

Quartalsbericht 1/2024

Bericht der Geschäftsführung über den
Gang der Geschäfte und die Lage des
Unternehmens

Quartalsbericht

Bericht der Geschäftsführung über den Gang der Geschäfte und die Lage des Unternehmens gemäß § 10 Abs. 3 Gesellschaftsvertrag im 1. Quartal 2024

Sehr geehrter Herr Aufsichtsratsvorsitzender,
sehr geehrte Mitglieder des Aufsichtsrates,

entsprechend dem Gesellschaftsvertrag übersende ich Ihnen mit Stand 27.03.2024 den nachfolgenden Bericht des Geschäftsführers der Thüringer Tourismus GmbH.



Christoph Gösel
Geschäftsführer

Zentrale Dienste

Verwaltung	2
Personal	2
Finanzen	2

Umsetzungsmanagement

Tourismusstrategie	3
DMO-Treffen TMWWDG, TTG, DMOs	3
B2B-Event Berlin 2024	4
Laufende Marktforschung- und Analyse	4
Landesweite Gästebefragung	4
Regelmäßiger Marktforschungsnewsletter	4
Auswertung angekaufter Studien	5
Aufbereitung der amtlichen Statistik	5
Seitenaufrufe Tourismusnetzwerk Thüringen	5

Unternehmenskommunikation

Gesamtsteuerung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	6
Pressemitteilungen	6
Journalistische Anfragen und Zuarbeiten	6
Pressetermine	6
Einzelrecherchereisen	6
Gruppen-Pressereise „Auffallend ausgeglichen“	7
Thüringen-Touren für DFB-Presse (Euro 2024)	7
Medienbeobachtung/ Monitoring	7
Konzeption/ Umsetzung der Unternehmenswebsite	7

Marke & Kommunikation

Kampagne „Auffallend ausgeglichen“	9
Kampagne „So einzigartig wie Du“	9
Content-Produktion	10

Soziale Netzwerke	10
Online/ Suchmaschinenmarketing	11
Lokale Präsentationen	11
ITB 2024	11
B2B-Marketing	12
Digitaler Kulturreiseführer Thüringen/ Tour Burgenland	13
Auslandsmarketing	13
Marktübergreifendes Auslandsmarketing	13

Digitale Transformation

Weiterentwicklung ThüCAT	14
Systembetrieb ThüCAT	14
Systembetrieb Content-Datenbank	14
Nutzung des Thüringer Websitebaukastens	15
Systembetrieb Thüringen buchen	15
Einführung TSmart	16
Thüringen buchen Anwendertreffen	16

Innovation & Qualität

Beratung Wissenstransfer	17
Wissenscommunities	18
TIs im Austausch	19
Markenbotschafter	19
Themenkoordinierung Barrierefreier Tourismus	19
Datenerhebung	19
Der perfekte Tag	20
First Date Tourismus	20
Kulinarik/ Die perfekte Mahlzeit – so i(s)t Thüringen	21
Tourismusnetzwerk Thüringen	21
Netzwerk Nachhaltigkeit	22
Nachhaltigkeitsnavigator	22
Wissen und Netzwerk	22
Wegemanagement/ ADFC-Klassifizierung	22
Kulinarische Radtouren	23
Radwegemanagement	23
Wegeprüfung	24
Wanderwegekoordination	24
Wegewarteschulungen	24
Tagesgeschäft Convention Bureau Thüringen	24
Aufbau Website Convention Bureau Thüringen	24
Aufbau Workflow Convention Bureau Thüringen	24
Marktpräsenz Convention Bureau Thüringen	25
Netzwerk & Systempartnerschaften Convention Bureau	25

Zentrale Dienste

Verwaltung

Die Aufstellung des Verwendungsnachweises für das Jahr 2023 erfolgte im Januar 2024. Die Übermittlung des Verwendungsnachweises an das TMWWDG und die Aussprache erfolgten im Februar 2024. Die Übermittlung des Verwendungsnachweises an das TMWWDG und die sich daraus ergebende Rückzahlung von T€ 17 erfolgte im Februar 2024. Der Mittelabruf im Jahr 2023 entsprach dem Niveau des Zuwendungsbescheides und der Planungen.

Gleichzeitig erfolgte die Aufstellung und Prüfung des kaufmännischen Jahresabschlusses für das abgelaufene Geschäftsjahr. Der Abschluss der Prüfung und die Ausfertigung des Prüfungsberichtes ist für April 2024 geplant.

In der Aufsichtsratssitzung des Unternehmens vom 05.03.2024 wurde dem Aufsichtsrat über das vergangene Geschäftsjahr, aktuelle Vergaben, die Innenrevisionen 2022 und 2023 sowie die aktuellen Entwicklungen im Unternehmen berichtet.

Personal

Zum Jahresende 2023 endete die Elternzeitvertretung von Frau Theresa Wolff, somit ist Frau Wolff an ihren angestammten Arbeitsplatz zurückgekehrt und hat ihre Tätigkeit wieder vollends aufgenommen. Herr Lennart Würtzler war seit dem 01.10.2023 als Dualer Student in der TTG beschäftigt. Er hat zum 31.03.2024 die TTG auf eigenen Wunsch verlassen, da er auch sein Studium an der IU zu diesem Datum beendet hat. Gemeinschaftlich mit dem TMWWDG wurde eine Personalentwicklungsmaßnahme geplant, welche im 2. Halbjahr umgesetzt werden soll.

1

Thüringer Tourismus GmbH
vorläufige Gewinn- und Verlustrechnung
für die Zeit vom 01. bis 31.03.2024

	2024 Ist	2024 Plan
	01.01.-31.03.	
	T EUR	T EUR
1. Umsatzerlöse	41	356
2. Sonstige betriebliche Erträge	1.160	6.425
	1.201	6.781
3. Materialaufwand		
a) Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren	-	1
b) Aufwendungen für bezogene Leistungen	-	-
	-	1
4. Personalaufwand		
a) Löhne und Gehälter	494	1.864
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung (davon für Altersversorgung EUR 10.165,71)	106	435
	600	2.299
5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	169	585
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	763	3.894
7. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	-	-
8. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-	1
9. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	- 331	1
10. Sonstige Steuern	1	1
11. Jahresfehlbetrag/-überschuss	- 332	-

Zwei Kolleginnen zeigten zum Ende des Quartals bevorstehende Elternzeiten an. Zum 19.03.2024 begannen die Schlichtungsverhandlungen zur Betriebsvereinbarung eines Lohnsystems, welche durch die Geschäftsführung bereits im März 2023 angeregt wurden.

Finanzen

Der Haushalt wird planmäßig bewirtschaftet. Die voraussichtlichen Ausgaben für das neue Finanzbuchhaltungssystem

sowie weitere Maßnahmen entsprechen der Unternehmensplanung. Die Finanzierungsstruktur wurde im Jahr 2024 umgestellt. Der Mittelzufluss erfolgt über einen Geschäftsbesorgungsvertrag und einen Zuwendungsbescheid.

Bis zum Quartalsende wurde der Mittelabruf nur auf Basis des Geschäftsbesorgungsvertrages vorgenommen. Dadurch stellte sich das Ergebnis der Gewinn- und Verlustrechnung wie folgt dar:

► [Abbildung 1](#)

Umsetzungsmanagement

Tourismusstrategie 2025

Projekt: 22019

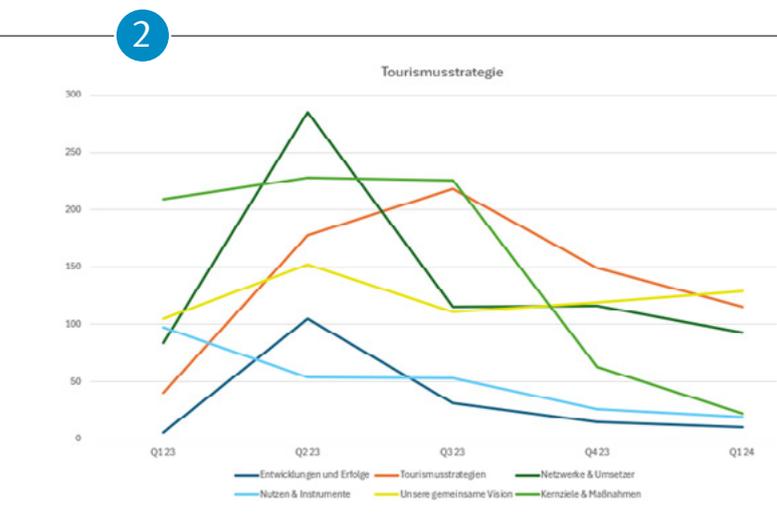
Budget: kein separates Budget geplant

Die Maßnahmenteams zur Umsetzung der festgelegten Maßnahmen aus der TST2025 wurden moderiert und der Umsetzungsstand festgehalten. Es gab einen gemeinsamen Termin der Maßnahmenteamverantwortlichen unter Moderation der TTG, um die Abstimmung unter den Teams zu gewährleisten und zu fördern. In den einzelnen Teams (Marktforschung und Betriebe) gab es Termine mit allen Teammitgliedern, bei welchen die erreichten Maßnahmen präsentiert wurden, offene Punkte diskutiert und die weitere Vorgehensweise besprochen wurden. Für die Teams Ansiedlung und Tourismusbewusstsein sind diese für April geplant. Das Team Nachhaltigkeit hat seine Punkte beim TMUEN zur Einbindung in die Nachhaltigkeitsstrategie eingebracht. In Vorbereitung der nächsten Steuerungsgruppe am 23.05.24 werden in den Teams weitere Meilensteine zur Umsetzung festgelegt.

U.a. wurden die Zuständigkeiten und Schlagworte im TNT neu angelegt als landesweiter „Zuständigkeitsfinder“, die Marktfor-schungsbedarfe abgestimmt und die Argumentationsgrundlage für die Nachhaltigkeitsstrategie erarbeitet.

Seitenaufrufe Tourismusnetzwerk

Im Tourismusnetzwerk Thüringen werden die Seiten zur Tourismusstrategie gepflegt. In folgendem Diagramm ist der Verlauf der Seitenaufrufe dargestellt. ▶ [Abbildung 2](#)



DMO-Treffen TMWWDG, TTG, DMOs

Projekt: 90158

Budget: kein separates Budget geplant

Am 20.03.2024 fand die erste DMO-Runde des Jahres statt. Diese wurde in den Räumlichkeiten der Thüringer Tourismus GmbH abgehalten. ▶ [Abbildung 3](#) Die Abteilungsleiter der TTG stellten ihre aktuellen Projekte vor. Zudem wurde das Thema „Reisen für Alle“ ausführlich besprochen, da es Änderungen in den Zuständigkeiten geben wird. Um in Zukunft die Regionen besser kennenzulernen bzw. den Regionen die Möglichkeit zu geben, sich zu präsentieren, werden die weiteren DMO-Runden in den Regionen stattfinden.

Inhalte der DMO-Runde waren u.a. die Themenstruktur der Abteilung Innovation & Qualität der TTG, Komfortdenker und Nachhaltigkeit. Es wurden die Marketingkampagnen 2024 vorgestellt, außerdem die neuen Widgets in der ThüCAT zum Eventkalender und zum Kartenmodul.

Die Arbeitspläne der DMO zur Förderung wurden abgeglichen und Überschneidungen sowie best practice vorgestellt. Die aktuellen Marktforschungsdaten wurden präsentiert.

B2B Event Berlin 2024

Projekt: 23016
 Budget Plan: 50.000,00 €
 Budget Ist: 54.839,00 €

Im Auftrag des Referat 24 des TMWWDG hat die TTG ein B2B-Event im Rahmen der ITB organisiert. Das B2B-Event lief unter dem Namen „Thüringen-Abend“ und fand im Queens45 in Berlin statt. Insgesamt konnten 101 Gäste begrüßt werden.

Ziel des „Thüringen-Abends“ war die Vernetzung der touristischen Akteure und die Vorstellung der 11 Thüringer Reise-regionen. Pro Tisch präsentierte sich je eine Region, stellte ihre Besonderheiten vor und begeisterte mit kulinarischen Köstlichkeiten. Der Aufbau ähnelte einem Casino.

Der Gästekreis bestand u.a. aus Reiseveranstaltern und Pressevertretern, sodass die DMOs Kontakte für weitere Kooperation knüpfen konnten. Die Regionen bestachen mit Partnern wie der Nordhäuser Traditionsbrennerei, Bäcker Helbing, Weidaer Kuchenfrau u.a. ► [Abbildungen 4–7](#)

Laufende Marktforschung – Landesweite Gästebefragung

Laufende Tätigkeit: 90009
 Budget Plan: 123.000,00 €
 Budget Ist: 31.543,61 €

Thüringenweit konnten bereits 4.132 Übernachtungsgäste befragt werden, dies entspricht 91,9% des Zielwertes. Die Gästebefragung läuft in den Regionen sehr unterschiedlich. Erfurt, Thüringer Rhön, Thüringer Wald, Thüringer Vogtland und Weimar haben bereits den Zielwert von 400 erreicht.

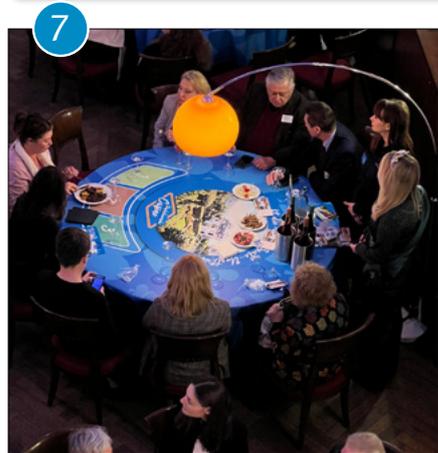
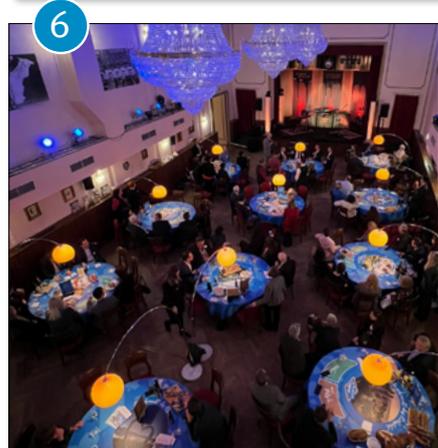
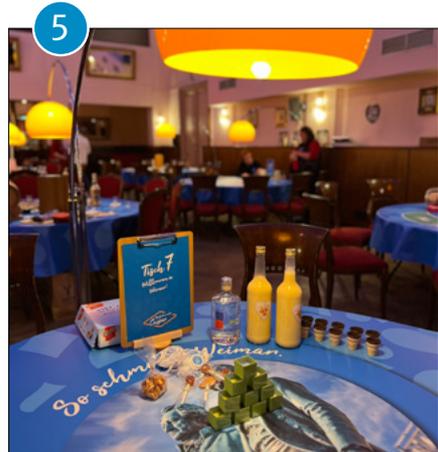
In anderen Regionen muss mit einer Vor-Ort Befragung nachgeholfen werden. Die Befragung läuft noch bis Mitte Mai 2024.



8

Zielwerte und Befragte nach Region

Region, Reisegebiet	Stichprobe 07.03.24 ⁴	Anteil am Zielwert ⁵
Altenburger Land	244	61,0%
Eichsfeld	82	20,5%
Erfurt	618	154,5%
Thüringer Rhön	181	100,9%
Saaleland	214	62,9%
Südharz-Kyffhäuser	98	24,5%
Thüringer Wald	813	203,3%
Thüringer Vogtland	239	120,8%
Weimar	607	151,8%
Weimarer Land	151	37,8%
Welterregion	329	82,3%
Thüringen gesamt	3599	91,9%
Saale-Unstrut grenzü.	454	113,5%
Rhön grenzübergreifend	330	82,5%
Vogtland grenzübergreifend	383	95,8%



Die Auswertung der Gästebefragung wird im August an die Öffentlichkeit gehen, anschließend organisiert die TTG einen Auswertungsworkshop mit den DMO, um konkrete Ergebnisse und Projekte aus der Befragung zu ziehen und gemeinsam mit dem Minister gibt es voraussichtlich im Oktober eine Pressekonferenz.

Aktuell wurde thüringenweit mit Stand 07.03.2024 folgende Stichprobe erreicht: ► [Abbildung 8](#)

Regelmäßiger Marktforschungsnewsletter

Im Sinne des Wissenstransfers an die Thüringer Tourismuspartner wurden regelmäßig im Tourismusnetzwerk Thüringen (TNT) ► [Marktforschungsnewsletter](#) sowie weitere relevante Beiträge zur Marktforschung veröffentlicht. Im 1. Quartal wurde das Thema Jahresbilanz 2023 behandelt.

Auswertung angekaufter Studien

Die Thüringer Tourismus GmbH kauft relevante Studien an. Eine Auswertung und Darstellung der Kernergebnisse ist von vielen Partnern im Land gewünscht. Daher plant die TTG einen Workshop, wo die Studien DestinationBrand 23 und die Reiseanalyse ausgewertet werden.

Im Anschluss soll in regelmäßigen Abständen ein digitales Format stattfinden, in dem aktuelle Marktforschungsdaten vorgestellt und ausgewertet werden.

Aufbereitung der amtlichen Statistik

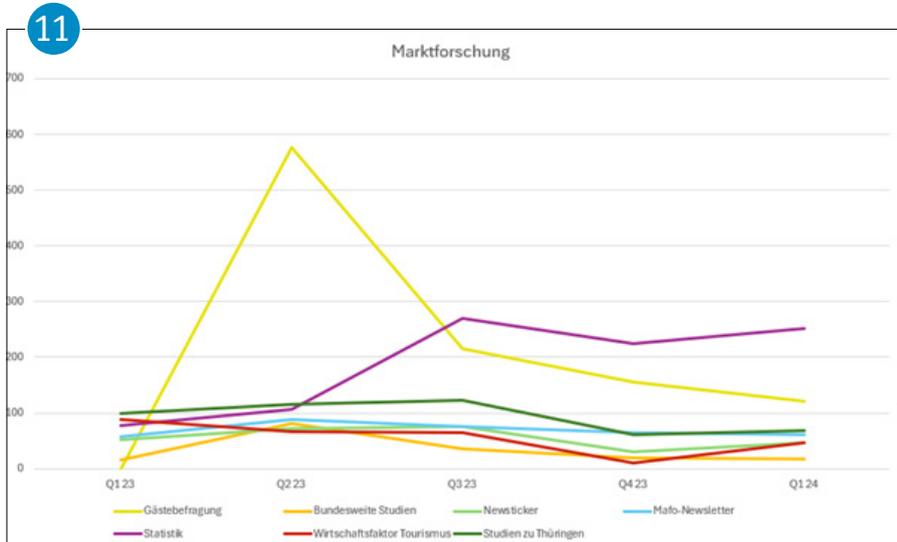
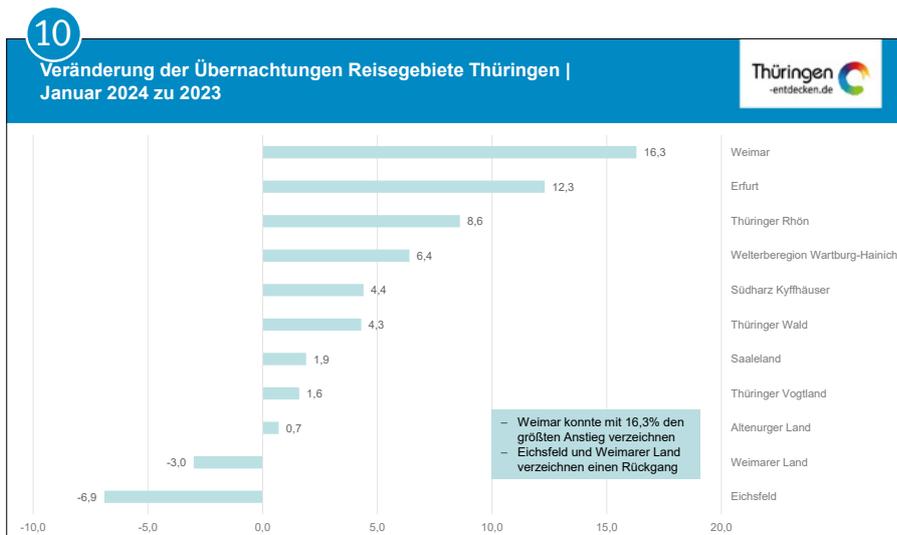
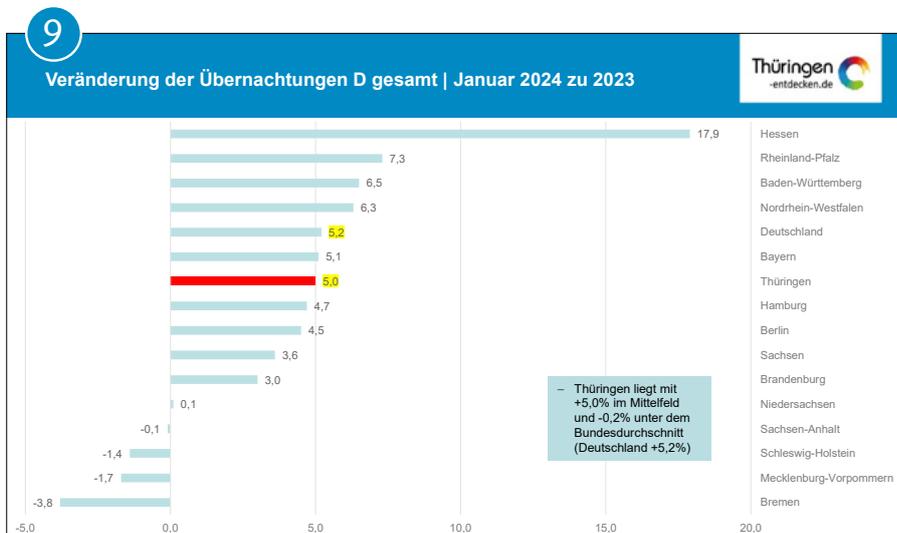
Anhand der Monatsstatistiken vom Thüringer Landesamt sowie Statistischen Bundesamt werden monatlich die Übernachtungs- und Ankunftsdaten für Thüringen beobachtet und ausgewertet sowie die Branchenentwicklung im Deutschlandvergleich.

Eine [Aufbereitung der Statistiken](#) für die Thüringer Tourismuspartner erfolgt monatlich im Thüringer Tourismusnetzwerk. Die letzten vorhandenen Daten vom Statistischen Bundesamt sind vom Januar 2024. [▶ Abbildungen 9–10](#)

Seitenaufrufe im Tourismusnetzwerk Thüringen

Im Tourismusnetzwerk Thüringen werden die Seiten zur Marktforschung von der Abteilung Umsetzungsmanagement der Thüringer Tourismus GmbH gepflegt.

Darüber hinaus werden Beiträge zu aktuellen Studien geschrieben und im Netzwerk veröffentlicht. [▶ Abbildung 11](#)



Unternehmenskommunikation

Gesamtsteuerung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Projekt: 90040
Budget Plan: 55.000,00 €
Budget Ist: 11.630,90 €

Pressemitteilungen

Zum Stand 31.03.2024 hat die Pressestelle der Thüringer Tourismus GmbH 17 Pressemitteilungen versendet.

Diese stammen sowohl solitär aus dem eigenen Haus, sind aber auch in Zusammenarbeit mit (Projekt-)Partnern entstanden, z.B. dem TMWWDG, der TSK, touristischen Partnern aus Thüringen sowie der Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH.

Die veröffentlichten Themen breiten sich dabei über die Fachabteilungen der TTG aus, z.B. auszugsweise

- ▶ Marketing und Kommunikation: Mitteilungen zu den Messeteilnahmen an der CMT in Stuttgart, der Grünen Woche sowie der ITB in Berlin, die Auszeichnung des Drohnen-Werbeclips (Wartburg), die Kampagnenthemen 2024, das Jubiläum „500 Jahre Bauernkrieg“ sowie die neue Erlebnistour der App „Thuringia.MyCulture.“,
- ▶ Innovation & Qualität: Mitteilungen zu Deutschlands schönstem Wanderweg (Beginn der diesjährigen Publikumswahl), zu den neuen Markenbotschaftern (Toskana Therme, Hochrhöner), zur Barrierefreiheit (Special Olympics Nationale Spiele), sowie dem Trekking-Award (Rennsteig als „schönster Fernwanderweg“),

- ▶ Umsetzungsmanagement und Unternehmenskommunikation: Mitteilung zu den Übernachtungszahlen samt Jahresrückblick 2023,
- ▶ Allgemein: Vorschau zu den Veranstaltungshöhepunkten in Thüringen (ab März) sowie die Kooperation mit dem German Convention Bureau

Um uneingeschränkt DSGVO-konforme Kontakte zu touristischen Medien aus Deutschland gewährleisten zu können, nutzte die Pressestelle der Thüringer Tourismus GmbH die PR-Software „zimpel“, ein Unternehmen der Gruppe „news aktuell“, zum Versenden der Mitteilungen.

Journalistische Anfragen und Zuarbeiten

Die journalistischen Anfragen im ersten Quartal 2024 beschäftigten sich unter anderem mit den Themen: UNESCO-Stätten in Thüringen, Rad- und Wanderwege, E-Bike-Tourismus, Parks und Gärten in Thüringen (im Kontext der Thüringen Ausstellung), Sport und Tourismus (Auswirkungen Biathlon WM 2023), Markenbotschafter, TTG-Kampagnen und Präsentationen (ITB), sowie Veranstaltungen und Höhepunkte 2024.

Die Pressestelle recherchierte hierzu für die Berichte die entsprechenden Inhalte und stellte vorhandenes Text-/ Bildmaterial zur Verfügung. Zudem standen die Mitarbeiter für Interviews (Radio / Landeswelle Thüringen, Fernsehen / MDR Thüringen Journal) zur Verfügung.

Die Anfragen kamen sowohl von regionalen Medien (Landeswelle Thüringen, Antenne Thüringen, Funke Mediengruppe, MDR Thüringen / MDR Thüringen Journal) als auch überregionalen Medien

(dpa, Public Marketing, Spiegel) und hatten kostenfreie Veröffentlichungen bzw. Erwähnungen der Inhalte und/oder der Thüringer Tourismus GmbH zur Folge.

Pressetermine

Pressetermine wurden in Vorbereitung auf die Internationale Tourismus-Börse Berlin sowie zur Übergabe der Markenbotschafter-Auszeichnung in Bad Sulza und in der Rhön durchgeführt.

Auf der ITB in Berlin fand zusammen mit der IMG Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH ein Pressegespräch mit rund 100 Teilnehmern zur Vorbereitung auf das Jubiläum „500 Jahre Bauernkrieg“ im Jahr 2024 (Sachsen-Anhalt) und 2025 (Thüringen) statt.

Podiumsteilnehmer waren aufgrund des Themenschwerpunktes u.a. Prof. Dr. Benjamin-Immanuel Hoff (Thüringer Minister für Kultur, Bundes- und Europaangelegenheiten, Chef der Staatskanzlei und Beauftragter der Landesregierung für jüdisches Leben in Thüringen), Rainer Robra (Chef der Staatskanzlei und Minister für Kultur des Landes Sachsen-Anhalt), Christoph Gösel (Geschäftsführer der Thüringer Tourismus GmbH) und Dr. Robert Franke (Geschäftsführer der Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH).

Einzelrecherchereisen

Im Januar fand eine Einzelrecherchereise für den Tagesspiegel in Oberhof statt, bei welchem die Nutzung der Schneekunsthalle im Fokus stand.

Ein angestrebter Vergleich mit der Nutzung der Ski-Loipen um Oberhof herum war aufgrund der Wetterverhältnisse nicht möglich.

Gruppen-Pressereise „Auffallend ausgeglichen“ – Wellness mit und in Thüringer Naturschätzen

Im Rahmen der touristischen Marketingkampagne „Auffallend ausgeglichen – Pure Entspannung an außergewöhnlichen Orten“ plant und veranstaltet die Pressestelle der Thüringer Tourismus GmbH eine Gruppenpressereise für deutschsprachige, überregionale Medien.

Mit Unterstützung des Thüringer Heilbäderverbands werden auf dieser Reise, welche vom 15.-18.04.2024 stattfindet, neue und einzigartige Wellness-Angebote präsentiert sowie beispielhaft folgende Thüringer Kurorte besucht: Bad Salzungen, Bad Sulza, Saalfeld, Bad Frankenhausen.

Ein zentrales Element der Reise ist zudem die regionale Pressekonferenz im Panorama Museum in Bad Frankenhausen zur Vorstellung der korrespondierenden Marketingkampagne.

An der Pressereise werden Journalisten der Main Echo Gruppe, der Sächsischen Zeitung/ Freien Presse, der Preußischen Allgemeinen Zeitung, der TAZ sowie dem VIA-Journal (Magazin für Reise und Lebensart) teilnehmen.

Thüringen-Touren für DFB-Pressen im Rahmen der EURO 2024

Im Sommer 2024 findet die Fußball-Europameisterschaft der Männer in Deutschland statt. In Vorbereitung darauf besucht die deutsche Nationalmannschaft das „Spa & Golf Resort Blankenhain“ vom 27.-31.05.2024 für ein Trainingslager.

Mit dem DFB reisen voraussichtlich zwischen 150 Journalisten nach Thüringen. Diese berichten nicht nur über die EM-Vorbereitungen, sondern verfügen über freie Zeitfenster, um Ausflüge in die Regionen des Reiselands Thüringens zu unternehmen.

In enger Abstimmung mit dem Thüringer Landesmarketing sowie der Landesentwicklungsgesellschaft Thüringen mbH plant und organisiert die Pressestelle der Thüringer Tourismus GmbH seit Februar 2024 touristische Tagesausflüge für die mitreisenden Journalisten. In Kooperation mit ausgewählten Städten sowie der DMO „Weimarer Land Tourismus e. V.“ können Erfurt, Weimar, Oberhof, Eisenach, Bad Sulza sowie Jena von den Journalisten besucht werden.

Im Juni 2024 wird anschließend die englische Nationalmannschaft das Fußball-Camp in Blankenhain beziehen und über einen Zeitraum von mindestens 4 Wochen bleiben. Auch hier werden an zwei ausgewählten, noch zu bestimmenden Tagen im Juni 2024 Ausflüge für Journalisten stattfinden.

Eine weiterführende Berichterstattung zu den Presstouren im Rahmen der EURO 2024 erfolgt im Bericht für das zweite Quartal 2024.

Medienbeobachtung/ Monitoring

Um eine allumfassende Medienanalyse mit deutschsprachigen Medien durchzuführen, hat die TTG-Pressestelle im Berichtsjahr 2022 den Medienservice bzw. -beobachtung Argus Data Insights beauftragt.

Hier ist es möglich, aufgrund von Suchbegriffen Analysen über regional und überregional erschienene Beiträge sowohl in Print- als auch in Onlinemedien zum Thüringer Tourismus anzufertigen.

Anfang 2024 wurden die Suchparameter nachträglich angepasst, da die bisherigen Sucheinstellungen im Hinblick auf die in 2023 erfassten Beiträge durch das System von der Pressestelle als ungenügend eingeschätzt wurden. Die Anpassung erfolgte sowohl über die Festsetzung von Schlagwörtern, die für eine thematische Charakterisierung sorgen als auch den Ausschluss von thematisch nicht relevanten Inhalten anhand beispielhafter Stichproben.

Konzeption und Umsetzung der Unternehmenswebsite der TTG

Projekt-Nummer: 24007

Budget: kein separates Budget geplant

Im Rahmen eines professionellen Unternehmensauftritts bedarf es einer Unternehmenswebsite, welche zum einen grundlegende Informationen über das Unternehmen eindeutig als Primärquelle abbildet und zum anderen als Schnittstelle zu den zahlreichen B2C- sowie B2B-Plattformen/Kanälen des Unternehmens fungiert.

Das bisherige Fehlen dieser Website hat u.a. zur Folge, dass die Ansprechpartner der Thüringer Tourismus GmbH sowie die Aufgabenbereiche der Gesellschaft allenfalls subsumiert auf den Seiten des Tourismusnetzwerkes Thüringen vorgestellt werden.

Bei dieser Plattform handelt es sich, dem Auftrag nach, jedoch nicht um eine originäre Unternehmenswebsite der TTG, sondern um ein Netzwerk von Thüringer Touristikern für Thüringer Touristiker mit dem Ziel eines beständigen themenspezifischen Wissenstransfers. Die Folge ist nicht nur eine bislang fehlende Abgrenzung, sondern auch eine Verknappung der notwendigen Unternehmensinformationen.

Die neue Unternehmenswebsite, welche künftig unter der URL www.thueringer-tourismus.gmbh erreichbar sein wird, gleicht dieses Informationsdefizit aus.

Sie orientiert sich in ihrem grundsätzlichen Aufbau an der Website der Landesentwicklungsgesellschaft Thüringen mbH und informiert im Navigationsbereich „Leistungen“ auf Basis der Landestourismusstrategie zunächst über die Aufgaben und Unternehmensziele der Gesellschaft. Des Weiteren fungiert dieser Bereich als Schnittstelle zu den unternehmenseigenen B2C/B2B-Plattformen.

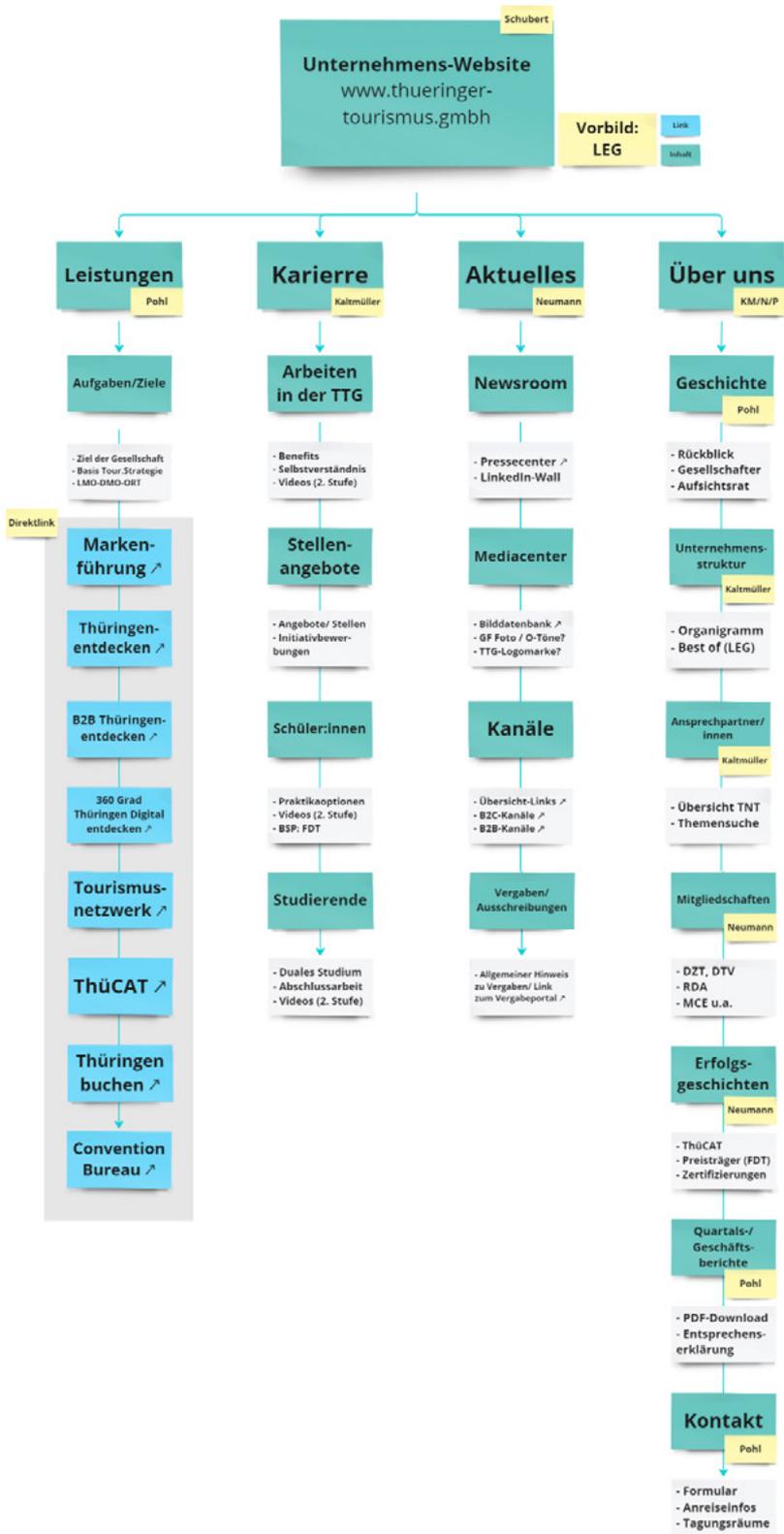
Das Thema Recruiting wird künftig im Navigationspunkt abgebildet, während Pressemitteilungen im Newsroom unter „Aktuelles“ aufzufinden sein werden.

Die Unternehmensstruktur (Organigramm), Informationen zu den Ansprechpartnern sowie dem Gesellschafter und dem Aufsichtsrat bildet der Navigationspunkt „Über uns“ ab.

Im ersten Quartal 2024 wurde bereits die Seitenstruktur der neuen Unternehmenswebseite angelegt sowie erste Inhalte von den Redakteuren eingearbeitet. Die Fertigstellung ist für das zweite Quartal 2024 vorgesehen.

Die Pflege und Weiterentwicklung der Unternehmenswebsite wird anschließend im Rahmen der laufenden Tätigkeit „Unternehmenskommunikation“ erfolgen. [► Abbildung 12](#)

12



Marke & Kommunikation

Kampagne „Auffallend ausgeglichen“

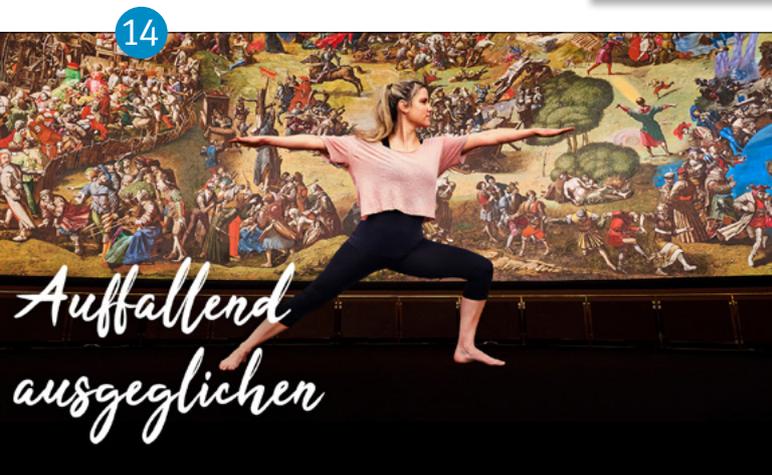
Projekte: 23009

Budget Plan: 245.240,00 €

Budget Ist: 215.165,66 €

Die am 1. April gestartete Kampagne wurde im ersten Quartal des Jahres in ihren Modulen intensiv vorbereitet. Neben den sehr aufwändigen Abstimmungen mit dem Thüringer Heilbäderverband, der im Zuge der Kampagne eine verknüpfte Produktoffensive startet, gehörten hierzu die Finalisierung von Claim, Key Visual, Content und der Landingpage, die Abstimmung der Mediaplanung und die Content-Bereitstellung für die Vermarkter.

► Abbildungen 13–15



Kampagne „So einzigartig wie Du“

Projekt: 23007

Budget Plan: 242.860,00 €, Budget Ist: 216.496,33 €

Auch für die am 1. Juni folgende Kampagne zu den Thüringer Burgen erfolgten Content-Produktionen und die Finalisierung des Mediaplanes. Zudem wurde in Zusammenarbeit mit dem Team Digitalisierung der Thüringer Tourismus GmbH sowie der Join GmbH für finale Entwicklung des Online-Burgen-Creators vorangetrieben. Ein weiterer Kampagnen-Workshop mit Burgen-

Partnern und DMOs hat über Details der Kampagne informiert und die Vernetzung im Sinne der Reichweitenstärkung forciert. Enge Abstimmungen gab es zudem mit der Wartburg, die Key Visuals und Content der Kampagne in die Jahresausstellung integriert – ein weiterer Qualitätssprung in puncto Synergien und Wiedererkennbarkeit.

Content-Produktion

Projekt: 90136
 Budget Plan: 200.000,00 €
 Budget Ist: 26.320,35 €

Neben den Textproduktionen für die Kampagnen der TTG und neue Markenbotschafter (Mühlhausen und Mühlhäuser Museen, Panorama Museum Bad Frankenhausen) erfolgte hier ein zweiseitiges MICE-Shooting (Kaisersaal und Messe Erfurt, Hotel am Schloss Apolda, Volksbad und Zeiss Jena).

Soziale Netzwerke

Projekt: 90019
 Budget Plan: 44.000,00 €
 Budget Ist: 67.291,50 €

Begründung der Mehraufwände: aufwändige Produktion zur Heilbädere Kampagne, Umbuchungen aus dem Kampagnentitel sind noch nicht vorgenommen.

Kampagne Auffallend ausgeglichen

Die unter 23009 beschriebene Kampagne soll in enger Zusammenarbeit mit dem Thüringer Heilbäderverband auch einen starken Social Media- Fokus bekommen, um insbesondere die jüngere Zielgruppe zu erreichen.

Aufwändig konzipiert, vorbereitet und vergeben wurde dazu eine Video-/Tonproduktion, die ausgewählte Kurorte ins Bewegtbild nimmt, ebenso ausgewählte Angebote und Insider über den #wellnesswednesday. Experimentell begleitet wird dies über ortsspezifische Sounds, die dann auch nachhaltig als Spotify-Playliste verfügbar sein soll. Produktionen und Ausspielung starten produktionsbedingt erst im Laufe der Kampagne und ziehen sich über das Jahr hinweg.

16



Insta-Kooperation Thüringer Städte

Nachdem 2023 in Kooperation mit den Thüringer DMOs regelmäßig Instaguides publiziert wurden, folgt im Jahr 2024 eine dementsprechende Reihe mit den Thüringer Städten.

Das eigentliche Tool wird mit dem Jahreswechsel vom Kanal nicht mehr vorgehalten, insofern muss auf normales Posting zurückgegriffen werden, was dem Content aber keinen Abbruch tut. Den Anfang machte im Januar Apolda (992 Likes), im Februar folgte Arnstadt (1.218 Likes), im März Bad Langensalza

(1.318 Likes). Festzustellen ist, dass die Thüringer Städte in vielen Fällen keinen kanaltauglichen Content bereitstellen können, was der Reichweite und Wirkung der Posts leider Abbruch tut.

► [Abbildungen 16–17](#)

Parallel wird die Reihe auf Facebook publiziert. Ergänzende Themen waren das kurze Winter-Gastspiel, Verlosungen (Thüringer Genussbox zur Grünen Woche, Tickets Van-Gogh-Ausstellung in der Zentralheize Erfurt), Markenbotschafter und Veranstaltungstipps. Höchste Reichweiten und Akzeptanz findet jedoch immer wieder das Teilen von User-Content.

17



Online/ Suchmaschinen-marketing

Projekt: 90155
 Budget Plan: 111.900,00 €
 Budget Ist: 88.759,40 €

Kontinuierlich fortgeführt wurden die SEO/SEA-Maßnahmen zur Optimierung der Sichtbarkeit der thuringen-entdecken.de. In Summe sind für das 1. Quartal 2024 35.492 Nutzer und 100.337 Seitenaufrufe zu verzeichnen. Das sind erheblich weniger als im Vergleichszeitraum des Vorjahres, in dem aber die Kampagne „Drausspowern“ lief. Überproportional gestiegen ist jedoch die Aufenthaltsdauer auf über 3 Minuten, was für eine intensive Auseinandersetzung mit dem Content und hohe Markenbindung steht. ▶ [Abbildung 18](#)

Lokale Präsentationen

Projekt: 90122
 Budget Plan: 50.000,00 €
 Budget Ist: 2.475,80 €

Fahrrad- und Wanderreisen Stuttgart:
 Vom 13. bis 15.01.2024 präsentierte sich Thüringen bei den Fahrrad- & Wanderreisen Stuttgart, einer Einliegermesse der CMT. Unter dem Dach der TTG schlossen sich hier der Verein Städtetourismus in Thüringen, die Welterberegion Wartburg-Hainich und das Eichsfeld mit dem Deutschen Wandertag 2024 an.



Aktivurlaub boomt, so das Resümee aller Aussteller. Sowohl die Regionen als auch die Fahrradanbieter konnten das bestätigen. Die Gespräche am Stand waren sehr intensiv und schon mit konkreten Reiseabsichten. Mit 48.000 Besuchern lag die Besucherzahl leicht unter den Zahlen von 2023. Während der Messe erhielten mit der Saale-Horizontale und dem Hohenwarte Stausee Weg auch zwei Thüringer Wanderwege das Siegel „Qualitätsweg Wanderbares Deutschland“.

Grüne Woche: Vom 18.–28.01.2024 war die TTG, Partner der Thüringen-Präsentation im Rahmen der Grünen Woche Berlin. Der unter Federführung des Thüringer Ministerium für Infrastruktur und Landwirtschaft stehende Stand kombiniert kulinarische und touristische Angebote aller Thüringer Regionen auf knapp 2.000 qm. Zu den über 50 Ausstellern gehörten demzufolge auch die Thüringer DMOs, die aufgrund ihrer zugespitzten Angebote eine wesentliche höhere Nachfrage als die sehr am Rand platzierte TTG zu verzeichnen hatten.

Special Olympics Oberhof: Thüringen war zu Jahresbeginn Gastgeber der Special Olympics, der nationalen Wettbewerbe



für Menschen mit geistiger Behinderung. Am 31. Januar präsentierte die TTG im Rahmen des Festes der Begegnungen auf dem Oberhofer Stadtplatz barrierefreie Angebote. Zielgruppe waren hier nicht nur die Teilnehmer selbst, sondern auch Betreuer und Angehörige.

ITB 2024

Projekt: 23012
 Budget Plan: 90.000,00 €
 Budget Ist: 99.316,42 €

Begründung der Mehraufwände: gestiegene Anschließerkosten (mehr Beratungstische), höhere Cateringkosten (PK)

Thüringen präsentierte sich auch 2024 gemeinsam mit 8 weiteren Bundesländern unter dem Dach der Deutschen Zentrale für Tourismus. ▶ [Abbildungen 19–21](#) Erstmals waren alle teilnehmenden Bundesländer in einer Halle (HUB24) vereint, was der Besucherlenkung enorm



22



05.03. bis 07.03.2024 und die gemeinsam mit Sachsen-Anhalt ausgerichtete Pressekonferenz vor dem Hintergrund der Landesausstellungen zum Bauernkriegsjubiläum 2025.

Im Rahmen der ITB wurde – bereits zum 24. Mal - der Tourismusfilm-Award „Goldenes Stadttor“ vergeben. Die TTG hatte hier den im Oktober publizierten Wartburg-Film der FPV-Burgen-Reihe eingereicht und wurde in der Kategorie „Beste Tourismuskampagne national“ mit dem „Goldenen Star 2024“ ausgezeichnet.

► Abbildung 22

B2B-Marketing

Zur Internationalen Tourismus-Börse Berlin wurde eine erste Version der neuen Website ► [Reiseland Thüringen - für Reiseveranstalter - b2b](#) gelauncht, die die Ansprache der Reiseveranstalter im In- und Ausland ergänzen soll. Präsentiert werden hier Regionen, Themen und Planungshilfen für die Branche.

Die Plattform wird in enger Abstimmung mit den Thüringer DMOs kontinuierlich weiterentwickelt.

Auf den touristischen Fachveranstaltungen wird mit einer dementsprechenden Postkarte darauf hingewiesen.

► Abbildungen 23–24

24



zuträglich war. Der „Backoffice-Bereich“ wurde gegenüber 2023 leicht vergrößert und umfasste in diesem Jahr nun 10 Beratungstische. Sechs Tische wurden kostenpflichtig an Thüringer Partner vermietet, vier Tische nutzte die TTG für eigene Gespräche.

Die Pflege bestehender Kontakte und die Teilnahme am Kongressprogramm nahmen beim TTG-Team den größten Raum ein, die Knüpfung neuer Geschäftskontakte wurde darüber hinaus angestrebt. Die Mitaussteller, außer der Regionalverbund Thüringer Wald, bewerteten ihre Messeteilnahme als positiv.

Mit knapp 100.000 Teilnehmern aus 177 Ländern erreichte die ITB 2024 einen leichten Zuwachs gegenüber 2023, insbesondere der Donnerstag war aber durch Streikmaßnahmen im Bereich der Deutschen Bahn und der Flughäfen enorm eingeschränkt. Insgesamt hat sich das Format einer reinen B2B-Messe weiter bewährt.

Im Umfeld der Messe betreute das TTG-Team ein umfangreiches Rahmenprogramm, so den Thüringen-Abend mit dem „Kulinarischen Casino“ auf Einladung der TMWWDG am 05.03.2024, die Inforeise des Ausschusses für Wirtschaft, Wissenschaft und Digitale Gesellschaft vom

23



Digitaler Kulturreiseführer Thüringen/ Tour Burgenland Thüringen

Projekt: 23010

Seit 2018 bereits lädt die App „Thuringia.MyCulture“ zu ungewöhnlichen und inspirativen Reisen durch die Thüringer Kultur ein, VR-Anwendungen und viele weitere spielerische Inhalte ermöglichen nicht nur ungewöhnliche Perspektiven, sondern auch eine sehr interaktive Auseinandersetzung mit den Angeboten des Reiselandes Thüringen.

25



Ergänzend zur Kampagne wurde im Januar die neue Tour „Burggeflüster und Turmlegenden“ gelauncht, welche die nachfolgenden 11 Thüringer Burgen in neun Stationen vorstellt: Wartburg, Leuchtenburg, Veste Heldburg, Burg Ranis, Burg Scharfenstein, Burg Greifenstein, Burgruine Hanstein, Veste Wachsburg, Mühlburg, Burgruine Gleichen und Burg Posterstein.

Jeder Tourenpunkt ist separat und von jeglichem Standort aus abrufbar. Aus einer völlig anderen Perspektive kann der User die Burgen dank der eingebundenen FPV-Drohnenvideos erleben.

Die App (rund 22.600 Downloads) ist ein Kooperationsprojekt mit der Thüringer Staatskanzlei und steht für die Betriebssysteme iOS und Android kostenfrei und zweisprachig – auf Deutsch und in Englisch – zur Verfügung. ► [Abbildung 25](#)

Auslandsmarketing

Projekt: 20019, Budget Plan: 159.000,00 €, Budget Ist: 27.516,00 €

DZT-Kooperationen: Im Zuge des Aufenthaltes der englischen Fußballnationalmannschaft zur EM 2024 in Blankenhain kooperiert die TTG mit der DZT London im Rahmen einer Fußballsommer-Kampagne.

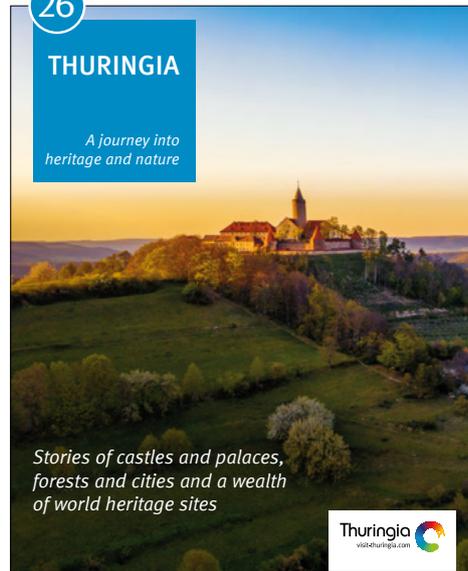
Kerninhalte werden hier die Positionierung Deutschlands als Sportnation durch die Werte Weltoffenheit und Freundschaft sein. Neben einer Microsite und einer Display Kampagne gibt es hier insbesondere eine Social Media-Kooperation mit dem fünfmaligen Fußball Freestyle Weltmeister Andrew Henderson, einem führenden Fußball Publisher Goal (3,8 Mio. Tik Tok-Follower und 1,5 Mio. auf Instagram). Hier erfolgten die vertraglichen Absprachen mit der DZT und die Programmplanung mit den Thüringer Partnern. Andrew wird Anfang Juni in Thüringen sein und dann nach Baden-Württemberg weiterreisen.

Marktübergreifendes Auslandsmarketing

Projekt: 90160, Budget Plan: 15.000,00 €, Budget Ist: 0,00 €

Publikationen: Zur generellen Marktbearbeitung erschien zur ITB die neue englische Imagebroschüre als ► [Download-PDF](#). Der Druck erfolgt im April. ► [Abbildungen 26–30](#)

26



28



29



27



30



Digitale Transformation

Weiterentwicklung ThüCAT

Projekt: 20044
 Budget Plan: 200.000,00 €
 Budget Ist: 53.966,50 €

Im Berichtszeitraum wurden für die Thüringer Content-Datenbank u.a. folgende neue Funktionen entwickelt.

- ▶ Datenbankupdate (Version 4.1.52)
- ▶ Neuer Vokabular Editor, unsichere Pflege über Excel-Tabelle nun obsolete
- ▶ produktive Anwendung neue Erfassung Öffnungszeiten
- ▶ produktive Anwendung vereinfachte Erfassung von Geokoordinaten

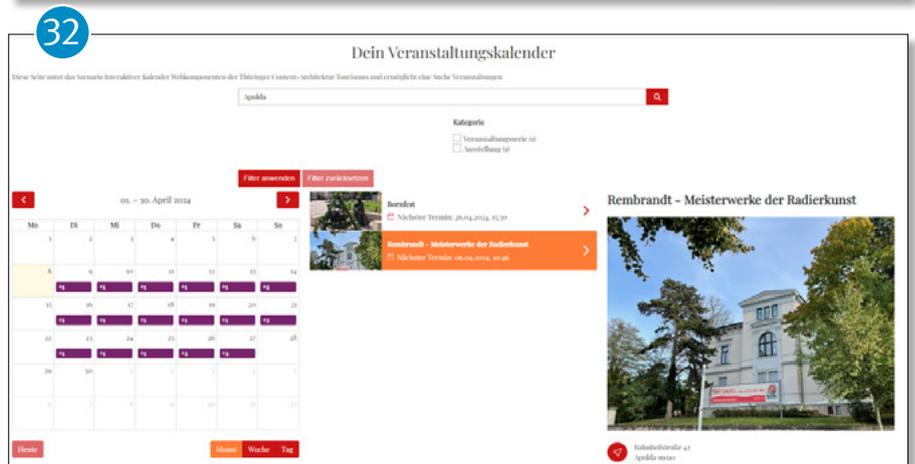
Im Thüringer Websitebaukasten wurde die Umstellung aller Websites auf eine neue Theme-Variante vorgenommen. Damit haben die Redakteure die Möglichkeit ihre Websites individueller zu gestalten als bisher. Seitens der TTG wurden folgende Arbeitsschritte absolviert.

- ▶ Einrichtung von Masterpages und Masterstyle für alle Websiteprojekte (60)
- ▶ Umstellung aller Seiten (ca. 2.200) auf die Masterpages und Masterstyles
- ▶ Anpassungen und Qualitätssicherung aller Seiten

Weiterhin wurden neue Fragmente und Funktionen bereitstellt und bestehende überarbeitet. Hierzu gehören:

- ▶ Fragment Selektion von Angeboten nach frei definierbaren Kategorien und Schlagwörtern. (Ersteinsatz Website des Heilbäderverbandes)

Als komplett neues Modul der ThüCAT wurden die Webcomponents entwickelt.



Diese befinden sind nun in der Qualitätssicherung. Die Webcomponents ermöglichen es Daten der ThüCAT, ohne erheblichen Aufwand in beliebige HTML-Seiten einzubinden. Hierzu werden sogenannte ScripSnippets bereitgestellt mit denen ThüCAT-Inhalte in verschiedene Szenarien präsentiert werden können. Folgende Szenarien werden bereitgestellt:

- ▶ Interaktive Landkarte ▶ [Abbildung 31](#)
- ▶ Statische Landkarte
- ▶ Statische Landkarte mit Details
- ▶ Einfache Suche sowie Suche mit Filter
- ▶ Statische Ergebnisse
- ▶ Detailansicht
- ▶ Interaktiver Kalender ▶ [Abbildung 32](#)
- ▶ Statischer Kalender

Systembetrieb ThüCAT

Projekt: 20044
 Budget Plan: 325.00,00 €
 Budget Ist: 67.654,00 €

Systembetrieb Content-Datenbank

Bei der Nutzung der Thüringer Content-Datenbank kann für den Berichtszeitraum 1/2024 auf folgende Entwicklung zurückgeblieben werden: ▶ [Abbildung 33: Ausgewählte Klassen von Datenbankobjekten](#)

33

Basiskategorie	Stand 17.01.2024
Sehenswürdigkeiten, Kultur, Freizeit und Sport	2.835 (+135)
Wege	3.375 (+37)
Unterkunftsbetriebe	1.734 (+16)
Gastronomiebetriebe	777 (+34)
Weitere Infrastruktur	1.648 (+126)
Vereine, Verbände, Organisationen	579 (+23)
Historische Persönlichkeiten und Persönlichkeiten der Zeitgeschichte	195 (+7)
Orte, Regionen, Landschaften	1.155 (+3)

Ein Blick auf die Datenqualität in der Thüringer Content-Datenbank zeigt folgende Entwicklung: ► **Abbildung 34: Kriterien zur Datenqualität ausgewählter Klassen von Datenbankobjekten**

34

Mangel	Anzahl	Quote negativ	Quote Trend
Fehlende englische Beschreibungstexte			
Sehenswürdigkeiten, Kultur, Freizeit und Sport	563	19,9%	+0,3%
Unterkunftsbetriebe	607	35,0%	-0,4%
Gastronomiebetriebe	119	15,3%	-0,3%
Städte und Orte	117	10,1%	-2,9%
Touristische Destinationen	35	19,7%	+3,8%
Fehlendes Hauptbild als Open-Data			
Sehenswürdigkeiten, Kultur, Freizeit und Sport	636	22,4%	-1,1%
Unterkunftsbetriebe	132	23,3%	-0,4%
Gastronomiebetriebe	363	46,7%	-1,4%
Städte und Orte	569	59,8%	-3,5%
Touristische Destinationen	35	19,6%	+3,7%
Abgelaufene Öffnungszeiten			
Sehenswürdigkeiten, Kultur, Freizeit und Sport	806	28,4%	+0,5%
Gastronomiebetriebe	532	68,5%	-9,4%
Zu kurze deutsche Texte			
Sehenswürdigkeiten, Kultur, Freizeit und Sport	66	2,3%	+0,2%
Unterkunftsbetriebe	134	7,6%	0,2%
Gastronomiebetriebe	67	8,6%	-0,3%
Städte und Orte	12	1,3%	0,0%
Touristische Destinationen	2	1,1%	-0,1%

Nutzung des Websitebaukastens

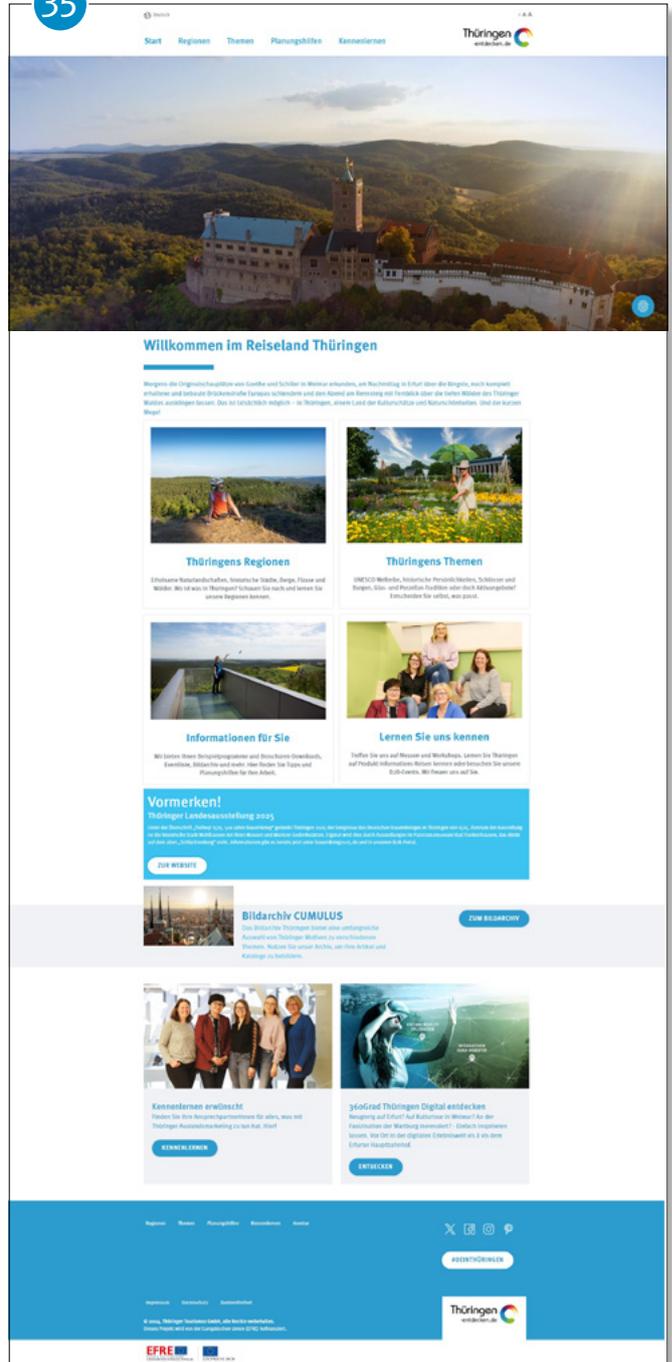
Mit der Internetseite ► b2b.thueringen-entdecken.de konnte eine weitere Internetseite live geschaltet werden. Für die Projekte Brennerweg (Rhön) und Thüringer Tourismus GmbH wurde die Arbeit aufgenommen. ► **Abbildung 35**

Systembetrieb Thüringen buchen

Projekt: 90016
 Budget Plan: 100.000,00 €
 Budget Ist: 51.407,11 €

Neben der laufenden Systembetreuung ► **Abbildung 36** und der Betreuung war der Buchungsstellen der Berichtszeitraum von der Einführung der Verfahren zur DAC7-Richtlinie geprägt. Im Rahmen dieser Richtlinie ist die TTG als Systembetreiber „Thüringen buchen“ gefordert, zukünftig Informationen zu den erzielten Vermittlungsumsätzen für Unterkunftsbetriebe, Stadtführer und Erlebnisanbieter an die Finanzbehörden zu übermitteln. Eine entsprechende rechtsanwaltliche Prüfung zu den tatsächlichen Pflichten der TTG, welche sich aus des DAC7-Richtlinie

35



ergeben, wurde vorgenommen. Für die Übermittlung der Daten an die Finanzbehörden wird vom Systemanbieter ein technisches Verfahren bereitgestellt. Da es hierzu auch Angaben der Leistungsträger bedurfte, wurde eine umfangliche Kommunikation zu den Leistungsträgern und Buchungsstellen erforderlich.

Derzeit läuft die Erfassung dieser Daten. Nach dem Abschluss der Datenerfassung ist eine regelmäßige Datenübermittlung an die Finanzbehörden vorgesehen.

Einführung TSmart

Projekt: 90150

Im Berichtszeitraum konnte die Technische Einrichtung aller „Thüringen Buchen“ Buchungsstellen als TSmart-Mandanten abgeschlossen werden.

Erste Buchungsstellen können nun Touristische Erlebnisse und Stadtführungen über diese neue Technologie abwickeln. Ausstehend ist noch die Unterkunfts-buchung und die Übertragung von einer Reihe an Stadtführungsleistungen auf den neuen Standard.

Erste Online-Zahlungssysteme für Online-Buchungen werden aktuell angeschlossen.

Thüringen buchen Anwendertreffen

Projekt: 90127

Budget Plan: 3.500,00 €

Budget Ist: 0,00 €

Am 20.03.2024 fand das ersten Online-MeetUp mit den „Thüringen Buchen“ Buchungsstellen statt.

Im Mittelpunkt der Beratung standen folgende Themen:

- ▶ Projekt Update
- ▶ TSmart
- ▶ Standarddokumente
- ▶ Standardmerkmale
- ▶ DAC7-Richtlinie
- ▶ Informationen aus der Abteilung Qualität und Innovation der Thüringer Tourismus GmbH

Teilgenommen haben Vertreter*innen von insgesamt 17 Buchungsstellen des Systems.

36

» A A

Gastgeber
Buchungsstelle
Vertriebspartner

Q

THÜRINGEN BUCHEN
regional • persönlich • vielfältig

Herzlich Willkommen

Unser regionaler Reservierungsverbund Thüringen buchen ist ein Netzwerk aus namhaften Onlineportalen und starken Vertriebspartnern. Über Thüringen buchen werden alle Beherbergungsbetriebe vermittelt, die über eine Buchungsstelle angeschlossen sind.

Thüringen buchen ist:

Regional

Vernetzen Sie sich mit anderen Gastgebern, denen Thüringer Tradition und Herzlichkeit ebenso am Herzen liegen wie Ihnen.

Persönlich

Stehen Sie potentiellen Gästen oder Partnern touristischer Einrichtungen als kompetenter Ansprechpartner zur Verfügung.

Vielfältig

Tragen Sie als Thüringen-Botschafer dazu bei, dass die Gäste Thüringens Gastlichkeit und vielseitiges Angebot entdecken können.

Wir haben Ihr Interesse geweckt?
Ausführliche Informationen zu Thüringen buchen finden Sie auf den folgenden Seiten:

Für Gastgeber

Werden Sie Thüringen buchen-Gastgeber und profitieren Sie von den vielen Vorteilen!

WEITERE INFOS

Für Buchungsstellen

Werden Sie Thüringen buchen-Buchungsstelle und besonders für kleineren Betrieben der Türöffner für die Vermittlung auf globalen Onlineportalen!

WEITERE INFOS

Für Vertriebspartner

Werden Sie Partner vom Reservierungsverbund Thüringen buchen und nutzen Sie die Vorteile.

WEITERE INFOS

Gastgeber
Buchungsstelle
Vertriebspartner

Impressum
Kontakt
Datenschutz

© 2021 Alle Rechte vorbehalten. Dieses Projekt wird von der Europäischen Union (EFRE) kofinanziert.

16

Innovation & Qualität

10010 Programm Wissenstransfer

Beratung Wissenstransfer

Projekt: 22012
 Budget Plan: 80.000,00 €
 Budget Ist: 80,00 €

Begründung Mehraufwände: Derzeit läuft noch personeller Aufwand in dieses Projekt. Alle vorbereitenden Gespräche dienen einer neuen Ausschreibung, die in einem neuen Projekt münden wird. Das Budget wird dann auf das neue Projekt umgewidmet Alle Aktivitäten zahlen auf das Programm 10010 Wissenstransfer ein.

Entwicklung eines Chatbots/ einer KI-Lösung zur Verschneidung der Wissensdatenbanken: In einem nächsten Projektschritt soll die Programmierung eines Chatbots ausgeschrieben werden, der das Tourismusnetzwerk Thüringen, die ThüCAT sowie weitere Wissensdatenbanken miteinander verschneidet und so brancherelevantes Wissen generiert. Dies kann in Form von Antworten auf gezielte Fragen ▶ [Abbildung 37](#) oder auch in Form von Wissensnuggets geschehen. In Vorbereitung dessen sammelt die Thüringer Tourismus GmbH derzeit Informationen und Erfahrungen verschiedener Akteure.

- ▶ 22.01.2024, Austausch mit Prof. Dr. Kamal Bhattacharya (Prorektor IU), Prof. Dr. Pascal Mandelartz und Prof. Dr. Peter Neumann (Professoren an der IU) zur IU-eigenen KI „Syntea“, die Wissen für Studierende aufbereitet
- ▶ 21.03.2024, Workshop mit Lufthansa Industries Solution (LHIND) zur Ausarbeitung von Nutzergruppen und Bedarf
- ▶ In einem nächsten Schritt wird LHIND einen Muster-Prototypen bauen, der von TTG und weiteren Kollegen getestet werden kann. Ergebnisse und Erkenntnisse fließen schließlich in die eigentliche Programmierung ein. Parallel dazu arbeitet auch teejit an einem Prototypen.

Kooperation mit anderen Bundesländern und Institutionen: Um Synergien zu nutzen, strebt die TTG Kooperationen mit anderen Bundesländern und Institutionen an. Auf der Internationalen Tourismusbörse in Berlin (ITB) wurden den Kolleginnen und Kollegen dabei die Pläne für den Wissenstransfer vorgestellt. In einer vertiefenden Austauschrunde am 09.04.2024

37

Beispiel 1: Abfrage von Informationen aus der ThüCAT

Ist das Rauchen in der Ferienwohnung Schultheiß erlaubt?

TTG-B2Bot

Nein, das Rauchen ist in der Ferienwohnung Schultheiß nicht erlaubt. Die Ferienwohnung ist eine Nichtraucher-Ferienwohnung.

Beispiel 2: Chatbot kombiniert Infos aus ThüCAT und TNT

Wir wollen die Ferienwohnung Schultheiß modernisieren. Zu welcher Zielgruppe passt die bisherige Ausstattung und wie können wir uns weiterentwickeln?

TTG-B2Bot

Eure bisherige Ausstattung in der Ferienwohnung Schultheiß, mit einem Mix aus Alt und Neu, deckenbalken, Lehmwänden und sichtbarem Fachwerk, spricht insbesondere das Adaptiv-Pragmatische Milieu und das Konservativ-Gehobene Milieu an. Diese Zielgruppen schätzen Authentizität, Komfort und eine Verbindung zur Tradition.

Für eine Weiterentwicklung könntet ihr in Erwägung ziehen, Elemente einzubauen, die die Nachhaltigkeit betonen. Dies würde vor allem das Postmaterielle Milieu ansprechen, das Wert auf Umweltbewusstsein legt. Denkt dabei an ökologische Baustoffe, Energieeffizienz, Möbel aus nachhaltiger Produktion oder lokale, ökologische Pflegeprodukte im Bad.



geht die Thüringer Tourismus GmbH konkreter auf die nächsten Arbeitsschritte und mögliche Kooperationen ein. Teilnehmer sind hierbei alle deutschen Bundesländer sowie die Fachhochschule Westküste. ▶ [Abbildung 38](#)

39



Wissenscommunities

Projekt: 91039

Budget: kein separates Budget geplant

Einzelne Aktivitäten werden im Laufe des Jahres aus dem Gesamtbudget von 80.000,00 € (derzeit auf 22012) für das Wissensmanagement finanziert.

Gründungsprojekte „Die Jungen Wilden“: Am 08.02.2024 traf sich im neuen Kreativraum der TTG das Netzwerk der „Jungen Wilden“. ► **Abbildung 39** Hierzu gehören ca. 10 touristische Projekte in Thüringen, die gerade in unterschiedlichen Phasen der Gründung stehen. Das Netzwerk dient dem Austausch untereinander und ist somit eine auf Netzwerk ausgelegte Ergänzung zu den Angeboten des ThEx. Es wird von den unterschiedlichen Erfahrungen der Einzelnen profitieren. Gründern bietet die Thüringer Tourismus GmbH unterschiedliche Services und Informationen:

- das Tourismusnetzwerk Thüringen als Wissensplattform mit umfangreichem branchenrelevantem Wissen
- Marktforschungsdaten und Studien für Kreditanfragen, Förderanfragen, Stadtratsdiskussionen etc.
- Die Bilddatenbank Thüringen mit hochwertigem und kostenfreiem Bildmaterial für Flyer, Websites etc.
- Vermittlung von Ansprechpartnern in Regionen und Institutionen
- Reservierungssystem „Thüringen buchen“, u.v.m.

40



Themenkoordination Gesundheit & Wellness:

Am 24.01.2024 fand das Jahresauftaktgespräch mit dem Thüringer Heilbäderverband und der Thüringer Tourismus GmbH statt. Besprochen wurden gemeinsame Projekte und Themen, die innerhalb der Kurorte vorangetrieben werden sollen. Konkret wurde über eine gemeinsame Stakeholderveranstaltung im Rahmen der Kurorte-Kampagne 2024 gesprochen, aber auch die Ausbildung von Kurlotsen, KI, Barrierefreiheit und Nachhaltigkeit.

Am 11.03.2024 hat die TTG im Rahmen der Innenmarketing-Veranstaltung „Retrospektive“ in Bad Langensalza einen Vortrag über Trends und neue Reiseformen, von denen kleine Städte und Kurorte profitieren können, gehalten. ► **Abbildung 40** Teilnehmer waren Gastronomen, Beherbergungsbetriebe, City-Management, Tourist Information, Stadtratsmitglieder, regionale Erzeuger, DMOs u.v.m. (ca. 80 Personen).

Sensibilisiert wurde unter anderem für das Thema „Online-Buchbarkeit“, digitale Bezahlsysteme, neue Reiseformen wie Workation oder auch neue Services auf Caravan Stellplätzen.

Aufbau der Themenkoordination Kultur im Tourismus:

Das erste Etappenziel beim Aufbau des Themenfeldes Kultur im Tourismus ist es, die TTG als Ansprechpartner für Kultur im Tourismus zu etablieren, den Tourismus anzubinden und touristische Inhalte und Denkweisen auf Wunsch auch bei den neuen Part-

nern einzubringen. In diesem Rahmen fanden eine Reihe von Kennenlern- und Netzwerktreffen zwischen der Themenkoordinatorin der TTG (Anke Riese) und Akteuren der Thüringer Kulturlandschaft statt (z.B. Sabine Ortmann – Interessensgemeinschaft Private Burgen, Schlösser und Gutsanlagen in Thüringen e.V.; Angelika Steinmetz und Stefanie Keil – Museumsverband; Angelika Böhlau – Museumsnetzwerk Süd).

Fortführung der Seminarreihe mit den Thüringer Ferienwohnungen: Im Rahmen der Themenkoordination „Gastgeber“ liegt hinsichtlich des Wissensmanagements der Fokus auch 2024 wieder auf Betreibern von Ferienwohnungen, Ferienhäusern und kleinen Pensionen.

Der Grundstein für das Wissenscluster FeWo wird im Rahmen einer Präsenzveranstaltung am 17.04.2024 in Heilbad Heiligenstadt gelegt. Neben einer Produktschulung der Tinyhäuser Wiesenglück GmbH erfolgt ein Impulsvortrag zum Thema „Langlebigkeit des Produkterlebnisses“. Netzwerk und Austausch soll dazu führen, das Wissen der Leistungsträger untereinander zu erweitern und in eine Community zu überführen.

Die inhaltliche Planung, Ansprache der Partner und Referenten sowie das Einladungsmanagement via Tourismusnetzwerk Thüringen sind abgeschlossene Aufgaben des I. Quartals 2024.

Webinar mit dem Thüringer Museumsverband:

Am 20.03.2024 fand ein Webinar in Kooperation mit dem Thüringer Museumsverband für Thüringer Museen statt. Unter dem Titel „Kunstvoll Vernetzt: Einfache Strategien für Museen – von visueller Ästhetik bis hin zu Social-Media-Glanz“ gab Referent Lucas Gröning (Thüringer Tourismus GmbH) wertvolle Tipps, um mit einfachen Mitteln die Bildsprache und das Storytelling hin Hinblick auf Tourismus zu optimieren.

TIs im Austausch

Projekt: 19029

Budget: kein separates Budget geplant

Die TTG hat einen Workshop zur Erstellung eines Konzeptes für die Neuausrichtung und Umgestaltung der TI in Gera mit einem Vortrag zum Thema „Von Erlebniswelt bis Informationscenter“ fachlich unterstützt. Im Fokus stand die Vermittlung von Wissen: Was kennzeichnet eine TI, ihre Aufgaben, Kompetenzen und ihre Ausrichtung? Wo liegt Potential in der Entwicklung (z.B. Produktentwicklung) und wo in der Abwicklung von Services und Angeboten (z.B. Verzicht auf Sammelurium an Flyern und Prospekten, Verlagerung des Verkaufs von Harttickets in digitale Ticketsysteme).

Am 19.01., 05.02. und 22.03. fanden erneut die „digitalen Kaffeerunden“ für Tourist-Informationen statt. Die behandelten Themen umfassten das neue Tool TSmart, Künstliche Intelligenz in der Tourist Information und Digitale Präsenz mit einem Fokus auf Social-Media-Kanälen. Zum Thema des Einsatzes Künstlicher Intelligenz in TIs referierte Matthias Burzinski von Destinet. 18 Teilnehmende nahmen an diesem gewinnbringenden Format teil. Etliche Erkenntnisse wurden auch digital für das Tourismusnetzwerk aufgearbeitet.

Markenbotschafter

Projekt: 19029

Budget: kein separates Budget geplant

Im Rahmen von regelmäßigen Sitzungen (1x monatlich) besprechen die Abteilungen Marke & Kommunikation sowie Innovation & Qualität aktuelle Fragestellungen, Entwicklungen, Ernennungen, Ablehnungen usw. Darüber hinaus wurde in einem Workshop der beiden Abteilun-

gen ein Plan für die Rezertifizierung von Markenbotschaftern entwickelt. Die ersten Ernennungen wurden im Oktober und Dezember 2019 ausgesprochen. Die Ernennung hat eine Gültigkeit von 5 Jahren. Der Rezertifizierungsprozess wird nun angestoßen. Eine wichtige Frage war der Umgang mit dem Thema „Barrierefreiheit“. Auch wenn perspektivisch nicht alle Markenbotschafter nach „Reisen für Alle“ zertifiziert werden können, soll es Pflicht sein, das Thema Barrierefreiheit aktiv zu kommunizieren.

Im Bereich der neuen, themenorientierten Arbeitsweise der TTG wird an einem neuen Workflow für die Ernennung von Theatern zu Markenbotschaftern gearbeitet. Dies geschieht auch in Hinblick auf die Kultur-Kampagne „Vorhang auf“ (Arbeitstitel) im Jahr 2026. Ziel soll es sein, dass bis dahin Aspekte des Tourismus in den Thüringer Theatern inhaltlich platziert wurden und erste Theater Markenbotschafter sind.

Im ersten Quartal wurden bereits folgende Einrichtungen und Wanderwege zum Markenbotschafter ernannt: Toskana Therme Bad Sulza, „Der Hochrhöner®“, Panoramamuseum Bad Frankenhausen

Themenkoordination Barrierefreier Tourismus

Projekt: 90066, Budget Plan: 10.000,00 €, Budget Ist: 1.011,50 €

Am 18.01.2024 fand ein Termin mit dem Heilbäderverband zur Kommunikation von Barrierefreiheit auf der Website des Verbandes statt. Barrierefrei-Informationen werden nun ausgespielt. Mögliche Inhalte für eine Unterseite zum Thema Barrierefreiheit (z.B. Nutzung der Storys aus dem Projekt „Der perfekte Tag“ sind in Planung. Daneben hat die TTG für das Thema der digitalen Barrierefreiheit sensibilisiert.

Am 06.02.2024 organisierte die TTG den Länderarbeitskreis mit einem Austausch zum aktuellen Stand von „Reisen für Alle“.

Am 20.02.2024 fand ein Arbeitstreffen mit der Serviceagentur demografischer Wandel statt. Auch wenn initial im Bereich der Barrierefreiheit noch wenig Synergien gefunden wurden, wird der Bekanntheitsgrad der TTG und deren Kompetenz in punkto Tourismus hierdurch weiter gestärkt und das Netzwerk im Bereich der Barrierefreiheit erweitert. Zukünftig sollen mögliche Schnittmengen und Synergien ausgelotet werden.

Am 05.03.2024 erfolgte ein Vortrag im Wirtschaftsausschuss des Thüringer Landtages zum Thema „Erfolgsfaktoren des barrierefreien Tourismus und die Rolle der TTG“. Die Wichtigkeit des Themas „Barrierefreies Reisen“ wurde verstanden und die Arbeit der TTG der letzten Jahre anerkannt. Daneben ist die TTG in die Fortschreibung des Thüringer Maßnahmenplans zur Umsetzung der UN-Behindertenrechtskonvention unter Leitung der Staatskanzlei eingebunden.

Datenerhebung

Projekt: 90091, Budget: kein separates Budget geplant

Eine neue Aufgabenverteilung zwischen Land und DMOs wird angestrebt. In diesem Zusammenhang wurde ein Konzept für einen Übergang der operativen Zertifizierungstätigkeit in die Verantwortung der DMO erarbeitet und am 20.03.2024 im Rahmen der DMO-Runde präsentiert.

Acht im Jahr 2023 begonnene Zertifizierungsprozesse wurden abgeschlossen. Im Jahr 2024 steht die (Re-)Zertifizierung von derzeit 29 Betrieben an. Schwierigkeiten macht dabei der noch nicht geschlossene Lizenzvertrag des Ministeriums und das weitere Vorgehen mit den DMOs. Anstehende Zertifizierungsprozesse müssen daher zurückgestellt werden. Gerade bei Neu-Zertifizierungen führt dies leider zu Unverständnis und Frustration bei den Leistungsträgern.

Der perfekte Tag

Projekt: 22013

Budget Plan: 18.000,00 €

Budget Ist: 17.991,00 €

Das Projekt „Der perfekte Tag“ wird 2024 mit unterschiedlichen Ausprägungen fortgesetzt. Beauftragt sind aktuell der Online-Austausch und zwei Themenworkshops. Für das Thema „Handbike-Touren“ ist eine Nachbeauftragung in Höhe von ca. 7.000 € brutto erforderlich. Das Budget ist vorhanden und das weitere Vorgehen wird aktuell mit der Vergabestelle abgestimmt.

Online-Austausch „Barrierefreiheit im Dialog:“ Am 29.02.2024 fand ein Austausch zum Thema Gestaltung barrierefreier Stadt- und Orientierungspläne mit Impulsreferat von Dr. Kai Pagenkopf statt. Unterstützt wurde das Format durch die Referentinnen Sophie Hahn (Stadtplan „Arnstadt für Alle“) und Valerie Stephani (Klassik Stiftung Weimar – Park an der Ilm). Die Idee zum Thema entstand im Rahmen der gemeinsamen Evaluierung des Projektes der „Perfekten Wochenenden“ Ende 2023 mit den Projektpartnern. In Weimar, Mühlhausen und im Park Altenstein besteht Bedarf an der Entwicklung dieser Pläne.

15 Teilnehmende aus Touristinformationen, DMOs und Hotels bereicherten den Termin auch inhaltlich. Das Format erhielt sehr positives Feedback.

Auftaktworkshop „Handbike-Touren in Thüringen:“ Im Rahmen der Workshops zum perfekten Wochenende im Jahr 2023 wurde der Wunsch laut, sich dem Thema „Aktivangebote für Menschen mit Mobilitätseinschränkungen“ weiter zu widmen und diese auch zu kommunizieren. Aufgrund mangelnder Vorkenntnisse auf allen Seiten wurde im Vorjahr vereinbart, dass hier ein gemeinschaftlicher Aufschlag benötigt wird. Dieser fand am 18.03.2024 mit 8 Teilnehmenden aus DMOs und aktiven Handbikern statt.

Ziele: Erweiterung der Angebote für Menschen mit Behinderung aus dem Bereich des Aktivtourismus – dabei Konzentration auf die Regionen, die schon barrierefreie Angebote vorhalten und das Thema aktiv besetzen

Definition von 4-5 Tourenvorschlägen: Darstellung auf der Webseite der TTG auch mit Blick auf das Themenjahr „Rad“ voraussichtlich 2026 und im Radroutenplaner (Beispiel aus dem Saarland: [▶ Handbike Touren im Saarland | Tourismus Zentrale Saarland](#))

Ergebnisse:

- ▶ Hohes Engagement aller Beteiligten
- ▶ Ideensammlung: 14 Touren, von denen 7 in den nächsten Wochen anhand besprochener Kriterien vorab gecheckt werden

Nächste Schritte:

- ▶ 17.05. – Präsentation der Ergebnisse aus den Erstbefahrungen und Auswahl der 4-5 Touren, die im Juni/ Juli detailliert dokumentiert werden
- ▶ August/ September: Workshop zur Kommunikation der Touren – Aufbereitung der Informationen/ Erlebnisberichte und Fotoshooting

„Das perfekte Wochenende:“ Mit der Klassik-Stiftung Weimar wurden Bildrechte final geklärt. Der Bereich „Unsere Lieblingstouren“ auf [barrierefrei.thueringen-entdecken.de](#) wurde vervollständigt.

Alle Touren zu denen Texte und Bilder produziert wurden, sind nun online. Der entstandene Content wird aktuell durch die Projektpartner in Bad Liebenstein [▶ Abbildung 41](#), Erfurt, der Weltebergregion und von Bad Langensalza genutzt und verlängert.



First Date Tourismus

Projekt: 23006

Budget: kein separates Budget geplant

Im Jahr 2023 wurde beschlossen, dass die TTG bei der Fortführung des Projektes nunmehr eine beratende Funktion einnehmen wird und die Organisation und Durchführung von Veranstaltungen vornehmlich bei Partnern liegen muss. Die TTG stellt Know-How, Spiele und Material. Initial gab es daraufhin im ersten Quartal eine Vielzahl von Gesprächen zu einer möglichen Durchführung und Support-Möglichkeiten (u.a. mit der Weltebergregion Wartburg-Hainich, dem Saale-Unstrut Tourismusverband, Altenburger Land, etc.). Eine Kooperationsvereinbarung mit der IHK zur finanziellen Unterstützung

steht kurz vor dem Abschluss. Bisher lässt sich allerdings noch nicht sagen, ob Akteure in Thüringen tatsächlich in der Lage sind, das Veranstaltungsformat aufzugreifen und zu verlängern.

Das Ziel bleibt weiterhin, Akteure in Thüringen dazu zu befähigen, Formate zur Bewerbung eines Berufsstartes im Tourismus in Eigenregie zu organisieren und durchzuführen.

Im Rahmen des Tages der Berufe konnte jedoch mit Materialien aus dem Projekt im Hotel Radisson Blue Erfurt und in den Räumen von 360Grad TDE unterstützt werden.

10005 Programm Kulinarik

Die perfekte Mahlzeit – so i(s)st Thüringen

Projekt: 22025

Budget Plan: 17.000,00 €

Budget Ist: 0,00 €

Nach Durchführung der Pilotworkshops in der Welterbergregion Wartburg Hainich sowie im Eichsfeld erfolgte eine konstruktive Evaluierung zwischen TTG und Futour. Daraufhin präsentierte Fr. Dr. Glatzel am 22.01.2024 einen neuen Vorschlag zur inhaltlichen Vorgehensweise die verbleibenden Workshops betreffend, welcher stärker auf die vor Ort bereits vorhandenen Strukturen und Gegebenheiten eingeht, die Leistungsträger bereits vorab stärker einbindet und Bedarfe schneller aufzeigt.

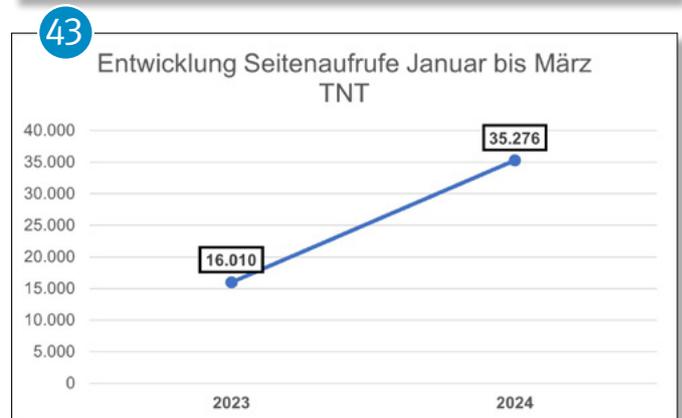
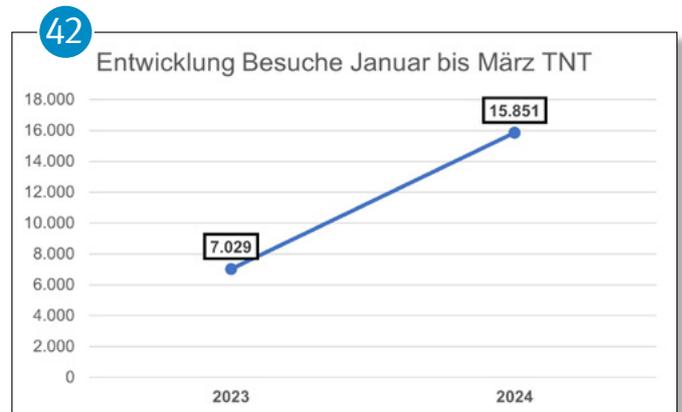
Die Hauptzielstellung des gesamten Projekts ist die Identifikation der kulinarischen DNA einer Region, verbunden mit der Entwicklung eines authentischen, erlebbaren Angebots, welches dieses kulinarische Profil noch weiter untersetzt und unterstützt.

Zur weiteren Umsetzung des Projekts sind für 2024 noch drei Workshopstage in drei verschiedenen Regionen (DMOs) geplant.

- ▶ Tourismusverband Altenburger Land e.V.
- ▶ Weimarer Land Tourismus e.V.
- ▶ Regionalverbund Thüringer Wald e.V. mit dem Fokus: Biosphärenreservat Thüringer Wald

Im ersten Quartal erfolgten die Kontaktaufnahme und eine erste Vorabsprache zur inhaltlichen Ausrichtung. Anfang des II. Quartals ist eine Detailabsprache zwischen TTG, DMO und Futour vorgesehen. Dabei wird eine gemeinsame Zieldefinition hinsichtlich des Workshops sowie die Timeline erarbeitet.

Mit Übernahme des Themenbereichs Kulinarik durch Michaela Friedel hat sich herausgestellt, dass die grundsätzliche Ausrichtung und Zielstellung der TTG zu hinterfragen ist. Teilweise ausschlaggebend dafür war das Angebot am 29.02.2024 von Antje Peiser und Irene Schmidt (Saale-Unstrut Tourismus GmbH) die Marke „Thüringer Tischkultur“ zu übernehmen und weiter zu bearbeiten. Daraus resultierte die Notwendigkeit, das Querschnittsthema Kulinarik neu zu denken. Ein entsprechender Vorschlag dazu wird gerade erarbeitet.



10011 Programm Tourismusnetzwerk Thüringen

Tourismusnetzwerk Thüringen

Projekt: 15011

Budget Plan: 17.000,00 €

Budget Ist: 13.182,00 €

Für das Tourismusnetzwerk Thüringen konnten im ersten Quartal sechs neue Redakteure gewonnen und ausgebildet werden. Für den bestehenden Redakteurspool sind derzeit vier Ganztagesworkshops zu verschiedenen fachlichen Themen in Planung. Am 28.02.2024 tagte die Steuerungsgruppe zum Tourismusnetz-

werk Thüringen unter Teilnahme von Vertretern des TMWWDGs, der IHK-Regionen, des DJH Landesverbandes Thüringens, des Thüringer Heilbäderverbandes, der Erfurt Tourismus und Marketing GmbH sowie der TTG. Sehr erfreulich für alle Beteiligten: Thüringen kann gegenüber den anderen Bundesländern gute bis sehr gute Ergebnisse in Hinblick auf die Seitenansichten des Netzwerks verzeichnen. ► **Abbildungen 42–43** Auch innerhalb des eigenen Netzwerkes ist ein deutlicher Anstieg im Bereich der Seitenaufrufe und Ansichten von Beiträgen zum Vorjahr zu verzeichnen. In digitalen Führungen (zuletzt am 15.3.2024 mit 13 Teilnehmenden) demonstriert die Thüringer Tourismus GmbH zudem die Fähigkeiten des Tourismusnetzwerkes als Austausch- und Wissensplattform.

10013 Programm Nachhaltigkeit

Netzwerk Nachhaltigkeit

Projekt: 91041 , Budget: kein separates Budget geplant

Am 20.02.2024 legten Frau Rittweger und Frau Lögering im Rahmen eines Zertifikatlehrgangs des DTVs und Recert eine Prüfung zum Nachhaltigkeitsmanager im Tourismus ab. Das in der Abteilung vorhandene Fachwissen konnte somit weiter ausgebaut werden.

Die Netzwerkaktivitäten wurden verstärkt. Die TTG engagiert sich weiterhin im von der IHK Erfurt gegründeten Austausch „Thüringer Partnernetzwerk Nachhaltigkeit“ und stellt hierfür in Form des Kommunikationsraumes des Tourismusnetzwerkes (Kora) auch ein digitales Kollaborationstool zur Verfügung. Das 3. Treffen des Netzwerkes fand am 31.01.2024 statt. Der länderübergreifende Austausch zum Thema „Nachhaltigkeit“ fand am 28.02.2024 mit 16 Bundesländern, DTV und DZT erneut statt. Die Runde ist eine wichtige Gelegenheit, um die Nachhaltigkeitsaktivitäten Thüringens sichtbar zu machen, Benchmark und Netzwerkbildung zu betreiben und Fachwissen zu gewinnen. Durch die verstärkten Aktivitäten im letzten Jahr hat die Thüringer Tourismus GmbH im Vergleich mit anderen LMOs wieder Boden gutmachen können.

Nachhaltigkeitsnavigator

Projekt: 24005, Budget Plan: 45.000,00 €, Budget Ist: 0,00 €

Das Projekt „Nachhaltigkeitsnavigator“ ist das Anschlussprojekt an die Erarbeitung von Vision und Handlungsfeldern für den Thüringer Tourismus aus dem Jahr 2023. Im Jahr 2024 sollen kollaborativ konkrete Handlungsempfehlungen und Hilfestellungen erarbeitet werden.

Den Auftakt bildete ein Webinar unter dem Titel „Nachhaltiger Tourismus: Wann beginnen, wenn nicht jetzt!“ am 27.02.2024. Das Programm beinhaltete einen Impulsvortrag aus Mühlhausen zum dortigen Nachhaltigkeitskonzept der Wirtschaftsbetriebe und ein Impuls von Referent Holger Siegmund, der den Mehrwert für den eigenen Betrieb herausstellte, sich mit dem Thema zu befassen. Das ThEX stellte seinen digitalen Nachhaltigkeits-Check Tourismus vor, der ein Kooperationsangebot mit der TTG darstellt und ein unmittelbares Resultat von Vision und Leitbild aus dem Jahr 2023 ist.

Am 18.03.2024 fand wiederum ein Treffen der im Jahr 2023 gegründeten AG-Nachhaltigkeit statt. Das Format ist weiterhin offen und weitere Teilnehmer werden akquiriert. Im Rahmen dieses Treffens wurde der Gruppe ein kurzes Update zum Arbeitsstand und ein Ausblick auf die geplanten Aktivitäten gegeben. Derzeit befindet sich die Begleitung einer Fachagentur für zwei Jahre in Ausschreibung, die gemeinsam mit der AG-Nachhaltigkeit, der TTG und weiteren, interessensgeleiteten Akteuren an den Handlungsfeldern „Nachhaltige Angebote“ und „Nachhaltige Kommunikation weiterarbeiten wird. Die Erarbeitung von Hilfestellungen in den genannten Handlungsfeldern erfolgt kollaborativ und nach dem im Wissensmanagement entwickelten Modell des „TTG Community Learning Cycles“.

10003 Programm Wegemanagement

ADFC-Klassifizierung zu Qualitätsradrouten: RFWTSK und Saaleradweg

Projekt: 21029, Budget: Budget ist noch in Klärung

Die TTG initiierte am 29.01. und am 25.03. Arbeitstreffen für alle Radwege, die derzeit im Klassifizierungsprozess sind. Anwesend waren Vertreter des Ilmtal-Radweges, der Städteketten und des Saaleradweges. Absprachen zum aktuellen Projektstand, zum weiteren Vorgehen, zu Herausforderungen im Projekt und zur weiteren Vermarktung der Wege im Anschluss waren die Kernthemen der Treffen. Die größten Herausforderungen sind derzeit sowohl technischer Natur (Fehler im ADFC-Q-Portal) als auch ressourcenbasiert (Unterschiedliche Voraussetzungen der Kommunen zur Beseitigung der identifizierten Mängel). Ebenfalls zeichnet sich ab, dass es in drei Jahren Probleme bei der Budgetierung der Re-Zertifizierungen geben wird. Die Kommunen und Träger bitten um Unterstützung durch TMIL/TMWWDG.

Die finale Überprüfung anhand der behobenen Fehler ist für den Zeitraum Oktober bis Dezember geplant. Die Urkundenübergabe im Rahmen der ADFC-Zertifizierung soll zum Radtourismuskon-



Radwegemanagement

Projekt: 90146
 Budget Plan: 5.000,00 €
 Budget Ist: 0,00 €

Erarbeitung Mountainbike-Konzept Thüringer Wald: Der Regionalverbund Thüringer Wald befindet sich in der Erarbeitung eines Mountainbike-Konzeptes. Auftaktworkshops fanden am 17.01. und am 23.01.2024 zu den Themen „Haftung und Patenschaft“ in Suhl statt.

Die TTG unterstützt und berät auch in Hinblick auf Befahrungen und Qualitätsfeststellungen. Obwohl der Mountainbiketourismus zunehmend eine große Rolle im Rahmen der ganzjährigen Nutzung von Mittelgebirgsdestinationen spielt, können im Thüringer Wald aktuell keine Strecken beworben werden. Hintergrund ist, dass die vorhandenen Tracks das

zept des ADFC im Frühjahr 2025 in Bremen stattfinden. Eine presse- und politikseitige Verlängerung innerhalb Thüringens ist aus Sicht des Projektes gewünscht und sinnvoll: Thüringen wird aller Voraussicht nach dann vier ADFC-zertifizierte Radfernwege haben. Der Austausch mit den Radwegeverantwortlichen ist weiterhin in kurzen Abständen notwendig und wird fortgesetzt.

Kulinarische Radtouren TTG/ADAC/DEHOGA

Projekt: 24008,
 Budget: Budget ist noch in Klärung

Im Rahmen mehrerer Treffen wurden mit dem ADAC, dem DEHOGA und einer beauftragten Agentur Routen für kulinarische Radtouren in Thüringen erarbeitet. Die Überprüfung der Touren vor Ort hinsichtlich Wegebefindlichkeit und Ausschilderung erfolgt durch die zuständige DMO oder / und Tom Engelhaupt (ehem. Köttner). Die Lieferung der fertigen Karten ► **Abbildung 44** an ADAC und TTG ist für Ende April / Anfang Mai 2024 geplant.

45

Zielgruppe / Potential Gast

Potenzial-Gast

Zielgruppe Null

Das Rad wird immer mehr zum Bike – trendig, mit viel Federweg, besseren Bremsen und häufig auch E-Antrieb. So wie sich das Gerät ändert, entwickeln sich auch die Konsumenten weiter. Sie zeichnen sich durch hohe Bewegungsfreude und Aktivität sowie eine starke Naturaffinität aus. Die Mountainbike-Szene und ihr Lifestyle ziehen sie an.

56 % aller Mountainbiker sind zwischen 30-49 Jahren

57 % der Mountainbiker mit Interesse am Thüringer Wald steht ein höheres Haushaltsnettoeinkommen zur Verfügung als dem Durchschnitt der Bevölkerung Deutschlands.

Quelle: Mountainbike Forum

Verfahren „Forst & Tourismus“ noch nicht durchlaufen sind und somit als nicht genehmigt gelten. ► **Abbildung 45**

Zusammenarbeit mit dem ADAC Hessen-Thüringen: Die Zusammenarbeit mit dem ADAC wurde auch über das Projekt „Kulinarische Radkarten“ hinaus intensiviert. Im Rahmen des Projektes „Radservice-Stationen“ des ADAC wurden fünf geeignete Standorte in Thüringen ermittelt (Hörschel, Erfurt, Mellingen, Jena, Hartmannsdorf (Bad Köstritz)). Daneben wurde der ADAC bei der Planung einer Radreise im Rahmen eines Gewinnspiels von ADAC und MDR Thüringen konzeptionell unterstützt.

Weitere Tätigkeitsfelder umfassen:

- Treffen mit Landrat UH-Kreis am 10.02.2024 zum Unstrut-Radweg (Freigabe für den Radweg zwischen Herbsleben und Gebesee fehlt nach wie vor)
- Arbeitskreis Thüringer Radverkehr am 22.02.2024
- Treffen ADFC Thüringen AG Tourismus am 20.03.2024
- Unterstützung bei der Erstellung des Radverkehrskonzeptes für den Landkreis Hildburghausen
- Befahrung weiterer, touristischer Radwege zur Vertiefung der Produktkenntnis (Waldrandroute, Städteketten, Ilmtal-Radweg, Gera-Radweg, Werratal-Radweg, Radwege aus ADAC-Projekt)

Wegeprüfung

Projekt: 21008
Budget: kein separates Budget
geplant

Durch den Themenkoordinator Touristische Wanderwege, Simon Büttner, wurde im März 2024 der TOP-Wanderweg „Erlebnis Iberg“ in Heilbad Heiligenstadt geprüft.

Aus 2023 stehen derzeit noch einige Prüfberichte aus, die noch angefertigt und verschickt werden müssen.

Wanderwegekoordination

Projekt: 90144
Budget Plan: 3.500,00 €
Budget Ist: 0,00 €

Im Rahmen der Wanderwegekoordination wurde im ersten Quartal 2024 zu folgenden Themen beraten:

- ▶ Beratung im Rahmen des Wanderkompetenznetzwerks IIm-Kreis in Gehren mit Landratsamt, Forstamt, Kommunen und dem Regionalverbund Thüringer Wald e.V.
- ▶ Beratung zum Beschilderungsprojekt E3 in Suhl mit dem Regionalverbund Thüringer Wald e.V. und TGW-Hauptgewart Gunter Werrmann
- ▶ Beratung zum Problemkreis Qualität und Denkmalschutz am Rennsteig in Friedrichshöhe mit Rennsteigverein, Regionalverbund Thüringer Wald e.V., Naturpark Thüringer Wald, Thüringen-Forst und TLBG
- ▶ Teilnahme am Arbeitskreis Deutscher Wandertag 2024 im Eichsfeld in Heilbad Heiligenstadt

Am 14.03.2024 war die Thüringer Tourismus GmbH Gastgeberin der Vorstandssitzung des Thüringer Wanderverbandes in Erfurt.

Wegewarteschulungen

Projekt: 90151, Budget Plan: 3.000,00 €, Budget Ist: 0,00 €

Im Projekt Wegewarteschulungen werden derzeit alle Angebote aus dem Bereich des touristischen Wanderwegemanagements gebündelt. Folgende Aktivitäten wurden durchgeführt:

- ▶ Vorbereitung und Durchführung zweier Fortbildungslehrgänge zum Thema Beschilderungsplanung für touristische Wege am 09. Februar und am 26. März in Erfurt mit zusammen 16 Teilnehmern
- ▶ Outdooractive-Schulung am 31. Januar mit 6 Teilnehmern (online)
- ▶ Wanderwege-Seminar für Zertifizierte Natur- und Landschaftsführer am 20. Februar mit 18 Teilnehmern (online)
- ▶ OpenStreetMap-Schulung am 22. März mit 14 Teilnehmern (online)
- ▶ Vorbereitung zweier Grundlehrgänge für Wegewarte im April

10012 Programm Convention Büro

Laufende Tätigkeit

Tagesgeschäft Convention Bureau Thüringen

Projekt: 90170, Budget: kein separates Budget geplant

Im ersten Quartal erfolgte eine regelmäßige Recherche nach öffentlichen Ausschreibungen, die für das Tagungsland Thüringen interessant sein könnten, um Geschäftspotenziale in das Netzwerk zu geben und um den Markt im Blick zu behalten. Aktuell eruiert wir das Potenzial eines deutschlandweiten Aufrufs zur Bewerbung für das Bundestreffen der Regionalbewegung 2025.

Aufbau Website Convention Bureau Thüringen

Projekt: 23018, Budget: kein separates Budget geplant

Das Projekt ist seit 30.01.2024 abgeschlossen. Aktuell sind 94 Locations aus ganz Thüringen abgebildet. Der weitere Ausbau der Website in Funktion und Inhalt wurde in das Projekt „Marktpräsenz“ überführt.

Aufbau Workflow Convention Bureau Thüringen

Projekt: 23019, Budget: kein separates Budget geplant

Der Workflow für die Anfragenbearbeitung wurde in Abstimmung mit der Impulsregion und dem Beirat erarbeitet und fixiert. Die Absprache erfolgte, um mögliche Konkurrenzsituationen mit den bestehenden Convention Bureaus im Land auszuschließen und um Schnittstellen zu finden. Die entsprechenden Formulare und Vorlagen wurden erstellt. Rechtliche Fragen zu Datenschutz etc. sind gerade in Abstimmung.

Marktpräsenz Convention Bureau Thüringen

Projekt: 23024

Budget Plan: 56.300,00 €

Budget Ist: 36.494,69 € beauftragt (Budget aus unterschiedlichen Abteilungen)

Marketing: Der Marketingplan wurde unter Berücksichtigung unterschiedlicher Medien (digital & auch print) erstellt und die Aktionen mit den einzelnen Anbietern über das Jahr verteilt abgestimmt. In der Marketingplanung wurden auch Beteiligungsangebote für die Partner mit eingeplant.

Mit dem German Convention Bureau konnte zum 01.04.24 eine strategische Marketing-Kooperation „Partner im Fokus“ vereinbart werden. Nur 4 strategische Partner werden pro Jahr vom GCB hierfür zugelassen. Das Convention Bureau profitiert von Mitgliedsangeboten im Netzwerk und unterschiedlichen Marketingaktivitäten, die über die gesamte Reichweite des GCB ausgespielt werden. Das Grobkonzept für eine eigene Image-Broschüre wurde erarbeitet und wird weiter ausgebaut.

Mit der Grafikagentur wurde ein Key Visual erarbeitet, welches auf unterschiedlichen Medien & Produkten einen Wiedererkennungswert bilden soll.

► [Abbildung 46](#)

Am 14. und 15.03.2024 fand das MICE-Fotoshooting statt. Mit 3 professionellen und 2 weiteren semi-professionellen Models wurden unterschiedliche (Tagungs-) Motive in Apolda (Hotel am Schloss), Jena (Volksbad, Volkshaus, Jenoptik) und in Erfurt (Kaisersaal, Messe, Innenstadt und Bahnhof) geshootet. Die Bilder sollen zukünftig für die Website und unterschiedliche Marketingmaßnahmen verwendet werden.

Am 05.03.2024 fand ein Tagungsevent in der Berliner Landesvertretung statt, auf



dem auch das Tagungsland Thüringen durch die TTG präsentiert wurde. Auf Initiative der Impulsregion waren ca. 50 Tagungsplaner eingeladen, von denen ca. 40 Personen vor Ort waren. Neben der Moderation durch Daniel Baumbach, übernahm Minister Tiefensee eine Key-Note zum Tagungsland Thüringen. Als Aussteller war u.a. die Gebietskörperschaften der Impulsregion, die Messe Erfurt, der Kaisersaal, Die Arena Erfurt, die EGA, die Deutsche Hospitality und das Mercure Hotel Gera vertreten.

Netzwerk & Systempartnerschaften Convention Bureau Thüringen

Projekt: 24001

Budget Plan: 15.000,00 €

Budget Ist: 1.239,86 € beauftragt (Budget aus unterschiedlichen Abteilungen)

Am 30.01.2024 wurde bei der Tagungsallianz in Jena das Convention Bureau vorgestellt und intensiv Netzwerkarbeit betrieben. Das Convention Bureau Jena

lud ca. 25 Netzwerkpartner (Veranstaltungsplaner & Veranstaltungslocations) ein.

Das zweite Beirats-Meeting fand am 05.02. in den Räumen der TTG statt. Das Budget und die vorläufige Marketingplanung, sowie der geplante Workflow bei der Bearbeitung von Anfragen wurde vorgestellt und in der Gruppe diskutiert. Weitere Präsenztermine (z.B. 21.02.: Netzwerkfrühstück in Weimar) und der Besuch der ITB am 06.03. intensivierten den Branchenaustausch und den Austausch mit Kollegen auf LMO-Ebene.

Am 27.03.2024 wurde der erste Partner-Newsletter an 122 Kontakte (Beirat & Partner-Locations) versandt. Der Newsletter beinhaltet in ansprechender Form Branchen-Informationen, Beteiligungsangebote und eine Abfrage zum Schulungsbedarf.

Das Convention Büro ist seit dem ersten Quartal Mitglied des MICE-Netzwerkes Meet Germany. Auch hierdurch soll der Branchenaustausch intensiviert und Sichtbarkeit erhöht werden.

Herausgeber:

Thüringer Tourismus GmbH
Geschäftsführer: Christoph Gösel
Willy-Brandt-Platz 1
99084 Erfurt

Telefon +49 361 3742 - 222
Telefax +49 361 3742 - 299
ch.goesel@thueringen-entdecken.de
www.thueringen-entdecken.de