



**weimar**  
Kulturstadt Europas

# Jahresbericht 2014





## Gemeinsam für Weimar

**W**eimars überaus positives touristisches Image und die hohe Qualität der touristischen Leistungen sorgen für weiter wachsende Zahlen, höhere Umsätze und damit für eine steigende Zahl von Menschen, die in Weimar vom Tourismus profitieren bzw. aus dem Tourismus ihr Einkommen bestreiten.

Dennoch ist der Tourismus kein Selbstläufer. Ein hohes Maß an Vorleistungen, Marketing und umfassendem Service sind erforderlich, um diese Ergebnisse zu erreichen. Dafür setzen sich die 36 Mitarbeiter und elf Auszubildenden der *weimar GmbH* ein. Auch 2014 ist dies hervorragend gelungen, trotz sich verändernder Märkte und Buchungsverhalten.

Wir danken allen Partnern, Mitstreitern und Förderern für Unterstützung und gemeinsames Handeln. Lesen Sie, was wir im Jahr 2014 erreicht haben.

**Ulrike Köppel**

GESCHÄFTSFÜHRERIN

### Inhalt

**Das bewegte uns 2014**

SEITEN 3-5

**Tourismusentwicklung**

SEITEN 6-9

**Weimarhalle**

SEITEN 10-11

**Wirtschaftsförderung**

SEITE 12

**Ausblick 2015**

SEITE 13

**Porträt weimar GmbH**

SEITEN 14-15

**Impressum**

SEITE 16



Das neue zweisprachige  
Fußgängerleitsystem

## Dank für Ihren Einsatz

**D**as Jahr 2014 war für die *weimar GmbH* ein erfolgreiches Jahr. Alle drei Säulen des Unternehmens Marketing, Tourismus- und Wirtschaftsförderung mit der Weimarhalle als Kongress- und Veranstaltungszentrum, der Tourist-Information und der Marketingabteilung, haben zum Erfolg beigetragen. Das Unternehmen hat als Dienstleister der Stadt Weimar die Veranstaltungen der Stadt koordiniert und vermarktet, die Zahl der Touristen und die Zahl der Übernachtungen gegenüber dem Vorjahr wiederum gesteigert und insgesamt einen wesentlichen Beitrag zur Steigerung der Wirtschaftskraft und des Steueraufkommens der Stadt beigetragen.

Werte wie Tradition, Beständigkeit, langfristiges Denken und Handeln, gegenseitige Verbundenheit und Loyalität sind für die *weimar GmbH* die Grundlage für einen dauerhaften und nachhaltigen Erfolg. 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 der Geschäftsführung im vergangenen Jahr erneut gezeigt haben, möchte ich mich ausdrücklich bedanken.

**Prof. Dr. Wolfgang Hölzer**

AUFSICHTSRATSVORSITZENDER

# Das bewegte uns 2014

## Das Jahr im Zeichen der UNESCO-Stätten

Ein Jahr lang stand das UNESCO-Welterbe 2014 im Mittelpunkt von Marketingkampagnen der *Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT)* im Ausland. Für Weimar war das beste Gelegenheit, sein reiches Erbe zu präsentieren und Aufmerksamkeit auf die Ensembles »Klassisches Weimar« und »Stätten des Bauhauses« zu lenken. Dabei profitierte Weimar von den zusätzlichen Publikationen der DZT in sieben Sprachen und den Online-Kampagnen für acht Routen und sieben Themengebiete sowie von der Welterbe-App in zwölf Sprachen. Auch die *Thüringer Tourismus GmbH* legte ein UNESCO-Endkundenmagazin auf und bündelte Online-Aktivitäten unter dieser Überschrift. Die *weimar GmbH* nutzte zahlreiche Kooperationsangebote der Partner im Print- und Online-Bereich. Hinzu kamen zahlreiche Presse- und Studienreisen zu diesem Thema, die viel Aufmerksamkeit erzeugten und weit über das Jahr hinausreichten.

## Themenjahr Carl Philipp Emanuel Bach

Am 8. März 2014 jährte sich zum 300. Mal der Geburtstag von Carl Philipp Emanuel Bach. Johann Sebastian Bachs zweitältester Sohn wurde in Weimar geboren. Unter organisatorischer Leitung der Stadt Hamburg arbeiteten die fünf deutschen Lebensstationen Bachs (Weimar, Leipzig,

Potsdam, Frankfurt/Oder und Hamburg) zusammen, um über ein gemeinsames Marketing die zahlreichen musikalischen Veranstaltungen rund um das Jubiläum zu bewerben. Publikationen, Online-Auftritt, Anzeigenkampagnen sowie Pressearbeit begleiteten das Jubiläumsjahr.

## Lutherdekade 2014

Die Bezüge Weimars zur Reformation und Luther sind vielfältig. 2014 stand unter dem Motto Reformation und Politik: Luthers Obrigkeitsschrift erschien 1523 mit einer Widmung an Herzog Johann in Weimar. Bis heute muss sich gesellschaftliches und politisches Handeln an dieser Schrift messen lassen. Zahlreiche Veranstaltungen widmeten sich 2014 diesem Thema. Ein wichtiger Schritt mit Blick auf das Reformationsjubiläum ist mit dem Abschluss der Beschilderung des Lutherweges getan: Elf Kilometer lang ist der Streckenabschnitt des Lutherweges in Weimar, dessen Route entlang des Radweges Thüringer Städtekette durch Weimars Innenstadt führt. Insgesamt wurden für den Abschnitt im Jahr 2014 28 Hauptwegweiser und 128 Zwischenwegweiser sowie zwei Informationstafeln aufgestellt. Die *weimar GmbH* wirkte an der Umsetzung mit.

Ein Vorbote des Reformationsjubiläums:  
Luther als Souvenir



Die Taufkirche von Carl Philipp Emanuel Bach –  
Weimars Stadtkirche St. Peter und Paul



## UNESCO-Leitsystem

Das von der *weimar GmbH* federführend betreute Projekt Wegeleit- und Informationssystem besteht aus zwei Komponenten: der zweisprachigen Wegeleitung zu den fußläufig erreichbaren UNESCO-Welterbestätten sowie den ergänzenden Informationstafeln, die alle Stätten auf einem Stadtplan darstellen und über das Welterbe in Weimar informieren. Zusätzlich zu den UNESCO-Welterbestätten wurden touristisch und historisch relevante Sehenswürdigkeiten ausgedeutet. Das abgelöste System ist nicht nur um wichtige Standorte, sondern auch um Service-Informationen erweitert worden. Inzwischen sind die noch ausstehenden Informationstafeln gestaltet und hergestellt. 2015 sollen sie aufgestellt werden.

Ergänzt wird dieses Fußgängerleitsystem an einzelnen Weimarer Sehenswürdigkeiten von sogenannten Informationstonnen. Hier wurde ein System nachgenutzt, das die *weimar GmbH* 2009 entwickeln ließ.

## 15 Jahre Weimarahalle

Im Juni 2014 war es 15 Jahre her, dass im Kulturstadtjahr 1999 das neu erbaute congress centrum neue weimarahalle eröffnete. In den zurückliegenden 15 Jahren wurden in der Weimarahalle viele prominente Gäste begrüßt, hochkarätige Kongresse veranstaltet und kulturelle Höhepunkte gefeiert. In 15 Jahren gab es knapp 1,5 Millionen Besucher, rund 3 000 Veranstaltungen, 1 500 Kongresse, Tagungen und Seminare, 360 Konzerte mit der Staatskapelle Weimar und zehn Konzernächte auf der Seebühne im Weimarahallenpark.

*Nora Tschirner als Kira Dorn gibt im Tatort die Weimarer Pflanze*



*Erfolgreiches Format: Die Open-Air-Konzerte auf der Seebühne im Weimarahallenpark*

FOTO LINKS

*Die Tourist-Information für die Zukunft fit machen*

FOTO MITTE

*Vier Sterne verteidigt: der Ilmtal-Radweg*

FOTO RECHTS



## Weimarer Sommer 2014

Im dritten Jahr hatten sich 2014 die wichtigen Weimarer Kulturformate (u. a. Sommertheater des DNT, Weimarer Meisterkurse, Kunstfest Weimar, Fassadenprojektionsfestival Genius Loci, Goethe-Geburtstag) zur gemeinsamen Vermarktung unter Federführung der *weimar GmbH* zusammengeschlossen. Über 56 000 Besucher zählten alle Veranstaltungen des Weimarer Sommers. Plakate in deutschen Großstädten, Anzeigen in deutschlandweiten Medien, Flyer, das Programmbuch und Installationen in Weimar warben für den Weimarer Sommer 2014.

## Quotenhit aus Weimar

»Der zweite Tatort-Einsatz von Nora Tschirner und Christian Ulmen brachte der ARD den ersten Quoten-Sieg für 2015«, titelte *Spiegel online* am 2. Januar 2015. Was im Sommer 2014 in zweiter Auflage gedreht wurde, ist auch für das touristische Weimar ein Hit. Der Tatort Weimar mit dem selbstironischen und kalauernden Ermittler-Duo kommt beim Publikum an und erzeugt zusätzliche Aufmerksamkeit für die Stadt.

## Im Meer des Union Jack

Besucherrekord an der Seebühne: Zur Open-Air-Konzertnacht »Rule, Britannia«, der 10. Gemeinschaftsveranstaltung der Staatskapelle Weimar mit der *weimar GmbH* kamen 4 200 Besucher. Sie alle waren begeistert und schwenkten die Union-Jack-Wimpel zur heimlichen Hymne der Briten. Die Eigenveranstaltung der *weimar GmbH* mit Roger Cicero eine Woche später sahen 3 000 Zuschauer. Die Seebühnen-Konzerte haben sich zu einem überaus erfolgreichen Format entwickelt.



## Die Zukunft der Tourist-Information

Im Rahmen der bundesweiten Studie »Future.TI – Die Zukunft der Tourist Information« wurde die Tourist-Information Weimar untersucht. Im Zeitraum von drei Monaten ließen sich 1 900 Besucher befragen. Die Studie beschäftigt sich mit zentralen Fragen des künftigen Betriebs der Serviceeinrichtung wie dem geänderten Informationsverhalten, Kundenansprüchen sowie dem perspektivischen Leistungsspektrum.

Ergebnis dieser Studie waren nicht nur wesentliche Erkenntnisse über Gästeansprüche und Anforderungen an die Tourist-Information als Betrieb und Markenkontaktpunkt, sondern auch Methoden und Hilfsmittel, die helfen, die Tourist-Information Weimar zukunftsfähig zu positionieren.

## Beschilderung Ettersberg

Im Masterplan Ettersberg ist die Erschließung des Natur- und Geschichtsraums Ettersberg als verbindendes Element zwischen Stadt und Umland und den verschiedenen Epochen der Stadtgeschichte planerisch vorweggenommen. Im Jahr 2014 lag der Fokus auf der Ausschilderung von Fuß- und Radwegen auf dem Ettersberg. So wurde vom Obelisk nach Schloss Ettersburg eine Radroute und alternativ eine Fußwegeverbindung über den Jagdstern und den Pückler-schlag ausgewiesen.

## Ilmtal-Radweg – fahren unter Sternen

2014 wurde der Ilmtal-Radweg bereits zum zweiten Mal vom *Allgemeinen Deutschen Fahrrad-Club e.V. (ADFC)* als ADFC-Qualitätsradroute mit vier von fünf möglichen Sternen ausgezeichnet. Obwohl sich die Kriterien seit der letzten Prüfung vor drei Jahren verschärft haben, konnte der Ilmtal-Radweg erneut punkten – vor allem bei Wegweisung, Rou-

tenführung und Infrastruktur. Der Ilmtal-Radweg gehört zu den beliebtesten Radfernwegen in Thüringen und führt auf einer Länge von 121 Kilometern von der Ilmquelle in Allzunah bis zur Mündung in die Saale bei Großheringen.

## Radweg »Thüringer Städtekette«

Der Radfernweg »Thüringer Städtekette« verbindet sieben Thüringer Städte (Eisenach, Gotha, Erfurt, Weimar, Jena, Gera, Altenburg) und ist als Teil der D4-Route an das deutschlandweite Radfernwegenetz angebunden. Das vielseitige Angebotsspektrum der Regionen und Städte ist sehr interessant und spricht junge Familien, Senioren und andere Zielgruppen an. Mit Saisonbeginn konnten in Weimar die Radgepäckboxen am Städtekette-Radweg in Betrieb genommen werden. Ein Service, der auf großen Zuspruch stößt. Um den Radfernweg »Thüringer Städtekette« verstärkt auf dem Markt zu positionieren, wurden im Jahr 2014 mit Hilfe von Fördermitteln aus der Impuls-Region Anzeigen im *ZEIT-Magazin* geschaltet.

**Gepäckboxen für die sichere Aufbewahrung während der Stadterkundung am Radweg »Thüringer Städtekette«**





Rund 100 Ferienwohnungen und Privatzimmer wurden von der Tourist-Information zertifiziert.



Mehr als 41 000 Übernachtungen wurden von der Tourist-Information vermittelt

## Tourismusentwicklung

### Übernachtungshoch in Weimar

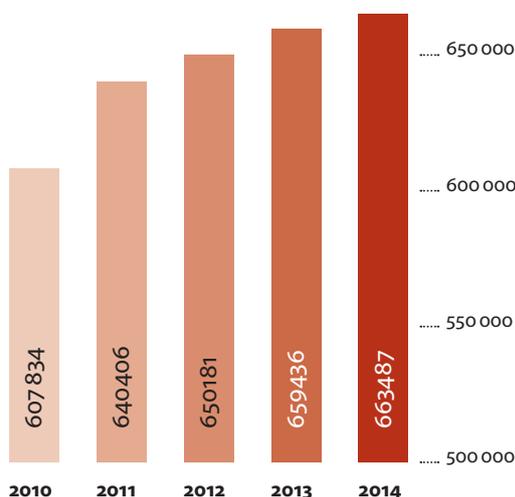
Die Übernachtungszahlen sind 2014 nach offiziellen Angaben des Landesamtes für Statistik auf 663 487 um 0,6 Prozent gestiegen. Der Zuwachs ist auf mehr inländische Besucher zurückzuführen. Bei den ausländischen Gästen ist ein Minus von 1,7 Prozent zu verzeichnen. Insbesondere die krisen-geplagten Niederländer und weniger Gästeankünfte aus Österreich verursachen diesen Rückgang. Ein Plus gab es bei Schweizern und Amerikanern, die nach den Niederlanden auf Platz zwei und drei der Auslandsstatistik liegen.

Anzahl der Übernachtungen in Hotels, Pensionen und Gästezimmern in Weimar

QUELLE: THÜRINGER LANDESAMT FÜR STATISTIK

Tourismusentwicklung

6



Die Auslastung der 4 230 Betten liegt bei 48 Prozent – damit liegt Weimar unter den Thüringer Städten an der Spitze. In nur zehn Jahren konnte Weimar seine Übernachtungszahlen um 45 Prozent steigern.

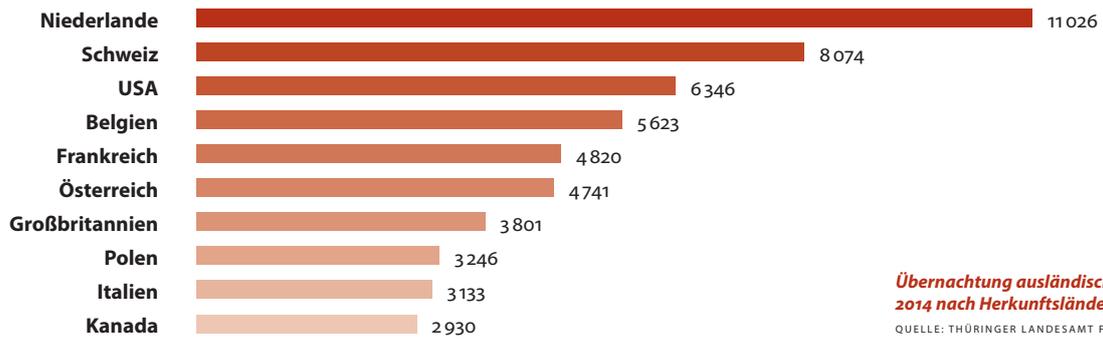
### Vermittlungsleistungen der Tourist-Information

#### Übernachtungen

Trotz starkem Wettbewerbsdruck durch globale Buchungssysteme und private Mitbewerber konnten im Jahr 2014 41 214 Übernachtungen von der Tourist-Information vermittelt werden. Dieser Wert wurde nur im Ausnahmejahr 1999 übertroffen. Das entspricht einem Marktanteil von 6,2 Prozent, branchenüblich sind Werte um drei Prozent.

#### Qualität

Im Zuge der Qualitätssicherung wurden im Jahr 2014 ca. 100 Beherbergungsbetriebe von dafür ausgebildeten Mitarbeitern der Tourist-Information besucht und intensiv auf einheitliche Mindestkriterien überprüft. Die Mindestkriterien entsprechen annähernd den Kriterien einer Bewertung mit einem Stern. Neben der Klassifizierung von Privatzimmern und Ferienwohnungen nach dem Standard des *Deutschen Tourismusverbandes* zertifiziert die Tourist-Information Weimar seit 2014 auch *Bett-&-Bike*-Betriebe.



Übernachtung ausländischer Gäste 2014 nach Herkunftsländern  
 QUELLE: THÜRINGER LANDESAMT FÜR STATISTIK

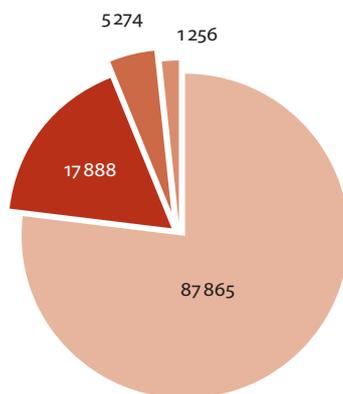
## Ticketverkauf

Der Verkauf von Tickets für lokale und überregionale Veranstaltungen hat sich im Jahr 2014 mit mehr als 77 000 verkauften Tickets sehr positiv entwickelt. Das sind 17 000 mehr als vor fünf Jahren. Die Tourist-Information ist sowohl für die großen Kulturveranstalter in Weimar als auch für die zahlreichen kleineren Anbieter einer der wichtigsten Partner beim Vertrieb ihrer Eintrittskarten.

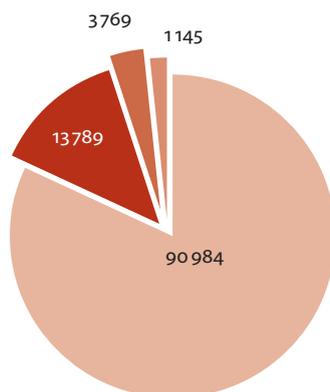
## Stadtführungen

Demografischer Wandel und zunehmender Wettbewerbsdruck haben in den letzten Jahren das Geschäftsfeld Stadtführungen maßgeblich beeinflusst. Während sich andere Formate der Stadterkundung wie Rundfahrten aber auch digitale Angebote positiv entwickelten, hat sich die Zahl der Teilnehmer an klassischen Stadtführungen um drei Prozent reduziert.

2014 – Von der Tourist-Information Weimar vermittelte Stadtbesichtigungen  
 QUELLE: WEIMAR GMBH



2013 – Von der Tourist-Information Weimar vermittelte Stadtbesichtigungen  
 QUELLE: WEIMAR GMBH



- Klassische Führungen
- i-Guide-Ausleihe
- Kutschfahrt
- Rundfahrt

## Neue und umweltfreundliche Formen der Mobilität

In Kooperation mit dem Anbieter *Stadt und Land Reisen* sowie fünf Weimarer Hotels hat die *weimar GmbH* das Vier-Tage-Reiseangebot »Bahnhit Weimar« aufgelegt. Die Anreise erfolgt in der 1. oder 2. Klasse der *Deutschen Bahn* inklusive ICE deutschlandweit zum gleichen Preis. Das Feedback der Kunden: 98,5 Prozent der Reisenden würden den »Bahnhit« Familie und Freunden weiterempfehlen.

Sind die Besucher mit der Bahn angereist, müssen sie nicht auf umweltfreundliche Fortbewegung verzichten. Auch an entlegeneren Orten, wo der ÖPNV weniger stark vertreten ist, können Touristen jetzt auf individuell nutzbare Angebote zurückgreifen: Die *weimar GmbH* beteiligt sich seit 2012 an dem Forschungsprojekt *EMOTIF* – Elektromobiles Thüringen in der Fläche – eine ideale Ergänzung zur Mobilität vor Ort. Ausgangspunkte für dieses besondere Angebot sind die

### Stadtführung auf dem Platz der Demokratie



Städte Eisenach, Erfurt, Jena und Weimar. An den Bahnhöfen der vier Städte stehen jeweils zwei Elektroautos zum Ausleihen bereit.

## Tourismusmarketing nach Themen und Märkten

Etwa zwölf Prozent der Weimarer Übernachtungsgäste kommen aus dem Ausland. Somit kommen sieben von acht Weimarer Gästen aus Deutschland. Zur Herkunft der Tagesgäste liegen keine sicheren Zahlen vor, jedoch ist anzunehmen, dass der ausländische Anteil an den Tagesgästen unter zehn Prozent liegt. Das Inland ist mit großem Abstand der wichtigste Quellmarkt für den Tourismus in Weimar.

Neben der Internetseite sind Print-Publikationen wie Reisekatalog, Gastgeberverzeichnis, Broschüren zu Höhepunkten und Jahresthemen, die online, per Post oder telefonisch bestellt werden können, wichtigstes Medium, um über Reiseanlässe und touristische Angebote zu informieren. Dabei ist eine Verschiebung zu den Online-Medien spürbar, so dass Auflagenhöhen im Print-Bereich abnehmen. Ein vollkommener Verzicht auf Print-Medien zugunsten der Online-Medien ist nicht absehbar. Mittelfristig werden Informationsinhalte und touristische Angebote sowohl im Print als auch online dargestellt werden müssen, um die hohen qualitativen Erwartungen der Kunden zu erfüllen.

Bei der touristischen Vermarktung der Stadt Weimar setzte die *weimar GmbH* 2014 wie auch in den Vorjahren stark auf Kooperationsmarketing. Das *DZT*-Themenjahr UNESCO-Weltkulturerbe, die Radwege an der Ilm und der Thüringer Städtekette, Wege zu Cranach und Wege zu Luther, Koopera-

tionen mit dem Weimarer Land und den Thüringer Städten dienten dazu, die übersichtlichen Marketingbudgets der Kooperationspartner zu bündeln, um auf dem deutschen Tourismusmarkt trotzdem nachdrücklich sichtbar zu sein.

Vier Weimarer Themenschwerpunkte eignen sich auch ohne Kooperationspartner, um auf dem deutschsprachigen und internationalen Markt wahrgenommen zu werden. Das sind Angebote rund um die Themen Weimarer Klassik, Gründung des Staatlichen Bauhauses, Demokratiegeschichte von der Weimarer Republik bis Buchenwald und Weimarer Musikgeschichte. Diese vier Themen treffen bei Reiseveranstaltern und Journalisten auf Resonanz und werden auch als touristische Produkte besonders oft nachgefragt. In den Auslandsmärkten verschieben sich die Themenschwerpunkte. Während in Österreich und in der Deutschschweiz das Marketing dem inländischen Marketing sehr ähnlich ist, spielen in Großbritannien Musik- und Demokratiegeschichte eine größere Rolle. Auf dem amerikanischen Markt kann über die Themen Bauhaus und Reformation mehr Aufmerksamkeit erzeugt werden. Der japanische Markt wird über die Kooperation Goethestraße bearbeitet.

## Wertschöpfung durch den Tourismus

Der Tourismus ist für Weimar ein bedeutender Wirtschaftsfaktor. Im Auftrag der *weimar GmbH* wurde die Wertschöpfung durch den Tourismus und die Unterstützung des Tourismus durch die Stadt Weimar im Jahr 2013 untersucht. 4,6 Millionen touristische Aufenthaltstage mit 45 Euro Tagesausgaben erzeugen einen touristisch induzierten Bruttoumsatz von 208,8 Millionen Euro. Davon verbleiben 96,7 Millionen Euro als Einkommen der im Tourismus Beschäftigten.

Der Tourismus als Wirtschaftsfaktor



Werbung für Weimar in der Schweiz

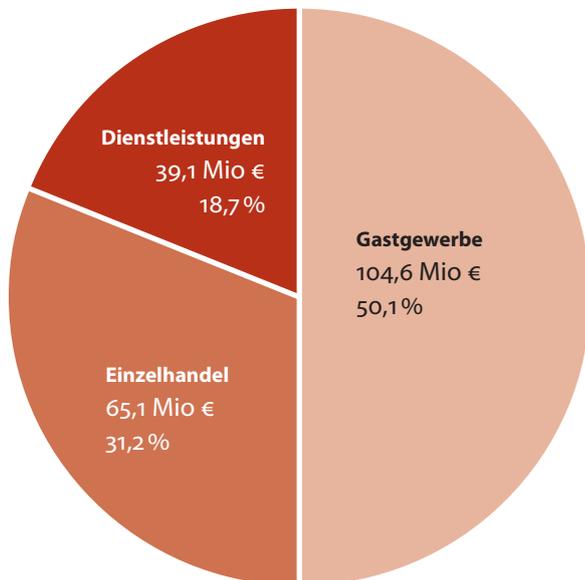


Ergebnisse der  
Recherchereisen  
von Journalisten

FOTO LINKS

Pressekonferenz  
zum Weimarer  
Sommer

FOTO RECHTS



Umsatz induziert durch Übernachtungs- und Tagesgäste nach Branchen im Jahr 2013

QUELLE: WEIMAR GMBH

- Gastgewerbe
- Einzelhandel
- Dienstleistungen

Werden die Einnahmen aus dem Tourismus den Ausgaben für die Bereitstellung der touristischen Infrastruktur und Leistungen im städtischen Haushalt gegenübergestellt, verbleibt ein Saldo von 454 000 Euro auf der Ausgabenseite. Damit können über den Tourismus Ausgaben in die städtische Infrastruktur und das Kulturangebot von knapp zehn Millionen Euro fast vollständig kompensiert werden. Nicht zuletzt erhöht sich durch den Tourismus als starken Wirtschaftsfaktor auch die Lebensqualität der Weimarer. Ohne die vielen Gäste und ihre Ausgaben wäre sowohl das Kulturangebot geringer als auch das Stadtbild weniger attraktiv.

### Aufmerksamkeit in Medien und Netzwerken

Rund 250 Journalisten wurden 2014 von der *weimar GmbH* betreut. Mit der Tagung der *British Guild of Travel Writers* in Weimar wurde das Jahr eröffnet. Zahlreiche Publikationen der Teilnehmer in ihren Medien und Netzwerken sorgten danach in Großbritannien für spürbare Aufmerksamkeit. Auch die gemeinsam mit den Partnern *Deutsche Zentrale für Tourismus* und der *Thüringer Tourismus GmbH* organisierten Pressereisen zu den Top-Themen des Jahres wie Carl Philipp Emanuel Bach, UNESCO-Welterbe, Zwiebelmarkt oder Weimarer Weihnacht waren gute Gelegenheiten, Journalisten aus Deutschland und dem Ausland für Weimar und seine Reiseangebote zu interessieren.

Das neu konzipierte Kunstfest war im Weimarer Sommer Thema einer gemeinsam mit dem Kunstfest organisierten Pressereise. Vor allem Feuilleton-Journalisten nahmen daran teil und berichteten ausführlich. Hinzu kommen Fernseherteams oder Redakteure von Premium-Magazinen, die gern und zahlreich Weimar-Porträts unter verschiedenen Schwerpunkten verfassen. Die zumeist mehrseitigen Veröffentlichungen in solchen Magazinen wie »Landlust«, *Geo Saison*, *Super-Illu* und anderen Illustrierten sorgen für spürbare Aufmerksamkeit. Klassische Pressearbeit regional und überregional, zahlreiche Newsletter an Endkunden, Reiseveranstalter und Partner informieren regelmäßig über Neuigkeiten.

Zunehmende Bedeutung für das Direkt-Marketing erfahren die sozialen Netzwerke. Hier steht *Facebook* bei der *weimar GmbH* an erster Stelle: Mit den verschiedenen Auftritten wie »Weimar erleben«, »Zwiebelmarkt Weimar«, »Weimarer Sommer« und der englischsprachigen Variante »Weimar Guide« werden dort inzwischen über 15 000 Fans regelmäßig direkt erreicht, die wiederum in ihren Netzwerken vor allem bei besonderen Höhepunkten die Weimar-Nachrichten weiterverbreiten.



Der Deutsche Chorwettbewerb  
in der Weimarhalle



Torte zum Jubiläum: Seit 20 Jahren tagt der Bundesverband  
der Kinder- und Jugendärzte in Weimar

## Weimarhalle – eine beeindruckende Bilanz

Im 15. Jahr ihres Bestehens wurden 2014 in der Weimarhalle nach einem Jahr voller Höhepunkte 210 Veranstaltungen an 270 Veranstaltungstagen mit mehr als 132 000 Besuchern gezählt. Auffällig ist, dass vor allem die Tagungen wieder deutlich länger dauerten und mehr Leistungen gebucht wurden – also insgesamt der Erlös gestiegen ist. Im Verhältnis von Tagungen und Kongressen im Vergleich zu den Kulturveranstaltungen überwiegen die Tagungen mit 85 Veranstaltungen gegenüber 77 Konzerten. 2014 wurden 32 800 Tagungsteilnehmer gezählt, zu den Konzerten kamen 74 000 Gäste. Hinzu kommen die Besucher bei den gesellschaftlichen Anlässen, Messen und Ausstellungen mit 15 800 Gästen.

### Große Tagungen – treue Kunden

Die Veranstaltung mit den meisten Superlativen war 2014 ohne Zweifel der Deutsche Chorwettbewerb: 4 000 Teilnehmer waren eine Woche in Weimar und der Weimarhalle zu Gast und begeisterten mit höchst emotionalen Konzerten und Momenten. Aber auch der Richter- und Staatsanwalts-tag, der EM Induction-Workshop des *Helmholtz-Zentrums*, ein Symposium des *Leibniz-Institutes*, der *ADAC-Juristen-Congress*, der Verbandstag des *Deutschen Journalistenverbandes* und die Tagung des *Berufsverbandes für Kinder- und Jugendpsychiatrie* gehörten 2014 zu den Höhepunkten. Hinzu kommen die jährlich stattfindenden Kongresse, die zum Teil seit Eröffnung der Weimarhalle vor 15 Jahren

Stammgäste im Haus sind. Den Rekord hält hierbei der *Bundesverband der Kinder- und Jugendärzte*, der mit seinem Kongress 2014 zum 20. Mal zu Gast in Weimar war. Die Staatskapelle Weimar absolvierte 20 Sinfonie- und drei Sonderkonzerte mit insgesamt 18 000 Konzertbesuchern.

### Tagen im Drei-Städte-Takt

Im Jahr 2014 konnte die gemeinsame, langjährige Vermarktung der Städte Erfurt, Weimar, Jena sowie des Landkreises Weimarer Land im Tagungs- und Kongressbereich weitergeführt werden. Im Rahmen eines zehnjährigen Destinations-specials unter der Überschrift »Erfurt, Weimar, Jena und Weimarer Land – Auf den Spuren lebendiger Geschichte« in der Fachzeitschrift *Verbändereport* wurden exklusiv die historischen und modernen Tagungsstätten der Region, Vorschläge für Rahmenprogramme und außergewöhnliche Veranstaltungsorte sowie die historischen Highlights der Region präsentiert. Die Tagungs- und Kongresspartner der beteiligten Städte und Regionen waren in dieses Projekt einbezogen.

### Nachhaltigkeit – Green-Globe-Siegel verteidigt

*Green Globe* ist das erste weltweite Programm zur Zertifizierung und Leistungsverbesserung, das speziell für die Reise- und Tourismusindustrie entwickelt wurde. *Green*

Globe hilft Unternehmen dabei, ihre wirtschaftliche, soziale und ökologische Nachhaltigkeit zu verbessern. Alle zwei Jahre müssen sich die Unternehmen einer Rezertifizierung unterziehen.

84 Prozent der mehr als 300 abgefragten Kriterien und Indikatoren erfüllt die Weimarahalle und übertrifft damit die für die Verleihung des Siegels geforderten 51 Prozent deutlich. Deren Brandbreite reicht von Ökologie, Ökonomie bis hin zu sozialen Gesichtspunkten. So wurden zahlreiche Maßnahmen zur Energieeffizienz ergriffen: Die Ausrüstung mit LED-Beleuchtung ist weiter vorangeschritten. Aber auch die Nutzung von Dienstfahrrädern im innerstädtischen Verkehr, die Bevorzugung regionaler Händler und ökologischer Kriterien beim Einkauf sowie die Bevorzugung von Fairtrade-Produkten, die Nutzung von ungebleichtem Papier aus 100 Prozent Altpapier und zwei Ladestationen für Elektrofahrzeuge in der Weimarahallen-Tiefgarage gehören zum nachhaltigen Umgang mit Ressourcen. Außerdem bezieht das gesamte Unternehmen zu 100 Prozent Ökostrom von den Stadtwerken – das gilt neben der Weimarahalle auch für das benachbarte Verwaltungsgebäude und die Tourist-Information.

**An insgesamt 268 Veranstaltungstagen fanden 204 Veranstaltungen mit insgesamt 132 200 Besuchern in der Weimarahalle statt**

QUELLE: WEIMAR GMBH



**Bundeskanzlerin Angela Merkel war auch 2014 wieder zu Gast in der Weimarahalle**

Von der *weimar GmbH* beauftragte Unternehmen müssen inzwischen bestimmte Umweltstandards einhalten: So werden überwiegend Druckbetriebe beauftragt, die das FSC-Siegel vorweisen können. Auch Reinigungsfirmen müssen den Einsatz umweltverträglicher Reinigungsmittel nachweisen. Ökologische Richtlinien gelten auch für die Pflege des Geländes rund um die Weimarahalle.

Konzerte	Tagungen und Kongresse	Gastronomie, Gesellschaft	Sonstiges
74 000 BESUCHER	32 800	15 800	9 600
77 VERANSTALTUNGEN	85	21	21

**Die Aktionärsversammlung der Jenoptik AG in der Weimarahalle**



## Wirtschaftskommunikation

Gemeinsam mit der Stadtverwaltung Weimar gibt die *weimar GmbH* im Auftrag des Oberbürgermeisters einen Jahreswirtschaftsbericht heraus, der einen guten Überblick zur Entwicklung des Wirtschaftslebens in Weimar gibt. Das inhaltliche Konzept des Jahreswirtschaftsberichtes wurde 2014 gründlich überarbeitet. Neben Berichten aus einzelnen Branchen, Rückschauen der städtischen Gesellschaften und des Kommunalservice Weimar und einem Statistikteil kommen verschiedene Akteure in Interviews zu Wort. Einen tieferen Einblick bekommt der Leser so in das Gründungsgeschehen in der Stadt. Der Jahreswirtschaftsbericht ist wichtiger Bestandteil des Standortmarketings.

### Im Gespräch

Ob Wirtschaftsabende oder Hotelierstammtisch – die *weimar GmbH* unterstützt die Stadtverwaltung bei der Organisation und inhaltlichen Schwerpunkten in den einzelnen Netzwerken. Dazu gehören auch die regelmäßig stattfindenden Wirtschaftsabende und Stammtische mit den Hoteliers. So bleiben Oberbürgermeister, Unternehmer sowie die Touristiker im Gespräch und können aktuelle Entwicklungen gemeinsam diskutieren.

### Erfolgsgeschichte Abend der Berufe

Zum zehnten Mal fand der Abend der Berufe 2014 statt und bereits zum fünften Mal in der Weimarahalle. Das zunächst eher als Schulelternabend entwickelte Format hat sich

inzwischen zu einer Berufsausbildungsinformationsmesse von regionaler Bedeutung entwickelt. Das Angebot richtet sich vor allem an die Schüler der 9. Klassen der Regelschulen und ihre Eltern. Das große Interesse bei den Schülern und Eltern sowie der Unternehmen sorgt für immer weitere Zuwächse. Die *weimar GmbH* ist Teil des Organisationsteams.

### Zehn Jahre Impulsregion

Als ein »außerordentliches Erfolgsmodell für interkommunale Zusammenarbeit« wurde die *Impulsregion* im November 2014 gewürdigt. Seit nunmehr zehn Jahren kooperiert unter diesem Namen die Arbeitsgemeinschaft der Städte Erfurt, Weimar, Jena und der Kreis Weimarer Land. Wesentliche gemeinsame Projekte im Bereich Tourismus, Standortmarketing und Netzwerkaufbau werden durch die Arbeitsgruppe Kultur und Tourismus getragen. Die *weimar GmbH* ist von Beginn an Teil der *Impulsregion* gewesen und hat die Entwicklung wesentlich vorangetrieben.

### Masterplanregion Weimar/Weimarer Land

Die Arbeitsgemeinschaft Marketing der seit acht Jahren bestehenden Kooperation wird von der *weimar GmbH* geleitet. 2014 wurde die Internetseite *weimarplus.de* weiterentwickelt, die den Kooperationsraum Weimar und Weimarer Land, bekannt unter dem Namen Masterplan, vorstellt. Ebenso wurde eine Imagebroschüre zur gemeinsamen Vermarktung konzipiert.



Der Abend der Berufe in der Weimarahalle



Selfies vom Germany Travel Mart 2015 in Weimar

# Ausblick 2015

## Germany Travel Mart – eine große Chance

Weimar war im April 2015 Schauplatz für den größten touristischen Workshop für ausländische Reiseveranstalter aus der ganzen Welt: Die *Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT)* und die *Thüringer Tourismus GmbH* haben den *Germany Travel Mart (GTM)* erstmals in Thüringen veranstaltet. Die gastgebenden Städte waren Erfurt und Weimar – eine Auszeichnung und eine Herausforderung zugleich.

Einerseits ist es für die gesamte Destination eine sehr gute Gelegenheit, sich den 600 Reiseexperten und Journalisten aus 45 Ländern vorzustellen und gleichzeitig erste Vereinbarung mit neuen Geschäftskunden zu treffen. Andererseits war die Organisation des *GTM* für alle beteiligten Partner eine große Herausforderung. Innerhalb der *weimar GmbH* waren alle Abteilungen involviert. Sowohl der eigentliche Fachworkshop auf der Messe in Erfurt wie die zahlreichen Besichtigungsprogramme für Reiseveranstalter, Anbieter und Journalisten als auch der Gastgeberabend in der Weimarahalle waren vorzubereiten und abzusichern. Hinzu kam ein Stadtspaziergang für alle 1100 Teilnehmer, der in möglichst kurzer Zeit möglichst viel von Weimars Vorzügen präsentieren sollte. Im Zusammenspiel mit vielen Partnern ist dies hervorragend gelungen, wie erste Reaktionen zeigen. Nach dem erfolgreichen Verlauf des *GTM* 2015 erwartet die *weimar GmbH* deutlich positive Impulse in den ausländischen Quellmärkten.

## Cranach-Jubiläum 2015

Schon die ersten Besucherzahlen nach der Eröffnung der Ausstellung »Cranach in Weimar« stimmen zuversichtlich. Die Schau anlässlich des 500. Geburtstages von Lucas Cranach d. J. zog schon in den ersten Wochen sehr viele Besucher an. Konzepte zum gemeinsamen Marketing rund um dieses Jubiläum waren von der *weimar GmbH* innerhalb der Arbeitsgemeinschaft »Wege zu Cranach« bereits vier Jahre vorher entwickelt worden. Über dieses Jahr hinaus erwartet die *weimar GmbH* einen Zugewinn an Aufmerksamkeit rund um das Thema Reformation, das mit den einzelnen Jahresthemen der Luther-Dekade bis 2017 vorbereitet wird. Mit dem Cranach-Jahr wurde bereits eine neue Qualität des Besucher-Interesses erreicht, die auch quantitativ Anlass zu Optimismus für das Reformationsjubiläum 2017 gibt.

## Weimarahalle mit eigenem Großkongress

Zahlreiche bedeutende Tagungen und Kongresse stehen der Weimarahalle 2015 bevor. Ein Höhepunkt im Tagungsgeschäft der *weimar GmbH* ist der alle zwei Jahre stattfindende Sepsis-Kongress, dessen Organisation komplett in der Hand der Weimarahalle und der Tourist-Information liegt und der mit 1 000 internationalen Teilnehmern auch zu einem der größten in der Weimarahalle gehört. Überdies wird es mit der Konzernacht der Staatskapelle Weimar »Hollywood im Park«, dem Gastspiel von Max Raabe & Palast-Orchester sowie der *laut-&-draußen-Party* von *radio TOP 40* drei Großveranstaltungen auf der Seebühne im Weimarahallenpark geben.

## Auf dem Weg zum neuen Bauhaus-Museum

Die *weimar GmbH* steht den Bauarbeiten zum neuen Bauhaus-Museum – zumindest räumlich – am nächsten. Entsteht das neue Gebäude doch in direkter Nachbarschaft der Weimarahalle und des Sitzes der *weimar GmbH*. Die Vorfreude auf die Eröffnung des für touristische Entwicklung so wichtigen neuen Museums wird zunächst mit den Auswirkungen der Bauarbeiten auf den Betrieb der Weimarahalle verbunden sein. Hautnah ist der Baufortschritt zu spüren, aber auch zu berücksichtigen im Umgang mit der sensiblen Tagungskundschaft. Für die Mitarbeiter bedeutet das eine zusätzliche Herausforderung im Tagungsbetrieb. Die Verlegung der Straße und der Tiefgaragenzufahrt gehört 2015 zu den wichtigen Wegmarken auf dem Weg zum neuen Bauhaus-Museum.

Dabei ist es für die *weimar GmbH* aus wirtschaftlichen Gründen wichtig, dass jederzeit der Zulieferbetrieb gewährleistet bleibt. Im Abstimmung mit der Stadtverwaltung ist das bislang sehr gut gelungen.



Egal ob Wochentag, Wochenende oder Feiertag: Die Mitarbeiterinnen der Tourist-Information sind immer im Einsatz



Weimar auf der ITB: Die weimar GmbH ist auf zahlreichen touristischen Messen vertreten

## 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 Gesellschaft waren 2014 im Durchschnitt 36 Mitarbeiter und elf Auszubildende beschäftigt. Dabei sind die besetzten Berufsbilder vielfältig. In der Tourist-Informationen sind Tourismus-Kauffrauen und Mitarbeiterinnen im Service im Einsatz, die Reiseveranstalter wie Individualreisen- oder Bausteinen sowie zahlreichen anderen Dienstleistungen unterstützen. Veranstaltungskaufleute und Veranstaltungstechniker garantieren in der Weimarhalle vor, während und nach Tagungen, Kongressen und Konzerten einen reibungslosen Ablauf. Die gut ausgebildeten und motivierten Mitarbeiter sind das wichtigste Kapital der *weimar GmbH*. Zwei Drittel der anfallenden Ausgaben erwirtschaftet die *weimar GmbH* aus eigenen Einnahmen. Etwa ein Drittel der Ausgaben 2014 wurden durch einen städtischen Zuschuss von 1,15 Millionen Euro ausgeglichen.

### Tourismusservice

- » persönlicher touristischer Service in den beiden Filialen der Tourist-Information
- » Zimmervermittlung, Pauschalen und Rahmenprogramme
- » kompletter Tagungsservice
- » Stadtführungen, öffentliche, thematische und Gruppenführungen
- » Verkauf von Tickets und Souvenirs

### Kongress- und Veranstaltungsservice

- » Betrieb des *congress centrum neue weimarhalle* als Mittelpunkt des Tagungsstandortes Weimar
- » Tagungsservice, Organisation von Tagungen
- » Vermarktung auf Messen, gezielte Akquise
- » themenspezifische Eigenveranstaltungen
- » Stärkung von Netzwerken vergleichbarer Partner

### Marketing/Medien

- » Positionierung Weimar als touristische Destination im In- und Ausland
- » Messen, Workshops, Presse- und Studienreisen
- » touristische Produktentwicklung
- » Herausgabe sämtlicher Publikationen und Auftritte der *weimar GmbH*
- » Kooperationsmarketing
- » Bedienung aller Onlinemedien inkl. sozialer Netzwerke

**GESELLSCHAFTER:** Stadt Weimar

**STILLE GESELLSCHAFTER:** Fremdenverkehrsverein Weimar e.V., Wirtschaftsfördervereinigung Weimar e.V., Weimarer Innenstadt e.V.

**AUFSICHTSRAT:** Prof. Dr. Wolfgang Hölzer, *weimarwerk bürgerbündnis e.V.* (Vorsitzender); Oberbürgermeister Stefan Wolf, *SPD* (stellvertretender Vorsitzender); Thoralf Canis, *SPD* (ab Juli 2014); Harald Freudenberg, *DIE LINKE*; Ina Jaeger, *CDU* (ab Juli 2014); Prof. Dr. Karl Beucke, *Bauhaus-Universität Weimar*; Julia Miehe, Stadtkulturdirektion; Stefan Seiler, *Fremdenverkehrsverein Weimar e.V.*; Sigrid Hebestreit, *Weimarer Innenstadt e.V.*; Albert Fernkorn, *Wirtschaftsfördervereinigung Weimar e.V.*, Stephan Illert, *CDU* (bis Juli 2014); Rudolf Keßner, *Bündnis 90/Die Grünen* (bis Juli 2014)

## weimar GmbH – Kooperationen und Partner

### Städtetourismus in Thüringen

Das 20. Gründungsjubiläum des *Vereins Städtetourismus in Thüringen e.V.*, dem *weimar-GmbH*-Geschäftsführerin Ulrike Köppel in der zweiten Amtszeit vorsteht, war Anlass, auf 20 Jahre erfolgreiche Zusammenarbeit zurückzublicken. Mit einer Imagebroschüre für jede Stadt in sechs Sprachen, dem erfolgreichen »Pocket Guide«, einem Reiseführer im Taschenformat und den Broschüren zum Radfernweg Thüringer Städteketten wurden Produkte mit einer wiedererkennbaren Werbelinie geschaffen, um die Städte des Vereins im In- und Ausland zu präsentieren. Die Erfolge der gemeinsamen Arbeit der letzten 20 Jahre sind messbar. So kommt das Wachstum im Thüringentourismus fast ausschließlich aus den Thüringer Städten. Die Kultur und Residenzstädte fungieren als Motor im allgemeinen Thüringentourismus. Die Mitgliedstädte des Vereins können kontinuierlich seit einigen Jahren ca. die Hälfte aller Übernachtungen in Thüringen auf sich vereinen, so 2013 mit 3,4 Millionen. Auch die Zahl der ausländischen Gäste nimmt weiter zu, ca. 70 Prozent der internationalen Gäste kommen in die 19 Mitgliedstädte des Vereins.

### Congress Allianz

Derzeit führt die *weimar GmbH* den Vorsitz in der *Congress Allianz*, der alle zwei Jahre wechselt. 2014 wurde begonnen, die strategische Ausrichtung der Allianz zu überarbeiten. Es ist ein Zusammenschluss von neun Kongresshäusern in Deutschland, der für eine gemeinsame Kompetenz aller Mitglieder steht. Organisierter Erfahrungsaustausch und gemeinsam durchgeführte Aus- und Weiterbildungen für die Mitarbeiter gehören zum Programm ebenso wie der Erhalt der gemeinsamen Standards im Bereich der Nachhaltigkeit durch die *Green-Globe*-Zertifizierung.

### Weitere touristische Kooperationen und Partner

Deutsche Zentrale für Tourismus » Thüringer Tourismus GmbH » United States Tour Operators Association » Luther 2017 » UNESCO-Welterbeverein » Wege zu Cranach » Bach AG » Bauhaus 2019 » Triennale der Moderne » AG Henry van de Velde » Oranieroute » Goethe-Straße » AG Ilmtal-Radweg » Thüringer Städteketten » Schiller lockt nach Thüringen » EMOTIF – Elektromobiles Thüringen in der Fläche » Fremdenverkehrsverein Weimar » Weimarer Innenstadt e.V.

### 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

20 Jahre Verein Städtetourismus in Thüringen: Weimar ist von Anfang an dabei



Gemeinsam mit dem HSV Weimar veranstaltet die weimar GmbH den Kindergartenlauf





**weimar-gmbh.com | www.weimar.de**

Gesellschaft für  
Wirtschaftsförderung,  
Kongress- und Tourismusservice

**weimar**  
GmbH

**IMPRESSUM**

*Herausgeber:* weimar GmbH,  
UNESCO-Platz 1, 99423 Weimar,  
Telefon: (0 36 43) 7 45-0,  
E-Mail: [management@weimar.de](mailto:management@weimar.de)  
*Layout:* Uwe Adler  
*Konzeption Gestaltungsrichtlinie:*  
Gudman Design  
*Fotos:* weimar GmbH, Maik Schuck,  
André Mey, MDR (Anke Neugebauer),  
Ralph Kallenbach, Johannes Elze,  
Stefan Karl, Jens Hauspurg,  
Peter Michaelis