

Richtlinie zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit im Thüringer Tourismus (Landesprogramm Tourismus vom 31.03.2020)

Merkblatt: Kriterien für Förderwürdigkeitsbewertung (Vorhaben nach Ziff. 2.1 und 2.2)

K 1 - Leitlinien der Landestourismusstrategie 2025

- *Warum soll ich dorthin reisen/ sind die Reisemotive berücksichtigt (Kennerschaft, Faszination, Sehnsucht, Neugierde)?*
- *Wer wird angesprochen (Zielgruppen/ Leitmilieus)? Wird die Gästeperspektive berücksichtigt?*
- *Lässt sich das Vorhaben einem Leitprodukt zuordnen? Ist das Vorhaben ein anerkannter Markenbotschafter (Kompetenzbeweis) bzw. ist es auf dem Weg dorthin?*

K 2 - Vorliegen eines Bedarfs und Wirkung/Effekte des Vorhabens

- *Liegt ein konkreter Bedarf vor (z.B. hohe touristische Relevanz, Verbesserung der Aufenthaltsdauer, qualitative Verbesserung an Rad- oder Wanderweg, Steigerung der Angebotsqualität vor Ort)?*
- *Entsteht ein neues touristisches Produkt/Angebot?*
- *Erfolgt Stimulation von Nachfrage?*
- *Ist überregionale Wirksamkeit des Vorhabens gegeben?*
- *Zeichnet sich das Vorhaben durch Erlebnischarakter aus? Was ist der USP?*
- *Wo entsteht Wertschöpfung (direkt, indirekt)?*

K 3 - Kooperation und Zusammenarbeit

- *Sind relevante Strukturen in das Projekt eingebunden bzw. wird Zusammenarbeit/ Vernetzung angestrebt (DMO, regionale Tourismusorganisation, TTG, Regionen, Orte, Verbände, Institutionen, etc.)?*

K 4 - Qualitätsansprüche der Landestourismusstrategie 2025

- *Werden die Querschnittsthemen berücksichtigt (Barrierefreiheit, Nachhaltigkeit, Gute Arbeit, Kulinarik und Service)?*
- *Wird zielgruppenrelevanter Content erzeugt und in Datenbank eingestellt? (Verbindung zu ThüCAT)*

K 5 - Verwendung der touristischen Familienmarke

- *Produktentwicklung gemäß Markenstrategie/ Markenregeln (Spezifik, Verbindung, Storytelling, Stilistik, Prägend)?*