weimar
Kulturstadt Europas

Jahresbericht 2015

Ziel erreicht – Ziel vor Augen

Weimars Gästezahlen steigen weiter. Zum fünften Mal in Folge verzeichnen wir wieder ein deutliches Plus bei den Übernachtungszahlen. Das ist ein sehr gutes Ergebnis, das wir nicht zuletzt auch einer erfolgreichen Vermarktung des Cranach-Jahrs sowie einer steigenden Bekanntheit des *Weimarer Sommers* zu verdanken haben.

Wir als *weimar GmbH* haben in den vergangenen Monaten trotz eines angespannten Haushaltes und den damit verbundenen Kürzungen den gewohnt umfassenden Service geboten. Das ist nur unter vorbildlicher Mitwirkung aller unserer Mitarbeiter und Auszubildenden möglich. Deutlich wird jedoch auch, dass die sich verändernden Märkte nicht vor der *weimar GmbH* haltmachen. Das Reiseverhalten wird spontaner, das verfügbare Zeitbudget knapper. Mit dem neuen Konzept der *weimar card* haben wir reagiert, um unseren Gästen die große Auswahl an Weimarer Sehenswürdigkeiten nahezubringen und den Weimar-Aufenthalt zu verlängern. Doch auch die Konkurrenz unter den Leistungsanbietern gerade im Tourismusbereich vor Ort wächst, wobei der Servicegedanke bei manchem Mitbewerber zu kurz kommt und bei den weniger wirtschaftlichen und dennoch unverzichtbaren Leistungen gern an die Tourist-Information verwiesen wird.

Wir danken allen Partnern, Mitstreitern und Förderern für die Unterstützung und die zuverlässige Zusammenarbeit.

Lesen Sie, was uns 2015 bewegt hat und was wir erreicht haben. Viel Vergnügen!

Ulrike Köppel
GESCHÄFTSFÜHRERIN

Inhalt

Das bewegte uns 2015
SEITEN 3–5

Entwicklung im Tourismus
SEITEN 6–9

Weimarhalle
SEITEN 10–11

Ausblick 2015
SEITE 12–13

Porträt weimar GmbH
SEITEN 14–15

Impressum
SEITE 16

Titelbild: Extra für den GTM wurde im April 2015 ein Zwiebelmarkt im Kleinformat aufgebaut.

Jeden Tag Leistung erbracht

Auch das Jahr 2015 war für die *weimar GmbH* ein erfolgreiches Jahr. Alle drei Säulen des Unternehmens, das heißt Marketing, Tourismus- und Wirtschaftsförderung mit der Weimarhalle als Kongress- und Veranstaltungszentrum, der Tourist-Information und der Marketingabteilung haben die gesteckten Ziele erreicht bzw. übererfüllt. Insbesondere im Geschäftsbereich Marketing und Tourismus wurde im Vergleich der Thüringer Gesellschaften bei gleicher Zielsetzung ein hervorragendes Ergebnis erzielt.

Die Zahl der Touristen, die Zahl der Übernachtungen und die daraus resultierende Wertschöpfung für Weimar konnte weiter erhöht werden. Im Bereich der Wirtschaftsförderung müssen weitere Reserven insbesondere in der Zusammenarbeit mit der Stadtverwaltung und deren Bereich Wirtschaftsförderung gehoben werden.

Unverändert sind Werte wie Tradition, Beständigkeit, langfristiges Denken und Handeln, gegenseitige Verbundenheit und Loyalität 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 die Geschäftsführerin im vergangenen Jahr erneut gezeigt haben, möchte ich mich ausdrücklich bedanken.

Prof. Dr. Wolfgang Hölzer
AUFSICHTSRATSVORSITZENDER

Das bewegte uns 2015

Das Cranach-Jubiläum

So viel Cranach gab es noch nie. Das Jahresmotto »Bild und Bibel« der Lutherdekade aus Anlass des 500. Geburtstages Lucas Cranachs des Jüngeren wurde zum Thema der großen Weimarer Ausstellung »Cranach in Weimar«. Mit über 46 000 Besuchern war diese überaus erfolgreich und übertraf damit die Erwartungen in Weimar. Das Ausstellungspublikum war nicht nur zahlreicher als sonst, sondern auch internationaler. Hinzu kamen gern besuchte Begleitveranstaltungen wie Feste, Kinderausstellungen, Lesungen und Vorträge und die Stadtrundgänge der Tourist-Information. Die 13 Orte der Städtekooperation »Wege zu Cranach«, der die *weimar GmbH* angehört, blicken ebenfalls auf ein erfolgreiches Jahr zurück.

Der Germany Travel Mart

Weimar war neben Erfurt im April 2015 Gastgeber einer der wichtigsten Vertriebsveranstaltungen für den deutschen Incoming-Tourismus. Erstmals wurde der *Germany Travel Mart* in Thüringen ausgerichtet. Rund 600 internationale Key Account Manager, Reisefachleute und Journalisten aus 45 Ländern sowie 340 deutsche Aussteller nahmen daran teil. Großen Anklang fand das Rahmenprogramm mit dem Gastgeberabend in Weimar. Unter Beteiligung der Weimarer Kultur-Partner ist es gelungen, Weimars Höhepunkte bis hin zu einem Zwiebelmarkt in Kleinformat während eines Stadtspaziergangs eindrucksvoll darzustellen. Der gesellige Abend in der Weimarhalle fand großen Beifall. Einige der eingeladenen ausländischen Reiseveranstalter haben im Anschluss an das Branchentreffen Weimar in ihr Programm aufgenommen und Hotelkontingente gebucht.

50 Jahre Tourist-Information Weimar

Mit zahlreichen Partnern, Kunden und Freunden feierte die Tourist-Information Weimar im Juli 2015 ihren 50. Geburtstag. Die Weimar-Information war 1965 als die erste zentrale Anlaufstelle für Gäste in der DDR eröffnet worden. Seither hat sich viel verändert – nicht nur die Souvenirs und die Herkunftsländer der Besucher. Bevor die Tourist-Information eine von drei Abteilungen der *weimar GmbH* wurde, firmierte sie unter dem Dach des Amtes für Tourismus und Weimar-Werbung der Stadtverwaltung, wurde später zum Eigenbetrieb und fusionierte 2001 mit der Weimarhalle. Mit dem Einzug des *Fremdenverkehrsverbandes Weimarer Land,* der *Klassik Stiftung Weimar* und des *Fördervereins Buchenwald* vor zehn Jahren wurde der individuelle Service für die Kunden noch einmal deutlich erhöht. Das Jubiläum wurde von einer Ausstellung zur Geschichte der Einrichtung begleitet.

Der Geburtstag wurde mit vielen Gästen und Wegbegleitern gefeiert.

Die 50-jährige Geschichte der Tourist-Information wurde in einer extra konzipierten Ausstellung dokumentiert.

Weimarer Sommer 2015

145 Veranstaltungen zwischen dem 21. Juni und dem 6. September vereinte das Programmheft zum *Weimarer Sommer 2015*. Große und kleine Konzerte, lebendige Straßenfeste, hochkarätige Theaterstücke und raumgreifende Installationen zogen über 33 000 Besucher an. Dabei kam die Hälfte der Besucher aus Weimar, 20 Prozent aus der Region und 30 Prozent hatten einen längeren Anfahrtsweg aus Deutschland und dem Ausland. Die *weimar GmbH* präsentierte den *Weimarer Sommer* als sommerlichen und kulturtouristischen Reiseanlass mit einer Dachmarketingkampagne in den deutschsprachigen Quellmärkten und den Niederlanden.

Erstmals ausverkaufte Open-Air-Nächte

Zweimal war der Weimarhallenpark ausverkauft: Zur Konzertnacht mit der Staatskapelle Weimar gab es schon zwei Tage vor dem Konzert keines der 5 000 Tickets mehr. Dieses Konzert wird nicht nur wegen des hervorragenden musikalischen Erlebnisses im Gedächtnis bleiben: Erstmals musste die Konzertnacht, die es seit 2004 gibt, wegen eines heraufziehenden Unwetters kurz vor ihrem Ende abgebrochen werden. Auch die *Radio-Top-40*-Party war mit 5 000 Besuchern ausverkauft. Zum Konzert mit Max Raabe & Palast-Orchester kamen knapp 2 000 Zuhörer.

Tatort bleibt in Weimar

Der dritte Weimar-Tatort »Der treue Roy«, der im Sommer 2015 in Weimar gedreht wurde, hat im April 2016 Sendetermin. Schon zwei Monate vorher begannen die Dreharbeiten für den vierten Tatort mit dem Ermittler-Duo Nora Tschirner und Christian Ulmen. Die ARD hat inzwischen entschieden, den bisher als Event-Tatort laufenden Weimarer Beitrag als reguläre Tatortfolge in die erfolgreiche Reihe aufzunehmen.

weimar card übertrifft alle Erwartungen

Um potentielle Weimarer Gäste von einem längeren Aufenthalt in Weimar zu überzeugen, hat die *weimar GmbH* in Zusammenarbeit mit der *Klassik Stiftung Weimar* die *weimar card* für die Nutzer attraktiver gestaltet. Mit der Markteinführung hat sich der Absatz mehr als verdoppelt: Der Verkauf von 8 177 *weimar cards* zwischen April und Dezember 2015 spricht für das neue Modell. Im Durchschnitt wurde jede *weimar card* 5,5 Mal eingesetzt (siehe Kapitel »Tourismusentwicklung«).

Eröffnung des Kunstfestes 2015: Das Festival gehört zu den Höhepunkten des Weimarer Sommers.

Das Heft aus der Reihe »Orte der Reformation« gibt es jetzt auch für Weimar.

Der Cranach-Altar in der Stadtkirche als Zeugnis der Reformation.

Auf dem Weg zum Reformationsjubiläum

Sicherlich ist die Reformation nicht die erste historische Epoche, die mit Weimar in Verbindung gebracht wird. Doch das 500. Jubiläum des Thesenanschlags an der Schlosskirche Wittenberg durch Martin Luther ist auch für Weimar schicksalsträchtig. Im Fortgang der Reformation wird Weimar Hauptresidenz der Ernestiner und in den folgenden Jahrhunderten ein kulturelles und geistiges Zentrum in Europa. Auch Luther selbst weilte und predigte öfter in Weimar und formte seine reformatorische Weltsicht. Mit Unterstützung der *AG Luther in Weimar* hat die *weimar GmbH* eine Weimar-Ausgabe der Reihe »Orte der Reformation« und eine DVD zu Luther und Cranach in Weimar herausgebracht. Beide Medien führen den interessierten Einheimischen und Gast an die spannende Weimarer Reformationsgeschichte heran.

Roadshow in Österreich

Neben den jährlich wiederkehrenden Aktivitäten auf dem ausländischen Markt bemühte sich die *weimar GmbH* 2015 besonders um eine Rückgewinnung der österreichischen Gäste. Um Reisebranche und Pressevertreter auch außerhalb Wiens zu erreichen, nahm die *weimar GmbH* an der *Roadshow 2015* teil, die im Juni in Linz und Innsbruck stattfand. Ziel dieser Meetings war eine attraktive Darstellung und aktive Vermarktung Weimars im Süden bzw. Westen Österreichs. Die verstärkten Anstrengungen zeigen erste Erfolge: Die Übernachtungszahlen, die auf österreichische Gäste zurückzuführen sind, stiegen 2015 wieder um knapp 20 Prozent.

Weimarer Weihnacht im Film

Während des jüngsten Weihnachtsmarktes wurde im Auftrag der *weimar GmbH* ein kurzer Imagefilm gedreht. Der einminütige Trailer mit stimmungsvollen Bildern vom Markt, Chorauftritten und der Eisbahn wird von der *weimar GmbH* für das Online-Marketing rund um die Weimarer Weihnacht eingesetzt. Er ist bereits auf www.weimar.de zu sehen.

Updates bei Online-Auftritten

Dem kompletten Relaunch des Weimarhallen-Auftrittes folgte im vergangenen Jahr die Anpassung des Newsletter-systems, das optisch und auch technisch komplett überholt wurde. Insgesamt an fünf verschiedene Adressenpools werden regelmäßig Nachrichten aus Weimar versendet. Auch die Zwiebelmarkt-App wurde in allen drei Betriebssystemen einer Überarbeitung unterzogen, sodass pünktlich zum großen Fest alle wichtigen Daten einschließlich des kompletten Bühnenprogramms netzunabhängig zur Verfügung standen. Der Online-Shop der *weimar GmbH* ist seit seiner Aktualisierung auch für die Darstellung auf Mobilgeräten optimiert. Einen umfassenden Relaunch gab es für die Seite des Ilmtalradweges, an dem die drei Partner *weimar GmbH,* Weimarer Land und Ilmkreis mitwirkten.

Weimar – Freiheit – Lieben

Gemeinsam mit der Stadtverwaltung hat die *weimar GmbH* die Kampagne zum Erhalt der Kreisfreiheit auf den Weg gebracht. Unterstützend wirkte sie bei Logo- und Slogan-Entwicklung sowie bei der Umsetzung der Kampagne im Online- und Printbereich mit.

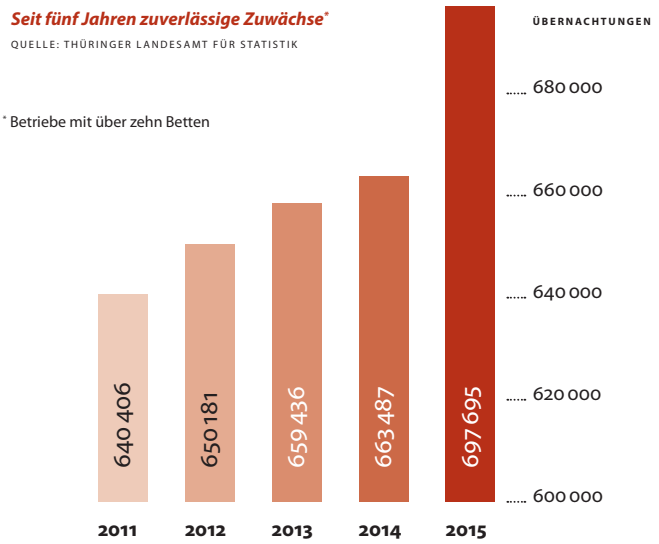
Reisetipp für Weimar im Frauen-Magazin »Freundin«.

Der Weimarer Sommer – im Bild Wirtschaftsminister Wolfgang Tiefensee und ein Teil der Veranstalter – bietet zusätzliche Reiseanlässe.

Entwicklung im Tourismus

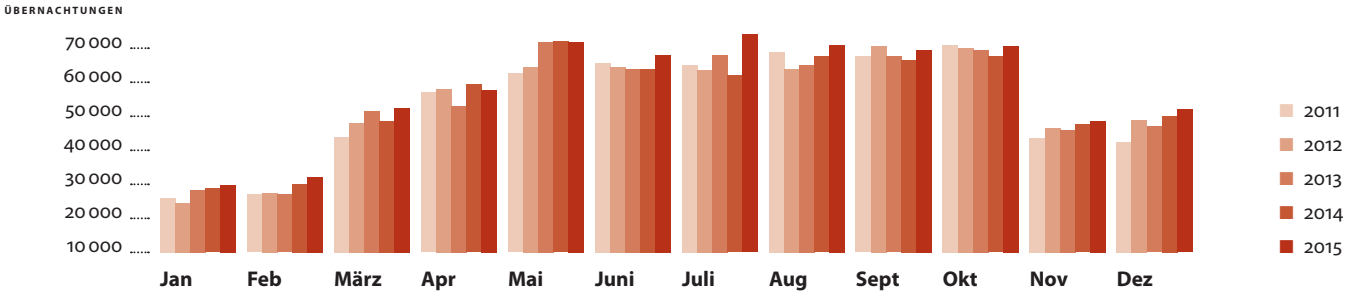
Zum fünften Mal in Folge ein Plus

Touristische Ankünfte und Übernachtungen werden in gewerblichen Betrieben mit zehn und mehr Betten statistisch erfasst. 2015 wurden in Weimar 371 325 Gästeankünfte gezählt (plus sechs Prozent gegenüber 2014). 40 795 (elf Prozent) Gäste kamen aus dem Ausland. Die Übernachtungen stiegen um 5,2 Prozent auf 697 695. Davon entfielen 81 781 (11,8 Prozent) auf das Ausland. Wichtigste Auslandsmärkte sind in dieser Reihenfolge die Niederlande, die Schweiz, die USA und Österreich. Nach einem Rückgang der Besucher aus Österreich wurde 2015 wieder ein Plus von 20 Prozent erreicht. Fast alle Monate im zurückliegenden Jahr waren durch wachsende Ankünfte und Übernachtungen gekennzeichnet. Besonders deutlich war das Wachstum jedoch im Juli mit 17 Prozent mehr Ankünften und 19 Prozent mehr Übernachtungen als im Vorjahr. Auch die in der Tourist-Information vermittelten Übernachtungen bleiben stabil.



Neue *weimar card* bricht Verkaufsrekorde

Die im April 2015 eingeführte neue *weimar card* bietet für 48 Stunden freien Zugang in fast alle Weimarer Museen, die freie Nutzung der öffentlichen Verkehrsmittel, die Möglichkeit der kostenfreien Teilnahme am öffentlichen Stadtrundgang der Tourist- Information sowie weitere Rabatte für Veranstaltungstickets. Die Umstellung von einer Rabatt- auf eine All-inclusive-Karte findet großen Zuspruch – trotz des doppelten Kaufpreises verdoppelten sich auch die Kartenverkäufe im Jahr 2015. Allein durch die Tourist-Information Weimar wurden in den Monaten April bis Dezember 4 730 *weimar cards* verkauft, davon wurde bereits im Jahr der Produkteinführung jede zehnte Bestellung bequem über den Online-Shop getätigt. Neben der *Klassik Stiftung Weimar* und der Stadtwirtschaft, haben insbesondere die Weimarer Hotels, Pensionen und Jugendherbergen zum Verkaufserfolg beigetragen. Kooperationen mit Reiseveranstaltern wie *DERTOUR, AMEROPA* und *Stadt & Land Reisen* runden die Vertriebsaktivitäten ab und garantieren die deutschlandweite Buchbarkeit in mehr als 2 000 Reisebüros. Durchschnittlich wurde eine *weimar card* 5,5 mal innerhalb von 48 Stunden eingesetzt. Größter Beliebtheit erfreuten sich dabei vor allem: das Goethe-Nationalmuseum/Goethes Wohnhaus, Schillers Wohnhaus, Goethes Gartenhaus, das Weimarer Stadtschloss sowie das Bauhaus-Museum.



Fast in allen Monaten wurde 2015 in Weimar ein Übernachtungsplus verzeichnet

QUELLE: THÜRINGER LANDESAMT FÜR STATISTIK

Ticketverkauf

Auch beim Verkauf von Tickets für Veranstaltungen in der Tourist-Information hat sich der positive Trend der zurückliegenden Jahre fortgesetzt. Im Jahr 2015 wurden mehr als 65 000 Karten für Konzerte, Theaterveranstaltungen, Lesungen und Rundfahrten verkauft. Lediglich der 2014 zu Buche geschlagene Deutsche Chorwettbewerb mit 15 000 zusätzlichen Tickets hatte seinerzeit für ein noch höheres Ergebnis gesorgt. Damit hat die Tourist-Information Weimar ihre Rolle als zentrale Anlaufstelle für den Ticketverkauf bestätigt. Neben der in Weimar ganzjährig ohnehin hohen Veranstaltungsdichte sind die insbesondere im *Weimarer Sommer* auf der Seebühne im Weimarhallenpark veranstalteten Konzerte zusätzliche attraktive Angebote für die regionale und insbesondere die überregionale Nachfrage.

Stadtführungen

Bei der Anzahl der in der Tourist-Information vermittelten Stadtführungen ist der Wettbewerb vor Ort am stärksten zu spüren: Die Zahl der vermittelten Gruppenführungen ging zurück, wobei sich die öffentlichen Stadtführungen für die Individualtouristen großer Nachfrage erfreuten. 81 650 Besucher nahmen den Service wahr und nutzten einen Stadtrundgang zum Kennenlernen Weimars.

Schreib mal wieder …

Trotz oder gerade wegen der fortschreitenden Digitalisierung ist und bleibt die klassische Ansichtskarte mit 14 960 verkauften Exemplaren das am meisten verkaufte Souvenir in der Tourist-Information. An zweiter Stelle stehen Reiseführer, 2015 dicht gefolgt von speziellen Angeboten zum Cranach-Jahr. Mehr als 1 000 Stück verkaufte *Playmobil*-Luther dürfen bereits als Vorboten des Reformationsjahres 2017 gelten.

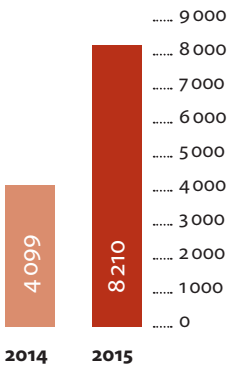
Tourismusmarketing

Mit mehr als vier Millionen Gästen im Jahr hat Weimar längst bewiesen, dass es ein für die Tourismuswirtschaft bedeutsamer und attraktiver Standort ist. Ziel der *weimar GmbH* ist es, die touristische Wertschöpfung durch Erschließung von Zielgruppen aus Wachstumsmärkten und durch eine Verlängerung der Aufenthaltsdauer zu steigern.

In Deutschland, Österreich, der Schweiz und in den Niederlanden spricht die *weimar GmbH* mit ihren Messeaktivitäten neben Reiseveranstaltern auch gezielt Individualreisende an. In Japan, Frankreich, USA, Belgien und Großbritannien arbeitet die *weimar GmbH* mit bewährten und neu akquirierten Reiseveranstaltern zusammen und nutzt hier auch die Netzwerke der *Deutschen Zentrale für Tourismus,* des

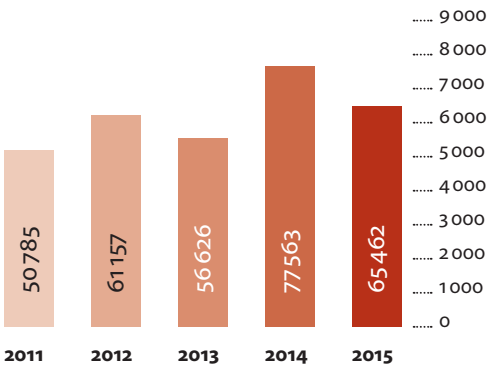
Der Verkauf der neuen weimar card boomt

QUELLE: WEIMAR GMBH



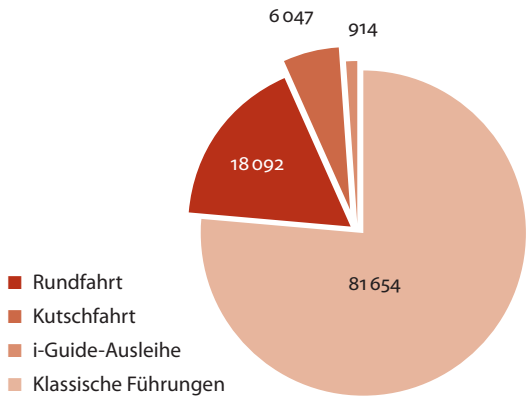
Entwicklung des Ticketsverkaufs für Veranstaltungen in der Tourist-Information Weimar

QUELLE: WEIMAR GMBH



Verteilung der Stadterkundungen auf die verschiedenen Angebote

QUELLE: WEIMAR GMBH



Vereins der UNESCO-Welterbestätten und die der Goethestraße, die vor allem im asiatischen Raum aktiv ist.

Messen, Workshops, Roadshows

Mitarbeiterinnen der *weimar GmbH* besuchten im Jahr 2015 Fach- und Publikumsmessen sowie Workshops in Wien, Zürich, Amsterdam, Utrecht, Linz, Innsbruck, Paris, London, Stuttgart, München, Hamburg und Berlin. Je nach Quellmarkt stehen unterschiedliche thematische Schwerpunkte im Vordergrund. Während in den Niederlanden nach wie vor Aktivangebote und kulinarische Entdeckungen viel Aufmerksamkeit erfahren, sind in Großbritannien typische Traditionen wie Weimarer Weihnacht und Zwiebelmarkt von Interesse. In Deutschland, Österreich, der Schweiz und in Japan ist weiterhin das Klassische Weimar dominierender Reiseanlass.

Reise-Katalog mit neuem Konzept

Der Reisekatalog »Weimar entdecken«, den die *weimar GmbH* jährlich herausgibt, wurde in seiner neuesten Ausgabe konzeptionell überarbeitet. Die redaktionellen Schwerpunkte liegen deutlicher auf dem kulturellen Geschehen. Die Höhepunkte werden mit Interviews und Reportagen magazinähnlich vorgestellt. Ziel ist es, den Weimarer Gästen zusätzliche sehenswerte Facetten der Stadt zu zeigen und zu einer Wiederholungsreise nach Weimar anzuregen. Ein Visitors Guide erschien parallel dazu in englischer Sprache. Hier wurde bei der Auswahl gezielt auf Interessen im englischsprachigen Raum geachtet. Ergänzt wird »Weimar erleben« durch den Angebotskatalog, der konkret buchbare Leistungen übersichtlich auflistet. Gemeinsam mit dem Weimarer Land gibt die weimar GmbH das Gastgeberverzeichnis heraus, das in deutscher und englischer Sprache verfasst ist.

Medien und Online-Netzwerke

Auch wenn sich die Medienlandschaft im Umbruch befindet, sind Veröffentlichungen im Printbereich in Tagungszeitungen oder Publikumsmagazinen für das Weimar-Marketing weiterhin von großer Bedeutung. Deshalb waren die Pressereisen bzw. die Unterstützung bei Recherchen einzelner Journalisten wichtiger Bestandteil der Medienarbeit. Die Pressereise kurz vor der Eröffnung der Cranach-Ausstellung fand nicht nur das Interesse bei den Journalisten, sondern zog deutschlandweit viel Aufmerksamkeit nach sich. Höhepunkt im Medienbereich war 2015 ebenfalls der *GTM* – mehr als 45 internationale Journalisten gehörten zu den Teilnehmern. Viele von ihnen waren zum ersten Mal in Weimar. Neben der klassischen Pressearbeit sind Newsletter an die verschiedenen Adressgruppen sowie die inzwischen vier verschiedenen Facebook-Seiten mit nahezu 20 000 Interessierten unerlässlicher Teil des Direktmarketings.

Auf einem guten Dutzend touristischen Messen und Workshops war Weimar 2015 vertreten.

Die aktuellen Kataloge der weimar GmbH.

Tourist-Information
Buchenwald
Information
KLASSIK
STIFTUNG
WEIMAR
i

Die Weimarhalle rückt ins Zentrum

Mit der Errichtung des neuen Bauhaus-Museums in direkter Nachbarschaft der Weimarhalle rückt das Kongresszentrum noch weiter ins Zentrum des städtischen Lebens. Bis das neue Museum fertig gestellt ist, steht die *weimar GmbH* vor der Herausforderung, die Einschränkungen durch die Großbaustelle für die Kongressveranstalter und Konzertbesucher auf möglichst niedrigem Niveau zu halten. Bislang ist das sehr gut gelungen – mit detaillierten Informationen im Vorfeld und genauen Logistikabsprachen mit den Veranstaltern. Diese zusätzlichen Bemühungen haben dafür gesorgt, dass es keine nennenswerten negativen Kundenreaktionen gab. Auch befürchtete Ausfälle durch den Baustellen-Betrieb sind im zurückliegenden Jahr nicht zu verzeichnen.

Kongresse und Kulturveranstaltungen halten sich die Waage

Insgesamt 212 (2014: 210) Veranstaltungen an 251 Veranstaltungstagen mit 113 000 Besuchern sind die zählbare Bilanz des zurückliegenden Jahres in der Weimarhalle. Damit behauptet sich das Kongresszentrum auf dem gewohnt hohen Niveau bei der Veranstaltungsdichte. Nach Veranstaltungsarten unterteilt ergibt sich folgendes Bild: 83 Kongresse und Tagungen, 95 Kulturveranstaltungen sowie 23 Gesellschaftsabende und elf weitere Veranstaltungen wie Messen oder Sport gehörten zum Programm.

Höhepunkte

Mit viel Engagement wurde von der *weimar GmbH* der *GTM* vorbereitet, zu dem auch der Abend in der Weimarhalle mit mehr als 1 000 Gästen gehörte. Bei aller Routine im normalen Veranstaltungsgeschehen ragt dieser Höhepunkt als eine Herausforderung heraus. Dass diese gemeistert wurde, zeigte das durchweg positive Feedback der Teilnehmer.

Ebenfalls ein Höhepunkt ist der alle zwei Jahre stattfindende internationale Sepsis-Kongress, für den das Team der Weimarhalle die gesamte Kongress-Organisation übernimmt. Weitere wichtige Tagungen hielten neben den Stammkunden aus dem Medizin- und Baubereich gleich zwei Arbeitsgemeinschaften des *Deutschen Anwaltvereins* ab: Sowohl juristische Bau-Experten als auch Familienrechtler waren in der Weimarhalle 2015 zu Gast.

Der Gastgeberabend zum Germany Travel Mart in der Weimarhalle.

Goldene Mitgliedschaft in der Green-Globe-Gemeinschaft.
FOTO LINKS

Die neue Tiefgarageneinfahrt für die Weimarhalle ist im Bau.
FOTO RECHTS

Zeigen, was geht

Die Open-Air-Konzerte auf der Seebühne im Weimarhallenpark sind Publikumslieblinge: Grund genug für die *weimar GmbH,* deutsche Konzertveranstalter zum Auftritt von Max Raabe einzuladen und ihr Interesse für diesen außergewöhnlichen Veranstaltungsort zu wecken. Und man war begeistert. Die sich anschließenden konkreten Verhandlungen zeigen, dass auch außerhalb Weimars die Seebühne als außergewöhnliche Location als sehr vielversprechend angesehen wird. Noch wurde nicht mit jeder der interessierten Agenturen ein passendes Format oder geeigneter Termin gefunden, das laufende Jahr 2016 zeigt jedoch, wie unterschiedlich die Genres auf der Seebühne sein können. Langfristig ist man auch schon für die folgenden Jahre im Gespräch.

Vergoldete Nachhaltigkeit

Die *weimar GmbH* kann sich mit der Weimarhalle über eine zusätzliche Auszeichnung für Nachhaltigkeit freuen: Sie hat jetzt das Level der Goldenen Mitgliedschaft bei der *Green-Globe*-Zertifizierung erreicht. Die Goldene Mitgliedschaft wird nur an *Green-Globe*-Mitglieder verliehen, die fünf Jahre kontinuierlich zertifiziert wurden. Das *Green-Globe*-Zertifizierungsprogramm definiert das höchste Level an nachhaltigem Management in der Veranstaltungsbranche und im Tourismus. Die Weimarhalle wurde regelmäßig von unabhängigen Auditoren überprüft und getestet, um sicherzustellen, dass die international anerkannten Kriterien erfüllt sind. Erst 2015 wurde die Rezertifizierung erfolgreich bestanden. Zehn Prozent aller weltweiten Mitglieder wurden mit dem Gold-Logo nach dem neuen Kriteriensystem ausgezeichnet. Die *weimar GmbH* gehört zu den zehn deutschen im Gold-Standard agierenden Veranstaltungshäusern. Das seit 2010 eingeführte Zertifizierungssystem von *Green Globe* hat den Vorteil, nicht nur auf die Umweltverträglichkeit ausgerichtet zu sein. So fließen in das aktuelle System auch die soziale und kulturelle Verantwortung sowie regionale Wirtschaftskreisläufe mit ein.

Für den Sepsis-Kongress übernimmt das Weimarhallen-Team die komplette Tagungsorganisation.

Das hohe Niveau der Veranstaltungsdichte wurde in der Weimarhalle auch 2015 gehalten
QUELLE: WEIMAR GMBH

	Konzerte	Tagungen und Kongresse	Gastronomie, Gesellschaft	Sonstiges
BESUCHER	65 146	28 137	16 698	3 196
VERANSTALTUNGEN	95	83	23	11

Ausblick 2016

Die Ernestiner. Eine Dynastie prägt Europa

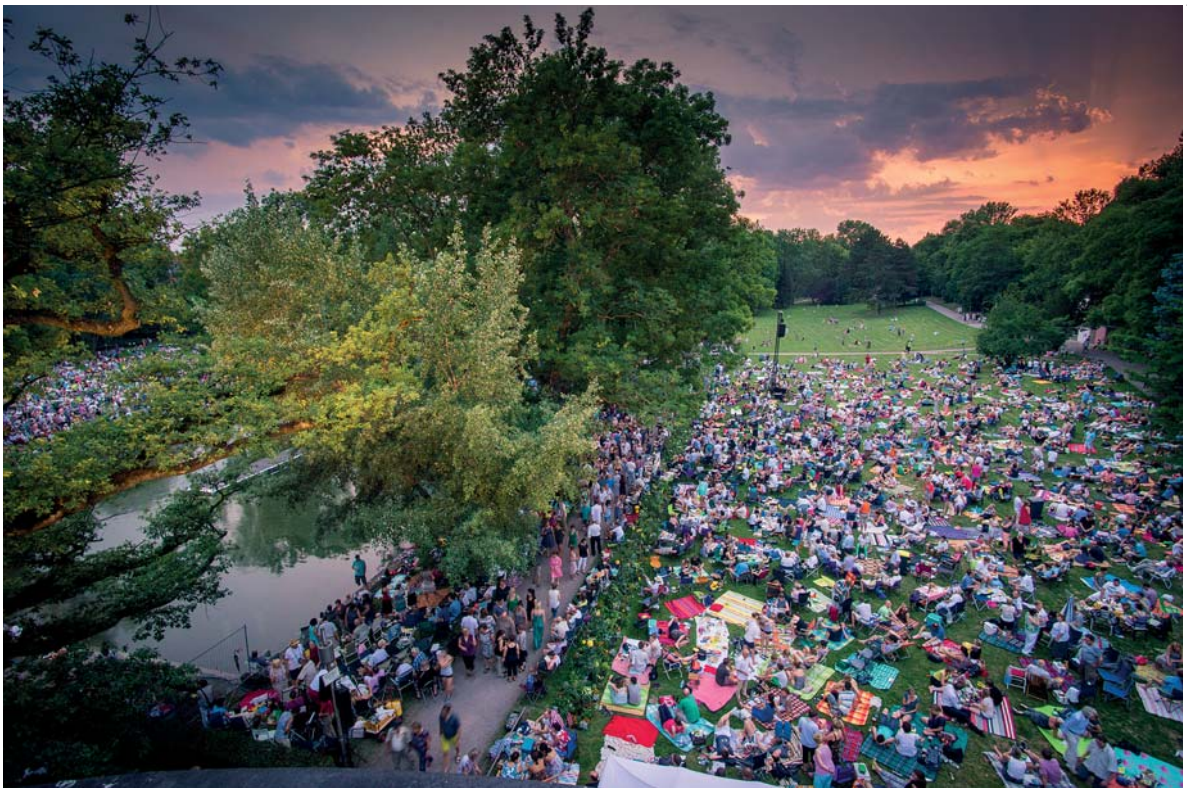
Die Thüringer Landesausstellung steht neben den vielen anderen kulturellen Höhepunkten in Weimar im Mittelpunkt des Geschehens. Mit ihrer Eröffnung am 24. April und einer Laufzeit bis zum 28. August 2016 stellt die Schau an den zwei Ausstellungsorten Neues Museum und Stadtschloss einen zusätzlichen Reiseanlass für Weimar-Besucher dar. Auf insgesamt 4 000 Quadratmetern Ausstellungsfläche werden die Ernestiner mit hochkarätigen Exponaten in den einstigen Residenzstädten Weimar und Gotha als protestantisches Fürstenhaus präsentiert, das die Geschichte Thüringens, Deutschlands und Europas zwischen Reformation und Revolution über vier Jahrhunderte entscheidend prägte.

Sieben Open Airs auf der Seebühne

Sieben Open-Air-Nächte werden im nächsten *Weimarer Sommer* auf der Seebühne im Weimarhallenpark zu erleben sein – so viele wie noch nie. Nach dem Auftakt mit der überaus beliebten Konzertnacht mit der Staatskapelle Weimar »Broadway im Park« (2. Juli) erwarten sechs weitere Höhepunkte das Publikum. Bereits zum dritten Mal wird die Party »laut & draußen« (9. Juli) von *Radio Top 40* im Weimarhallenpark gefeiert. Summertime schwingt über die sommerlichen Wiesen im Park, wenn der Pianist Sebastian Knauer gemeinsam mit der NDR-Big-Band »Gershwin im Park« (17. Juli) präsentiert. Schon seit Beginn des Kartenvorverkaufs zeichnet sich ab, dass der erfolgreiche Sänger Adel Tawil (22. Juli) mit einem großen Publikum rechnen kann. Ein ganz neues Format für die Seebühne steht mit der Wasser- und Lasershow »Aquanario« auf dem Programm. An drei Abenden (5.–7. August) werden Musik, Wasserkunst, Laser, Licht und Pyrotechnik zu visuellen Welten vereint.

Zuerst die Herausforderung

Das neue Bauhaus-Museum wird eine Bereicherung. Auch 2016 ist es jedoch zunächst für die *weimar GmbH* und insbesondere für die Weimarhalle eine Herausforderung. Die Großbaustelle sorgt im ersten Halbjahr dafür, dass die Tiefgarage wegen des Baus der neuen Zufahrt geschlossen ist. Kunden und Besucher müssen auf diese Situation eingestellt und vorbereitet werden. Hautnah ist hier der Baufortschritt zu spüren. Gleichzeitig bereitet sich die *weimar GmbH* in den verschiedenen Gremien schon langfristig auf das Bauhaus-Jubiläum 2019 vor. Die Triennale der Moderne wird in diesem Herbst wieder in den drei Bauhaus-Städten Weimar, Dessau und Berlin mit verschiedenen Veranstaltungen für Aufmerksamkeit sorgen.



Sieben Open-Air-Nächte wird es 2016 im Weimarhallenpark geben.
FOTO LINKS

Die weimar GmbH unterstützt den Kampf um den Erhalt der Kreisfreiheit Weimars.
FOTO RECHTS

WEIMAR
FREIHEIT
LIEBEN

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*. Im Jahr 2015 waren 36 Mitarbeiter und elf Auszubildende bei der weimar GmbH beschäftigt. Dabei sind die besetzten Berufsbilder vielfältig. In der Tourist-Informationen sind Tourismus-Kauffrauen und Mitarbeiterinnen im Service im Einsatz, die Reiseveranstalter wie Individualreisende gleichermaßen mit Buchungen von Komplettprogrammen 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 knappes Drittel der Ausgaben 2015 wurden durch einen städtischen Zuschuss von 1,3 Millionen Euro ausgeglichen.

Tourismusservice

- persönlicher touristischer Service in 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 Weimars 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;* Harald Freudenberg, *DIE LINKE;* Ina Jaeger, *CDU;* 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.*

Die drei neuen der insgesamt elf Auszubildenden der weimar GmbH.

Den Pocket-Guide des Vereins Thüringer Städte gibt es jetzt auch in englischer Sprache.

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,* hat der Verein im zurückliegenden Jahr mit Bad Langensalza ein neues Mitglied aufgenommen. Auch eine neue Broschüre wurde aufgelegt: »Thüringer Städte aktiv erleben«. Der Pocket-Guide wurde in englische Sprache übersetzt.

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 die Herausgabe einer gemeinsamen Garten- und Parkbroschüre vorbereitet, die in Vorbereitung auf die Landesgartenschau 2017 in Apolda und die Bundesgartenschau 2021 in Erfurt schon jetzt Interesse für die einzigartige Kulturlandschaft in der Region wecken soll.

Masterplan Weimar – Weimarer Land

Touristisch ist es eine Region, und seit Jahren hat sich die Zusammenarbeit mehr und mehr vertieft: Im Zwei-Jahres-Rhythmus erscheint das gemeinsame Gastgeberverzeichnis. Ebenfalls überarbeitet wurde eine in holländischer und englischer Sprache erscheinende Imagebroschüre, die Weimar und das Weimarer Land als Reiseziel abbildet. Hinzu kommen die gemeinsamen Messebesuche zur *Grünen Woche* und in Utrecht. Auch bei der Vermarktung der Rad- und Wanderwege sind beide Gebietskörperschaften eng miteinander verbunden. Die Entwicklung des Terrains rund um Ettersburg wurde mit der Installation eines Wegeleitsystems abgeschlossen.

Congress Allianz

Bis Ende 2015 führt die *weimar GmbH* den Vorsitz in der *Congress Allianz,* der alle zwei Jahre wechselt. 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 Städtekette » Schiller lockt nach Thüringen » EMOTIF – Elektromobiles Thüringen in der Fläche » Fremdenverkehrsverein Weimar » Innenstadtverein 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

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
Layout: Uwe Adler
Konzeption Gestaltungsrichtlinie:
Gudman Design
Fotos: Uta Kühne, Maik Schuck,
Thomas Müller, André Mey,
Matthias Eckert