den ST-Tourismus nochmals auf (lebendiges Paper). Weiterhin wird der Ansatz verfolgt: Innovation muss von den Leistungsträgern vor Ort ausgehen. Hier setzen die Aktionen an. Grundlegend auch für die in 2023 nachgelagerten Aktionen ist die Ausbildung der 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 und kostenfrei zugänglich ist. Im Bereich der Qualitätsoffensive arbeitet der LTV weiterhin stark mit der eLearningplattform. Darüber hinaus konzentriert sich der LTV auf jährlich wechselnde Schwerpunktbereiche.

2. *Darstellung des Projektverlaufs:*

• **Moderndenker Ideenwettbewerb – Projektfortschritt gemäß Zeitplan**

- Ideenwettbewerb verlief auch 2022 erfolgreich. Nach einer Jurybewertung gab es innovative Gewinnerideen von Studierenden, welche auf dem Tourismustag Sachsen-Anhalt am 24.11.22 ausgezeichnet und präsentiert wurden.

- Der Moderndenker wird auch in 2023 ausgelobt und auf dem Tourismustag gekürt. Hierzu wurde Anfang 2023 das Konzept weiter optimiert (Ansprache Teilnehmende, Bewertungskriterien...). Die Vorbereitungen und Abstimmungen mit Partnern und der Jury laufen.
 - Aufgrund der guten Resonanz und Etablierung des Wettbewerbes soll das Projekt auch künftig fortgeführt werden.
 - Der Wettbewerb wurde optimiert und spricht nun ein breiteres Publikum an. Neu hinzugekommen sind Berufsschulen und Ausbildungsbetriebe
 - Zukünftig arbeitet der LTV mit der IHK als Partner zusammen
- **Innovationscoaches – Projektfortschritt gemäß Zeitplan**
 - Vom 04.-06.04 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“ (April 2022) statt, bei dem die Innovationscoaches eine Schlüsselrolle in der Moderation und Anleitung innehatten.
 - In 2022 und 2023 führten die Innovationscoaches Innovationsworkshops in Ihren Teams und Regionen durch. Sie sind ebenfalls wichtige Ansprechpartner für Innovationsmethoden auf der Innovationsplattform.
 - Ein Netzwerktreffen der Innovationscoaches „Ideenfabrik“ ist in Planung und findet erstmalig am 13. Juni 2023 in Magdeburg (1 Tag) mit allen ausgebildeten Innovationscoaches statt. Die Ideenfabrik wird genutzt, um innovative Projekte und Innovationsstrategien für den Sachsen-Anhalt Tourismus gemeinsam zu denken und vor allem um in den Austausch bzgl. der Praxis als Innovationscoaches zu gehen und voneinander zu lernen. Zudem fördert die Ideenfabrik, genau wie die Ausbildung an sich, die regionale Zusammenarbeit.
 - Es wurde Anfang 2023 eine Evaluation der Innovationscoach-Ausbildung (Grundausbildung 2021 plus Aufbaukurs 2022) durchgeführt, um den Nutzen und die Vorteile der Ausbildung zu überprüfen. Alle 10 Coaches nahmen an der Online-Befragung teil. Das Ergebnis der Auswertung war positiv und zeigt, dass sich die Ausbildung für die Teilnehmenden gelohnt hat und sie die erworbenen Kenntnisse insbesondere auch zur innovativen Produktentwicklung einsetzen. In der Auswertung wurde auch deutlich, dass unter den Teilnehmenden eine Ausbildung weiterer Innovationscoaches für ST sehr befürwortet wird. Ein intensiverer Praxispart ist gewünscht.
 - Eine Neu-Ausbildung weiterer Coaches ist seitens des LTV im September 2023 angedacht, um eine höhere Flächendeckung und Kapazität für die vielen Einsatzchancen der

Innovationscoaches zu erreichen. Um die hohe Nachfrage nach der Ausbildung zu decken, ist der LTV in Überlegung mehr als 10 Innovationscoaches auszubilden. Das Konzept der Ausbildung soll in den Grundzügen bestehen bleiben und wird nur in kleinen Teilen optimiert. So wird bspw. der Produktentwicklungsworkshop als Praxispart in die Ausbildung integriert und findet im Anschluss statt. Bereits jetzt sind die Coaches Schlüsselfiguren in der Regionalentwicklung. Tatsächlich sehen alle Tourismuspartner diese Initiative als ein Schlüsselprojekt für die touristische Entwicklung in Sachsen-Anhalt. Es wird erwartet, dass durch die Strategie viele innovative Produkte und gästeorientierte Leistungen entstehen. Die Verbände sind in vielen Leader-Aktionsgruppen aktiv und machen auch dort Werbung für den Innovationsprozess. Gerade hierüber erwartet der LTV einen Entwicklungsschub. Der LTV besitzt einen guten Überblick über touristische Fachveranstaltungen. Es ist auffällig, dass seitdem der LZV mit der Initiative begonnen hat, drastisch mehr Innovations- / Entwicklungselemente in den Veranstaltungen enthalten sind. Die Coaches stellen ihre Fähigkeiten kostenlos zur Verfügung. Dieses stellt ihre Investition in den Prozess dar.

- **Innovationsplattform**

- Launch der Plattform fand am 29.09.22 im Beisein der Staatssekretärin Pötzsch statt, die Plattform steht seitdem touristischen Unternehmen kostenfrei zur Verfügung unter: www.innovation-tourismus.de
- Stand März 2023 hat die Innovationsplattform 78 registrierte Nutzende. Da bis zum Jahresende 150 Nutzende auf der Plattform registriert sein sollen ist noch eine intensivere Bekanntmachung und Erklärung der Innovationsplattform bezüglich des Nutzens für Anwender in 2023 notwendig.
- Seit Jahresbeginn ist der neue Innovations-Blog auf der Innovationsplattform online. Der Blog wurde bereits in 2022 redaktionell geplant und ist seit 2021 bereits technisch angelegt. Im Blog können sich registrierte und nicht registrierte Nutzende über das Thema „Innovation im Tourismus“ informieren und weiterbilden. Zudem soll der Blog mehr Aufmerksamkeit auf die Plattform lenken. Hierzu werden monatlich neue Artikel von Gastautoren (Experten im Bereich Innovationsmanagement) gepostet. Dieses Jahr schon zu lesen: „Innovationen im Tourismus“, „Was bringen Kreativworkshops“ und „Mit Design Thinking innovative Produkte entwickeln“.

- **One Day Product – Projektfortschritt gemäß Zeitplan**

- Der Workshop fand am 25.04.2022 in der Altmark mit 22 Teilnehmenden aus verschiedenen Branchen statt. Das Feedback aller Teilnehmenden war sehr positiv. Es entstand auch ein starkes Netzwerk zwischen den Teilnehmenden, woraus verschiedene Kooperationen resultierten. Der Einsatz von Kreativmethodik war für viele Teilnehmenden neu und inspirierend. Es entstanden 5 innovative Produktideen (touristische Angebote) für die jeweils ein Geschäftsmodell entwickelt wurde. Die Ergebnisse wurden an den Regionalverband (ART) übergeben. Ein Tourenpaket soll in die Umsetzung gehen.
 - Im Ergebnis wurde deutlich, dass ein marktreifes Produkt nicht an einem Tag entwickelt werden kann (für Umsetzung zu unkonkret). Das Konzept wurde daher Anfang 2023 optimiert und entsprechend der Feedbacks angepasst.
 - Der Workshop 2023 wurde auf 2 Tage ausgeweitet und findet am 12. Und 19. September in der Reiseregion Magdeburg, Elbe-Börde-Heide statt. In die Planung und Umsetzung integriert sind wieder der Regionalverband und angefragt die IHK Magdeburg (starker Partner in Punkto Umsetzung) sowie ggf. weitere Partner. Die Absprache mit dem Regionalverband ist erfolgt und die Veranstaltungsorte stehen fest. Der Workshop ist auch ein Praxispart der angedachten Innovationscoach-Ausbildung.
- **Regionale Innovationsworkshops mit den Innovationscoaches – Projektfortschritt gemäß Zeitplan**

Nächste Schritte (inkl. Zeitplan):

- **Moderndenker**
 - In enger Zusammenarbeit mit der IHK Halle-Dessau werden nun verstärkt auch Berufsschulen angesprochen und in den Wettbewerb integriert. Der Wettbewerb wird in 2023 noch verstärkter in Präsenz in den Hoch- und Berufsschulen beworben, um noch mehr Teilnehmende zu gewinnen.

Zeitplan: Bewerbungszeitraum bis 15.09.2023– Jury-Bewertung in der 30 KW. – Kürung auf dem Tourismustag am 03.November
- **Innovationscoaches**
 - Planung / Umsetzung Netzwerktreffen (Ideenfabrik)

Zeitplan: Findet am 13. Juni 2023 statt.
 - Planung und Ausschreibung der Neu-Ausbildung

Zeitplan: Durchführung im September

- **Innovationsplattform**

- Weiterentwicklung und Bekanntmachung der Innovationsplattform

Zeitplan: Bis Juli Online-Seminar zur Nutzung der Plattform durch den LTV; bis Oktober Präsenz-Workshop mit den Tourismusstudierenden der HS Harz mit Nutzung der Innovationsplattform

- Das Teilen von Ideen und diskutieren von Ideen in der Nutzer-Community soll möglich sein.

Zeitplan: Bis 31.12.23

- Erweiterung der Plattform um 20 neue Methoden

Zeitplan: bis 31.12.2023

- **One Day Product-Workshop**

Finden Mitte September statt.

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

<u>Name des Projektes:</u>	Nachhaltigkeitsoffensive Sachsen-Anhalt (Nachhaltigkeits-Zertifizierung in den Tourismusregionen)
<u>Projektnummer:</u>	L4.2
<u>Stand:</u>	April 2023
<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 Kunz (ab 01.06.2023) / Martin Schulze (bis 01.06.2023) E-Mail: nachhaltigkeit@ltvlsa.de 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 Stadtfucht während des Urlaubs bieten sich hervorragende Chancen. Der LTV will Unternehmen und Regionen fit für diesen Weg machen. Hierfür geht der LTV verschiedene Wege. Die Nachhaltigkeitszertifizierung ist wichtig und wird vom LTV stringent verfolgt. Aus den Erfahrungen mit der Zertifizierung Wernigerodes als erste Nachhaltige Destination in Sachsen-Anhalt möchte der LTV zunächst eine grundlegende Strategie für das weitere Vorgehen bei der Zertifizierung erarbeiten. Diese bildet einen der Schwerpunkte in 2023. Nachhaltigkeit ist im Verständnis des LTV jedoch mehr als das Vorzeigen eines Zertifikates. Es ist ein Prozess, dem sich die gesamte Branche unabhängig regionaler Zugehörigkeit stellen muss. Daher verfolgt der LTV parallel dazu einen Nudging-Prozess, bei dem er durch viele kleine Schritte Unternehmen und Regionen auf den richtigen Pfad bringen. Dies zeigt sich auch in den vielfältigen Wegen die der LTV abseits des Hauptthemas dieses Leitprojektes einschlägt. Unabhängig von jährlichen Schwerpunkten sieht der LTV einen wichtigen Teil seiner Aufgabe in diesem Leitprojekt im Sichtbarmachen von mit der Nachhaltigkeit verknüpften Trends und Best Practices, 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:

In 2022 abgeschlossene Projekte:

- Wernigerode hat sich als erste Destination nachhaltigkeitszertifiziert
 - Mehrere Best Practice-Formate über den Weg von Wernigerode
 - Individuelle Gespräche zwischen zertifizierungsinteressierten Regionen und der WTG wurden initiiert
- Entwicklung touristischer Co2-Rechner für die Initiative „Grüne Karte Zeigen“

Aus 2022 fortgeführte Projekte:

- 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.

Neue Projekte in 2023:

- Gesamtstrategie Nachhaltigkeit
 - Neugestaltung des Umweltbeirats um Strategie gemeinsam mit einem Nachhaltigkeitsberatungsunternehmen zu entwickeln
 - Ist-Analyse der nachhaltigen Ausrichtung des Tourismus in den Reiseregionen
 - In Abstimmung mit den Reiseregionen, wie die Anzahl der Nachhaltigkeitszertifizierungen gesteigert werden kann, wurde die Bedeutung der Erhebung eines IST-Zustandes herausgestellt.
 - Hierauf aufbauend werden Handlungsempfehlungen gegeben und ein Weg bis zur Zertifizierung skizziert

Nächste Schritte (inkl. Zeitplan):

- Gesamtstrategie Nachhaltigkeit
 - Ausschreibung im 1. HJ 2023 (Nach Mittelfreigabe durch MWL)
 - Einberufung Umweltbeirat um Juni 2023
 - Veröffentlichung Gesamtstrategie Ende 2023
- Aufbereitung der KPI-Nachhaltigkeitsanalyse zur einfachen Destinationsbewertung 2. HJ 2023
 - Onlineworkshop zur Nachhaltigkeitsselfanalyse im 3. 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

<u>Name des Projektes:</u>	Programm zur Steigerung der Service-Qualität und Einführung von modernen Arbeitsmethoden
<u>Projektnummer:</u>	L4.3
<u>Stand:</u>	April 2023
<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. Der LTV möchte seine Kompetenzen in diesem Bereich stetig erweitern und neben Informationen zu Service Qualität Deutschland, I-Marke und Fewo-Zertifizierung auch für Barrierefreiheit und alle weiteren gängigen Zertifizierungsverfahren zum ersten Ansprechpartner und Vermittler werden. Der LTV verfügt über sehr gute Datenquellen, welche sich neben selbst erworbenen Daten von bspw. dem DWIF und TrustYou über die Mitwirkung in diversen Netzwerken, wie DTV, Ostdeutscher Sparkassenverband, ADAC-Tourismusbeirat, Bundesarbeitsgemeinschaft Urlaub auf dem Land oder der Exzellenzinitiative Nachhaltige Reiseziele speisen. Wissensmanagement und das Zugänglichmachen von Daten sieht der LTV als eine der wichtigsten Aufgaben. Stetig sucht der LTV hier nach neuen Möglichkeiten unser Wissen noch passgerechter an die Rezipienten zu bringen. Grundlegendes Vermittlungsmedium im Q-Bereich ist die neue eLearningplattform, die allgemein bei allen Themen mitgedacht und mitkommuniziert wird. Der LTV besitzt eine anerkannte Kompetenz in der Qualitätsentwicklung, weswegen er bei vielerlei touristischen Fachforen, wie dem Q-Beirat oder regionalen Tourismustagen über Aspekte der Qualitätsentwicklung referiert / in Austausch geht und dadurch Prozesse initiiert.

2. Darstellung des Projektverlaufs:

Abgeschlossene Projekte 2021 (Siehe hierzu Vorgängerberichte):

- Q-Checks Straße der Romanik
- Workshop zu digitale Arbeitgeberattraktivität und New Work
- Factsheet Bedeutung der Gästebewertung
- Branchenveranstaltung zur Gästebewertung

In 2022 abgeschlossene Projekte:

- Schwerpunktthema Gästeführungen
 - Wiedereinberufung des Gästeführerkompetenzteams am 31. Mai 2022
 - Onlineweiterbildungsreihe für Gästeführer
- Q-Reports für die einzelnen Reiseregionen
 - Wird jährlich fortgeführt (Landesreport erscheint im März und die Regionalreporte im April)
 - Die Regionalreporte sind nicht öffentlich zugänglich, da sie Detailauswertungen der Unternehmen der Region enthalten. Sie werden direkt an die Regionalverbände versandt. Diese Reports dienen dem internen Gebrauch der jeweiligen Verbände und unterstützen sie bei Qualitätsmaßnahmen und bei Dialogprozessen mit den Gastgebern
- Gästeliebling 2021 (2021 da die Datenbasis aus 2021 stammt. Projekt bildet Synergien mit L4.1 und L4.2)

Aus 2022 fortgeführte Projekte:

- Branchendialog Tourismus zum Schwerpunkt New Work Ende 2023
 - Zusammenarbeit mit Forschungsinstitut für betriebliche Bildung angedacht
- Customer Journey Check und Workshops
 - Projekt abgeschlossen aber Termin für Präsentation der Ergebnisse steht noch aus
- Gästeliebling
 - Zahlen und Ergebnisse liegen vor
 - Auszeichnung der Regionalsieger bei Veranstaltungen in den Destinationen

- Auszeichnung der Landessieger bei der Verleihung der Tourismuspreise von Sachsen-Anhalt

Nächste Schritte (inkl. Zeitplan):

- Übergang „Reisen für alle“ an den LTV bis zum 01.07.2023
 - Juni 2023 soll die Vorgehensweise beim Übergang definiert sein
- Customer Journey Check
 - Vorstellung der Ergebnisse im 2. Quartal 2023
 - Diskussionsprozesse über die Ergebnisse in Anschluss an die Vorstellung der Ergebnisse
- Gästeliebling 2022 (2022 da die Datenbasis aus 2022 stammt)
 - Verleihung der Landessieger am 02. November 2023
- Branchendialog Tourismus zu New Work in 2023
- Erstellung der regionalen Q-Reports im April 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

<u>Name des Projektes:</u>	Umsetzungsplanung & strategischer Strukturentwicklungsprozess Sachsen- Anhalt
<u>Projektnummer:</u>	L5.1
<u>Stand:</u>	April 2023
<u>Handlungsfeld:</u>	Aufgabenteilung und Organisationsstrukturen
<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>	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: 2023

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 anschließend dem Ministerium der Finanzen sowie dem Landesrechnungshof zur Freigabe vorgelegt. Zwischenzeitlich erfolgt die Tourismusförderung weiterhin ohne Richtlinie, jedoch unter Zugrundelegung der für die Richtlinie erarbeiteten Förderkriterien. Anfang 2023 erfolgte die Zustimmung des Finanzministeriums sowie des Landesrechnungshofs unter der Maßgabe einzelner Anpassungen. Die Richtlinie tritt am 01.06.2023 in Kraft.

Die Zielsetzung sieht weiterhin 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 ist Schwerpunkt im Jahr 2023 und wird durch einen externen Berater unterstützt. Der Auftakt des Strukturentwicklungsprozesses fand im 4. Quartal 2022 statt. Die Tourismuspartner wurden zu Beginn des Jahres 2023 über das Vorhaben und die Vorgehensweise zur Erarbeitung des geplanten Konzeptgutachtens zum Strukturentwicklungsprozess des Tourismus in Sachsen-Anhalt informiert und wurden bzw. werden fortwährend im Rahmen verschiedener Beteiligungsformate (Online-Befragung, Interviews, Hearings) in den Strukturentwicklungsprozess eingebunden.

Starker Bezug zu Projekt L 5.2.

Nächste Schritte (inkl. Zeitplan):

- 1. HJ 2023: Durchführung Analyse- und Bewertungsprozesses der Aufgaben- und Organisationsstrukturen im Tourismussystem, Erarbeitung eines Konzepts zur Strukturoptimierung unter Einbindung der touristischen Akteure

- 2. HJ 2023: einmalige Definition von Soll-Strukturen und Kernaufgaben im gesamten System Tourismus mit Unterstützung durch einen externen Berater

Ergebnisdokumentation

/

Fundstelle im Masterplan

S. 38

Allgemeine Informationen

<u>Name des Projektes:</u>	Sicherstellung der dauerhaften Finanzierung der Tourismusaufgaben und Organisationen
<u>Projektnummer:</u>	L5.2
<u>Stand:</u>	April 2023
<u>Handlungsfeld:</u>	Aufgabenteilung und Organisationsstrukturen
<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>	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 landesseitigen 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: 2023

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 und durch das Finanzministerium sowie den Landrechnungshof freigegeben. Die Richtlinie tritt am 01.06.2023 in Kraft. Zwischenzeitlich erfolgt die Tourismusförderung jedoch unter Zugrundelegung der für die Richtlinie erarbeiteten Förderkriterien sowie Mindestkriterien für regionale Tourismusverbände.

Zur Prüfung der Möglichkeit einer landesseitigen Einrichtung des Tourismus als kommunale Pflichtaufgabe im eigenen Wirkungskreis der Kommune als Teil der zentralen Wirtschafts- und Standortförderung erfolgte eine Abstimmung zwischen MWL und MI. Darüber hinaus fand im Rahmen der Sitzung der IMAK am 15.12.2022 ein Austausch zu den Vor- und Nachteilen der Möglichkeiten der Erhebung von Gästebeiträgen durch das geänderte KAG statt, mit dem Ergebnis, dass die Erhebung eines Gästebeitrages insgesamt eine positive Maßnahme zur Finanzierung von touristischen Infrastrukturmaßnahmen in touristischen Kommunen ist.

Starker Bezug zu Projekt L 5.1.

Nächste Schritte (inkl. Zeitplan):

- 2023: Anschreiben an Kommunen und Landkreise mit Hinweis auf Möglichkeiten des KAG und Appell zur Nutzung

Ergebnisdokumentation

/

Fundstelle im Masterplan

S. 38 f.

Allgemeine Informationen

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

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>	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 startete im 4. Quartal 2022 mit Beauftragung des externen Beraters und wird in 2023 fortgesetzt.

Nächste Schritte (inkl. Zeitplan):

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

Ergebnisdokumentation

/

Fundstelle im Masterplan

S. 40

Allgemeine Informationen

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

Federführung / Ansprechpartner / Beteiligte

<u>Federführende Institution:</u>	Tourismusverband Sachsen-Anhalt e.V.
<u>Ansprechpartner:</u>	Name: Martin Schulze E-Mail: martin.schulze@ltvlsa.de Telefon: 0391 / 7384307
<u>Beteiligte Institutionen:</u>	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 seiner Tätigkeit hat er viele Formate entwickelt die bis heute Bestand haben. Innerhalb dieses Masterplanprojektes sucht er 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

Abgeschlossene Projekte 2022 (Siehe hierzu Vorgängerberichte):

- Regionalsteckbriefe für Medienvertreter
 - Wird nicht weiterverfolgt aber ggf. zukünftig als Dashboard wieder aufgegriffen

- Aufbau eines Forums innerhalb des Tourismusnetzwerks
- Erfahrungsaustausch der Landestourismusportale
 - Quartalsweises Zusammenkommen initiiert und geleitet vom LTV LSA
 - Übertragung von Good Practices auf das Tourismusnetzwerk
- Tourismuskalender Sachsen-Anhalt
 - Das Jahr 2022 hat eine hohe Überschneidungsdichte mit Terminen ergeben. Die Endkundenkalender sind über Schnittstellen bereits vernetzt. Bei Branchenterminen fehlt dies noch
 - Der Kalender im Tourismusnetzwerk soll als Kalender mit allen relevanten Branchenterminen etabliert werden.
 - Der Kalender wurde mit den gelieferten Terminen der Partner befüllt
 - Alle 3 Monate werden die Partner um die Aktualisierung ihrer Daten gebeten, Termine können aber jederzeit eingestellt werden
- JuToBa 2022
 - Werkstattbericht verfügbar / im Tourismusnetzwerk veröffentlicht (<https://www.tourismusnetzwerk-sachsen-anhalt.de/de/tourismusnetzwerk-news/erstes-jungtouristiker-barcamp-in-sachsen-anhalt.html>)

Nächste Schritte (inkl. Zeitplan):

- Durchführung Netzwerktreffen TI im ersten HJ 2023
- Netzwerktreffen TI
 - Durchführung im ersten HJ 2023

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>	Binnenmarketing-Kampagne zur Förderung von Stolz, Identifikation, Akzeptanz und Bewusstsein
<u>Projektnummer:</u>	L6.1
<u>Stand:</u>	März 2023
<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: Theresa Kunze E-Mail: theresa.kunze@img-sachsen-anhalt.de
<u>Beteiligte Institutionen:</u>	<ol style="list-style-type: none">1. Tourismusverband Sachsen-Anhalt e.V.2. Staatskanzlei und Ministerium für Kultur3. Touristische Regionalverbände4. Stadtmarketinggesellschaften Magdeburg, Halle, Dessau-Roßlau5. Industrie- und Handelskammern6. Fachverbände7. 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: 12/ 2025

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 stand die Erstellung eines Konzeptansatzes im Vordergrund, der Ziele, Zielgruppen und Kernbotschaften beschreibt. Hier fließen vor allem die Erkenntnisse aus der

Tourismusakzeptanzstudie (TAS) und dem Tourismussatellitenkonto (TSA) 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.

Es erfolgte die Vorstellung der Grundidee der Kampagne vor den touristischen Fach- und Regionalverbänden im Marketingausschuss. Ende November 2022 wurde ein erster Aufschlag der Kampagne (Vorstellung dieser inkl. Logo) vor weiteren touristischen Akteuren im Rahmen des Tourismustages in Quedlinburg durchgeführt. Parallel zu den Veranstaltungen erfolgte die weitere Erstellung und Ausgestaltung des Basiscontents zur Kampagne in Zusammenarbeit mit der Werbe- und Kreativagentur. Neben der Aufbereitung der Kampagnenmotive, der Entwicklung eines Baukastensystems zur Verwendung der Motive im Onlinemarketing und Pressekontext, erfolgte die Entwicklung eines Image-Videos/Teaser-Clips zur Kampagne.

Im Rahmen des Projektes gilt vor allem der Zusammenarbeit mit den touristischen Partnern große Bedeutung, weswegen ein Netzwerkaufbau vorangetrieben wurde, um die Akzeptanz der Kampagne bei den Partnern sicherzustellen und Zusammenarbeit aktivieren zu können, da die Binnenmarketingkampagne von dieser gemeinsamen Arbeit im Netzwerk lebt und ohne diese nicht entwickelt werden kann. Darüber hinaus galt und gilt es den Partnern Beteiligungsmöglichkeiten im Rahmen des Projektes aufzuzeigen. Ende Januar 2023 erfolgte das erste hybride Netzwerktreffen mit den oben genannten beteiligten Institutionen.

Zu Beginn des Jahres 2023 wurde darüber hinaus die Entwicklung der Website zur Kampagne www.starkertourismus.de beauftragt. In regelmäßigem Austausch mit den Entwicklern des technischen Unternehmens und Grafikern der Werbeagentur wurde das Konzept der Website bearbeitet.

Parallel erfolgte die Planung hinsichtlich einer presseöffentlichen Kick-off-Veranstaltung zur Kampagne im Frühjahr 2023. Nach Absprachen mit dem Gartenreich Wörlitz, wurde als Veranstaltungsort und -rahmen für den Launch der Kampagne die Veranstaltung Frühlingserwachen im Wörlitzer Park festgelegt. Die Kick-off-Veranstaltung erfolgte am 18.03.2023.

Im Nachgang an die Kick-off-Veranstaltung gilt es die erste Kampagnenphase, welche durch die illustrierten Motive und Fakten transportiert wird, in ganz Sachsen-Anhalt den Bürgerinnen und Bürgern zu vermitteln und somit das Bewusstsein zu öffnen und Akzeptanz durch die Darlegung von Fakten zu schaffen. Die erste Kampagnenphase wird durch das Auspielen gezielter Marketingmaßnahmen getragen (die Grundlagen des TAS ermöglichen ein genaues Vorgehen/Targeting in den einzelnen Regionen) und dient der Verdeutlichung der Bedeutung des Tourismus in allen Lebensbereichen und als nachhaltiger Wirtschafts-, Lebensqualitäts- und Imagefaktors.

Nächste Schritte (inkl. Zeitplan):

- Ausgestaltung der Medien- und Maßnahmenplanung für das gesamte Jahr 2023 in Absprache mit der Werbeagentur (Online- und Offline-Maßnahmen)
- Pflege des Partnernetzwerkes, regelmäßiger transparenter Austausch zum Projekt → Planung eines zweiten Netzwerktreffens (voraussichtlich Juni 2023, 3-4-mal im Jahr)
- Erweiterung des Baukastensystems der Kampagne um regionalisierte Motive → pro Regionalverband und Stadtmarketinggesellschaft werden den Partnern je zwei regionalisierte Motive zur Verfügung gestellt (Regionalisierungsmöglichkeiten innerhalb der Kampagne, um den Regionen und Städten eine Erweiterung der Kampagne auf regionaler Ebene zu ermöglichen)
- Planung der Promotiontour in den einzelnen Regionen Sachsen-Anhalts
- Ausbau und „Verfeinerung“/Anpassung der Kampagnenwebsite
- Planung weiterer, einzelner Maßnahmen in Verbindung mit der Kampagne (Aktionen über Social-Media, Einbindung der Bürgerinnen und Bürger des Landes, etc.)

Ergebnisdokumentation

/

Fundstelle im Masterplan

S. 41 f

Allgemeine Informationen

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

Federführung / Ansprechpartner / Beteiligte

<u>Federführende Institution:</u>	Tourismusverband Sachsen-Anhalt e.V.
<u>Ansprechpartner:</u>	Name: Martin Schulze E-Mail: martin.schulze@ltvlsa.de Telefon: 0391 / 738 4307
<u>Beteiligte Institutionen:</u>	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

<u>Projektbeginn:</u>	2020
<u>Projektende:</u>	fortlaufend
<u>Aktueller Sachstand:</u>	

1. Gesamtstatus des Projektes:

Der Erfolg in diesem Leitprojekt beruht darauf, dass der LTV etablierte Wege, die Politik zu erreichen, fortsetzt und parallel dazu neue Kanäle und Techniken aufbaut. Auf dem Feld der Bewusstseins-schaffung hat der LTV zwei Adressaten. Einmal die Politik direkt und einmal die lokale Bevölkerung, welche wiederum Einfluss auf die Politik hat. Die Taktik des LTV hat sich im letzten Jahr gewandelt. Bisher standen touristische Kennzahlen im Zentrum der Argumentation. Zukünftig konzentriert sich der LTV 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 worden, was in einer durchweg positiven Bewertung des Abends von beiden Seiten resultierte. Schwerpunkt in 2022 bildeten Initiativen, die die Einwohner Sachsen-Anhalts zur Partizipation an der Tourismusentwicklung einladen. Besonders herauszustellen ist hierbei der Tourismustag für Einheimische in Aschersleben, der den hohen Erwartungen voll gerecht wurde. Das Feedback der beteiligten Partner, der Presse und nicht zuletzt der Besucher war sehr gut, weswegen der LTV dieses Projekt wie geplant weiterverfolgt.

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 in 2021 (Siehe hierzu Vorgängerberichte):

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

Abgeschlossene Projekt in 2022

- Parlamentarischer Abend 2022
- Etablierung Instagramkanal für Tourismusnetzwerk zur Branchenkommunikation
- Etablierung LinkedIn als Kanal zur Branchenkommunikation

Aus 2022 fortgeführte Projekte:

- Citybotschafter
 - Das Projekt dient der Steigerung des Tourismusbewusstseins. Letztlich unterstützt es die Binnenmarketingkampagne der IMG, da es den Einwohner in Kontakt mit der Branche bringt. Der LTV möchte Einwohnern Wissen über Ihre Region vermitteln. Letztlich sollen Einwohner befähigt werden, ihren Gästen etwas über ihre Heimat zu erzählen. Sie lernen z. B. die einzelnen geschichtsträchtigen Bauwerke aber auch die Unterschiede zwischen einer katholischen und einer evangelischen Kirche kennen.
 - 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. Wir brauchen mehr Stadtführer und haben durch dieses Projekt die Chance welche zu gewinnen.
- Status: In Konzeption. Unterstützung des Projektes durch die Evangelische Erwachsenenbildung (EEB) und Katholische Erwachsenenbildung (KEB). Möglicher Modellstandort ist eine der 3 Städte (Magdeburg, Halle und Dessau-Rosslau).
- Tourismustag für Einheimische
 - in Aschersleben am 05.11.2022 durchgeführt
 - Sehr gute Resonanz bei Presse, Einwohnern und touristischen Partnern
 - Ergebnisse und Erfahrungen verschriftlicht
 - Projekt wird in 2023 an einem weiteren Modellstandort erneut durchgeführt
 - Bei Erfolg soll ein Leitfaden für Kommunen veröffentlicht und der Tourismustag für Einheimische ab 2024 landesweit mit wechselnden Schwerpunkorten durchgeführt werden
- Tourismus und Du
 - Flyer wurde mit Augmented-Reality-Inhalten aufgeladen
 - Aktuell: Abstimmung mit IMG zur Einbettung in die Tourismusbewusstseinskampagne

Nächste Schritte (inkl. Zeitplan):

- Tourismuspraktikum für Politiker
 - Inspiriert durch die Anfrage einer Landtagsabgeordneten plant der LTV ein Konzept für ein touristisches Kurzpraktikum von Politikern in ihrem Wahlkreis zu entwickeln. Hierzu gab es bereits ein erfolgreiches DTV-Projekt. Hierfür erhofft er sich mehr politisches Verständnis für den Tourismus als Arbeitsplatz und Wertschätzung für die Arbeit am Gast. Die Politiker profitieren durch die den Erkenntnisgewinn und ggf. die mediale Berichterstattung
- Informationsreihe zum Gästebeitrag
 - Grundlage bildet der im Juni erscheinende DTV Leitfaden zur Tourismusfinanzierung
 - Enge Zusammenarbeit mit den Reiseregionen
- Parlamentarischer Abend 2023

- Gemeinsame Veranstaltung mit der IMG
- Vermutlich im September 2023
- Tourismustag für Einheimische vermutlich am 30.09.2023
 - Festlegung eines Modellstandortes bis zum 12.05.2023
- Streuung AR zu Tourismus und Du: Beginn im 3. Quartal 2023
- Abklärung Neuauflage Wirtschaftsfaktor / TSA bzw. weiterer Statistiken für die politische Kommunikation im 2. Quartal 2023
 - Bündelung der Kräfte von IMG, IHK und LTV

Ergebnisdokumentation

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

Fundstelle im Masterplan

S. 4

Allgemeine Informationen

<u>Name des Projektes:</u>	Kampagne zur Verbesserung des Images in Hotellerie und Gastronomie für Fachkräfte
<u>Projektnummer:</u>	L6.3
<u>Stand:</u>	März 2023
<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. 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, Arbeitszeitsouveränität, 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. vorangestellt. 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. Die Verzögerung begründet sich durch die anhaltende Pandemie und die derzeitige wirtschaftliche Lage. In der Antragsstellung des Projekts L 6.4 fand das Projekt L 6.3 Erwähnung, sodass das Finden von Maßnahmen mit ausgeschrieben wurde.

Nächste Schritte (inkl. Zeitplan):

- Durchführen bzw. starten des Leitprojekts L6.4.

Ergebnisdokumentation

/

Fundstelle im Masterplan

S. 42 f.

Allgemeine Informationen

<u>Name des Projektes:</u>	Arbeits- und Fachkräftestrategie für den Sachsen-Anhalt-Tourismus
<u>Projektnummer:</u>	L6.4
<u>Stand:</u>	März 2023
<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>	<ol style="list-style-type: none">1. Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH2. Ministerium für Arbeit, Soziales, Gesundheit und Gleichstellung des Landes Sachsen-Anhalt3. Touristische Regionalverbände4. Stadtmarketinggesellschaften Dessau-Roßlau, Halle, Magdeburg5. Industrie- und Handelskammern6. Fachverbände7. 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.

Ende 2022 wurde ein Leistungskatalog erstellt, der dazu diente, Angebote von 3 Firmen einzuholen.

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

Nach Erledigung der vorangestellten Punkte wurde am 09.01.2023 der Projektantrag beim Wirtschaftsministerium gestellt. Nach positiven Bescheid und Eruiierung möglicher Beratungsunternehmen wurde eine Angebotsanfrage an 3 geeignete Unternehmen übersandt. Das

letzte Angebot wurde am 21.03.2023 eingereicht. Derzeit erfolgt die Gegenüberstellung eingereichten Angebote, auf deren Grundlage der Vorstand des DEHOGA eine Auswahlentscheidung treffen kann. Ein Beratungsunternehmen soll noch im April beauftragt werden und mit dem Vorhaben beginnen.

Nächste Schritte (inkl. Zeitplan):

- mit Genehmigung bzw. Maßnahmenbeginn
 - Einholung Angebote mit anschließender Auftragserteilung bis spätestens KW 16
- Fertigstellung des Projektes Mitte/Ende des 4. Quartals 2023

Ergebnisdokumentation

/

Fundstelle im Masterplan

S. 43

Allgemeine Informationen

<u>Name des Projektes:</u>	Einrichtung Umsetzungsmanagement
<u>Projektnummer:</u>	S1
<u>Stand:</u>	April 2023
<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 notwendigen Mittel für 2023 sind im Haushaltsplan 2023 eingestellt und können beantragt werden. Im 1. Quartal 2023 erfolgte die Zusammenfassung aller Finanzbedarfe des MWL sowie der einzelnen Tourismusakteure zur Umsetzung des Masterplan Tourismus 2027 und die Anmeldung im Haushaltsaufstellungsverfahren 2024 sowie für die MIPLA 2027.

Die Anmeldung der erforderlichen Mittel in 2024 zur Umsetzung der Leitprojekte des Masterplan 2027 ist erfolgt.

Nächste Schritte (inkl. Zeitplan):

- Schaffung der erforderlichen Personalkapazitäten und finanziellen Mittel im Referat Tourismus des MWL (Abhängigkeit vom Hausaufstellungsverfahren 2024 sowie folgende)

Ergebnisdokumentation

Das Referat Tourismus wurde um eine Stelle verstärkt.

Fundstelle im Masterplan

S. 45 f.

Allgemeine Informationen

<u>Name des Projektes:</u>	Erhebung Messindikatoren
<u>Projektnummer:</u>	S2
<u>Stand:</u>	April 2023
<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 Mitte 2024
 - 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

<u>Name des Projektes:</u>	Etablierung Austauschformate
<u>Projektnummer:</u>	S3
<u>Stand:</u>	April 2023
<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 vierte Bericht über den Umsetzungsstand des Masterplan Tourismus 2027 (Stand: Oktober 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 erfolgte auf dem Tourismustag am 24.11.2022 sowie während der Lenkungsreissitzung am 07.12.2022. Auch in der

jährlichen Sitzung der IMAK Tourismus am 15.12.2022 wurden die Mitglieder über den aktuellen Umsetzungsstand des Masterplan informiert.

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 Landesbeauftragten für Frauen und Gleichstellung (LBFG).
- 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.