

Evaluierung des bisherigen Maßnahmenprogramms

In der nachfolgenden Tabelle sind die einzelnen Maßnahmen und Aktionen des touristischen Entwicklungskonzeptes des Landkreises Mansfeld-Südharz (Endbericht 2013, Evaluierungen im Jahr 2015 und 2018) nach Handlungsfeldern aufgelistet. Auf Basis der Ergebnisse der Evaluierungswerkstatt im September 2021 und einer Rückkopplung mit der Standortmarketing Mansfeld-Südharz GmbH im August 2021 erfolgte eine Bewertung zum Umsetzungsstand der einzelnen Maßnahmen („ja“ = erledigt, „tw“/teilweise = in Planung bzw. in der Umsetzung befindlich oder „nein“ = noch nicht umgesetzt bzw. nicht umsetzbar). Ergänzend ist im Fazit erkenntlich, welche Maßnahmen in das neue Maßnahmenprogramm 2021+ überführt wurden.

Abb. 1 Maßnahmenevaluierung

Nr.	Maßnahme	Priorität	Zeithorizont	Verantwortung	Umsetzung			Fazit
					ja	tw	nein	
	Maßnahmenübersicht Infrastruktur (I)							
	Zielstellung: Pflege und Instandsetzung der freizeittouristischen Wege-/Infrastruktur sowie Qualifizierung des touristischen Leit- und Informationssystems							
I1	Umsetzung des konzipierten einheitlichen Leitsystems Harz für den Landkreis Mansfeld-Südharz <ul style="list-style-type: none"> ■ Abstimmung mit Fördermittelgeber, Ministerien, Kreisbehörden etc. ■ Klärung von Umsetzungsoptionen bzw. Finanzierungsmöglichkeiten ■ Umsetzung <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ablösezahlungen ▪ Geänderter/neuer Fördermittel-Antrag + Bewertung ▪ Ausschreibung/Auftrag 	hoch	kurzfristig	LK MSH, SMG			x	Maßnahme ins neue Maßnahmenprogramm übertragen
I2	Qualitätsmanagement Freizeitwegenetz <ul style="list-style-type: none"> ■ interkommunale Abstimmung zur Gestaltung und Umsetzung eines Qualitätsmanagements für das Freizeitwegenetz. Hierbei u. a. Behandlung der Themen: Wegesystematik/Terminologie überprüfen, Wege und touristische Ziele vernetzen, Wegeverwaltung und -pflege mit zeitgemäßere Technik organisieren, Ehrenamt in Wegepflege einbinden ■ Ausschreibung einer Studie zur Untersuchung, Prüfung und Abstimmung geeigneter Instrumente und Organisationsformen zur Pflege der Infrastruktur ■ Klärung des Bezugsraumes für das Qualitätsmanagement, d. h. Bündelung der Zuständigkeiten/Koordination ■ Untersuchung und Festlegung der Finanzierungsmöglichkeiten, z. B. Umlage, Förderung, Zuschussung durch Land, Bund z. B. Modellprojekt zur Entwicklung eines Instrumentes 	mittel	langfristig	AK Tourismus als Koordinierungsstelle LK MSH, Kooperation Kommunen, Verbände/Vereine		x		Maßnahmen verändert ins neue Maßnahmenprogramm übertragen



	<ul style="list-style-type: none"> ■ Übertragung der Aufgabe an eine bestehende Trägerorganisation oder Neugründung einer Organisation als z. B. Verein, GmbH, Zweckverband, Stiftung etc. Einbindung und Aktivierung des Ehrenamtes z. B. durch die Initiierung von Veranstaltungen ■ Entwicklung bzw. Nutzung ergänzender Instrumente ggf. nach dem Vorbild bereits praktizierter Beispiele wie z. B. Nutzung kommunaler Einnahmen wie Bußgelder (z. B. Gemeinde Neuhausen/Spree) oder Gelder aus der Stellplatzabläse (z. B. Stadt Göttingen); Rekrutierung ehrenamtlicher Wegepaten (z. B. LK Nienburg); Aufbau einer Internetplattform zur Meldung von Wegeschäden (z. B. www.meldeplattform-radverkehr.de) ■ Durchführung einer einheitlichen technikgestützten Zustandserfassung des Wegenetzes und des notwendigen Sanierungsaufwandes ■ Vergabe von Bauleistungen bzw. Durchführung im Rahmen eines Kooperationsnetzwerkes unter Nutzung vorhandener Kompetenzen und Kapazitäten (z. B. Wurzelfräse) ■ Aufbau eines internetgestützten (geoCMS) Wegekatasters zur Weiterentwicklung und Pflege des Freizeitwegenetzes inkl. Beschilderung sowie als Basis für eine kartografische Darstellung (Internet und/oder Druck) ■ Prüfung der wegebegleitenden Infrastruktur, Aufdeckung und Beseitigung von Mängeln (fehlende Rast- und Fahrradabstellmöglichkeiten, Informationen etc.) 						
13	<p>Verdichtung der wegweisenden Beschilderung für den nicht motorisierten Verkehr gemäß den vorliegenden Landesempfehlungen</p> <p>Variante 1</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wegeauswahl (überwiegend ausgewiesene Wege und Wege des ländlichen Wegekonzeppts, Priorität auf Wege mit überregionaler Bedeutung wie z. B. dem Karstwanderweg und seiner Zubringer) und Begutachtung • Festlegung der Standorte der Hauptwegweiser, der Inhalte der Beschilderung und des Umfangs der Beschilderung einzelner Ziele (Zielspinnen) • Festlegung der Mikrostandorte und Umsetzung 	hoch	kurzfristig	LK MSH oder SMG AK Tourismus als Koordinierungsstelle		x	Maßnahmen verändert ins neue Maßnahmenprogramm übertragen
14	<p>Optimierung des Informationssystems im Landkreis</p> <ul style="list-style-type: none"> • grafische und inhaltliche Vereinheitlichung sowie inhaltliche Erweiterung und Abstimmung der Informationen und Schaukästen in den Orten • Untersuchung und Optimierung der Aufstellorte • Ermittlung des Bedarfs an Haltepunkten und Informationen (Wegbeschreibung, Stadtpläne, Hinweise auf Attraktionen etc.) zur Verbesserung der Ankunftssituation für PKW und Reisebusse • Abgrenzung bzw. Herausstellung der touristischen gegenüber reinen Einwohnerinformationen 	mittel	mittelfristig	Kommunen, TIs, lokale Verbände		x	Maßnahmen verändert ins neue Maßnahmenprogramm übertragen



Zielstellung: Verbesserung der Barrierefreiheit								
15	<p>Feststellung des Handlungsbedarfes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Erhebung barrierefreier touristischer Einrichtungen im Landkreis (zu den Themen Mobilitäts-einschränkungen, Blinde und Sehbehinderte, Gehörlose und Schwerhörige, Menschen mit Lernschwierigkeiten und geistiger Behinderung, Allergien und speziellem Ernährungsbedarf) durch Recherche bestehender Konzepte und Angebote im Bereich Barrierefreiheit sowie mit Hilfe eines Fragebogens • Erhebung der Problemstellen für die Zugänglichkeit „für alle“ in wichtigen touristischen Einrichtungen und der Basisinfrastruktur, sowie im Öffentlichen Personennahverkehr • Auswertung der Ergebnisse • Kategorisierung der Einrichtungen und Feststellung des Handlungsbedarfs <p>In einem zweiten späteren Schritt ist die Ergänzung um alle sozialen und öffentlichen Einrichtungen anzuraten (u. a. Einrichtungen in den Bereichen Ämter und Behörden, Bildung und Erziehung, Gesundheitswesen, Soziale Einrichtungen, Service und Dienstleistungen, Vereine)</p>	hoch	mittel- fristig	LK MSH, Koope- ration Kommu- nen, Leistungs- träger		x		Maßnahmen verändert ins neue Maßnahmen- programm übertragen
16	Erarbeitung einer Strategie für den Landkreis Mansfeld-Südharz zum Thema Barrierefreiheit mit Klärung der Bedeutung und erster Schritte	hoch	mittel- fristig	LK MSH		x		Maßnahmen verändert ins neue Maßnahmen- programm übertragen
17	Sensibilisierung der touristischen Akteure für das Thema „Tourismus für alle“ durch eine zielge- richtete Informationsoffensive	mittel	mittel- fristig	LK MSH, Kom- munen			x	Maßnahmen verändert ins neue Maßnahmen- programm übertragen
18	Erarbeitung „barrierefreier“ Werbe- und Informationsmaterialien inkl. Internetseite zu den barriere- freien Angeboten mit Integration einer onlinebasierten Datenbank als Information für Einheimi- sche und Gäste	mittel	mittel- fristig	Kooperation der TIs, Leistungs- träger	x			Maßnahmen verändert ins neue Maßnahmen- programm übertragen
19	Entwicklung barrierefreier Komplettangebote wie Stadtführungen, landschaftsbezogene Führun- gen, Wanderwege, Umweltbildungsprogramme, Ausstellungen, barrierefreie Kulturveranstaltungen (z. B. Deutsche Kulturtag der Gehörlosen) Kooperation mit der NatKo (Nationale Koordinationsstelle Tourismus für alle e. V.)	hoch	mittel- fristig	TIs, Leistungs- träger, Gästeführer, Umweltbil- dungsträger etc.			x	Maßnahmen verändert ins neue Maßnahmen- programm übertragen
Zielstellung: Aufwertung ausgewählter Ortsbilder								
110	Aufwertung der Innenstädte durch Begrünungs- bzw. Gestaltungsaktionen mit Beteiligung von Vereinen/ Verbänden, Bürgern	mittel	mittel- fristig	Kommunen, evtl. lokale Ver- eine		x		Maßnahmen ins neue Maßnahmenprogramm übertragen
111	stärkeres Vorgehen gegen Graffiti und Vandalismus durch Einsatz eines Graffitikoordinators zur Erfassung und strafrechtlichen Verfolgung sowie Beratung Geschädigter	mittel	mittel- fristig	LK MSH bzw. Kommunen			x	Maßnahme herausge- nommen



I12	Prüfung und Verbesserung der Situation der öffentlichen Toiletten: Öffnungszeiten, Zustand, Ausschilderung	mittel	mittel- fristig	Kommunen		x		Maßnahmen ins neue Maßnahmenprogramm übertragen
I13	Pilotprojekt „Kultur gegen Leerstand“, insb. unter Einbindung der Prüfung der Bahnhofsgebäude <ul style="list-style-type: none"> • Recherche von Projekten in der Region „Umgang mit Leerstand – Gute Beispiele“ • Ausschreibung eines regionalen Wettbewerbs, Clusterung der Wettbewerbsbeiträge, u. a. „Kultur gegen Leerstand“, Ergänzung mit anderen Erhebungen • Entwicklung von Pilotvorhaben „Leerstandsnutzung für Ausstellungen, Cafés, Treffpunkte, Begegnungs- und Kommunikationsorte“ • Umsetzung von Pilotvorhaben, Weiterentwicklung und Einrichtung einer Infostelle für ähnliche Projekte • Initiierung von weiteren Projekten zur Aufwertung bzw. Umnutzung von Gebäuden verbunden mit Sanierungsmaßnahme. Bei entsprechenden Eigentums- und Widmungsverhältnissen alternative Nutzungsmöglichkeiten abwägen, z. B. Mischnutzung Wohnen, Büros, Servicestation etc. 	hoch	mittel- fristig	LK MSH, Kom- munen			x	Maßnahmen verändert ins neue Maßnahmen- programm übertragen
I14	Aufwertung touristisch relevanter Ankunftspunkte <ul style="list-style-type: none"> • Ausstattung relevanter Ortseingänge mit touristischen Informationen (Haltebucht/Parkplatz mit Infotafel) • Einbindung relevanter Parkplätze in die touristische Wegweisung und Ausstattung der Parkplätze mit touristischen Informationen • Erhebung des Bestandes und des Bedarfes an Parkplätzen und Haltebuchten für Reisebusse, Aufwertung bestehender und Neuerrichtung notwendiger Haltemöglichkeiten sowie Ausstattung mit touristischen Informationen und Serviceinfrastruktur (Sitz- und Unterstellmöglichkeiten, Toiletten, Beschilderung) 	mittel	mittel- fristig	Kommunen, TIs		x		Maßnahmen verändert ins neue Maßnahmen- programm übertragen
I15 NEU	Ausbau öffentlicher Wlan-Netze					x		Maßnahmen ins neue Maßnahmenprogramm übertragen
I16 NEU	Studie touristischer Verkehr/Mobilität	Mittel	Mittel	SMG		x		Maßnahmen verändert ins neue Maßnahmen- programm übertragen



Angebots- und Produktentwicklung							
Zielstellung: Kultur als Thema weiter stärken							
P1	<p>Weiterentwicklung der Angebote in den Netzwerken Straße der Romanik, Gartenträume sowie UNESCO-Welterbe und Industrietourismus</p> <ul style="list-style-type: none"> • Weiterentwicklung von Führungen und buchbaren Angeboten zur Sicherung der Erlebbarkeit • aktive Vermarktung der UNESCO-Welterbestätten → präsent in den Kommunikationsmedien • Erlebnisqualität kultureller Orte/Führungen steigern, z. B. durch Hands-on-Exponate, Einsatz Multimedia, thematische Ausstellungen, Einbindung „Symbolfiguren“ mit Bezug zu Ort und Geschichte entwickeln • Einbindung von Wechseiausstellungen soweit möglich, um zum Wiederbesuch anzuregen sowie Durchführung von Sonderveranstaltungen (Präsentationen, Empfänge, Tagungen, Firmenveranstaltungen, Nacht der Museen) • Zielgruppenprogramme für Schulklassen, Universitäten, Special-Interest-Gruppen; Busmailing bzw. Schulmailing 	mittel	kurzfristig	Leistungsträger, Gästeführer; LTV, Gartenträume e. V.		x	Maßnahmen verändert ins neue Maßnahmenprogramm übertragen
P2	<p>Nachhaltige Sicherung des Themas Luther/Reformation/spiritueller Tourismus auf der Produktseite durch</p> <ul style="list-style-type: none"> • weitere Angebotsverknüpfungen mit Partnern/weiteren Lutherstädten, insbesondere Wittenberg – Eisleben – Mansfeld zwischen touristischen und auch kirchlichen Partnern, z. B. Rundreise, Verlängerungsnächte, Veranstaltungen • Aufrechterhaltung bestehender Netzwerke und Kooperationen, u. a. Wege zu Luther, Lutherweg • Einbindung in die Aktivitäten der Lutherdekade: Veranstaltungskalender, Partnerschaft, Marketingaktivitäten, Arbeitsgruppen, • Vorbereitung von Aktivitäten zum 500.-Jubiläumsjahr des Anschlags der 95 Thesen, ggf. erneute Sonderausstellung Fundsache Luther in Eisleben oder Mansfeld, die bereits zum Beginn der Lutherdekade 2008 in Halle gezeigt wurden. • Maßnahmen zur Weiterführung des Themas Luther nach 2017 • Prüfung des Ausbaus eines spirituellen Tourismus durch Infoschilder, Pilger- oder sonstige Veranstaltungen, Flyer aber auch interessante Arrangements (Ansatzpunkte: Lutherorte, Kloster Helfta, Lutherweg, St. Jacobus Pilgerweg, Kirchen etc.) (Priorität niedrig, langfristig) • Einbindung von Wechseiausstellungen, Sonderausstellung in Kooperation mit anderen Lutherstädten 	hoch	kurzfristig	<p>TIs, Leistungsträger</p> <p>Kooperation</p> <p>Stiftung Luthergedenkstätten in Sachsen-Anhalt, Europäischer Tourismusverbund "Stätten der Reformation" e. V., in Abstimmung mit der IMG</p> <p>Wege zu Luther, Geschäftsstelle Luther 2017</p>		x	Maßnahmen verändert ins neue Maßnahmenprogramm übertragen



P3	<p>Veranstaltungsabstimmung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kultur- und Veranstaltungsangebot sichern, regional abstimmen (Parallelveranstaltungen vermeiden) und zur Unterstützung nachfrageschwacher Zeiten ausbauen • Einbindung der Veranstaltungen in übergreifende und landesweite Initiativen • Ggf. gemeinsamer „interner“ Veranstaltungskalender zur zeitlichen Abstimmung und Vermeidung von Parallelveranstaltungen 	mittel	mittel- fristig	Veranstalter TIs, Tourismus- verantwortliche der Kommunen		x		Maßnahmen ins neue Maßnahmenprogramm übertragen
Zielstellung: Aktiv in der Natur, insbesondere mit Wandern und Radfahren, als Thema weiter stärken								
P4	Entwicklung von Mehrtagesangeboten im Bereich Wandern mit Gepäcktransport durch Hotels sowie in Verknüpfung mit weiteren Segmenten, wie Wandern & Wein, Wandern & Spiritualität, Wandern & Industriekultur, Wandern & Natur/Geologie, Wandern & Wasser, Wandern & Gesundheit	hoch	kurzfris- tig	Leistungsträger und TIs		x		Maßnahmen ins neue Maßnahmenprogramm übertragen
P5	Entwicklung von Mehrtagesangeboten im Bereich Radfahren in Verknüpfung mit weiteren Segmenten, wie Radfahren & Wein, Radfahren & Spiritualität, Radfahren & Industriekultur, Radfahren & Natur/Geologie, Radfahren & Wasser, Radfahren & Gesundheit	hoch	kurzfris- tig	Leistungsträger und TIs		x		Maßnahmen ins neue Maßnahmenprogramm übertragen
P6	Weiterführung und Initiierung regionaler Veranstaltungen, Wandertage, Radlertage, z. B. 48-Stunden-Tour als länderübergreifendes Produkt zwischen Südharz und Kyffhäuser	mittel	mittel- fristig	Kommunen, Leistungsträger		x		Maßnahmen ins neue Maßnahmenprogramm übertragen
P7	Vermarktung Harzer Wandernadel	mittel	kurzfris- tig	Gesund älter werden im Harz e. V., TIs	x			Maßnahmen als Wei- terführung ins neue Maßnahmenprogramm übertragen
P8	<p>Zielgruppenausrichtung der Gastgeber im Bereich Wandern und Radfahren durch</p> <ul style="list-style-type: none"> • Qualifizierung mit dem Siegel Bett+Bike sowie Wanderbares Deutschland (vgl. Hierzu Handlungsfeld Qualität/Service, Maßnahmen Q1-3) • zielgruppengerechte Angebote für Wanderer, u. a. Verleih von Wanderrucksack, Wander-Stöcken, Trinkflaschen etc.; spezielle Verpflegungsangebote: Picknickkörbe und -rucksäcke; Bereitstellung einer Wanderinfothek, Verkauf von typischer Bekleidung (u. a. Notfall-Poncho) • zielgruppengerechte Angebote für Naturinteressierte, u. a. Angebotsausweitung an geführten Themenwanderungen und Radtouren • zielgruppengerechte Angebote für Radfahrer, u. a. Bereitstellung von abschließbaren Räumen für Gepäck und Räder für Strecken-Radfahren, die für ein längeres Verweilen angeregt werden sollen; Verkauf von Reparaturbedarf; ausreichend Radverleihstationen, Ladestation für Pedelecs 	hoch	kurzfris- tig	Leistungsträger		x		Maßnahmen ins neue Maßnahmenprogramm übertragen



P9	Steigerung der Erlebbarkeit regionaler Produkte <ul style="list-style-type: none"> • Verwendung gesunder regionaler Produkte in der Gastronomie – Kooperationen zwischen Erzeuger, Anbieter regionaler Produkte und der Gastronomie • Hervorhebung bzw. Werbung mit regionalen Produkten in den Speisekarten der Gastronomen • Vermarktung regionaler Produkte über die Harzer Regionalmarke „Typisch Harz“ 	mittel	mittel- fristig	Gastronomen, Tourismusver- bände, LEADER AG		x		Maßnahmen ins neue Maßnahmenprogramm übertragen
P10	Prüfung und Sicherung des Service (Reparaturen, Radverleih, Abstellanlagen, Gastronomie- und Beherbergungsbetriebe, Rastplätze/Erholungsstationen, Toiletten) an den Wegen, Identifizierung von Lücken und Umsetzung von Verbesserungen (vgl. Handlungsfeld Infrastruktur)	hoch	mittel- fristig	Landkreis, Kom- munen, Leis- tungsträger		x		Maßnahmen verändert ins neue Maßnahmen- programm übertragen
Zielstellung: Sensibilisierung, Wissensvermittlung Thema Produktentwicklung								
P11	Leistungsträgermotivation und Sensibilisierung zur „Produktentwicklung“ im Rahmen eines Workshops mit Impulsreferat zur Bedeutung und Bausteinen der Produktentwicklung sowie Diskussion von Chancen und Herausforderungen	hoch	kurzfris- tig	TV Harz, TIs oder externe Vergabe	x			Maßnahme erfüllt und im Rahmen eines Wis- sensmanagements im neuen Maßnahmen- programm verankert
Zielstellung: Angebotsbündelung und Entwicklung gemeinsamer Produkte								
P12	Aufbauend auf eine Leistungsträgermotivation (vgl. P11) Workshop mit ausgewählten Leistungs- trägern zur Produktentwicklung, besonders im Tages- und Kurzurlaubsbereich (Vorschlag Aufbau: Kurzes Impulsreferat zu Grundlagen der Produktentwicklung, gemeinsame Ideensammlung bzw. gemeinsame Bewertung, Ausarbeitung ausgewählter bevorzugter Produktideen in Kleingruppen)	hoch	kurzfris- tig	Kooperation der TIs oder externe Vergabe	x			Maßnahme erfüllt und im Rahmen eines Wis- sensmanagements im neuen Maßnahmen- programm verankert
P13	Bildung thematischer Arbeitsgruppen zur gegenseitigen Information, Angebotsbündelung und Dis- kussion gemeinsamer Arrangements <ul style="list-style-type: none"> • thematische Arbeitsgruppe Kultur • thematische Arbeitsgruppe Natur & Aktiv Regelmäßige Informations- und Abstimmungstreffen der Arbeitsgruppe, ggf. unter Einbeziehung relevanter Leistungsträger	hoch	mittel- fristig	Kooperation der TIs	x			Maßnahmen als Pflege und Weiterführung ins neue Maßnahmenpro- gramm übertragen
P14	Entwicklung von „Angebotsbaukästen“ für Teilleistungen wie z. B. Unterkunft, Führung, Leihräder, kulinarisches Erlebnis etc. zur Erleichterung der Produktgestaltung Gäste und Anbieter: Interne Datenbank mit Leistungen und interessierten Leistungsträgern mit Kontaktdaten für den Aus- tausch und die Bündelung	mittel	mittel- fristig	Kooperation der TIs			x	Maßnahme herausge- nommen



P15	thematischer Rundkurs durch den Landkreis – Kulturroute Südharz <ul style="list-style-type: none"> Analyse und Vertiefung der Wegeinfrastruktur und Angebote der Region Verortung der Angebote entlang der bestehenden Wegeinfrastruktur zur Ableitung eines Routenverlaufes auf bestehenden Streckenabschnitten Punktuelle Prüfung der Qualität der Wege Kurzprofil zu den einzelnen Orten mit thematischen Inhalten und Bedeutung innerhalb der Route, inkl. Bilder 	mittel	langfristig	AK Tourismus des LK MSH			x	Maßnahme bereits in der Evaluierung 2018 gestrichen
P16 NEU	Diskussion/Entscheidung „Bergbautradition“	mittel	Mittelfristig	SMG, LK MSH			x	Maßnahmen verändert ins neue Maßnahmenprogramm übertragen
P17 NEU	Digitale Aufladung bestehender Produkte/Angebote	mittel	Mittelfristig	Erst SMG dann AK Tourismus dann LT			x	Maßnahmen verändert ins neue Maßnahmenprogramm übertragen
Qualität/Service								
Zielstellung: Steigerung der Anzahl zertifizierter Betriebe								
Q1	Workshop zur Sensibilisierung von Leistungsträgern in Fragen der Qualität inkl. Identifikation möglicher Zertifizierungen, Aufwand/Kosten, Vorteile für Betriebe, inkl. Einladung eines externen Referenten	hoch	kurzfristig	SMG			x	Maßnahme erfüllt und im Rahmen eines Wissensmanagements im neuen Maßnahmenprogramm verankert
Q2	Information und Motivation der Leistungsträger durch <ul style="list-style-type: none"> Persönliche Ansprache E-Mail Informationsschreiben 	mittel	mittelfristig	TIs			x	Maßnahmen ins neue Maßnahmenprogramm übertragen
Q3	zentrale „Qualitätsprüfstelle“ und Qualitätsmanagement	mittel	mittelfristig	Interkommunale Kooperation, AK Tourismus des LK MSH			x	Maßnahmen zur Wiederbelebung ins neue Maßnahmenprogramm übertragen



Zielstellung: Steigerung der gemeinsamen Qualität – Freundlichkeitsoffensive								
Q4	<p>Entwicklung gemeinsamer Servicestandards im Landkreis</p> <ul style="list-style-type: none"> • Serviceveranstaltung mit Multiplikatoren zur Erarbeitung von Beispielen für gemeinsame Servicestandards für den Tourismus im Landkreis Mansfeld-Südharz • Ausarbeitung und grafische Aufbereitung der Ergebnisse • Streuung der gemeinsamen Servicestandards an die touristischen Akteure in der Region mit Bitte um Anregungen etc., z. B. Presseveröffentlichung, Download auf Homepage des Landkreises, Versand über Tourismusverantwortliche in den Kommunen per E-Mail, postalischer Versand • Pressemitteilung zur Kommunikation der Ergebnisse 	mittel	langfristig	Interkommunale Kooperation, AK Tourismus des LK MSH ggf. Begleitung durch Externe			x	Maßnahme herausgenommen und im Rahmen eines übergreifenden Qualitätsmanagements im neuen Maßnahmenprogramm integriert
Q5	punktueller regelmäßige Mystery-Checks in touristischen Betrieben in Bezug auf Servicequalität mit Aufzeigen von Optimierungspotenzialen	mittel	mittelfristig	DEHOGA			x	Maßnahmen ins neue Maßnahmenprogramm übertragen
Q6	gemeinsame Aus- und Weiterbildungsangebote zu Servicequalität und tourismusrelevanten Themen mit/durch Mitarbeiter der Tourist-Informationen verschiedener Kommunen	hoch	mittelfristig	TIs und Kommunen			x	Maßnahmen ins neue Maßnahmenprogramm übertragen
Q7	Prüfung unterstützender Maßnahmen und Anreize, z. B. Einführung von Leistungsvorteilen für Q-Betriebe bei werblichen Maßnahmen (prominente Darstellung, Kostenvorteile), Einführung der Servicequalität Deutschland und/oder Unterkunfts-klassifizierungen als Voraussetzung für Partnerschaften in Produktgestaltung und Marketing, Einführung von Auszeichnungen und Wettbewerben (Motivation zur Teilnahme am Tourismuspreis Sachsen-Anhalt)	hoch	kurzfristig	TV, Tourismusverantwortliche der Kommunen			x	Maßnahmen verändert ins neue Maßnahmenprogramm übertragen
Zielstellung: Gemeinsame Gewinnung von Informationen über den Gast								
Q8	Etablierung von Gesprächen zwischen Mitarbeitern und Gästen in den touristischen Einrichtungen und/oder schriftliche Gästebefragungen	mittel	mittelfristig	Touristische Einrichtungen			x	Maßnahmen ins neue Maßnahmenprogramm übertragen
Q9	<p>Aufbau und Implementierung eines gemeinsamen Gästemonitorings in den Tourist-Informationen/Infostellen und/oder Ausflugszentren des Landkreises</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fragebogenerstellung und -abstimmung • Auswahl eines Managementsystems und Fragebogen-Programmierung, Entwicklung Auswertungstool • Schulungsworkshop 	hoch	langfristig	Interkommunale Kooperation, AK Tourismus			x	Maßnahmen ins neue Maßnahmenprogramm übertragen
Q10 NEU	Studie zur verstärkten Kooperation/Integration der TI des LK unter einem Dach	hoch	Mittelfristig	SMG			x	Maßnahmen verändert ins neue Maßnahmenprogramm übertragen



Q11 NEU	Neues System/Konzept für technische Lösungen/Prozesse für Service mit weniger Fachkräften	hoch	Kurzfristig	SMG			x	Maßnahme Herausgenommen und übergreifendes Thema Fachkräftesicherung aufgenommen
Q12 NEU	Wiederholung Unternehmerreise (Exkursion)	hoch	Kurzfristig	SMG			x	Maßnahmen ins neue Maßnahmenprogramm übertragen
Vermarktung (V)								
Zielstellung: Bündelung von Marketingaktivitäten bzw. Steigerung der Kommunikation aus einer Hand und der Wahrnehmung durch den Gast								
V1	<p>Weiterführung und Ausbau des Austauschs von Prospektmaterial zwischen den Kommunen/Tourist-Informationen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Auswahl relevanter Marketingmaterialien für benachbarte Kommunen • Austausch im Rahmen regelmäßiger Treffen der Tourismusverantwortlichen (vgl. Handlungsfeld strukturelle Kooperation/Innenmarketing) 	hoch	kurzfristig	TIs			x	Maßnahmen ins neue Maßnahmenprogramm übertragen
V2	<p>Erstellung gemeinsamer Printmedien zur Bereitstellung übergreifender Informationen, z. B.</p> <ul style="list-style-type: none"> • gemeinsame Themenfaltblätter • gemeinsame Rad-Wanderkarte • lokale/s Regionalbroschüre/Gästepjournal • Image • Regionale Produzenten 	hoch	mittelfristig	Interkommunale Kooperation			x	Maßnahmen verändert ins neue Maßnahmenprogramm übertragen
V3	<p>gemeinsame Messekooperation für relevante regionale und tagestouristische Messen nach dem Beispiel der REGiO-Nord (lose Kooperation mehrerer Kommunen und der REGiO-Nord GmbH zur Messeteilnahme, ohne vertragliche Grundlage, für relevante Messen, die nicht durch den Tourismusverband abgedeckt werden):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Abstimmung der Kooperationsmodalitäten und Mitgliedschaften • jährliches Treffen zur Abstimmung des Messeplans • Messevertretung aller Mitglieder durch einen Kooperationspartner im rotierenden System (finanzielle Beteiligung aller Partner) • Equipment mehr nutzen • Überregionaler Austausch 	mittel	mittelfristig	Tourismusverantwortliche der Kommunen			x	Maßnahmen verändert ins neue Maßnahmenprogramm übertragen



V4	gegenseitige Bewerbung der Angebote über verschiedene Wege, z. B. <ul style="list-style-type: none"> • Produktplatzierung (z. B. Rosen des Europa-Rosariums zur Bepflanzung in anderen Städten) • Themenverknüpfungen (z. B. Luther und Bergbau) • Hinweise auf andere Veranstaltungen bei Events 	mittel	mittel- fristig	TIs		x		Maßnahmen ins neue Maßnahmenprogramm übertragen
Zielstellung: Verbesserung des Online-Marketings								
V5	Webseitencheck auf lokaler Ebene auf Basis eines Kriterienkataloges und Erarbeitung von Handlungsempfehlungen für eine zielgruppenorientierte qualitative Webseite	hoch	kurzfris- tig	LK MSH, SMG		x		Maßnahmen ins neue Maßnahmenprogramm übertragen
V6	Leistungsträgermotivation – Workshop „Internet und Soziale Medien“: Schulung von Akteuren im Bereich der Websiteentwicklung und Nutzung von Kunden-bindungs-/Empfehlungsplattformen und Web 2.0	hoch	kurzfris- tig	SMG, AK Touris- mus		x		Maßnahme im Rahmen eines Wissensmanage- ments im neuen Maß- nahmenprogramm ver- ankert
V7	gemeinsame Social-Media-Aktivitäten oder Netzwerkmanager Soziale Medien <ul style="list-style-type: none"> • Festlegung des Vorgehens und Benennung eines/mehrerer Verantwortlicher • Aufbau und erste Füllung der Seiten (facebook, Instagram) • Briefing der Tourismusverantwortlichen 	mittel	mittel- fristig	Interkommuni- onale Koopera- tion		x		Maßnahme herausge- nommen
V8	Erhöhung der Buchbarkeit durch Steigerung der Präsenz der Betriebe in digitalen Buchungsplattformen (LSA, Tourismusverband Harz etc.)	hoch	kurzfris- tig	Leistungsträger, TIs		x		Maßnahmen ins neue Maßnahmenprogramm übertragen
Zielstellung: Gewährleistung von Internationalität								
V9	Einbindung in überregionale Kooperationen für eine internationale Vermarktung ausgewählter Themen (u. a. Luther und UNESCO)	hoch	mittel- fristig	Leistungsträger, Sensibilisierung durch TIs		x		Maßnahmen ins neue Maßnahmenprogramm übertragen
V10	Erstellung und Bereithaltung fremdsprachiger Werbematerialien als Print- und Digitalmedien und unter vorrangiger Bedienung des Schwerpunktthemas Kultur z.B. Erstellung von Printprodukten zur Darstellung und Verknüpfung der Attraktionen in anderen Sprachen (z. B. Stadtführer in Englisch)	hoch	kurzfris- tig	TIs, Leistungs- träger		x		Maßnahmen verändert ins neue Maßnahmen- programm übertragen



V11	Schulung der Tourismusakteure über Bedürfnisse der Zielgruppe, z. B. Marktinformation zum In-coming-Tourismus Deutschland zu verschiedenen Ländern der DZT, downloadbar unter www.germany.travel	mittel	mittel- fristig	TIs			x	Maßnahme im Rahmen eines Wissensmanagements im neuen Maßnahmenprogramm verankert
V12	Weiterbildung relevanter Tourismusakteure in der englischen Sprache	mittel	mittel- fristig	Bildungsträger (z. B. IHK Bildungszentrum)			x	Maßnahmen verändert ins neue Maßnahmenprogramm übertragen
V13	englische Beschriftungen an relevanten und geeigneten Sehenswürdigkeiten ausbauen	mittel	mittel- fristig	Eigentümer bzw. Betreiber der Attraktionen		x		Maßnahmen verändert ins neue Maßnahmenprogramm übertragen
V14 NEU	Landkreisweites Buchungssystem in Kooperation mit HRS Destination Solution	Mittel	Kurz- fristig	SMG			x	Maßnahme in der Form nicht mehr relevant und im neuen Maßnahmenprogramm verändert aufgenommen
V15 NEU	Auswahlkriterien entwickeln für Kommunikation/Vermarktung <ul style="list-style-type: none"> • Selektion: Produktqualität vor Neutralitätsprinzip • Konsequente Kundenorientierung • „Nur Qualität ist der Schlüssel zum Erfolg“ • Mut zum Weglassen 	Mittel	Kurz- fristig	SMG		x		Maßnahmen verändert ins neue Maßnahmenprogramm übertragen
V16 NEU	Empfehlung Top 10 basierend auf 99 Lieblingsplätze auf MSH-Ebene für 24/48h	Mittel	Kurz- fristig	SMG	x			Maßnahme herausgenommen
strukturelle Kooperation, Innenmarketing								
Zielstellung: Intensivierung der Kooperationen								
K1	Etablierung eines Arbeitskreises (AK) Tourismus im Landkreis zur Diskussion des interkommunalen touristischen Koordinierungs-, Kooperations- und Investitionsbedarfs	hoch	kurzfris- tig	SMG	x			Maßnahmen in Hinblick auf Weiterführung im neue Maßnahmenprogramm verankert



K2	<p>Kooperative Aufgabenteilung zwischen einzelnen Kommunen des Landkreises durch</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bereitstellung gemeinsamer Basisinformationen für den Gast • Übernahme von Aufgaben zur Gästeinformation vor Ort (Tourist-Information) und in Kommunikationsmedien von ausgewählten Tourist-Informationen für andere, fixiert in einem Geschäftsbesorgungsvertrag (1. Schritt: Treffen potenzieller Kooperationspartner zur Herausarbeitung der Kooperationsmöglichkeiten und zur Ableitung von Maßnahmen, Entwicklung einer Kooperationsvereinbarung) 	mittel	mittelfristig	ausgewählte Kommunen und Tourismusverantwortliche			x	Maßnahmen verändert ins neue Maßnahmenprogramm übertragen
K3	<p>verstärkte Vermarktung unter dem „Dach“ des Harzes sowie Anknüpfung an Angebote und Aktivitäten des Harzes, u. a.</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Einbeziehung des HTV in den AK Tourismus ■ Workshop mit dem Harzer Tourismusverband – Aufgabenabstimmung lokale und regionale Ebene (Austausch über Positives und Hemmnisse in der bisherigen Zusammenarbeit, Vereinbarung von Maßnahmen zur Intensivierung der Kooperation, Zusammenfassung der wesentlichen Ergebnisse in einem Protokoll) ■ Einbindung lokaler Rad- und Wanderrouten ins Harzer Tourenportal ■ Erhöhung der Buchbarkeit lokaler Gastgeber über den HTV ■ Einbindung in die Harzcard (Gästekarte/Service Card) und die HarzGastCard ■ Einbeziehung regionaler Produkte des Landkreises in die Regionalmarke „Typisch Harz“ ■ Prüfung der Möglichkeiten weiterer Kooperationsmöglichkeiten im Harz, z. B. Ein- bzw. Anbindung von Stolberg an das HATIX der Harz AG 	hoch	kurzfristig	HTV Tourismusverantwortliche der Kommunen Harz AG (HATIX)		x		Maßnahmen ins neue Maßnahmenprogramm übertragen
K4	<p>Ausbau der Kooperation mit dem Tourismusverband Saale-Unstrut im Bereich Kulinarik und regionale Produkte unter Anknüpfung an bestehende Strukturen, z. B. Veranstaltungen, gastronomische Events etc.</p>	hoch	kurzfristig	TV Saale-Unstrut Gemeinde Seegebiet Mansfelder Land			x	Maßnahmen ins neue Maßnahmenprogramm übertragen
K5	<p>Kooperation mit dem Tourismusverband Kyffhäuser e. V. in den Bereichen Kultur /Historie und Aktiv (Rad, Wandern) fortführen und ausbauen, z. B. durch gemeinsame Pauschalen, Veranstaltungen und Projekte</p>	hoch	kurzfristig	TV Kyffhäuser, VG Goldene Aue		x		Maßnahmen ins neue Maßnahmenprogramm übertragen
K6	<p>Kooperation mit dem Landkreis Harz zum Ausbau des gesundheitstouristischen Angebotes</p>	mittel	mittelfristig	LK Harz, HS-Harz, Gemeinde Südharz			x	Maßnahme herausgenommen



Zielstellung: Verbesserung des Wissensaustausches								
K7	regelmäßige Abstimmungstreffen der Tourismusverantwortlichen der Kommunen, idealerweise Tourismusmanager/-innen und Leiter/-innen der Tourist-Informationen – Förderung von gegenseitiger Information und Austausch	hoch	kurzfristig	TIs	x			Maßnahmen ins neue Maßnahmenprogramm übertragen
K8	Informationsveranstaltung mit den Leistungsträgern der Region zur Verbesserung der Beratungsleistung in der gesamten Region jährlich vor dem Saisonstart. Ziel ist es, dass Leistungsträger sich und ihre Angebote gegenseitig vorstellen.	mittel	langfristig	LK oder TV		x		Maßnahmen ins neue Maßnahmenprogramm übertragen
K9	öffentlichkeitswirksame Kurzfassung des Landkreiskonzeptes zur Information der touristischen Strategie des Landkreises für alle Interessierten	hoch	kurzfristig	SMG	x			Maßnahme erfüllt und herausgenommen
K10 NEU	Erörterung Verbindung Bedeutung Tourismus mit Gemeinwohl, Lebensqualität, Tourismus als Standortfaktor	Mittel	langfristig	SMG		x		

Abkürzungen: LK = Landkreis; MSH = Landkreis Mansfeld-Südharz; SMG = Standortmarketing Mansfeld Südharz GmbH; TI = Tourist-Information; TV = regionaler Tourismusverband; IMG = Investitions- und Marketinggesellschaft des Landes Sachsen-Anhalt; LTV = Landestourismusverband Sachsen-Anhalt e. V.; AK = Arbeitskreis