



Sind wir Trendsetter?

Herausragende Angebote
in der Thüringer Freizeit-
und Tourismuswirtschaft

Entwicklungen in der Freizeitwirtschaft

1. Besucher fordern immer mehr und immer Aufregenderes
2. Angebote müssen etwas Besonderes/ Unverwechselbares beinhalten
3. Vermarktung muss neue Vertriebskanäle berücksichtigen

Drei Trends lassen sich abgrenzen

1. Erlebnisorientierung
2. Wissensorientierung
3. Sinnorientierung

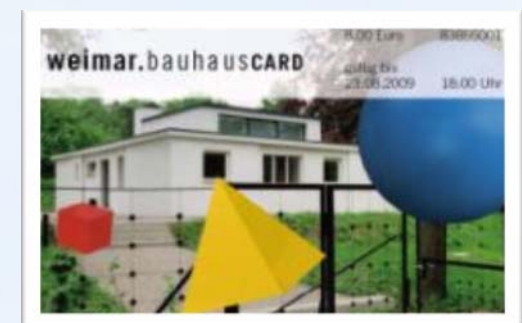
Trend: Erlebnisorientierung

1. Multioptionalität

Vielfalt von Wahlmöglichkeiten

z.B. ThüringenCard, ElisabethCard,
bauhaus CARD

Der Gast hat die Möglichkeit für ihn
passende Freizeitangebote
auszuwählen.



Trend: Erlebnisorientierung

2. Multisensualität

Mehrere Sinne werden angesprochen

z.B. Toskana Therme, Bad Sulza

Audioguide „Augenklang“ in Jena,
ein künstlerisch-musikalischer
Parcours



Trend: Erlebnisorientierung

3. Emotionalität (Events, aber auch Möglichkeit interaktiv mitzuwirken)

z.B. Auswandererhaus in Bremen:
Möglichkeit zur persönlichen
Spurensuche



Trend: Erlebnisorientierung

4. Authentizität (Inszenierung authentischer Erlebnisse)

z.B. Reisen/ Angebote auf den Spuren berühmter Persönlichkeiten (Bach, Luther, Goethe, Schiller...)



Trend: Erlebnisorientierung

5. Eventisierung (Events in Kombination mit Veranstaltungsort)

z.B. Tannhäuser auf der Wartburg

Altenburger Prinzenraub Festspiele
im Schlosshof



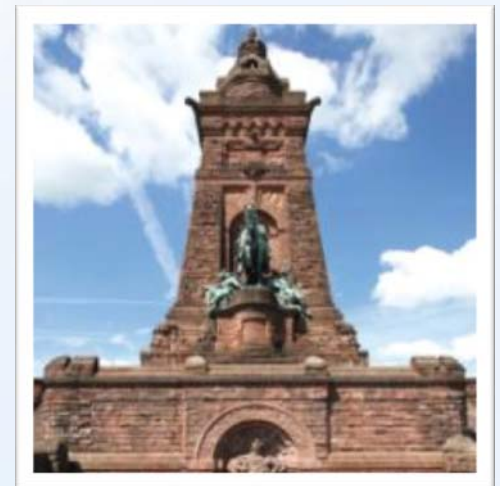
Trend: Erlebnisorientierung

6. Multimedia (Freizeitaktivitäten werden durch Einsatz verschiedener Medien neu Gestaltet und intensiver erlebbar)

z.B. Schillerhaus in Rudolstadt: Besucher ist live dabei, wenn sich Goethe und Schiller das erste Mal treffen

Weimar-Haus in Weimar: Bühnenspezialeffekte und Multimedia-Präsentationen entführen auf eine Zeitreise

HörErlebnis Kyffhäuser: über Handy kann man sich Informationen abrufen



Trend: Erlebnisorientierung

7. Marktpolarisierung (große investitionsstarke Einrichtungen stehen kleinen, spezialisierten Attraktionen gegenüber)

z.B. Klassik Stiftung Weimar

Bratwurstmuseum, Holzhausen



Trend: Wissensorientierung

1. Edutainment (Kombination aus Wissensvermittlung und Unterhaltung)

z.B. Klassik Stiftung Weimar: spezielle Führungen für verschiedene Zielgruppen, z.B. Kinder, denen auf spannende Weise Wissen vermittelt werden soll

Imaginata Jena: Lernen durch eigenes Experimentieren



Trend: Wissensorientierung

2. Kulturorientierung (Verstehen fremder und eigener Kulturen)

z.B. Japanischer Garten, Bad Langensalza:
Klangschalenkonzerte,
Teezeremonien, Kirschblütenfest
machen Japan erlebbar

Opfermoor Vogtei Niederdorla und
Funkenburg in Westgreussen lassen
das Leben der Germanen durch
Architektur, Handwerk und
Kulinarisches wieder aufleben

Freilichtmuseum Hohenfelden:
Wohnkultur der Landbevölkerung
Thüringens wird erlebbar



Trend: Wissensorientierung

3. Interaktivität (Wissensvermittlung durch Neue Medien)

z.B. Multimediale Stadtführungen, z.B. GPS Stadtspiel „Schnapphans“ in Jena

Geocaching durch Erfurt

Hermann in Neuhaus am Rennweg



Trend: Sinnorientierung

1. Nachhaltigkeit (Umwelt- und Sozialverträglichkeit sowie verantwortungsbewusstes Handeln)

z.B. Baumkronenpfad im Nationalpark Hainich

Nationalparkzentrum an der Thiemsburg im Nationalpark Hainich



Trend: Sinnorientierung

2. Selbststeuerung (Selbermachen, z.B. in den Bereichen Gesundheit, Handwerk, Spiritualität)

z.B. GesundKüche im Kurhaus Bad Liebenstein: Kochkurse und Ernährungsberatung

Porzellankurse im Porzellanjubiläum, z.B. im GoetheStadtMuseum Ilmenau, im Stadtmuseum Jena oder in der Sitzendorfer Porzellanmanufaktur



Trend: Sinnorientierung

3. Sehnsucht nach Verlangsamung (Entschleunigung statt Erlebnisdichte, Slow Food)

z.B. Kräuterwanderungen,
Kräuterseminare

Rapontica - "Kräuter und Gemüse der
Goethezeit e.V."



**Dies war die Theorie!
Nun zur Praxis...**