

Landurlaub liegt im Trend im Weimarer Land

TA vom 03.08.2021



Vorstellung Tourismus-Konzept Weimarer Land, von links: Landrätin Christiane Schmidt-Rose, Thomas Mönch, Prokurist Spa & GolfResort Weimarer Land, Katy Kasten-Wutzler, Geschäftsführerin Weimarer Land Tourismus, Heiko Rittweger, Rittweger + Team Werbeagentur, Matthias Ameis, Amtsleiter Wirtschaftsförderung Weimarer Land, und Franziska Thomas, Teamleiterin Tourismus im Landratsamt

Markenbotschafter, Resonanz-Tourismus und Nachhaltigkeit, das sind die Zukunftsthemen des Tourismus im Weimarer Land bis 2030.

Nicht von ungefähr wurde das „Zukunftskonzept Weimarer Land Tourismus 2030“ im Schlosspark Kromsdorf präsentiert. Mit Schloss und Kulturbrauerei ist dieser eine jener Perlen, die weit über das Weimarer Land hinausstrahlen und es als Urlaubsziel attraktiv machen sollen. Das unterstrich am Dienstag bei Vorstellung des Konzeptes Katy Kasten-Wutzler, Geschäftsführerin Weimarer Land Tourismus. Ehrgeizige Eckpunkte sind unter anderem 100 Millionen Euro private Tourismus-Investitionen, die Verdoppelung der Bettenkapazitäten von derzeit 4055, die vollständige Integration in die Thüringer Tourismusstrategie unter Stärkung der Familienmarke.

Mit 3,3 Tagen Aufenthaltsdauer lag das Weimarer Land auf Platz 6 von allen Thüringer Landkreisen und kreisfreien Städten, 641.947 Übernachtungen wurden 2019 registriert. Derzeit gibt es 270 Beherbergungsbetriebe, die Bettenauslastung liegt bei 46,6 Prozent. Das neue Tourismus-Konzept soll nach den Worten von Landrätin Christiane Schmidt-Rose aufzeigen, „was zukünftig für die Entwicklung einer zeitgemäßen und gästeorientierten Tourismuswirtschaft im Weimarer Land bedacht werden muss“. Erarbeitet wurde es vom Team Tourismus, der Weimarer Land Tourismus e.V. und der Wirtschaftsförderung des Landratsamtes Weimarer Land in Begleitung der Werbeagentur Rittweger & Team. Das Weimarer Land sei wie geschaffen für das wachsende Reisebedürfnis nach zwischenmenschlichen

Begegnungen, nach dem Eintauchen in die lokale Gemeinschaft und Mitgestalten des echten Lebensgefühls vor Ort, hob Katy Kasten-Wutzler als Pluspunkte hervor. Neue Werbebroschüren untermauern diesen Anspruch.

Bis Ende 2020 wurden durch die Thüringer Tourismus Gesellschaft bereits zwei Produkte aus dem Weimarer Land Tourismus als Markenbotschafter für „Thüringen entdecken“ anerkannt, nämlich das Thüringer Freilichtmuseum Hohenfelden und der Ilmtal-Radweg. 2021 solle das Gradierwerk in Bad Sulza folgen, 2023 Bad Berka als Kneipp-Kurort und 2025 werde der Abschluss des Verifizierungsprozesses mit Ernennung als offizieller Markenbotschafter Thüringens für das Kunsthaus Apolda Avantgarde, das Pfingst.Festival Schloss Ettersburg, Liquid-Sound der Toskana-Therme Bad Sulza und den Goethe-Erlebnisweg erwartet. Qualität und Nachhaltigkeit seien nach den Worten von Matthias Ameis, Amtsleiter Wirtschaftsförderung, entscheidende Stichworte. „Was haben wir, was andere nicht haben?“ Besonderheiten müssen herausgestellt werden. „Man möchte Urlaub mit Sinn erfüllen“, zeigt Heiko Rittweger, auf, wie sich der Tourismus seit Ausbruch der Corona-Pandemie 2020 verändert hat. Landrätin Christiane Schmidt-Rose setzt auch auf das Zusammenwirken mit den umliegenden Städten.

Christiane Weber