



# Quartalsbericht 4/2023

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 4. Quartal 2023

Sehr geehrter Herr Aufsichtsratsvorsitzender,  
sehr geehrte Mitglieder des Aufsichtsrates,

entsprechend dem Gesellschaftsvertrag übersende ich Ihnen mit Stand 30.01.2024 den nachfolgenden Bericht des Geschäftsführers der Thüringer Tourismus GmbH.



Christoph Gösel  
Geschäftsführer

### Zentrale Dienste Seite 2

Verwaltung	2
Personal	2
Finanzen	2

### Strategiemanagement Seite 3

Umsetzungsmanagement Tourismusstrategie Thüringen (TST 2025)	3
DMO-Treffen TMWWDG, TTG, DMOs	3
B2B-Event 2024	4
Marktforschung- und Analyse	4
Landesweite Gästebefragung	4
Regelmäßiger Marktforschungsnewsletter	4
Angekaufte Studien	4
OSV-Tourismusbarometer	5
Aufbereitung der amtlichen Statistik	5
Sonstiges	5
Jour fixe TMWWDG	5
Deutscher Tourismustag 2023	6
Seitenaufrufe Tourismusnetzwerk	6
Stellenbesetzung	6

### Marke & Kommunikation Seite 7

Kampagnen	7
Onlinemarketing Draußpowern	8
Nationale Naturlandschaften – Kooperation TMUEN	8

Print	9
Onlinemarketing / Social Media	10
Auslandsmarketing	11
Content	14
Präsentationen	14
360Grad Thüringen entdecken	14
Strategisches	14

### Digitale Transformation Seite 15

Weiterentwicklung ThüCAT	15
Systembetrieb ThüCAT	15
Systembetrieb Content-Datenbank	15
Nutzung des Thüringer Websitebaukastens	16
Systembetrieb Thüringen buchen	16
Thüringen buchen Anwendertreffen	17
Modellprojekt Content-Distribution	17

### Innovation & Qualität Seite 18

Produktentwicklung	18
Regionale Projektsteuerungsgruppen	18
Weihnachtsland am Rennsteig	18
Kulinarik	18
Convention Büro	19
Der perfekte Tag	19
Qualität	20
Barrierefreiheit / Reisen für Alle	20
Weitere Qualitätsinitiativen	21
Koordination touristischer Rad- und Wanderwege	21
Nachhaltigkeit	21
Wissen und Netzwerk	22
Umsetzung Wissensmanagement	22
Rückblick: Schulungen und Webinare	23
Weiterentwicklung des Tourismusnetzwerkes	23
Tourist-Informationen im Austausch	24
First Date Tourismus	25

# Zentrale Dienste

## Verwaltung

Mit der Thüringer Aufbaubank und dem Referat 24 des TMWWDG wurden Gespräche über die Prüfbläufe zu den Verwendungsnachweisen geführt. Ziel ist die Organisation eines effizienten Prüfmodus für die Prüfjahre ab 2019. Das neue Verfahren wurde durch die Aufbaubank protokolliert und wird für zukünftige Prüfungen angewendet.

Im Rahmen des Umlaufbeschlussverfahrens des Aufsichtsrates der Gesellschaft wurde der Vergabe des Auftrages zur Erneuerung der Buchhaltungssoftware zugestimmt. Der Auftrag wurde am 22.12.2023 ausgelöst.

Die Vorprüfung des Jahresabschlusses 2023 wurde im November 2023 in den Räumlichkeiten der TTG durchgeführt. Der Wirtschaftsprüfer stellte keine Verstöße bei der Arbeit fest. Die Hauptprüfung wird ab dem 11.03.2024 vorgenommen. Die Inventuraufnahme erfolgte zum 04.12.2023.

Der Beschluss des Wirtschaftsplanes erfolgte in der Sitzung des Aufsichtsrates am 14.11.2023. Zum Jahresende wurden der Förderbescheid und der Zuwendungsvertrag an die Gesellschaft gesendet.

Die Diskussion mit dem Referat 24 des TMWWDG zur Art der Gestaltung der Zuschussverträge und der Beauftragung des Unternehmens drückt sich in den Verträgen aus und wird die Gesellschaft als solches in Teilen wieder zum Vorsteuerabzug berechtigen.

Die Aufstellung des Verwendungsnachweises für das Jahr 2023 erfolgt im Januar 2024. Der Mittelabruf im Jahr 2023 erfolgte auf dem Niveau des Zuwendungsbescheides.

Thüringer Tourismus GmbH		
vorläufige Gewinn- und Verlustrechnung für die Zeit vom 1. bis 31.12.2023		
	2023 Ist	2023 Plan
	1.1. bis 31.12	
	T EUR	T EUR
1. Umsatzerlöse	439	269
2. Sonstige betriebliche Erträge	7.324	6.345
	7.763	6.614
3. Materialaufwand		
a) Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren	6	1
b) Aufwendungen für bezogene Leistungen	2	-
	8	1
4. Personalaufwand		
a) Löhne und Gehälter	1.914	2.058
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung (davon für Altersversorgung EUR 39.341,46)	434	432
	2.348	2.490
5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	667	440
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	4.775	3.682
7. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	36	-
8. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-	-
9. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	1	1
10. Sonstige Steuern	1	1
11. Jahresfehlbetrag/-überschuss	-	-

## Personal

Zum Jahresende sind die Elternzeitvertretung von Frau Theresa Wolff und die Projektstelle von Frau Walther auslaufen. Die Nachfolge von Frau Nadine Heubach in der Projektverwaltung wird seit 01.11.2023 von Tobias Theuerkauf übernommen.

In Vorbereitung der nächsten Aufsichtsratssitzung werden weitere Gespräche mit potentiellen Interessenten geführt, die eine privatwirtschaftliche Betreibung eines veränderten 360 Grad Showroom im Jahr 2024 angehen sollen. Bis dahin wird das Objekt in gewohnter Art und Weise weiter betrieben.

## Finanzen

Der Haushalt wird derzeit planmäßig bewirtschaftet. Die voraussichtlichen Ausgaben für das neue Finanzbuchhaltungssystem sowie weitere Maßnahmen entsprechen der Unternehmensplanung. Das Haushaltsjahr 2023 ist derzeit im Abschluss.

Zum Jahresende stellt die das Ergebnis der Gewinn- und Verlustrechnung wie folgt dar: ► [Abbildung 1](#)

# Strategiemanagement

## Umsetzungsmanagement Tourismusstrategie Thüringen (TST 2025)

Projekt: 22019

Budget: kein separates Budget geplant

Am 16.11.2023 fand die nächste Sitzung der Steuerungsgruppe statt. Die Verantwortlichen der Maßnahmenteams stellten den aktuellen Stand und die Ergebnisse der Maßnahmen vor. Im Anschluss gab es einen konstruktiven Austausch. Für das weitere Vorgehen wurde sich darauf geeinigt, Meilensteine für die Maßnahmen zu definieren sowie weitere Ziele zu formulieren, da viele Ziele bereits erreicht wurden.

► Zielgerade Maßnahmen TST 2025 | Tourismusnetzwerk Thüringen

Zur Vorbereitung der Steuerungsgruppe fanden Termine in den Maßnahmenteams zur Abstimmung über die Vorstellung in der Steuerungsgruppe statt. Weitere Termine, in denen aktiv an der Umsetzung der Ziele gearbeitet wird, sind im ersten Quartal 2024 geplant.

## DMO-Treffen TMWWDG, TTG, DMOs

Projekt: 90158

Budget: kein separates Budget geplant

Nach dem 2. Thüringer Destinationstag im September 2023 fanden keine gemeinsamen Treffen zwischen TMWWDG, TTG und DMOs statt. Absprachen erfolgten in persönlichen Terminen. Im Jahr 2024 wird frühzeitig die Planung begonnen, um einen regelmäßigen Austausch zu etablieren. Geplant ist zweimal jährlich eine DMO-Runde zu machen, zusätzlich sieht sich der gleiche Personenkreis in der Steuerungsgruppe. Die DMO Runden 2024 sind mit wechselnden Austragungsorten geplant, sodass die Kolleg:innen die Partner kennenlernen und best practice vor Ort präsentiert werden kann.

Die Kooperationsgespräche im Rahmen der RTM-Förderung konnten mit dem letzten ausstehenden Gespräch mit dem Regionalverbund Thüringer Wald im Oktober abgeschlossen werden. Schlüsse aus allen Gesprächen zieht das Strategiemanagement und bezieht diese in die weitere Planung ein.

Durch Christoph Gösel neu initiiert sind die „Kooperationsgespräche vor Ort“ der TTG bei allen DMOs. In einem offenen, konstruktiven und sehr wertschätzenden Dialog tauschen sich die Teams der DMOs mit Christoph Gösel und seinen Abteilungsleiter\*innen zu aktuellen Themen, gemeinsamen Herausforderungen und anstehenden Projekten aus. Im Oktober fand der letzte Termin in der Rhön statt. ► [Abbildung 2](#) Anregung aus diesen Gesprächen werden durch das Strategiemanagement zeitnah umgesetzt.



Das Strategiemanagement hat im 4. Quartal an den Projektsteuerungsgruppe im Vogtland und im Eichsfeld teilgenommen. ► **Abbildung 3** Bei beiden wurde nochmals die Gästebefragung thematisiert und offene Fragen geklärt. Im Eichsfeld wurde zudem das B2B Event auf der ITB und der Arbeitsplan zur Förderung der DMO thematisiert. Das Eichsfeld informierte über das neue Marketingkonzept, welches im Januar präsentiert werden soll, sowie über ein neues Nachhaltigkeitskonzept, welches mit dem Naturpark erarbeitet wurde.

## B2B-Event 2024

Projekt: 23016

Budget: Finanzierung über TMWWDG

Im Auftrag des Referat 24 des TMWWDG plant die TTG gegen separate Rechnungslegung ein B2B-Event im Rahmen der ITB am 05.03.2024. Die Veranstaltung wird im Queens45 stattfinden. Die Veranstaltung bietet den DMOs eine Plattform, sich und die Region über das Thema Kulinarik vorzustellen und auszutauschen. Geplant ist ein kulinarisches Casino. Das Strategiemanagement plant diese Veranstaltung federführend, trifft die Absprachen mit den DMOs, den relevanten Partnern und dem TMWWDG und führt das Einladungsmanagement.

## Marktforschung- und Analyse – Landesweite Gästebefragung

Laufende Tätigkeit: 90009

Budget: 9.800 €

Die Gästebefragung läuft in den Regionen sehr unterschiedlich. Die ersten Regionen haben bereits den Zielwert von 400 erreicht. In anderen Regionen muss vermutlich mit einer Vor-Ort Befragung nachgeholfen werden. Im ► **Marktforschungsnewsletter** Anfang Dezember

**4**

**Zielwerte und Befragte nach Region**

Region, Reisegebiet	Ankünfte 2022 <sup>1</sup>	Zielwert regional <sup>2</sup>	Zielwert landesweit <sup>3</sup>	Stichprobe 06.12.23 <sup>4</sup>	Entwicklung seit 08.11.23	Anteil am Zielwert <sup>5</sup>
Altenburger Land	90.579	400	-	190	84	47,5%
Eichsfeld	130.921	400	-	48	7	12,0%
Erfurt	515.761	400	-	463	110	115,8%
Thüringer Rhön	158.898	-	179	138	27	76,9%
Saaleland	301.460	-	340	174	25	51,1%
Südharz-Kyffhäuser	196.053	400	-	75	12	18,8%
Thüringer Wald	1.221.535	400	-	683	112	170,8%
Thüringer Vogtland	175.170	-	198	171	32	86,4%
Weimar	349.599	400	-	445	137	111,3%
Weimarer Land	152.951	400	-	123	19	30,8%
Welterberegion	603.210	400	-	262	44	65,5%
<b>Thüringen gesamt</b>	<b>3.896.135</b>	<b>3.200</b>	<b>718</b>	<b>2788</b>	<b>611</b>	<b>71,2%</b>
Saale-Unstrut grenzübergreifend	610.797	400	-	397	35	99,3%
Rhön grenzübergreifend	1.488.927	400	-	246	58	61,5%
Vogtland grenzübergreifend	474.124	400	-	278	39	69,5%

wurde ein Zwischenergebnis aufbereitet. Aktuell (06.12.) wurde thüringenweit folgende Stichprobe erzielt: ► **Abbildung 4**

## Regelmäßiger Marktforschungsnewsletter

Laufende Tätigkeit: 90009

Budget: 4.200 €

Im Sinne des Wissenstransfers an die Thüringer Tourismuspartner wurden regelmäßig im Tourismusnetzwerk Thüringen (TNT) ► **Marktforschungsnewsletter** sowie weitere relevante Beiträge zur Marktforschung veröffentlicht. Im 3. Quartal wurden die Themen Tagesreisen, Zwischenergebnisse Gästebefragung und die Sommerbilanz 2023 behandelt.

## Angekaufte Studien

Laufende Tätigkeit: 90009

Budget:

Destination Brand 23: 4.500 €,

GfK Destinationmonitor: 20.901 €,

Statista: 5.115 €,

Workshop der Fachhochschule

Westküste: 3.750 €,

Reiseanalyse 2024: 20.300 €

Die TTG hat im 4. Quartal die Studien Destination Brand 23 Business und den GfK Destinationmonitor angekauft. Die Destination Brand 23 Business zeigt einen Status Quo für das Convention Bureau. Der GfK Destinationmonitor zeigt einen Überblick, welche Wertschöpfung durch den Tourismus entsteht. Um einen Überblick über aktuelle Statistiken zu erhalten, wurde ein Account bei Statista für 1 Jahr angekauft.

Um die vorliegenden Studien besser zu verstehen und die Vergleiche mit anderen Bundesländern zu erhalten, hat die TTG an Workshops teilgenommen. Die FH Westküste hat einen Workshop zur Studie Lebensqualität und Tourismus angeboten, um den Vergleich zu zeigen. Da nicht alle Bundesländer ihr Einverständnis zur vollständigen Veröffentlichung gegeben haben, wird intern diskutiert, welche Daten veröffentlicht werden. Für die Ergebnisdarstellung des DMO-DigitalMonitors von BTE Tourismus- und Regionalvermarktung wurde ein Tag für einen digitalen Workshop genutzt. An dem Webinar haben auch die DMOs teilgenommen. Unterlegt wurden die Ergebnispräsentationen mit Best Practice Partnern.

Für 2024 wurde bereits die Reiseanalyse RA 2024 beauftragt. Die Reiseanalyse ist eine bevölkerungsrepräsentative jährliche Untersuchung zum Reiseverhalten der Deutschen.

## OSV-Tourismusbarometer

Das OSV-Tourismusbarometer soll eine neue Ausrichtung erhalten. In diesem Zuge wurde eine Arbeitsgruppe gegründet, an der sich die TTG beteiligt hat. Die Ergebnisse wurden in der Beiratssitzung im Dezember in Potsdam vorgestellt. Das

Strategiemanagement hat stellvertretend für Herrn Gösel teilgenommen.

## Aufbereitung der amtlichen Statistik

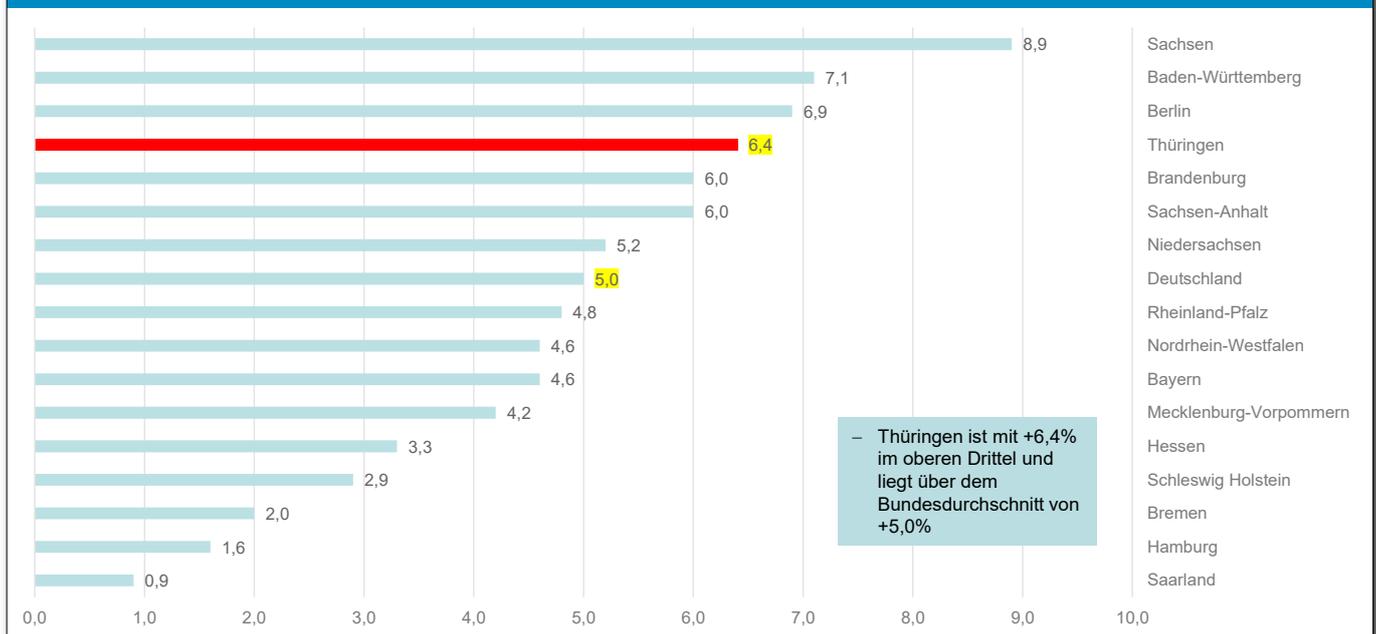
Anhand der Monatsstatistiken vom Thüringer Landesamt sowie Statistischen Bundesamt werden monatlich die Übernachtungs- und Ankunfts zahlen für Thüringen beobachtet und ausgewertet sowie die Branchenentwicklung im Deutschlandvergleich. Eine [Aufbereitung der Statistiken](#) für die Thüringer Tourismuspartner erfolgt monatlich im

TNT. Die letzten vorhandenen Daten vom Statistischen Bundesamt sind vom September 2023. Im September konnte Thüringen das Vor-Corona-Niveau nicht erreichen. [► Abbildung 5](#) Die Veränderungen zum Vorjahresmonat zeigen Thüringen aber im oberen Feld und über dem Bundesdurchschnitt. Alle Aktivitäten in diesem Bereich dienen der strategischen Ausrichtung der TTG, die fest schreibt, dass die TTG Marktforschung durchführt und diese Daten auswertet. Sie stützt die beiden Unternehmensziele: Die „TTG wird zum touristischen Wissens- und Kompetenzzentrum“ sowie „Die TTG betreibt zukunftsorientierte Marktsegmentierung“.

5

### Veränderung der Übernachtungen D gesamt | September 2023 zu 2022

Thüringen  
-entdecken.de



## Sonstiges – Jour fixe TMWWDG

Im November fand der monatliche „Jour fixe“ mit dem Referat 24 des TMWWDG statt. Folgende Themen wurden dabei vorbereitet und erörtert:

- Entwicklung nachhaltigkeitsfördernder Strukturen
- Unternehmenskultur und Beschäftigungsqualität
- Rechnungslegung im Umsetzungsmanagement
- Zwischenbericht der Gästebefragung Thüringen
- Bericht aus den Steuerungsgruppen
- Arbeitsstand zum Wissensmanagement
- Arbeitsstand B2B Event
- Wirtschaftsfaktor 2024/ Satellitenkonto
- Tourismusnetzwerk - Weihnachtsland am Rennsteig

## Deutscher Tourismustag 2023 in Bielefeld

Das Strategiemanagement war im November auf dem Deutschen Tourismustag in Bielefeld vertreten. Hier konnten viele Gespräche geführt und neue Impulse für die tägliche Arbeit mitgenommen werden. ► [Abbildung 6](#)



## Seitenaufrufe im Tourismusnetzwerk

Im Tourismusnetzwerk Thüringen werden die Seiten zur Tourismusstrategie und der Marktforschung gepflegt. Darüber hinaus werden Beiträge zu aktuellen Tätigkeiten geschrieben. Gemeinsam mit der Abteilung Innovation & Qualität wurden im Zuge des Umbaus des TNT die Seiten des Strategiemanagements neu aufgestellt und verzeichnet seitdem eine deutliche Zugriffssteigerung. Zum Jahresende wurde eine Auswertung der Seitenaufrufe erstellt. Bei den Beiträgen ist das Datum der Veröffentlichung zu beachten.

Durch die Umstellung des Analytik Tools von 2022 auf 2023 ist ein direkter Vergleich der Zahlen nicht möglich. Generell ist über sämtliche Themen jedoch ein deutlicher Anstieg der Zugriffszahlen zu verzeichnen, vor allem nach dem Umbau der Seiten im September 2023. ► [Abbildungen 7–9](#)



## Stellenbesetzung im Strategiemanagement

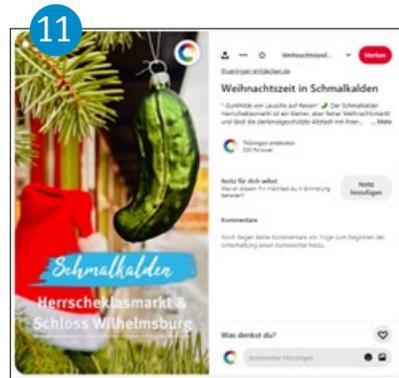
Seit 01. November 2023 ist die Abteilungsleiterposition des Strategiemanagements neu besetzt. Zukünftig wird Martina Damm die Aufgaben in diesem Bereich übernehmen.

# Marke & Kommunikation

## Kampagnen

Projekte: 23013 (Kampagnen) und 20019 (Ausland)  
 Budget: 50.000 € und 14.280 €

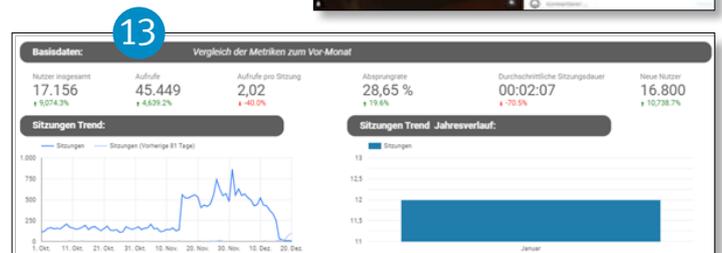
Vom 29. September bis zum 15. Dezember lief die alljährliche Weihnachtskampagne, neu war allerdings der Name: „Weihnachtsglanz Thüringen. Überraschend. Traditionell.“ Hintergrund der Namensänderung war eine diesbezügliche Forderung aus dem Projekt Weihnachtsland am Rennsteig, in dem man eher Konkurrenz statt Synergien in einer Namensgleichheit sah. ► [Abbildung 10](#)



So bündelten sich die Inhalte rund um das glanzvolle Handwerk der Glasbläser unter der neuen Landingpage weihnachtsglanz.thueringen-entdecken.de. Reichweite wurde über ein Themenspezial auf stern.de und über Onlinemaßnahmen, wie Native Videos, Podcast, Social Ads und ein begleitendes Gewinnspiel generiert.

Kampagnen-Inhalte wurden auch in die globale Weihnachtskampagne „Seasons Greetings from Germany“ der DZT integriert. Im Zuge einer Premiumpartnerschaft wurden der Content über Online-Werbeflächen, Social Media, die ► [Kampagnensite](#) der DZT und verschiedene Newsletter sichtbar. Im Fokus standen die Märkte Niederlande, Österreich, Polen, Belgien, Tschechien und Dänemark.

Explizit das Thüringer Publikum wurde am 28.11. zu einer Buchlesung „Die Rache der Weihnachtsgurke“ in das Hotel Schieferhof in Neuhaus am Rennweg eingeladen, via Livestream erreichte diese zudem überregionale Interessenten. Dies war der Auftakt einer zusätzlichen Social Media-Aktion, die die Weihnachtsgurke, die die Community auf den Namen „Gurkhilde von Lauscha“ taufte, auf eine Tour



über die schönsten Weihnachtsmärkte des Landes schickte. So ging es nach Lauscha, Erfurt (inkl. Winterleuchten), Schmalkalden, Jena und Saalfeld (inkl. Feengrotten). Einschließlich der Namensabstimmung und der Publizierung des Gewinnspiels wurden 157.514 organische Impressionen auf Instagram & Facebook generiert, weitere 12.500 auf Pinterest. Zudem wurden 3.875 Interaktionen gezählt. ► [Abbildungen 11–12](#)

Die komplette Auswertung der Mediamassnahmen liegt zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Berichtes noch nicht vor, für die Nutzung der Landingpage bedeutet die Kampagne 17.1456 User, 45.449 Seitenaufrufe und eine überdurchschnittliche Aufenthaltsdauer von mehr als 2 Minuten. ► [Abbildung 13](#)

## Onlinemarketing Draußpowern

Projekt: 90019 Online  
Budget: 25.632,30 €

Als Ergebnis des Flights „Draußpowern“ erfolgte die Erstellung einer Landingpage rund um den Community-Wald inkl. der Publizierung diverser Videos rund um die Umsetzung des Versprechens, 4.500 Bäume zu pflanzen:

► [Community-Wälder wachsen - Urlaub - Reisen - Thüringen entdecken](#)

Die fünf bereits publizierten Videos wurden bis Jahresende 1.287 Mal aufgerufen. Begleitende Posts generierten auf Instagram 55.947 Impressionen (1.650 Interaktionen), auf Facebook 7.092 Impressionen und 63 Interaktionen.

► [Abbildung 14](#)



## Nationale Naturlandschaften – Kooperation TMUEN

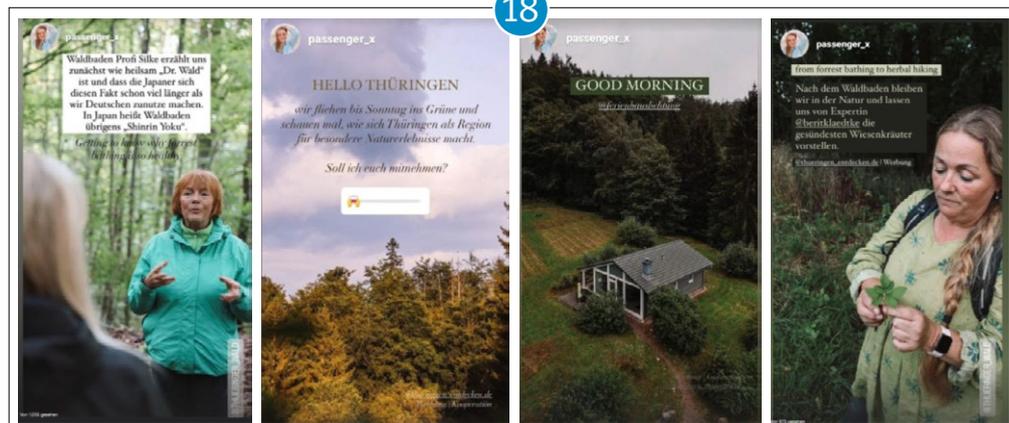
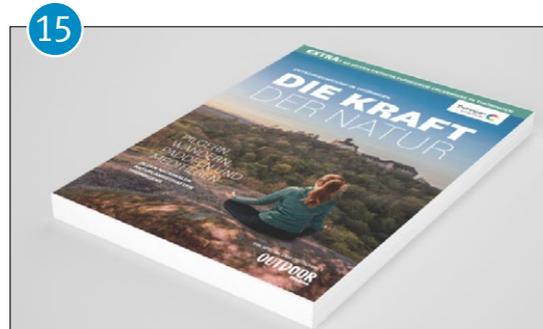
Projekt: 17036 Sonderprojekte  
Budget: 130.000 €

Die bereits sehr beständige Kooperation, die den Naturtourismus und die Naturerlebnisangebote in den Fokus nimmt, führte die Kampagnen der ersten Jahreshälfte fort und stand 2023 unter dem Motto „Thüringen bewegt – Entschleunigung in der Natur“.

So erschien am 10. November ein 44seitiger Extra-Beileger „Die Kraft der Natur“ im Magazin Outdoorwelten, neben dem Wandermagazin eins der führenden Outdoormagazine Deutschlands. Chefredakteur Thorsten Hoyer, wohnhaft in Erfurt, war in den Nationalen Naturlandschaften unterwegs, ein Garant für hochwertig produzierten Content. So berichtet er unter anderem über Entspannungsmomente am Zeulenrodaer Meer, über heilsame Luft in den Saalfelder Feengrotten, über Momente der Einkehr am Rennsteig, Familienmomente im Nationalpark Hainich oder Kraftorte im Südharz. Flankiert wird dies von zahlreichen Tipps, z.B. zum Wasserwandern, Übernachten oder Entschleunigen. ► [Abbildungen 15–17](#)

Das Magazin lag dem Hauptheft in einer Auflage von 35.000 Exemplaren bei, weitere 10.000 Exemplare stehen der TTG und ihren Partnern für eigene Zwecke (auch in 2024) zur Verfügung.

Im September und Oktober 2023 entführte die Influencerin „Passenger x“ ihre Community mit der ersten Tour in den Naturpark Thüringer Wald (Ferienhaus Lichtung, Waldbaden Bad Liebenstein, Kräuterwanderung und Alpaka-Wanderung in Ruhla), in den Naturpark Thüringer Schiefergebirge/Obere Saale (Hohenwarte Stausee, Urwaldpfad Hirschberg, Manoah-Häuser Zeulenroda) und in das UNESCO Biosphärenreservat Rhön (Rhönschäfer Eiterfeld, Sternenführung und -dinner Dermbach, Landhotel Zur grünen Kutte). ► [Abbildung 18](#)



Tour 2 führte dann in den Naturpark Südharz (Wolfsmühle Nordhausen, Naturparkausstellung, Harzer Schmalspurbahn, Ziegenalm Sophienhof, Naturparkwanderung) und in den Naturpark Eichsfeld-Südharz (Hof Sickenberg, Schaugarten Schönhagen, Grenzwanderweg Schiffersgrund). ► [Abbildung 19](#)



Über Tour 1 entstanden 72 Story-Slides, erreicht wurden u.a. 23.200 Konten auf Instagram und 24.350 Impressions auf Pinterest, der Caroussel Post „Herbst-Vibes“ allein generierte 1.135 Likes. Aus Tour 2 entstanden 35 Story-Slides, hier wurden u.a. 74.243 Impressions auf Pinterest generiert.

Im Frühjahr 2024 entsteht aus dem Slide zusätzlich eine Thüringen-Unterseite auf dem Blog von Passenger X, die dann auch noch einmal beworben wird. Die aktuelle Gesamtreichweite von 128.284 soll dann noch einmal merklich erhöht werden.

Über die Kooperation wurde zudem die aus dem Flight „Draußpower“ (s. Bericht Q1) im Januar/Februar entstandene Baumpflanzaktion unterstützt (Finanzierung von 4.000 Bäumen), die Bäume wurden in Kooperation mit dem Thüringen-Forst im November an der Ohra-Talsperre und im Südharz gepflanzt.

► [Abbildungen 20–21](#)



Das Kooperationspaket beinhaltete zusätzlich ein Advertorial im ZEIT-Magazin „Reisedestinationen“ (Reichweite 2,14 Mio., ET war der 17.07.23) plus begleitenden Newsletter-Beitrag und die Beteiligung an der Messe Caravan Salon in Düsseldorf (s. Bericht Q3).

## Print

Projekt: 17036 Sonderprojekte  
Budget: 130.000 €

Im Dezember erschien in gewohnter Weise das Thüringen Magazin 2024 in einer Auflage von 30.000 Stück. Das zielgruppenübergreifende Premium-Magazin stützt in bewährter Art inhaltlich die Kampagnenthemen 2024. So lädt es ein zu einer Wanderung rund um die Drei Gleichen, zu Goethes Geburtstag nach Weimar, zur Entspannung ins Heilbad Heiligenstadt, zu einem Tag am Stausee Hohenfelden, zu überraschenden Genüssen im Restaurant Magda oder zu einer sagenhaft schönen Radtour entlang der Werra. ► [Abbildungen 22–23](#)



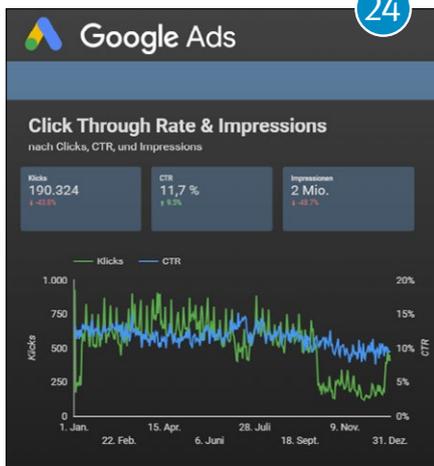
## Onlinemarketing

Budget: Online 90155

Kontinuierlich fortgeführt wurde die Google-Relaunch-Kampagne zur Stabilisierung der Sichtbarkeit von thueringen-entdecken.de (dt. und englisch sowie weitere Pages).

Zugespitzt auf thueringen-entdecken.de bedeutet dies für den Zeitraum 2023 insgesamt 280.586 Nutzer, 974.360 Seitenaufrufe (Vergleichszeitraum 2022: 808.318) und eine durchschnittliche (steigende) Verweildauer von 02:07. Die 2,56 Seiten pro Sitzung liegen dabei über dem bisherigen Durchschnitt.

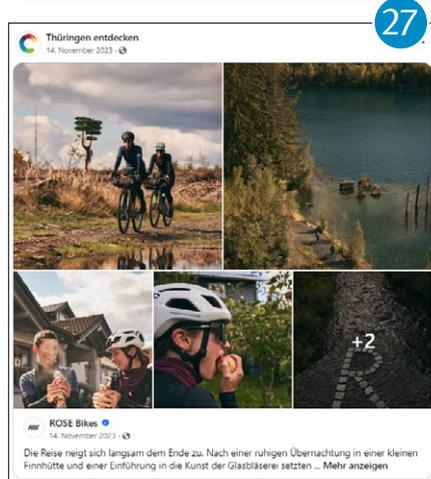
► Abbildungen 24–26



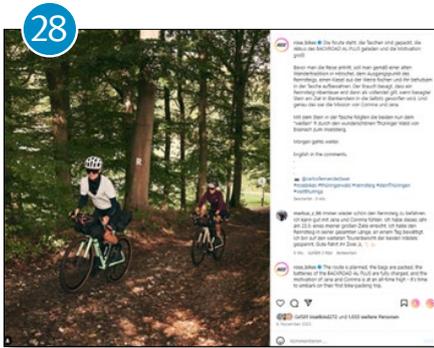
## Social Media

Am 6. November startete die lang herbeigesehnte Reichweiten-Kampagne zu der Kooperation mit ROSE-Bikes (s. Bericht Q3). Die bereits im September gelaunchte Microsite wurde nun über Social Media Post beworben, diese generierten 132.697 Impressions und 6.468 Interaktionen. ► Abbildungen 27–28

Zudem wurde die Reihe der Insta-Guides vollendet, im Oktober wurde das Eichsfeld publiziert, im November der Thüringer Wald und im Dezember Saale-Unstrut. Leider wird das Tool für diese



Guides von Instagram gelöscht, so dass das weitere Vorhalten der Inhalte gerade geprüft wird. ► Abbildung 29 Mit dem Juli 2023 wurde der „Tipp des Monats“ reaktiviert. Hier werden immer am ersten Tag fünf regional ausgewogene Empfehlungen über Facebook, Instagram und Pinterest publiziert und zusätzlich als Story-Highlight angelegt. Ganz Organisch wurden hier 159.872 Impressions und 4.391 Interaktionen generiert. ► Abbildungen 30–31



29

	Story		Highlight-Story		Pinterest	
	Veröffentlichung	erreichte Konten inst/fb	Reichweite	Link Klicks	Impressions	Klick auf Pin
Südharz Kyffhäuser	27.03.2023	2.268 / 717	2.184	32	243	17
Weimar	21.04.2023	1.670 / 468	1.628	15	447	19
Rhön	25.05.2023	1.964 / 801	1.821	18	223	16
Vogtland	29.06.2023	1.115 / 423	2.051	22	171	16
Erfurt	17.07.2023	1.890 / 592	1.927	18	195	8
Thüringer Becken	23.08.2023	2.294 / 538	2.101	43	157	9
Altenburger Land	12.09.2023	2.079 / 693	1.846	19	166	9
Weimarer Land	24.09.2023	2.667 / 741	2.385	52	9,1 Tsd.	35
Welterregion Wartburg Hainich	19.09.2023	1.789 / 578	1.578	19	250	1
Eichsfeld	26.10.2023	1.376	1.231	10	164	5
Thüringer Wald	20.11.2023	1.514 / 667	1.376	10	2,7 Tsd	7
Saale-Unstrut	01.12.2023	1.433 / 332	1.240	7	154	2

Mit dem Reformationstag am 31.10 startete die Ausspielung des FPV One Shot Videos zur Wartburg (s. Bericht Q3). Genutzt wurden hier zunächst die reichweitenstarken Kanäle des Produzenten Denis Schmelz, aber in Folge auch die TTG-Kanäle und die der Wartburg-Stiftung. Über Facebook wurden damit 1.272.376 Mio. Personen erreicht und 37.951 Interaktionen generiert. Über Instagram kommen 104.502 erreichte Personen und 3.660 Interaktionen hinzu, der Kanal YouTube weist 135.310 Aufrufe auf Thüringen entdecken und 51.084 Aufrufe bei Denis Schmelz aus. Diese werden ab einer Dauer von 30sec gezählt. Insofern ist die Publizierung als extrem erfolgreich zu bewerten.

► [Mystische Wartburg: Ein faszinierendes, Gänsehaut erregendes Abenteuer \(youtube.com\)](#)

Die Community auf dem Hauptkanal Instagram wächst kontinuierlich weiter und liegt inzwischen bei 36.900 Followern (+3.400 in 2023). Auf Facebook konnten im Jahresverlauf 2.132 neue Follower gewonnen werden, insgesamt sind es hier 81.465.

## Auslandsmarketing

Projekt: 90163 Niederlande  
Budget: 240.000 € (Ausland gesamt)

Vom 4. bis zum 6. Oktober begleitete die TTG die Ministerpräsidentenreise anlässlich der Feierlichkeiten zum Tag der Deutschen Einheit nach Den Haag.



Dieses Umfeld wurde für ein Tourismus-Lunch in Kooperation mit der DZT und einer begleitenden kleinen Thüringen-Ausstellung in der Deutschen Botschaft genutzt. Über die TTG und DZT hinaus waren Ministerpräsident Ramelow sowie Vertreter der Thüringer Staatskanzlei und des Landtages anwesend. Die Präsentation fokussierte sich auf Bekanntes und

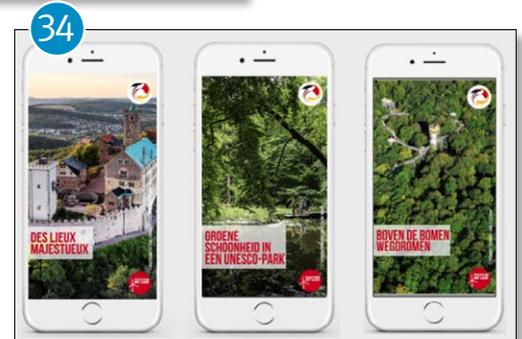
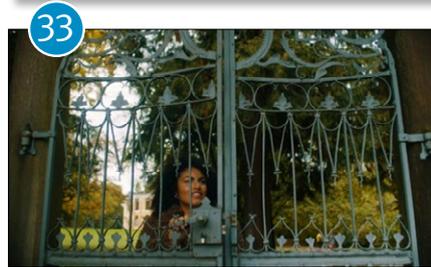
Neues aus Thüringen, ein Highlight war zudem das aktive Bemalen Thüringer Gartenzwerge (Zwergstatt Gräfenroda). Am Lunch nahmen 20 Medienvertreter und Reiseveranstalter teil, darunter Marktführer wie ANWB Reizen, De Jong Intra Vakanties, Telegraaf oder das Columbus Reisemagazin. ► [Abbildung 32](#)

Zudem fand in den Niederlanden am 21. November der ReisMarkt Diutland (B2B-Workshop) statt. 27 deutsche Aussteller trafen hier auf 55 geladene Gäste der niederländischen Reiseindustrie. Die TTG führte insgesamt 11 Fachgespräche mit Reiseveranstaltern, die Thüringen im Wesentlichen gut kennen und insbesondere über neue Angebote informiert werden wollten. Abgeschlossen wurde zudem die UNESCO-TV-Kampagne Niederlande. Der exklusive Thüringen-Spot auf den TV-Sendern der STER-Gruppe generierte hier

eine Reichweite von 8,07 Mio Impressions, eine Performance über Plan, die im Wesentlichen auf eine hohe Frequenz in der Primetime (18–23 Uhr) zurückzuführen ist. Der 2. Flight der YouTube-Kampagne im Oktober generierte 920.205 Impressions, 635.532 unique views und 2.432 Klicks. ▶ [Abbildung 33](#)



Im Markt Belgien endete im Oktober die seit Juni laufende UNESCO-Kampagne, die eine Medienkooperation mit grande.be, Social Media und Konsumenten-Newsletter beinhaltete. Weimar hatte sich selbst in diese Kampagne eingebucht, so dass über die TTG schwerpunktmäßig Wartburg und Hainich integriert wurden. Sehr gut performten die drei Facebook Ads in niederländisch und französisch mit 884.837 Impressions. Auf Pinterest generierten die 3 Anzeigen 58.938 Impressions und 1.050 Pin-Klicks.



Grande.be ist ein führendes Online-Medium in Belgien mit besonders kulturaffinem Publikum und eine Reichweite von 250.000 Lesenden. Der vom 4. August bis zum 20. Oktober publizierte Artikel wurde 3.578 Mal aufgerufen.

▶ [Abbildungen 34–35](#)

Zudem war Thüringen Anschließter der DZT auf dem ANTOR-Medien-Workshop (Association of National Tourist Offices

and Representatives) am 21.11.23, den rund 60 belgische Medien besuchten. Aus Deutschland waren weiterhin die Bayerischen Fernwege, Wiesbaden, Koblenz und Berchtesgaden vertreten. Die TTG führte insgesamt 9 Gespräche, unter anderem mit Kampeertoerist (Camping-Magazin), Travel Diaries (Reise-Informationenplattform Online) und mrjln.com (Lifestyle- und Reiseblog mit Fokus auf europäische Nahziele zu Belgien).

Am 22.11. schloss sich nahtlos der Deutschland-Workshop der DZT in Brüssel an. Die jährlich stattfindende Fachveranstaltung für die belgische Reisebranche und deutschlandinteressierte Medien stand ebenfalls unter dem



Schwerpunkt UNESCO, am Thüringen-Stand gab es spürbares Interesse am neu ausgezeichneten Erfurter Ensemble. 15 Gespräche wurden geführt, unter anderem mit Gruppenreiseveranstaltern wie Reizen Lauwers, DTS-OTC Travel, Lutherreisen ARK-ACJCB, De Meibloem NV, Cultuursmakers und VosTravel.

▶ [Abbildung 36](#)

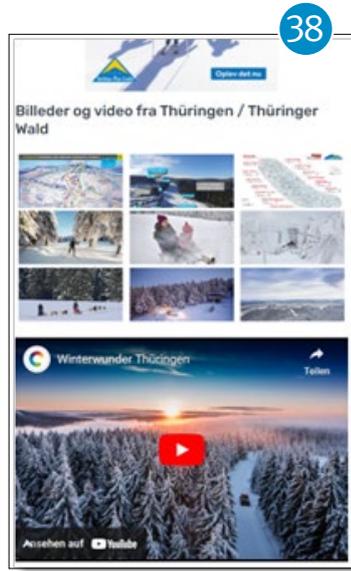
Im Markt Tschechien (Projekt: Beobachtungsmärkte 20122, Budget: Auslandsmärkte) endete am 5. November die DZT-Kooperation mit der marktspezifischen Plattform touristika.cz. Das meistbesuchte Reiseportale Tschechiens kann auf 530.000 Besuche pro Monat verweisen. Von Juli bis November erschienen 5 Online-Artikel inkl. Facebook-Post: Weima-

rer Klassik (► [Výmar – mesto ne-meckých... - Mesto | Turistika.cz](#)), Nationalpark Hainich, Wartburg, Bauhaus Weimar, Bachland Thüringen. Eine Verlängerung erfolgt im Januar 24 zum Jüdischen Erbe in Erfurt. Die Artikel wurden 50.343 Mal aufgerufen (Stand 11.12.23).



Im Markt Dänemark (Projekt: 20045, Budget: Ausland Dänemark) lief im November/Dezember Teil 2 der DZT-Städtekampagne, im Fokus stand hier die Vermarktung buchbarer Produkte. Maßnahmen waren die Integration Thüringer Contents (Weimar, Glitzerwelt Hohenfelden, Erfurt, Jena) in Online-Advertorials, Social Media und Newsletter. Ergänzend lief vom 15.11. bis zum 29.12.2023 eine Winterkampagne in Kooperation mit ski-sport.dk (Content-Placement: Langlauf, Biathlon, Skihalle Oberhof) ► [Abbildungen 37–38](#)

Teilgenommen hat die TTG auch am Nord-europaworkshop, vom 24. bis 26. Oktober in Göteborg in Schweden (Projekt: 20045, Budget: Ausland Dänemark). Seit vielen Jahren ist er ein etablierter Treffpunkt zum Networking mit relevanten Marktpartnern, Einkäufern und Repräsentanten der Reisebranche aus Dänemark, Schweden, Norwegen und Finnland. Neben der TTG waren auch die Weimar



GmbH und die Arcona Hotels & Resorts vertreten. Es wurden neun Gespräche mit Reiseveranstaltern aus Dänemark, Finnland und Schweden geführt. Unmittelbar aus den Gesprächen heraus ergab sich eine Kooperation mit der DZT Dänemark und Tryp.com.

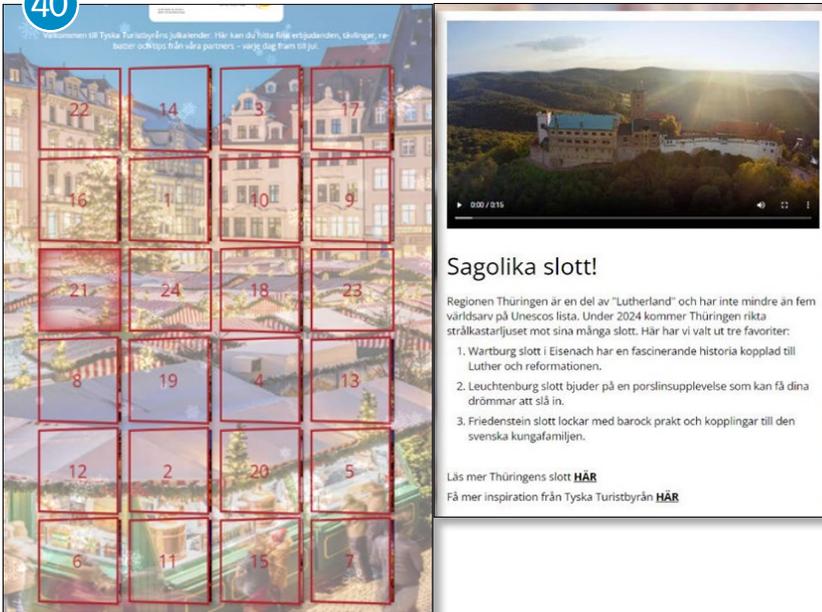
Gemeinsam mit der Weimar GmbH vertrat die TTG Thüringen auch auf der Roadshow in Wroclaw und Poznan / Polen (Projekt: 20021, Budget: Ausland Polen) vom 14.–15. November. Am DZT-Workshop nahmen insgesamt 61 polnische Fachvertreter teil. Die TTG konnte im neuen Markt zunächst wichtige Einblicke



gewinnen. In 16 Gesprächen mit Reiseveranstaltern und Reisebüros konnte spürbares Interesse, insbesondere auch von schulischen Reisen, vernommen werden. Zwingend ist jedoch die Erlebbarkeit der Angebote in polnischer Sprache. Aktiv bearbeitet wurde im vierten Quartal die Kooperation Lutherland mit Sachsen-Anhalt (Projekt: 90165 Budget: Ausland Marktübergreifend). In neuer marktübergreifender Ausrichtung, mit stärkerem Fokus auf Europa und dementsprechend nun neben der englischen auch in deutscher Sprachfassung. Die neue Ausrichtung begann mit der Entwicklung eines neuen Logos und der Konzeption einer Website ► [www.luther-land.com](http://www.luther-land.com) auf Basis der THÜCAT und dem angeschlossenen Websitebaukasten. Die Finalisierung ist für das erste Quartal 2024 geplant.

► [Abbildung 39](#)  
Im Zuge dieser Kooperation erfolgte zudem eine Beteiligung am DZT-Weihnachtskalender und einer bis Januar 2024 laufenden Social-Media-Kampagne in Schweden (Auswertung folgt): ► [Abbildung 40](#)

40



2022 ist jedoch aufgrund des Tages der Deutschen Einheit in Erfurt und entsprechenden Sonderöffnungszeiten im Oktober 2022 nicht angemessen. Insgesamt wurden 2023 25.701 Gäste gezählt, ca. 4.000 weniger als 2022. ▶ [Abbildung 41](#)

## Strategisches

Intensiver strategischer Austausch erfolgte in mehreren Workshops mit dem Marketingvorstand des Thüringer Heilbäderverbandes zur Kampagne 2024, ebenso in einem länderübergreifenden Auftaktworkshop zum Jubiläum Bauernkrieg und der entsprechenden Kampagne 2025.

Strategische Gespräche gab es zudem mit dem Verein „Wege zu Luther“, in denen eine Zusammenführung der Aktivitäten (insbesondere Website) vereinbart wurde, um Synergien zu nutzen und im länderübergreifenden Luthermarketing eine dem Gast verständliche einheitliche Ansprache vorzunehmen.

Länderübergreifende strategischen Austausch gab es zudem beim LMO-Treffen Auslandsmarketing am 24. November bei der DZT.

## Content

Projekt: 90136  
Budget: kein separates Budget geplant

Das Content-Team konzentrierte sich auf die Umsetzung der offenen Produktionen von Markenbotschafter-Texten (inkl. Briefing der Redakteure, Vorbereitung der Bereisung, Begleitung und Abnahme). Darüber hinaus erfolgten Fotos-Shootings (inkl. Briefing der Redakteure, Vorbereitung der Bereisung, Begleitung und Abnahme), insbesondere mit Blick auf die Kampagnen 2024 – so in Bad Frankenhausen und auf Burg Scharfenstein.

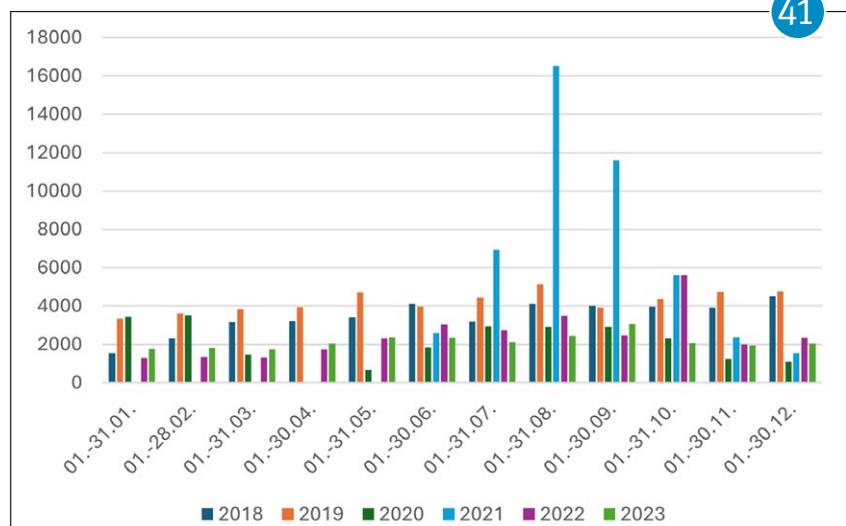
## Präsentationen

Projekt: 90122 Veranstaltungen  
Budget: 17.850 €

Im Zuge einer Kooperationsvereinbarung unterstützte die TTG die Messe „Reisen & Caravan Erfurt“ (28.–31.10.23) in puncto Ausstellerakquise, Gestaltung der Sonderfläche „Thüringen entdecken“, Wegeführung sowie Kommunikation.

## 360Grad Thüringen digital entdecken

Aufgrund unzuverlässiger Öffnungszeiten (insbesondere krankheitsbedingt im aufkommensstarken Dezember) entwickelten sich das Gästevolumen nach Steigerungen in den ersten 5 Monaten weiter rückläufig. So wurden im letzten Quartal des Jahres 6.054 Gäste gezählt, ein Vergleich mit dem letzten Quartal



41

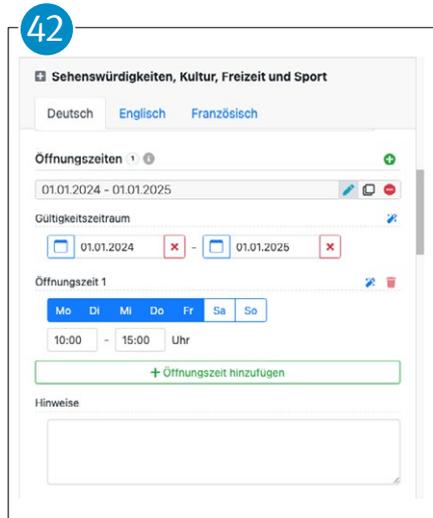
# Digitale Transformation

## Weiterentwicklung ThüCAT

Projekt: 20044  
 Budget-Plan: 200.000 €  
 Budget-Ist: 204.397,37 €

Im Berichtszeitraum wurden für die Thüringer Content-Datenbank einige neue Funktionen entwickelt. Hierzu gehören unter anderem: ▶ [Abbildungen 42–43](#)

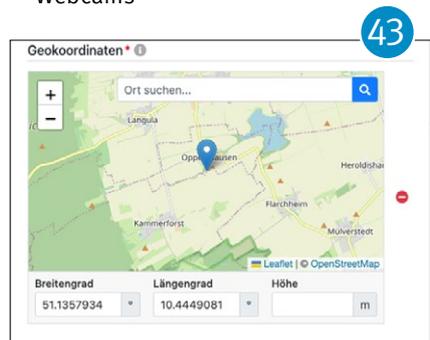
- ▶ Möglichkeit der Bereitstellung privater Datenbereiche, die von Open-Data-Datenbereich getrennt sind
- ▶ vereinfachte Erfassung von Öffnungszeiten
- ▶ vereinfachte Erfassung von Geokoordinaten
- ▶ Quicksearch für die Auswahl von Datentypen bei der Erfassung von Daten
- ▶ Automatische Benachrichtigungen an den Redakteur bei Datenfreigabe
- ▶ Bereitstellung weiterer Content-Sprachen
- ▶ Bereinigung von Daten aus Drittsystemen



Im Websitebaukasten wurden vorbereitende Arbeiten zur Umstellung aller Websites auf eine neue Themen-Variante vorgenommen. Die Umstellung aller Websites erfolgt im Januar/Februar 2024.

Damit haben die Redakteure die Möglichkeit ihre Websites individueller zu gestalten als bisher. Zudem wurden neue Fragmente und Funktionen bereitgestellt und bestehende überarbeitet. Hierzu gehören:

- ▶ Fragment zur Einbindung individuell programmierter Scripts
- ▶ Funktion für die Erzeugung sprechender URLs
- ▶ Vorbereitung der Bereitstellung weitere Content-Sprachen
- ▶ Fragment zur Ausspielung von Angeboten
- ▶ Fragment zur Ausspielung weiterer Veranstaltungsinformationen
- ▶ Fragment für die Einbindung von Webcams



Basiskategorie	Stand 17.01.2024
Sehenswürdigkeiten, Kultur, Freizeit und Sport	2.710 (+56)
Wege	3.412 (+429)
Unterkunftsbetriebe	1.718 (-49)
Gastronomiebetriebe	743 (+5)
Weitere Infrastruktur	1.522 (-28)
Vereine, Verbände, Organisationen	556 (+2)
Historische Persönlichkeiten und Persönlichkeiten der Zeitgeschichte	188 (-2)
Orte, Regionen, Landschaften	1.152 (+40)

## Systembetrieb ThüCAT

Projekt: 20044  
 Budget-Plan: 260.872 €  
 Budget-Ist: 318.961 €

Begründung nicht geplanter, jedoch erforderlicher Mehraufwände für 2023:

- ▶ Mitgliedschaft Open-Data-Tourism-Alliance: 2.380 €
- ▶ Nutzung des DZT Knowledgegraphen: 10.000 €
- ▶ Nutzungslizenz Liferay DPX: 35.000 €
- ▶ Verbrauchskosten Cloud: 11.000 €

## Systembetrieb Content-Datenbank

Bei der Nutzung der Content-Datenbank kann für den Berichtszeitraum auf folgende Entwicklung zurückgeblickt werden:

▶ [Abbildung 44: Ausgewählte Klassen von Datenbankobjekten](#)

Ein Blick auf die Datenqualität in der Thüringer Content-Datenbank zeigt folgende Entwicklung: ▶ [Abbildung 45: Kriterien zur Datenqualität ausgewählter Klassen von Datenbankobjekten](#)

45

Mangel	Anzahl	Quote negativ	Quote Trend
<b>Fehlende englische Beschreibungstexte</b>			
Sehenswürdigkeiten, Kultur, Freizeit und Sport	533	19,8%	-1,3%
Unterkunftsbetriebe	602	35,4%	-2,9%
Gastronomiebetriebe	116	15,6%	+1,6%
Städte und Orte	124	13,0%	-5,6%
Touristische Destinationen	35	19,7%	+3,8%
<b>Fehlendes Hauptbild als Open-Data</b>			
Sehenswürdigkeiten, Kultur, Freizeit und Sport	637	23,5%	-0,8%
Unterkunftsbetriebe	408	23,7%	+0,5%
Gastronomiebetriebe	358	48,1%	+2,7%
Städte und Orte	603	63,3%	-1,6%
Touristische Destinationen	26	15,8%	-5,4%
<b>Abgelaufene Öffnungszeiten</b>			
Sehenswürdigkeiten, Kultur, Freizeit und Sport	757	27,9%	+11,1%
Gastronomiebetriebe	579	77,9%	+66,0%
<b>Zu kurze deutsche Texte</b>			
Sehenswürdigkeiten, Kultur, Freizeit und Sport	58	2,1%	0,0%
Unterkunftsbetriebe	134	7,8%	-0,5%
Gastronomiebetriebe	66	8,9%	+0,6%
Städte und Orte	12	1,3%	+0,1%
Touristische Destinationen	2	1,2%	-5,7%

## Nutzung des Thüringer Websitebaukastens

Mit der neuen Internetseite ► [tagen.thueringen-entdecken.de](https://tagen.thueringen-entdecken.de) konnte im Jahr 2023 eine weitere Internetseite, basierend auf dem Websitebaukasten, live geschaltet werden.

► Abbildung 46

## Systembetrieb Thüringen buchen

Projekt: 90016

Budget-Plan: 112.205,00 €

Budget-Ist: 124.549,75 €

Begründung der Mehraufwände für 2023:

- 23.800 € zusätzlich für die Beauftragung Einrichtung TSmart

Im Berichtszeitraum wurden neben dem laufenden Systembetrieb und der Betreuung der Buchungsstellen folgende wichtige einmalige Aufgaben erfüllt:

- Abschluss der Einrichtung des TSmart-Pilotpartners Eisenach
- Beauftragung der Einrichtung aller weiteren TSmart-Nutzer
- Bereitstellung neuer Buchungsdokumente für den Gast für Unterkünfte und touristische Erlebnisse
- Anpassung der Ausstattungsmerkmale von Leistungsträgern und Leistungen an die externen Vertriebskanäle (Standardmerkmale)

46

47



## Thüringen buchen Anwendertreffen

Projekt: 90127

Budget-Plan: 3.500,00 €

Budget-Ist: 3.284,40 €

Am 23.11.2023 fand in Erfurt das jährliche Anwendertreffen des Buchungsbundes Thüringen buchen statt. Folgende Themen wurden dabei besprochen:

- ▶ Abschluss der Einrichtung des TSmart-Pilotpartners Eisenach
- ▶ Rückschau auf das Jahr 2023 (Weiterentwicklung und Statistik)
- ▶ Allgemeine Hinweise zu Nutzung des Systems
- ▶ Informationen zum Leistungsumfang TSmart
- ▶ Abstimmung der Vorgehensweise zur Einführung von TSmart
- ▶ Abstimmung zur Einführung der Standarddokumente
- ▶ Diskussion zur Verbesserung der Datenqualität
- ▶ Informationen zum Tourismus Netzwerk Thüringen
- ▶ Information zur Gästebefragung Thüringen

Traditionell bot das diesjährige Anwendertreffen „Thüringen buchen“ zudem eine Plattform für die Netzwerkarbeit der Teilnehmer untereinander.

▶ [Abbildung 47](#)

## Modellprojekt Content-Distribution

Projekt: 21025

Budget-Plan: 186.000,00 €

Budget-Ist: 185.354,40 €

Im Berichtszeitraum wurde ein Modellprojekt zur stark verbesserten Möglichkeit der Nutzung der Daten der Thüringer Content-Datenbank umgesetzt.

Ziel war es eine stark vereinfachte technische Möglichkeit zu schaffen, die Daten der Thüringer Content-Datenbank auf beliebigen Internetseiten einzubinden und zu präsentieren.

So kann jede Destination, Kommune oder Leistungsträger die Daten einfach auf der eigenen Website ausspielen. Hierzu wurde eine Plattform entwickelt, die den Anwendern konfigurierbare HTML-Wid-gets bereitstellt. Konfigurierbar sind u.a.:

- ▶ Das Szenario der Nutzung durch den Websitebesucher
- ▶ Layout der Datenanzeigen (Schrift, Farben usw.)
- ▶ Darstellungsform der Daten (Liste, Kacheln, Landkarten)
- ▶ Filter für die Datenanzeige (Ort, Typ, Merkmale usw.)

Als Ergebnis der Konfiguration wird automatisch ein kurzer Programmcode generiert. Dieser kann von dem Betreiber eine Website in sehr einfacher Form in den Quellcode der eigenen Seite eingebunden werden. Entsprechend seiner Konfigurationsvorgaben werden dann die Daten auf seiner Website ausgespielt.

Die HTML-Wid-gets stehen mit dem nächsten größeren Software-update Ende Januar 2024 auch auf der Produktionsumgebung der ThüCAT zu Verfügung.

# Innovation & Qualität

## Produktentwicklung – Regionale Projektsteuerungsgruppen

Projekt: 18016

Budget: kein separates Budget zugewiesen

Am 15.11.2023 tagte die Projektsteuerungsgruppe Altenburger Land. Am 06.12.2023 fand die Regionale Projektsteuerungsgruppe Südharz-Kyffhäuser mit Teilnehmern des Harzer Tourismusverbandes, des Tourismusverbandes Südharz-Kyffhäuser und der TTG statt. Am 13.12.2023 tagte die PSG Eichsfeld. Zu den besprochenen Themen gehörten unter anderem die anstehende Burgenkampagne sowie eine anknüpfende, eigene Kampagne der DMO; die Tagungsstätten in der Region und das Convention Büro; Kulinarik; und Barrierefreiheit.

Das Format der Regionalen Projektsteuerungsgruppen wird auf Wunsch der Geschäftsleitung zum 31.12. eingestellt. Der Austausch in den DMO-Runden soll dafür intensiviert werden und im Rahmen des Wissensmanagements sind neue Formate in den angestrebten, zukünftig thematischen Clustern angedacht (siehe Kapitel „Umsetzung Wissensmanagement“).

## Weihnachtsland am Rennsteig

Projekt: 19008

Budget: 95.000 €

Am 25.01.2024 findet in Suhl der 1. INVESTORENDIALOG Südthüringen als hybrides Event unter der Leitung der IHK Suhl statt. Im Rahmen der Projektbegleitung arbeitete die Agentur Rittweger zusammen mit der TTG im vierten Quartal intensiv an der Vorbereitung des Tages. Hierzu gehörten die Entwicklung eines Programmes, die Erstellung von Exposé und das Einladungsmanagement. Aufgrund des internen Projektendes bei der TTG zum 31.12.2023, wird der Tag nicht mehr durch Frau Friedel begleitet, wurde aber inhaltlich intensiv mit vorbereitet.

Die nachgelagerte Struktur (Stiftung) hat ihre Satzung als gemeinnützige Stiftung finalisiert und ein kurzes Strategiepapier für mögliche Zuwendungsgeber verfasst. Da die Stiftung jedoch zum 01.01.2024 noch nicht arbeitsfähig ist, wurden Verträge für die Übergabe an den Regionalverbund Thüringer Wald als Interimslösung vorbereitet.

Für die Projektkommunikation fanden Abstimmungstermine im Rahmen der Weihnachtskampagnen der TTG und des Regionalverbundes statt. Speziell für das Weihnachtsland gab es eine Plakataktion an 5 Standorten in Oberfranken und Erfurt, im Rahmen derer auf das Weihnachtsland am Rennsteig als Winterdestination verwiesen wurde.

Die 5. Ausgabe der Broschüre „7-Tage-Insider-Tipps“ als gemeinsame Herausgabe zusammen mit dem RVTW erschien mit einer Auflage von 5000 Stück.

Die Broschüre ist auch digital abrufbar: ► [7-Tage-Tipps - weihnachtsland-am-rennsteig - \(weihnachtslandamrennsteig.com\)](https://www.weihnachtsland-am-rennsteig.com)

Die Installation der ersten Lichtfigur erfolgte in Lausche in der Kalenderwoche 50 (11.–14.12.2023) und wurde medial begleitet. Durch weitere bauliche Verzögerungen bei der Fertigstellung der Installationen rutscht das Fertigstellungsdatum für alle Figuren auf Juni 2024. Die Koordinierung der baulichen Maßnahmen erfolgt durch die Infrastrukturgesellschaft des RVTW.

Ein interner Projektabschlussbericht zur Gesamtevaluierung des Projektes befindet sich derzeit noch in Arbeit.

## Kulinarik

Projekt: 22025

Budget: 20.600 €

Am 16.11.2023 und 27.11.2023 fanden die Pilotworkshops mit Leistungsträgern aus dem Eichsfeld und dem HVE im Gut Beinrode in Kallmerode und im Hotel Keplers Ecke in Wingerode statt. Die Teilnehmenden entwickelten Ideen zu einer Kulinarik-Karte, zu einer Erlebnisführung „Farm to table“ und zu kulinarischen Stadtführungen. Insbesondere an einer regionalen Karte mit kulinarischen Highlights möchte der HVE nach den Workshops weiterarbeiten. Das lokale Netzwerk aus HVE und verschiedenen Leistungsträgern zum Thema Kulinarik wurde erweitert und gestärkt.

Am 01.11.2023 fand der zweite Pilotworkshops mit Leistungsträgern aus der Welterbe Region im Kongresszentrum Bad Langensalza statt. Insbesondere die Idee zu einer Bier- und Bike-Tour war am Ende sehr konkret und Akteure aus der Region verpflichteten sich zur Fertigstellung des Projektes mit Unter-

stützung der DMO. Der bereits existierende Genuss-Guide der Region soll mit neuen Impulsen aus den Netzwerkveranstaltungen überarbeitet und aufgewertet werden. Insgesamt wurde auch hier vor allem das Netzwerken und der gemeinsame Austausch als gewinnbringend empfunden. ▶ [Abbildung 48](#)

Am 21.12.2023 wurden die bisher gesammelten Erfahrungen im Kulinarik-Projekt mit der begleitenden Agentur Futour gemeinsam ausgewertet. Insbesondere Mitarbeiter der TTG bewerteten den Erfolg der bisherigen Workshops und die Leistung der beteiligten Agentur Futour kritisch. Eine Befragung unter den Teilnehmenden deckt sich jedoch nicht mit der Rezeption der TTG-Mitarbeitenden. Die beteiligten Leistungsträger bewerteten das Format überwiegend als positiv bis sehr positiv. Insbesondere der Austausch, die branchenübergreifende Zusammenarbeit am Thema und der Kontakt mit DMO und TTG wurden als gewinnbringend empfunden. Die Kulinarik-Workshops sind als offenes Konzept angelegt. Idee ist es, Leistungsträgern und DMO eine gut moderierte Plattform für gemeinsames Arbeiten zu bieten. Um die Strategie für 2024 noch verbessern zu können, wurde gegenseitige konstruktive Kritik eingebracht und genutzt.

Mit 3 weiteren DMOs sollen in 2024 noch Workshops stattfinden. Die Projektleitung hat nach dem Ausscheiden von Josephine Walther seitens der TTG Michaela Friedel übernommen.

## Convention Büro

Projekte: 23018 und 23019  
Budget: 13.000 €

Nur wenige Wochen nachdem das Convention Büro Thüringen seine Arbeit aufgenommen hatte, konnte am 27.10.2023 bereits die Website mit ca. 45 Datensätzen und diversen informativen und inspirativen Inhalten rund um das Thema



Gastronomen, Käser, Schaugärtner, Hofläden, Eishersteller und Imker im Rahmen des Kulinarik-Workshops im Eichsfeld

Tagen in Thüringen online gehen. Zum Ende des Kalenderjahres werden nun bereits 94 Locations in Thüringen gelistet. Die Netzwerkarbeit mit den Partnern in Thüringen wurde intensiv aufgenommen (u.a. bei der Allianz der Thüringer Veranstaltungswirtschaft (24.10. in Apolda), Mitgliederversammlung der Städtekette (8.11. in Suhl), Meeting mit der Impulskette (8.12. in Erfurt), PSG Rhön und Rennsteig, Vor-Ort-Termine in der Arena Erfurt, ETMG und auch bei dem Jenaer Convention Bureau, div. virtuelle Meetings mit Kollegen auf LMO-Ebene). Der zukünftige Workflow der Abteilung, der bei Anfragen einsetzen soll, wird erarbeitet und umfängliche Marketingaktivitäten sind in Planung. Schwierigkeiten macht aktuell noch die unklare Budgetsituation im Convention Büro für das kommende Jahr und eine fehlende Vertreterregelung (im ursprünglichen Konzept war von zwei



Beiratsmeeting Convention Büro



Personalstellen bei der TTG die Rede). Es wird versucht, hier interne Lösungen zu finden. ▶ [Abbildung 49](#)

## Der perfekte Tag

Projekt: 22013  
Budget: 77.200 €

Ein Abschlussworkshop am 29.11.2023 hat gezeigt: Abgeschlossen ist das Projekt noch nicht. Es wird auch im nächsten Jahr noch vielfältige Aufgaben im Rahmen der Kommunikation der „Perfekten Tage“ geben und es gibt Ideen zur Verbesserung und Weiterentwicklung, wie z.B. ein barrierefreier Stadtplan oder Sensibilisierungsmaßnahmen für Stadtführer unter dem Stichwort „Ebenerdige Stadtführungen“ (z.B. in Weimar). Der gemeinsame Projektabschluss in den Räumen der TTG bot Gelegenheit zum Abgleich der beim Projekt vor Ort gemachten Erfahrungen, die bei der Gestaltung der Urlaubsinspirationen gesammelt wurden. ▶ [Abbildung 50](#)

Die Arbeitsergebnisse können verschiedentlich im Internet eingesehen werden. Die TTG stellt diese auf der Website ▶ [Unsere Lieblingstouren - barrierefrei. thuringen-entdecken.de](#) zur Verfügung.

Unisono berichteten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer, dass die Aufgabe, einen perfekten barrierefreien Tag zu erzählen, die Möglichkeit bot, zu schauen, wo Stärken und Chancen vor Ort liegen. Der

durchlaufene Prozess – von der Zusammenkunft mit den lokalen Touristikerinnen und Touristikern zu Beginn über die Auswahl der Zielgruppe bis zur Konzeption des Reiseerlebnisses – ist eine gute Vorlage für das Kreieren weiterer inspirativer Urlaubsgeschichten, auch unabhängig von Barrierefreiheit (prototypische Produktentwicklung in einer Destination).

Wie Reisen für Alle auch verstanden werden kann, zeigen Erfurt und Bad Liebenstein. Anders als in der Welterberegion und in Weimar sind hier nicht Menschen im Rollstuhl, sondern Familien unterwegs. Sehr erfreulich für alle am Projekt teilnehmenden Partner war, dass die Angebote vor Ort für mehr als einen perfekten Tag ausreichen.

Die beteiligten Akteure werden im Frühjahr 2024 erneut zusammenkommen, um den weiteren Fortschritt (vor allem in der Projektkommunikation) zu evaluieren.

## Qualität – Barrierefreiheit / Reisen für Alle

Am 16.11.2023 fand der Onlineaustausch „Barrierefreiheit im Dialog“ statt. Mit 24 Teilnehmenden war dies die stärkste Austauschrunde im Bereich Barrierefreiheit im Jahr 2023. Inhaltlich lag der Schwerpunkt auf digitaler Barrierefreiheit / barrierefreien Websites. Als Experte war Enrico Göbel (Referent Thüringer Landesfachstelle für Barrierefreiheit) eingebunden.

Wie gehe ich vor, wenn mich interessiert, wie barrierefrei die eigene Website ist? Gibt es Förderprogramme, auf die man bei Schaffung von digitaler Barrierefreiheit zurückgreifen kann? Wo gibt es Checklisten und Hilfen? Welche gesetzlichen Regelungen gibt es? Diese Themen und mehr wurden beleuchtet. Das

Thema der digitalen Barrierefreiheit wird auch 2024 eine Rolle spielen und im Rahmen des Wissensmanagements mit Wissensimpulsen unteretzt werden. Im Rahmen der Sensibilisierung zur Barrierefreiheit (**Projekt: 90109, Budget: kein separates Budget geplant**) fanden verschiedene Impulsvorträge statt (10.10.2023 in Altenburg, 24.10.2023 im Rahmen des Kurorte Stammtisches in Bad Langensalza, 08.11.2023 im Rahmen eines Online-Austausches mit dem Museumsverband und Thüringer Museen). Ein unmittelbarer Erfolg dieser Bemühungen ist die angestrebte Regionalzertifizierung nach „Reisen für Alle“ im Altenburger Land. Neben Bestrebungen zur Ortszertifizierung (Mühlhausen, Ilmenau) und der angestrebten Regionalzertifizierung im Altenburger Land wird aber vor allem auch immer wieder klar, dass Barrierefreiheit personelle Kapazitäten verlangt, die insbesondere auch in den Kurorten nicht immer zur Verfügung stehen.

Ende 2023 konnte der 100. Betrieb in Thüringen nach „Reisen für Alle“ zertifiziert werden. 35 Betriebe befinden sich aktuell im Zertifizierungsprozess (**Projekt: 90091, Budget: 8.000 €**).

Die Zukunft des Systems „Reisen für Alle“ wurde auch im vierten Quartal intensiv zwischen Bund und Ländern weiterverhandelt. Am 15.11.2023 fand eine Anhörung im Tourismusausschuss des Bundestages in Berlin zum Thema „Barrierefreies Reisen“ mit den Schwerpunkten Anforderungen und Kriterien zur Optimierung eines Kennzeichnungssystems ohne Qualitätsverluste sowie Erhalt und Weiterentwicklung des Kennzeichnungs- und Zertifizierungssystems „Reisen für Alle“ statt. Die TTG reichte vorab eine Stellungnahme ein und war im Rahmen der Anhörung durch Peggy Fauß vertreten. Es darf positiv bewertet werden, dass Fachkompetenz aus Thüringen auch vor dem Bundestag gehört wird. ▶ **Abbildung 51**



Barrierefrei-Experten vor dem Bundestag (Foto: Norbert Kunze)

Weitere Kommunikationsmaßnahmen im Bereich Barrierefreiheit (**Projekt: 90066, Budget: 9.000 € / Projekt: 22016, Budget: 13.800 €**) umfassten den Nachdruck der Broschüre „Thüringen Barrierefrei“, Anzeigenschaltungen und Online- und Printkooperationen. Die Hauptaufgabe im Bereich der Barrierefreiheit für das Jahr 2024 wird eine neue Aufgabenverteilung zwischen den DMOs und der TTG sein. In diesem Zusammenhang haben die DMOs bereits Maßnahmenpläne beim TMWWDG eingereicht. Hinderlich bei der strategischen Neuausrichtung ist unter anderem die Tatsache, dass diese

Pläne der TTG nicht zur Verfügung gestellt wurden und die Sachstände nun auf Arbeitsebene mühsam zusammenkuratiert werden müssen.

## Weitere Qualitätsinitiativen

Projekt: 90056

Budget: kein separates Budget geplant

Erfolgreich geprüft wurden die TIs in Bad Salzungen, Neustadt am Rennsteig, Floh-Seligenthal, Ruhla, Frauenwald, Zella-Mehlis und Masserberg. 2023 wurden insgesamt 23 TIs mit der begehrten i-Marke erfolgreich zertifiziert. Von 730 i-Marken in Deutschland befinden sich aktuell 50 in Thüringen mit steigender Tendenz. Somit hat eines der kleinsten Bundesländer eine überdurchschnittlich hohe Dichte an i-Marke-zertifizierten Tourist-Informationen. Dies spricht für die Qualitätsarbeit in diesem Bereich.

Projekt: 90051

Budget: 1.800 €

Im Rahmen der Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland konnten 3 neue Betriebe in der Biosphärenregion Thüringer Wald akquiriert werden. Die Region befindet sich auf dem Weg zur Qualitätswanderregion und die Q-Initiativen der TTG flankieren diese Bemühungen.

## Koordination touristischer Rad- und Wanderwege

Projekt: 90146

Budget: ca. 6.000 €

Im Rahmen der Koordinierungsbemühungen der TTG wurde erreicht, dass das Projekt „Harz-Rennsteig-Radweg“ nun doch unter diesem Namen weiterverfolgt wird. Zwischenzeitlich favorisierten die Beteiligten Akteure „Thüringen Radweg“,

was aus verschiedenen Gesichtspunkten (vor allem marketingstrategischen) kleine kluge Wahl gewesen wäre. Zuletzt stimmte auch der Landkreis Hildburghausen dem Titel „Harz-Rennsteig-Radweg“ zu. Zur zukünftigen Projektabwicklung wurden Kooperationsvereinbarungen unter den Akteuren geschlossen. Eine Koordinierungsstelle im Landkreis Nordhausen wird nach vollständiger Unterzeichnung aller Vereinbarungen die Arbeit aufnehmen. Als erstes Projekt für 2024 steht nun die Erstellung der Beschilderung an, gefolgt von beginnenden Marketingmaßnahmen. Die TTG wird hier weiterhin fachlich unterstützen.

Ein weiteres Projekt, welches im vierten Quartal konkretisiert wurde, umfasst die Planung von neun Radrundtouren zu ausgewählten Landgasthöfen, TOP-Gastgebern, Direktvermarktern und Hofläden. Hierbei handelt es sich um ein gemeinsames Projekt mit dem ADAC Hessen-Thüringen und dem DEHOGA Thüringen. Alle Partner sind auch finanziell beteiligt. Die zukünftigen Routen sollen auch durch den ADAC vermarktet und beworben werden.

Projekt: 21029

Budget: 10.000 €

Im Rahmen der ADFC-Klassifizierung der Städtekette und des Saaleradweges gilt es nun, die festgestellten Mängel des ADFC so weit wie möglich zu beseitigen.

Da der ADFC in seinen Berichten die Mängel nur nennt, aber keine Vorschläge zur Beseitigung macht, müssen hier mit den beteiligten, kommunalen Partnern konkrete Arbeitsanweisungen erarbeitet werden. Obwohl die Überwachung des kommunalen Prozesses bei den jeweils benannten Qualitätsbeauftragten liegt, wird die TTG hier weiterhin intensiv unterstützen. Für das Jahr 2024 sind monatliche Treffen in den Räumen der TTG in Erfurt geplant, um eine gute Koordination gewährleisten zu können. Die im

Rahmen der Projektförderung durch das BALM beantragten Mittel wurden zur Auszahlung an die TTG angefragt. Für im Jahr 2023 anfallende Kosten wurde ein Antrag auf Mittelübertragung eingereicht.

Projekt: 90151

Budget: 2.000 € und

Projekt: 90144

Budget: 4.000 €

Im Bereich des touristischen Wanderwegemanagements wurden auch im vierten Quartal wieder verschiedene Schulungen durchgeführt. Am 10./11. November konnte in Bad Liebenstein ein Grundlehrgang für Wegewarte mit 11 Teilnehmenden durchgeführt werden. Am 16.11. wurde in Erfurt ein Fortbildungslehrgang zum Thema „Beschilderungsplanung für touristische Wege“ durchgeführt und am 29.11. wurde OpenStreetMap online mit 10 Teilnehmern geschult. Das Wanderwegemanagement beriet zudem die Wanderkompetenznetzwerke, brachte Expertise im Rahmen von Vermarktungsmöglichkeiten zum Grünen Band ein, und nahm an verschiedenen Netzwerktreffen teil.

Projekt: 21008

Budget: 3.000 €

Durch Eigen- und Fremdprüfung von Wanderwegen im Jahr 2023 ergibt sich ein abschließender Stand von 77 vollständig und 2 teilweise geprüften B-Wegen (von 82) und 8 vollständig und 6 teilweise geprüften A-Wegen (von 18).

## Nachhaltigkeit

Projekt: 18004

Budget: 22.500 €

Am 14.11.2023 fand ein Netzwerktreffen in den Räumen der TTG mit dem TMU-EN (Referat 36 Nachhaltige Mobilität) statt. Hintergrund ist die oft mangelnde Verschnidung zwischen den Bereitstellern des ÖPNV und den Touristikern.

Zwar konnten verschiedene Anknüpfungspunkte für neue Netzwerke eruiert werden, die Lage bleibt aber gleichwohl kompliziert. Weder auf Ebene der Landkreise noch für Thüringen insgesamt gibt es zentrale Akteure für den Bereich Mobilität, die als Kooperationspartner für die TTG in Frage kämen. Die TTG wird im Bereich nachhaltiger Mobilität weiterhin versuchen, die Netzwerke auszubauen, aber dieser Bereich bleibt die Achillesferse auf dem Weg zu nachhaltigeren Produkten in Thüringen, ohne das echte Lösungsansätze auf dem Tisch sind. Die TTG möchte kooperieren und alle Türen stehen offen, aber es fehlen geeignete Partner.

Am 08.12.2023 fand ein Projektabschluss der zweiten Projektphase mit der AG-Nachhaltigkeit statt. Die Ergebnisse des Abschlussberichtes der Klimapartnerschaft GmbH wurden sowohl den Beteiligten, als auch interessierten Vertretern der DMOs vorgestellt. Es fand eine gemeinsame Priorisierung der zukünftigen Handlungsfelder statt und es wurden mithilfe von Kreativtechniken Ansätze für konkrete Hilfestellungen entwickelt. Eine zentrale Erkenntnis war, in diesem Zusammenhang, dass das Netzwerk und der Austausch selbst als wichtig und hilfreich empfunden werden.

Die weitere Arbeit im Bereich „Nachhaltigkeit“ wird somit die Erkenntnisse aus dem Projekt „Umsetzung Wissensmanagement“ berücksichtigen und die hier erarbeitete Vorgehensweise übernehmen. Die Erkenntnisse des Abschlusstreffens bilden die Grundlage für die weitere Arbeit im Projekt im Jahr 2024 (Erarbeitung konkreter Hilfestellungen).

Die Kooperation mit dem ThEx- Projekt Zukunftswirtschaft wurde vor allem im Bereich des Nachhaltigkeitschecks für touristische Unternehmen intensiviert. Dieser ist nun fertig gestellt und wird erprobt.

52



Alexandra Rittweger und Christiane Lögering wurden im vierten Quartal 2023 zu Nachhaltigkeitsmanagern weitergebildet.

## Wissen und Netzwerk – Umsetzung Wissensmanagement

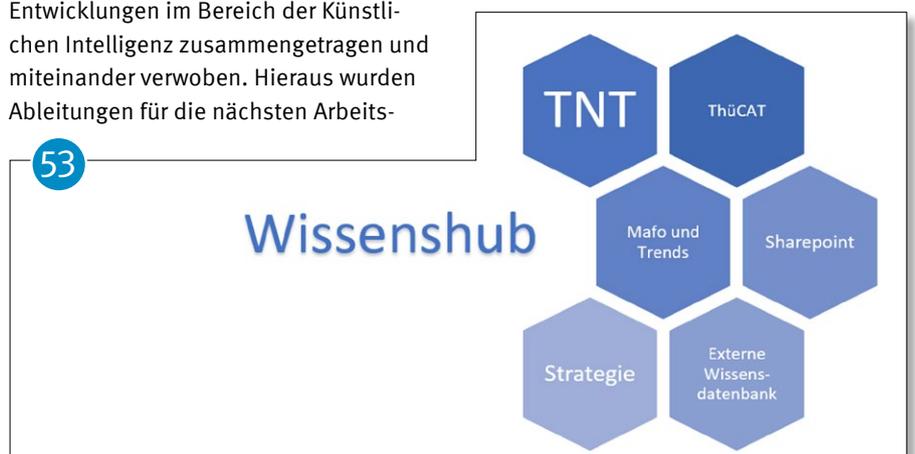
Projekt: 22012  
Budget: 38.500 €

Im Bericht über das dritte Quartal 2023 wurde ein Einblick in die verschiedenen Schulungen und Workshops gegeben, die das theoretische und praktische Fundament für den Aufbau und Umgang mit Wissens-Communities bildeten. In einem gemeinsamen Workshop am 9. November 2023 mit Vertretern der Teejit GmbH und der Netzvitamine GmbH wurden alle Erkenntnisse des Jahres sowie aktuelle Entwicklungen im Bereich der Künstlichen Intelligenz zusammengetragen und miteinander verwoben. Hieraus wurden Ableitungen für die nächsten Arbeits-

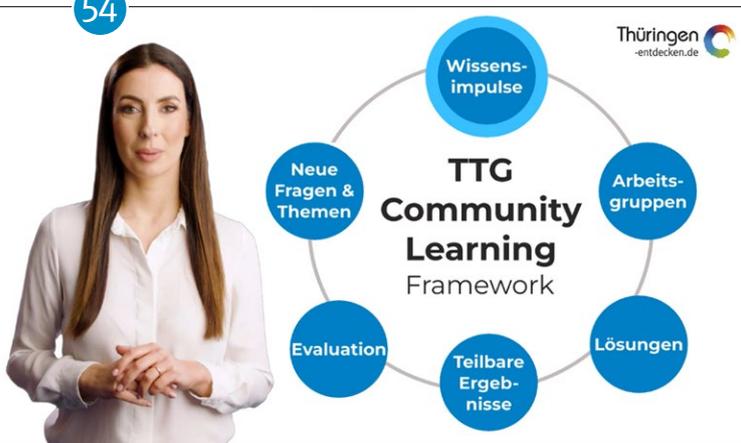
schritte auf dem Weg zu digital gestützten Wissenscommunities festgelegt und ein Abschlussbericht angefertigt. Ein weiterer Projektschritt war die Erstellung eines Erklär Films zur Vision des Projektes. Als Argumentationshilfe dient er zur Kommunikation nach innen, aber auch zur Gewinnung neuer Projektpartner. Der Film ist dabei auch ein Technik-Demonstrator, wie bereits heute künstliche Intelligenz eingesetzt werden kann, um Wissensinhalte, wie sie zukünftig in den Communities erarbeitet werden sollen, aufzubereiten. So führt beispielsweise eine KI-Moderatorin durch den Film und erklärt die relevanten Inhalte.

Die Inhalte des Filmes und somit die Arbeitsergebnisse aus dem Jahr 2023 lassen sich wie folgt zusammenfassen: Bündelung der verschiedenen Datenquellen des Thüringer Tourismus zu einem Wissenshub: ► [Abbildungen 52–53](#)

53



54



Ein KI-basierter ChatBot macht das gesammelte touristische Wissen Thüringens leicht und intuitiv zugänglich. Dies erfolgt plattformunabhängig. Verschiedene Datenquellen können somit intelligent in Wert gesetzt und kontextualisiert werden.

Der Community-Learning-Cycle der TTG: ► [Abbildung 54](#)  
Mitarbeiter der TTG generieren auf Basis des gesammelten Wissens Impulse, die im Rahmen des Community-Learning-Cycles über verschiedene Kanäle ausgespielt werden (z.B. TNT, LinkedIn, Webinare, etc.).

Diesen Impulsen sind mögliche Aufgaben und Fragen zugeordnet, die als Trigger für Wissensbedarfe dienen und gemessen werden. Interessieren sich zum Beispiel verschiedene Menschen für ein Thema (z.B. Energiesparen) kann ein Austausch von Interessenten initiiert werden. Am Anfang des Projektes geschieht dies händisch, soll jedoch zunehmend automatisiert werden. Es entstehen bedarfsorientierte, dynamisch Wissenscommunities, die sich zu verschiedenen Fragestellungen austauschen, von der TTG oder weiteren Experten unterstützt werden und Lösungen entwickeln.

Im Prozess entstehendes, neues Wissen wird KI-unterstützt aufbereitet (analog zum bereits erwähnten Erklärvideo) und in den Wissenshub eingespeist. Neue, im Prozess aufkommende Fragestellungen dienen als mögliche Anhaltspunkte für zukünftige, durch die TTG aufbereitete Wissensimpulse, mit denen das Rad wieder startet. Durch das Kollaborieren in den dynamischen, bedarfsgerechten Wissens-Communities können neue Seilschaften und Verbindungen innerhalb der Branche entstehen. Man lernt sich besser kennen, tauscht sich aus, kooperiert und liefert somit einen Beitrag zur Resilienz der Branche.

Wissens-Communities sollen zukünftig in den Arbeitsbereichen Museen und Ausstellungen, Residenzen und Gärten, Tradition und kulturelles Erbe, Kulturelle Events/Orchester/Theater,

Hotel/Gastronomie/Kulinarik, Wellness/Kur/Gesundheit, Touristinformationen, Wandern/Radfahren/Aktiv, Convention/MICE, Nachhaltigkeit, Barrierefreiheit, sowie Qualität und Service unterhalten werden. Teilweise existieren diese bereits heute schon.

## Rückblick: Schulungen und Webinare innerhalb unserer Wissenscluster im Jahr 2023

Projekt: 90085  
Budget: 9.500 €

Neben dem eigentlichen Aufbau der Abteilungssäulen „Wissensmanagement“ wie im vorangegangenen Kapitel geschildert, hat die TTG in den vergangenen Jahren bereits verschiedene Wissenscluster und Netzwerke aufgebaut. Innerhalb dieser führt die TTG Workshops, Schulungen und Webinare durch und stärkt mit verschiedenen Aktivitäten touristische Netzwerke. Ein detaillierter Jahresrückblick und eine Vorschau auf 2024 wurde in einem separaten Dokument aufgearbeitet.

Die Abteilung Innovation & Qualität hat speziell im Rahmen des Wissensmanagements 50 Veranstaltungen, Workshops, Schulungen und Webinare durchgeführt und damit 1089 Akteure der Thüringer Tourismuslandschaft erreicht. Da verschiedene Teilnehmer mitunter an mehreren Veranstaltungen teilgenommen haben, handelt es sich hier nicht um 1089 verschiedene Personen, aber um entsprechend viele Touchpoints mit der Branche im Rahmen des Wissensmanagements.

## Weiterentwicklung des Tourismusnetzwerkes Thüringen

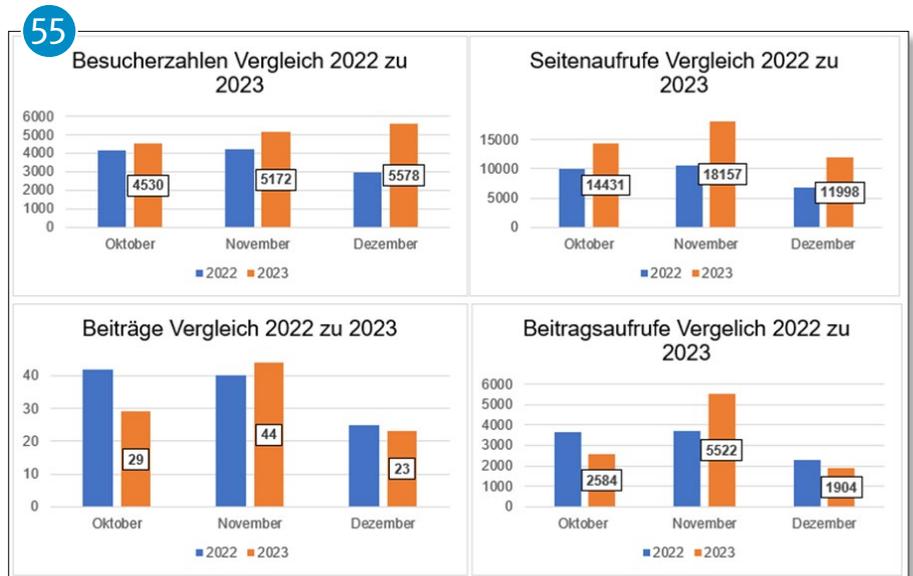
Projekt: 15011  
Budget: 15.500 € und  
Projekt: 18002  
Budget: 2.570 €

Im Tourismusnetzwerk Thüringen können von Oktober bis Dezember 9.316 wiederkehrende Besuche und 5.964 neue Besuche verzeichnet werden. Insbesondere der abgeschlossene Umbau der statischen Seite und die Einführung der Kategorie „Wissen“ führen dazu, dass die Seitenaufrufe und absoluten Besucherzahlen in allen drei Monaten gestiegen sind. Was den redaktionellen Teil angeht, wurden im Oktober und Dezember weniger Beiträge gezählt als im Vorjahr. Die kontinuierliche Schulung von Redakteuren wird aber dazu beitragen, dass die

Anzahl der verfassten Beiträge auch 2024 auf einem ähnlich hohen Niveau bleiben wird. Insgesamt 50 Redakteure wurden im vierten Quartal im Tourismusnetzwerk nach- und neu geschult.  
 ► **Abbildung 55: Tourismusnetzwerk in Zahlen: Oktober bis Dezember**

Am 29.11.2023 fand ein virtueller Rundgang durch das Tourismusnetzwerk statt, in dem Interessierten neue Funktionalität und Inhalte vorgeführt wurden.

Ein ähnliches Format soll in 2024 mit mehreren Terminen angeboten werden, um das Tourismusnetzwerk als zentralen Ort für touristisches Wissen in Thüringen weiter zu profilieren.



## Tourist-Informationen im Austausch

Projekt: 90161  
 Budget: aus Projekt 90085 (siehe Rückblick Schulungen)

Im vierten Quartal erfolgte eine Auswertung des Formates und eine Evaluierung der Ergebnisse. Folgende Tabelle gibt eine Übersicht über die bearbeiteten Themen: ► **Abbildung 56**

Erfreulich ist, dass neben dem wertvollen, inhaltlichen Austausch auch greifbare Ergebnisse aufzuweisen sind, die ohne die Runde nicht oder nicht in dieser Form zustande gekommen wären. Ein Auszug:

- Änderung der Kurbeitragsatzung der Stadt Schwarzatal (24.02.23)
- TI Weimar hat eine Kooperation mit der FH Schmalkalden geschlossen mit 30 internationalen Studierenden. Ziel des Projektes ist die Erarbeitung eines innovativen Gästekartenkonzeptes.
- Vernetzung der TI Bad Langensalza mit Gotha zum Thema Besucherzählmessung
- Poster „Hol dir Deine Gästekarte“ und Gastgeber-Ratgeber zur Gästekarte in Zella-Mehlis
- Kooperation TI Zella-Mehlis mit Shop der Klassik Stiftung neues Produkt „Manschettenknöpfe“, weitere neue Verkaufartikel z.B. Weihnachtsbaumkugel
- TI Weimar Erweiterung des Stadtgutscheines in Koop. mit ETMG Matthias Kabisch. Herr Seelig aus Gotha hat den Stadtgutschein dem ortseigenen Gewerbeverein vorstellt.
- TI Bad Liebenstein hat eine Kooperation mit der FH Schmalkalden geschlossen „Basierend auf der neuen Tourismus-

**56**

13.01.2023	Wie sinnvoll und wie aufwendig ist ein eigener Webshop?	13 Teilnehmer, 2 Referenten
24.02.2023	Was tun, wenn Gastgeber sich weigern, ihre Gäste zu melden, die Kurtaxe zu kassieren und weiterzureichen?	21 Teilnehmer, 2 Referenten
24.03.2023	Ticketverläufe: Analog oder nur noch digital?	13 Teilnehmer, 2 Referenten
26.04.2023	Workshop Zella-Mehlis	22 Teilnehmer, 4 Referenten
12.05.2023	Stadtgutscheine – eine sinnvolle Bereicherung des Sortiments oder nur mehr Aufwand?	16 Teilnehmer, 1 Referent
16.06.2023	Die TI wird zum Veranstaltungsort	9 Teilnehmer, 2 Referenten
15.09.2023	TI trifft Wissenschaft – Business Canvas	9 Teilnehmer, 2 Referenten
20.10.2023	Projekt „TI der Zukunft“ – wir ziehen Bilanz	21 Teilnehmer, 4 Referenten
17.11.2023	i-Marken Update: Was macht eine TI der Zukunft aus?	30 Teilnehmer, 3 Referenten
15.12.2023	Rückblick 2023 und Ausblick 2024	10 Teilnehmer, 2 Referenten

strategie wird durch die FH ein Marketingkonzept erarbeitet. Zudem soll das Souveniranangebot in der TI erweitert werden.

- TI Bad Langensalza hat die Kurbeitragsatzung angepasst.
- In der TI Ilmenau wurde Pay Pal eingeführt.

Der digitale Kommunikationsraum (KORA) der Tourist-Informationen im Tourismusnetzwerk ist mittlerweile die größte, aktive Gruppe. Die Teilnehmer wuchsen von 50 Partnern (2022) auf 72 Partner (2023).

Es werden tagesaktuelle Projekte besprochen und die Vernetzung über die stattfindenden Termine hinaus fortgeführt. Durch das verständliche, nicht zu lange Format „TIs im Austausch“ wurde eine Vernetzung innerhalb der TI-Landschaft angestoßen: „man hat jetzt ein Gesicht.“

## First Date Tourismus

Projekt: 23006  
Budget: 21.500 €

Spielend Nachwuchs gewinnen – so lautet das Credo des im Jahr 2023 ausgezeichneten Formates „First Date Tourismus.“

Am 07.12.2023 wurde im Rahmen eines einstündigen Seminars die Philosophie des Events in die Breite getragen, um Partner für eine dezentrale Fortführung im Jahr 2024 zu generieren, denn das Projekt muss nun weitgehend selbstständig weiterlaufen.

Unter den 31 Anmeldungen des Webinars waren Interessierte aus den DMOs, von lokalen Tourismusverbänden, der Privatwirtschaft und der Deutschen Bahn. Persönliche Gespräche und Feedbacks nach der Veranstaltung geben Hoffnung, dass das Format 2024 tatsächlich dezentral von einigen Akteuren fortgeführt wird.

Die Unterseite ► [www.first-date-tourismus.de](http://www.first-date-tourismus.de) im Tourismusnetzwerk wurde überarbeitet. ► [Abbildung 57](#)

Das Angebot der Thüringer Tourismus GmbH (Koffer mit Spielboxen, Geländemöblierung, etc.) wurde ebenso beschrieben wie Unterstützungsmöglichkeiten für das neue Jahr.

57



Eine ganz einfache Formel.

### Tourismus + Jobstart = First Date Tourismus

So die kurze Formel, wenn es für Schülerinnen und Schüler um die Frage geht – ist ein Berufsstart in der Hotellerie/ Gastronomie, Freizeitwirtschaft oder im Veranstaltungsmanagement das Richtige für mich. Was Tourismus für Thüringen bedeutet, welches Spektrum an Berufen es gibt – das können Jugendliche in der Berufsorientierungsphase hier herausfinden!

Ihre Ansprechpartnerinnen

**Thüringer Tourismus GmbH**  
Anke Riese  
Tel: +49 361 3742248  
a.rieso@thueringen-entdecken.de

### First Date Tourismus | Dein Jobstart in Thüringen

Ist ein entspannter, bunter, fröhlicher Gegenentwurf zur klassischen Berufsmesse eher mit Festivalflair statt Messecharme.

**Thüringer Tourismus GmbH**  
Micaela Friedel  
Tel: +49 361 3742247  
m.friede@thueringen-entdecken.de

Das Format setzt sich inhaltlich mit etablierten Branchenvorurteilen auseinander, präsentiert auf verspielt und unkonventionelle Weise die berufliche Bandbreite im Tourismus und erzählt vom Tourismus in Thüringen und in der Welt. Ein tourismusrelevanter Ort und eine Brise Inspiration plus Begegnungen zwischen jungen Akteur:innen aus dem Tourismus und Schülerinnen sind die ideale Kombi für einen Einstieg ins Thema. Gemeinsame Erlebnisse und Ins-Gespräch kommen, Spielen und Ausprobieren stehen im Mittelpunkt witziger und origineller Aktionen, die befreit sind vom schulischen Charme einer Unterrichtsstunde und einer fokussierten Berufsberatung. Und doch erfahren die Jugendlichen viel über die Branche, den Berufskosmos rund um den Tourismus und wie sie wo am besten starten können.

**Thüringer Tourismus GmbH**  
Lisa-Maria Marschalek  
Tel: +49 361 3742258  
lm.marschalek@thueringen-entdecken.de

First Date Tourismus zeigt den Schülerinnen und Schülern, dass die Berufswelt im Tourismus

- sich nicht auf Hotellerie und Gastronomie begrenzt
- es viel mehr Bereiche streift, als auf den ersten Blick sichtbar
- Potential für viele unterschiedliche persönliche Temperamente, Interessen, Stärken hat
- pauschale Vorurteile der Branche gegenüber nicht unbedingt stimmen müssen
- eine Ausbildung im Tourismus für junge Menschen Heimat und Tür zur Welt gleichzeitig bedeuten können

und es zeigt den Schülerinnen und Schülern, dass **Thüringen ein attraktives Reiseland** mit viel Potential ist.

Zusammenfassung | PDF  
Webinar vom 07.12.2023

Die FAQs auf einen Blick

UNSER TIPP

- + WARUM?
- + WER?
- + FÜR WEN?
- + WO?
- + WAS?
- + WIE?
- + Was braucht es dazu?
- + Wie funktioniert es?

Fordern Sie Ihre jungen Berufsstarterinnen und -starter auf, ihre Tätigkeit im Unternehmen und wichtige Aspekte ihres Arbeitsalltags in Spiele zu verpacken. Für Ihr Team ist dies eine gute Gelegenheit, den Blick auf Positives zu lenken. Dem Spielen lohnt die Chance inne, so mit den Schülerinnen und Schülern unkompliziert ins Gespräch zu kommen.

Probieren Sie gemeinsam das Spiel aus. Das klingt vielleicht im ersten Moment komisch, funktioniert aber super und es garantiert ganz sicher jede Menge Spaß.



Das Programm 2023  
—  
[Zum Video 2023](#)  
—  
[Zum TNT-Beitrag](#)  
—  
[Beitrag Salve TV 2023](#)

**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](mailto:ch.goesel@thueringen-entdecken.de)  
[www.thueringen-entdecken.de](http://www.thueringen-entdecken.de)