

# Tourismusstrategie Dresden

Foto: Tommy Halfter (DML-BY)

# Tourismusstrategie Dresden

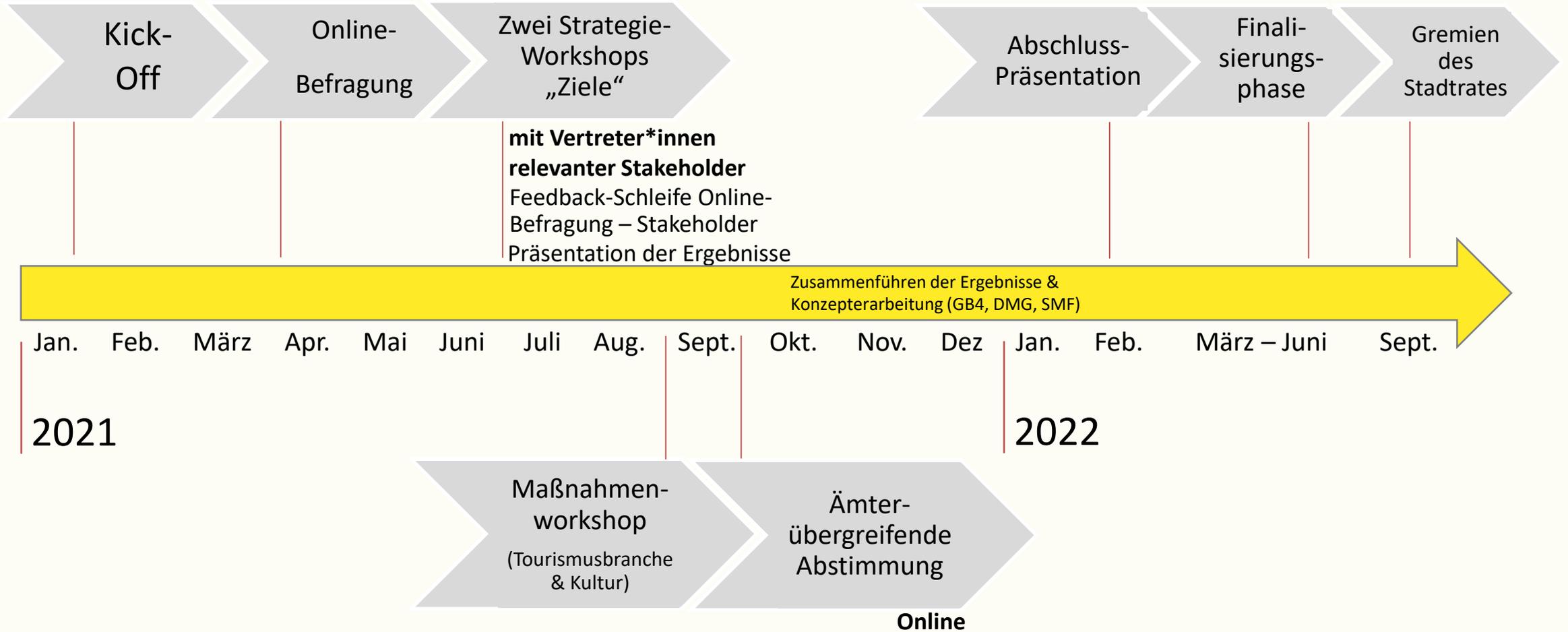
- Zielsetzung der Strategie
- Globale Trends und Zukunftsthemen im Tourismus
- Prozessbeschreibung der Erarbeitung
- Die Vision 2030
- Handlungsfelder, Ziele und ausgewählte Maßnahmen
- Schlüsselkompetenz Destinationsmanagement
- Fazit und Forderungen

# Zielsetzung der Strategie

## **Stärkung des Wirtschaftsfaktors Tourismus** unter der Maßgabe einer **nachhaltigen Entwicklung** zur **Sicherung der hohen Lebensqualität** in Dresden

- Rahmenbedingungen unterliegen Wandel: global, national, regional
- Standorte stehen im Wettbewerb um Gäste und Fachkräfte
- Corona-Pandemie und Preissteigerungen (Energie, Fachkräfte) erhöhen Transformationsdruck
- Zukunftsthemen im Tourismus erfordern Netzwerke und strategisches Management

# Prozessbeschreibung der Erarbeitung



mit Vertreter\*innen  
relevanter Stakeholder  
Feedback-Schleife Online-  
Befragung – Stakeholder  
Präsentation der Ergebnisse

Zusammenführen der Ergebnisse &  
Konzepterarbeitung (GB4, DMG, SMF)

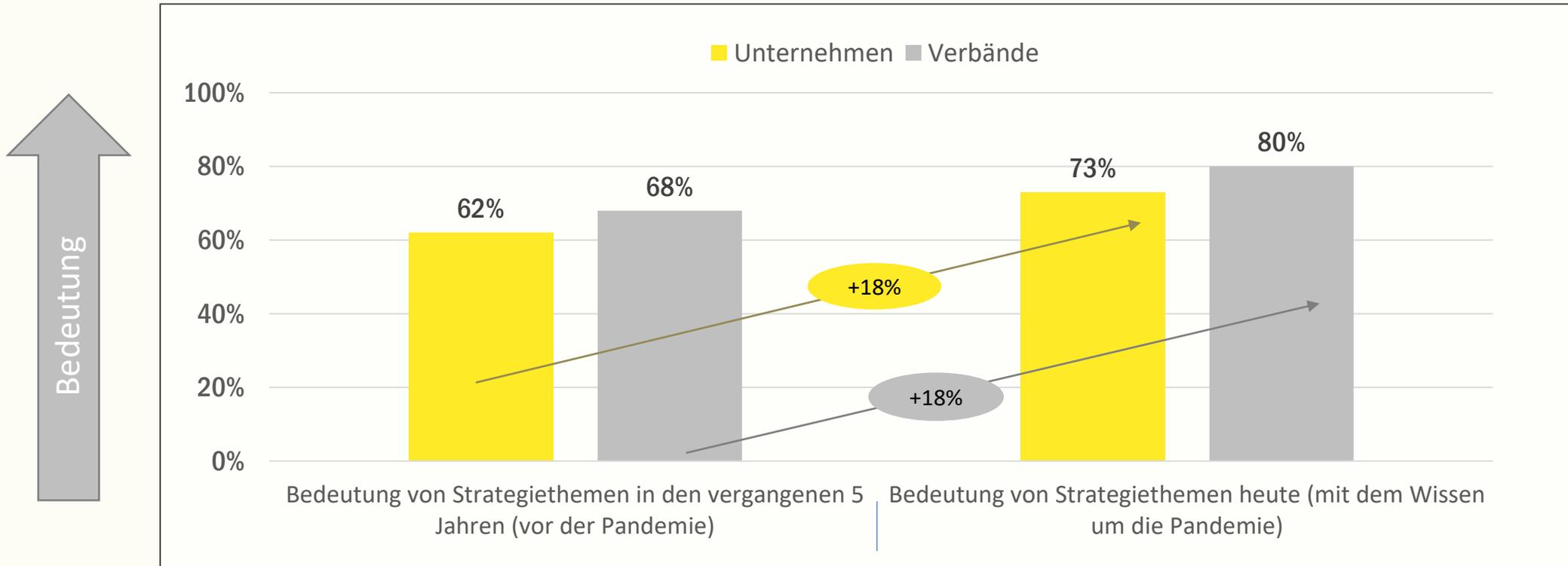
2021

2022



# Stakeholder-Befragung März / April 2021

## Wachsende Bedeutung von Strategiethemen für die Wettbewerbsfähigkeit Dresdens



Quelle: Stakeholder-Befragung Tourismusstrategie Dresden 2021, n=37 | n=14

# Stakeholder-Befragung online März / April 2021

*TOP-Handlungsfelder für die Landeshauptstadt Dresden in den nächsten fünf Jahren*

**55 Stakeholder**

**40 touristische Unternehmen  
15 touristische Verbände**

Ruf & Image  
der Stadt

Internationalisierung /  
Interkulturelle  
Kompetenz

Nachhaltiger  
Tourismus

Events mit  
(über-)regionaler  
Strahlkraft

Arbeitskräfte- &  
Fachkräfte-  
sicherung

Verkehrsinfrastruktur  
& Anbindung

# Die Vision 2030

*Dresden ist 2030 die wichtigste und **international strahlende Kultur-, Wissenschafts- und Wirtschaftsdestination** zwischen Berlin, Prag und Wroclaw, im Herzen Europas.*

*Die Landeshauptstadt Dresden ist eine wachsende, zukunftsgerichtet und grüne Stadt, die ihre Gäste und neue Bürger\*innen willkommen heißt. **Innovationsfreude und Nachhaltigkeit prägen ihren steten Wandel** und erhalten ihre besondere landschaftliche Schönheit und herausragende Aufenthaltsqualität.*

***Offenheit, Gastfreundschaft** und wechselseitiger **Respekt** sind Werte, die in der Stadt gelebt werden, über **Generationen und Nationalitäten** hinweg miteinander verbinden und zu einer **hohen Lebensqualität für alle** beitragen.*

# Handlungsfelder, Ziele und ausgewählte Maßnahmen

# Internationalisierung & Fachkräftegewinnung



Foto: Anja Schneider

*Dresdens Attraktivität als Aufenthaltsort für Gäste sowie Wohn- und Arbeitsort für neue Bürger\*innen steigern. Fachkräfte gewinnen.*

# Internationalisierung & Fachkräftegewinnung

## Maßnahmen

- Erweiterung des kommunalen „Welcome Centers“ zur aktiven Unterstützung der Fachkräftegewinnung durch zentrale Serviceanlaufstelle
- Ausbau der Mehrsprachigkeit und interkultureller Kompetenzen (Branche und Verwaltung)
- Gezielte Imagekampagnen für die Bereiche MICE \*, Standort und Tourismus im Zusammenspiel entwickeln und finanziell untersetzen
- Nutzung der Kultur, Wissenschaft, Wirtschaft und des Sports als Kommunikationsbotschafter für gelebte Internationalität (auch hier: Mehrsprachigkeit aller Online-Informationen!)
- Tourismusakzeptanz fördern, Kommunikation nach innen
- MICE-Geschäft\* stärken

\*MICE = Meetings, Incentives, Congresses, Events als Teil des Segments Geschäftsreisetourismus

# Ruf & Image der Stadt



Foto: Foto Frank Bierstedt (DML BY-NC)

*Dresdens Position als innovativen und internationalen Kultur-, Wirtschafts- und Wissenschaftsstandort stärken. Gemeinsames gelebtes Bekenntnis zur Internationalität und Vielfältigkeit der Stadt erreichen.*

# Ruf & Image der Stadt

## Maßnahmen

- Hohe Lebensqualität in der abwechslungsreichen und vielfältigen Stadt Dresden für Gäste und Einwohner\*innen gleichermaßen innovativ „erzählen“
- Multiplikator\*innen für Internationalität und Vielfalt gewinnen – in der Branche, Verwaltung, Politik und in der Bürger\*innenschaft
- Zeitgenössisches und vielfältiges Kunst- und Kulturschaffen verstärkt kommunizieren (Kreativwirtschaft, Clubkultur, freie Kulturszene, Galerien)
- Interdisziplinäre Projekte aus Kultur, Wissenschaft und Wirtschaft sichtbar und erlebbar machen

# Meetings – Incentives – Congresses – Events



© SKD, Foto: Oliver Killig

***2030: Für Kongresse und Veranstaltungen plant die Branche mit Dresden.***

*Dresden ist der Kongressstandort im Herzen Europas und Anlaufstelle für Menschen aus aller Welt, an dem die hohe Dichte an exzellenter Wissenschaft, die wirtschaftliche und kulturelle Vielfalt sowie die touristischen Standortvorteile zu einem einzigartigen Aufenthaltserlebnis führen.*

# Meetings – Incentives – Congresses – Events

## Maßnahmen

- Verstetigung der Finanzierung des Kongressakquisekonzeptes (mind. 250 TEUR / Jahr)
- Fortschreibung und Erweiterung des Kongressakquisekonzeptes zur Förderung des gesamten MICE-Geschäfts (aktuell: Kongresse / Tagungen ab 1.000 TN aufwärts – neue Voraussetzungen durch hybride Veranstaltungen, Trend zu kleineren Formaten mit exklusivem Charakter)
- Vernetzung der Akteur\*innen
- Forcierung des Themas Nachhaltigkeit und digitale innovative Produkte für einen zukünftigen MICE-Wettbewerbsvorteil

# Events mit überregionaler Strahlkraft



Foto: PR/Toni Kretschmer



Foto: DSC / Denis Trapp



Foto: Sebastian Weingart (DML-BY)

*Events in Kultur und Sport, Tagungs- und Kongressgeschäft für emotionale Begegnungen nutzen. Dresdens Potenzial für einzigartige Erlebnisse herausstellen.*

# Events mit regionaler und überregionaler Strahlkraft

## Maßnahmen

- Einwerbung und Unterstützung von Großveranstaltungen in Sport, Wissenschaft, Wirtschaft, Kultur inkl. Optimierung ämterübergreifender Genehmigungsverfahren
- Unterstützung und Entwicklung Open-Air-Veranstaltungen (z.B. Elbufer, Flutrinne)
- Weiterentwicklung Areal Ostragehege als internationaler Sport-, Messe- und Kongressstandort

# Nachhaltigkeit im Tourismus



Foto: Andre Wirsig (DML-BY-NC)

*Regionale Wirtschaftskreisläufe, klimaneutralen, umwelt- und sozialverträglichen Tourismus und die Resilienz der Tourismuswirtschaft fördern.*

# Nachhaltigkeit im Tourismus

## Maßnahmen

- Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie für den Tourismus in Dresden Elbland: aktuell in Erarbeitung durch die Dresden Marketing GmbH gemeinsam mit der Branche
  - übergeordnetes Ziel der Nachhaltigkeitsstrategie: Dresden Elbland als nachhaltige Tourismusdestination positionieren, hierzu braucht es ein Netzwerk sowie eine Koordinierungsstelle
- gesamte CO2-freie Customer Journey konzipieren und kommunizieren
  - Unterstützung und Koordinierung der Entwicklung nachhaltiger Angebote durch die DMG
- Strategien in Zusammenhang mit klimatischen und strukturellen Veränderungen in der Dresdner Innenstadt als touristischem Zentrum erarbeiten

# Öffentliche Infrastruktur / Verkehrsinfrastruktur



Foto: Karolin Kramheller

*Öffentliche Infrastruktur für sicheren und komfortablen Aufenthalt in der Stadt gewährleisten. Verkehrsanbindung optimieren.*

# Öffentliche Infrastruktur / Verkehrsinfrastruktur

## Maßnahmen

- Öffentliche Toiletten in ausreichender Menge an touristisch hoch frequentierten Orten bereitstellen
- Verbesserung der nationalen und internationalen Erreichbarkeit mit Verkehrsmitteln des Umweltverbundes
- Konzeption(en) Infrastruktur für Rad- und Wandertourismus, Reisebus- und Caravantourismus; sukzessiver strategischer Ausbau der Infrastruktur
- Ausbau der relevanten Informationen zu Mobilitätsangeboten (Fußgängerleitsystem mit Anknüpfung zu digitalem touristischen Informationsportal einschl. Fahrradleitsystem, E-Mobilität etc. umsetzen)
- Touristische Mobilitätsangebote in die Region stärken

# Digitalisierung



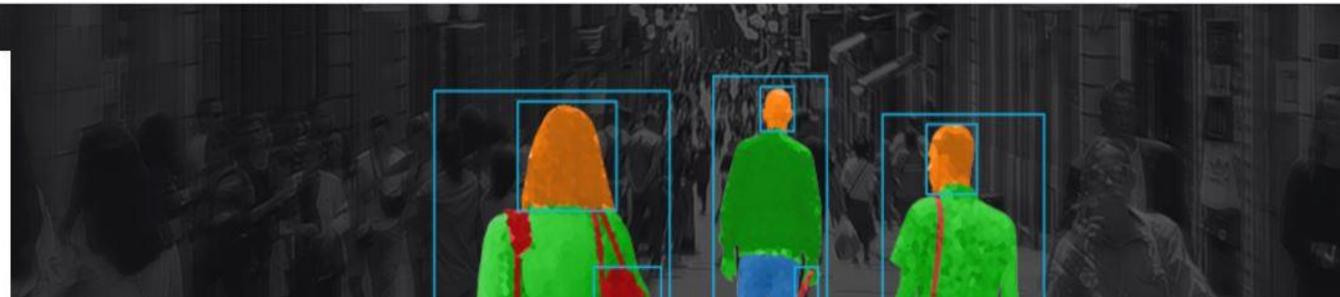
f t v i 🗨️ 🔍 SEARCH EN ▾

YOUR VISIT **EXHIBITIONS** GUIDED TOURS COLLECTIONS & RESEARCH ABOUT US

ARTIFICIAL INTELLIGENCE PERMANENT EXHIBITION CHILDREN'S MUSEUM PREVIEW ARCHIVE

## ARTIFICIAL INTELLIGENCE

Machine Learning Human  
Dreams



Ausschnitt Grafik: schech.net

*Datenmanagement über die gesamte touristische Customer Journey, barrierefreien Infoservice für vielfältige Interessen vorantreiben. Gäste und Einwohner\*innen zusammen denken.*



# Digitalisierung

## Maßnahmen

- Digitalisierungsmaßnahmen auf Destinationsebene auskömmlich finanzieren
  - Personal- und Kompetenzentwicklung,
  - Investitionen,
  - Programmmanagement und -ausführung
- Umfassend und dauerhaft Daten in der Destination managen
- Kunden mit Inhalten (Content) über jeweils geeignete Kanäle ansprechen
- Netzwerk für Kompetenzvermittlung, Impulse und Innovationen aufbauen
- Anpassung der Leistungsausschreibung des Touristischen Vertriebs in 2023 für 2026 ff.



# Schlüsselkompetenz Destinationsmanagement

## Stärkung der Destinationsmanagementkompetenz der Dresden Marketing GmbH

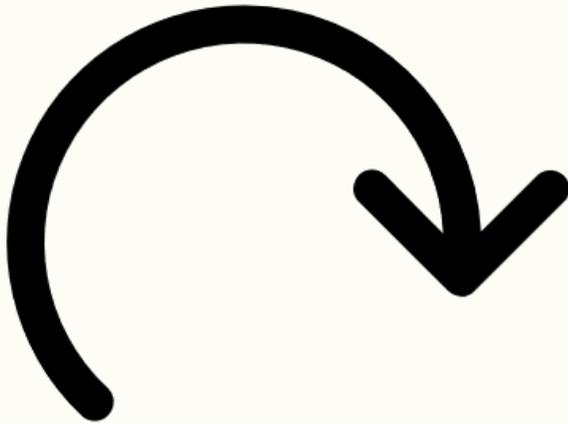
- Unternehmensentwicklung
- Verschränkung Marketing, Tourismusinformation und Vertrieb unter Weiterentwicklung der Struktur DIG und DMG
- Weiterentwicklung der Servicequalität im Tourismus
- Verschränkung des Tourismus- und Standortmarketings zur Unterstützung der Fachkräftegewinnung
- Netzwerkschnittstelle für alle Stakeholder: Zusammenspiel aller Akteuer\*innen: Netzwerk aufbauen, Kommunikationsformate, Schulungen, Austausch

# Schlüsselkompetenz Destinationsmanagement

## Verwaltung: Funktionalität des (Tourismus-)Standorts sichern

- Transparenz des tourismusrelevanten Verwaltungshandelns gegenüber Tourismusbranche und weiteren Stakeholdern sichern
- Wichtige Rolle des Tourismus in und für Dresden wertschätzen und als Querschnittsaufgabe wahrnehmen > konsequentes Eintreten für den Erhalt und die Verbesserung der Aufenthaltsqualität im Stadtraum
- Regelmäßige Veranstaltungsformate (in Zusammenarbeit mit der DMG) mit dem Ziel der Vernetzung und Sicherung des Wissenstransfers

# Wie geht es weiter?



- *Diskussion und Beschlussfassung Strategie durch Stadtrat 2022*
  - *Setzung des politischen Rahmens für tourismusrelevante Entscheidungen auf kommunaler Ebene*
- *Schaffung einer grundlegenden Finanzierung tourismusrelevanter Maßnahmen auf kommunaler Ebene > z. B. Tourismusfonds aus den Einnahmen der Beherbergungssteuer*
- *Ziel: Erhöhung der jährlichen Einlage in die Kapitalrücklage der DMG um 1,1 Mio Euro (aktuell für DHH 23/24: Mehrbedarf 350 TEUR bestätigt für Kongressakquise und Internationale Imagekampagnen)*
- *Verstetigung der Netzwerkarbeit der Tourismusakteur\*innen mit der Verwaltung der Landeshauptstadt*

**Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit! Haben Sie Fragen?**



© Museen der Stadt Dresden, Foto: Franz Zadniecek