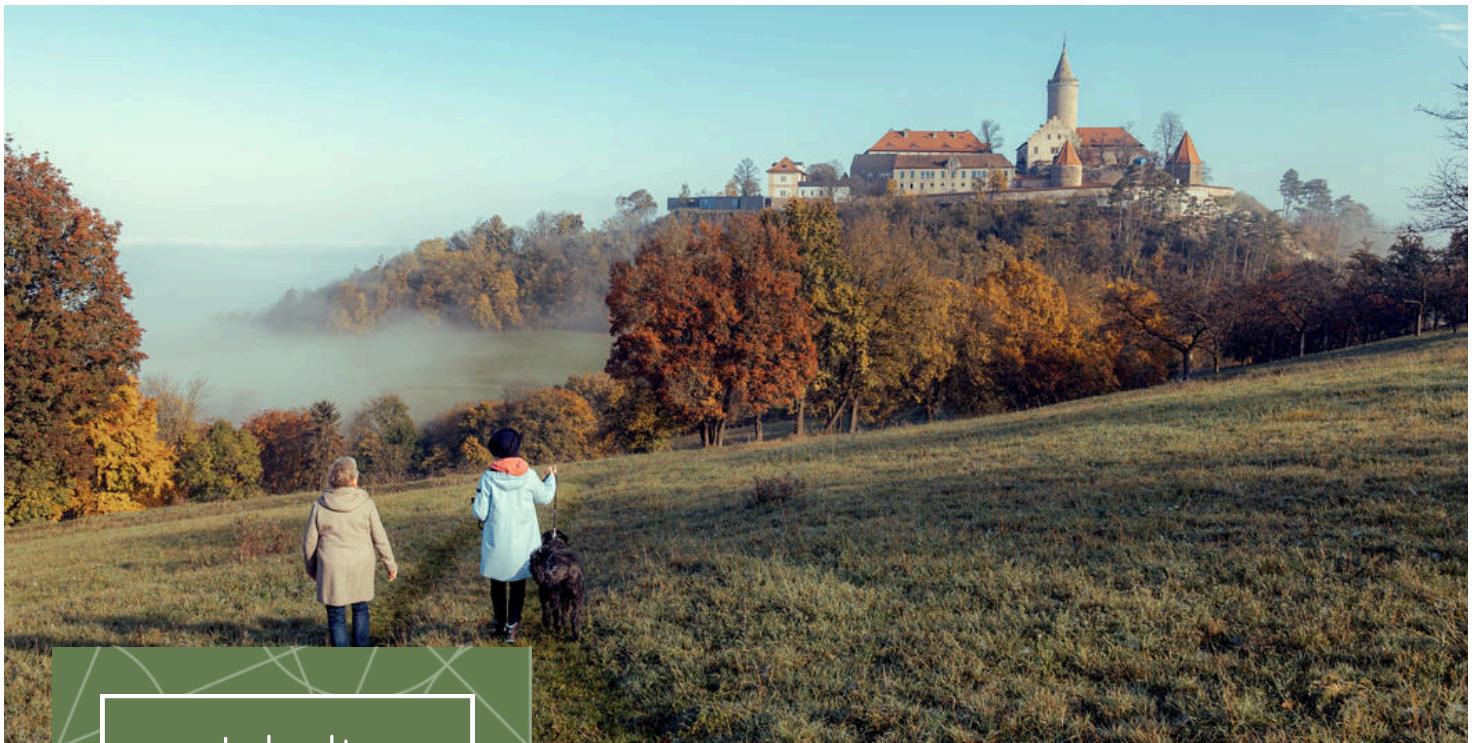




Saale-Unstrut

Maßnahmen und Beteiligungen 2026

Saale-Unstrut Tourismus GmbH



Inhalt

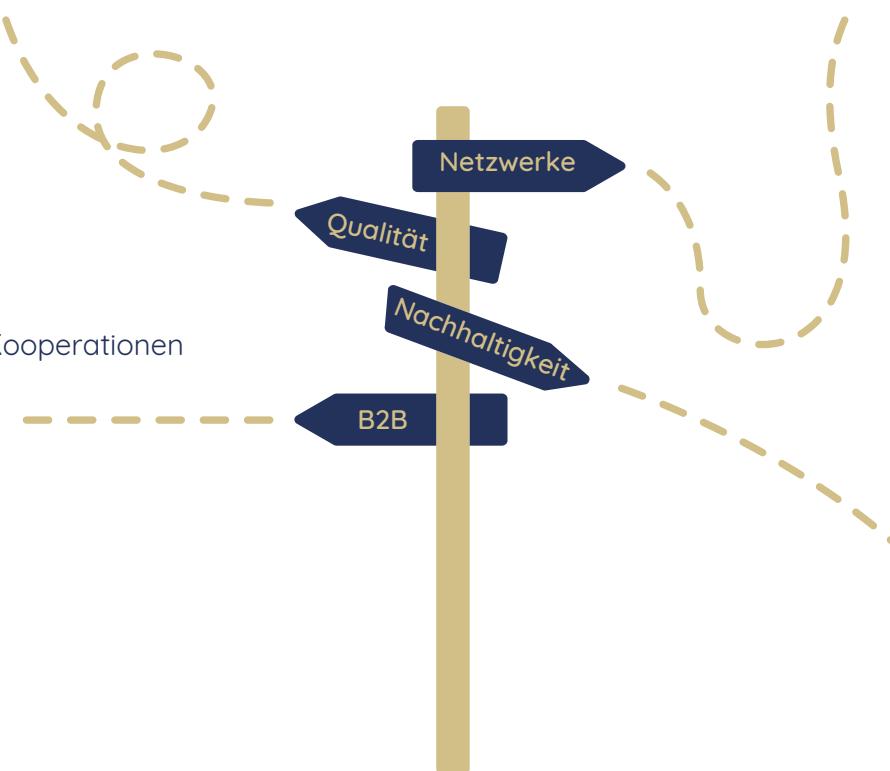
- S 3 Team
- S 4 Einführung
- S 6 Unser Branchenportal - Brancheninformationen, Beteiligungen und mehr
- S 8 Markenführung - die Marke Saale-Unstrut

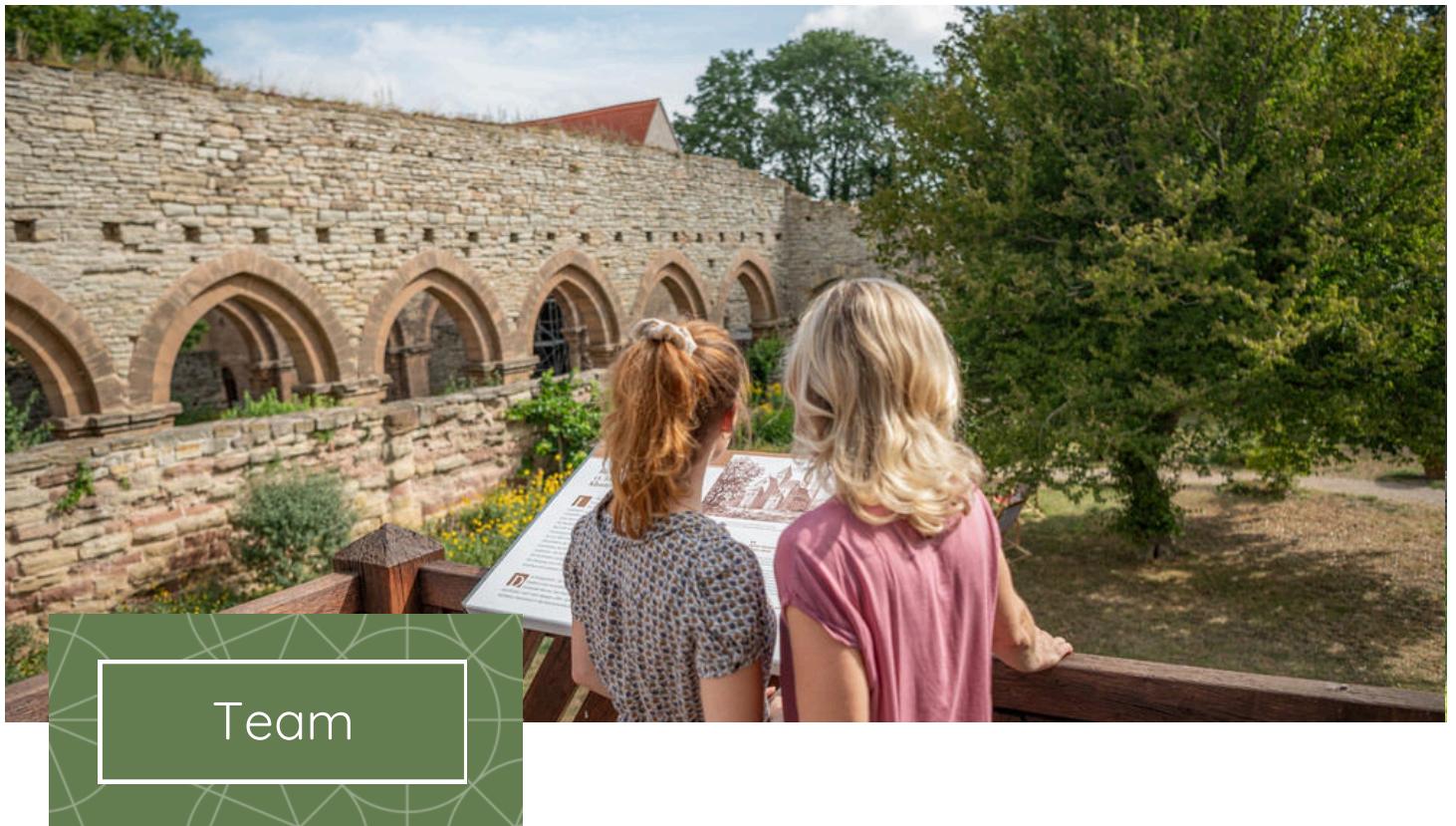
**Beteiligungsmöglichkeiten
innerhalb des Projekt- und Marketingplans
in folgenden Bereichen:**

- S 10 Regionales Marketing
- S 12 Überregionales Marketing
- S 34 Gästeservice
- S 36 Nachhaltigkeit
- S 39 Qualität & Wissenstransfer

- S 44 Datenmanagement
- S 48 Regionale Netzwerkarbeit
- S 52 Überregionale Netzwerkarbeit & Kooperationen
- S 54 Infrastruktur

- S 57 Impressum





Team



Antje Peiser
Geschäftsführerin



Andreas Klingebiel
Digitalmarketing,
Social Media, E-Learning



Stephan Göschka
Mitarbeiter touristische
Infrastruktur für den
Saale-Holzland-Kreis



Irene Schmidt
Organisations- und
Destinationsentwicklung,
Nachhaltigkeit



Nadine Rosenberg
Marketing, Content-
Erstellung & -pflege



Martin Felber
Assistenz touristische
Infrastruktur für den
Saale-Holzland-Kreis



Renate Jäckel
Assistenz Geschäftsführung,
Buchhaltung, Gästeservice



Heidi Heldt
Marketing & Pressearbeit,
Vergaben



Jens Otto
Koordinator ehrenamtliche
Wanderwegewarte im
Saale-Holzland-Kreis



Nicole Herrmann
Gästeservice,
Zertifizierungen/
Klassifizierungen,
Veranstaltungen



Nicole Thürkind-Franke
GS Unstrutradweg e.V.,
Gästeservice, Zertifizierungen/
Klassifizierungen



n.n.
Assistenz touristische
Infrastruktur für den
Saale-Holzland-Kreis



Karsten Hey
Projektmanagement
handgemacht Saale-Unstrut



Ralf Uhlir
GS Saaleradweg e.V.,
Marketing Aktivtourismus



Tom Steingraf
Gruppentourismus,
Qualität
ab 01.03.2026



Einführung

Die Saale-Unstrut-Region steht als touristisches Ziel vor vielfältigen Chancen – aber auch vor neuen Herausforderungen.

Der Tourismus ist dabei weit mehr als nur ein bedeutender Wirtschaftsfaktor: Er schafft Einnahmen für zahlreiche Branchen, stärkt kommunale Haushalte durch Steuereinnahmen und trägt maßgeblich zur Finanzierung öffentlicher Infrastruktur bei.

Darüber hinaus ist er ein zentraler Bestandteil des Standortmarketings und der regionalen Lebensraumgestaltung, da er entscheidend zur positiven Wahrnehmung unserer Städte, Gemeinden und Landkreise beiträgt.

Gleichzeitig entwickelt sich der Tourismus stetig weiter. Gesellschaftliche Veränderungen, wirtschaftliche Rahmenbedingungen und neue Reisetrends haben das Nachfrageverhalten der Gäste nachhaltig geprägt.

Ihre Erwartungen an Qualität, Service, Nachhaltigkeit und digitale Angebote steigen – und stellen damit auch die touristischen Akteure vor neue Aufgaben.



Um langfristig wettbewerbsfähig zu bleiben, braucht es eine konsequente Professionalisierung im Tourismusmanagement und -marketing. Dazu gehören eine gezielte Marktansprache, Investitionen in Service- und Erlebnisqualität sowie der Ausbau digitaler Strukturen entlang der gesamten touristischen Dienstleistungskette.

Ebenso wichtig ist eine gemeinsame strategische Ausrichtung über kommunale und Landesgrenzen hinweg. Nur durch enge Zusammenarbeit zwischen öffentlichen und privatwirtschaftlichen Partnern können Synergien genutzt und starke Erlebnismarken geschaffen werden.

Die Saale-Unstrut Tourismus GmbH versteht sich in diesem Prozess als Ihr Dienstleister, Netzwerkpartner und Koordinator.

Mit dem vorliegenden Beteiligungshandbuch möchten wir Ihnen einen transparenten Überblick über unsere Projekte, Maßnahmen und Kooperationen geben – und Sie dazu einladen, sich aktiv an der touristischen Weiterentwicklung der Region zu beteiligen.

Denn nur gemeinsam können wir die Potenziale der Saale-Unstrut-Region voll ausschöpfen, ihre Attraktivität steigern und sie als vielseitiges Reiseziel weiter profilieren.



>>> Unser Branchenportal - Brancheninformationen, Beteiligungen & mehr

In unserem Branchenportal stellen wir Ihnen wichtige Informationen aus der Tourismusbranche zusammen. Manche Inhalte können nur von registrierten Nutzern eingesehen werden.

Als Partner profitieren Sie von den zusätzlichen Inhalten. Sie benötigen jedoch eine Registrierung.

- Organisation (Struktur und Veröffentlichungen der SUT GmbH)
- Netzwerk (kommunale, privatwirtschaftliche & überregionale Partner, Netzwerkveranstaltungen, Newsletter)
- Beteiligungen (Buchung von Beteiligungsangeboten)
- Wissen (Markenvorstellung, Strategien & Konzepte, Marktforschungsdaten, Fördermöglichkeiten, Schulungen & Weiterbildungsinhalte)
- Destinationsentwicklung (Darstellung unserer Aufgaben in den Bereichen Datenmanagement, Nachhaltigkeit, handgemacht Saale-Unstrut, Leben & Arbeiten, Barrierefreiheit, Qualität)

Partnerbeteiligung
durch aktive Nutzung der im
Branchenportal eingestellten Inhalte
und Angebote

Touristisches Branchenportal der Region Saale-Unstrut

Das touristische Branchenportal Saale-Unstrut bietet Ihnen eine partnerspezifische Anlaufstelle, um aktiv zur Entwicklung des touristischen Angebotes in den Regionen Saale-Unstrut zu beitragen. In Zusammenarbeit mit einer Vielzahl an Partnern engagiert sich die Saale-Unstrut Tourismus GmbH dafür, den Tourismus als bedeutendsten Wirtschaftsfaktor in Norden und die Attraktivität der Region nachhaltig zu erhalten – für Besucher, Unternehmen und eine zukunftsfähige Entwicklung.

Weitere Inhalten des Branchenportals über Brancheninformationen, innovative Strategien, laufende Projekte sowie Veranstaltungen und Weiterbildungsmöglichkeiten finden Sie weiter unten unter „Angebote“, um sich aktiv an regelmäßigen Initiativen zu beteiligen.

Icon grid:

- Organisation
- Netzwerk
- Beteiligung
- Wissen
- Destinationsentwicklung
- Zahlen & Fakten
- Märkte
- Teams

Gemeinsam für eine attraktive Region Saale-Unstrut

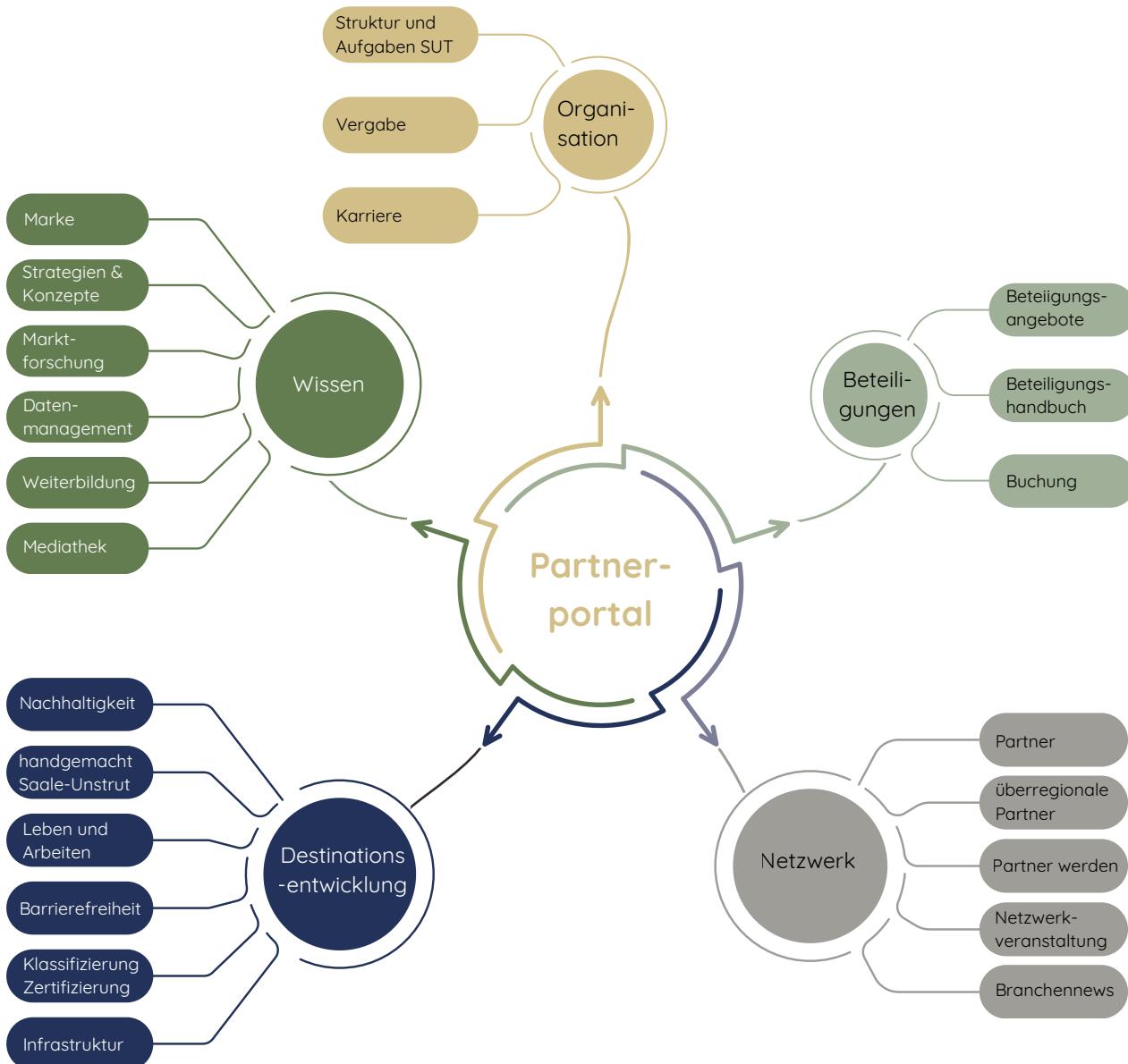
Der Tourismus bildet das Mittelpunkt, zusammen mit Industrie und Landwirtschaftlichem, umfassender das Image unserer Region unterstreicht die strategischen Ziele und Arbeitsschwerpunkte Gemeinsam führen wir diese Priorisierung innovative Ansätze und Zusammenarbeit voran.

Unser Beteiligungsmodell gibt Ihnen Überblick über spezifische Maßnahmen und Aktionen. Diese Projekte erfordern Ihre aktive Unterstützung, um eine stetige Verbesserung, Teilneben und Ihre Erfahrung, um die Region gemeinsam weiterzuentwickeln.

Aktuelle Beteiligungsmöglichkeiten

Thumbnail grid:

- U1 Beteiligung in Saale-Unstrut / Ausgabe 2024
- Geselligkeit verleiht Saale-Unstrut 2024
- Sonderliche Welt am Samstag - ET 23.01.2024



Bitte achten Sie auf folgenden Seiten auf dieses Symbol!

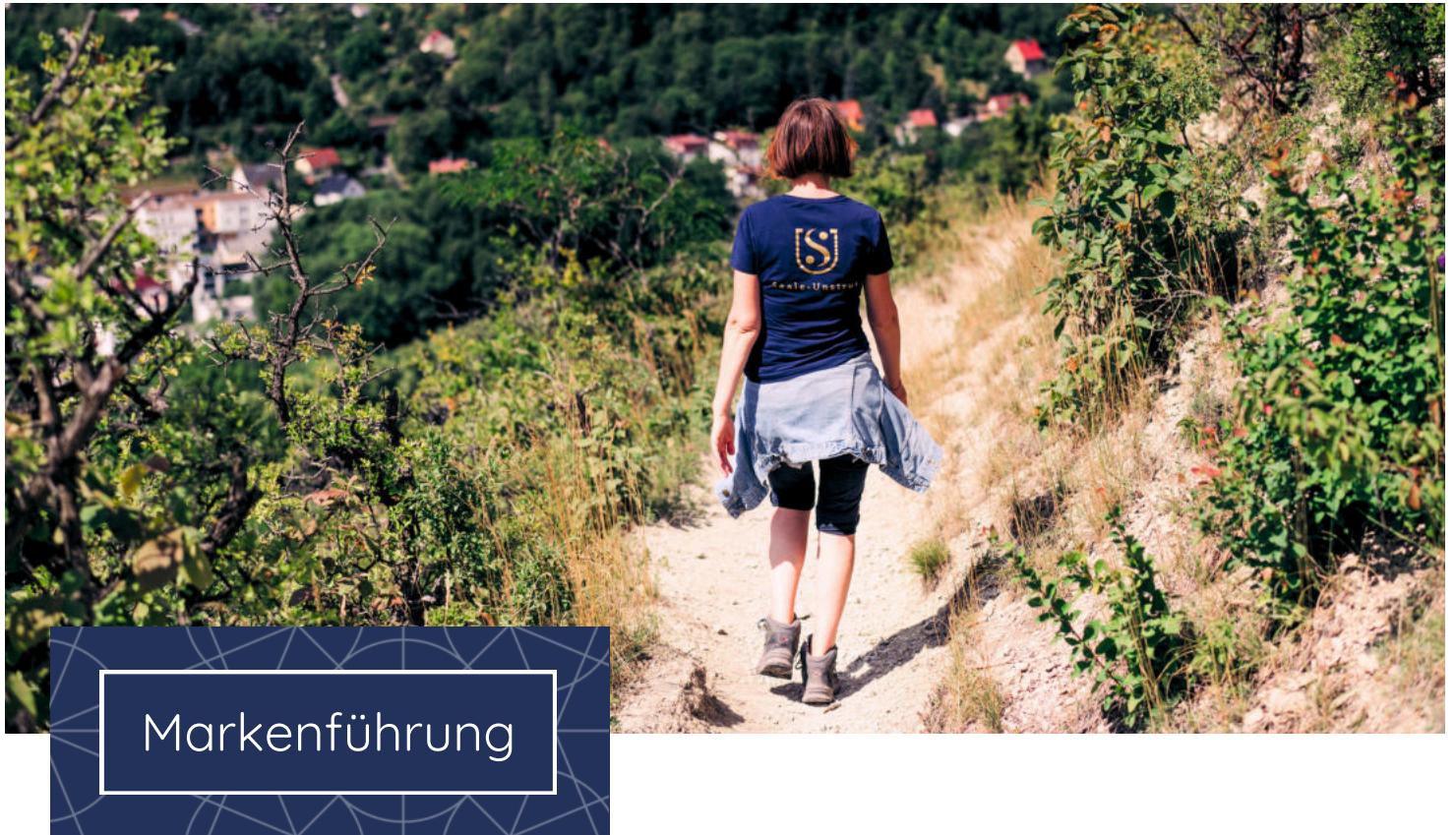
Mit dem folgenden Icon markieren wir Maßnahmen, die über das Branchenportal gebucht werden können. Auch Anmeldungen zum Tourismustag oder Weiterbildungen sind dort möglich. Diese werden ebenfalls mit dem Icon gekennzeichnet.

Sobald Sie dieses Symbol sehen, ist das Angebot bereits jetzt oder im Laufe des Jahres buchbar.



Dabei verstehen sich alle in diesem Handbuch angegebene Kosten zzgl. 19% MwSt.





Markenführung

>>> Die Marke Saale-Unstrut

Mit der Marke Saale-Unstrut möchten wir eine einheitliche Geschichte erzählen. In dieser Geschichte schwingt die **Markenessenz „Verbogener Glanz“** immer mit. Sie steht für das, was die Akteure stolz und Saale-Unstrut ausmacht. Es ist aber kein Slogan, mit dem nach außen geworben wird, sondern das Leitelement, unter dem die touristischen Akteure ihre Produkte entwickeln.

Der Essenz sind **drei Markenversprechen** zugeordnet, die sich aus der Tourismusstrategie ergeben und unter denen sich die Mitglieder noch stärker wiederfinden:

- Für die Ewigkeit
- Das Rare im Seltenen
- Von Hand gefertigt

Sie definieren die Leitgeschichte weiter aus und schaffen die Verbindung zwischen den im Tourismuskonzept bestimmten Werten und den Akteuren.

Das Logo Saale-Unstrut

Ausgehend von der bedeutenden Historie Saale-Unstruts – unter Berücksichtigung der namengebenden Flüsse – entstand ein edel und hochwertig wirkendes Logo in den Hauptfarben Blau und Gold.

- **Blau** = abgeleitet von den Flüssen sowie der frühen Himmelsbeobachtung (Goseck, Himmelsscheibe)
- **Gold** = Glanz der touristischen „Schätze“ und des kulturellen Erbes
- **Initiale S** = bringt Verbände, Orte, Sehenswürdigkeiten und Akteure zusammen
- **Initiale U** = Rahmen und greift mit Wappenoptik die die hochmittelalterliche Blütezeit auf



Link zum [Markenhandbuch](#)

Link zum [Designhandbuch](#)

Link zum [Kommunikations- & Contentleitfaden](#)

Link zur [e-Learning-Plattform](#)



Partnerbeteiligung

aktive Anwendung und Nutzung

Hinweis: Auf der e-Learning-Plattform stehen Ihnen 3 Schulungsvideos zur Verfügung, die Sie in die Markenstruktur, die Anwendung sowie die Möglichkeiten der Nutzung innerhalb Ihrer Kommunikationsmaßnahmen einführen.

Nutzung Logo & Design

- Beratung zur Marke und dem Markenverständnis Saale-Unstrut
- Zur Verfügung stellen von Logovarianten, Design- und Markenhandbuch & Kommunikationshandbuch
- Freigabeprozess bei Nutzung des Logos Saale-Unstrut

Kosten



0,- €

für Kommunen & Partner



nicht möglich

für Akteure ohne Partnerschaftsvertrag

Stakeholderdesign

- Gemeinsame Ideenentwicklung
- Betreuung Korrekturprozess und Abstimmungen mit der Gestaltungsagentur durch SUT
- Übermittlung der finalen Dateien an Partner
- Dauerhaftes Nutzungsrecht für Partner

Kosten



0,- €

für Kommunen & Glanzlichter



nicht möglich

für Akteure ohne Partnerschaftsvertrag



Saale-Unstrut



Saale-Unstrut



Saale-Unstrut



Saale-Unstrut



Stadt Merseburg



Weinbauort
Höhnstedt



Saalestadt
Weißenfels



Uta-Treffen
Naumburg
(Saale)



Solestadt
Bad Dürrenberg



Freyburg (Unstrut)
JAHN-, WEIN- UND SEKTSTADT



Bad Köstritz
STADT DER B'S



Stadt Mücheln
(Geiseltal)



Bahnhof Droyßig
FERIENWOHNUNGEN



Wettin
an der Saale



regionales Marketing

>>> Binnenmarketing-Kampagne Entdecke, was du zu kennen glaubst

Wir setzen die Kommunikationskampagne zur Stärkung des Tagesausflugstourismus fort. Dazu gehören die Aktualisierung der Landingpage, Social Media-Anzeigen, regionale Präsentationen, Influencer-Kooperationen u.v.m.

Zudem wird die Familien-Rallye im Sommer 2026 erneut stattfinden und zu Tagesausflugstipps für Familien leiten.

Budget: 20.000,- €
zzgl. Sach- und Personalaufwand
Umsetzung: 01.01. bis 31.12.2025

 [https://www.saale-unstrut-tourismus.de/
region/highlights/entdecke-saale-unstrut/](https://www.saale-unstrut-tourismus.de/region/highlights/entdecke-saale-unstrut/)



Partnerbeteiligung
Vorhalten eines besonderen Erlebnisses und/oder eines Rabatts für die Familien-Rallye inkl. Ausgabestelle für die Sammelsticker.



MAJESTÄTEN
DES MITTELALTERS



>>> Saale-Unstrut Produktlinie

Wir bringen eine Produktlinie mit Merchandise-Artikeln heraus. Dazu gehören:

- Rucksäcke
- Socken
- T-Shirts
- Mützen
- Trinkflaschen
- Tragetaschen
- Geschirrhandtücher



Partnerbeteiligung

Abnahme von Artikeln für eigenen Verkauf

Kosten für Partner

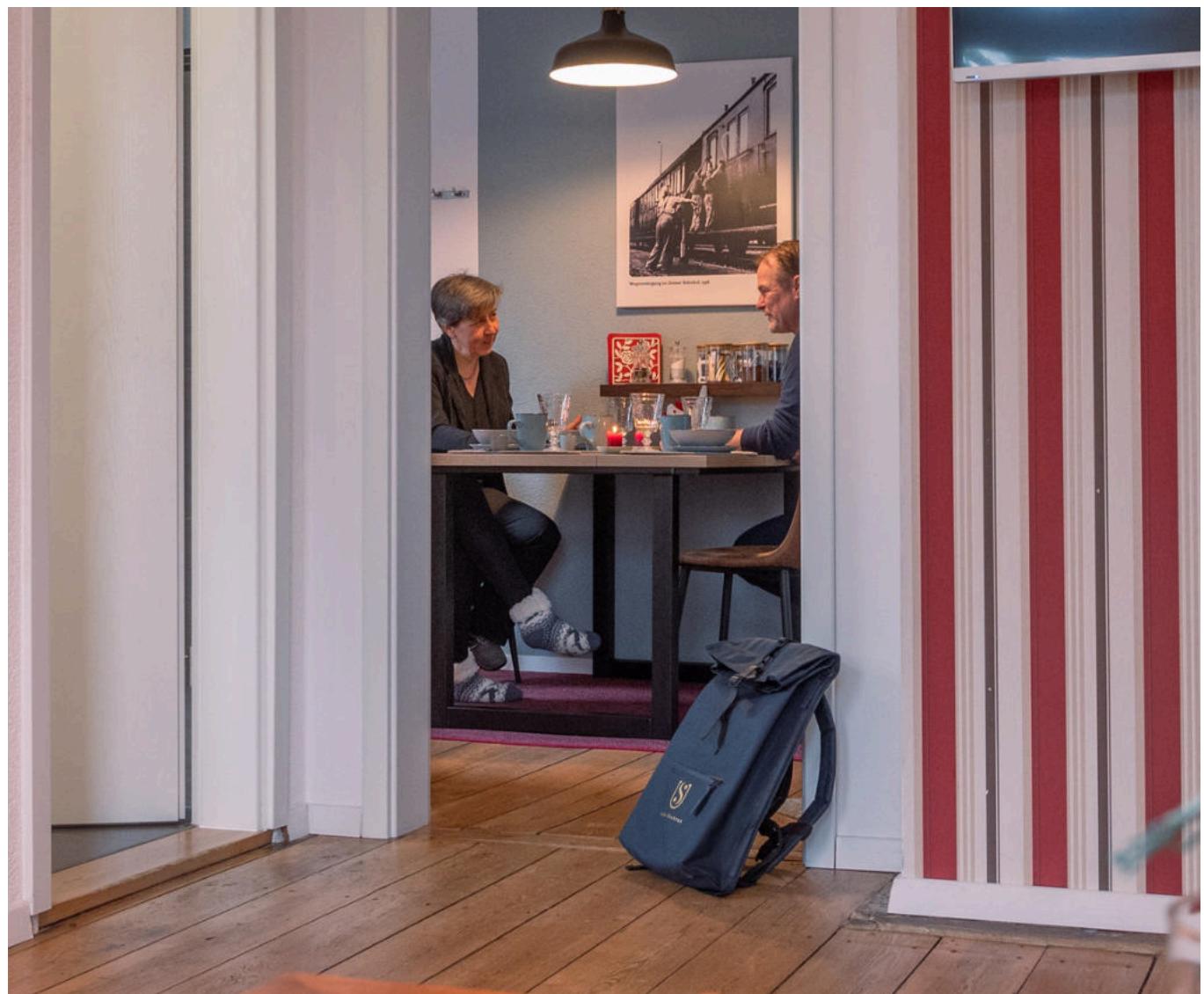
abhängig von Einkaufspreis der Artikel

Diese sollen online, bei Messen und Präsentationen sowie in den Tourist-Informationen der Region oder an Ausflugszielen mit entsprechenden Shops vertrieben werden.

Ziel ist es, die Zugehörigkeit zur Region deutlicher hervorzuheben und damit die Marke Saale-Unstrut zu stärken.

Budget: 10.000,- €

Umsetzung: ganzjährig





überregionales Marketing

>>> Destinationswebseite

Die Destinationswebseite ist das Herzstück unserer digitalen Kommunikation und Schaufenster der Region.

Wir aktualisieren die Seite www.saale-unstrut-tourismus.de regelmäßig.

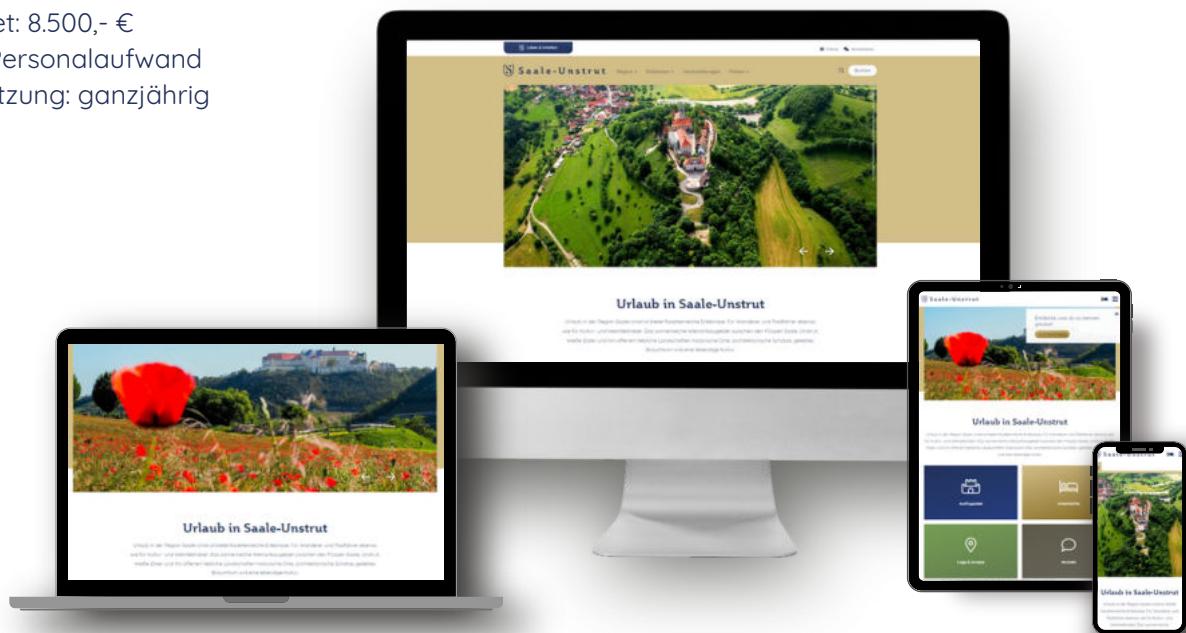
Dazu gehören die Content- und Datenbankpflege, die Betreuung des Veranstaltungskalenders, SEO-Maßnahmen sowie die allgemeine technische Betreuung.

Budget: 8.500,- €
zzgl. Personalaufwand
Umsetzung: ganzjährig



Partnerbeteiligung

- Überprüfung der Aktualität eigener Daten
- Zulieferung von Änderungen und Korrekturen sowie ergänzende Daten
- Eigene Pflege des Veranstaltungskalenders
- Besondere Werbeplatzierungen können gebucht werden (siehe folgende Seiten)





Online-Pakete für die Webseite www.saale-unstrut-tourismus.de

Werbekachel bzw. Kachelteaser auf der Startseite

- Prominente Darstellung Ihres Angebots auf der Startseite der Webpräsenz der Reiseregion Saale-Unstrut
- Verlinkung der Kachel direkt auf Ihre Website
- Werbekachel ist gekennzeichnet als "Tipp"

Kosten



300,- € pro Jahr
für Kommunen & Partner

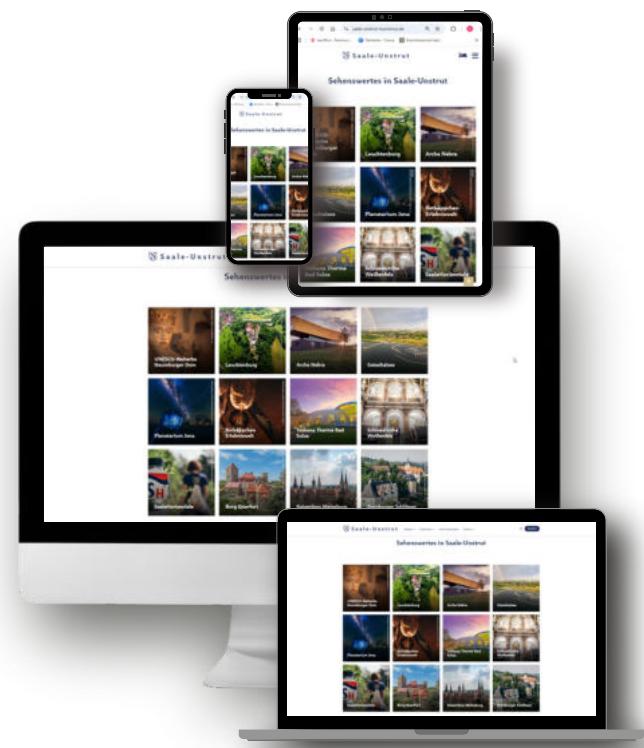


max. 8 Partner pro Jahr



600,- €
für Akteure ohne
Partnerschaftsvertrag

Buchung/Anmeldung im
Branchenportal



Werbekachel bzw. Kachelteaser auf einer Unterseite

- Prominente Darstellung Ihres Angebots auf einer thematischen Unterseite der Webpräsenz der Reiseregion Saale-Unstrut
- Verlinkung der Kachel direkt auf Ihre Website
- Werbekachel ist gekennzeichnet als "Tipp"

Kosten



150,- € pro Jahr
für Kommunen & Partner

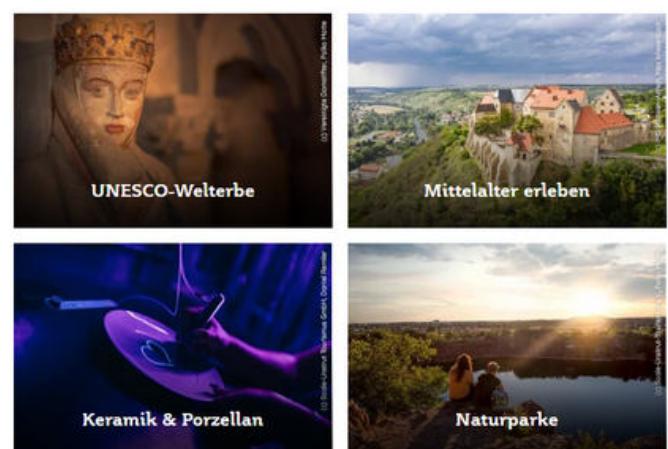


**max. 4 Partner pro Jahr
je Unterseite**



300,- € pro Jahr
für Akteure ohne
Partnerschaftsvertrag

Buchung/Anmeldung im
Branchenportal



Darstellungsbeispiel

neu

weitere Website-Pakete

Image-Unterseite oder Blogbeitrag

- Einbinden einer thematischen Unterseite oder eines individuellen Blogartikels
- Dauerhafte Darstellung, einmalige Erstellung

Kosten



500,- € (einmalig)
für Kommunen & Partner



max. 5 Partner pro Jahr



nicht möglich
für Akteure ohne
Partnerschaftsvertrag

Buchung/Anmeldung im
Branchenportal



Darstellungsbeispiel

Inhaltsseite zu
Ihrem Angebot

- Erstellung einer Inhaltsseite zu Ihrem Angebot und Platzierung dieser auf einer der Themenseiten als Bestandteil des gesamt-touristischen Angebots.
- Der Inhalt basiert auf dem Datenbankeintrag der ThüCat

Kosten

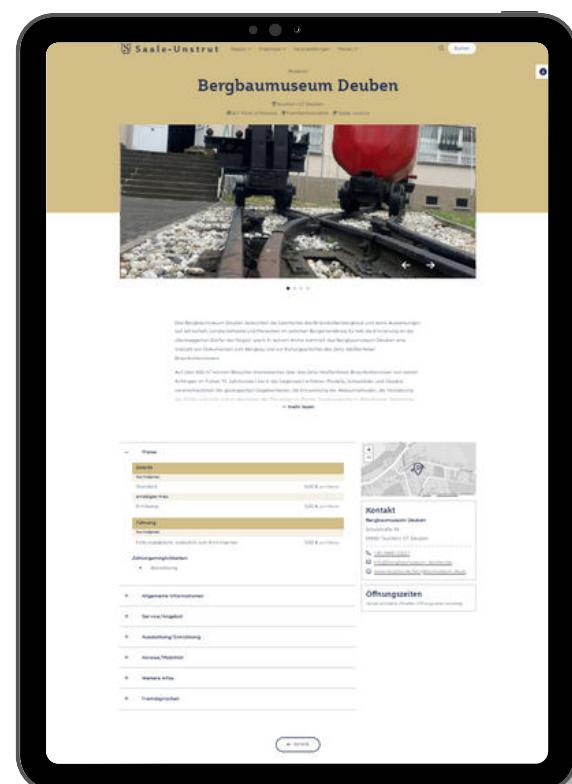


0,- €
für Kommunen & Partner

Buchung/Anmeldung im
Branchenportal



200,- € pro Jahr
für Akteure ohne
Partnerschaftsvertrag



Darstellungsbeispiel

>>> Onlinewerbung

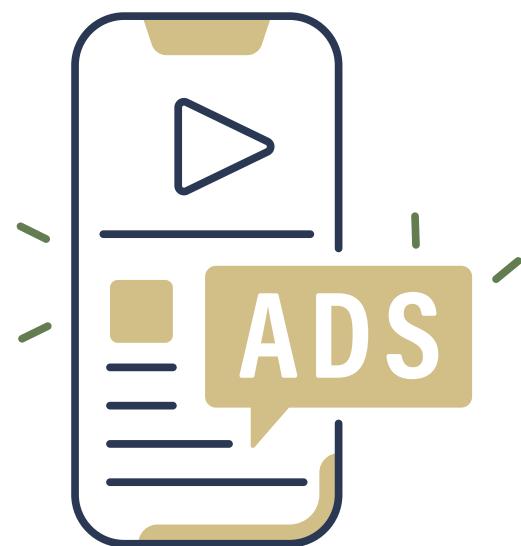
Zur kontinuierlichen Bewerbung der Region möchten wir Onlinewerbung auf verschiedenen Plattformen schalten. Diese sollen auf besondere Themen und Produkte aufmerksam machen.

Umsetzung: ganzjährig



Die Maßnahmen werden nur mit Partnerbeteiligung umgesetzt.

Wenn sich nicht genügend Partner beteiligen, entfällt die jeweilige Maßnahme.



neu

Online-Werbemöglichkeiten

Hessisch-Niedersächsische Allgemeine

- Content-Marketing/PR-Text:
 - Artikel mit 3.000 Zeichen und
 - Max. 10 Bildern
 - Platzierung des Artikels auf der Startseite für 1 Tag
 - Dauerhafte Auffindbarkeit über Suchmaschine
- Anzeige Newsletter mit Verlinkung

The screenshot shows the homepage of HNA (Hessisch-Niedersächsische Allgemeine). At the top, there's a navigation bar with links like 'Kassel Lokales', 'Welt Verbraucher', 'Hessen Niedersachsen Abo', etc. Below the navigation is a large image of a sunset over a landscape. To the right of the image, there's a small graphic of a road with cars and a red sun. Below the image, there's a headline: 'Den Sonnenuntergang bewundern: 10 Tipps für den Urlaub in Italien'. There's also a smaller section with a picture of Stonehenge and some text about travel tips.

Kosten



400,- €

für Kommunen & Partner



500,- €

zusätzlicher Anteil SUT



Umsetzung nur mit 3 Partnerbeteiligungen möglich



nicht möglich

für Akteure ohne Partnerschaftsvertrag

Buchung/Anmeldung im Branchenportal

Mediadaten

- Das reichweitenstarke regionale Nachrichtenportal für Nordhessen und Südniedersachsen
- Monatlich über 33 Mio. Besuche
- Über 55 Mio. aufgerufenen Seiten
- 300.000 Newsletter Abonnenten



www.hna.de

Mediengruppe Kreiszeitung

- Online Advertorial
 - Eingebunden in der Wunsch-Rubrik
 - Inkl. 50.000 Native Teaser-Einblendungen

- Auf der Startseite (rotierend)



Kosten



300,- €
für Kommunen & Partner



Umsetzung nur mit 3 Partnerbeteiligungen möglich



nicht möglich
für Akteure ohne Partnerschaftsvertrag

Buchung/Anmeldung im Branchenportal

Mediadaten

- Zeitungsportal in Nordwest-Niedersachsen
- 3,36 Mio. Zugriffe pro Monat



www.kreiszeitung.de

>>> Beteiligung an den Landeskampagnen von Thüringen und Sachsen-Anhalt

Die Länder Sachsen-Anhalt und Thüringen realisieren eigene Kampagnen mit unterschiedlichen Schwerpunkten.

Wir beliefern die Länder fristgerecht mit Texten und Bildern entsprechend des jeweiligen Content-Schwerpunktes und achten dabei auf eine Ausgewogenheit der Inhalte. Wir unterstützen auch im Umsetzungsprozess der Kampagnen.

Umsetzung: ganzjährig



Partnerbeteiligung

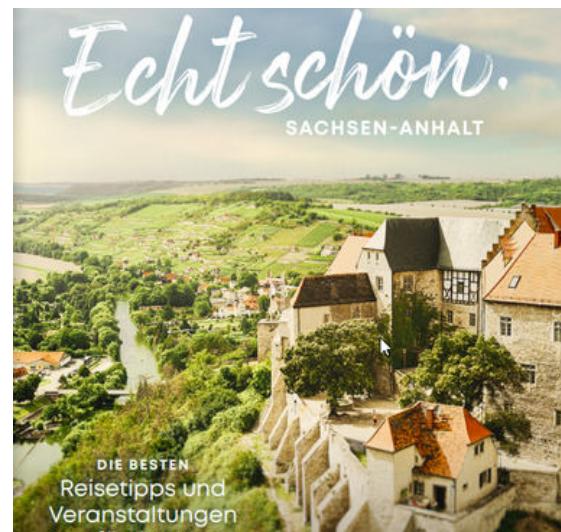
Sie profitieren indirekt von diesen Maßnahmen, indem wir Ihr Angebot empfehlen und weiterleiten.

Weiter Beteiligungen können ggf. direkt bei den Landesmarketinggesellschaften gebucht werden.

Bergauf & Bäm: auf der SaaleHorizontale



Bitte Bild anklicken, um Videos zu starten



>>> Social Media

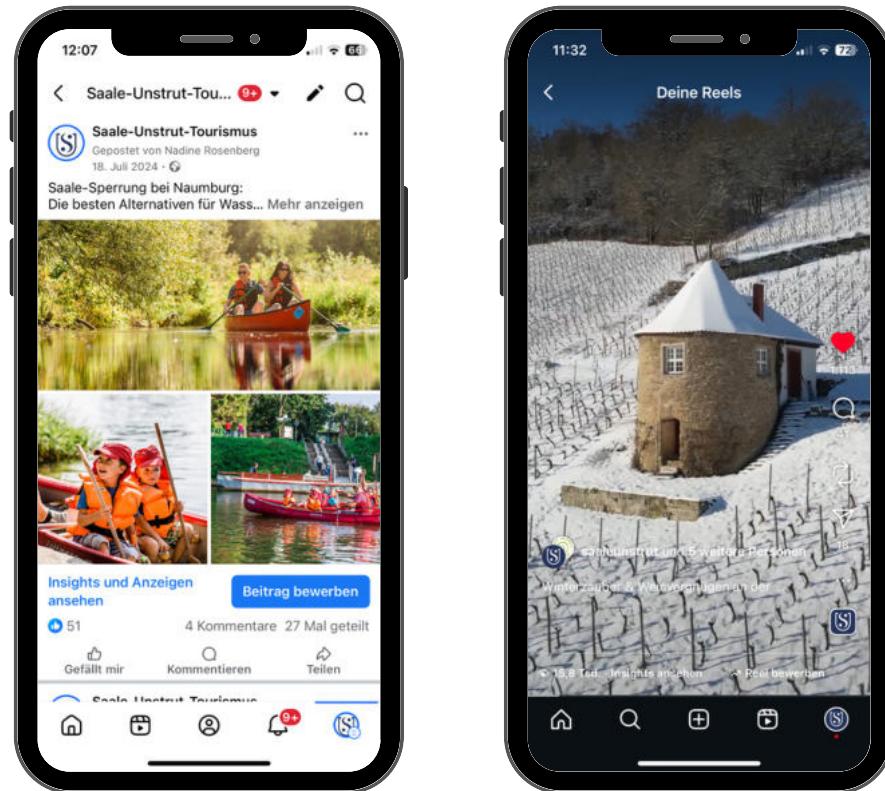
Wir posten regelmäßig Inspirationsthemen auf den verschiedenen Kanälen (FB, Insta, Google, ...) inkl. den Kanälen des Saale- und Unstrutradweges sowie handgemacht Saale-Unstrut. Für eine bestmögliche Reichweite nutzen wir die Kombination aus organischer Reichweite und sponsored post.

Zusätzlich gehen wir Kooperationen mit Influencern ein, die mit ihrer Reichweite zur Bekanntheit von Saale-Unstrut beitragen können. Diese Maßnahmen sind nur mit entsprechender Partnerbeteiligung möglich.

Umsetzung: ganzjährig

**Partnerbeteiligung**

Sie liefern uns Texte und Bilder zu, entweder in Eigenregie als Inspiration für uns oder nach Aufforderung.



>>> B2C-Newsletter

Wir geben bis zu 5x jährlich einen Newsletter für Endkunden heraus. Wir definieren das vordergründige Thema, das beworben werden soll. Dieses wird durch Partnerangebote ergänzt.

Der B2C-Newsletter soll passgenau zum jeweiligen Thema sein. Es werden max. 3-5 Partnerangebote eingebunden.

Budget SUT: 500,- €
zzgl. Sach- und Personalaufwand
Umsetzung: ganzjährig

- Inhalte werden durch die Akteure zugearbeitet.
- Korrekturprozess
- Finaler Versand durch SUT

Mediadaten

- ca. 2.000 Empfänger
- 3-6% Clickrate (sehr gut)
- 8-22% Click-to-open-Rate (gut)

Angebot Newsletter-Beitrag

Buchung/Anmeldung im Branchenportal

-  **ab 49,- €**
für Kommunen & Partner
-  **max. 5 Beiträge je Ausgabe**
-  **ab 79,- €**
für Akteure ohne Partnerschaftsvertrag

neu

Angebot Exklusiv-Newsletter

-  **249,- €**
für Kommunen & Partner
-  **max. 2 Newsletter pro Jahr**
-  **nicht möglich**
für Akteure ohne Partnerschaftsvertrag



Partnerbeteiligung
durch Buchung der Angebotsplätze

**Ausgaben im Jahr 2026**

- 01/2026 - Wo es am schönsten blüht (Frühblüher, Ausblick Parks & Gärten)
- 03/2026 - Viele Wege führen zum jungen Wein (Beginn Weinsaison: Aktivtipps & Wein-VA)
- 06/2026 - Tipps entlang unserer Flüsse
- 08/2026 - Wanderungen zwischen Wald & Reben
- 11/2026 - Besinnlichkeit zwischen Burgen & Schlössern (Advent & Weihnachten)

Liebe/r Frau/Herr Dr. Mustermann,
mit dem aktuellen Newsletter möchten wir Sie auf eine Reise zum Wein nehmen:
Weinbau ist im Saale-Unstrut tief verwurzelt und der Wein nicht nur ein Produkt. Er ist ein Ausdruck dafür, wie Tradition bewahrt und modern gestaltet wird. Die schroffen Spuren, die geweigerten Anläufe oder die intensiven Touren zum Wein - wir vertragen es Ihnen.
Anschließend können Sie sich auf den nächstfolgenden Freizeittag freuen. Er wird die Vorfreude auf die Advenitur schärfen und Sie zu unseren großen wie kleinen Advenitur-Abenteuern informieren. Viel Freude beim Lesen!

Geschmack, der verbindet

Wenn sich der Sommer verabschiedet und die Natur in goldenem Licht getaucht wird, beginnt in Saale-Unstrut die wohl schönste Zeit. Das Qualitätsweinangebot ist ein zu Weinfesten, Weinwanderungen und Begegnungen mit Winzern und Winzerinnen. Saale-Unstrut bedeutet über nicht nur Weingenuss - Es geht auch um die Vermittlung eines Lebensgefühls, das Geschichts-, Handwerk und Kultur miteinander verbindet.

Seit über 1000 Jahren wird erzeugt von Jena, Utna, Weißel, Elster und im Westen umgebaut, aber die Weinbautradition ist weit entfernt davon, verstaubt zu sein. Unsere Winzergemeinde und Winzer fühlen sich dem Handwerk eng verbunden, bringen neue Blüten in die Kreuzung ihrer Weine ein und diskutieren, denken voran und ordnen gemeinsam an den Zukunft der Region.

Im Herbst ist nicht nur die farbenprächtige Landschaft ein Grund, Saale-Unstrut zu besuchen. Bei den verschiedenen Halt- und Winzerfesten kommen Sie mit den Menschen vor Ort ins Gespräch, bei geführten Weinrundgängen erfahren Sie von Weinenwissen, vom Produkt und wie es erzielt. Wer lieber individuell unterwegs ist, wandert am besten auf einem der Weinwege - und ist dafür der Herbst nicht die beste Jahreszeit?

Sie möchten den richtigen Weg zum Wein finden? Folgen Sie uns und lesen Sie mehr dazu.

[Weinherbst am Herbst - mehr lesen](#)

[Mehr über den Saale-Unstrut Wein und seine Veranstaltungen](#)

Unser Weinherbst in Saale-Unstrut

Weingenuis aus Jena - Tradition trifft Sommelier

Seit über 1000 Jahren wird erzeugt von Jena, Utna, Weißel, Elster und im Westen umgebaut, die historische Saale-Konvention ist doch zur Weinherbstmesse unbedingt über das Schauspiel zu verbinden. Einmalig sind die Weinrundgänge, Weinwanderungen, Weinwege, Wein- und Weinfestivals, die in den Regionen des Coburger Land und Döbelner Land zwischen dem Klosterberg und dem Großenberg stattfinden. Hier geht es darum, wiederum die Tropfen in kleinen Mengen herzustellen.

Wer die regionalen Weine präsentieren möchte, ist herzlich zum **Jenaer Alstadtfest vom 12.-21. September** eingeladen. Auch hier der Jena Tourismusinformation sind die chancenreichen, engagierten Winzer zu kontaktieren - der Riedel ist ebenfalls eine gemeinsame Einrichtung.

[Weingenuis aus Jena erleben](#)

Darstellungsbeispiel

>>> WebApp "Der Kreis von Goseck"

... ist ein Spiel zur Besucherlenkung und Steigerung des Urlaubserlebnisses. 40 Erlebnisse sind integriert. Die Webseite www.kreis-von-goseck.de informiert über die kostenfreie Spielmöglichkeit und enthält den Werbetrailer zum Spiel. Ein Faltblatt dient zur Auslage in den Touristinformationen und Ausflugszielen, aber auch bei den Gastgebern.

Budget: 3.000,- €
zzgl. Sach- und Personalaufwand
Umsetzung: ganzjährig



Partnerbeteiligung

- Bewerbung der WebApp bei Ihren Gästen
- Auslegen des Faltblattes in Ihrem Haus
- Hinweis auf der eigenen Website

neu

Erstellung & Inkludierung einer neuen Station

Nur auf Anfrage



ab 2.150,- €

für Kommunen & Partner

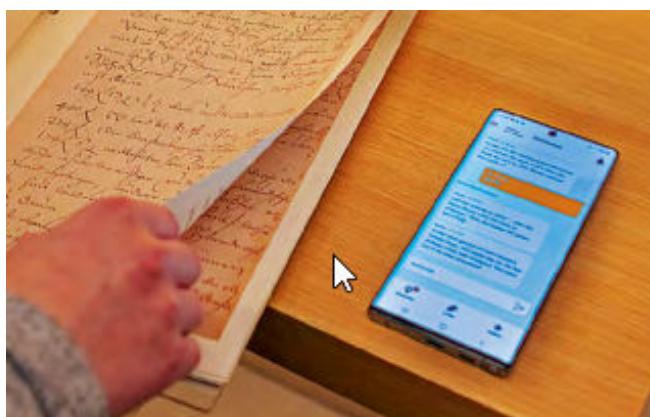
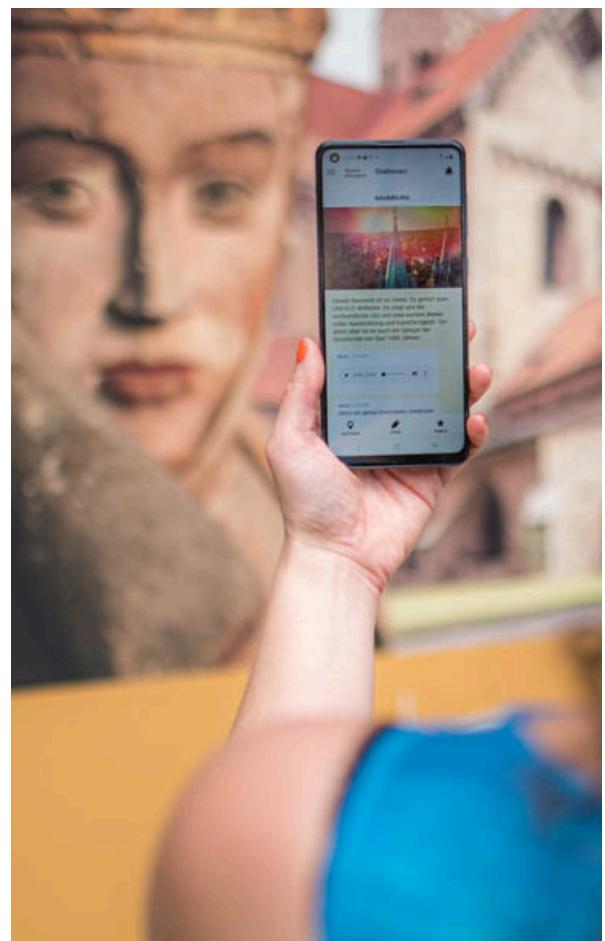


max. 3 Stationen pro Jahr



nicht möglich

für Akteure ohne
Partnerschaftsvertrag



>>> Pressearbeit

Bis zu 12 überregionale Pressemeldungen werden jedes Jahr umgesetzt. Die Themen des Presseplans legen wir gemeinsam mit der AG Marke & Marketing fest. Darüber hinaus organisieren und begleiten wir individuelle Pressereisen.

Budget: 12.500,- €

zzgl. Sach- und Personalaufwand

Umsetzung: 01.01. bis 31.12.2025



Partnerbeteiligung

- durch Zulieferung von Text- und Bildmaterial
- durch zur Verfügung stellen von Sach- und touristischen Leistungen


Pressemitteilung Reise
Saale-Unstrut

Naturparadiese in Saale-Unstrut zu Fuß entdecken

Traumhafte Wunderwege immtigen einzigartiger Naturlandschaften durchziehen die Reiseregion zwischen Leipzig und Jena. Gänzlich ist die Saale-Horizontale, frisch gekürzt zu Deutschlands schönstem Wunderweg 23.

Neunburg, 16. August 2023 (pnp) - Muschelkalkklippen, Weinberge und Auen: Naturlandschaften, die seit langem Tieren und Pflanzen ein zu Hause bieten, wechseln sich in Saale-Unstrut-Landschaften ab. Auf dem 100 Kilometer langen "Wanderweg 23" sind zahlreiche Naturschutzgebiete erleteten Aktiv in Herbst den beeindruckenden landschaftlichen Reichtum der Region. Ein Muss ist eine Etappe auf der Saale-Horizontale rund um Jena. Am 15. August gewinnt der Naturpark Saale-Unstrut-Triasland den Titel „Deutschlands schönster Wunderweg 2023“ in der Kategorie Melioration.

Naturerlebnisregion Natura Jenensis: Tour auf der Saale-Horizontale

Steile Muschelkalkklippen mit Trockenrasen, kleine Kettensäume und alte Buchenwälder sind typisch für die Landschaft um das thüringische Jen. Die 91 Kilometer lange Saale-Horizontale, die in neun Etappen rund um die Saalestadt verläuft, verbindet diese vielfältigen Lebensräume der neu erarbeiteten Naturerlebnisregion Natura Jenensis. Dabei geliefert Wunderer immer wieder neue Erlebnisse. Eine der beliebtesten Etappen des Saalestal-Eine-Tour, die auch Kinder bestreitet, ist die knapp elf Kilometer lange Etappe 8.

Von der Bushaltestelle Mühlholz im Westen Jenas geht es zunächst bergan durch einen Buchenwald zum Wildlehrpfad Schlaue Ue. An verschiedenen Stationen erfahren kleine und große Entdecker hier mehrfach einer App Wissenswertes zum Wald und seinen Bewohnern. Dabei bleibt die Aussicht auf die Saale unverdeckt. Am Ende der Etappe kann man sich bei einem Absacker zum Restaurant Forsthaus mit Aussichtsturm. Vom Ernst-Hoekel-Stein bietet sich erneut eine beeindruckende Aussicht auf Jen. Durch das Lebetal führt die Tour wieder hindn in die Stadt.

Saale-Horizontale: Etappe 8
Stricker, 11 Kilometer
Ziel: Haltestelle Mühlholz, Jen.
Ziel: Haltestelle Ammerbach, Jen.
[Link](http://www.saale-unstrut-triasland.de/wanderweg-23/)

Naturpark Saale-Unstrut-Triasland: Tour von Querfurt zum Hermannsneck

Im Herzen von Saale-Unstrut, im Süden von Sachsen-Anhalt, liegt der über 100 000 Hektar große Geo-Naturpark Saale-Unstrut-Triasland. Der Name ist ein Hinweis auf die Geotope, die hier vor rund 250 Millionen Jahren entstanden und bis heute die Landschaft prägen: Muschelkalk und Buntsandstein, Trockene, artenreiche Hänge wechseln sich mit Weinbergen und fruchtbarem Ackerland ab. Die geologische Vielfalt ist ebenso wie die Flora und Fauna sehr unterschiedlich und reizvoll. Die strukturreiche Landschaft ermöglicht zudem sehenswerte Vogelarten wie den Blaumeisner zahlreiche Brut- und Rastplätze zu finden. Ein großes Wundergeheimt durchzieht den Naturpark.

Als Tagetour im Herbst empfiehlt sich die rund 22 Kilometer lange Rundtour auf der Horschielt der Querfurter Acht. Von der Burgstall Querfurth geht es durch den Ziegelroder Forst, dem

neu Pressemitteilung exklusiv

Nur auf Anfrage

- **Achtung!** Thema muss überregionale touristische Relevanz aufweisen.
Vorabsprache mit SUT notwendig
- SUT übernimmt Koordination zwischen Presseagentur Thiel PR und Partner
- inhaltliche Zuarbeit erfolgt über Partner
- Erstellung der PM sowie Versand erfolgen über Thiel PR

Mediadaten

- Versand der Meldung an 600-1.000 Redaktionen im deutschsprachigen Raum (abhängig von Thema & Zielgruppe)
- Veröffentlichung im SUT-Presseportal (ca. 18.000 Zugriffe)

Angebot Exklusiv-Pressemeldung

 **750,- €**
für Kommunen & Partner

 **nicht möglich**
für Akteure ohne
Partnerschaftsvertrag

 **Pressebereich
Saale-Unstrut**

Print-Anzeigen & Advertorials

Anzeigenschaltung in relevanten Tageszeitungen wie z.B. der Welt am Sonntag und Special-Interest-Magazinen

Umsetzung: ganzjährig



Partnerbeteiligung

Die Maßnahmen werden nur mit Partnerbeteiligung umgesetzt. Wenn sich nicht genügend Partner beteiligen, entfällt die jeweilige Maßnahme.

Kosten für Partner

bei Gemeinschaftsanzeigen: anteilige Kosten

Welt am Sonntag - Ausgabe Ost

- Sonderseite in der WELT am Sonntag Ausgabe Ost mit flexibler Seitenplatzierung
 - 1x im Frühjahr, 1x im November geplant

Kosten



750,- €
für Kommunen & Partner

Buchung/Anmeldung im
Branchenportal



Umsetzung nur mit 6
Partnerbeteiligungen möglich



nicht möglich
für Akteure ohne
Partnerschaftsvertrag

Mediadaten

- 154.000 Leser/innen
 - Leser zwischen 30-59 Jahren
 - Mehr als 60 % der Leser haben Abitur, die Hochschulreife oder ein Studium
 - Männer: 64 %, Frauen: 36 %



neu

Beteiligungen an Special-Interest-Magazinen

WELT Reiseguide

- Halbseitiges Advertorial in der Reise-Beilage der WELT
- Beilage hat eine Gültigkeit von mindesten 6 Monaten

Kosten

 **1.250,- €**
für Kommunen & Partner

Buchung/Anmeldung im
Branchenportal



 **1.000,- €**
zusätzlicher Anteil SUT

 Umsetzung nur mit 2
Partnerbeteiligungen möglich

 nicht möglich
für Akteure ohne
Partnerschaftsvertrag



Mediendaten

- Langfristig angelegte Beilage zur WELT
- Reichweite DIE WELT (Gesamtauflage): 996.000 Leser/innen Print + 113.926 Leser/innen e-Paper

LandIDEE - Reisestrecke

- Eines der bedeutendsten Garten-Magazine in Deutschland
- 1 Seite in der Reisestrecke, davon 2x 0,25 Seitenanteil für Partner

Kosten

 **1.550,- €**
für Kommunen & Partner

Buchung/Anmeldung im
Branchenportal



 **3.100,- €**
zusätzlicher Anteil SUT

 Umsetzung nur mit 2
Partnerbeteiligungen möglich

 nicht möglich
für Akteure ohne
Partnerschaftsvertrag



Mediendaten

- Auflage: 220.000 Stück
- erscheint 2 x monatlich



www.landidee.de

MIT LIEBE - Edeka Kundenmagazin

- Genussmagazin von Edeka
- 1 Advertorial in den Ausgaben Hessenring, Nordbayern-Sachsen-Thüringen, Rhein-Ruhr



Kosten

Buchung/Anmeldung im Branchenportal

- 300,- € bis 750,- € je Adv.**
für Kommunen & Partner
- 500,- € bis 1.350,- €**
zusätzlicher Anteil SUT
- Umsetzung nur mit 2 Partnerbeteiligungen möglich
- nicht möglich
für Akteure ohne Partnerschaftsvertrag

Mediendaten

- 3,2 Millionen Leser gesamt
- Auflage: 1,7 Millionen gesamt
- Erscheint 6 x im Jahr
- Kostenfreie Auslage in Edeka Märkten



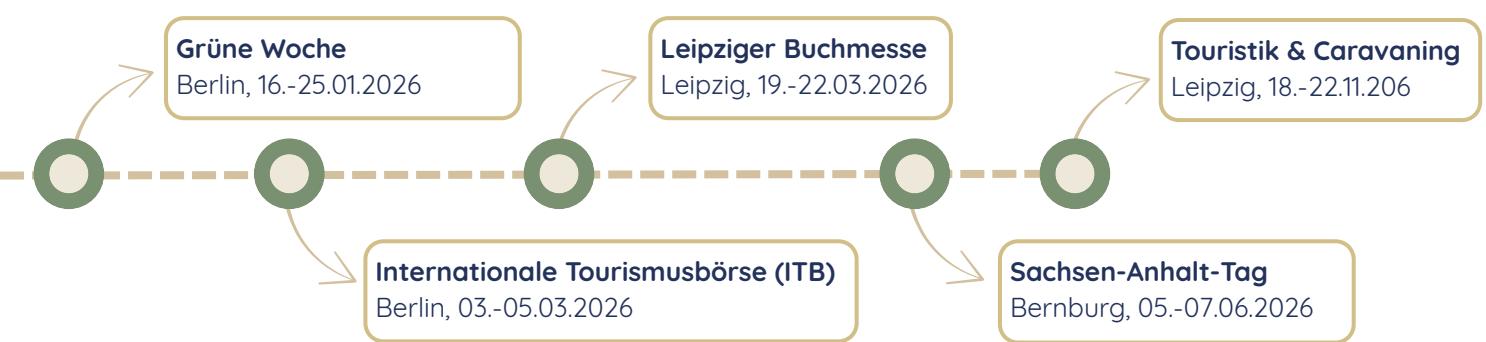
www.edeka.de/kundenmagazin



Messen, Präsentationen

Wir werden die Region bei verschiedenen Messen präsentieren, u.a. auf der Grünen Woche und der ITB Berlin, beim Sachsen-Anhalt Tag in Bernburg, bei der Leipziger Buchmesse sowie der T&C Leipzig etc.

Budget: 20.000,- €
zzgl. Sach- und Personalaufwand
Umsetzung: ganzjährig



<h2>Grüne Woche</h2> <p>16.-25.01.2026</p>	 <p>Grüne Woche</p>
<h3>Fakten</h3> <ul style="list-style-type: none">• rund 310.000 Besucher• Leitmesse für Landwirtschaft, Ernährung, Gartenbau und Landurlaub• Präsentation mit eigenem Stand in der Thüringen-Halle	
<h3>Kosten</h3>	
 <p>175,- € pro Tag Anschließergebühr für Kommunen & Partner</p>	<p>Buchung/Anmeldung Branchenportal</p>
 <p>max. 1 Partner pro Tag als Anschließer möglich</p>	
 <p>nicht möglich für Akteure ohne Partnerschaftsvertrag</p>	

ITB Berlin
03.-05.03.2026

Fakten

- rund 100.000 Besucher
- größte touristische B2B-Messe
- 5.800 Aussteller und 2.700 Journalisten
- Gesprächstisch am Sachsen-Anhalt-Stand

Kosten

**kostenfreie Nutzung
des Gesprächstisches
für Kommunen & Partner**

Buchung/Anmeldung im Branchenportal

**max. 2 Partner pro Tag,
buchbar sind Zeitslots**

nicht möglich
für Akteure ohne
Partnerschaftsvertrag

Leipziger Buchmesse
19.-22.03.2026



Fakten

- rund 286.000 Besucher
- 2.040 Aussteller und 3.658 Medienschaffende
- Präsentation mit eigenem Stand im Bereich "Reisen"

Kosten



200,- € pro Tag

Anschließergebühr für Kommunen & Partner



max. 1 Partner pro Tag als Anschließer möglich



nicht möglich

für Akteure ohne Partnerschaftsvertrag

Buchung/Anmeldung im Branchenportal



Sachsen-Anhalt-Tag
05.-07.06..2026



Fakten

- rund 150.000 Besucher
- Präsentation mit eigenem Stand im Bereich Burgenlandkreis/Saalekreis
- Anmeldung über die Landkreise

Kosten



kostenfreie über den BLK & SK

für Kommunen & Partner



Anmeldung über die Landkreise



nicht möglich

für Akteure ohne Partnerschaftsvertrag

T&C Leipzig
18.-22.11.2026



Fakten

- rund 57.000 Besucher
- 160 Journalisten
- Einzugsgebiet Umkreis von rund 100 km
- eigener Stand im Bereich Reisen

Kosten



950,- € pro Counter

für Kommunen & Partner

Buchung/Anmeldung im Branchenportal



nicht möglich

für Akteure ohne Partnerschaftsvertrag



>>> Urlaubsjournal

Das Urlaubsjournal Saale-Unstrut ist unser inspirierendes Reisemagazin, das sich sowohl an potenzielle Gäste als auch an Urlauber vor Ort richtet. Es verdeutlicht die Schönheit und den Reichtum der Region – mit Geschichten über Kultur, Natur, Genuss und Handwerk, die Lust machen, Saale-Unstrut zu entdecken und zu erleben.

Budget: 35.000,- €
zzgl. Sach- und Personalaufwand
Umsetzung: Mai bis November 2026

**Partnerbeteiligung**

Eine Beteiligung ist durch das Buchen von einzelnen oder mehreren Seiten möglich. Auch Anzeigen oder Advertorials können eingebracht werden.

Buchung kleinerer Advertorials nach Rücksprache

Mediadaten

- Reichweitenstärkstes Printmedium der Saale-Unstrut Tourismus GmbH
- Umfang ca. 100 Seiten
- Auflage: 60.000 Stück
- Vertrieb über Tourist-Informationen, Messen, Stadtfeste und Infopost-Versand

Kosten

890,- € je Innenseite
für Kommunen & Partner

Buchung/Anmeldung im Branchenportal

1.340,- €
U2/U3 (Umschlag-Innenseiten)

1.790,- €
U4 (Rückseite)



1.270,- € je Innenseite
für Akteure ohne Partnerschaftsvertrag

1.915,- €
U2/U3 (Umschlag-Innenseiten)

2.550,- €
U4 (Rückseite)

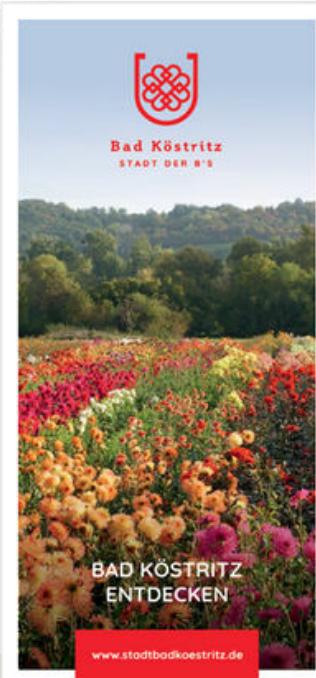


>>> Stadtspaziergänge

Von unseren kommunalen Partnern wurde der Wunsch an uns herangetragen, die beliebten Faltblätter „Stadtspaziergänge“ fortzuführen.

Wir bieten daher die Erarbeitung und Herausgabe dieser Flyer an, die Gästen ein individuelles Erkunden des jeweiligen Ortes ermöglichen. In den kommenden Jahren werden die bestehenden Stadtspaziergänge sukzessive überarbeitet und aktualisiert. Die Neuauflage ist an die Entwicklung eines Stakeholder-Signets gebunden.

Budget: 6.000,- €
zzgl. Sach- und Personalaufwand
Umsetzung: ganzjährig



- Bitte den Wunsch nach Umsetzung an die SUT GmbH herantragen.
- Es ist nur die Umsetzung einer begrenzten Anzahl an Stadtspaziergängen pro Jahr möglich.
- Nach Druckfreigabe werden alle Daten an den Partner übertragen zur weiteren Verwendung.

Kosten

Nur auf Anfrage

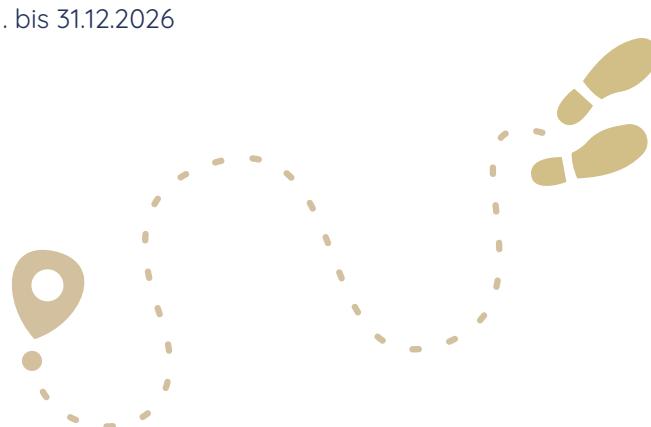
- | |
|---|
|  Druckkosten
für Kommunen & Partner |
|  max. 4 Partner pro Jahr |
|  nicht möglich
für Akteure ohne Mitgliedschaft/
Partnerschaftsvertrag |

>>> Erlebniskarte

Die Erlebniskarte erfährt eine Aktualisierung und einen Nachdruck.

Auflagenhöhe 60.000 Stück (Laufzeit 2 Jahre)

Budget: 17.000,- €
zzgl. Sach- und Personalaufwand
Umsetzung: 01.01. bis 31.12.2026



>>> Cotent-Creator-Kooperationen

Mit authentischem Storytelling und inspirierenden Bildern präsentieren Influencer/ Content Creator die Reiseregion Saale-Unstrut auf ihren Social-Media-Kanälen und ihren Webseiten.

Durch gezielte Kooperationen mit passenden Influencern wird die Bekanntheit der Region gesteigert und neue Zielgruppen werden emotional angesprochen. Damit profitieren wir von einer hohen Reichweite und glaubwürdigen Empfehlungen in einem modernen Kommunikationsumfeld.



Die Maßnahmen werden nur mit Partnerbeteiligung umgesetzt.

Wenn sich nicht genügend Partner beteiligen, entfällt die jeweilige Maßnahme.

Umsetzung: 01.01. bis 31.12.2026

neu

Beteiligungen an Content Creator-Kooperationen

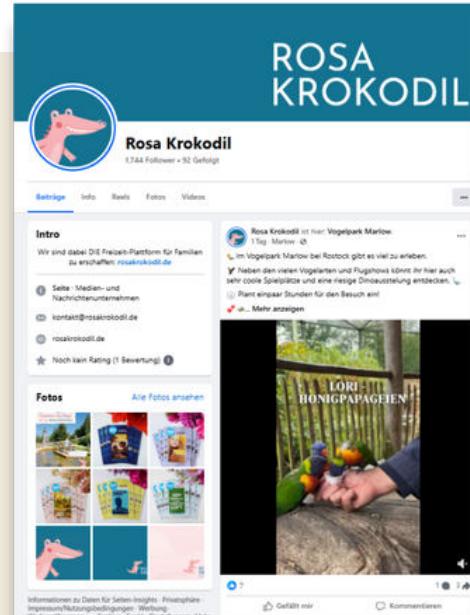
Rosa Krokodil

Angebotsübersicht

- Großes Paket (36 Stunden in...)
- Mit Einbindung von bis zu 7 Ausflugszielen mit
 - bis zu 2 Reels
 - 1 Foto-Karussell mit Co-Autorenschaft
 - mind. 5 TikTok
 - mind. 10 Slides in der Storie pro Tag
- Beitrag als Mini-Guide auf der Website (dauerhaft verfügbar)

Mediadaten

- Echte, treue und stetig wachsenden Community
- Zielgruppe: Familien aus dem adaptiv-pragmatischen Milieu
- 1.4 Mio Views/Monat
- Website: 32.000 Seitenaufrufe
- Instagram: 51.000 Follower
- TikTok: 21.000 Follower
- Pinterest: 150.000 Seitenaufrufe
- Newsletter: 1.500 Abonnent/innen



Kosten



500,- €

für Kommunen & Partner



1.000,- €

zusätzlicher Anteil SUT



Umsetzung nur mit 5 Partnerbeteiligungen möglich



nicht möglich

für Akteure ohne Partnerschaftsvertrag

Buchung/Anmeldung im Branchenportal



Die Freizeitplattform für Familien – Rosa Krokodil

Entdecke mit Rosa Krokodil handverlesene Freizeittipps für Familien in Mitteldeutschland. Von...
rosakrokodil.de



WE TRAVEL THE WORLD
\$1.097 Follower • 115 Gefolgt

Intro
Leb' jetzt – Raus vom Sofa und entdecke die Welt!
www.wetraveltheworld.de

Seite • Blogger/in
support@wetraveltheworld.de
wetraveltheworld.world
WETRAVELIN.S
wetraveltheworld.world
wetraveltheworld.de

Fotos • Alle Fotos anzeigen

WETRAVELTHEWORLD

Angebotsübersicht

- Blogpost
- 1 Instagram Reels
- 1 Facebook Reel
- 1 Instagram/Facebook Story mit mind. 5 Slides

Mediadaten

- Zielgruppe: Reiselustige, vor allem aus deutschsprachigem Raum
- Blog/Website: 973.000 Seitenaufrufe
- Instagram: 50.000 Follower
- Facebook: 51.000 Follower
- TikTok: 36.500 Follower
- YouTube: 5.700 Subscriber
- Pinterest: 359.000 Seitenaufrufe pro Monat
- Tripadvisor: 5.500 Follower
- Newsletter: 23.00 Abonnent/innen

Kosten

- 750,- €**
für Kommunen & Partner
- 1.000,- €**
zusätzlicher Anteil SUT
- Umsetzung nur mit 5 Partnerbeteiligungen möglich**
- nicht möglich**
für Akteure ohne Partnerschaftsvertrag

Buchung/Anmeldung im Branchenportal



Startseite

Mehrfach ausgezeichneter Reiseblog mit den schönsten Reisezielen in Deutschland, Europa & weltweit – Abenteuer, Roadtrips & Städtereisen

WE TRAVEL THE WORLD



The screenshot shows a mobile version of the website 'Fräulein Draußen'. At the top is a logo with four green pine trees and the text 'FRAULEIN DRAUßEN' below it. Below the logo is a 'CATEGORY' section with the word 'DEUTSCHLAND' in bold. The background of the page features a large, semi-transparent watermark of the word 'WANDERN'.

Fräulein Draußen

Angebotsübersicht

- 3- bis 4-tägige Produktionsreise
- 1 ausführlicher Blogartikel
- diverse Social-Media-Posts
- Veröffentlichung der Touren auf Komoot-Profil

Mediadaten

- Zielgruppe: 65% weiblich, 35% männlich im Alter von 25-54 (14%) aus DACH-Raum
- Blog/Website: 50.000-70.000 Seitenaufrufe pro Monat
- Instagram: 33.000 Follower
- Facebook: 20.000 Follower
- Komoot: 23.000 Follower



Kosten



1.500,- €
für Kommunen & Partner



1.000,- €
zusätzlicher Anteil SUT



**Umsetzung nur mit 5
Partnerbeteiligungen möglich**



nicht möglich
für Akteure ohne
Partnerschaftsvertrag

Buchung/Anmeldung im
Branchenportal



Homepage

Hallo! Ich bin Kathrin, Chef-Abenteurerin dieses Outdoorblogs.

Hier teile ich seit 2013 meine Erlebnisse in und mit der Natur sowie Infos und Tipps zu Ausrüstung, Reisen und mehr. Viel Spaß beim Lesen!

>>> Zielmarktkampagne Nordrhein-Westfalen, Niedersachsen & Berlin

Mit der Kampagne wenden wir uns gezielt an potenzielle Gäste aus Niedersachsen, Berlin und Nordrhein-Westfalen. Durch abgestimmte Marketingmaßnahmen in diesen Zielmärkten wird die Sichtbarkeit sowie der Bekanntheitswert der Reiseregion Saale-Unstrut erhöht, das Reiseinteresse gesteigert und die Buchungsentscheidung aktiv unterstützt.

Ziel ist es, Saale-Unstrut als attraktive Kurzreisedestination nachhaltig zu positionieren.

Budget: 75.000,- €
zzgl. Sach- und Personalaufwand
Umsetzung: ganzjährig

Die Zielmarktkampagne wird als überregionale Online-Marketing-Kampagne umgesetzt inkl. folgender **Einzelmaßnahmen**:

- Contentproduktion
- Landingpage
- Social Media Anzeigen
- SEA
- Podcast
- uvm.



Partnerbeteiligung

Beteiligung an folgenden Einzelmaßnahmen wird aufgeführt möglich.

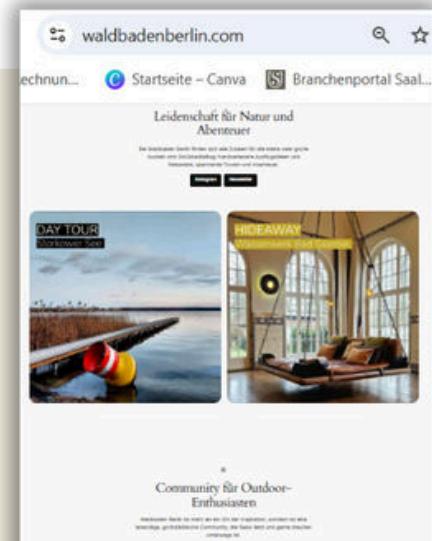
neu

Influencerkooperation im Rahmen der Zielmarktkampagne

Waldbaden Berlin

Angebotsübersicht

- Video für Instagram und Tiktok
- Flankierende Stories
- und weiterführende Informationen/Links
- Serie mit 3 Beiträgen



Mediadaten

- Instagram: 92.300 Follower
- Engagement: >4% bei ø 3.500 Likes/ 90 Kommentare
- Zielgruppe: Männer: 35%, Frauen: 65 %
- Alter: 25-34 - 26% / 35-44 - 36% / 45-54 - 21% / 55-64 - 12 %
- Standorte: 95% Deutschland, 60% Metropolregion
- Reels: ø 200.000 Views
- Stories: ø 12.000 Views
- Likes: ø 6.700
- Speicherung: ø 8.000



www.waldbadenberlin.com

Kosten



1.500,- € je Partner
für Kommunen & Partner



max. 2 Partner je Beitrag



nicht möglich
für Akteure ohne
Partnerschaftsvertrag

Buchung/Anmeldung im
Branchenportal



Beteiligungen an Podcast-Kooperationen

Reisen Reisen

45-minütige Podcast Folge

- An 4 Tagen vor Release Bewerbung über Instagram inkl. Collab Posts
- Inkl. Veröffentlichung eines Beitrags im Newsletter



Kosten



1.000,- €

für Kommunen & Partner

Buchung/Anmeldung im
Branchenportal



10.000,- €

zusätzlicher Anteil SUT



**Umsetzung nur mit 8
Partnerbeteiligungen möglich**



nicht möglich

für Akteure ohne
Partnerschaftsvertrag

Mediadaten

- 8 Millionen Downloads bis August 2025
- 40.000 Zuhörer pro Folge
- Instagram: 30.000 Follower
- Newsletter: Über 3.000 Abonnenten (60 % Öffnungsrate)



www.reisen-reisen-der-podcast.de

Saale-Unstrut Podcast

Angebotsübersicht

1 Staffel mit 10 Folgen

10-minütige individuelle
Podcastfolge mit Vorstellung eines
Ausflugsziels/ Angebots

Buchung/Anmeldung im
Branchenportal



Kosten



500,- €

für Kommunen & Partner



**Umsetzung nur mit 8
Partnerbeteiligungen möglich**

Media

- Aufbau eines Saale-Unstrut Podcasts
- Vertrieb über die gängigen Formate wie Spotify, Apple usw.
- Monatliche Veröffentlichung einer Folge



6.000,- €

zusätzlicher Anteil SUT



nicht möglich

für Akteure ohne
Partnerschaftsvertrag

>>> Touristische Angebotsentwicklung und -bündelung für Gruppen und Ausbau der Kooperationen mit Reiseveranstaltern (B2B)

Die Zusammenarbeit zwischen Reiseveranstaltern und touristischen Leistungsträgern der Region soll ausgebaut werden.

Dabei werden Maßnahmen in folgenden Bereichen realisiert:

Angebotsentwicklung und Produktbündelung

- Entwicklung attraktiver und gut strukturierter Reiseangebote, die den Bedürfnissen von Reiseveranstaltern entsprechen
- Bündelung der einzelnen Angebote zu marktfähigen und buchbaren Reisepaketen, die auf die Zielgruppen der Reiseveranstalter zugeschnitten sind

Vermittlung von Kontakten und Netzwerken

- Förderung des Austauschs von Leistungsträgern innerhalb der Region, um maßgeschneiderte Angebote für Reiseveranstalter zu schaffen



Bereitstellung von Informations- und Marketingmaterial

- Erstellung von Marketingmaterialien wie Bildmaterial und detaillierte Reisebeschreibungen und Empfehlungen, die den Reiseveranstaltern die Vermarktung der Region erleichtern
- Erschließen von Vertriebswegen

Organisation von FAM-Trips (Familiarization Trips)

- Organisation von Besichtigungsreisen (FAM-Trips) für Reiseveranstalter, damit diese die Destination und deren Angebote persönlich kennenlernen und besser vermarkten können

Gruppenreiseportal

- Ausbau des Gruppenreiseportals Saale-Unstrut als zentrale Informationsplattform zum Reisesegment

Budget: 15.000,- €
zzgl. Sach- und Personalaufwand
Umsetzung: ganzjährig



Partnerbeteiligung

Teilnahme an Workshop und Weiterbildungsangeboten, aktive Produktentwicklung, Beteiligung an FAM-Trips und Bereitstellung von Leistungen im Rahmen der FAM-Trips

Darstellung des Gruppenangebotes auf dem Gruppenportal

Kosten

Buchung/Anmeldung im Branchenportal



kostenfrei

für Kommunen & Partner



150,- € pro Jahr

für Akteure ohne Partnerschaftsvertrag



Gästeservice

>>> Für Gastgeber Buchungsportale

Sie können Ihre Unterkünfte über die Buchungssysteme Feratel und "Thüringen buchen" (TOMAS) online buchbar machen.

Unsere Servicepartner OBS (für Feratel) und Lohospo (für "Thüringen buchen") sind Ihre Ansprechpartner und unterstützen Sie bei der Einrichtung und Pflege Ihrer Daten im jeweiligen System.

Beide Unternehmen fungieren zugleich als Channelmanager – ein besonderer Vorteil vor allem für kleinere Betriebe, da Ihre Unterkünfte dadurch automatisch auf zahlreichen Buchungsportalen digital sichtbar werden.

>>> Vertrieb der Destinationsbroschüren

Wir verteilen regelmäßig die Destinationsbroschüren innerhalb der Region sowie bei Standortpräsentationen und Messen.

Mehrmals im Jahr stellen wir Termine zur Verfügung, an denen Sie das gewünschte Prospektmaterial in unserem Zentrallager in Naumburg abholen können.

Umsetzung: ganzjährig



Partnerbeteiligung

- eigenständige Bestellung in der Geschäftsstelle und rege Nutzung der Destinationsbroschüren



Partnerbeteiligung

Mittels Vertragslegung mit OBS/
Lohospo



Kosten für Partner

verschiedene Provisionsmodelle:
12% bis 20% pro Buchung zzgl. MwSt.
(abhängig von Buchungsplattform)

>>> Gastgeberverzeichnis

Unser jährlich erscheinendes Gastgeberverzeichnis gibt einen umfangreichen Überblick über die Beherbergungsbetriebe in der Region inkl. ihrer Serviceangebote.

Es erleichtert potenziellen Gästen die Orientierung, ist aber zugleich auch ein wertvolles Instrument für Gastgeber, ihre Angebote sichtbar zu machen.

Ergänzt wird es um Imageseiten zu einzelnen Städten und Stadtpläne zur besseren Orientierung.

Budget: 10.000,- €
zzgl. Sach- und Personalaufwand
Umsetzung: Mai bis Dezember

Mediadaten

- Umfang bis zu 48 Seiten
- Auflage: 12.500 Stück
- Vertrieb über Tourist-Informationen, Messen, Stadtfeste und Infopost-Versand



Kosten für Kommunen und Partner

85,- € zzgl. 0,35 € pro Bett
Größe S | 1/8-Seite inkl. eines Fotos

Buchung/Anmeldung im
Branchenportal



170,- € zzgl. 0,35 € pro Bett
Größe M | 1/4 Seite inkl. eines Fotos

335,- € zzgl. 0,35 € pro Bett
Größe L | 1/2 Seite inkl. mehrerer Fotos

670,- € zzgl. 0,35 € pro Bett
Größe XL | 1/1 Seite inkl. mehrerer Fotos

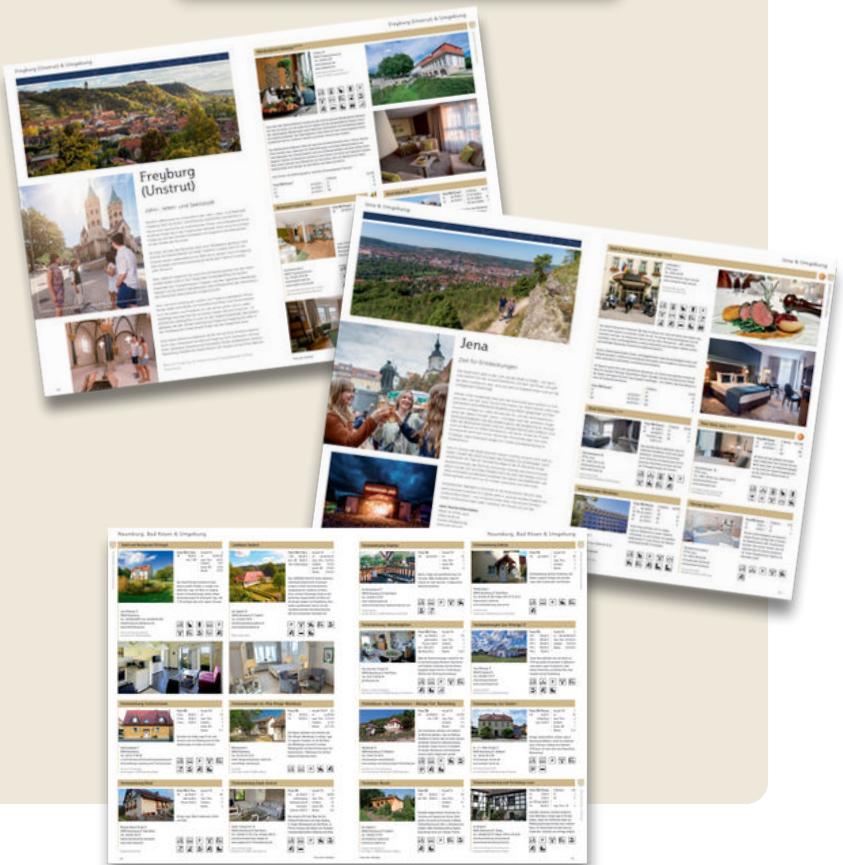
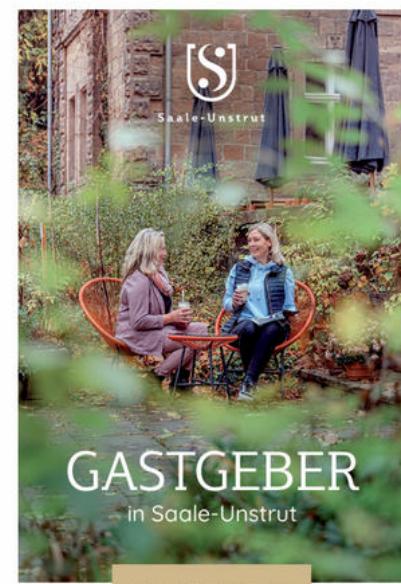
Kosten Akteure ohne
Partnerschaftsvertrag

119,- € zzgl. 0,50 € pro Bett
Größe S | 1/8-Seite inkl. eines Fotos

238,- € zzgl. 0,50 € pro Bett
Größe M | 1/4 Seite inkl. eines Fotos

476,- € zzgl. 0,50 € pro Bett
Größe L | 1/2 Seite inkl. mehrerer Fotos

952,- € zzgl. 0,50 € pro Bett
Größe XL | 1/1 Seite inkl. mehrerer Fotos





Nachhaltigkeit

>>> Auf dem Weg zum nachhaltigen Reiseziel

Wir befinden uns im Zertifizierungsprozess zum nachhaltigen Reiseziel, begleitet von der TourCert gGmbH.

Unser Ziel ist es, die Region Saale-Unstrut dauerhaft als nachhaltiges Reiseziel zu etablieren. Nachhaltigkeit verstehen wir dabei nicht als einmalige Initiative, sondern als kontinuierlichen Entwicklungsprozess für die gesamte Destination.

Eine Befragung der Betriebe hat gezeigt: Viele Partner wünschen sich klare Leitlinien der Destination zur nachhaltigen Entwicklung. Gleichzeitig wurde deutlich, dass bereits zahlreiche Maßnahmen umgesetzt werden – jedoch oft ohne übergeordneten strategischen Rahmen. Mit der Zertifizierung schaffen wir diesen Rahmen und sorgen für Transparenz und Vergleichbarkeit.



Partnerbeteiligung

Mitwirkung bei Umfragen, Workshops, Netzwerkveranstaltungen etc.



Kosten für Partner

Kosten fallen nur im Zuge von Zertifizierungen an. Die Qualifizierung als "TourCert Qualified" Betrieb ist im Rahmen der Destinations-zertifizierung kostenfrei.

Diesen Weg können wir nur gemeinsam mit unseren Partnerbetrieben und -kommunen gehen. Sie gestalten das Erlebnis vor Ort und stehen beispielhaft für die nachhaltige Entwicklung in Saale-Unstrut.

Budget: 17.000,- €
zzgl. Sach- und Personalaufwand
Umsetzung: fortlaufend

Vorteile einer eigenen Zertifizierung

Höhere Sichtbarkeit bei Gästen, die gezielt nachhaltige Angebote suchen

Nutzung des Nachhaltigkeitssiegels in Marketing und Kommunikation

Zugang zu Netzwerken, Schulungen und Beratung

Glaubwürdige Positionierung am Markt



>>> handgemacht Saale-Unstrut: Projektstand

Für alle Netzwerkpartner gilt, dass sie von verschiedenen Vorteilen profitieren können.

Budget: 20.000,- €
zzgl. Sach- und Personalaufwand
Umsetzung: ganzjährig

Vorteile für die Netzwerkpartner

- Präsentation mit Bildern und Kontakt auf der Website von handgemacht Saale-Unstrut
- Aufnahme in die Übersichtskarte handgemacht Saale-Unstrut und die Flyer der Partner
- Möglichkeit für die Anfertigung von professionellem Video- und Fotomaterial (abhängig von finanziellen Mitteln der Initiative)
- Einbindung in die Social-Media-Kommunikation
- Teilnahme an Austauschforen sowie Märkten, Messen und Weiterbildungsangeboten
- Nutzung der Veranstaltungsausstattung

Mehr dazu unter:
<https://www.handgemacht-saale-unstrut.de/mitmachen/>



Aktive Beteiligung am Netzwerk

In folgenden Bereichen können Sie Teil des Netzwerks sein:

- Handwerk
- Landwirtschaftliche Produkte
- Verarbeitete, veredelte Lebensmittel
- Gastronomie/Hotellerie (ganzer Betrieb)
- Gastgeber
- Erlebnisangebote

Nur auf Anfrage



Partnerbeteiligung

- durch Aufnahme ins Netzwerk
- Antragstellung muss erfolgen

Kosten für Partner

150,- bis 300,- € zzgl. MwSt. pro Jahr
Beitrag abhängig von Mitarbeiterzahl



Regionale Produkte als Souvenirs

Bieten Sie Ihren Gästen ein kleines Sortiment der wunderbaren Produkte der Handmacher an. Kennen Sie z.B. die handgemacht Saale-Unstrut Kühlertasche (34,90 €)?

Produkte sind aber auch bei den Handmachern direkt erhältlich oder bei ausgewählten Touristinformationen.

>>> Initiative "Leben & Arbeiten: Saale-Unstrut. Mehr als du denkst."

Ziel der Initiative ist es, die Region als attraktiven Lebens- und Arbeitsort zu etablieren und bekannter zu machen. Es sollen Menschen gewonnen werden, die sich als Auszubildende, Arbeits-/Fachkräfte oder als Gründer/Nachfolger für die Region begeistern und aktiv den Tourismus mitgestalten.

Maßnahmen im Rahmen der Initiative sind:

- Aktualisierung und Pflege der Webseite "Leben und Arbeiten"
- Social-Media-Kommunikation
- Stärkung des Netzwerkes durch Veranstaltungen und Stammtische
- Verschränkung mit dem Thema Tourismusbewusstsein

Budget: 5.000,- €

zzgl. Sach-und Personalaufwand

Umsetzung: ganzjährig

Vorteile für die Netzwerkpartner

- Präsentation mit Bildern und Kontakt auf der Website "Leben und Arbeiten"
- Präsentation als regionaler Unterstützer der Charta und der damit verbundenen Aufgaben als aktiver Botschafter für ein attraktives Arbeitsumfeld
- Informations- und Wissensaustausch innerhalb des Netzwerkes
- Netzwerkveranstaltungen zu arbeitsmarktrelevanten Themen
- Einbindung in die Social-Media-Kommunikation
- Exklusiver Zugang zu allen Werbemitteln der Kampagne
- Teilnahme an Austausch- und Kreativforen



Das sagen unsere Gäste...

- Gesamtzufriedenheit 1,6
- Wiederbesuchabsicht 1,6
- Empfehlungswahrscheinlichkeit 1,4
- Höchste Zufriedenheitswerte:
 - Gastfreundschaft
 - Unterkunft
 - intakte Landschaft und Natur
- Ausbaufähig:
 - Mobilitätsangebote
 - Barrierefreiheit
 - Öffnungszeiten

Qualität & Wissenstransfer

>>> Schulungen für Leistungsträger und kommunale Touristiker

Wir unterstützen Sie bei wichtigen Themen, welche die touristische Arbeit mit sich bringt, halten Sie auf dem Laufenden und bieten Schulungen an, an denen Sie teilnehmen können.

- Saale-Unstrut-Veranstaltungskalender
- Datenmanagement in Saale-Unstrut ThÜCAT/SaiNT
- Das Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (BFSG) beachten bei der Social-Media-Kommunikation
- Barrierefreiheit im Tourismus
- Nachhaltigkeit im Tourismus

Budget: 2.500,- €

zzgl. Sach- und Personalaufwand

Umsetzung: Die verschiedenen Termine werden rechtzeitig im Branchenportal & im Branchennewsletter bekannt gegeben.



Unser Tipp:
Nutzung der e-Learning-Plattform

Von unserer Webseite aus gelangen Sie auf die touristische e-Learning-Plattform. Sie benötigen lediglich Ihre Zugangsdaten. Weiterhin sind auch Neu-Registrierungen möglich.



Partnerbeteiligung
durch Nutzung der Schulungsangebote

Kosten für Partner

teilweise kostenfrei oder geringe Teilnahmegebühr, abhängig von Schulungsangebot

Buchung/Anmeldung im Branchenportal



www.saale-unstrut-tourismus.de/e-learning/

>>> Produktschulungen & Infotouren

Wir laden zur Erkundung der eigenen Region ein. Dafür planen wir gemeinsam mit unseren Partnern verschiedene Infotouren, zu denen Sie und Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eingeladen sind.

Budget: 1.000,- €

zzgl. Sach- und Personalaufwand

Umsetzung: Termine werden rechtzeitig über das Branchenportal und den Branchennewsletter bekannt gegeben.

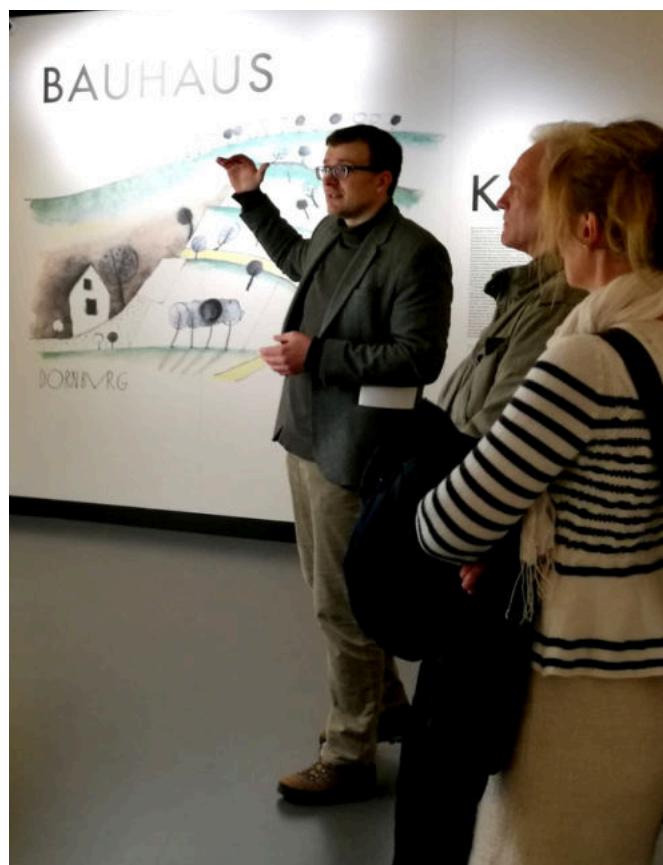


Partnerbeteiligung

Nutzen Sie das Infotour-Angebot und lernen Sie die touristischen Produkte kennen, die Sie an Gäste weiterempfehlen.

Buchung/Anmeldung im Branchenportal

Die Anmeldung zu den Infotouren erfolgt über das Branchenportal.



Sie würden gern Gastgeber einer Infotour sein?

Sie möchten gern den regionalen Touristikern Ihr Produkt vorstellen? Geben Sie uns gerne Bescheid, damit wir einen Termin gemeinsam mit Ihnen finden können.

Als Gastgeber einer Informationstour legen Sie in Abstimmung mit uns die Leistungen fest, die Bestandteil der Informationstour sein sollen. Leistungen externer Partner können auch mit einer kleinen Gebühr refinanziert werden.

Termine

- 11.03.2026 | 10.00-12.00 Uhr
Arche Nebra, Wangen
- 01.09.2026 | 10.00-13.00 Uhr
Kanutour auf der Saale oder Unstrut
- 06.10.2026 | 10.00-12.00 Uhr
Stadtführung Merseburg

*Terminänderungen vorbehalten



>>> Klassifizierungen & Zertifizierungen

Unsere geschulten Mitarbeiter führen Zertifizierungen für DTV, Wanderbares Deutschland sowie Bett&Bike durch.

Budget: 500,- €
zzgl. Sach- und Personalaufwand
Umsetzung: ganzjährig



Partnerbeteiligung

Bei Interesse an einer Zertifizierung/
Klassifizierung Ihrer Unterkunft melden
Sie sich bitte in der Geschäftsstelle.

Kosten für Partner
abhängig von der Zertifizierung



>>> Barrierefreiheit

Zwei unserer Mitarbeiterinnen sind für das deutschlandweite Kennzeichnungssystem „Reisen für Alle“ ausgebildet.

Sie übernehmen gern die Erhebung der Qualitätsstandards in Einrichtungen, Unterkünften und Ausflugszielen, um die Voraussetzungen für den Erhalt des Labels „Reisen für Alle“ zu schaffen.

Budget: 2.500,- €
Sach- und Personalaufwand
Umsetzung: ganzjährig



Beteiligung

Bei Interesse an einer Erhebung Ihrer Einrichtung melden Sie sich bitte in der Geschäftsstelle.

Kosten

Abhängig von der Zertifizierung
zwischen 100,- und 500,- €. Partner
erhalten 25% Rabatt.

>>> Produktcheck: Werden Sie Glanzlicht!

Unsere Qualitätsinitiative für Ihr touristisches Produkt

Der Produktcheck dient dazu, Ihre zielgruppenorientierten Produkte herauszuarbeiten, welche unsere Markenessenz „Verbogener Glanz“ näher ausführen. Mit dem Produktcheck wollen wir die Glanzlichter in Saale-Unstrut finden.

Budget: 5.000,- €
zzgl. Sach- und Personalaufwand
Umsetzung: fortlaufend

Ihre Vorteile & Benefits

Als Glanzlicht erhalten Sie u.a.:

- eine Einschätzung zur Qualität Ihres touristischen Produkts
- Unterstützungsleistungen in Form von Beratung und Impulsen zur Weiterentwicklung Ihres Produktes (Coaching)

Partnerbeteiligung

Nutzen Sie die Möglichkeit, Ihr touristisches Produkt prüfen zu lassen und führen Sie den Produktcheck durch.





Unsere Glanzlichter

Kaiserdom Merseburg	Schlosskirche Weißenfels
Bahnhof Droyßig	Arche Nebra
SaaleHorizontale	Fluss & Zeit
Zeiss Planetarium Jena	Outtour Aktivreisen
Uta-Treffen Naumburg	Kloster Memleben
SunGolf Eckartsberga	Weinberghotel Edelacker
Leuchtenburg	
Weinhotel Freylich Zahn	

Stand November 2025

Mit dem Erreichen des Glanzlicht-Status profitieren Sie von verschiedenen Benefits:

- eine Pressemitteilung zur individuellen Verwendung (insbesondere regionale Ausspielung)
- einen Beitrag im Branchen-Newsletter
- ein professionelles Fotoshooting
- individuelles Stakeholderdesign
- regelmäßige Schulungen und Treffen aller Glanzlichter
- „Vorkaufsrecht“ und/oder besondere Platzierung bei Partnerbeteiligungen



Wie läuft der Produktcheck ab?

Sie können den Produktcheck auf unserer digitalen Plattform jederzeit durchlaufen. Er enthält insgesamt 9 Module. In den Modulen sind je nach Thema kurze Erklärvideos, Best-Practice-Listen u.a. hinterlegt.

Falls Sie während des Ausfüllens unterbrochen werden, können Sie weitere Module auch an einem anderen Tag absolvieren.

Sobald Sie alle Module abgeschlossen haben, prüfen wir Ihre Eingaben und setzen uns mit Ihnen in Verbindung. Soweit Sie mit uns einen Kooperationsvereinbarung abgeschlossen haben, teilen wir Ihnen anschließend den erreichten Glanzlicht-Status mit oder unterstützen Sie dabei, an der einen oder anderen Stelle Ihr Produkt weiterzuentwickeln.

Hinweis: Es stehen Ihnen in den Modulen weiterführende Lernvideos zur Verfügung, falls Sie sich vor dem Ausfüllen intensiver mit dem Thema beschäftigen möchten.

Gern stehen wir Ihnen auch beratend zur Seite.

3 x 3 Module

MARKE	Verbogener Glanz*	Unser Markenversprechen	Markengrundsätze
PRODUKT	Ihre Spitzenleistung	Weiterempfehlung	Erreichbarkeit/ Verfügbarkeit
QUALITÄT	Content-Qualität	Digitale Auffindbarkeit und Sichtbarkeit	Mitarbeitende im Tourismus

Produktcheck online
durchlaufen

vorläufiger Glanzlicht-Status

Coachingprozess
(falls notwendig)

abschließender
Glanzlicht-Status

Evaluierung nach 3 Jahren
(bei gültigem Partnervertrag)



Bitte Bild anklicken, um Video zu starten



Bitte Bild anklicken, um Video zu starten



>>> Daten- & Contentpflege

Eine unserer dauerhaften Aufgaben ist die Pflege von Daten zu Ihren Angeboten, Ausflugszielen, Gasthäusern, Übernachtungsmöglichkeiten u.v.m.

Daher nehmen wir regelmäßig mit Ihnen Kontakt auf, um z.B. Öffnungszeiten, Preise, neue Angebote etc. abzufragen.

Wozu machen wir das?

Als zentrale Datenbank nutzen wir ThüCAT, damit die Daten zu Ihren Einrichtungen und Angeboten immer aktuell nicht nur auf unserer Webseite ausgespielt werden können, sondern auch maschinenlesbar zur Ausspielung auf Landes- und Bundesebene vorliegen. Schließlich informieren sich immer mehr Menschen digital über ihr Reiseziel. Je aktueller und aussagekräftiger die Datenbasis ist, umso wahrscheinlicher fällt die Wahl auf das vorgehaltene Angebot.

Budget: 6.000,- €
zzgl. Sach- und Personalaufwand
Umsetzung: ganzjährig



Partnerbeteiligung
regelmäßige Bekanntgabe von Änderungen und verlässliche Zuarbeit bei Contentabfragen

>>> Veranstaltungskalender

Machen Sie von der Einstellung Ihrer Veranstaltung in den zentralen Veranstaltungskalender Saale-Unstrut Gebrauch. Der Veranstaltungskalender kann problemlos und kostenfrei auf Ihrer Webseite integriert werden. Bei Interesse stehen wir Ihnen gern zur Verfügung.

Budget: 2.000,- €
zzgl. Sach- und Personalaufwand
Umsetzung: ganzjährig



Partnerbeteiligung
Nutzung des Veranstaltungskalenders und des Veranstaltungsmelders



>>> Schnittstellen & Portale

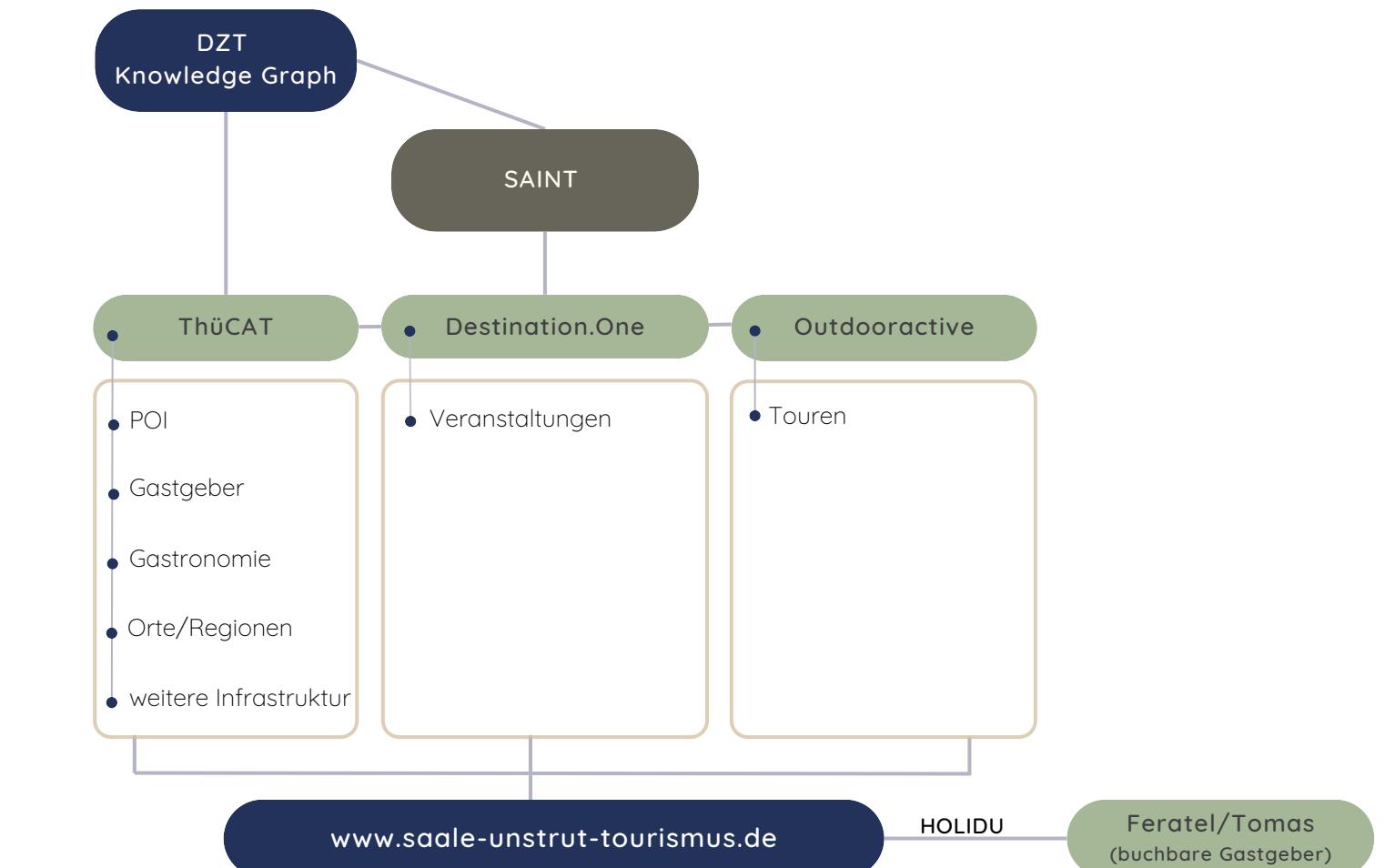
Die Datenbank ThüCAT und die Webseite kommunizieren mit weiteren wichtigen Kanälen.

Wir halten die Schnittstellen zu Outdooractive (Tourenportal) und zu SaiNT (Datenbank für Sachsen-Anhalt) vor und sorgen für einen reibungslosen Datenaustausch zwischen allen Kanälen.

Budget: 3.600,- €
zzgl. Personal- und Sachaufwand
Umsetzung: ganzjährig

Die Saale-Unstrut Tourismus GmbH übernimmt dabei diese Aufgaben:

- Kontinuierliche Aktualisierung und Pflege der touristischen Datensätze, um eine hohe Qualität und Aktualität zu gewährleisten.
- Einbindung in Landes- und Bundesplattformen: Über die zentrale Plattform ThüCAT (Thüringer Content Architektur Tourismus) sowie über Outdooractive werden die Informationen landesweit und darüber hinaus ausgespielt.
- Veranstaltungskalender: Pflege und Freischaltung regionaler Veranstaltungen, um Gästen stets einen aktuellen Überblick zu bieten.



>>> Content-Erstellung

zur Bewerbung der touristischen Highlights ist es unerlässlich, fortlaufend hochwertigen Content zu produzieren, die den aktuellen Trends entsprechen und die Zielgruppen der Marke Saale-Unstrut ansprechen.

Hierzu gehören neben emotional ansprechenden Texten hochwertiges Bild- und Videomaterial.

Budget: 5.000,- €
zzgl. Personal- und Sachaufwand
Umsetzung: ganzjährig

**Partnerbeteiligung**

Durch Unterstützung bei Durchführung von Fotoshootings durch die SUT GmbH oder durch Nutzung der folgenden Möglichkeiten.

neu

Content-Produktion mit Unterstützung durch die SUT GmbH

Individuelles Fotoshooting mit Fotograf Falko Matte

- Gesamtplanung und Organisation
- Fotograf inkl. der kompletten Nutzungsrechte (CC-BY)
- Fotoassistenz
- Postproduktion von 100 Fotos
- Models nach Rücksprache

Kosten

Buchung/Anmeldung im Branchenportal



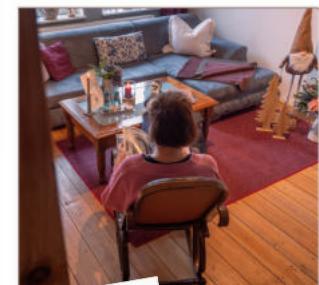
1.750,- € zzgl. Fahrkosten
für Kommunen & Partner



max. 4 Partner pro Jahr



nicht möglich
für Akteure ohne Partnerschaftsvertrag



Social-Media-Content - Erstellung eines Videos

Nur auf Anfrage

- Fertig geschnittener Video-Clip (max. 30 Sek.) inkl. der Nutzungsrechte (CC-BY-SA)
- Rohmaterial zur weiteren Be- und Verarbeitung
- Der Video-Clip ist mit lizenzierte Musik unterlegt, die Kosten hierfür sind inkludiert.

Kosten



500,- € zzgl. Fahrtkosten

für Kommunen & Partner

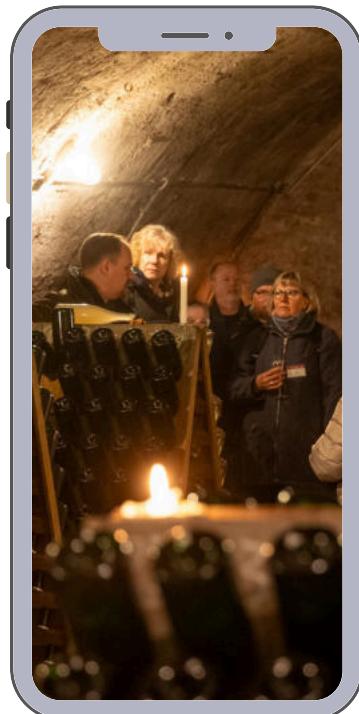


ohne Ausspielungskosten



nicht möglich

für Akteure ohne
Partnerschaftsvertrag



Bilddatenbank Saale-Unstrut

Wir haben uns nach einem System umgeschaut, um den Zugang zu Bild- und Videomaterial zu erleichtern, welches im Laufe der Jahre durch die SUT GmbH produziert wurde.

Die Bilddatenbank steht allen Partnern kostenfrei zur Verfügung. Sie erlaubt Recherchen nach Themen und Orten. Zudem werden Bilder in verschiedenen Formaten (Web- oder Druckgröße) downloadbar sein.

Budget: 720,- €
zzgl. Personal- und Sachaufwand
Umsetzung: ganzjährig

Nutzung der Bilddatenbank Saale-Unstrut

- SUT stellt Bildmaterial zum Download bereit.
- Bilder sind in verschiedenen Größen (Web- oder Druckversion) verfügbar.
- Nutzungsrechte und Bildnachweise sind hinterlegt.

Kosten



0,- €

für Kommunen & Partner



nicht möglich

für Akteure ohne
Partnerschaftsvertrag

neu



regionale Netzwerkarbeit

>>> Branchen-Newsletter

Wir informieren Sie monatlich über wichtige Themen und Angebote rund um den Tourismus. Nutzen Sie den Newsletter auch für die Bekanntgabe Ihrer eigenen Informationen und Produkte.

Budget: 160,- €
zzgl. Sach- und Personalaufwand
Umsetzung: ganzjährig



Partnerbeteiligung
durch Zulieferung von Text- und Bildmaterial bis zum 10. eines Monats an
newsletter@saale-unstrut-tourismus.de

Bitte nutzen Sie dafür das [Newsletter-Formular](#).



>>> Sommerfest

Gemeinsam mit Ihnen wollen wir auf unserem Sommerfest unser Netzwerk stärken, uns besser kennenlernen und über den Tellerrand schauen.

Budget: 5.000,- €
zzgl. Sach- und Personalaufwand
Termin: 20. August 2026



>>> Tourismus-Stammtische

Die Tourismus-Stammtische finden 1x pro Jahr statt. Ziel ist es, über die Marke Saale-Unstrut, über neue Entwicklungen in der Tourismusbranche und Projekte zu informieren. Gleichzeitig dienen sie dazu, sich zu Ideen und Problemen auszutauschen und gemeinsame Lösungsansätze zu finden.

Budget: 1.000,- €
zzgl. Sach-und Personalaufwand
Umsetzung: Februar 2026,
Termine werden über das Branchenportal und im Branchen-Newsletter bekanntgegeben.



Partnerbeteiligung

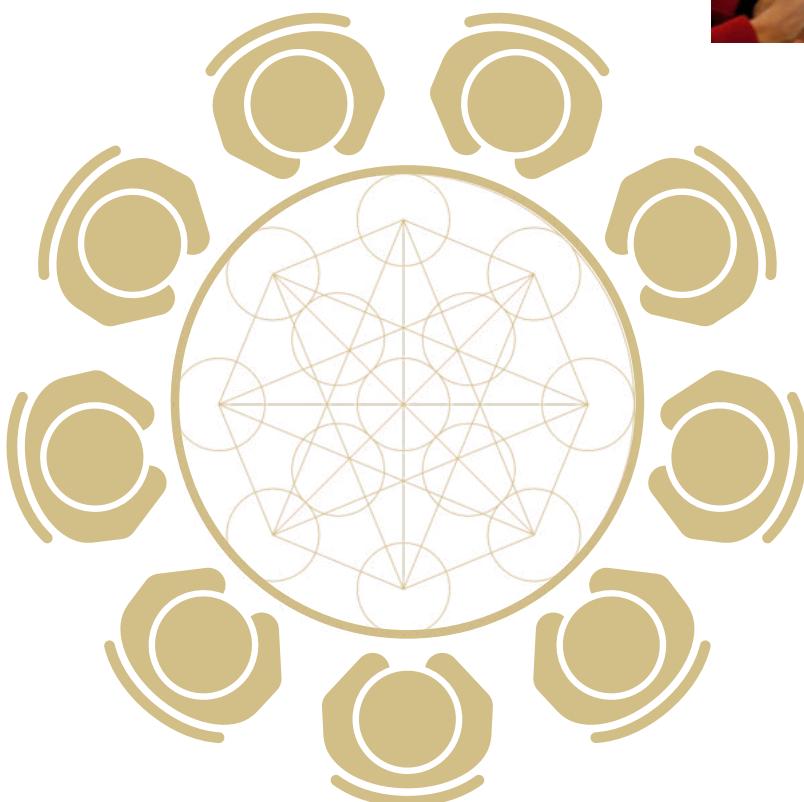
Für die Tourismusstammtische und Arbeitsgruppen gilt: Nur durch das aktive Mitgestalten und persönliche einbringen können wir die Region gemeinsam voranbringen.

>>> Arbeitsgruppen

Um Saale-Unstrut als Reiseregion und die touristischen Angebote weiterzuentwickeln, engagieren sich die touristischen Akteure in verschiedenen Arbeitsgruppen:

- AG Marke & Marketing (09.03./14.09.2026)
- AG Produkt & Qualität (24.03./21.09.2026)
- AG Infrastruktur (23.03./28.09.2026)

Budget: 1.000,- €
zzgl. Sach-und Personalaufwand
Umsetzung: Die AGs tagen 2x jährlich.



>>> Tourismustag

Der Tourismustag widmet sich jedes Jahr einem wichtigen Thema, mit dem sich die Tourismuswirtschaft beschäftigt. 2026 nehmen wir das Thema Qualität im Tourismus in den Fokus.

Nach einem fachlichen Impuls zu Beginn wird das aktuelle Thema in mehreren Workshops unter verschiedenen Fragestellungen detailliert betrachtet.

Budget: 10.000,- €

zzgl. Sach- und Personalaufwand

Umsetzung: Juni 2026



Partnerbeteiligung

Auch der Tourismustag lebt von Ihrem aktiven Mitwirken: bei Diskussionsforen und bei Workshops. Bringen Sie gern Ihre Erfahrungen aus dem touristischen Berufsalltag ein.

>>> Jahresbericht

Der Jahresbericht fasst unsere Maßnahmen des zurückliegenden Jahres zusammen. Werfen Sie einen Blick auf das, was die Saale-Unstrut Tourismus GmbH mit ihren Partnern erreicht hat, um den Tourismus in Saale-Unstrut voranzubringen und die Außenwahrnehmung der Region zu stärken.

Sach- und Personalaufwand

Veröffentlichung: Juli/August 2026







überregionale Netzwerkarbeit & Kooperationen

>>> Tourismusnetzwerke

Thüringen / Sachsen-Anhalt

Das ist das Informations- und Kommunikationsangebot der Bundesländer. Wir bestücken die Tourismusnetzwerke mit wichtigen Informationen rund um die Destination Saale-Unstrut.

Budget: 270,- €
zzgl. Sach- und Personalaufwand
Umsetzung: ganzjährig



Partnerbeteiligung

Nutzung der Tourismusnetzwerke als Informationsquelle für diverse touristische Belange.



TOURISMUSNETZWERK SACHSEN-ANHALT

Hinweis: Jeder von Ihnen kann über die Netzwerke aktiv für Brancheninformationen nutzen. Die Newsletteranmeldung ist kostenfrei. Die Netzwerk-Webseiten sind öffentlich zugänglich.



Tourismusnetzwerk Thüringen

<https://thueringen.tourismusnetzwerk.info/>



Tourismusnetzwerk Sachsen-Anhalt

<https://www.tourismusnetzwerk-sachsen-anhalt.de/>

Übermitteln Sie uns gerne Ihre wichtigen Brancheninformationen oder auch Stellenanzeigen. Wir stellen diese für Sie in den Netzwerken ein

>>> Mitarbeit in Arbeitsgruppen übergeordneter Institutionen

Die Saale-Unstrut Tourismus GmbH vertritt die touristischen Interessen in verschiedenen Arbeitsgruppen auf Landesebene. Dazu gehören

- bei der Thüringer Tourismus GmbH (TTG): Lenkungs- und DMO-Gruppen sowie themenbezogene Arbeitsgruppen
- bei der Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt (IMG): Marketingausschuss und AG Aktiv
- beim Landestourismusverband Sachsen-Anhalt: Mitglied im Vorstand, Romanik-Beirat, Geschäftsführerberatungen

Sach- und Personalaufwand
Umsetzung: ganzjährig

>>> SaaleHorizontale AG Radfernweg Thüringer Städtekette Elsterradweg Goethe-Erlebnisweg Erlebnisroute Kohle Dampf Licht Seen

Wir beteiligen uns an den verschiedenen Kooperationen und Arbeitsgruppen zur Erhaltung der Infrastruktur und zur Produktentwicklung. Auch die analoge und digitale Sichtbarkeit dieser Angebote gehört dazu.

Budget: 15.000,- €
zzgl. Sach- und Personalaufwand
Umsetzung: ganzjährig



>>> LEADER / regionale Entwicklungsgruppen

Wir sind aktiv beteiligt an den LEADER-Gruppen Saale-Unstrut-Triasland, Montanregion, Saale-Holzland und Saale-Elster-Geiseltalsee:

- Vorstandssitzungen
- Entscheidungsgruppensitzungen
- Mitgliederversammlungen

Sach- und Personalaufwand
Umsetzung: ganzjährig



>>> weitere überregionale Netzwerke

Dazu gehören:

- bei der Metropolregion Mitteldeutschland: AG Kultur & Tourismus
- bei der IHK Ostthüringen: Mitarbeit im Tourismusausschuss

Sach- und Personalaufwand
Umsetzung: ganzjährig



Infrastruktur

>>> Geschäftsbesorgung für den Unstrutradweg e.V.

Die Saale-Unstrut Tourismus GmbH betreibt gemäß Geschäftsbesorgungsvertrag die Geschäftsstelle des Unstrutradweg e.V. Aufgaben sind die raumübergreifende Koordination, Zusammenarbeit mit entsprechenden Partnern zur Erfassung, Darstellung und Vermarktung des Unstrutradweges, die Entwicklung und Umsetzung von Werbestrategien, die Koordinierung und Leitung der Arbeitsgruppen Marketing und Infrastruktur, Pressearbeit, Qualitätssicherung, die Bereitstellung eines Gästeservices, Akquise und Abrechnung von Fördermitteln sowie die direkte Berichterstattung und Abstimmung mit dem Vorstand des Vereins.

Umsetzung: ganzjährig



In 2026 werden folgenden Marketingmaßnahmen umgesetzt:

- Aufbringen von Thermoplastiken auf den Unstrutradweg
- Betreuung der digitalen Kommunikationskanäle (Webseite, Social Media)
- Anzeige Tambiente Magazin
- Komplett Befahrung des Unstrutradweges mit dem Vorstand des Vereins
- Präsentation auf der Rad+Freizeit - Die ADFC-Radtouristikmesse, Bonn
- Prospektauslage auf Fachmessen



>>> Geschäftsbsorgung für den Saaleradweg e.V.

Die Saale-Unstrut Tourismus GmbH betreibt gemäß Geschäftsbesorgungsvertrag die Geschäftsstelle des Saaleradweg e.V. Die Aufgaben umfassen dabei u.a. die Koordinierung der Maßnahmen im Rahmen der ADFC-Klassifizierung, die Umsetzung von Marketingmaßnahmen und der Pressearbeit, die Koordinierung und Leitung der Arbeitsgruppen Marketing und Infrastruktur, die Bereitstellung eines Guest-services, Akquise und Abrechnung von Fördermitteln sowie die Vereinsführung, Mitgliederbetreuung und die direkte Berichterstattung und Abstimmung mit dem Vorstand des Vereins.

Umsetzung: ganzjährig

In 2026 werden folgenden Marketingmaßnahmen umgesetzt:

- Neuauflage der Broschüre "Erlebnis Saaleradweg"
- Mitwirkung an der AG "klassifizierte Radwege" (gemeinsames Marketing von Saaleradweg, Thüringer Städtekette, Ilmtal-Radweg und Werratal-Radweg im Rahmen der ADFC Klassifizierung)
- Betreuung der digitalen Kommunikationskanäle (Website, Social Media)
- Anzeige Tambiente Magazin
- Präsentation auf der Rad+Freizeit - ADFC-Radtouristikmesse, Bonn
- Prospektauslagen auf Fachmessen





Dienstleistungsvertrag mit dem Saale-Holzland-Kreis

Im Rahmen des Dienstleistungsvertrages mit dem Saale-Holzland-Kreis nimmt die SUT GmbH zusätzliche Aufgaben im Bereich der Pflege und Weiterentwicklung der touristischen Leitinfrastruktur im Landkreis wahr.

Zu den Aufgaben zählen u.a. die Instandhaltung und Pflege der gemäß Radverkehrskonzept des Landkreises erstellten aktuellen Beschilderung von Radwegen, die Realisierung, Pflege und Instandhaltung der Markierung und Beschilderung überregional bedeutsamer Wanderwege, das Mängelmanagement für die Bereiche Wandern, Radverkehr und Wasserwandern, die Wahrnehmung der Aufgabe eines Kreiswegewartes, die Initiierung, Koordinierung und Abwicklung der jährlichen Wegepflegeprojekte mit ThüringenForst, etc.

Umsetzung: ganzjährig

Im Jahr 2026 planen die Kollegen des Teams neben ihren Daueraufgaben u.a. folgende Projekte (Auszug):

- Im Bereich Wandern steht die Nachzertifizierung der SaaleHorizontale als Qualitätswanderweg "Wanderbares Deutschland" gemeinsam mit dem Stadtfort Jena an; die gebietsübergreifenden, rot markierten Wege sollen auf Lücken in der Beschilderung geprüft und Mängel abgestellt werden; die Überprüfung und Ertüchtigung eines touristisch bedeutsamen Ortswanderweges in Kooperation mit Kommunen und ehrenamtlichen Wegewarten
- Im Bereich Rad: Rückbau von Altbeschilderungen "R-Routen"



Impressum

Bildnachweise

Titel: Schlosskirche Eisenberg © Saale-Unstrut Tourismus GmbH, Foto Nadine Rosenberg

weitere Bildnachweise:

Saale-Unstrut-Tourismus e.V., Fotos Falko Matte (3,10,19,29,30,32,50), Christoph Keller (4), Transmedial (17,34,57), Heidi Heldt (42), rostoff media (43) | Saale-Unstrut Tourismus GmbH, Fotos Falko Matte (3,4,10,27,36,37,42,48,49,51), Daniel Remler (8,23,38,55,57), Heidi Heldt (12,24,51), Nadine Rosenberg (41,50), Andreas Klingebiel (17,52), Karsten Hey (39), Philip Lamss (39) | DZT, Foto Jens Wegener (5,26) | IMG, Foto M. Wiesener (10,16) | Stiftung Leuchtenburg, Fotos Daniel Suppe (10,26,52), Florian Trykowski (21) | Stadt Weißenfels, Anne Kasten (19) | Canva.com (25,34,38,41,46,54,58) | Thüringer Tourismusverband Saale-Holzland e.V., Foto Daniel Suppe (26,58) | Gudman Design Weimar (26,27,37) | Stadt Bad Köstritz, Foto Andreas Hartmann (27) | Speed U Up (40) | teejit (44,45) | Unstrutradweg e.V., Fotos Transmedial (55), Falko Matte (56)

Stand: 31.10.2025

Die Umsetzung der in dem vorliegenden Maßnahmenkatalog aufgeführten Maßnahmen sind Dank der Unterstützung der Bundesländer Thüringen und Sachsen-Anhalt möglich.



Ministerium für Wirtschaft,
Landwirtschaft und
Ländlichen Raum





Saale-Unstrut

Saale-Unstrut Tourismus GmbH
Neuer Steinweg 1
06618 Naumburg

03445 233 790
info@saale-unstrut-tourismus.de