

Jahresversammlung Thurgau Tourismus

Dienstag, 16. April 2024
Theaterhaus Thurgau



Traktanden

1. **Begrüssung**
2. Wahl von zwei Stimmenzählende
3. Jahresbericht 2023
4. Jahresrechnung 2023
5. Wahl der Revisionsstelle für das Geschäftsjahr 2024
6. Destinationsstrategie 2025-2028
7. Stand der Verhandlungen mit dem Kanton TG zur neuen Leistungsvereinbarung 2025-2028 / Input durch Leiter AWA Dani Wessner
8. Marketingaktivitäten und Projekte 2023
9. Verschiedenes und Umfrage
10. Schlusswort

Traktanden

1. Begrüssung
2. **Wahl von zwei Stimmenzählende**
3. Jahresbericht 2023
4. Jahresrechnung 2023
5. Wahl der Revisionsstelle für das Geschäftsjahr 2024
6. Destinationsstrategie 2025-2028
7. Stand der Verhandlungen mit dem Kanton TG zur neuen Leistungsvereinbarung 2025-2028 / Input durch Leiter AWA Dani Wessner
8. Marketingaktivitäten und Projekte 2024
9. Verschiedenes und Umfrage
10. Schlusswort

Traktanden

1. Begrüssung
2. Wahl von zwei Stimmenzählende
- 3. Jahresbericht 2023**
4. Jahresrechnung 2023
5. Wahl der Revisionsstelle für das Geschäftsjahr 2024
6. Destinationsstrategie 2025-2028
7. Stand der Verhandlungen mit dem Kanton TG zur neuen Leistungsvereinbarung 2025-2028 / Input durch Leiter AWA Dani Wessner
8. Marketingaktivitäten und Projekte 2024
9. Verschiedenes und Umfrage
10. Schlusswort

Zahlen und Fakten

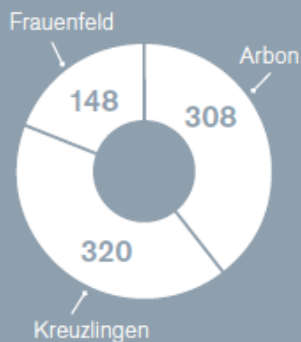
Loglernächte Hotel

386'428

163'063

Loglernächte Camping


Beratungsstunden In den Tourismus-Infostellen



Melstgefragte Themen

Thema	in Prozent
Prospektabgabe	12,4
Öffentlicher Verkehr	11,8
Sehenswertes	8,6
Infrastruktur	8,5
Schiffahrt	8,5
Velofahren	7,1
Kultureinrichtungen	7,0

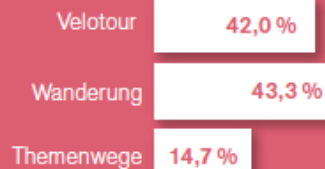

Anteil Schweizer Gäste

Hotellerie	70 %
Camping	75 %
Jugendherberge	83 %


23 Medienreisen

8'894 

Tourenblätter-Downloads

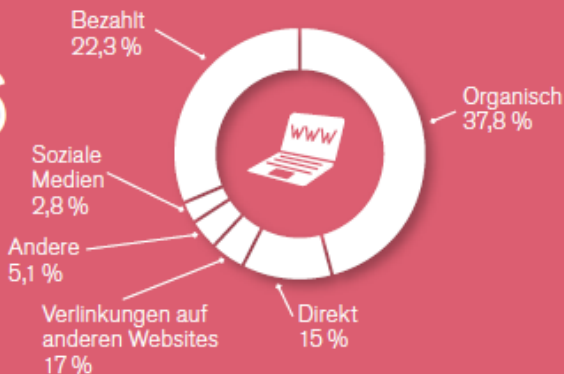


OSKAR-Tage

18'656

1'090'156

Sitzungen auf thurgau-bodensee.ch



273'252

bestellte Prospekte



1'379

verkaufte Thurgau-Gutscheine

SEMINARLAND.CH
OSTSCHWEIZ

Generierter Umsatz
Im Thurgau von CHF

733'429

1.



Nach Kreuzlingen und Arbon läuft nun die dritte Tourismus-Info-stelle in Frauenfeld unter der inhaltlichen Führung von TGT.

1.



Ab diesem Jahr ist TGT als vollständige Destinationsmanagement-Organisation für den ganzen Kanton unterwegs.

31.



Kick-Off-Meeting zur Herzschaufe Wil

17.



Für das Gästeprogramm #TypischThurgau werden Angebote gesucht, die den Gästen in den Sommer- und Herbstferien die Leidenschaft der Einheimischen näher bringen.

31.

Einführung des «Cause-We-Care» Beitrags auf alle buchbaren Leistungen über die TGT-Website



Erlebnisweingut Burkhart wird zum 22. Tourismuspreisträger gekürt.

19.

1.



Start des Produktmanagements Wasser für die Bodensee-Region von St. Gallen und Oberthurgau.

12.



Lancierung der Velosafari: Ab sofort bietet das Cargo-Bike mit aufklappbarem Zeltaufbau einen mobilen Schlafplatz für Zwei.

12.

Rhein

WELTEN

Offizieller Startschuss von «RheinWelten».

18.



Das Stimmvolk sagt JA zum Thurgauer Chancenpaket und ebnet den Weg für 20 vielseitigen Projekte.

2.



Eröffnung der weltweit ersten Piratenschule.

1.

Halbzeit: der Freiluft-Ausstellung des Streetart Festivals Frauenfeld. Was anfangs Juni mit einer grossen Eröffnungsfeier begann, endet am 30. September.



22.

Das 10. Partner-Webinar findet zum Thema «Kampagnen auf Meta» statt. Bis Ende Jahr sollen es 17 werden.

28.

Die Präsentation am Wega-Apéro ist der offizielle Auftakt als Gastregion unter dem Motto Piratenschule.

17.



Präsentation und Austausch zum Chancenpapier «Hörnli-Bergland» im Kloster Fischingen mit Gemeinden und Leistungsträgern.

6.

Der Grosse Rat setzt sich anlässlich der Budgetdebatte für den Thurgauer Tourismus ein. Der von Thurgau Tourismus erarbeitete Kompromissvorschlag wird grossmehrheitlich angenommen, die Budgetkürzung konnte so halbiert werden.

31.



Ende des NRP-Projekt und Impulsprogramm «TopGrade». Rund 30 Betriebe nahmen die angebotenen Leistungen in Anspruch.



Die Ausstellungen über die «Grünen Fürsten am Bodensee», die das Leben und gärtnerische Wirken von Napoleon III. auf Arenenberg und Fürst Esterhazy auf Mainau zeigen, nähern sich dem Ende.

Die Nase im Wind

Geräuschlos über den See gleiten wie Pocahontas, so stellte sich unsere Autorin das Stand-up-Paddeln vor. Dann stellte sie sich au



Für Anfänger und Fortgeschrittene: Der Bodensee hat sich als Meikea der Stand-up-Paddler etabliert. Bild: Thomas Waut

Silvia Schaub

Eben noch war der See ungeliebt. Aber kaum haben wir das Brett ins Wasser geschoben, kommt Wind auf. Zwar nur ein Hauch, aber genügend stark, dass wir sogleich abgefrinten werden. Nicht gerade ideal, wenn man die ersten Staufversuche beim Stand-up-Paddeln, kurz SUP, wagt. «Am besten gleich aufs Brett, damit es es nicht verliert», ruf Beat Hausmann von der Kanuschule Bodensee in Arbon. Denn in der Untiefe hatten wir den Leash, die Leine, noch nicht am Brett angehängt. «Das kommt später, wenn wir drussen sind», erklärt der Paddle-Experte.

Zuerst muss ich es erst mal aufs Brett schaffen. Das geht jedoch erstaunlich gut. Auch die ersten Paddelschläge auf den Kufen gelingen nicht schlecht. Nur eben, dieser unheimliche Wind. Schon treibe ich wieder gegen das Ufer, wo ich gar nicht hinwollte – sondern raus, auf dem See, auf den endlos weiten Bodensee. «Nach mit dem Paddel einen grösseren Halbkreis, dann kommst du in die richtige Richtung.» Einflücher gesagt abgemacht. Dabei hatte ich mir vorgestellt, wie Pocahontas locker und geräuschlos über Wasser zu gleiten. Heute mir doch die Paddelrin vorgeschworen, dass es sich auf dem SUP wie die Indierfrau aus dem Walt-Disney-Film fühle.

Der Umgang des Stand-up-Paddlers hat nichts mit Hollywood zu tun, sondern soll auf polynesischen Fischer zurückgehen, die sich selbst und Paddel in ihren Kanus auf dem Meer fortbewegen. Später mussten Surflehrer auf Hawaii Hochpaddel, um mit ihren Surf-Brettern schneller vom Ufer zu den wellentrichenen Riffen zu gelangen. Wohl daraus entwickelte sich in

den 2000er-Jahren das Standup-Paddel auf einem Brett zu einer eigenständigen Freizeitsportart.

Paddeln ist so einfach wie Velo fahren

«Eine spannende Alternative zum Kajak oder Surfski», findet Beat Hausmann, der schon seit seiner Jugend Wassersport betreibt. So war er mit seiner Kanuschule Bodensee auch einer der ersten in der Schweiz, die SUP anbietet. «Es ist ein idealer Freizeit

Tipps für den SUP-Ausflug

Den Ausflug planen
– Wie in die Wassertiefe? Wenn es voll oder gar nicht geht, ist es besser, wenn man sich vorher ein bisschen mit dem Wasser vertraut hat.

Schwimmweste
– Wenn man sich mit dem SUP ausserhalb der Kanuschule Ufer (mehr als 300 Meter vom Ufer entfernt) oder auf Flüssen bewegt, sollte man eine Schwimmweste tragen.

Spezermann
– Schwimm- und Sparzonen beachten. Diese erkennen man an den gelben oder rot-weißen roten Böjen. Halbinseln vermeiden.

Rückwärts paddeln
– Nicht direkt auf Vögel zusehen. Schwigeln und Nahrungsbereite sowie deren Umgebung meiden.

Kein Alkohol
– Vor dem Brand des Paddels sollte man auf Alkohol verzichten.

zeit sport, den man einfach und schnell erlernen kann. Nicht übermäßig ansorgend, aber dennoch ist man aktiv und hat auch Spass dabei. «Noch dazu ist Stand-up-Paddling ein ziemlich effizientes Cardio-Workout. Durch das ständige Ausbalancieren wird die Rumpfmuskulatur aktiviert und Kondition sowie Koordination werden trainiert.

Kein Wunder also wird das «Suppen» immer populärer. Das Konzept ist einfach: Es braucht ein Gewässer, ein SUP-Board, ein Paddel und schon kann losgehen. Grosse Vorkenntnisse sind nicht nötig – ausser schwimmen können. Ideal ist, einen Einführungskurs zu besuchen, damit man weiss, wie man das Paddel richtig hält, brummt oder in die Gegenrichtung fährt.

Der Wind hat sich endlich etwas gelagert. Der richtige Moment also, um den Schritt vom Kufen ins Wasser zu wagen. «Immer gut ausbalancieren und nach vorne in die Wellen schauen», ruf der SUP-Lehrer zu. «Wenn du ausserdem mit dem Fersen fest auf dem Brett stehst, bringe das noch mehr Stabilität.» Das hilft in der Tat. Während ich anfangs noch jedem Meter vom Brett zu kippen drohe, fühlt sich das mittlerweile richtig gut an. Und schon bald stecke ich das Paddel tief ins Wasser.

Die Tourismusverantwortlichen am Südrand des Bodensees haben das Potenzial als Paddel-Mekka entdeckt. So werden nicht nur Events wie das Paddel-Festival, Marathons, Wake-up-Paddeln oder SUP für Kinder angeboten. Wer nicht ein eigenes Board mitbringen kann sich in den diversen Wassersportschulen oder an den selbstbetrieblenen Stand-up-Paddel-Mietstationen etwas leihen. Den ganzen Sommer über ist zudem das Paddel

Mobil «Milk the Tower» unterwegs, wo sich Dienstag Tags und Tracks finden können. Der Hundservice auf der Website paddel-bodensee.ch beinhaltet auch eine Karte mit den besten Tiden- und Ausstiegsstellen.

Paddeln ist einfach wie Velo fahren. Miriam Fischer, Kommunikationsverantwortliche bei Thurgau Tourismus, sieht dann auch Parallelen zum Aufstieg des Bike-Sports. «Der Bodensee ist perfekt fürs Stand-up-Paddeln, weil es hier genügend Platz hat – egal ob zum gemütlichen oder sportiven Paddeln.» Entsprechend sei die Nachfrage stetig gewachsen.

Das SUP ist auch eine Yoga-Form.

Auch auf anderen Gewässern der Schweiz wird SUP gross geschrieben. In Lausanne etwa kann man mit Kajakpaddeln für bis zu acht Personen im August auf dem Wasser fahren. In Zürich wird eine SUP-City-Tour durchgeführt. Wer gleich noch seinen Hund mit aufs Brett nehmen will, findet am Walensee ein entsprechendes Angebot. Alpines Stand-up-Paddeln erleben kann man zum Beispiel am Arvensee im Berner Oberland oder auf dem Ley da Staz im Oberrhein.

Und auch Yoga sowie Pilates wird auf dem SUP-Brett angeboten, etwa auf dem Lago Maggiore oder dem Coscinensee im Oberrhein.

Wo auch immer man sich diesem Freizeitsport hingibt: Was den Lifestyle des Suppens genauso ausmacht, sind die Gemütlichkeit und das Lebensgefühl. Man paddelt nahezu geräuschlos ein Stück weit auf Wasser hinaus, setzt sich aufs Brett zum Stämmeln, Picknicken oder einfach, um den Sommerurlaub zu geniessen. Das Setting für einen perfekten Sommertag.

Gadgets für perfekten SUP-Ausflug



Schwimmweste für alle Riffe, 150 Fr., z.B. kanuschule-



Neopren-Socken geben Halt auf dem SUP, z.B. von D



oder Jogbra verarbeitet wird. Seine drei Kinder seien zwar nicht so sehr interessiert, wie er es sich wünsche. Trotzdem hofft Stefan Anders, dass der Apfel- und Blumenbus Zukunft hat.

Telefonnr. 071 531 31 20

Drei prächtige Blütenwanderungen



Als ich vom Fildenberg in die Ebene der Birs gekommen

KANTON THURGAU

Entlang des Wassers

Im Frühling sind Ausflüge in den Thurgau von besonderem Reiz. Entlang des Rheins gibt es zahlreiche liebevolle Orte zu entdecken.



Von Kreuzlingen nach Schaffhausen führen viele Wege. Der allerschönste übers Wasser mit der Schifffahrtsgesellschaft Untere und Rhein

für viele Gäste die Brückendurchfahrt bei Diessenhofen. Die gedeckten historische Holzbrücke verbindet die Schweiz mit Deutschland und ist lie Schiffe vor der Bugmasten, das standkabinen und bsenken müssen.

ckborns zwischen dem und dem Untersee



Als ich vom Fildenberg in die Ebene der Birs gekommen



Die Blüte der Spitzkirsche verleiht dem Ort einen besonderen Charakter. Die Blütezeit beginnt Mitte

23 organisierte Medien- und Bloggerreisen

Top-Platzierungen in auflagestarken Medien

- NZZ
- Coop Pronto Kundenmagazin
- Südkurier
- Schweiz am Wochenende
- active & live
- Migros Magazin
- Schweizer Familie

Coop Pronto Magazin, 30.05.2023

Schweiz am Wochenende, 05.08.2023

NZZ, 15.04.2023

Jahresbericht 2023

Genehmigung



Traktanden

1. Begrüssung
2. Wahl von zwei Stimmenzählende
3. Jahresbericht 2023
4. **Jahresrechnung 2023**
5. Wahl der Revisionsstelle für das Geschäftsjahr 2024
6. Destinationsstrategie 2025-2028
7. Stand der Verhandlungen mit dem Kanton TG zur neuen Leistungsvereinbarung 2025-2028 / Input durch Leiter AWA Dani Wessner
8. Marketingaktivitäten und Projekte 2024
9. Verschiedenes und Umfrage
10. Schlusswort

Wahl der Revisionsstelle für das Geschäftsjahr 2023

Memo Treuhand AG, Amriswil

Reto Taumberger
Dipl. Treuhandexperte

Memo Treuhand AG | Weinfelderstrasse 30 | 8580 Amriswil

Jahresrechnung 2023

Erfolgsrechnung

Aufwände	Rechnung 2023	Budget 2023	Rechnung 2022
Aufwendungen für Leistungsauftrag	1 352 696	1 584 380	1 088 085
Personalaufwand	1 653 161	1 663 035	1 338 333
Übriger betrieblicher Aufwand	337 286	316 760	307 046
Total	3 343 143	3 564 175	2 733 464

Jahresrechnung 2023

Erfolgsrechnung

Erträge	Rechnung 2023	Budget 2023	Rechnung 2022
Mitgliederbeiträge	1 992 889	2 011 000	1 946 169
Sponsoring	62 000	51 500	61 499
Marketing	209 761	159 000	166 929
Gästeinformation	248 114	253 500	227 988
Produktmanagement	518 498	589 300	266 990
Ertrag aus Geschäftsstellen	340 899	324 500	59 564
Übrige Erlöse	34 507	20 900	39 988
Erlösminderungen	-4 179	-1 000	-3 862
Total	3 402 489	3 408 700	2 765 269

Jahresrechnung 2023

Abschluss

	Rechnung 2023	Budget 2023	Rechnung 2022
Total Erträge	3 402 489	3 408 700	2 765 269
Total Aufwände	3 343 143	3 414 175	2 733 464
Ausserordentlicher Erfolg	-22 210	0	-24
Total Abschluss	37 136	-5 475	31 781

Jahresrechnung 2023

Bilanz

	2023	2022
Umlaufvermögen	1 513 560	1 357 433
Flüssige Mittel	820 317	943 637
Forderungen	450 586	227 573
Aktive Rechnungsabgrenzung	242 657	186 222
Anlagevermögen	109 005	108 855
Finanzanlagen	25 703	24 255
Sachanlagen	83 302	84 600
Total Aktiven	1 622 565	1 466 288

Jahresrechnung 2023

Bilanz

	2023	2022
Kurzfristiges Fremdkapital	1 237 527	1 078 385
Verbindlichkeiten	782 777	671 706
Passive Rechnungsabgrenzung	81 059	79 367
Kurzfristige Rückstellungen	373 690	327 311
Langfristiges Fremdkapital	0	40 000
Langfristige, verzinsliche Verbindlichkeiten	0	0
Langfristige Rückstellungen	0	40 000
Eigenkapital	385 038	347 903
Total Passiven	1 622 565	1 466 288

Jahresrechnung 2023

Bericht der Revisionsstelle

Sehr geehrte Damen und Herren

Als Ihre statutarische Revisionsstelle haben wir die Buchführung und die Vereinsrechnung, bestehend aus Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang des Vereins Thurgau Tourismus, mit Sitz in Romanshorn, für das am **31. Dezember 2023** abgeschlossene Vereinsjahr (vom 1. Januar bis 31. Dezember 2023) geprüft. Die Vorjahresangaben wurden von der Antares Treuhand AG revidiert.

Für die Vereinsrechnung ist der Kantonalvorstand verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht, diese nach den statutarischen Bestimmungen zu prüfen und zu beurteilen.

Aufgrund unserer stichprobenweise vorgenommenen Prüfungen bestätigen wir, dass

- die Bestandessaldi der Bilanz nachgewiesen sind;
- die Belege mit der Buchhaltung übereinstimmen;
- die Buchhaltung ordnungsgemäss geführt ist.

Gemäss unserer Beurteilung entsprechen die Buchführung und die Vereinsrechnung dem schweizerischen Gesetz und den Statuten.

Wir empfehlen Ihnen die Vereinsrechnung 2023 mit einem **Gewinn von Fr. 37'135.59** und einem **Eigenkapital von Fr. 347'902.99** (vor Gewinnverwendung) zu genehmigen.

Freundliche Grüsse
Memo Treuhand AG


Reto Taumberger
dipl. Treuhandexperte
taumberger@memo.ch


Rolf Sonderegger
Buchhalter mit eidg. Fachausweis
sonderegger@memo.ch

Jahresrechnung 2023

Genehmigung



Traktanden

1. Begrüssung
2. Wahl von zwei Stimmenzählende
3. Jahresbericht 2023
4. Jahresrechnung 2023
5. **Wahl der Revisionsstelle für das Geschäftsjahr 2024**
6. Destinationsstrategie 2025-2028
7. Stand der Verhandlungen mit dem Kanton TG zur neuen Leistungsvereinbarung 2025-2028 / Input durch Leiter AWA Dani Wessner
8. Marketingaktivitäten und Projekte 2024
9. Verschiedenes und Umfrage
10. Schlusswort

Wahl der Revisionsstelle für das Geschäftsjahr 2024

Memo Treuhand AG, Amriswil

Reto Taumberger
Dipl. Treuhandexperte

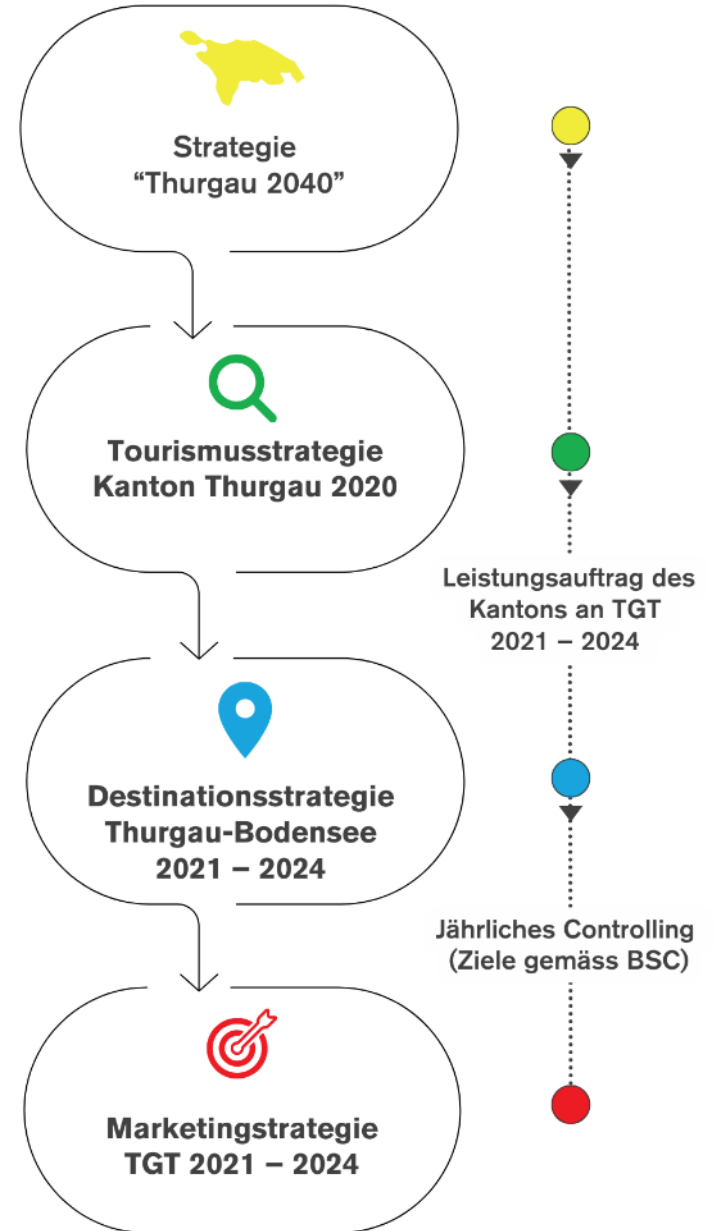
Memo Treuhand AG | Weinfelderstrasse 30 | 8580 Amriswil

Traktanden

1. Begrüssung
2. Wahl von zwei Stimmenzählende
3. Jahresbericht 2023
4. Jahresrechnung 2023
5. Wahl der Revisionsstelle für das Geschäftsjahr 2024
- 6. Destinationsstrategie 2025-2028**
7. Stand der Verhandlungen mit dem Kanton TG zur neuen Leistungsvereinbarung 2025-2028 / Input durch Leiter AWA Dani Wessner
8. Marketingaktivitäten und Projekte 2024
9. Verschiedenes und Umfrage
10. Schlusswort

Destinationsstrategie 2025-2028

Aktueller Stand



Strategische Themenwelten



Gesamterlebnis Thurgau

Wasser

Schwerpunkt: Bodensee

Von bewundern bis segeln weiter und international.

«Der Thurgau hat alles was es braucht, um erfolgreich zu sein.»

Aktiv sein

Schwerpunkt: Velo

Elektrisch oder reine Muskelkraft – flacher und multigenerational.

Landschaft

Schwerpunkt: Terroir

Blütenpracht, Baukultur & Sternerestaurant. Die neue Landlust.

Man unterliegt ab und an dem Fehler, alles zu kommunizieren, um alle Marktteilnehmenden zufrieden zu stellen.

Der Fokus muss daher auf drei strategischen Themenwelten liegen. Sie öffnen Tür und Tor für das Gesamterlebnis Thurgau.

Vision Statement 2035

Wohin wir wollen.

Der Thurgau ist eine selbstbewusste, landschaftsstarke Tourismusdestination abseits der grossen Reisesströme und wandelt vom Geheimtipp zum Must-See Qualitätserlebnis. So werden wir attraktiv für Gäste und Investitionen.

Damit sagen wir klipp und klar:

- Wir setzen ausschliesslich auf den Qualitätstourismus.
- Wir sind landschaftsnah, zelebrieren Ruhe und Stille sowie unsere regionalen Produkte.
- Wir verabschieden uns vom Geheimtipp und setzen ambitionöse Ziele.

Mission

Wie wir die Vision zur Realität machen.

Förderung eines Qualitätstourismus (Tourismus im Einklang mit Lebensraum und Bevölkerung)

- Fokus auf Individualreisende, idealerweise mit Übernachtung
- Fokus auf Interessierte an Langsamverkehr, regionalen Produkten, lokaler Geschichte und Kultur
- Einfache Zugänglichkeit und Verfügbarkeit der Angebote

Konsequenter Fokus auf strategische Themenwelten und ihre Leuchttürme

- Bodensee (Wasser), Velo (Aktiv sein), Terroir (Landschaft), Out in the Green (Seminare & Gruppen)
- Nachhaltige Führung und Entwicklung der strategischen Themenwelten

Aktive Weiterentwicklung des Tourismussystems

- Tourismusmotor im Thurgau mit regionaler Ausprägung
- Proaktives Weiterentwickeln der Leistungsträger im Thurgau (Partnerservices)

Kommunikation und Markenpflege

- Nachfrage und Bekanntheit generieren
- Tourismusbewusstsein steigern

Destinationsstrategie 2025 – 2028

Ziele – Wofür wir uns täglich einsetzen. (Aufzählung ohne Priorität)

- (1) Der Thurgauer **Qualitätstourismus** wird wahrgenommen und wird zur touristischen Marke.
- (2) Der Thurgau ist der **Bodensee-, Velo- und Terroir-Kanton**.
- (3) Im Thurgau entwickelt sich ein **innovatives Tourismusangebot**, unterstützt durch Thurgau Tourismus
- (4) Thurgau Tourismus ist der **Tourismusmotor** und verlängert die Saison.
- (5) Thurgau Tourismus steigert selbstbewusst die **Bekanntheit** und seine touristische Attraktivität.
- (6) Im Thurgau werden Einheimische zu **Botschafter und Botschafterinnen**.

Traktanden

1. Begrüssung
2. Wahl von zwei Stimmenzählende
3. Jahresbericht 2023
4. Jahresrechnung 2023
5. Wahl der Revisionsstelle für das Geschäftsjahr 2024
6. Destinationsstrategie
7. **Stand der Verhandlungen mit dem Kanton TG zur neuen Leistungsvereinbarung 2025-2028 / Input durch Leiter AWA Dani Wessner**
8. Marketingaktivitäten und Projekte 2024
9. Verschiedenes und Umfrage
10. Schlusswort

Stand der Verhandlungen mit dem Kanton TG zur neuen Leistungsvereinbarung 2025-2028

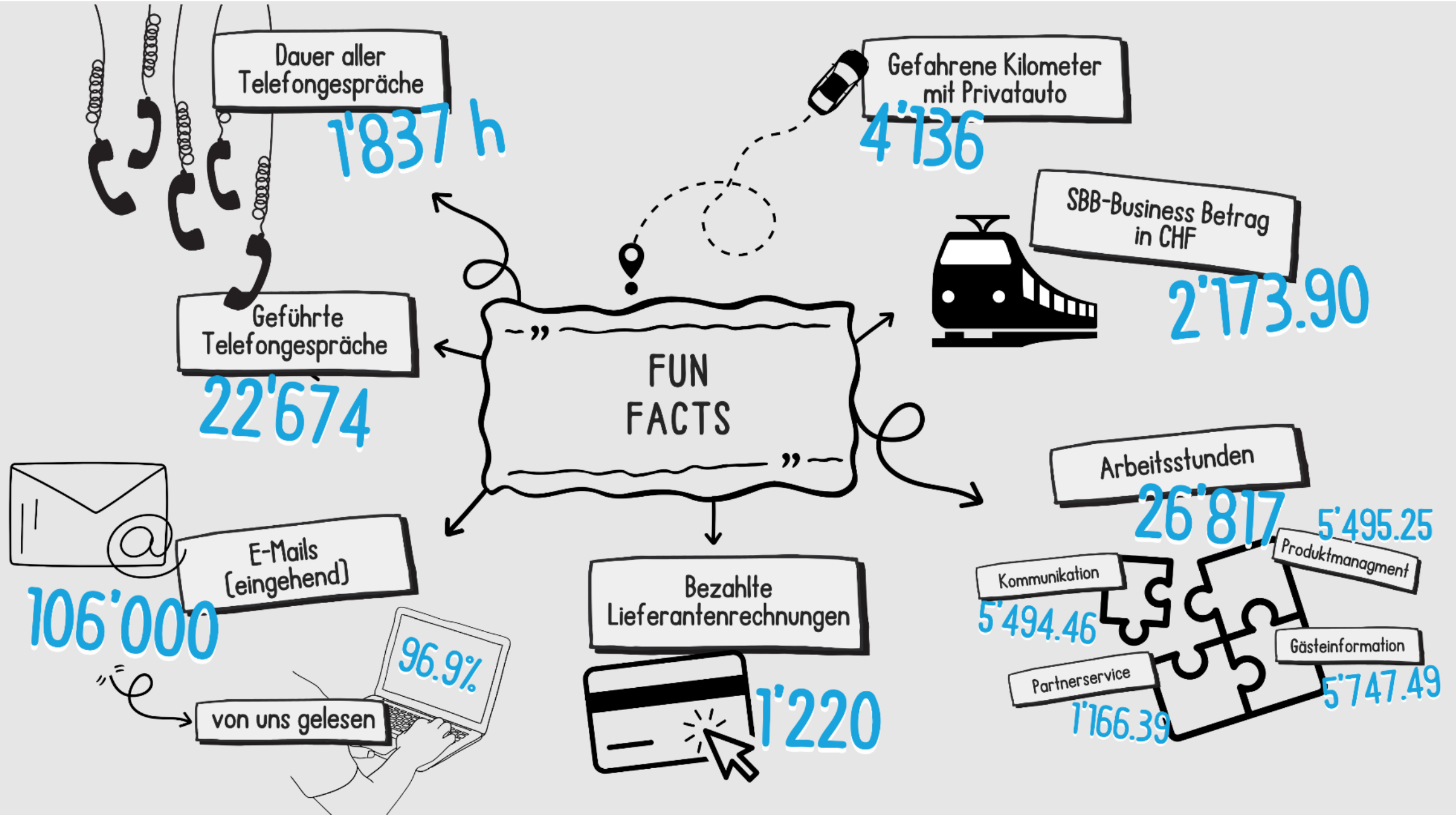


Daniel Wessner

Leiter Amt für Wirtschaft und Arbeit des Kantons Thurgau

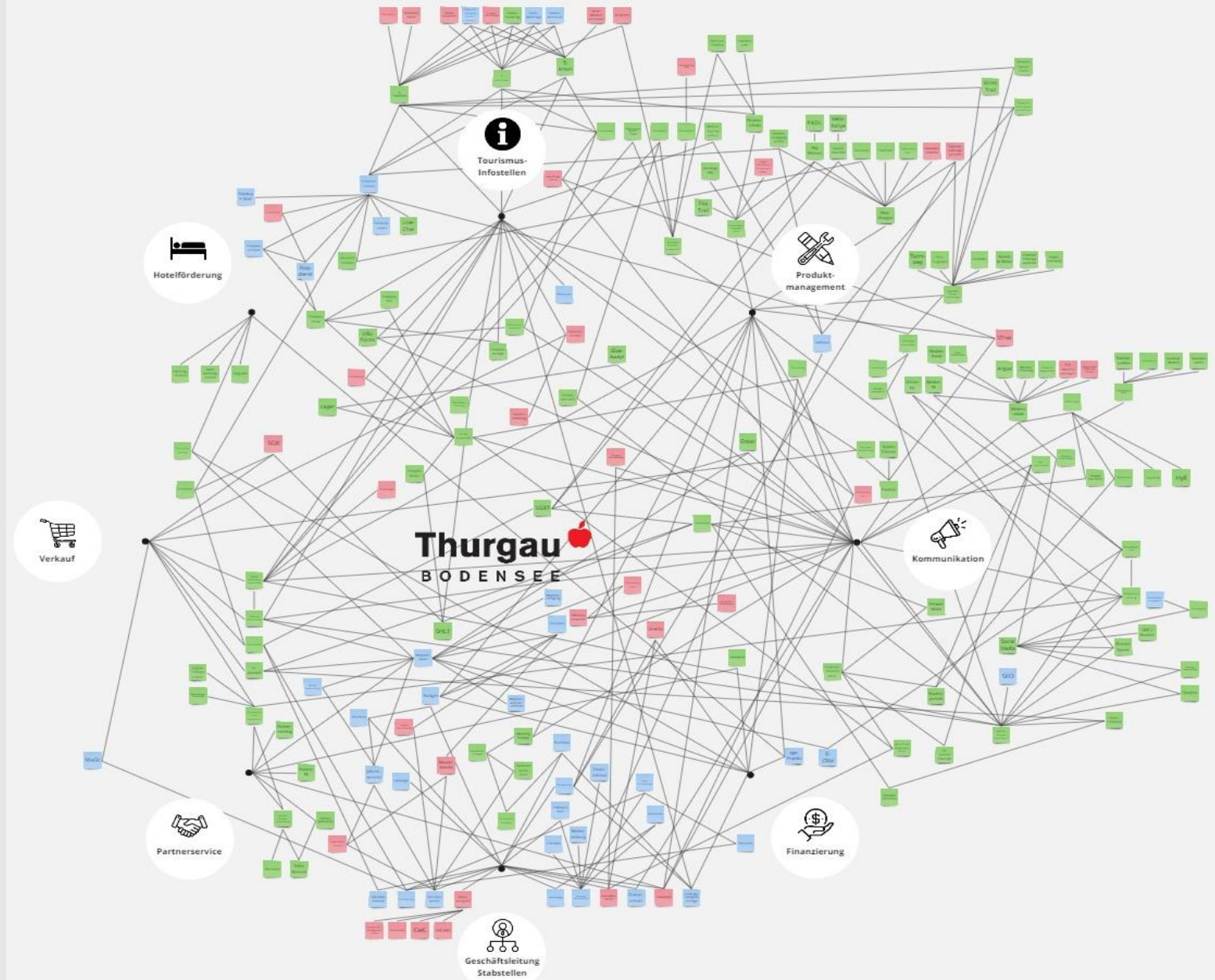
Traktanden

1. Begrüssung
2. Wahl von zwei Stimmenzählende
3. Jahresbericht 2023
4. Jahresrechnung 2023
5. Wahl der Revisionsstelle für das Geschäftsjahr 2024
6. Destinationsstrategie
7. Stand der Verhandlungen mit dem Kanton TG zur neuen Leistungsvereinbarung 2025-2028 / Input durch Leiter AWA Dani Wessner
- 8. Marketingaktivitäten und Projekte 2024**
9. Verschiedenes und Umfrage
10. Schlusswort



TGT-Landkarte

- 195 Aktivitäten
- 343 Schnittstellen







Marketingaktivitäten und Projekte 2024

Produktmanagement





Bier-Zugfahrt, -Strasse etc.



slowUp Bodensee



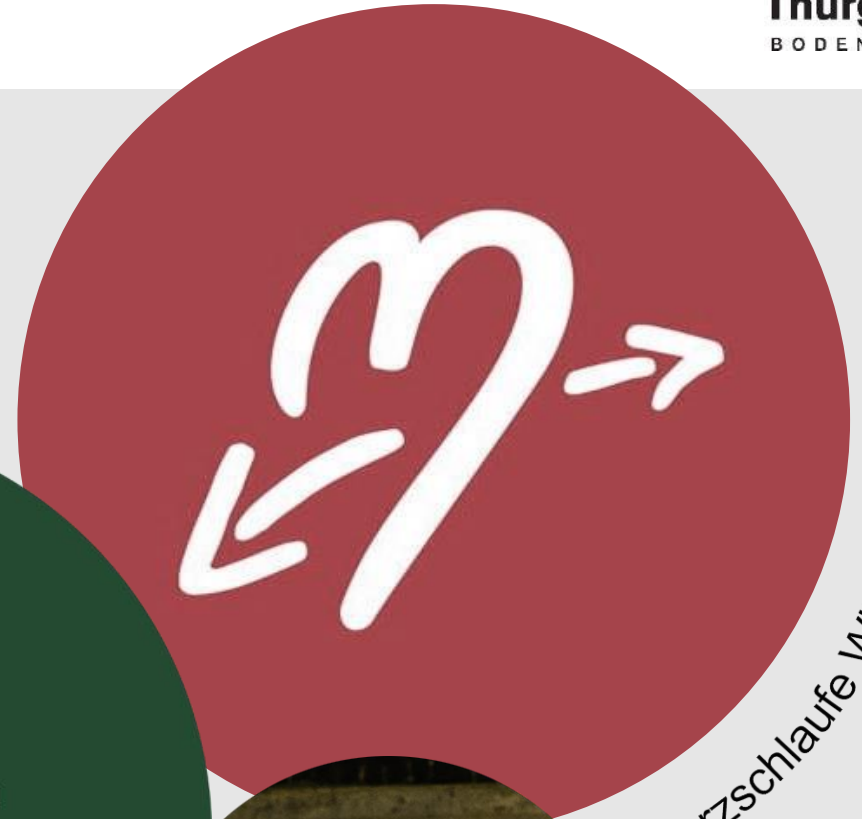
Velo-Safari



Produktmanagement Wasser



Rugelreise



Herzschlaufe Wil



Hörnli-Bergland

Marketingaktivitäten und Projekte 2024

Rugelreise – Thurgauer Kugelbahnweg

- Matzingen – Frauenfeld
 - 12 individuelle Kugelbahnstationen
 - Entlang von Murg und Frauenfeld-Wil-Bahn
- Zusammenarbeit von
 - Thurgau Tourismus
 - Appenzeller Bahnen
 - Verband Schreiner Thurgau VSSM
 - Erlebnis Frauenfeld
- Eröffnung im Juni 2024 geplant



Marketingaktivitäten und Projekte 2024

Herzschlaufe Wil

- Herzroute
 - Lausanne – Rorschach (– Romanshorn?)
 - «Inbegriff» von E-Bike-Genusstour in der Schweiz
- Neue Schlaufe zur Herzroute (Route Nr. 999)
 - 2 Tagesetappen (86 km)
 - Thurgau (9 Thurgauer Gemeinden), unteres Toggenburg und Zürcher Oberland
 - Highlights: Altstadt von Wil, Kloster Fischingen, Gyrenbad, Sitzberg oder Komturei Tobel
- Eröffnung im Frühling 2025 geplant



Marketingaktivitäten und Projekte 2024

Kommunikation



Marketingaktivitäten und Projekte 2024

Kommunikation



Geschmackssache

- Magazin TG3
- Leitthema KOM



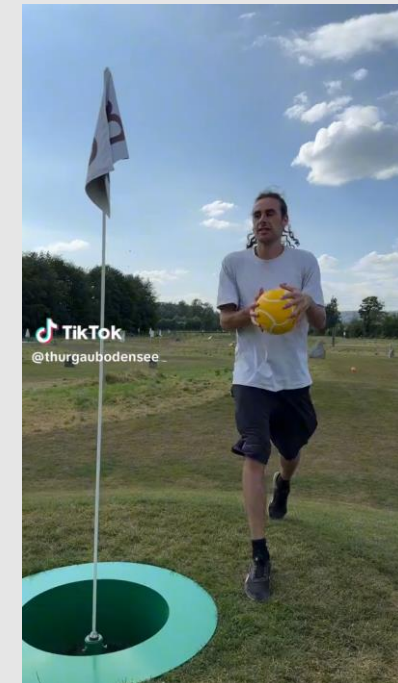
Künstliche Intelligenz

- Contentproduktion
- Ideengenerierung



Deutsche Gäste

- Kampagne zur Aktivierung



Influencer-Kooperationen

- je Schwerpunktthema / Zielgruppe / Kanal

Marketingaktivitäten und Projekte 2024

Partnerservice



Marketingaktivitäten und Projekte 2024

Partnerservice



Webinare

Digital Trends mit
Heidiland



Partnergespräche

jährliche Besuche der
aktiven Mitglieder



Tourismus zum Mitmachen (TzM)

Mitmachmöglichkeiten



Partnerplattform

Informations- und
Wissensvermittlung

Traktanden

1. Begrüssung
2. Wahl von zwei Stimmenzählende
3. Jahresbericht 2023
4. Jahresrechnung 2023
5. Wahl der Revisionsstelle für das Geschäftsjahr 2024
6. Destinationsstrategie
7. Stand der Verhandlungen mit dem Kanton TG zur neuen Leistungsvereinbarung 2025-2028 / Input durch Leiter AWA Dani Wessner
8. Marketingaktivitäten und Projekte 2024
- 9. Verschiedenes und Umfrage**
10. Schlusswort

Traktanden

1. Begrüssung
2. Wahl von zwei Stimmenzählende
3. Jahresbericht 2023
4. Jahresrechnung 2023
5. Wahl der Revisionsstelle für das Geschäftsjahr 2024
6. Destinationsstrategie
7. Stand der Verhandlungen mit dem Kanton TG zur neuen Leistungsvereinbarung 2025-2028 / Input durch Leiter AWA Dani Wessner
8. Marketingaktivitäten und Projekte 2024
9. Verschiedenes und Umfrage
- 10. Schlusswort**

Herzlichen Dank!

