



S a a l e - U n s t r u t

Tourismusstammtisch Saale-Unstrut 2026

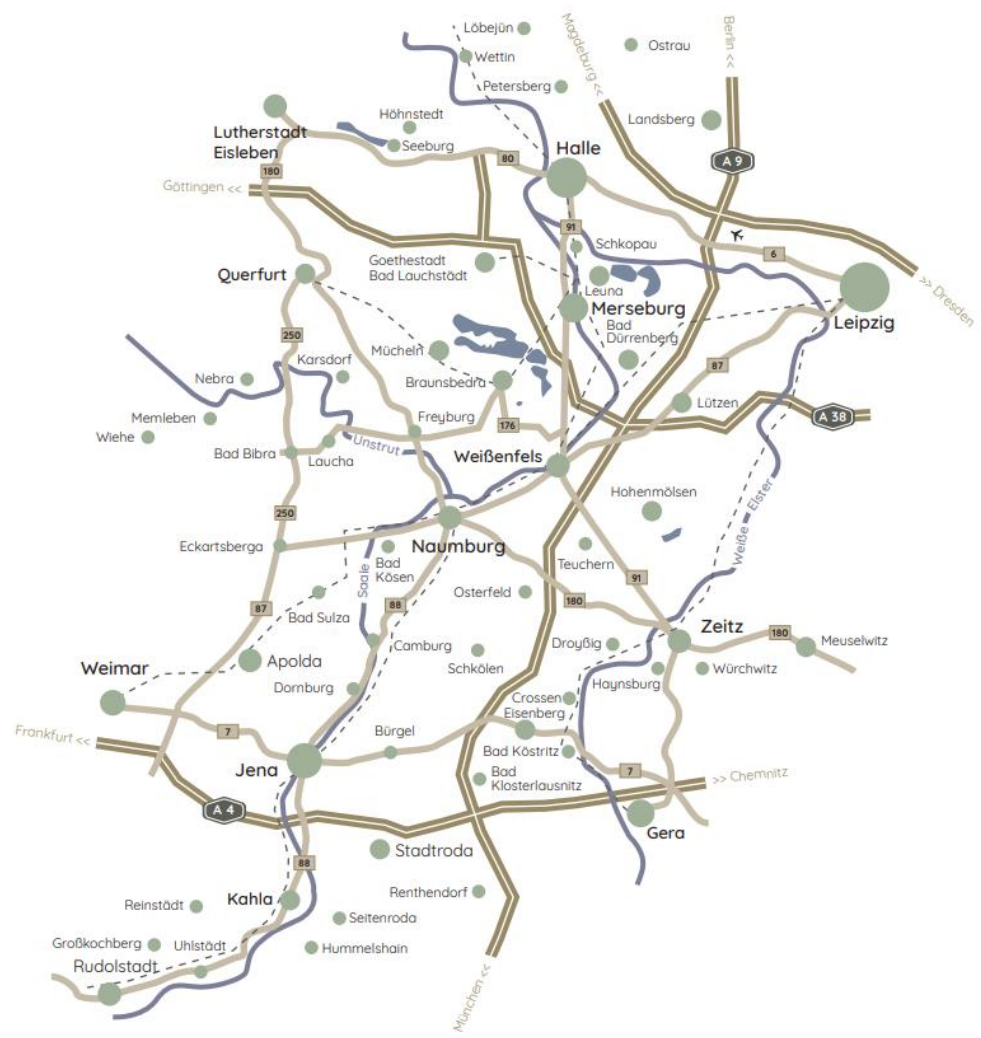
Was Sie erwartet

1. Kennenlernen / Vorstellungsrunde
2. Information zu Projekten und Maßnahmen 2026 der SUT GmbH
3. Informationen der Partner und Austausch
4. Prospekttauschbörse





1. Kennenlernen / Vorstellungsrunde

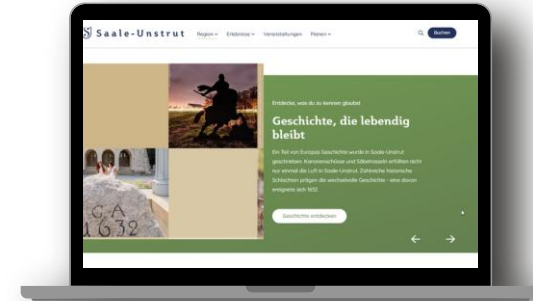




Kurzer Rückblick auf 2025

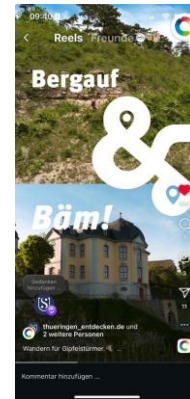
Marketing regional

- Tagesausflugskampagne „Entdecke, was du zu kennen glaubst“
 - Landingpage (> 7.300 Zugriffe)
 - Social Media Kampagne (> 730.000 Impressionen auf IG/FB)
 - Gewinnspiel
 - Pressearbeit / Amtsblätter
 - Regionale Präsentationen
- Familien-Rallye
 - 21 Familienerlebnisse
 - Mind. 5 Sticker sammeln – 50 Teilnehmer am Gewinnspiel
 - Landingpage (> 5.500 Landingpagezugriffe)
 - Social Media Kampagne (> 815.000 Impressionen auf IG/FB)



Marketing überregional

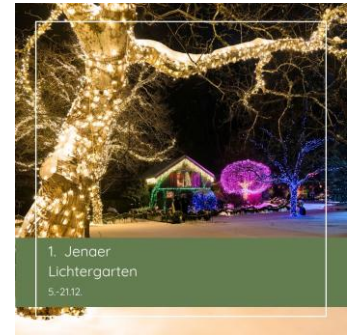
- B2C Newsletter
(5 Newsletter, > 2.000 Empfänger)
- Printerzeugnisse, Anzeigen (Welt am Sonntag)
- Landeskampagnen
- Messen
(Grüne Woche, ITB, Thüringen Tag Gotha, T&C Leipzig)



Winterkampagne

Maßnahmenpaket

- Landingpage mit Gewinnspiel (45.000 Zugriffe auf Landingpage, 5.200 Teilnehmer am Gewinnspiel)
- Influencer-Koop. mit andjoyandtravel (regional)
- Influencer- Koop. mit melinda.helen (268.000 IG Follower)
- PM überregional
- Advertorial in der Welt am Sonntag (mit Partnerbeteiligung)
- Adventskalender (Print-Bilderkalender)
- Winter-Postkarte mit Verlinkung auf Landingpage und Verteilung in Leipzig, Berlin, Potsdam, Hannover
- Digital-Audio-Kampagne übe Radio PSR, R.SA, R.SH, Radio BOB!, Sunshine, 80s80s (62.879 Nettoreichweite, 8.100 Klicks auf Digitalbanner)
- Social Media-Kampagne (1,6 Mio. Impressionen)



Pressearbeit

Herausgegebene Pressemeldungen

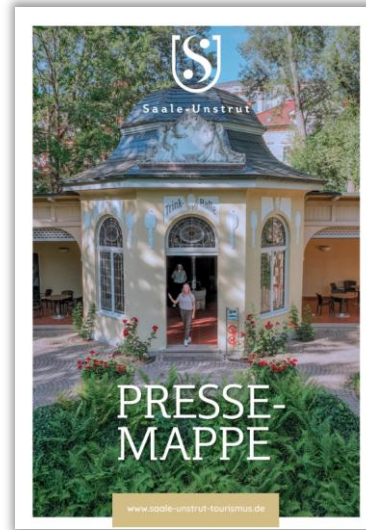
- Regionale PMs: 18
(davon 8 Ausflugstipps an Amtsblätter & Lokalredaktionen)
- Überregionale PMs: 7 (von 8)
- PMs handgemacht: 5
- Partnermeldungen im Presseportal: 12

Veröffentlichungen

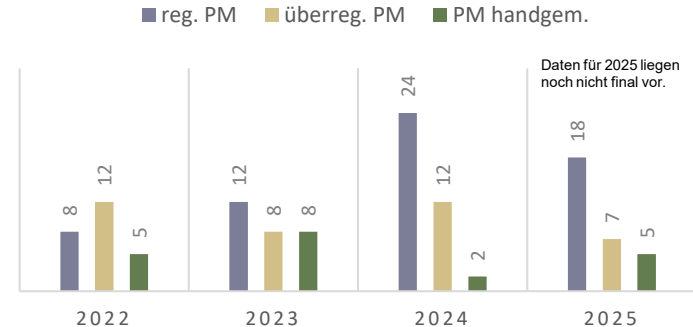
- Welt am Sonntag
- TOP-magazin
- Camping, Cars & Caravan
- Dresdner Amtsblatt
- tam.tam
- Wanderlust
- MdR
- MZ, TA ...

Presseportal einsehen:

<https://www.press-area.com/saale-unstrut/start.html>



Auswertung Pressemitteilungen





2. Information zu Projekten und Maßnahmen 2026 der SUT GmbH

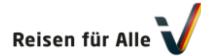
Netzwerkarbeit

- Netzwerkveranstaltungen:
 - Februar/März Stammtische
 - **11.06. Tourismustag** auf der Leuchtenburg (Seitenroda bei Kahla) zum Thema „Qualität, die bleibt“
 - **20.08. Sommerfest** im Weinberg am Geiseltalsee



Qualität und Wissenstransfer

- Produktcheck „Unsere Glanzlichter“
- Klassifizierungen/Zertifizierungen
 - Schwerpunkt 2026: Kennzeichnung Barrierefreiheit

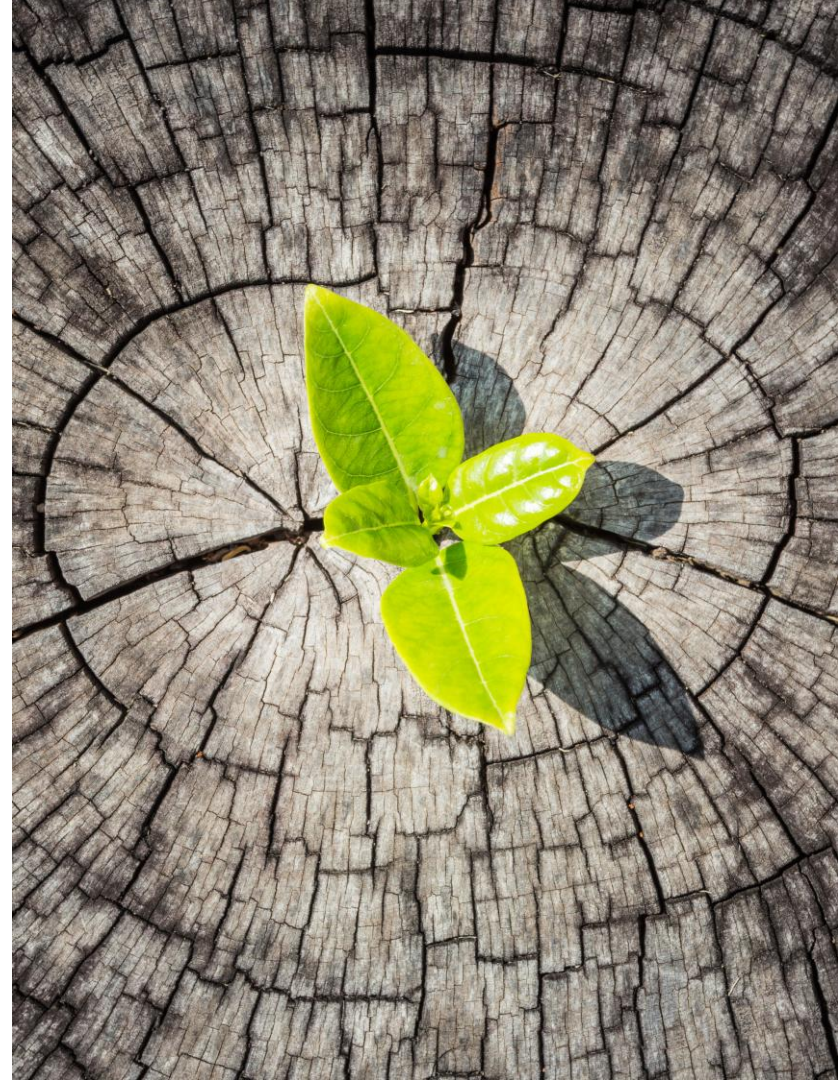


- Informationstouren (für Partner):
 - 11.03. Arche Nebra
 - 01.09. Kanutour auf der Unteren Saale
- Webinare
 - 12.03. Veranstaltungskalender
 - N.N. Social Media: Barrierefreiheitsstärkungsgesetz
 - N.N. Social-Media-Trends
 - 08.10. Bilddatenbank, Gruppenportal



Nachhaltigkeit

- Prozess zur Zertifizierung als nachhaltiges Reiseziel (Abschluss voraussichtl. Sommer 2026)
- Umsetzung der Maßnahmen, die erarbeitet werden („kontinuierliches Verbesserungsprogramm“)
- Kampagne zur Kommunikation nachhaltiger Angebote im Rahmen eines LEADER-Projektes „Nachhaltig reisen nach und in Saale-Unstrut“
- Initiative „handgemacht Saale-Unstrut“
- Initiative „Leben und Arbeiten“ Dez. 2025 beendet → Aktualisierung Website, Treffen Arbeitgeber wird fortgeführt



Gästeservice

- Buchbarkeit von Beherbergungen:
 - Servicepartner OBS und Lohospo
 - Website Einbindung Holidu
- Gastgeberverzeichnis gedruckt und digital
- Ausgabe von Prospektmaterial



Datenmanagement

- Daten- und Contentpflege
(zentrale Datenbank)
- Regionaler Veranstaltungskalender
- Bilddatenbank
(ab Mitte 2026)



Marketing regional

- Fortsetzung Kampagne zur Stärkung des Tagesausflugstourismus (Fokuszielgruppe „Familie“)
 - Familien-Rallye als Leitprodukt
 - [Landingpage](#) mit Gewinnspiel
 - Social-Media-Kampagne
 - Influencer-Kooperation „Rosa Krokodil“



Merchandise-Linie Saale-Unstrut

- Aufbau einer Merchandise-Linie
- Kooperation mit Tourist-Informationen als Verkaufsstellen
- Produkte:
 - Socken
 - Rucksack
 - Geschirrhandtuch
 - Mütze
 - Tasse aus Kahlaer Porzellan
 - Trinkflasche aus Glas
 - Magnet
 - Stoffbeutel



Marketing überregional (I)

- B2C-Newsletter – gern anmelden und mitlesen
- Pressearbeit
- Printerzeugnisse (Journal, Gastgeber, Weinerlebnisse, Erlebniskarte)
- Landeskampagnen
- Messen und Präsentationen
 - Grüne Woche in Berlin
 - Internationale Tourismusbörse Berlin
 - Buchmesse Leipzig
 - Sachsen-Anhalt-Tag in Bernburg
 - Landesgartenschau in Leinefelde-Worbis
 - T&C Leipzig



Marketing überregional (II)

- Zielmarktkampagne Frühjahr-Herbst (Berlin, Niedersachsen, NRW)
 - Landingpage
 - Social-Media-Kampagne
 - Weinanhänger mit Gewinnspiel
 - Podcastfolge „Reisen Reisen“
 - Saale-Unstrut Podcast
 - Influencerkooperation mit Waldbaden Berlin, melinda.helen, wetraveltheworld
- Winterkampagne
 - Adventskalender mit umfangreicher Verteilung
 - Social-Media-Kampagne

Urlaub machen kann jeder.

Reisen muss man reisen.

Auf Apple Podcast, Spotify, Drexler und überall, wo es Podcasts gibt.



Infrastruktur

- Pflege touristische Wander- und Radwegeinfrastruktur in SHK
- Saaleradweg e.V.
- Unstrutradweg e.V.





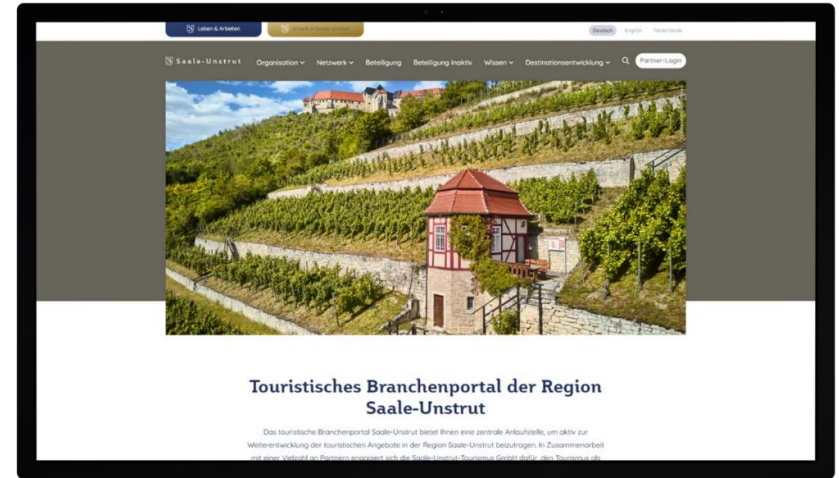
Beteiligungshandbuch

- Übersicht aller Maßnahmen 2026 mit Erläuterungen und Ansprechpartnern
→ [Beteiligungshandbuch lesen](#)
- buchbare Beteiligungen
[im Branchenportal ansehen](#)

Branchenportal

Informationen über bzw. zu

- Wissensspeicher
- Kontakte
- Buchung von Beteiligungen
- Anmeldung zu Veranstaltungen
- Für Partner/kommunale Mitglieder weitere Angebote nach Login



[zum Branchenportal](#)



3. Informationen der Partner und Austausch

4. Prospekttauschbörse

VIELEN DANK

Kontakt:

Antje Peiser

Geschäftsführerin

03445 233792

peiser@saale-unstrut-tourismus.de

Irene Schmidt

Leitung Organisations- u. Destinationsentwicklung

03445 2337941

schmidt@saale-unstrut-tourismus.de