



weimar
Kulturstadt Europas

Jahresbericht 2017





INHALT

Das bewegte uns 2017 SEITE 3–5 // **Das haben wir erreicht 2017** SEITE 6–11 // **Neu bei der weimar GmbH** SEITE 12 // **Ausblick** SEITE 13–14 // **Das sind wir** SEITE 15–16 // **Impressum** SEITE 16

Effekte brauchen Ausdauer

Als wir 2012 das erste Mal unter dem Titel »Weimarer Sommer« das Kulturprogramm für die Monate Juni, Juli und August vorstellten, prophezeite damals DNT-Intendant Hasko Weber: »Es braucht mindestens fünf Jahre Zeit, bis eine solche Kampagne Früchte trägt.« Was jetzt bewiesen ist: Seit 2016 – also nach fünf Jahren sind die Übernachtungszahlen im Weimarer Sommer deutlich angestiegen. 2017 haben wir erneut ein Plus erzielt – ein touristisches Sommerloch, wie es noch Anfang der 2000er zu diagnostizieren war, gibt es schon lange nicht mehr. Vielmehr haben wir jetzt ein Sommer-Hoch! Dank der Förderung des Thüringer Wirtschaftsministeriums und der erfolgreichen Zusammenarbeit mit den Weimarer Kulturveranstaltern kann die *weimar GmbH* ein Plus von stolzen 16 Prozent seit Start der Kampagne vermelden (Details finden Sie auf S. 3).

Auch das Marketing für das Bauhaus-Jubiläumsjahr startete nicht erst in den zurückliegenden Monaten, zeitig haben wir begonnen, die Weimarer Moderne zu platzieren. Nun aber nähern wir uns den Vorbereitungshöhepunkten und verzeichnen schon jetzt ein großes Interesse – bei Besuchern, Tagungsveranstaltern, Reisexperten und Journalisten. Wir freuen uns auf das bevorstehende Jubiläumsjahr mit der beginnenden neuen touristischen Ära.

Ulrike Köppel
GESCHÄFTSFÜHRERIN

Gesteckte Ziele überboten

Der wirtschaftliche, kulturelle und touristische Erfolg Weimars basiert u. a. auf einem erfolgreichen Marketing und Veranstaltungsmanagement der *weimar GmbH*.

Die *weimar GmbH* fördert öffentlich-private Kooperationen und Akteure, stärkt hierdurch Handel, Wirtschaft, Kultur und Tourismus, informiert die Bürgerinnen und Bürger und wirbt für die Stadt. Als Instrument zur zentralen Steuerung und Kommunikation mit anderen städtischen Gesellschaften, Behörden und Projekten sowie mit den Verwaltungs- und Tourismuseinrichtungen der Region fördert und stärkt die *weimar GmbH* den Austausch aller Akteure.

Alle drei Bereiche der *weimar GmbH*, d. h. das Marketing für die Stadt Weimar, die Werbung für den Tourismus in der Stadt und die Vermarktung der Weimarhalle als Kongress- und Veranstaltungszentrum, haben die gesteckten Ziele im Jahr 2017 erreicht und übererfüllt.

Ein Unternehmen ist nur so gut wie diejenigen, die jeden Tag Leistung erbringen. Für den außerordentlichen Einsatz und die Loyalität zum Unternehmen, die die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie die Mitglieder des Aufsichtsrats und die Geschäftsführerin im vergangenen Jahr erneut gezeigt haben, möchte ich mich ausdrücklich bedanken.

Prof. Dr. Wolfgang Hölzer
AUFSICHTSRATSVORSITZENDER

Das bewegte uns 2017

Eine Dekade zur Reformation

Das Reformationsjahr war der Höhepunkt einer in Weimar sehr intensiv vorbereiteten Dekade: Zehn Jahre lang haben die Evangelische Kirche, die Stadt Weimar und die *weimar GmbH* gemeinsam die verschiedenen Schwerpunkte der Reformation in den Mittelpunkt des öffentlichen Interesses gerückt. Deshalb und vor allem wegen der Investitionen rund um Herderplatz, Stadtkirche und Cranach-Altar ist diese Dekade auch nach dem Ende aller Feierlichkeiten in Weimar präsent. Vorbildlich haben hier die verschiedenen Akteure zusammen gearbeitet, was sich im deutlich gestiegenen Interesse an diesem Weimarer Kapitel niederschlägt. Auch wenn die Besucherzahl zum Kirchentag auf dem Weg hinter den Erwartungen zurückblieb – für Weimar bleibt 500 Jahre Reformation ein nachhaltiges Ereignis. Viele neue Besuchergruppen konnten gewonnen werden, bei den ausländischen Gästezahlen fielen vor allem die Steigerungen aus Skandinavien, Südkorea und den USA auf. Aus touristischer Sicht ist das Thema im Reigen der kulturgeschichtlichen Epochen eines, das die Weimarer Geschichte wie kein anderes geprägt hat.



Der Kirchentag war ein Höhepunkt des Reformationsjahres.

Rekord-Sommer: Plus von 16 Prozent

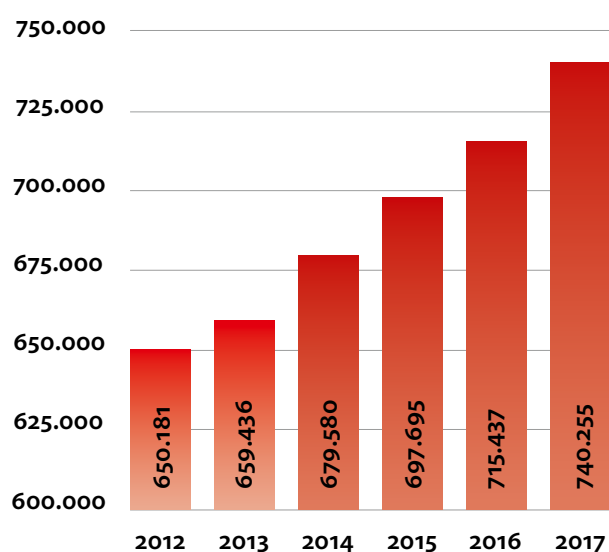
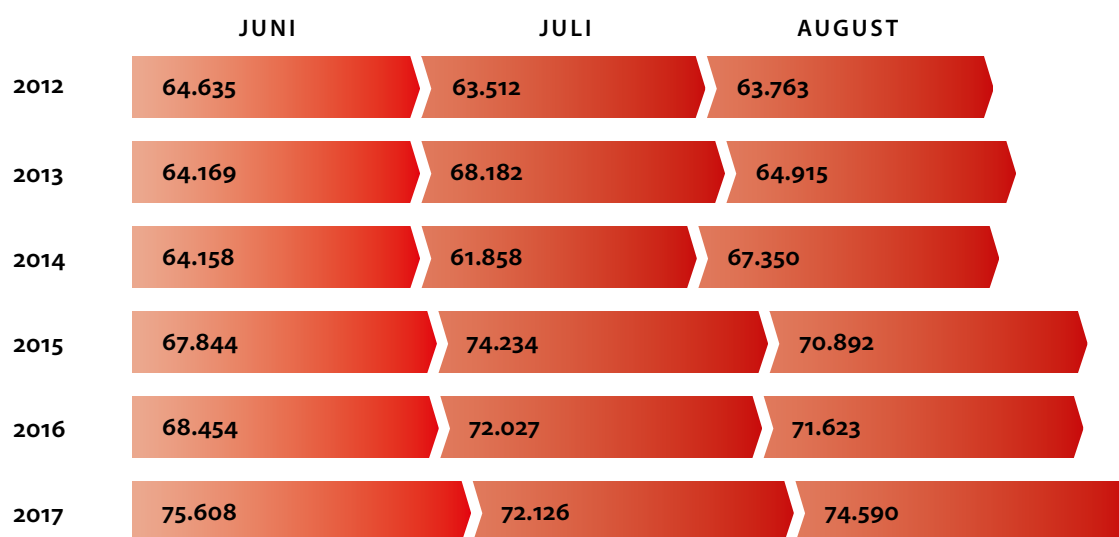
Der Trend ist ungebrochen. Zum siebten Mal in Folge wurde in Weimar ein Plus bei den Übernachtungen erzielt: Im Vergleich zum Vorjahr stiegen die Zahlen um 3,5 Prozent auf 740.255 – das sind rund 35.000 Übernachtungen mehr als 2016. Das meldete das Thüringer Landesamt für Statistik abschließend für das zurückliegende Jahr für Betriebe mit über zehn Betten. Dabei fallen die Zuwächse bei den deutschen mit 3,5 und 3,4 Prozent bei den ausländischen Besuchern nahezu gleich aus.

Besonders erfreulich sind die Ergebnisse im Sommer: Im Juni, Juli und August wurden so viele Übernachtungen wie noch nie in Weimar erzielt. Hier überzeugt der Vergleich zu 2012, dem Jahr als die Dachmarke Weimarer Sommer von der *weimar GmbH* eingeführt wurde. Damals wurden in den drei Som-

mermonaten Juni, Juli und August noch 191.910 Übernachtungen gezählt, 2017 waren es nun 222.324. Das sind deutliche 16 Prozent mehr. Auch im September und Oktober wurden noch nie so hohe Zahlen wie 2017 erzielt: Jeweils 76.000 waren es in diesen beiden Herbstmonaten. Erfreulich auch der Zuwachs im Dezember: Dort gab es ein Plus von sieben Prozent im Vergleich zu 2016. Die Auslandsstatistik führen die Niederländer an (+9 Prozent), gefolgt von den US-Amerikanern (+31 Prozent) und den Schweizern. Österreicher und Belgier schließen sich auf Platz 4 und 5 an.

Nach Italien folgen in diesem Jahr auf dem 7. Platz die chinesischen Gäste (+5,7 Prozent). Wobei das deutlichste Plus mit 53 Prozent die Südkoreaner erreichen, allerdings liegen sie auf dem 16. Platz.

Übernachtungen 2012–2017

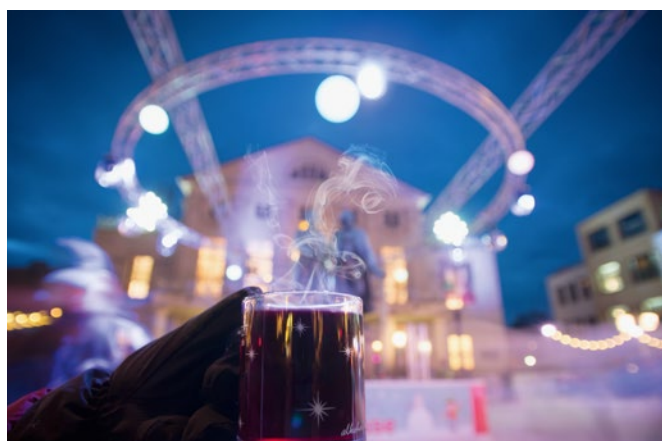


Entwicklung der Übernachtungszahlen in den Sommermonaten 2012–2017. Sie stiegen von 2012 zu 2017 um 16 Prozent an.

Die Übernachtungszahlen im Jahresvergleich: Seit 2012 steigen sie kontinuierlich. Im Vergleich zu 2016 sind sie wieder um 3,5 Prozent höher. Quelle Thüringer Landesamt für Statistik



Die weimar GmbH bewirbt den Weimarer Sommer. Unterstützung gibt es dazu vom Thüringer Wirtschaftsministerium.



Auch im Dezember zur Weimarer Weihnacht kamen 2017 mehr Besucher.

Publikum kommt zum Weimarer Sommer

Die Reihe Weimarer Sommer ist in Thüringen und bei vielen Weimar-Besuchern angekommen: Die Übernachtungszahlen (siehe S. 3) belegen das deutlich. Aber auch unter den rund 200 Veranstaltungen, die jedes Jahr ab 21. Juni bis Anfang September Gäste und Einheimische unterhalten, gibt es klare Gewinner in der Publikumsgunst. Dazu zählt auch das Genius Loci Fassaden Festival, zu dem inzwischen an den drei Aufführungsabenden rund 50.000 Besucher kommen. Auch das Kunstfest Weimar hat sich unter Leitung von Christian Holtzhauer ein neues Publikum erobert. 2017 kamen 30.000 Besucher zum Kunstfest, einem der größten Festivals für zeitgenössische Kunst in Mitteldeutschland. Nur das Open-Air-Konzert der Staatskapelle Weimar im Weimarahallenpark litt im vergangenen Sommer unter dem Wetter, konnte aber trotz Dauerregens 2.800 Fans begrüßen. Dagegen waren bei bestem Sommerwetter zum Adel-Tawil-Konzert und zur »Laut- und Draußen-Party« 4.600 bzw. 5.000 Besucher am gleichen Ort. Insgesamt wurden 140.000 Besucher im Weimarer Sommer gezählt.

Das Bauhaus am neuen Ort

Das Richtfest ist gefeiert, das Museum steht in seinen künftigen Ausmaßen und die Vorbereitungen für das Jubiläumsjahr wurden 2017 intensiviert. Mit der Gerhard-Marcks-Ausstellung 2017 schaffte die Klassik Stiftung Weimar einen ersten Höhepunkt in Vorbereitung auf das Jubiläum 2019.

6.000 Besucher zog die Ausstellung an. Außerdem sorgte das im November 2017 gefeierte Richtfest für große mediale Aufmerksamkeit. Unterdessen haben erste nationale und internationale Reiseveranstalter das Thema Bauhaus für sich entdeckt und informieren sich vor Ort oder auf den touristischen Messen über Daten, Angebote und die Möglichkeiten in Weimar. Weitere Presse- und Studienreisen für Veranstalter sind bereits in Vorbereitung. Erwartet wird bereits im Vorfeld des Jubiläums eine große mediale Aufmerksamkeit – sowohl in Printmedien als auch im Fernsehen. Erste Bauhaus-Sondersendungen werden schon jetzt vorbereitet wie ein Mehrteiler im ZDF oder ein Film für das Schweizer Fernsehen.



Ausstellung über den Bauhaus-Künstler Gerhard Marcks.



Richtfest am Bauhaus Museum Weimar.



Das haben wir erreicht 2017

Bauhaus-Magazin von weimar GmbH herausgegeben

Nicht nur Weimar, die ganze Region ist reich an Zeugnissen aus der Bauhauszeit: Das Bauhaus-Magazin, das die weimar GmbH federführend mit der Thüringer Staatskanzlei, der Impulsregion und den Thüringer Kulturpartnern aufgelegt hat, gibt einen umfassenden Überblick. Die Weimarer Zeit des Bauhauses hat ihre Wurzeln in der Kulturstadt, aber auch viele andere Thüringer Städte weisen Zeugnisse aus dieser Zeit auf. Beschrieben werden diese bekannten und weniger bekannten Bauhaus-Orte ebenso wie Menschen, die sich heute mit der Avantgarde auseinandersetzen oder sich anschicken, die Ideen von vor 100 Jahren ins Heute zu übertragen. Erschienen ist das Heft in sechsstelliger Auflage, um es überregionalen Zeitungen beizulegen. Auch eine englische Version wird herausgegeben.



Das Bauhaus-Magazin wurde von der weimar GmbH herausgegeben.

Erfolgreicher Relaunch: Zugriffe auf weimar.de gestiegen

Seit April 2017 ist www.weimar.de mit einem neuen Auftritt online. Die weimar GmbH entwickelte gemeinsam mit der Weimarer Agentur Papenfuß einen neuen, zeitgemäßen Auftritt, der bei den Nutzern sehr gut ankommt. Um knapp 40 Prozent sind die Zugriffe im Vergleich zum Vorjahr gestiegen. Waren es 2016 noch 254.300 Besucher, wurden 2017 insgesamt 415.900 gezählt. Pro Monat sind es durchschnittlich 34.600 Besucher. Wobei im Oktober (Zwiebelmarkt) traditionell die meisten Zugriffe zu verzeichnen sind – 2017 waren es rekordverdächtige 90.600. Im Jahresverlauf dominieren sonst die Sommermonate. Die Besucher bleiben durchschnittlich vier Minuten auf der Seite, das ist weit über dem Durchschnitt. Ganz oben bei den Interessen stehen die Kategorien Kultur und der Veranstaltungskalender sowie Tourismus und Weimar erleben.



Rund um den Zwiebelmarkt steigen die Zugriffe auf weimar.de regelmäßig um rund das Dreifache an.



Weimar-Besucher mit dem neuen Weimar-Magazin.



Die um eine halbe Stunde kürzere Altstadtführung wird immer beliebter.

Weimar erleben

Es ist die gedruckte Visitenkarte für die Stadt: Der Katalog »Weimar entdecken«, der jährlich von der *weimar GmbH* herausgegeben wird, interessiert künftige Besucher mit Weimarer Geschichten, stellt Sehenswertes vor, informiert über Jahreshöhepunkte und lässt Menschen zu Wort kommen, die hier leben und neue Ideen entwickeln. Im Mittelpunkt des aktuellen 60-Seiten-Heftes stehen die vielen kulinarischen Themen, die neben den Traditionsgerichten den Weimarer Lyonel-Gin, das Biebereis oder das Goethe-Menü vorstellen.

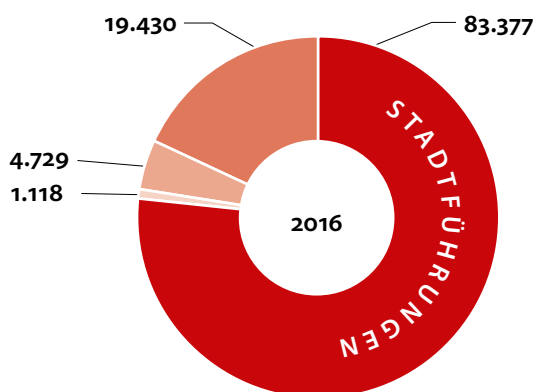
Weimar-Besucher nutzen die Vorschläge gern, um ihre Entdeckungstouren daran auszurichten. Parallel dazu ist in englischer Sprache der Visitor-Guide erschienen, der speziell auf die Interessen ausländischer Gäste zugeschnitten ist. Beide Hefte werden auf Messen verteilt, an Reiseveranstalter oder auf Anfrage versendet.

Altstadtführung: Neues Angebot wird gut genutzt

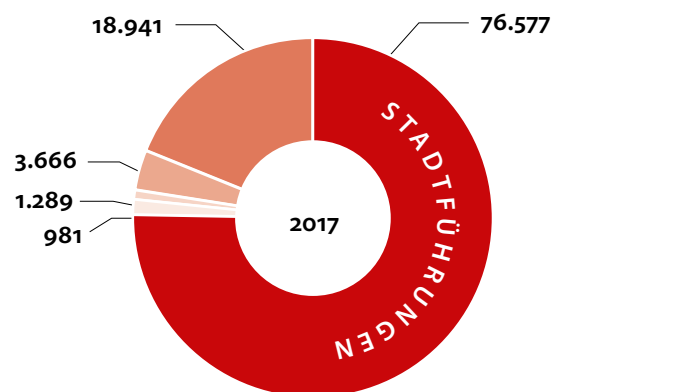
Trotz eines leichten Rückgangs der Teilnehmerzahlen an den Stadtrundgängen behauptet sich dieses klassische Angebot, um Weimar zu entdecken.

76.577 Besucher wurden 2017 von einem der lizenzierten Stadtführer durch Weimar geführt. Neu ist, dass bei den buchbaren Gruppenführungen auf die Altstadtführung zurückgegriffen werden kann. Diese dauert im Vergleich zur üblichen Stadtführung statt zwei Stunden nur 1,5 Stunden und zeigt die Sehenswürdigkeiten der Klassik in der engeren Altstadt. Diesen Rundgang können Individualtouristen in der Saison von März bis Oktober auch an zwei Tagen – Freitag und Samstag – wählen. Sie bildet dann eine Ergänzung zu den zweimal täglich stattfindenden öffentlichen Stadtführungen. Die Teilnehmerzahl hat sich beim Altstadtrundgang im Vergleich zu 2016 um 35 Prozent erhöht.

DAS SAGEN UNSERE KUNDEN:
»Stadtführung war top«
Google-Rezension



■ KLASSISCHE FÜHRUNG ■ RUNDFAHRT
■ KUTSCHFAHRT ■ I-GUIDE AUSLEIHE



■ KLASSISCHE FÜHRUNG ■ RUNDFAHRT
■ KUTSCHFAHRT ■ I-GUIDE AUSLEIHE ■ SONSTIGE FÜHRUNGEN

Anzahl der Teilnehmer an ausgewählten Stadtführungsangeboten im Vergleich 2016 zu 2017. Quelle: weimar GmbH

Zuwachs: Neue Stadtführer werden ausgebildet

In Vorbereitung auf das Bauhaus-Jubiläum werden neue Stadtführer ausgebildet, um eine Erweiterung des Sprachenangebots zu erreichen. Eine Aufstockung des fremdsprachigen Pools ist zudem in Englisch, Französisch, Italienisch, Spanisch und Russisch nötig, um weiterhin die Kundenwünsche verlässlich erfüllen zu können. Erweitert werden soll das Angebot der Tourist Information Weimar um Chinesisch, Arabisch und Schwedisch. Die Teilnehmer des aktuellen Kurses an der Volkshochschule werden nach erfolgreichem Abschluss die Befähigung erhalten, einen üblichen großen Stadtrundgang und den neuen Rundgang Weimarer Moderne zu übernehmen.

Weimarer Moderne im Stadtrundgang

Das Konzept steht: Um dem wachsenden Interesse am Thema »Weimarer Moderne« gerecht zu werden, entwickelte die Volkshochschule Weimar gemeinsam mit der *weimar GmbH* einen neuen Weiterbildungskurs für Stadtführer. Es soll ein Stadtführungsangebot geschaffen werden, das die Schwerpunkte beim Bauhaus, der Weimarer Republik, der Zeit des Nationalsozialismus und einen Überblick zu den Ereignissen in der DDR gibt. Im Mittelpunkt stehen die Architektur, das Quartier der Moderne, das nördlich der Innenstadt mit dem Bauhaus Museum Weimar, dem Neuen Museum sowie den dortigen Bauten der Nazi-Zeit und der DDR entstanden ist. Informationen über die jeweiligen Akteure sowie die Ambivalenzen der Moderne in Weimar sind ebenfalls beinhaltet.



Das ehemalige Gauforum wird Sitz der Ausstellung zur Zwangsarbeit.

weimar card für Intensiv-Nutzer

Im Durchschnitt 5,6 Mal wurde 2017 die weimar card von ihren Nutzern zum Eintritt in eines der beteiligten Museen eingesetzt. Insgesamt haben 8.362 Besucher die weimar card für ihre Weimar-Entdeckungstour genutzt. In den Wintermonaten geht der Absatz der weimar card prozentual mit den Gästezahlen zurück: Grund sind Winterschließzeiten zahlreicher Museen, die Teil des Angebots sind. Dennoch bleibt die weimar card in Thüringen mit Abstand die am häufigsten gekaufte touristische Gästekarte. Neue Partner sind wieder hinzugekommen, so dass mit ihr der kostenfreie Eintritt in derzeit 21 Museen, die ebenfalls freie Nutzung einer Stadtführung und der Stadtbusse möglich ist sowie Rabatte für verschiedene kulturelle und touristische Angebote gewährt werden.

DAS SAGEN UNSERE KUNDEN:

»Wir haben über 30 Euro dadurch gespart (pro Person) und die Mitarbeiter der Touristen Info waren auch klasse.«

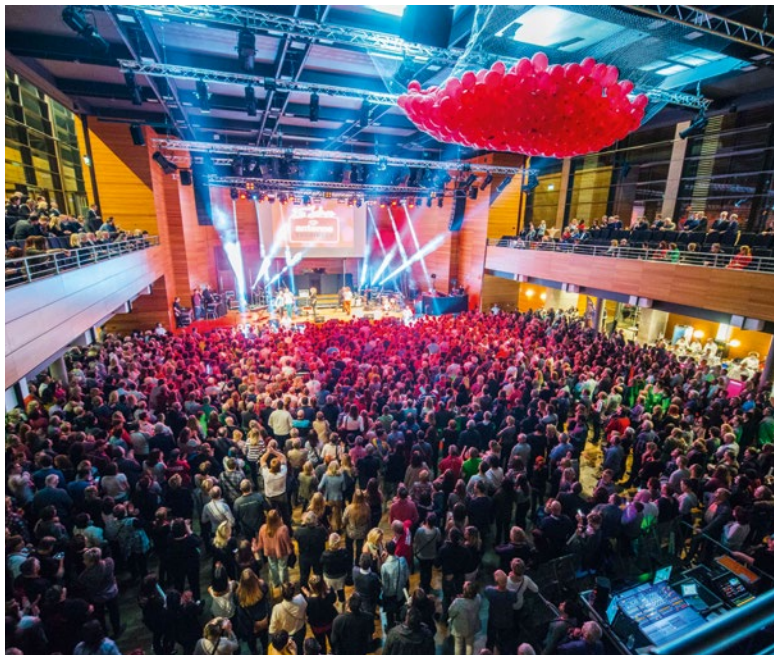
Google-Rezension

Mehr Tagungen in der Weimarahalle

In der Weimarahalle wurde die hohe Veranstaltungsdichte der vergangenen Jahre wieder erreicht und noch ein wenig erhöht: In das von der *weimar GmbH* betriebene Kongresszentrum kamen 2017 113.000 Besucher (2016: 120.000) in 242 (2016: 232) Veranstaltungen. Davon zählten 107 zu Tagungen und Kongressen (2016: 77), 86 gab es im Kulturbereich und 28 in der Sparte Gastronomie und Gesellschaft. Damit hat sich die Veranstaltungsaufteilung in der Weimarahalle deutlich hin zu den Tagungen

Veranstaltungszahlen Weimarahalle

Veranstaltungstage:	251	245	252
Veranstaltungen	2015	2016	2017
Kultur	95	112	86
Gastronomie u. Gesellschaft	21	23	28
Tagungen u. Kongresse	83	77	107
Industrie und Wirtschaft	1	4	6
Sport	2	2	3
Ausstellungen	3	3	4
Proben u. Training	1	0	3
Sonstiges	4	3	5
Gesamt:	212	232	242



Die Party zum 25. Geburtstag von Antenne Thüringen in der Weimarhalle.



Die 20. Verleihung des Thüringer Innovationspreises in der Weimarhalle.

verändert. Mehr Tagungen haben nicht nur einen größeren wirtschaftlichen Effekt für die *weimar GmbH*, sie bedeuten auch einen Zuwachs an Übernachtungsgästen im Geschäftsreiseverkehr. Am häufigsten wird in der Weimarhalle der große Saal gebucht: 122mal wurde er vermietet, 391 Einzelveranstaltungen fanden dort statt. Hinter den insgesamt 86 Kulturveranstaltungen verbergen sich 47 Konzerte, davon gehören 21 zu den Sinfoniekonzerten der Staatskapelle Weimar.

Zu den herausragenden Tagungen gehörten 2017 die Edeka-Jahrestagung mit 900, der Richter- und Staatsanwaltschaftstag mit 600 Teilnehmern, der rehaKind-Kongress mit 500 Teilnehmern sowie der Lateinamerika-Tag und die 27 Einzelveranstaltungen am Kirchentags-Wochenende Ende Mai. Unter den Publikumsveranstaltungen ragten die drei Sommer-Open-Airs auf der Seebühne heraus: die Staatskapelle Weimar mit »Was Ihr wollt« (2.800 Besucher bei Dauerregen), Laut und Draußen (4.500) und Adel Tawil (4.600). Gleich zu Beginn des Jahres 2018 feierte das Privatrado Antenne Thüringen mit 2.500 Hörern im gesamten Hauptgebäude seinen 25. Geburtstag. Alle zwei Jahre ist die Weimarhalle Mitveranstalter

DAS SAGEN UNSERE KUNDEN:

»Wir machen nun diese Konferenz seit 1949 an wechselnden Standorten. Seit 2004 bin ich dabei und muss Ihnen sagen, dass Weimar in jeder Hinsicht eine der Besten war. Koordination, Zusammenarbeit und Abstimmungen gingen perfekt und immer freundlich und humorvoll Hand in Hand.«

Christoph G. Schmitt, Hauptgeschäftsführer Lateinamerikaverein e.v.

des internationalen Sepsis-Update-Kongresses. Die organisatorische Abwicklung vom Online-Auftritt über Teilnehmer-Anmeldung, das Referenten-Management bis hin zur Industrieausstellung wird von der *weimar GmbH* geleistet. 700 Teilnehmern von allen Kontinenten wurden 2017 begrüßt.

Marketing Weimarer Sommer

Die Kampagne für den Weimarer Sommer beginnt immer am Jahresanfang mit der Aktualisierung des Online-Auftrittes und der Vorbereitung des Programmheftes. Anzeigen in deutschlandweit erscheinenden Kultur-Magazinen markieren dann im Frühjahr den Startpunkt der öffentlichen Bewerbung. Das Programmheft mit über 70 Seiten ist 2017 in einer Auflage von 210.000 Stück erschienen und lag einem Teil der Auflage der ZEIT bei: in Hamburg, Hessen, Baden-Württemberg, Bayern, Berlin und Sachsen.

Zusätzlich wurde mit Plakaten in ausgewählten deutschen Großstädten – darunter Berlin, Wiesbaden, Karlsruhe – für den Weimarer Sommer geworben. Kampagnen in Social-Media-Kanälen und zusätzliche Mittel der *weimar GmbH* für eine regionale Kampagne innerhalb Thüringens ergänzen das Konzept. Das Land Thüringen fördert das Marketing zum Weimarer Sommer mit 118.000 Euro.



Faltblätter zur Weimarer Weihnacht.



Neuer Kurzfilm über den Schlosspark Belvedere.

Rund um alle Veranstaltungen

Alle zwei Monate erscheint der Veranstaltungskalender für Weimar und das Weimarer Land – er informiert zuverlässig über die täglichen Angebote und bietet eine Übersicht zu Höhepunkten, Stadtführungen und zu allen Veranstaltungsstätten. Die Auflage umfasste 2017 mehr als 120.000 Hefte. Grundlage für die darin veröffentlichten Daten ist der Online-Kalender unter www.weimar.de. Gleichzeitig gibt die *weimar GmbH* die Faltblätter zum Zwiebelmarkt und der Weimarer Weihnacht heraus. Erstmals aufgelegt wurde eine eigene Übersicht für die Publikumsveranstaltungen in der Weimarahalle. Sie erscheint zweimal im Jahr und wird in der Region verteilt.

Hotels in Weimar und im Weimarer Land

Das Verzeichnis mit den Gastgebern in Weimar und dem Weimarer Land wurde im zurückliegenden Jahr neu aufgelegt und gilt für zwei Jahre. Aufgeführt werden Hotels, Pensionen, Ferienwohnungen und andere Anbieter, die in der Printausgabe erscheinen möchten. Das Verzeichnis wird gemeinsam mit dem Weimarer Land herausgegeben. Es gehört zum Informationsmaterial, das die Tourist Information Weimar an Interessenten versendet.

Die schönsten Parks gefilmt

Die Parks und Gärten in Weimar sind landschaftsarchitektonische Meisterwerke mit herrschaftlichen Residenzen sowie historischen Pflanzen- und Baumbeständen. Die Schönheit dieser Gartenkunst stellt die Arbeitsgruppe »Kultur und Tourismus« der

Impulsregion in ihren neuen Kurzfilmen vor. Für Weimar werben der Park an der Ilm und der Schlosspark Belvedere, die beide zum UNESCO-Welterbe »Klassisches Weimar« gehören. Der Park an der Ilm ist ein Spiegelbild der Weimarer Klassik und der Schlosspark Belvedere ein Zeugnis barocker Garten- und Parkarchitektur. Weitere Kurzfilme sind geplant. Zu finden sind die Filme unter www.weimar.de, www.youtube.com/kulturstadtweimar

Weimars Auftritte außerhalb

Bei den wichtigsten Leitveranstaltungen der Tourismusbranche ist die *weimar GmbH* mit einem eigenen Stand vertreten, um vor Ort mit Reiseveranstaltern, Multiplikatoren und Partnern über neue Trends und Angebote direkt zu kommunizieren. Dabei setzt die Marketingabteilung gezielt Schwerpunkte bei den wichtigsten Quellmärkten und nutzt frei gewordene Ressourcen in anderen Bereichen (siehe Seite 12). So konnte man die *weimar GmbH* in Utrecht, zur ITB Berlin und zur Grünen Woche sowie bei Workshops in Wien und Zürich erleben.

Die *weimar GmbH* bei der Grünen Woche in Berlin.





Journalisten während der Garten-Reise innerhalb der Impuls-Region.



Die Tiefgarage der Weimarahalle ist jetzt flexibler nutzbar.

Journalisten und Blogger aus 16 Ländern begleitet

Reisejournalisten, Blogger und Filmteams werden zu jeder Jahreszeit von der *weimar GmbH* betreut. Auch hier nehmen – vor allem aus dem Ausland – die online-affinen Kanäle im Medienmix zu. Doch solche Leitmedien der Reisebranche wie die *Geo Saison*, die mit einem hochwertigen zehnteiligen Weimar-Artikel Lust auf die Stadt macht oder die eine dreiviertel Stunde dauernde Sendung im japanischen öffentlich-rechtlichen Fernsehen versprechen besonders viel Aufmerksamkeit.

Journalisten und Blogger aus 16 Ländern wurden 2017 in Gruppen oder einzeln bei ihren Recherchen von der *weimar GmbH* begleitet. Gemeinsam mit der Thüringer Tourismus GmbH und den Vertretungen der Deutschen Zentrale für Tourismus im Ausland werden diese Pressereisen organisiert.

Instagram und Co

Insgesamt 25.000 Personen erreicht die *weimar GmbH* inzwischen mit ihren verschiedenen Facebook-Seiten. Die regelmäßigen Posts auf den Seiten Weimar erleben, Weimarer Sommer, Zwiebelmarkt Weimar und Weimarahalle sprechen durchschnittlich 10.000 Menschen pro Woche an. Ergänzt werden diese Auftritte durch eine wachsende Instagram-Gemeinde (+40 Prozent). Diese Auftritte sind bestens dazu geeignet, das Image der Stadt zu transportieren. Zunehmend tun es die User selbst – und das oft sehr überschwänglich.

Tiefgarage der Weimarahalle flexibler nutzbar

Das Parkhaus der Weimarahalle kann jederzeit und unabhängig von Veranstaltungen oder den Öffnungszeiten des Empfangs mit dem Auto verlassen werden. Neue Sensortechnik am Zugang zur Tiefgarage macht es möglich: Mit dem Parkticket lässt sich die Tür jederzeit öffnen. Wichtig ist dabei nur, dass das Parkticket zur Hand ist. Das Tor an der Ausfahrt öffnet sich dann bei der Ausfahrt automatisch. Mit neuen, übersichtlichen Schildern werden die Nutzer der Tiefgarage jetzt mit den wichtigsten Informationen versorgt: So gibt es weiterhin ein Veranstaltungsticket, das gleich bei Ankunft bezahlt wird und mit dem Sonderpreis von vier Euro für fünf Stunden gilt.

DAS SAGEN UNSERE KUNDEN:

»Ich genieße die wunderbare Stadt. ... Ob an der Ilm, Schloss Belvedere oder in der City entdecke ich etwas Neues. I like Weimar.«

facebook-bewertung weimar erleben



Christian Schacke und Serge Strekotin sind seit Oktober Teil der Marketingabteilung der weimar GmbH (v.l.).



Betreuen das Bach-Projekt: Kerstin Fürst und Maria Borchert (v.l.).

Neu bei der weimar GmbH

Marketingabteilung neu aufgestellt

Aktuelle Entwicklungen machen es notwendig, die Kommunikation über die Destination Weimar an die Erwartungen und Nachfrage der Weimarer Gäste anzupassen.

Mehr Inspiration statt Information, Reiseentscheidungen mithilfe der großen Buchungs- und Bewertungsportale sowie der Social-Media-Kanäle: Das Recherche- und Reiseverhalten hat sich verändert. Der Service aus dem Internet wird in Zukunft noch mehr genutzt werden. Mit dem Neubau des Bauhausmuseums und des Hauses der Weimarer Republik sowie dem Umbau des Neuen Museums wird die Geschichte des 20. Jahrhunderts in Weimar ab 2019 im Stadtbild viel präsenter sein und in Kombination mit der Gedenkstätte Buchenwald und der geplanten Ausstellung zur Zwangsarbeit touristisch ähnlich erlebbar sein wie die Weimarer Klassik. Das Thema der Weimarer Moderne muss sich auf dem Reisemarkt jedoch erst positionieren.

Mit der Schwerpunktverlagerung von touristischen Präsentationen hin zu mehr Onlineinhalten auf der eigenen Internetseite und im Social-Media und zur touristischen Produktentwicklung reagiert die *weimar GmbH* auf diese Herausforderungen. Dazu wurden im Jahr 2017 die Aufgaben in der Marketingabteilung mit den Tätigkeitsschwerpunkten in der Onlineredaktion, im Tourismusmarketing und in der Destinationsentwicklung neu geordnet und zum Teil neue Mitarbeiter eingestellt, welche zuvor freigewordene Stellen besetzen.

Bach-Orte in Thüringen attraktiver und erkennbar machen, eine neue Infrastruktur schaffen, die Bach-Veranstaltungsreihen stärken sowie die Erlebnis- und Aufenthaltsqualität verbessern: Das sind Ziele, die sich die *weimar GmbH* gemeinsam mit ihren Partnern für das Projekt »Bach in Thüringen entdecken« gesetzt hat. Gemeinsam mit dem Kulturbetrieb der Stadt Arnstadt hat die *weimar GmbH* das Thüringer Tourismusbudget 2017 in dem regelmäßig ausgeschriebenen Wettbewerb gewonnen. Bis Ende 2019 stehen insgesamt 750.000 Euro zur Verfügung, die für die Thüringer Bach-Orte Arnstadt, Ohrdruf, Eisenach, Mühlhausen und Weimar genutzt werden können.

Inzwischen haben die beiden Projektkoordinatorinnen Kerstin Fürst und Maria Borchert mit Mark Schmidt, Marketingleiter der *weimar GmbH*, die ersten Handlungsfelder abgesteckt, die bereits mit den beteiligten Partnern diskutiert wurden. Zum Beirat gehören neben Weimar und Arnstadt die Thüringer Tourismus GmbH, das Thüringer Ministerium für Wirtschaft, Wissenschaft und Digitale Gesellschaft, der Verein Bach in Weimar e.V. mit Professorin Myriam Eichberger, die Thüringer Bachwochen mit Christoph Drescher sowie die Tourismusbetriebe aus Eisenach und Mühlhausen. Am Anfang steht die Auswahl der authentischen Bach-Orte, für die eine Inszenierung und eine wiedererkennbare touristische Infrastruktur entwickelt werden.

Ziel ist es, die überregionale Aufmerksamkeit zu erhöhen und die bestehende Bach-Raderlebnissroute auszubauen.



Das neue bauhaus museum weimar vom Weimarahallenpark aus. Visualisierung: Bloomimages GmbH



Workshop für Reiseveranstalter in Weimar.

Ausblick 2018

Bauhaus 100: Vorbereitungen in der heißen Phase

Gemeinsam mit den Akteuren in Weimar bereitet die *weimar GmbH* eine Bauhaus-Kampagne für das Jubiläumsjahr vor. So wird es vom bereits erschienenen Bauhaus-Magazin im Herbst 2018 ein zweites Heft geben und gerade eine englische Version erarbeitet.

Außerdem nutzt die *weimar GmbH* die zusätzlich vom Land zugesagten Fördermittel für eine bundesweite Bewerbung – online, mit Printprodukten und Merchandising. Hinzu kommen die Aktivitäten rund um Multiplikatoren wie Reiseveranstalter, Journalisten und Blogger.

Messen, Workshops und Pressereisen

Bereits Anfang Mai wird die *weimar GmbH* eine international besetzte Gruppe von Reisejournalisten und Reiseveranstaltern in der Stadt begrüßen, die eine sogenannte Pre-Convention-Tour auf den Spuren des Bauhauses unternehmen.

Es folgt eine Präsentation für Fachpublikum der Thüringer Tourismus GmbH im Mai sowie ein Bauhaus-Summit der Deutschen Zentrale für Tourismus Ende Oktober mit 120 Teilnehmern aus der Reisebranche. Gleichzeitig sind in diesem Jahr verschiedene Pressereisen geplant.

Das bauhaus museum weimar und der künftige Stéphane-Hessel-Platz. Visualisierung: Bloomimages GmbH





Im Jubiläumsjahr 2019 wird auch die Tourist Information Weimar mit einigen Neuerungen aufwarten.



In der Weimarhalle sind Modernisierungen notwendig.

100 Jahre Weimarer Republik

Auch das zweite große Jubiläum in Weimar wird Teil der Marketing-Aktivitäten der *weimar GmbH*: Noch bevor die Feierlichkeiten zum Bauhaus-Jubiläum 2019 beginnen, wird 2019 eine Woche der Demokratie bundesweit Aufmerksamkeit erzeugen. Schon die Eröffnung des ersten Teils des Hauses der Demokratie wird das touristische Portfolio Weimars entscheidend bereichern und Teil der Kampagnen 2018 und 2019 sein.

Weimarhalle: Investitionen in die Zukunft

Die Weimarhalle feiert 2019 ihren 20. Geburtstag. Pünktlich vor dem Jubiläum wird Weimars größte Veranstaltungsstätte qualitativ weiterentwickelt. So sollen 2018 und 2019 insgesamt etwa 2 Millionen Euro in die Steigerung der Angebotsqualität der Weimarhalle investiert werden. Davon fließt die Hälfte in Investitionen im baulichen Bereich. So sollen die Eingangstüren und die Toilettenanlagen barrierefrei gestaltet werden sowie der unterirdische Verbindungsgang zwischen dem Haupthaus und dem Seminargebäude für Gäste der Weimarhalle endlich nutzbar werden. Der andere Teil der Investitionssumme ist für die Anschaffung zeitgemäßer Tontechnik, Beleuchtung und Bühnentechnik vorgesehen, um den Sprung zur digitalen Ansteuerung möglich zu machen. Nötig wird dies, um die Weimarhalle auch weiterhin als modernen Austragungsort für Tagungen, Kongresse und Konzerte konkurrenzfähig zu halten.

Nachhaltigkeit im ganzen Unternehmen

Die *weimar GmbH* hat sich in allen Bereichen der Nachhaltigkeit verpflichtet. So bewirbt sich die Weimarhalle immer wieder erfolgreich um die Green

Globe-Rezertifizierung, ist Teil des Nachhaltigkeitsabkommen Thüringens und hat sich dem Nachhaltigkeitskodex des EVVC angeschlossen. Eine der nächsten Aufgaben in diesem Bereich ist die Erfassung des veranstaltungsbasierenden Wasserverbrauchs und seine Kosten sowie die Festlegung von Reduktionszielen. Das Gleiche gilt für den Energieverbrauch.

Tourist Information Weimar modernisieren

In Vorbereitung auf das Jubiläumsjahr 2019 wird die Tourist Information Weimar in diesem Jahr mit digitalen Medien ausgerüstet, die dann von den Besuchern genutzt werden können. Außerdem sind weitere Modernisierungen geplant, die das Geschäft entsprechend der Thüringer Tourismusstrategie als sogenannten Markenkontaktpunkt für Weimar und seine Themen ausweisen.

Darüber hinaus wird noch im Frühjahr 2018 der Fahrradverleih direkt an der Tourist-Information möglich: Das benachbarte Ladenlokal ist dafür hergerichtet, so dass es für Interessierte noch leichter wird, diesen Service zu nutzen.

Stadtführung abseits von Sehenswürdigkeiten

Ein Rundgang, der Weimar anders und abseits der üblichen Touren vorstellt: Geplant ist Weimar mit seiner Lebensart, der Lebensqualität und Insidertipps zu lokalen Händlern, Designern und Szeneorten und auch das soziokulturelle Leben vorzustellen. Gemeinsam mit interessierten Stadtführern entwickelt die Tourist Information Weimar eine solche Stadtführung.



Die »jüngsten« von insgesamt sieben Auszubildenden bei der weimar GmbH.



Werbung fürs Bauhaus-Jubiläum: Ulrike Köppel, Geschäftsführerin der weimar GmbH.

Das sind wir

Die *weimar GmbH* ist die Marketinggesellschaft der Stadt Weimar. Sie betreibt als hundertprozentige Tochter der Stadt das *congress centrum neue weimarhalle* und die *Tourist Information Weimar*. Das touristische, Stadt- und Tagungsmarketing gehört ebenfalls zu den Kernaufgaben der *weimar GmbH*. Bei der *weimar GmbH* waren 2017 im Durchschnitt 35 Mitarbeiter und neun Auszubildende beschäftigt. Dabei sind die besetzten Berufsbilder vielfältig. In der Tourist-Information sind Tourismus-Kauffrauen und Mitarbeiterinnen im Service im Einsatz, die Reiseveranstalter wie Individualreisende mit Buchungen von Komplettprogrammen oder Bausteinen sowie zahlreichen Dienstleistungen unterstützen. Veranstaltungskaufleute und Veranstaltungstechniker garantieren in der Weimarahalle vor, während und nach Tagungen, Kongressen und Konzerten einen reibungslosen Ablauf.

Zwei Drittel der anfallenden Ausgaben erwirtschaftet die *weimar GmbH* aus eigenen Einnahmen. Etwa ein knappes Drittel der Ausgaben 2017 wurde durch einen städtischen Zuschuss von 1,4 Millionen Euro ausgeglichen.

GESELLSCHAFTER: Stadt Weimar

STILLE GESELLSCHAFTER: Fremdenverkehrsverein Weimar e.V., Wirtschaftsfördervereinigung Weimar e.V., Innenstadtverein Weimar e.V.

AUFSICHTSRAT: Prof. Dr. Wolfgang Hölzer, weimarwerk bürgerbündnis e.V. (Vorsitzender); Oberbürgermeister Stefan Wolf, SPD (stellv. Vorsitzender); Thoralf Canis, SPD; Harald Freudenberg, Die Linke; Ina Jaeger, CDU; Prof. Dr. Winfried Speitkamp, Bauhaus-Universität Weimar; Julia Miehe, Stadtkulturdirektion; Stefan Seiler, Fremdenverkehrsverein Weimar e.V.; Sigrid Hebestreit, Innenstadtverein e.V.; Albert Fernkorn, Wirtschaftsfördervereinigung Weimar e.V.

Tourismusservice

- » persönlicher touristischer Service in der Tourist Information Weimar
- » Stadtführungen, öffentliche, thematische und Gruppenführungen
- » Verkauf und Weiterentwicklung weimar card
- » Vermittlung von Unterkünften
- » kompletter Tagungsservice
- » Verkauf von Tickets und Souvenirs

Kongress- und Veranstaltungsservice

- » Betrieb des congress centrum neue weimarhalle als Mittelpunkt des Tagungsstandorts Weimar
- » Tagungsservice, Organisation von Tagungen
- » gezielte Akquise von Neukunden
- » themenspezifische Eigenveranstaltungen
- » Stärkung von Netzwerken vergleichbarer Partner

Marketing/Medien

- » Positionierung Weimars als touristische Destination im In – und Ausland
- » Herausgabe sämtlicher Publikationen der *weimar GmbH*
- » Entwicklung und Ausbau aller Online-Auftritte
- » Messen, Workshops, Presse- und Studienreisen
- » Kooperationsmarketing
- » Bedienung sozialer Netzwerke

weimar GmbH und ihre Kooperationen

Verein Thüringer Städte

Seit seiner Geburtsstunde vor mehr als 20 Jahren ist Weimar Mitglied im Verein der Thüringer Städte und profitiert von gemeinsamen Marketingaktionen. Im zurückliegenden Jahr war Weimar über die Vereinspräsenz auf drei deutschen Messen zusätzlich vertreten. Unter dem Vorsitz von Ulrike Köppel, Geschäftsführerin der weimar GmbH, wurden gemeinsame Aktionen koordiniert wie ein Fotoshooting in allen Städten und einer neuer Online-Veranstaltungskalender.

Impulsregion Erfurt, Jena, Weimar und Weimarer Land

Vor allem auf touristischem Gebiet ist die Zusammenarbeit innerhalb der Impulsregion geradezu vorbildlich. Neben dem jährlich gemeinsam herausgegebenen Kalender Kulturimpulse wurde innerhalb dieser Kooperation das Bauhaus-Magazin koordiniert. Auch eine gemeinsam organisierte Pressereise zu den Parks und Gärten verlief sehr erfolgreich.

Masterplan Weimarer – Weimarer Land

Touristisch sind Weimar und das Weimarer Land eine Region. Eine routinierte Zusammenarbeit hat sich entwickelt. Im Zwei-Jahres-Rhythmus erscheint das gemeinsame Gastgeberverzeichnis sowie alle zwei Monate der gemeinsame Veranstaltungskalender. Hinzu kommen die Kooperationen bei den Messeauftritten zur Grünen Woche und in Utrecht. Auch bei der Vermarktung der Rad- und Wanderwege sind beide Gebietskörperschaften eng miteinander verbunden.

Congress Allianz

Die Weimarhalle ist aktives Mitglied in der Congress Allianz. Die Schwerpunkte der gemeinsamen Arbeit lagen 2017 bei der Verbesserung der Ausbildungsqualität. Mit dem Anschluss an die Initiative 100Pro folgt die Weimarhalle dem Ausbildungskodex der Veranstaltungshäuser. Gemeinsame Weiterbildungsveranstaltungen für die Mitarbeiter der Mitglieder gehören zu den Vorteilen.

Weitere touristische Kooperationen und Partner

Deutsche Zentrale für Tourismus » Thüringer Tourismus GmbH » United States Tour Operators Association » Luther 2017 » UNESCO-Welterbeverein » Bach AG » Bauhaus 2019 » Triennale der Moderne » AG Henry van de Velde » Oranierroute » Goethe-Straße » AG Ilmtal-Radweg » Thüringer Städtekette » Fremdenverkehrsverein Weimar

Mitgliedschaften MICE-Bereich

EVVC – Verband Europäischer Veranstaltungs-Centren e. V.
GCB – German Convention Bureau e. V.

Regionale Kooperationen

Impulsregion Erfurt – Weimar – Jena
Masterplanregion Weimar – Weimarer Land

Ein Projekt der Impulsregion: der gemeinsame Veranstaltungskalender Kulturimpulse.



www.weimar.de

IMPRESSUM

Herausgeber: weimar GmbH, UNESCO-Platz 1, 99423 Weimar

Telefon: +49 (0) 3643 745-0

E-Mail: management@weimar.de

Layout & Satz: Graphische Betriebe R. Keßner Weimar –
Corax Color & Stempel-Rabe GmbH

Konzeption Gestaltungsrichtlinie: Gudman Design

Fotos: Uta Kühne, Maik Schuck, Candy Welz (KSW), STIFT, Michael Paech, André Mey. Titelbild: Die Vorstellung des Bauhaus-Magazins mit Ministerpräsident Bodo Ramelow