

S A T Z U N G

für die
„THÜRINGEN WELT“

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

1. Präambel

„THÜRINGEN WELT“ ist ein Netzwerk von Leistungsträgern, Produkt-, und Serviceanbietern im Bereich Tourismus sowie Unternehmen, die diesen Bereich fördern.

2. Ziele

Das Netzwerk wird als einheitliche Thüringer Dachmarke auf den Innen-, und Außenmärkten innerhalb der Zielgruppen vermarktet, um mehr Urlauber / Touristen in die Hotels / Gaststätten zu bekommen.

Die Leistungen werden innerhalb des Netzwerkes gegenseitig in Anspruch genommen und weiterempfohlen. Aufbau und Unterhaltung einer Kooperationsbörse.

Das gesamte Netzwerk funktioniert in sich und eigenständig. Es wird besonders getragen vom persönlichen Engagement seiner Mitglieder und im Sinne gegenseitiger Vorteilsgewinnung. Gemeinsame Auftritte als „Eigenmarke“ bei Messen und Großveranstaltungen sowie Organisation und Durchführung eigener Events. Aufbau von Kooperationsbeziehungen innerhalb Deutschlands. Schrittweise Erarbeitung von Alleinstellungsmerkmalen im Wettbewerb zum Vorteil des Netzwerkes und seiner Nutzer. Aufbau und Betreibung eines eigenen Aus-, und Weiterbildungsprojektes. Einrichtung eines eigenen Incomming-Büros und Etablierung von passenden Kooperationen. Nutzung des Netzwerkes für die Entwicklung regionaler Tourismuskonzepte.

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 im Wesentlichen in familiären Stil geführte Hotels / Gaststätten, die sich einer „eigenen individuellen Thüringer Gastlichkeit“ verpflichtet fühlen. Sie haben eigene und außergewöhnliche Produkte / Dienstleistungen im Angebot und machen damit Thüringen als „Reiseland“ interessant. Der Pool ist derart zusammengesetzt, dass er sich mit seinen Angeboten sinnvoll ergänzen kann und jede Einrichtung vom Netzwerk profitiert. Die Einrichtungen sind in ländlichen Gebieten Thüringens gelegen und können regionalen Tourismusstrukturen angehören.

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

Die Zusammensetzung des Pools erfolgt nach den gleichen Kriterien wie unter 3.2. aufgeführt. Zusätzlich wird hier aus einer Branche jeweils nur ein Unternehmen in die Kooperation aufgenommen. Andere Regelungen bedürfen der Zustimmung des „Ersten“.

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.

3.6. Eigene Saal - Kapazitäten

Ziel ist es, die vorhandenen Saal-Kapazitäten unserer Mitglieder / Förderer besser auszulasten und sie in das Programmgeschehen der „Thüringen Welt“ mit einzubeziehen.

Eine eigenständige „Thüringer Musikanten-Marke“, wie zum Beispiel „Thüringer Musikanten-Fest“ ist aufzubauen. Mit der Marke können auch weiterreichende Veranstaltungen realisiert werden. Zu den Veranstaltungen haben die Netzwerkmitglieder die Möglichkeit der Werbung. Eine Schirmherrschaft über die Marke ist erstrebenswert.

4. Leistungen des Netzbetreibers zum Nutzen der Mitglieder

4.1 Beitragsfinanzierte Leistungen:

- Erarbeitung eines eigenen Logos mit Werbeslogan und Bereitstellung auf einem Datenträger
- Erarbeitung einer eigenen Internetseite und deren Bewerbung in ausgewählten Zielgruppen sowie deren Vernetzung / Verlinkung mit einschlägigen Anbietern und untereinander.
- Herausgabe eines eigenen Prospektes
- Aufbau und Unterhaltung einer eigenen Datenbank, auch aus dem Bestand des Netzwerkes
- Erarbeitung eines Leistungs,- und Servicekataloges zur Einbringung in das Internet
- Aufbau und Unterhaltung eines Kommunikations,- und Kooperationszentrums zur optimalen Funktion des Netzwerkes. Dafür wird eine Zentrale für den Post, - und Telefonverkehr 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.
- Aufbau einer eigenen Internet- Buchungsmöglichkeit.

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. Die Schulungen werden bevorzugt von den Mitgliedern des Netzwerkes selbst durchgeführt.
- Presse, Medien,- und Öffentlichkeitsarbeit mit kostenpflichtigen Positionen der Medien. (Anzeigen)
- Verkauf der Programme der Mitgliedsunternehmen über das eigene Incomming-Büro auf Provisionsbasis. (Buchungsportal im Internet)

5. Beiträge

Monatliche Beiträge richten sich nach dem Jahresumsatz wie folgt:

- bis 1,0 Mio Euro 50,00 Euro Beitrag im Monat
- über 1,0 Mio Euro 100,00 Euro Beitrag im Monat

Die Beiträge verstehen sich zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer.

Es wird eine einmalige Aufnahmegebühr in Höhe von 50% seines Jahresbeitrages erhoben.

Beiträge für Sponsoren und Förderer werden gesondert und individuell ausgehandelt.

6. Mitgliedschaft

Die Mitgliedschaft wird in einer „Beitrittserklärung“ zwischen dem Interessenten und dem verantwortlichen Netzbetreiber 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 zum Ende eines Kalenderjahres.

Mit Unterzeichnung der Vereinbarung erhält das Mitglied eine Ausfertigung dieses Dokumentes.

Für Städte, Gemeinden, Regionen und Verbände / Vereine gibt es eine spezifizierte Ausfertigung.

Netzwerk