

Anlage 2 zu V1618/22: Maßnahmen- und Kostenplan zur Tourismusstrategie für die Landeshauptstadt Dresden

Handlungsfeld / Kompetenzfeld	Ziele	Maßnahmen	Verantwortlichkeit	Kosten gedeckt	Kosten nicht gedeckt	Dauer der Maßnahme	Messbarkeit gegeben	Kosten in Euro 2023	Kosten in Euro 2024
H 1	<b>8.1. Handlungsfeld 1: Image und Internationalisierung</b>								
H 1	<b>8.1.1. Stärkung Dresdens als internationalen Kultur-, Wissenschafts- und Wirtschaftsstandort</b>								
H 1	Internationalen Charakter Dresdens in Kommunikation nach innen und nach außen hervorheben		DMG	x		laufend			
H 1	Verbesserte Willkommenskultur innerhalb der Stadtverwaltung zur aktiven Unterstützung der Fachkräftegewinnung durch zentrale Serviceanlaufstelle und gebündelte Informationen	Vernetzung beteiligter Geschäftsbereiche und sonstige Organisationseinheiten wie GB 1, GB 5, GB 3, Bürgeramt, Job Center u. a.: Bündelung der Kompetenzen der Ämter, die sich mit der Integration von Fachkräften in Ausbildung und Arbeit in Dresdner Unternehmen beschäftigen	OB (Wifö)		x	laufend	x		
H 1		Entwicklung einer zentralen Serviceanlaufstelle und Informationsplattform für potenzielle ausländische Fach- und Arbeitskräfte	OB (Wifö) / GB Ordnung und Sicherheit (Bürgeramt)		x	kurzfristig	x		
H 1	Maßnahmenkomplex zum Ausbau der Mehrsprachigkeit								
H 1		Mehrsprachigkeit aller Online-Inhalte der touristischen Informationsseiten der Landeshauptstadt (DMG und DIG)	DMG / DIG	x		laufend	X		
H 1		Ausbau der Mehrsprachigkeit der Kommunikation der (touristischen) Infrastruktur (z.Bsp. Kulturbetriebe, digitales Wegeleitsystem, öffentlicher Nahverkehr, ...)	LHD		Quer- schnitts- aufgabe	mittelfristig	X	Fonds mehrsprachige Öffentlichkeitsarbeit	Fonds mehrsprachige Öffentlichkeitsarbeit
H 1		Ausbau Open Data, Mehrsprachigkeit und Themen: Open Data-Beratung und Umsetzung für Leistungsträger über Tourismusedices der LHD; offizielle mehrsprachige Tourismusedices der Landeshauptstadt Dresden zu den Themen Nachhaltigkeit, zeitgenössisches Kunst- und Kulturschaffen, Forschung und Wissenschaft	GB Kultur und Tourismus > Neuausschreibung Tourismusedices		Erweiterung Leistungsbeschreibung im Rahmen der Neuausschreibung Tourismus-Services der LHD	kurzfristig	x		
H 1		Förderung der Mehrsprachigkeit in der Ausländerbehörde	GB Ordnung und Sicherheit / Haupt- und Personalamt			laufend			
H 1	Ausbau interkultureller Kompetenzen und Reflexion der Kommunikationsinhalte im Marketing und Vertrieb für Mitarbeiter*innen der DMG, DIG und der Branchenakteur*innen	Workshopreihe: 2 VA jährlich (Bsp: Interkulturelle Kompetenz im Tourismus)	DMG		Vorlage Tourismusstrategie	mehrwährig	x		
H 1	Gezielte Imagekampagnen in ausgewählten Auslandsmärkten	Priorisierung der "Botschaften" und Märkte	DMG		Vorlage Tourismusstrategie	mittelfristig		150.000	150.000
H 1	Langfristiger Ausbau des Etats für die PR- und Marketing-Standortkampagne zur Bewerbung Dresdens als Wissenschafts- und Wirtschaftsstandort von internationalem Rang	Priorisierung von Standortkampagnen mit DD Concept	OB (WIFÖ) / DMG		Konzeption und Anmeldung DHH für 25/26	mittelfristig	x		
H 1	Gemeinsame Kampagnen mit Hotellerie/Gastronomie und Politik zur gezielten Akquise von ausländischen (Fach-)Arbeitskräften	Unterstützung AG und Kampagnen DEHOGA	DMG / LHD		Vorlage Tourismusstrategie	mehrwährig	x		
H 1	Botschafterkonzept etablieren und für Auslandsmarktbearbeitung nutzen	Botschafterkreis aufbauen	DMG	X		mehrwährig	x		
H 1	Nutzung der Wissenschaft, Wirtschaft und des Sports (DSC, Dynamo, Eislöwen, Titans etc.) als Kommunikationsbotschafter für gelebte Internationalität	internationale Wissenschafts- und Sportveranstaltungen unterstützen	DMG / LHD		Vorlage Tourismusstrategie	laufend	x		
H 1	Etablierung internationaler Bezahlsysteme im Einzelhandel	Beratung zu Bezahlsystemen, Vernetzung, Fachtag	DMG		Vorlage Tourismusstrategie	mittelfristig	X		
H 1	Impulsveranstaltungen zu internationalen Trends und Standards im Tourismus für Branchenakteur*innen	1 VA jährlich	DMG		Vorlage Tourismusstrategie	mehrwährig	x		
H 1	<b>8.1.2 MICE – Meetings, Incentives, Conventions, Events</b>								

Handlungsfeld / Kompetenzfeld	Ziele	Maßnahmen	Verantwortlichkeit	Kosten gedeckt	Kosten nicht gedeckt	Dauer der Maßnahme	Messbarkeit gegeben	Kosten in Euro 2023	Kosten in Euro 2024
H 1	MICE-Geschäft stärken	Langfristige Verstetigung des Kongressakquisebudgets der DMG zur gezielten Akquise von MICE-Veranstaltungen	DMG		Vorlage Tourismusstrategie i. V. m. Kongressakquisekonzept	ab DH 23/24		250.000	250.000
		Ausbau des Marketingbudgets für internationale Großveranstaltungen / Events - IRONMAN 70.3	DMG		Vorlage Tourismusstrategie	ab DH 23/24		300.000	300.000
H 1		Potenzialbranchen in Dresden für Etablierung internationaler und innovativer Kongresse und Veranstaltungen nutzen (vgl. Kongressakquisekonzept)	DMG		Vorlage Tourismusstrategie i. V. m. Kongressakquisekonzept				
H 1		Forcierung des Themas Nachhaltigkeit für einen zukünftigen MICE-Wettbewerbsvorteil	DMG		x		x		
H 1		Etablierung innovativer und nachhaltiger PrivatPublicPartnership-Modelle zwischen MICE-Branche und DMG	DMG		Vorlage Tourismusstrategie i. V. m. Kongressakquisekonzept		x		
H 1		Implementierung von innovativen Messen/Tagungen/Kongressen zu gesellschaftlichen Zukunftsthemen	DMG / MESSE DRESDEN / DCB (Dresden Convention Bureau)		Vorlage Tourismusstrategie i. V. m. Kongressakquisekonzept		x		
H 1		Investitionen in eine zeitgemäße und wettbewerbsfähige Kongressinfrastruktur	MESSE DRESDEN		x	mehrfährig	x		
H 1	<b>8.1.3. Internationale Begegnungen und Räume durch Kunst und Kultur in Dresden</b>								
H 1	Zeitgenössisches Kunst- und Kulturschaffen in der Stadt sichtbar und erlebbar machen								
H 1		Öffentliche, auch touristische, Wahrnehmung des zeitgenössischen Kunstschaffens, der Kunst im öffentlichen Raum und der Galerien stärken	DMG / DIG / Amt für Kultur und Denkmalschutz	x		mittelfristig, laufende Aktualisierung	x		
H 1	Präsentation der Musikstadt Dresden	Musikalische Kulturszene in Ihrer Vielfältigkeit von Klassik bis Zeitgenössisch vorstellen; Tanz und Musik in ihrer Bandbreite als kulturelles Alleinstellungsmerkmal Dresdens	DMG / DIG / Kultureinrichtungen	x		mittelfristig, laufende Aktualisierung	x		
H 1	Angebote für Bürger*innen und Tourist*innen verweben	Öffentliche Räume in dezentralen StB zu Begegnungsräumen zwischen Gästen und Einheimischen entwickeln, u. a. in Hellerau, Loschwitz (AG unter Beteiligung der StBÄ); lokale Aktivitäten unterstützen (z. B. durch überregionale Kommunikation)	GB Kultur und Tourismus / GB Stadtentwicklung Bau / SBÄ / DMG		investive Maßnahmen in den Stadtteilen	mehrfährig	x		
H 1		Specials für Einheimische ("Sonntags ins Museum" der SKD, Freier Freitag der Museen der Stadt Dresden, Ticketaktionen z. B. der Museumsnacht) u. a. mit innovativen Marketingideen gebündelt begleiten	GB Kultur und Tourismus / Presseamt / Kulturinstitutionen / DMG		über die Kultureinrichtungen	kurz- und mittelfristig	x		
H 1	Vielfalt des touristisch relevanten Angebots im Marketing, in den Touristinformationen und im Vertrieb abbilden	Entwicklung des Sportparks Ostra als wichtigen Anziehungspunkt für Sportevents mit Marketing flankieren; weitere Sportangebote der Region bündeln; Reisepakete "Sport" entwickeln	GB Finanzen, Personal und Recht (Sport) / DMG		x	mittelfristig	x		
H 1		Attraktive Parks und Friedhöfe für touristische Kommunikation nutzen; Persönlichkeiten und historische Themen verknüpfen;	DMG / DIG / EB Friedhöfe / Amt für Stadtgrün und Abfallwirtschaft	x		kurzfristig	x		
H 1		Architekturführungen entwickeln und vermitteln; Architektur der Nachkriegsmoderne und zeitgenössische Architektur in Dresden vorstellen	DMG / DIG	x		kurzfristig	x		
H 1		Zielgruppenspezifische Angebote kommunizieren: z.Bsp. Spielplätze, Skateranlagen, Kinos, Wochen- und Spezialmärkte u.s.w.	DIG	x		kurzfristig			
H 1	Qualität des touristischen Angebots sichern	Qualitätskriterien entwickeln, Vorbildfunktion der Touristinformation umsetzen	GB Kultur und Tourismus / DMG / DIG	x		kurzfristig, danach laufende Aktualisierung	x		

Handlungsfeld / Kompetenzfeld	Ziele	Maßnahmen	Verantwortlichkeit	Kosten gedeckt	Kosten nicht gedeckt	Dauer der Maßnahme	Messbarkeit gegeben	Kosten in Euro 2023	Kosten in Euro 2024
H 1		Weiterbildungen, themenspezifische Schulungen (Bsp. Hotelpersonal, Gästeführer u. a.) koordinieren	DMG		Vorlage Tourismusstrategie	mittelfristig	x		
H 1		Einbindung Einwohner über Gesamtkommunikation	Amt für Presse-, Öffentlichkeitsarbeit und Protokoll / DMG	x		laufend			
H 1	Barrierefreie Angebote vermarkten und vermitteln	Umsetzung des barrierefreien touristischen Fußgängerleitsystems	s. unter Destinationsmanagement						
H 1		Konzeption zur Aufbereitung und Kommunikation von Inhalten zu barrierefreien Angeboten für Dresden (Reisen für Alle / Sachsen barrierefrei)	DMG / DIG	x		kurzfristig	X		
H 1		Sensibilisierung der Leistungsträger; Konzeption Workshop "Barrierefreiheit im Tourismus"	DMG / TMGS		Vorlage Nachhaltigkeitsstrategie	kurzfristig	X		
<b>H 2</b>	<b>8.2 Handlungsfeld 2: Nachhaltigkeit im Tourismus in Dresden</b>								
	<b>8.2.1 Nachhaltigkeitsstrategie für den Tourismus in Dresden Elbland</b>								
H 2	Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie Dresden Elbland in einem ganzheitlichen Prozess zwischen Tourismus-, MICE- und Standortbeteiligten, Verbänden und Institutionen auf Landes- und kommunaler Ebene	Ausstattung der DMG mit personellen Ressourcen für Entwicklung und Koordination der Maßnahmen für eine nachhaltige Tourismusedwicklung	DMG 0,5 VZÄ		s. Destinationsmanagement	mehrfähig	x		
	<b>8.2.2 Den Standort nachhaltig entwickeln</b>								
	Öffentliche Räume in grüne Räume mit hoher Aufenthaltsqualität, beispielsweise durch Spielplätze, Außengastronomie und Plätze zum Verweilen für Menschen verschiedener Altersgruppen transformieren		GB Stadtentwicklung, Bau, Verkehr und Liegenschaften sowie die in der Task Force Innenstadt gebündelten Geschäftsbereiche und Ämter						
	Innerstädtischen bezahlbaren und attraktiven Wohnraum mit flexibler Raumgestaltung für Arbeit und Wohnen schaffen		GB Stadtentwicklung, Bau, Verkehr und Liegenschaften sowie die in der Task Force Innenstadt gebündelten Geschäftsbereiche und Ämter						
	Ausgewogenes Angebot an Handel, Gastronomie, Wohnen und Arbeiten, Kultur und Freizeit in der Innenstadt entwickeln		GB Stadtentwicklung, Bau, Verkehr und Liegenschaften sowie die in der Task Force Innenstadt gebündelten Geschäftsbereiche und Ämter						
<b>H 2</b>	<b>8.2.3 Nano-Entdeckertum</b>								
H 2	Entwicklung der Tourismusrelevanz der Stadtbezirke außerhalb des historischen Zentrums, Integration benachteiligter Stadtteile und kleinräumiger Lösungen für mehr Resilienz (Leipzig Charta)								
H 2		Vernetzung der Stadtbezirke, touristische Vermarktung kleinräumiger Angebote	DMG / Bürgerinitiativen in Stadtteilen / Gästeführer		Vorlage Nachhaltigkeitsstrategie				
H 2		Themen und Orte mit historischem Bezug in dezentralen Stadtteilen ausarbeiten und in touristische Kommunikation aufnehmen	DMG / Bürgerinitiativen in Stadtteilen / Gästeführer		Vorlage Nachhaltigkeitsstrategie				
H 2		Stadtteillführungen, Entwicklung und Vermarktung von selbstgeführten, nachhaltigen Touren	DMG / Bürgerinitiativen in Stadtteilen / Gästeführer		Vorlage Nachhaltigkeitsstrategie				

Handlungsfeld / Kompetenzfeld	Ziele	Maßnahmen	Verantwortlichkeit	Kosten gedeckt	Kosten nicht gedeckt	Dauer der Maßnahme	Messbarkeit gegeben	Kosten in Euro 2023	Kosten in Euro 2024
H 2	Entwicklung von Erlebnisangeboten in Partizipation von und zwischen Unternehmen, Bürgerinitiativen und Gästen	Priorisierung der dezentralen Orte /Themen in Zusammenarbeit mit StBÄ; außergewöhnliche Orte / Mikroerlebniswelten	DMG / DIG		Vorlage Tourismusstrategie				
H 2	<b>8.2.4 Nachhaltigkeit in Tourismusmarketing und Kommunikation</b>								
H 2	Gebündelte Kommunikation von Nachhaltigkeitsmaßnahmen, Produkten und touristischen Angeboten der Destination	Entwicklung der Kommunikationsinfrastruktur für Vernetzung und Kommunikation (Online-Forum / Infoportal)	DMG		Vorlage Nachhaltigkeitsstrategie	mittelfristig	x		
H 2		Ausrichtung der Kommunikation auf Nachhaltigkeit im Tourismus	DMG / DIG	x		laufend	x		
H 2		Entwicklung und Kommunikation von Ganzjahresangeboten	DMG / DIG / Branche / Veranstalter / Kulturbetriebe		Vorlage Tourismusstrategie	mittelfristig	x		
H 2		Touristische Kommunikation der Aktionen für Sicherheit und Identifikation mit der Destination; Sensibilisierung für Umweltthemen, z. B. "Clean-Up-Aktionen" an der Elbe	DMG	x		laufend	x		
H 2	Overtourism und lokale Überlastungen vermeiden	Neustadt-Angebot entzerren; Kommunikation insb. an jüngeres Zielpublikum mit Informationen zu Angeboten außerhalb der Neustadt und in Clubs	DMG / StBA Neustadt	x		laufend	x		
H 2		Unterstützung der Kommunikation von Bürger*inneninteressen in der Neustadt	DMG	x		laufend			
H 2		Schaffung eines*r Nachtbürgermeister*in	LHD		x	mittelfristig	x		
H 2		Stärkung der Clubkultur z. B. über Klubnetz	GB Stadtentwicklung / DMG / Amt für Kultur und Denkmalschutz		x	mittelfristig	x		
H 2		Monitoring der Tourismusentwicklung und deren Umweltauswirkungen in Dresden, z. B. Plattformökonomie	DMG / Geschäftsbereich Kultur und Tourismus in Zusammenarbeit mit versch. Verwaltungseinheiten	x		laufend	x		
H 2	Einzigartigkeit Dresdens herausstellen	Veranstaltungskalender ausbauen und für Bürger*innen und Gäste nutzbar halten	DMG	x		laufend	x		
H 2		Kultur, Lage und Internationalität Dresdens in Kampagnen kommunizieren	DMG	X		laufend	x		
H 2		Sensible Themen kommunizieren: Umweltbelange im Tourismus, Resiliente Stadt, Klimawandel und Klimaschutz im Tourismus	DMG		Vorlage Tourismusstrategie	laufend	x		
H 2	<b>8.2.5 Vernetzung der Stakeholder und Strategien</b>								
H 2	Etablierung von Netzwerken für Nachhaltigkeit im Tourismus	Professionalisierung des Stakeholdermanagements und Entwicklung individueller Stakeholder-Strategien	DMG/ 0,5 VZÄ (Nachhaltigkeitsmanagement )		Vorlage Tourismusstrategie	laufend	x		
		Identifikation von Schnittstellen unter Einbeziehung der Städtischen Nachhaltigkeitsstrategie, des INSEK, des Nachhaltigkeitskonzeptes für Kulturbetriebe Culture for Future, des IEK sowie der städtischen Nachhaltigkeitsinitiativen (Modellstadt für Bildung für nachhaltige Entwicklung, Fair Trade Town, Green City Deal, Klimaaktive Kommune, Naturstadt – Kommunen schaffen Vielfalt, Straßenbaumkonzept etc.) und Verbände wie der Lokalen Agenda, dem Ernährungsrat (Konzept „Essbare Stadt Dresden“) sowie den Stadtgärten und vielen weiteren Initiativen (BUND Tage der Stadtnatur)	DMG/ 0,5 VZÄ (Nachhaltigkeitsmanagement )		Vorlage Tourismusstrategie	laufend	x		
H 2		Sicherung des Austauschs zwischen öffentlichen und privaten Akteur*innen, Politik,	DMG		Vorlage Tourismusstrategie	laufend	x		
H 2		Vernetzung tour. relevanter Nachhaltigkeitsakteur*innen	DMG		Vorlage Tourismusstrategie	laufend	x		
H 2		Unterstützung der Vermarktung regionaler Produkte B2B und B2C (Branche und Gäste), z. B. durch Entwicklung von Erlebnisangeboten (Wein & Genuss, Kultur & Aktiv)	DMG / DIG	x		kurzfristig	x		
H 2		Informationsveranstaltungen zu Nachhaltigkeitsthemen im Tourismus für touristische und nicht-touristische Akteur*innen	DMG		Vorlage Tourismusstrategie	mittelfristig	x		

Handlungsfeld / Kompetenzfeld	Ziele	Maßnahmen	Verantwortlichkeit	Kosten gedeckt	Kosten nicht gedeckt	Dauer der Maßnahme	Messbarkeit gegeben	Kosten in Euro 2023	Kosten in Euro 2024
H 2	Beachtung der Belange des Tourismus für die Stadtentwicklung, insbesondere bei der Planung von (Groß)Projekten mit längeren Planungszeiträumen	GB- und ämterübergreifende Vernetzung im Rahmen der Stadtentwicklung	BOB / GB Kultur und Tourismus / GB Stadtentwicklung, Bau, Verkehr und Liegenschaften / DMG			kurzfristig, dann laufend	x		
H 2	<b>8.2.6 Urbanität und Region</b>								
H 2	Touristische Präsentation der Gesamtregion - Dresden und Umland		DMG	x		laufend	x		
H 2	Gesamtregion durch Vernetzung und Synergien stärken		DMG	x		laufend	x		
H 2	Verlängerung der Aufenthaltsdauer durch Inspirationen zu weiteren Aktivitäten in Stadt und Region		DMG	x		laufend			
H 2	Buchbare Angebote für Bürger*innen und Gäste bündeln		DMG und DIG	x		laufend	x		
H 3	<b>8.3 Handlungsfeld 3: Öffentliche Infrastruktur und Verkehrsinfrastruktur</b>								
H 3	<b>8.3.1 Weiterentwicklung der tourismusbewussten öffentlichen Infrastruktur</b>	Konzeption für die Sicherung und Weiterentwicklung der öffentlichen Infrastruktur und Verkehrsinfrastruktur für Rad- und Reisebustourist*innen sowie Caravanist*innen erarbeiten (u. a. Fahrradparkplätze mit Gepäckaufbewahrungsstationen, öffentliche Toiletten, Ausbau und Information zum touristischen Radwegenetz, Reisebusinfrastruktur, Caravanstellplätze, Ausbau der Barrierefreiheit tourismusrelevanter Infrastruktur, Erweiterung der Verfügbarkeit öffentlichen WLANs zur Steigerung der innerstädtischen Attraktivität)	GB Kultur und Tourismus / GB Stadtentwicklung, Bau, Verkehr und Liegenschaften / Amt für Wirtschaftsförderung		x	mittelfristig	x		
H 3	<b>8.3.2 Mobilität im Tourismus und Verkehrsinfrastruktur</b>								
H 3	Bessere nationale und internationale Erreichbarkeit zur Stärkung des Geschäftsreiseturismus erreichen	Vernetzung / Lobbyarbeit auf Landes- und Bundesebene verstärken	LHD / DMG	x		mittelfristig	x		
H 3	Packages für CO2-freie Customer-Journey entwickeln und kommunizieren		DMG / DIG			Vorlage Tourismusstrategie	mittelfristig	x	
H 3	Offensive Kommunikation der Anreisemöglichkeiten mit CO2-neutralen, öffentlichen Verkehrsmitteln	zu Anreisen mit der Bahn auf Tourismuseiten informieren	DMG / DIG			kurzfristig	x		
H 3	Mehrsprachige Verfügbarkeit der mobilitätsrelevanten Informationen für Gäste in der Phase der Reiseplanung in Kooperation mit / DVB / VVO / DB		DMG / DIG			Vorlage Tourismusstrategie	mittelfristig	x	
H 3	Ausbau und Aufbereitung der relevanten Informationen zu Mobilitätsangeboten vor Ort für Nicht-Ortskundige (Fußgängerleitsystem, Dresden App, E-Mobilität, Fahrradleitsystem, Fahrradstellplätze u.a.)		LHD / DVB / VVO / DMG		über Fußgängerleitsystem / Digitalisierung	mittelfristig	x		
H 3	Abstimmung des Marketings auf die tatsächlich vorhandene und im Ausbau befindliche (E-Mobilitäts-)Infrastruktur		DMG	x		kurzfristig	x		
H 3	Unterstützung der Entwicklung Dresdens zu einer fahrrad- und fußverkehrsfreundlichen Stadt		LHD / DMG	x		laufend			
H 3	Touristische Mobilitätsangebote zur Verbindung in die Region kommunizieren		DMG						
H 3	<b>8.3.2.3 Radtourismus Dresden Elbland und angrenzenden Regionen</b>								
H 3	Benennung einer zentrale Koordinierungsstelle für (Freizeit-)Rad- und Wanderwege in Dresden Elbland	(Co-)Finanzierung der Koordinierungsstelle	LHD / DMG / TVED / Erlebnisregion		x	mittelfristig	x		
H 3	Konzeption Erweiterung der touristischen Fahrradwegweisung im Stadtgebiet	Beschlusserfüllung zu A0130/20 "Aufwertung des beidseitigen Elberad- und Wanderweges"	Geschäftsbereich Kultur und Tourismus / DMG / TVED / Erlebnisregion	x		kurzfristig	x		

Handlungsfeld / Kompetenzfeld	Ziele	Maßnahmen	Verantwortlichkeit	Kosten gedeckt	Kosten nicht gedeckt	Dauer der Maßnahme	Messbarkeit geben	Kosten in Euro 2023	Kosten in Euro 2024
H 3	Touristische Kommunikation des Radwegenetzes (z.B. übergreifende Themenradrouten)		DMG / TVED / Erlebnisregion	x		laufend	x		
H 3	Arbeitskreis zur ergänzender radtouristischer Infrastruktur (z.B. Abstellanlagen, Gepäckaufbewahrung, Fahrradbus)		LHD / DMG / TVED / Erlebnisregion	x		laufend	x		
H 3	Informationen zu Fahrradreparaturmöglichkeiten, Fahrradläden oder Reparaturautomaten an wichtigen Punkten		DMG / DIG	x		kurzfristig	x		
<b>H 3</b>	<b>8.3.2.4. Naturnahes Reisen und Wandern in Dresden Elbland</b>								
H 3	Arbeitskreis für Wegemanagement und Wegeleitung		Geschäftsbereich Kultur und Tourismus / Geschäftsbereich Umwelt und Kommunalwirtschaft /DMG / TVED / Erlebnisregion	x		laufend			
H 3	Touristische Kommunikation von Lehr-, Erlebnis-, Naturpfaden, Themenrouten wie Mühlenwegen		DMG	x		laufend			
H 3	Touristische Informationen zur Wegeführung in der Dresdner Heide		LHD / DMG		über Fußgängerleitsystem		x		
H 3	Informationen zu Picknick- und Erlebnisplätzen im Grünen mit entsprechender Infrastruktur (Mülleimer, Trimm-Dich-Pfade, Slackline und ähnliches)		LHD / DMG		über Fußgängerleitsystem		x		
<b>H 4</b>	<b>8.4. Handlungsfeld 4: Digitalisierung</b>								
H 4	Daten in der und für die Destination gewinnen, managen, nutzen, ausspielen	Konzeption der Gewinnung, Verwaltung und Ausspielung touristisch relevanter Daten für das Stadtgebiet und die Region	DMG		Vorlage Tourismusstrategie	mehrfähig	x	150.000	150.000
	Interessen der tatsächlichen und potenziellen Besucher*innen widerspiegeln	Ausbau der Marktforschung, Daten & Fakten							
H 4	Digitalkompetenzen in der gesamten Destination entwickeln	lückenlose digitale Customer-Journey, u. a. Online-Buchbarkeit aller touristischen Angebote, Erreichbarkeit und Kommunikation der Tourismusakteur*innen, übergeordnetes Kundenmanagement gewährleisten	DMG / DIG / Leistungsträger		Vorlage Tourismusstrategie	mehrfähig			
H 4		digitale Angebote On-Site und Off-Site (digitale Ergänzung des Angebotes vor Ort, z. B. durch VR / AR-Angebote, Online-Erlebbarkeit der touristischen Angebote, z. B. durch Online-Museums- und Stadtführungen)	DMG / Leistungsträger		Vorlage Tourismusstrategie	laufend	x		
H 4		Innovationsfreudigkeit mit dem Ziel, Kunden mit Inhalten (Content) über jeweils geeignete Kanäle zu erreichen	DMG / Leistungsträger		Vorlage Tourismusstrategie	laufend			
H 4	Daten im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung der Tourismusdestination einsetzen (Besucherlenkung)		DMG / Leistungsträger		Vorlage Tourismusstrategie	laufend			
H 4	Potenziale für die vernetzte Kommunikation mit und zwischen der Branche, Gästen und Bürger*innen heben		DMG / Leistungsträger		Vorlage Tourismusstrategie	laufend			
<b>H 5</b>	<b>8.5 Handlungsfeld 5: Vernetzung</b>								
H 5	Aufbau Kompetenzzentrum DMG: z. B. regelmäßige Veranstaltungen (Turnus 1 x jährlich) mit Schwerpunktsetzung zu Innovationen im Tourismus und in der Destinationsentwicklung mit internationalem Impulsvortrag		DMG			kurz- und mittelfristig	x	50.000	60.000
H 5	Stärkung des Netzwerks zu tourismusrelevanten Angelegenheiten in Dresden Elbland durch zu benennende Akteur*innen unter Beachtung der engeren Verzahnung von Standort- und Tourismusmarketing		DMG	x		kurzfristig, laufende Aktualisierung			
H 5	(anlassbezogene) Erweiterung bestehender Gremien im Sinne einer transparenten Kommunikation		DMG	x		laufend	x		
H 5	Projektmanagement: Koordinierung und Reporting zum Stand der Umsetzung der Tourismusstrategie und der Maßnahmen	Ausbau DMO: Personelle Aufstockung s. Destinationsmanagement	DMG		Vorlage Tourismusstrategie	mittelfristig			
H 5	regelmäßige (jährliche) gemeinsame Abstimmung zur Justierung von Maßnahmen zur Tourismusstrategie		GB Kultur und Tourismus & DMG		Vorlage Tourismusstrategie	mittelfristig			

Handlungsfeld / Kompetenzfeld	Ziele	Maßnahmen	Verantwortlichkeit	Kosten gedeckt	Kosten nicht gedeckt	Dauer der Maßnahme	Messbarkeit gegeben	Kosten in Euro 2023	Kosten in Euro 2024
H 5	Online-Kommunikation begleitend zur Umsetzung von Maßnahmen zur Tourismusstrategie		GB Kultur und Tourismus & DMG			kurzfristig, laufende Aktualisierung			
H 5	Nationale und internationale Vernetzung	Teilnahme an Modellprojekten und Studien	Int. Beziehungen / DMG	x		laufend			
H 5	Wissensmanagement	Aufbereitung aktueller Themen, Trends, Analysen für Branche vor Ort	DMG			mittelfristig, laufend			
<b>K 1</b>	<b>9.1 Schlüsselkompetenz Destinations- Nachhaltigkeits- und Digitalisierungsmanagement bei der Dresden Marketing GmbH</b>								
K 1	Ergänzung der Aufgabenstruktur der DMG um den Bereich Destinations-, Nachhaltigkeits- und Digitalisierungsmanagement		DMG	x		kurzfristig	x		
K 1	Personelle und strukturelle Anpassung an das Portfolio des Destinationsmanagements, Aufbau Kompetenzzentrum Tourismus	1 Stelle: Destinationsmanager*in	DMG			kurzfristig	x	60.000	60.000
K 1	Personelle und strukturelle Anpassung an das Portfolio der Steuerung der Nachhaltigkeitsmaßnahmen und der Tourismusstrategie	1 Stelle: Destinations- und Nachhaltigkeitsmanager*in	DMG			kurzfristig	x	60.000	60.000
K 1	Personelle und strukturelle Anpassung an das Portfolio des Datenmanagements in der Destination	1 Stelle: Digitalisierungs- und Datenmanager*in	DMG			kurzfristig	x	60.000	60.000
K 1	Entwicklung und Erfüllung der Aufgaben aus dem Gesamtkomplex des Destinationsmanagements	Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie	DMG			kurz- und mittelfristig	x		
K 1		Formulierung Digitalisierungs- und Datenmanagementstrategie und Umsetzung der Maßnahmen	DMG			kurz- und mittelfristig	x		
K 1		Bündelung und Kommunikation tour. Interessen im Zusammenhang mit Stadt-, Umwelt- und Regionalplanung	DMG			laufend			
K 1		Stakeholdermanagement, Begleitung der Beteiligungsprozesse an der Weiterentwicklung der Maßnahmen zur Tourismusstrategie	DMG			laufend	x		
K 1		Begleitung der Entwicklung der Stadtteile im Sinne des Nanotourismus	DMG			mittelfristig			
K 1	Nationale und internationale Vernetzung	Mitwirkung in Gremien (national, EU-Ebene) zu Nachhaltigkeit im Tourismus; Destinationmanagement u. a.	DMG			laufend	x		
<b>K 2</b>	<b>9.2 Schlüsselkompetenz tourismusbewusste Stadtentwicklung der Landeshauptstadt Dresden</b>								
K 2	Verwaltungsseitige Steuerung und Koordination der Umsetzung und Fortschreibung der Tourismusstrategie		GB Kultur und Tourismus: zusätzlich 1 VZÄ erforderlich		x	laufend	x	Stellenplan	Stellenplan
K 2	Weiterentwicklung des touristischen Vertriebs	Konzeption und Neuausschreibung der touristischen Serviceleistungen; Klärung des Ressourcenbedarfs bei DMG für Destinationsmanagementleistungen mit Bezug zu Touristinformationen und Vertrieb	GB Kultur und Tourismus / DMG	x		2023 - 2026	x		
K 2	Verankerung der Belange des Tourismus bei GB- und ämterübergreifenden Vorhaben der integrierten Stadt-, Umwelt- und Regionalplanung	Tourismusrelevantes Wissensmanagement innerhalb der Verwaltung	GB Tourismus	x		laufend			
		Klärung und Vernetzung der Ansprechpartner*innen in Organisationseinheiten der LHD mit tourismusrelevanten Aufgabenbereichen	GB Kultur und Tourismus	x		kurzfristig, laufende Aktualisierung			
K 2		Entwicklung eines aufmerksamkeitsstarken (Fußgänger, Rad-, Wander-, Erlebnis-) Wegleitsystems (digital und analog),	GB Kultur und Tourismus und GB Stadtentwicklung, Bau, Verkehr und Liegenschaften	x		mittelfristig	x		
K 2		Teilnahme an Beirat Innenstadt	DMG / GB Tourismus	x		laufend	x		
K 2		Teilnahme an Task Force Innenstadt	GB Kultur und Tourismus	x		laufend	x		

Handlungsfeld / Kompetenzfeld	Ziele	Maßnahmen	Verantwortlichkeit	Kosten gedeckt	Kosten nicht gedeckt	Dauer der Maßnahme	Messbarkeit gegeben	Kosten in Euro 2023	Kosten in Euro 2024
K 2	Sicherstellen einer transparenten Kommunikation von Seiten der Verwaltung gegenüber Tourismusakteur*innen	Veranstaltung / Beteiligungsformat zur Tourismusstrategie ca. halbjährlich	GB Kultur und Tourismus	x		kurz- und mittelfristig	x		
K 2	Regionale, nationale Vernetzung	Teilnahme an Veranstaltungen / Gremien zur kommunalen Vernetzung	GB Kultur und Tourismus	x		laufend	x		
	<b>SUMME Finanzierungsbedarf über Vorlage Tourismusstrategie</b>		GB Kultur und Tourismus					1.080.000	1.090.000