

A n t r a g

der Fraktion der AfD

„Tourismusstrategie Thüringen 2035“ zukunftsfähig gestalten - Qualität steigern, Identität bewahren, Wertschöpfung ermöglichen

I. Der Landtag stellt fest:

1. Die bisherige „Tourismusstrategie Thüringen 2025“ hat die strukturellen Defizite im Thüringer Tourismus nicht wirksam beheben können.
2. Die Trennung zwischen allgemeinem Landesmarketing („Das ist Thüringen“) und spezifischem Tourismusmarketing („Thüringen entdecken“) hat dazu geführt, dass bislang keine einheitliche, kraftvolle Markenidentität entwickelt werden konnte.
3. Die bisherige Tourismusmarke „Thüringen entdecken“ verfügte über keine klare emotionale Ansprache, kein unverwechselbares Alleinstellungsmerkmal und keine ausreichende Bindung an die kulturelle und historische Identität Thüringens; sie blieb im Vergleich zu erfolgreichen Tourismusmarken anderer Länder blass und beliebig.
4. Die Organisationsstruktur des Thüringer Tourismus ist weiterhin vielgliedrig und ineffizient; klare Aufgaben- und Kompetenzverteilungen zwischen Land, Regionen und Kommunen einerseits und zwischen den verschiedenen institutionellen Akteuren (Ministerium, Thüringer Tourismus GmbH, Destination Management Organisationen und so weiter) andererseits fehlen.
5. Die touristische Wertschöpfung in Thüringen ist trotz vorhandener Potenziale unterdurchschnittlich und genügt nicht den Anforderungen eines wirtschaftlichen Leitsegments.
6. Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für Tourismus- und Gastronomiebetriebe haben sich durch politische Fehlentscheidungen, wie überzogene Corona-Maßnahmen, überhöhte Steuern und Abgaben, ausufernde Bürokratie (beispielsweise Verordnung (EG) Nr. 852/2004 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 29. April 2004 über Lebensmittelhygiene, Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz, Brandschutzbestimmungen), Fachkräftemangel infolge fehlgesteuerter Arbeitsmarktpolitik (Bürgergeld, starre Arbeitszeitregelungen) sowie stark gestiegene Energiekosten erheblich verschlechtert.

7. Investitionsstaus bei touristischer Infrastruktur und immer noch zu wenige Angebote an insbesondere Gastronomie und Beherbergung hemmen die Weiterentwicklung Thüringens hin zu einem Spitzen-Reiseziel.
 8. Die Gästezufriedenheit bewegt sich nach wie vor lediglich auf durchschnittlichem Niveau, wodurch Wiederbesuchs- und Weiterempfehlungsraten stagnieren.
 9. Bekanntheit und Sichtbarkeit Thüringens als Reiseziel sind unzureichend ausgeprägt; der Freistaat Thüringen bleibt im nationalen und internationalen Wettbewerbsvergleich zurück.
 10. Thüringen besitzt als Tourismusland erhebliche Potenziale, darunter Alleinstellungsmerkmale, wie eine außergewöhnliche Dichte an UNESCO-Welterbestätten, national wie international bedeutende Kulturgüter, weitläufige Natur- und Erholungsräume, eine zentrale Lage im Herzen Deutschlands und Europas sowie traditionsreiche Handwerkskunst und Gastronomie; diese werden jedoch nach wie vor unzureichend ausgeschöpft.
 11. Eine bloße Fortschreibung der alten Tourismusstrategie wird nicht ausreichen, um den Thüringer Tourismus als Leitökonomie zu etablieren. Vielmehr bedarf es neben einer konzeptionellen Neuausrichtung auch der grundlegenden Verbesserung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen.
- II. Die Landesregierung wird aufgefordert, bei der Erstellung der „Tourismusstrategie Thüringen 2035“ folgende tourismuspolitische Anliegen zu berücksichtigen:
1. Die kulturelle Eigenart und Identität Thüringens soll authentisch vermarktet werden.
 2. Landes- und Tourismusmarketing sollen mit einer einheitlichen Vermarktungsstrategie und einer einheitlichen Marke zusammengeführt werden.
 3. Eine neue „Thüringen-Marke“ soll in Anknüpfung an das „Grüne Herz“, aber ohne den einseitigen Fokus auf das Reisemotiv Natur etabliert werden, vorzugsweise „Thüringen: Herzstück Deutschlands“; bei der Markenbildung sollen neben der Natur auch Thüringens Traditionen und Angebote in den Bereichen Wirtschaft, Wissenschaft, Kultur und Sport berücksichtigt werden.
 4. Die Kooperation mit Thüringer Unternehmern (Mittelständlern, Familienunternehmern, Handwerkern, Landwirten, Gastwirten, Hoteliers und so weiter) im Vermarktungsbereich soll intensiviert werden; die Thüringer Bürger sollen als Botschafter ihrer Heimat begriffen werden.
 5. Anstatt einseitig „Leuchtturmprodukte“ zu vermarkten, soll stärker auf umfassendere touristische Kategorien abgehoben werden, wobei nicht nur einzelne Reiseziele, sondern Themen und Ereignisse als Reiseanlässe im Vordergrund stehen sollen.
 6. Eine Ausbildungsoffensive und eine Imagekampagne für die Gastronomie sollen ins Werk gesetzt werden.

7. Professionalitätsschulungen für touristische Dienstleister sollen gefördert werden.
 8. Politische und wirtschaftliche Akteure sollen für die Bedeutung des Tourismus als Leitökonomie sensibilisiert werden.
 9. Eine „Thüringer Gästekarte“ soll eingeführt werden, welche die kombinierte Nutzung von Tourismus- und Freizeitangeboten und des Nahverkehrs in Thüringen unkompliziert ermöglicht.
 10. Die neu einzuführende „Thüringer Gästekarte“ soll an alle Thüringer Familien mit drei oder mehr Kindern kostenfrei ausgegeben werden.
- III. Die Landesregierung wird aufgefordert, zur Stärkung des Tourismus
1. die Förderung des Ausbaus der touristischen Infrastruktur in Thüringen zu priorisieren und dabei auch die kostengünstige und flächendeckende Verfügbarkeit des öffentlichen Personennahverkehrs auszubauen;
 2. die auskömmliche Finanzierung der Kommunen sicherzustellen, sodass diese in die Lage versetzt werden, den Tourismus als freiwillige Aufgabe im Spannungsfeld kommunaler Obliegenheiten dauerhaft zu fördern;
 3. den weiteren Ausbau der Windindustrie in Thüringen zu stoppen, um das Landschaftsbild nicht weiter zu zerstören und die Attraktivität Thüringens als Reiseziel zu erhalten;
 4. sich auf Bundesebene für die dauerhafte Senkung der Umsatzsteuer auf Speisen und Getränke in Restaurants auf sieben Prozent einzusetzen und zwischenzeitlich über geeignete Fördermaßnahmen die Mehreinnahmen des Landes aufgrund der seit 1. Januar 2024 erfolgten Steuererhöhung auf 19 Prozent in Tourismus und Gastronomie zu reinvestieren;
 5. sich für das Ende der fehlgeleiteten Mobilitätswende und die Aufhebung des Verbrennungsmotorverbots der Europäischen Union ab dem Jahr 2035 einzusetzen, um nicht der individuellen Mobilität als Voraussetzung für Reisen nach Thüringen entgegenzuwirken;
 6. sich für eine Abschaffung des Bürgergelds und den Ersatz durch eine aktivierende Grundsicherung sowie eine Flexibilisierung der Arbeitszeitregelungen (Wochenhöchst- statt Tageshöchst- arbeitszeit) einzusetzen, um dem Arbeitskräfteengpass, insbesondere in der Gastronomie und Hotellerie, entgegenzuwirken;
 7. sich für umfassende Steuer- und Abgabensenkungen sowie die Vereinfachung des Steuerrechts einzusetzen, um den Druck auf Unternehmen allgemein zu verringern;
 8. sich auf allen Ebenen für den Abbau überbordender Bürokratie (insbesondere Abschaffung von Berichtspflichten und Lieferkettennachweisen, Vereinfachung überzogener Hygienevorschriften und Rücknahme ständig verschärfter Brandschutzbestimmungen) einzusetzen.

Begründung:

Die bisherige „Tourismusstrategie Thüringen 2025“ hat zentrale Herausforderungen verfehlt: Thüringen bleibt hinter seinen Möglichkeiten als Tourismusland zurück mit geringer Sichtbarkeit und Bekanntheit, durchschnittlicher Gästezufriedenheit, schwacher Wertschöpfung und ineffizienten Strukturen.

Angesichts der anhaltenden Schwächen und ungenutzten Potenziale darf sich die geplante „Tourismusstrategie Thüringen 2035“ nicht auf kosmetische Änderungen, wie die Rückkehr zum Slogan „Grünes Herz Deutschlands“, beschränken. Vielmehr bedarf es eines umfassenden Gesamtkonzepts, das den Tourismus als Leitökonomie, insbesondere im ländlichen Raum, etabliert.

Politische Fehlentscheidungen haben Thüringens Tourismusbranche und das Gastgewerbe schwer geschädigt: Überzogene Coronamaßnahmen, steigende Energiepreise, ausufernde Bürokratie und verfehlte Arbeitsmarktpolitik haben die wirtschaftlichen Grundlagen untergraben. Das gebrochene Versprechen des damaligen Bundeskanzlers, die Steuerlast dauerhaft zu senken, hat das Vertrauen der Branche weiter erodieren lassen.

Deshalb muss die „Tourismusstrategie Thüringen 2035“ grundlegend neue Weichen stellen. Neben einer konzeptionellen Neuausrichtung – insbesondere durch eine klare, emotional ansprechende Profilierung Thüringens als Herzstück Deutschlands, Investitionen in touristische Infrastruktur und die Schaffung einer schlagkräftigen Dachmarke – muss auch die Verbesserung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen Priorität erhalten. Dazu gehören Steuer- und Abgabensenkungen, eine aktivierende Sozialpolitik sowie der entschlossene Abbau bürokratischer Belastungen. Die landschaftliche Attraktivität muss durch einen sofortigen Stopp des Windkraftausbaus bewahrt und die individuelle Mobilität durch die Abkehr von der „Verkehrswende“ und vom Verbrennungsmotorverbot gesichert werden.

Nur durch eine konsequente Doppelstrategie – die Verbindung eines hochwertigen touristischen Angebots mit verbesserten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen – kann Thüringen seine Potenziale voll entfalten, neue Wertschöpfung erzielen und sich im Wettbewerb erfolgreich behaupten.

Mit dem vorliegenden Antrag wird sichergestellt, dass der laufende Strategieprozess umfassend genutzt wird, um nicht nur die touristischen, sondern auch die allgemeinwirtschaftlichen Grundlagen für einen erfolgreichen Thüringentourismus zu verbessern.

Für die Fraktion:

Muhsal