

**S A T Z U N G**  
für die  
**„THÜRINGEN WELT“**  
(Allgemeine Geschäftsbedingungen)

**Ein Netzwerk zur Förderung von Marketing- und Vertriebsaktivitäten  
im Bereich Tourismus in Thüringen**

**1. Präambel**

Wir sind „Marken-Botschafter“!

„Thüringen Welt“ ist ein freiwilliger Zusammenschluss von Leistungsträgern, Produkt- und Serviceanbietern im Bereich Tourismus sowie Unternehmen, die diesen Bereich fördern.

Das Netzwerk versteht sich als **Präsentations- und Empfehlungsplattform** von „Thüringer Tourismusspezialitäten“ und „Tourismus-Spezialitäten“ seiner Partner.

**2. Ziele**

Das Netzwerk wird als einheitliche Dachmarke auf Tourismusmessen und Publikumsevents präsentiert, um mehr Urlauber / Touristen in die Hotels / Gaststätten zu bekommen sowie Thüringer Produkte und „Tourismus-Spezialitäten“ einem breiten Publikum bekannt zu machen. Alle Einrichtungen sind dem Betreiber des Netzwerkes persönlich bekannt.

Das gesamte Netzwerk funktioniert in sich eigenständig. Es wird besonders getragen vom persönlichen Engagement seiner Mitglieder sowie deren individuellen Unternehmensleitbildern. Gemeinsame Auftritte als „Eigenmarke“ bei Messen / Stadtfesten und Publikum-Events sowie Organisation und Durchführung eigener Events. Aufbau und Unterhaltung sinnvoller Kooperationsbeziehungen. Schrittweise Erarbeitung von Alleinstellungsmerkmalen und Entwicklung eines eigenen Auftritts in sozialen Netzwerken wie facebook.

Nutzung des Netzwerkes für die Entwicklung regionaler Tourismuskonzepte und neuer Tourismusprodukte oder den Tourismus fördernde Neuheiten.

**3. Bestandteile / Struktur des Netzwerkes**

**3.1. Führung und Betreuung**

Geführt und betreut wird das Netzwerk vom Gründer  
Ernst Haberland  
Lauwetter 25  
98527 Suhl .

**3.2. Gaststätten / Hotels**

Diese werden in einem eigenen Pool geführt. Der Aufbau und die Zusammensetzung erfolgt überwiegend auf Empfehlungsbasis.

Es sind meist im familiären Stil geführte Hotels / Gaststätten, die sich einer „eigenen individuellen Gastlichkeit“ verpflichtet fühlen. Sie haben eigene und außergewöhnliche Produkte / Dienstleistungen im Angebot und machen damit ihren Standort / Region als „Reiseland“ interessant. Der Pool ist derart zusammengesetzt, dass er sich mit seinen Angeboten sinnvoll ergänzen kann und jede Einrichtung vom Netzwerk profitiert.

### **3.3. Thüringer Kunsthandwerk, Produzenten, Regionen und Dienstleister**

Hier werden besonders zusammengefasst:

- Glas,- und Porzellanhersteller / Händler
- Holzverarbeiter und Schmuckhersteller
- Hersteller Thüringer Produkte
- Tourismuseinrichtungen, Verbände und Vereine
- Reiseveranstalter, Busunternehmen
- Hersteller bekannter Thüringer Markenprodukte
- Steuerberater, Rechtsanwälte, IT-Unternehmen und sonstige Dienstleister

Die Zusammensetzung des Pools erfolgt nach den gleichen Kriterien wie unter 3.2. aufgeführt.

### **3.4. Sponsoren und Förderer**

Diese werden in das Netzwerk aufgenommen, um die Unternehmungen und Aktivitäten des Netzwerkes mit Sachleistungen oder finanziellen Beiträgen zu fördern.

Der Nutzen für den Sponsor als auch sein Beitrag werden individuell ausgehandelt.

Es sollten in Thüringen ansässige Firmen sein. Gedacht ist hier besonders an Unternehmen der Medienlandschaft (Zeitungsgruppe Thüringen, MDR Fernsehen und Rundfunk, Privatsender) als auch Großunternehmen wie TEAG, Brauereien und Hersteller bekannter Thüringer Produkte.

### **3.5. Kultur und Entertainment**

Hier werden Berufs,- und Laienkünstler aufgenommen, die sich besonders auch der Thüringer Folklore und Volksmusik verschrieben haben oder auch eigene Revue,- und Showprogramme präsentieren. Es sind Thüringer Künstler, die auch für Veranstaltungen und Maßnahmen dieses Netzwerkes bevorzugt gebucht werden.

## **4. Leistungen des Netzwerkbetreibers zum Nutzen der Mitglieder**

### **4.1 Beitragsfinanzierte Leistungen:**

- Bereitstellung der touristischen Dachmarke mit Werbeslogan
- Bereitstellung einer eigenen Internetseite und deren Bewerbung in ausgewählten Zielgruppen sowie deren Vernetzung / Verlinkung mit einschlägigen Anbietern und untereinander.
- Herausgabe von Newslettern zur Auswertung der Messeteilnahmen und anderer Informationen
- Aufbau und Unterhaltung einer eigenen Datenbank, auch aus dem Bestand des Netzwerkes
- Erarbeitung eines Leistungs,-und Servicekataloges zur Einbringung in das Internet
- Eine Zentrale für den Post-, und Telefonverkehr (Büro) ist eingerichtet.
- Administrative / organisatorische Arbeiten zum Aufbau und Unterhaltung des Netzwerkes
- Presse, Medien,- und Öffentlichkeitsarbeit nach Bedarf und Notwendigkeit
- Teilnahme an 10 – 15 Messen / Events zur Präsentation der Leistungen des Netzwerkes. (30 Messetage im Jahr werden garantiert)
- Aufbau eines eigenen facebook-accounts

## **4.2. Separat zu finanzierende Leistungen**

- Auftritte auf Messen und Großveranstaltungen (freiwillig und nach Absprache)
- Durchführung eigener Veranstaltungen wie zum Beispiel Straßenfeste
- Durchführung von Schulungen, Aus-, und Weiterbildungsmaßnahmen, einschl. Arbeitskräfteaustausche, zu Themen, die für die Mitglieder von Interesse sind. Schulungen werden bevorzugt von den Mitgliedern des Netzwerkes selbst durchgeführt.
- Presse, Medien,- und Öffentlichkeitsarbeit mit kostenpflichtigen Positionen der Medien. (Anzeigen)
- Herstellung von Prospekten, Drucksachen
- Erarbeitung und Betreuung von Internetseiten.

## **5. Beiträge**

Monatliche Beiträge:

- Mindestbeitrag : 60,00 Euro im Monat
- Hotels ab 4 Sterne mit Pool, Sauna / Wellnesslandschaft und Ferienparks 100,00 Euro im Monat

Die Beiträge verstehen sich zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer.

Es wird eine einmalige Aufnahmegebühr in Höhe von 30% seines Jahresbeitrages erhoben.

*Beiträge für Sponsoren, Förderer, Vereine, Verbände und „Kleinbetriebe“ können gesondert und individuell ausgehandelt werden.*

## **6. Mitgliedschaft**

Die Mitgliedschaft wird in einer „Beitrittserklärung“ zwischen dem Interessenten und dem verantwortlichen Netzwerkbetreiber Ernst Haberland geregelt.

Die Mindestlaufzeit einer Mitgliedschaft beträgt 24 Monate. Eine Kündigung ist erstmalig nach 18 Monaten Mitgliedschaft in schriftlicher Form möglich und danach immer für das folgende Jahr bis zum 30.09. eines Kalenderjahres.

Die Satzung ist jederzeit auf den Internetseiten des Netzwerkes einsehbar. Es gibt keine mündliche Absprache. Alle Regelungen bedürfen der Schriftform.

Für Städte, Gemeinden und Regionen gibt es eine spezifizierte Ausfertigung und Beitragsregelung.

### **Ergänzungen zu Punkt 6 / 02/2019**

#### **Laufzeit**

Die Mindestlaufzeit der Vereinbarung beträgt 24 Monate.

Soll sie darüber hinaus nicht weitergeführt werden, kann sie nach 18 Monaten gekündigt werden.

Jede weitere Kündigung muss bis zum jeweiligen 30. September eines laufenden Jahres für das der Kündigung darauffolgende Jahr schriftlich vorliegen.

Beispiele: 1. Kündigung des Vertrages mit Eingang der Kündigung am 30.06. eines Jahres  
Wirksamkeit der Kündigung: 01.01. des dem Eingang der Kündigung darauffolgende Jahres

2. Kündigung des Vertrages nach 18 Monaten Laufzeit  
Der Vertrag endet nach der Mindestlaufzeit von 2 Jahren.

3. Eingang der Kündigung nach dem 30.09. eines Jahres  
Der Vertrag endet zum 31.12. des der Kündigung darauffolgende Jahres.