

# bauhaus 2009

## PresseMitteilung

### Jetzt die Reisebranche für Bauhaus 2009 interessieren

Angebotsbroschüre erschienen – Thüringer ITB-Stand dem Jubiläum verpflichtet

**Weimar.** Das Bauhaus kehrt zurück: Die Broschüren mit dem so einfachen wie einprägsamen Logo werden zahlreicher, der Messebau zur ITB Berlin übersetzt das Bauhaus ins Hier und Jetzt und in den Marketingabteilungen der Impulsregion mit Weimar, Jena, Erfurt und dem Weimarer Land sind die berühmten Bauhaus-Künstler schon so etwas wie gute Bekannte geworden, so oft ist von ihnen die Rede. Unter dem Titel „Kunst- und Architektureisen“ erscheint jetzt die Angebotsbroschüre für Reiseveranstalter für das Bauhaus-Jahr 2009 und ist Auftakt vielfältiger Aktivitäten.

Unter Federführung der weimar GmbH haben die Mitglieder der Arbeitsgruppe Marketing mit der Thüringer Tourismus GmbH, dem Fremdenverkehrsverband Weimarer Land, JenaKultur, der Erfurt Tourismus GmbH sowie der Klassik Stiftung Weimar die ersten Marketing-Projekte auf den Weg gebracht. Die jetzt erschienene Angebotsbroschüre für Gruppenreiseveranstalter gibt einen Überblick zu den berühmten Künstlern und deren Schaffen, nennt die Ausstellungs-Höhepunkte und liefert einzelne Programmbausteine für Reisen auf den Spuren des Bauhauses, ohne dabei Dessau auszulassen. Ein wichtiger Aspekt, findet Ulrich Keinath von der Bonner Agentur projekt2508, die das Projekt grafisch und inhaltlich umgesetzt hat. Touristisch dürfe man nicht in den Grenzen der Gebietskörperschaften denken. Seine Agentur bekam den Zuschlag für die Erstellung der Vertriebsbroschüre, weil sie profunde Erfahrung im Marketing rund um Kulturreisen vorweisen kann. Die jüngsten Beispiele in Deutschland dieser Agentur sind die erfolgreiche touristische Bewerbung der documenta in Kassel, bei der 2007 noch nie so viele Gruppenreisen gezählt wurden, und die Konstantin-Ausstellung in Trier, die immerhin 800.000 Besucher anzog. Die Agentur setzt dennoch nicht auf „monothematische Angebote“. Ein Höhepunkt wie das Bauhaus-Jahr 2009 in Thüringen sei sicher für viele Interessierte ein Reiseanlass, dennoch will man dann bei einem Besuch auf Schiller und Goethe nicht verzichten. Noch in dieser Woche wird das Heft an 3000 Gruppenveranstalter in Deutschland und im deutschsprachigen Ausland verschickt – ein wichtiger Bestandteil des Marketingkonzeptes zum Bauhaus-Jahr. Kulturreiseveranstalter, Kulturvereine, Architektureiseunternehmen und Pauschalreiseveranstalter gehörten zum ausgesuchten Verteiler. Als renommierter Kultur-Vertriebspartner konnte zudem das Konstanzer Institut für Bildungsreisen gewonnen werden.

Auch auf der ITB wird die Broschüre ihren Auftritt haben. Genauso wie ein eigens aus diesem Anlass gemeinsam mit dem Kompetenzzentrum der Bauhaus-Universität entwickelter Messebau. Augenfällig werden die Sitzgelegenheiten sein, die die

# bauhaus 2009

Elemente des Logos in Farben und Form aufgreifen. Hinzu kommt eine Videopräsentation über vier zusammenhängende Bildschirme. Besucher sollen hier gefangen werden mit entsprechenden Sequenzen aus der Bauhaus-Geschichte. Das Bauhaus-Logo wird zusätzlich an den einzelnen Countern der beteiligten Städte auffällig für das zentrale Thema 2009 werben. Bis zur ITB liegt der Flyer zum Bauhaus-Jahr nicht nur in deutscher und englischer Sprache, sondern nun auch in Französisch vor. Zur zentralen Thüringer Pressekonferenz auf der ITB wird der Präsident der Klassik Stiftung Weimar Hellmut Seemann referieren.

Gemeinsam mit der Thüringer Tourismus GmbH und den einzelnen Mitgliedstädten der Impulsregion sind im Herbst dieses Jahres zwei Pressereisen auf den Spuren des frühen Bauhauses in Vorbereitung. Schon nach einer ersten Vorinformation haben die ersten Journalisten ihr Interesse bekundet.

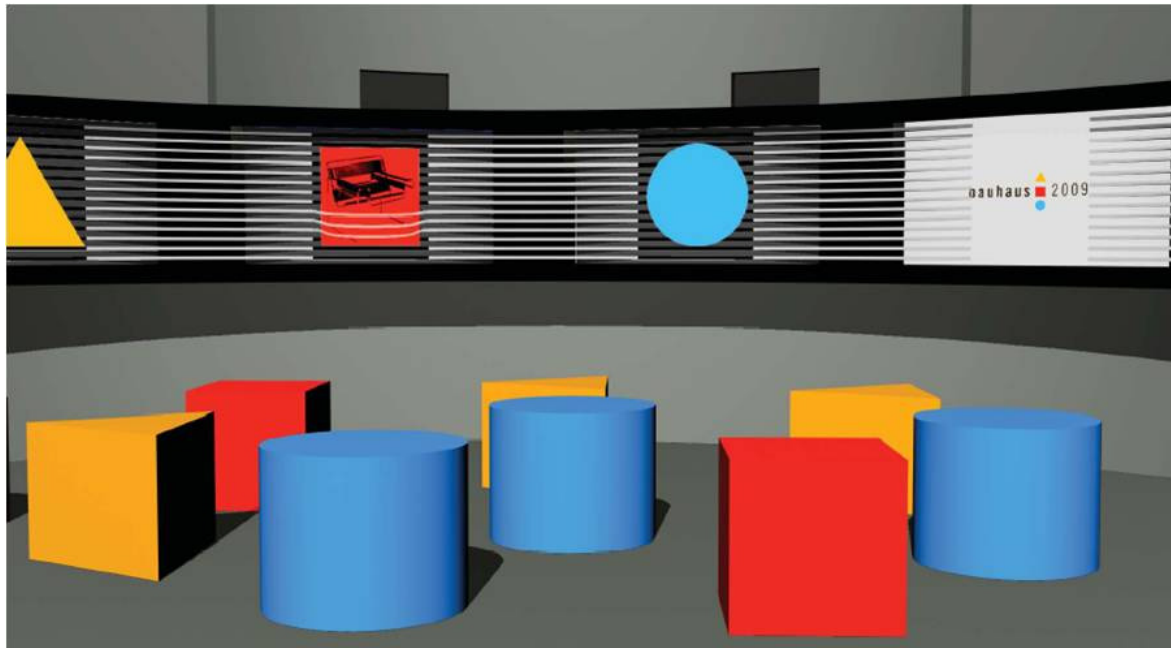
Während der Schwerpunkt der Marketingaktivitäten derzeit im deutschsprachigem Bereich liegt, wird die Thüringer Tourismus GmbH das Thema verstärkt auf dem amerikanischen Markt platzieren: Im Oktober und November sind mehrere Präsentationen – sogenannte Roadshows – vor Pressevertretern, Reiseveranstaltern und Reisebüros in den USA geplant. Diese Kooperation mit der Deutschen Zentrale für Tourismus betrifft überdies verschiedene Printprodukte für das amerikanische Fachpublikum.

In der Marketingarbeitsgruppe in Vorbereitung sind aktuell eine eigene Bauhaus-Homepage, die BauhausCard, zum Jahresende ein Endverbraucher katalog und ein entsprechendes Merchandising zum Bauhaus-Jahr.

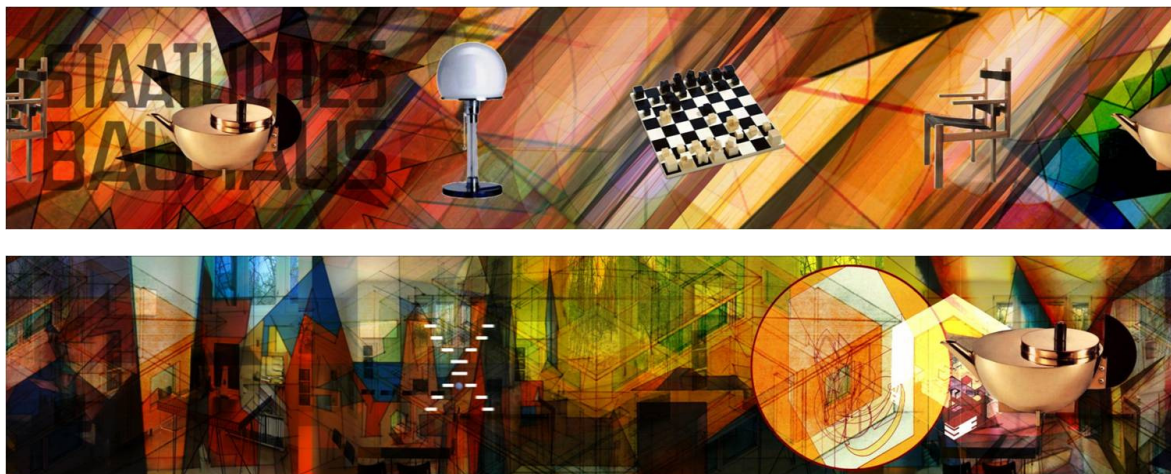
Kontakt:  
Uta Kühne  
Pressesprecherin  
**weimar GmbH**  
Tel: 03643/745805  
E-Mail: [presse@weimar.de](mailto:presse@weimar.de)

Weimar, 27. Februar 2008

# bauhaus 2009



Entwurf Bauhaus-Präsentation zur ITB



Elemente der Video-Präsentation