

3B-Rechenschaftsbericht 2019

Der Rechenschaftsbericht 2019 gibt unter Ziffer 1 einen kurzen Überblick über die Aktivitäten des 3B-Tourismus-Teams der vergangenen 12 Monate sowie einen Ausblick auf das laufende Jahr 2020. Weiterhin werden Szenarien aufgezeigt, wie sich der Tourismusmarkt durch die Corona-Krise in der Region entwickeln könnte und welche Konsequenzen sich daraus für die 3B-Region ergeben. Unter Ziffer 2 werden die touristischen Kennzahlen 2019 (Übernachtungszahlen, Anfragen in der Tourist Information, Stadtführungen... etc.) dargestellt. Weiterhin wird auf die touristische Wertschöpfung im 3B-Land eingegangen.

Baden-Württemberg erfreut sich als Reiseland weiterhin großer Beliebtheit. Seit 2010 steigen die Gäste- und Übernachtungszahlen in den Beherbergungsbetrieben im Südwesten kontinuierlich an. Das Jahr 2019 brachte der Tourismusbranche im Land erneut ein Rekordergebnis, indem die Zahl der Gästeankünfte auf 23,3 Millionen anstieg. Das waren über 0,8 Mio. oder 3,8 % mehr Gäste als 2018. Die Zahl der Übernachtungen von Touristen und Geschäftsreisenden erreichte 2019 die Marke von 57,2 Mio., was gegenüber dem Vorjahr einer Zunahme um gut 2,3 Mio. oder 4,3 % entspricht. Die positive Gesamtentwicklung des Landestourismus in den letzten Jahren ist nicht zuletzt auch darauf zurückzuführen, dass Baden-Württemberg für ausländische Touristen offenbar weiter an Attraktivität gewonnen hat: Während die Zahl der Gäste aus Deutschland gegenüber 2010 um gut 35 % stieg, wuchs die der Gäste aus dem Ausland um 54 %. Die Zahl der Übernachtungen von Touristen aus Deutschland stieg gegenüber 2010 um knapp 27 %, die der internationalen Gäste um rund 53 %.

Einer der wenigen Landkreise in Baden-Württemberg mit negativem Ergebnis ist der Landkreis Ludwigsburg. Hier sind 2019 3,8 % weniger Ankünfte und 2,0 % weniger Übernachtungen registriert worden, wobei die Kapazität um 2 Betriebe und insgesamt 105 Betten höher war als im Jahr 2018. Das Landkreisergebnis spiegelt sich auch in der Übernachtungsstatistik des 3B-Landes wider. Bei den Ankünften lag der Rückgang bei 4,9 % und bei den Übernachtungen bei 5,3 %, wobei hier die Kapazitäten im Vergleich zum Vorjahr nahezu gleich geblieben sind. Sehr positiv zu bewerten ist dagegen das Ergebnis bei den Wohnmobilplätzen im 3B-Land. In Bönningheim und Bietigheim-Bissingen wurden Rekordergebnisse erzielt, wobei in Bietigheim-Bissingen die Anzahl mehr als verdoppelt wurden. Besigheim verzeichnet einen minimalen Rückgang gegenüber 2018.

Die Stadtführungen durch die Altstädte wurden 2019 weniger nachgefragt als 2018. Konstant geblieben sind die Prospektanfragen, der Bedarf an Werbemedien ist insgesamt gestiegen.

Im 3B-Land konnte das gute Ergebnis der Vorjahre nicht erreicht werden. Eine Ausnahme ist hier der Wohnmobiltourismus, der deutlich zugelegt hat. Die Zuwächse bei den Übernachtungen auf Bundes- und Landesebene gehen schon seit Jahren einher mit massiven Kapazitätserweiterungen. Im 3B-Land dagegen ist das Angebot an Übernachtungsbetrieben und Betten in den vergangenen Jahren nahezu unverändert geblieben. Aber auch bei der Qualität hat es seit Jahren keine größeren Entwicklungen gegeben. Das Gros der klassifizierten Betriebe befindet sich im Drei-Sterne-Segment, ein Betrieb hat vier Sterne. Dies hat zur Folge, dass unter den gegebenen Umständen Zuwächse schwer möglich sind.

An dieser Stelle sollte noch ein Blick auf die Entwicklung in den letzten beiden Jahrzehnten geworfen werden. Das 3B-Tourismus-Team feiert am 01.08.2020 sein 20jähriges Jubiläum. In den 20 Jahren haben sich die Übernachtungszahlen stark nach oben entwickelt. In Bietigheim-Bissingen ist eine Steigerung von 59 % beziehungsweise knapp 30.000 Übernachtungen und in Besigheim von gar 192 % gegenüber 2001 zu verzeichnen. In Bietigheim-Bissingen nahm die Bettenkapazität in dem Zeitraum um 50 % und in Besigheim um satte 108 % zu. In Bönningheim ist ein Vergleich erst seit dem Jahr 2003 möglich. In den Jahren davor wurden keine statistischen Daten veröffentlicht, da weniger als drei Betriebe gemeldet waren. So entwickelten sich die Übernachtungszahlen in Bönningheim seit 2003 um 277 % nach oben, wogegen die Bettenanzahl gerade mal um 44 % von 82 auf 119 angestiegen ist.

Besonders im letzten Quartal 2019 hat sich abgezeichnet, dass aufgrund der schwächelnden Wirtschaftslage die Übernachtungszahlen rückläufig sind. Den allgemeinen Prognosen zur Folge hätte sich dieser Trend im laufenden Jahr weiter auf die Übernachtungszahlen ausgewirkt. So wurden für das gesamte Land Baden-Württemberg Rückgänge im Geschäftsreisetourismus prognostiziert. Durch die Coronakrise und dem auferlegten Beherbergungsverbot für touristische Übernachtungen ergibt sich eine völlig neue und für alle Betriebe und Dienstleister sehr schwierige und ungewisse Situation. Die vom Übernachtungs-, vor allem aber Tagestourismus stark abhängige Gastronomie leidet extrem unter den Schließungen und Einschränkungen. Die zu erwartende schrittweise Lockerung wird die entstandenen Verluste nicht mehr auffangen und den gewohnten Betrieb nur eingeschränkt zulassen.

Der Tagestourismus wird sich aller Wahrscheinlichkeit nach am schnellsten erholen, vielleicht sogar zu Beginn besonders hohe Besucherfrequenzen in Gastronomie-, Freizeit- und Kultureinrichtungen aufweisen. Der übernachtungsrelevante Freizeittourismus aus dem nationalen Markt könnte nach Lockerung des Beherbergungsverbot es ebenfalls zügig wieder

an Fahrt aufnehmen. Sobald die Camping- und Wohnmobilplätze wieder öffnen dürfen, wird diese Zielgruppe sehr schnell wieder in Bewegung sein. Da davon auszugehen ist, dass Reisen ins Ausland erst einmal nicht möglich sein werden, werden die weit über eine halbe Million zugelassenen Wohnmobile inländische Camping- und Stellplätze aufsuchen. Mit Tagesausflüglern, Wohnmobilisten, Radfahrern oder Weinliebhabern gibt es einige Zielgruppen, die rasch für Nachfrage und Auslastung im 3B-Land sorgen könnten. So hält beispielsweise die Mehrheit der Radtouristen offenbar an ihren diesjährigen Reiseplänen fest. Zu diesem Ergebnis kommt eine Anfang April durchgeführte Umfrage der "Radreisen-Datenbank" unter 1.500 Reisenden. Über 70 Prozent haben für 2020 schon eine Reise geplant oder eine bestimmte Strecke im Auge. Von ihnen möchten 80 Prozent die Reise auch unternehmen, ebenso viele haben daher auch noch nichts storniert. Grund: Der Beginn der Touren liegt nach dem Zeitpunkt der allgemeinen Reisewarnungen oder könnte gut auf einen späteren Zeitpunkt im Jahr verschoben werden. 90 Prozent der Befragten kann sich sogar vorstellen, in diesem Jahr noch eine weitere mehrtägige Radreise zu unternehmen.

Bei den internationalen Gästen wird es lange dauern, wieder annähernd die gewohnt hohen Anteile in der Region zu erzielen. Vor allem wird der Business-Tourismus, der im 3B-Land und der gesamten Region Stuttgart einen Anteil von etwa 70% einnimmt, spürbare Veränderungen aufzeigen. Es kann davon ausgegangen werden, dass aufgrund der Digitalisierung und den sich hieraus ergebenden technischen Möglichkeiten die Reiseintensität im B2B-Bereich weniger wird. So ersetzen in den vergangenen Monaten Videokonferenzen, Online-Meetings oder Webinare mehrtägige Geschäftsreisen. Experten weisen darauf hin, dass auch zukünftig manch eine Veranstaltung ins Netz abwandern wird. Unternehmen werden verstärkt abwägen, ob wirtschaftlich betrachtet persönliche Treffen tatsächlich einen größeren Mehrwert stiften als das virtuelle Pendant. So prognostiziert Lufthansa-Chef Carsten Spohr einen massiven Nachfragerückgang bei Geschäftsreisenden.

Mit dem "Recovery Check" liefert das in Salzgitter ansässige Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes eine Studie zu den Folgen von Corona für den Tourismus in Deutschland.

Demnach kann der Binnentourismus in der momentanen Phase des Stillstands je nach Szenario Umsätze erreichen, die verglichen mit dem entsprechenden Vorjahreszeitraum bei 5 bis 15 Prozent liegen. In der möglicherweise nahen Lockerungsphase sind bereits Umsätze von bis zu 60 Prozent gegenüber dem Basiszeitraum 2019 möglich (optimistisches Szenario). Mit einer echten Belebung des Deutschland-Tourismus rechnet das Institut im optimistischen Fall bereits für August 2020, also für die Sommerferien. Das wäre zumindest für die Deutschland-Anbieter eine sehr gute Nachricht. Für Reisen ins Ausland sieht das Zentrum erst einen Termin in den Osterferien 2021 als realistisch an. Erst dann könnte die

Mehrheit der Grenzen überhaupt wieder geöffnet und die Corona-Situation weltweit entspannter sein. In der optimistischen Betrachtung könnte sich der Binnentourismus bereits bis Ende dieses Jahres vollständig erholen, also auf dem Niveau der Vor-Corona-Zeit landen. Der internationale Tourismus wird seine Normalwerte hingegen bestenfalls Ende September 2021 erreicht haben – realistisch gesehen sogar erst im Frühjahr 2022.

Die touristische Nachfrage wird nach Corona oder nach den ersten Lockerungsmaßnahmen eine andere sein. Der Geschäftsreisetourismus wird weniger und der Binnenreisetourismus zunehmen. Die Frage, die sich die Experten stellen, ist, wann wieder hochgefahren werden kann und wie dann Reisen aussehen werden. Volle Strände, Veranstaltungen oder Biergärten wird es lange nicht geben. Eine große Herausforderung für alle Akteure wird sein, sich hierauf einzustellen und in den entsprechenden Märkten zu werben. Zukünftig wird die hohe Auslastung unter der Woche für die hiesigen Betriebe nicht mehr der Normalfall sein, Radtouristen beispielsweise können stattdessen für neuen Umsatz sorgen und Einbußen kompensieren. Hierfür ist es erforderlich, dass auch Betriebe in entsprechenden Medien werben. Schon länger ist festzustellen, dass Gruppenbuchungen bei Stadtführungen rückläufig sind. Zukünftig wird dieser Markt sogar noch schwieriger werden. Das Reisen in Gruppen wird erst einmal zurückgehen. So müssen verstärkt Angebote für Individualreisende und Kleingruppen entwickelt werden.

Alle im Tourismus Beteiligten können auf die bisherige Bilanz stolz sein. Für die Zukunft bedarf es noch mehr Anstrengungen und Ideen, die neue Situation zu meistern und den Anforderungen des Marktes gerecht zu werden. Hier sind vor allem die Beherbergungsbetriebe gefragt. Der Binnenmarkt in Deutschland ist mit gut 80 Millionen Einwohnern der größte in der EU. Die Reiseintensität der Deutschen ist die höchste in ganz Europa. So wurden 2019 55 Millionen Urlaubs- und 35 Millionen Kurzurlaubsreisen (Quelle: DTV) ins In- und Ausland unternommen. In der Annahme, dass die Nachfrage beim Inlandtourismus anziehen wird, und Segmente wie Wandern, Radfahren und Genuss immer beliebter werden, ist das eine große Chance für die 3B-Region und deren Anbieter. Daher sind Produkte für die verschiedenen Zielgruppen zu entwickeln und auf den jeweiligen Märkten zu platzieren. Es gilt die vorhandenen Mittel bestmöglich einzusetzen, neue Wege einzuschlagen, Kooperationen auszubauen und möglichst viele Synergieeffekte zu erzielen. Mit den eigenen Wein-Events, der Wanderwegebeschilderung von 2016, dem Ausbau der Wohnmobilplätze oder der Entwicklung von digitalen Angeboten positioniert sich das 3B-Land bereits als leistungsstarke und innovative Destination. Diese Investitionen in die Qualität der Freizeitinfrastruktur und in das Erlebnis- und Genussangebot kommen Gästen wie Einheimischen gleichermaßen zugute. Sie liefern Argumente, die Region an Neckar, Enz

und Stromberg zu besuchen, stärken weiche Standortfaktoren und gleichermaßen die Außendarstellung.

Wenn alle Akteure, die Leistungsträger, die touristischen Partner sowie die Politik, an einem Strang ziehen, kann der Tourismus weiterhin erfolgreich betrieben werden. Denn nur mit vereinten Kräften kann das 3B-Land wie bisher erfolgreich am Markt agieren und sich als attraktive Destination positionieren. Durch die Aufnahme der Gemeinden Gemmrigheim und Mundelsheim zeigt sich auch, dass die touristische Arbeit wertgeschätzt und anerkannt wird. So bekunden noch weitere Kommunen aus der Nachbarschaft ihr Interesse, sich dem Marketingverbund des 3B-Tourismus-Teams anzuschließen und sich in die Marke 3B-Land einzufügen.

Der vorliegende Bericht zeigt auf, dass die gemeinsame Vermarktung der 3B-Städte nach wie vor erfolgreich ist und dass in diesem Sinne die Arbeit fortgesetzt werden sollte.

1. Marketingaktivitäten 2019/20

In den vergangenen 12 Monaten wurden die nachfolgend genannten Werbemedien überarbeitet, aktualisiert bzw. neu gestaltet.

„3B-Reisebegleiter“

In dem 76 Seiten umfassenden Katalog ist das komplette touristische Angebot der Region abgebildet. Es reicht von Stadt- und Erlebnisführungen, über Museen und Ausstellungen, Natur- und Weinangeboten, Gastronomie und Übernachtungen bis hin zu Pauschalarrangements für Gruppen- und Individualreisenden. Den größten Raum nehmen mit 17 bzw. 15 Seiten die Stadt-, Erlebnis- und Kostümführungen sowie das Übernachtungsangebot ein. Bei der Präsentation der zahlreichen Führungen zeigt sich, wie innovativ und ideenreich die Gästeführer im 3B-Land sind, indem immer wieder neue Angebote kreiert werden. Zu den Übernachtungsbetrieben in Hotels, Ferienwohnungen und Gästehäusern gesellen sich noch die Wohnmobilplätze. Ein großer Rahmen gebührt auch dem Thema Wein und Schnaps. Auf 11 Seiten präsentieren sich die Weingüter, Brennereien und Obsterzeuger. Die Weinerlebnisführer bieten hier ebenfalls ihre Angebote dar. Dem Thema Genuss widmen sich die Gastronomen, die sich auf insgesamt 7 Seiten präsentieren. Mit je fünf Seiten komplettieren die Kultureinrichtungen und die Anbieter von Naturführungen den bunten Strauß an Angeboten im 3B-Land.

Der mit der Auflage 2019 neu erschienene Reisebegleiter erfreute sich so großer Beliebtheit, dass Ende 2019 1000 weitere Exemplare nachgedruckt werden mussten. Die Auflage 2020 wurde somit auf 7.000 Exemplare erweitert.

Nicht enthalten im neuen Reisebegleiter sind die Veranstaltungen. Hierfür wurde, dem neuen Design angepasst, ein 16seitiges Heft im Format DIN lang aufgelegt.



Ebenfalls im neuen Design ist eine Wohnmobilschüre entstanden. In diesem 12seitigen Leporello (Format DIN lang) sind alle Wohnmobilplätze im 3B-Land aufgeführt.

Im neuen Gewand sind auch die 3B-Rad- und Wanderkarte neu erschienen.

Für die Gestaltung der neuen Titelseiten wie auch der Inhalte wurden neue Fotos produziert.



Die beliebte Reihe der 3B-Glanzpunkte widmet sich in diesem Jahr dem baulichen Zierrat in den Altstädten. Unter dem Motto „Neidköpfe, Feuerböcke und Handelsvierer – Baulicher Zierrat in unserer Alten Stadt“ finden im Frühjahr und Herbst Führungen durch die Altstädte in Besigheim, Bönningheim und Bietigheim-Bissingen statt. Wegen Corona sind die Frühjahrsführungen abgesagt worden. Fraglich ist auch, ob die Führungen im Herbst stattfinden dürfen. Nach Rücksprache mit den Geschichtsvereinen soll das Thema auf die Saison 2021 erweitert werden. Die Glanzpunkte-Führungen und alle anderen Führungen sind in der neuen 20seitigen Broschüre „Stadtvergnügen“ aufgeführt.

Alle Inhalte der oben beschriebenen Printprodukte finden sich auf der Homepage www.3b-tourismus.de wie auch größtenteils in der CityHub-App wieder. Von der Homepage können zudem alle Printprodukte heruntergeladen werden. Die Onlineversionen des Reisebegleiters und der Impressionen können zudem digital durchgeblättert werden. Eine englische Version der 3B-Homepage ist seit diesem Jahr Frühjahr online, eine französische Version folgt bis zum Frühjahr 2021.

Outdooractive und Komoot

Viele Wander- und Radtouren im 3B-Land sind in den Portalen outdooractive und Komoot geführt. Auf Komoot hat sich das 3B-Land zusammen mit dem Kraichgau-Stromberg Tourismus im Sommer 2019 an einer Marketingkampagne beteiligt. In outdooractive werden Inhalte zu Leistungsträgern und Tourenverschlänge laufend durch das 3B-Tourismus-Team gepflegt, außerdem sind alle Etappen des Radweges Deutsche Fachwerkstraße in outdooractive eingepflegt.

Wein-Events im 3B-Land

2019 veranstaltete das 3B-Tourismus-Team mit verschiedenen Partnern die beiden Weinevents „Weinige Schifffahrt“ und „Wein-Höhepunkte“. Beide Veranstaltungen waren sehr erfolgreich.

Am 16. Juni 2019 fand in Kooperation mit der Felsengartenkellerei Besigheim und den Weingärtnern Stromberg-Zabergäu eine „Weinige Schifffahrt“ statt. Auf einer zweistündigen Schifffahrt von Kirchheim/Neckar nach Hessigheim und zurück konnten die Gäste aus einem Angebot von 18 Weinen nach Lust und Laune verkosten. Drei Fahrten um 11:00, 14.00 und um 17.00 Uhr waren ausverkauft. Die Weinige Schifffahrt, geplant am 21.06.2020, muss in diesem Jahr leider abgesagt werden.

Am 18. August 2019 fand mit den „Wein-Höhepunkten“ ein Genuss-Wandertag im 3B-Land statt. Es beteiligten sich insgesamt 12 Betriebe, die an 12 Stationen ihre Produkte ausschenkten. An einigen Stationen gab es zudem Unterhaltung, Mitmachaktionen und



Infostände. Bei der Veranstaltung wurden die Weine in eigens kreierten Wein-Gläsern mit der Aufschrift 3B-Wein-Höhepunkte ausgeschrieben. Insgesamt wurden rund 3.000 Gläser abgesetzt. Da viele Wanderer eigene Gläser mitbrachten, wird die Teilnehmerzahl auf 4.500 - 5.000 Gäste geschätzt. Die 12 Stationen waren durchgängig

von Wanderern und Weinfreunden bevölkert. Im Gegensatz zur ersten Veranstaltung 2018 kam es zu keinen Engpässen bei Getränken und Essen. Die Teilnehmer kamen aus einem großen Umkreis von Stuttgart bis Heilbronn, von Pforzheim bis aus dem Remstal, aber auch von außerhalb der Großräume, so dass die 3B-Wein-Höhepunkte viele Übernachtungen generiert haben.

Die Werbung für die Veranstaltung lief über mehrere Kanäle. So wurden insgesamt 25 Banner in der Region aufgehängt, die Ortseingangstafeln wurden bestückt. Das Videoboard am Bietigheimer Bahnhof wurde bespielt, ebenso die Displays im Linienverkehr zwischen Bietigheim-Bissingen und Bönnigheim. Sämtliche Infostellen in der Region Stuttgart haben Prospekte zur Auslage und Plakate erhalten. Die örtlichen Medien wie die Nachrichtenblätter der Städte und Gemeinden haben umfangreich die Veranstaltung beworben, teilweise sogar mit Prospektbeilage. Auf Facebook wurde eine umfassende Kampagne mit Gewinnspiel durchgeführt. Die Weinwerbung Württemberg, die Erlebnisregion Stuttgart und der Kraichgau-Stromberg Tourismus e.V. haben in ihren Social-Media-Kanälen die 3B-Wein-Höhepunkte beworben. Daneben wurden einige Anzeigen geschaltet und redaktionelle Beiträge in Print- und Online-Medien lanciert.

Die Veranstaltung am 16.08.2020 muss leider abgesagt werden.

Erwähnenswert ist auch, dass die Stadtinformation Bietigheim-Bissingen im Frühjahr 2019 von der Hauptstraße 65 in die Marktplatz Arkaden am Bietigheimer Marktplatz umgezogen ist. Seit dem Umzug Ende März heißt die Stadtinformation offiziell Tourist Information. In den neuen, modern eingerichteten Räumlichkeiten liegen die gemeinsamen 3B-Prospekte wie auch einzelne Infobroschüren zu den 3B-Städten aus. Die Tourist Information fungiert auch nach außen hin sichtbar als Infostelle des 3B-Landes. Die Tourist Information ist als offizieller i-Punkt nach den Richtlinien des Deutschen Tourismus Verband klassifiziert.

Neben den beschriebenen Projekten/Produkten war und ist die Arbeit der 3B-Tourismusgeschäftsstelle auch auf den Vertrieb der vorhandenen Angebote ausgerichtet. Dieser orientiert sich wie in den Vorjahren zum einen auf das Messegeschäft, siehe Ziffer 1.2, zum anderen auf aktive Pressearbeit durch zahlreiche Pressemitteilungen an regionale und überregionale Medien, auf Facebook wie auf der Homepage www.3b-tourismus.de, die neue City-Hub-App, outdooractive, Komoot sowie auf klassische Anzeigenwerbung.

Mit Beiträgen in überregionalen Medien war die Medienpräsenz 2019 vor allem aufgrund der Veranstaltung Wein-Höhepunkte sehr erfreulich. Im Sommer führte eine Pressereise der TMBW in die 3B-Region. Im Herbst waren Blogger aus Saudi-Arabien zu Besuch im 3B-Land.

Im Frühjahr/Sommer 2020 waren mehrere Aktivitäten mit Reisejournalisten sowie Bloggern geplant. Diese mussten jedoch abgesagt werden. Eine Influencer-Kooperation mit Stuttgart Marketing soll dennoch stattfinden. Hier ist im Herbst ein PR-Event mit Influencern aus der Schweiz geplant. Hier ist das 3B-Land exklusiver Partner von Stuttgart Marketing. Diese PR-Aktion wird von der DZT unterstützt.

Diese PR-Maßnahmen und Aktivitäten führten auch dazu, dass Gruppenarrangements für Tages- und Mehrtagestouren nachgefragt wurden. So wurden 2019 insgesamt 17 konkrete Reisearrangements ausgearbeitet, von denen leider nur 10 Reisen mit insgesamt 138 Teilnehmern zustande kamen. Bedauerlicherweise haben zwei Busunternehmen - wovon ein Betrieb gleich drei Termine angeboten hat - aufgrund von zu wenigen Anmeldungen ihre Reisen ins 3B-Land absagen müssen. Auffällig war auch, dass einige Gruppen nach intensiver Beratung ihre Leistungen selber gebucht haben. Die Mehrzahl der Angebote bestand aus mindestens einer Übernachtung. Durch den Vertrieb der Arrangements wurde 2019 ein Umsatz von 11.756 € erzielt (2018: 29.787 € Umsatz; 15 Gruppen mit 235 Teilnehmern). Alle Angebote bestanden aus wenigstens zwei Leistungen verschiedener Anbieter. Erfreulicherweise sind alle Gruppen wie auch in den Vorjahren bestens und termingerecht von sämtlichen Leistungserbringern versorgt bzw. beherbergt worden, so dass alle Angebote zu einem echten Erlebnis für die Gäste wurden. An dieser Stelle ist die Dienstleistungsfähigkeit, Servicebereitschaft und teilweise Flexibilität aller Akteure hervorzuheben.

Im laufenden Jahr wurden bis Anfang März 17 Gruppenanfragen bearbeitet, von denen 12 Angebote gebucht wurden. Das Jahr 2020 hat bei den Anfragen und Buchungen sehr gut angefangen. Leider ist aufgrund der Corona-Pandemie seither keine weitere Gruppenanfrage mehr eingegangen. Nun häufen sich aber die Prospektanfragen von Individualreisenden. Aufgrund der derzeitigen Situation sind bereits alle Buchungen von

April bis Juni storniert worden. 8 Buchungen von Juli bis Oktober sind noch offen. Es ist jedoch damit zu rechnen, dass einige dieser Reisen storniert werden müssen. Da es sich bei zwei Buchungen um ein Busunternehmen handelt, kann es sein, dass aufgrund nicht erreichter Mindestteilnehmerzahlen die Reisen nicht stattfinden.

An beliebten Reisezeiten ist es zu Engpässen in der Hotellerie gekommen, so dass gezielte Gruppenanfragen nicht bedient werden konnten.

Die Ausarbeitung und Durchführung von Pauschalangeboten nimmt mittlerweile einen erheblichen Anteil des Tagesgeschäftes ein.

Bis zum ersten Märzwochenende haben Messepräsentationen wie geplant stattgefunden. Bei



der CMT 2020 gab es ein neues Standkonzept. Gemeinsam mit den beiden Städten Eppingen und Bruchsal schlüpfte das 3B-Land unter das Dach des Kraichgau-Stromberg Tourismus e.V.. Auf einer Gesamtfläche von 80 qm nahm jeder der vier Partner eine Ecke ein.

Die Messen/Tagespräsentationen in Sankt Ingbert, Frankfurt (beide März), Mainz (April) sowie die Heimattage in Sinsheim im Mai wurden abgesagt.

Dennoch sind dieses Jahr noch zwei Messen geplant: Im November wird das 3B-Land auf den beiden Reisemessen in Bremen und Bielefeld ausstellen.

Dank der dauerhaften Messepräsenz an verschiedenen Orten wurde die 3B-Region bereits bei vielen Messebesuchern bekannt gemacht. Ob in Saarbrücken, Dresden oder Bremen, an allen Messestandorten, an denen sich das 3B-Land zum wiederholten Mal präsentiert hat, berichten Leute von ihren Reiseerlebnissen in der Region und freuen sich, dass die Region weiterhin an diesem Messeplatz wirbt. Mittlerweile konnten sogar Stammgäste ausgemacht werden. Gerade Planer von Gruppenreisen oder Ausflügen erhalten auf Messen wichtige Anreize und Informationen.

Nur durch die Messe-Kooperation mit Partnern wie Ludwigsburg, dem Kraichgau-Stromberg Tourismus e.V., Bad Schönborn oder dem Erlebnispark Tripsdrill ist es dem 3B-Tourismus-Team möglich, in diesem Umfang Werbung auf Messen zu betreiben. Neben der Senkung der Personal- und Standkosten wird zudem die Attraktivität des eigenen Auftritts durch die Ergänzung des Angebotes gesteigert. Eine wesentliche Ausweitung der Messepräsenz ist mit dem vorhandenen Personalstand nicht mehr möglich.

Mit dem Busunternehmen Horst Becker Touristik aus dem Saarland wurde ein Partner gefunden, der Reisen ins 3B-Land an zwei Terminen im Jahr anbietet.

Die Kooperation mit den Nachbargemeinden Erligheim, Freudental, Kirchheim, Löchgau und Walheim wurde nach und nach ausgeweitet, so dass die fünf Kommunen in fast allen Werbemedien des 3B-Tourismus-Teams vertreten sind.

Die Gemeinden Gemmrigheim und Mundelsheim gehören seit Januar 2020 neu zum 3B-Land und sind mit ihren Weingütern, Hofläden, Gastronomen, Wohnmobilstellplätzen, Kultureinrichtungen sowie Veranstaltungen in den Werbemedien präsent. Bei der Neuauflage der Rad- und Wanderkarten im Jahr 2021 werden entsprechende Rundwege in dem Bereich kreiert bzw. integriert.

Im Zuge der Corona-Krise werden in diesem Jahr gemeinsam mit den regionalen Tourismusverbänden (Kraichgau-Stromberg Tourismus und Regio Stuttgart) und der TMBW weitere Strategien für Digitalisierung und Werbung entwickelt. Das 3B-Tourismus-Team hat so bereits seine Facebook Aktivitäten verstärkt.

Auch die örtlichen Leistungsträger sollen motiviert werden, weitere Angebote zu schaffen. So wurde bereits angeregt, dass Hofläden oder Weingüter Plätze für Wohnmobilisten einrichten sollen. Ein weiterer Bestandteil der diesjährigen Arbeit wird die Bestandsaufnahme und Pflege der 3B-Wanderwege und 3B-Radwege sein. Hierbei wird auch das Thema Radfahren und Wandern werblich begleitet und auf facebook in den Fokus gesetzt. Für die geplante Neuauflage der Wander- und Radkarte 2021 werden bereits Wege und Tourenvorschläge mit Anbindung an Gemmrigheim und Mundelsheim ausgearbeitet. Hierfür wird eng mit der ILEK-Geschäftsstelle „Neckarschleifen“ gearbeitet. Wanderer, Radfahrer oder Weinfreunde können so kurzfristig für einen Tagesausflug oder Kurzurlaub im 3B-Land animiert werden. Im Hinblick auf 2021 werden Angebote für körperlich- und mehrfachbehinderte Menschen gesammelt und u.U. entwickelt. Diese werden dann in die Printmedien für 2021 aufgenommen und laufend in digitalen Werbemedien ergänzt.

Weiterhin arbeitet das 3B-Tourismus-Team in verschiedenen Gremien und Arbeitsgruppen mit. Dazu gehören der Regio Stuttgart e.V., der Kraichgau-Stromberg Tourismus e.V., die Arbeitsgruppe Enztalradweg und die Deutsche Fachwerkstraße. Kontakte zu den Nachbarn wie der Tourismusgemeinschaft Marbach-Bottwartal, dem Erlebnispark Tripsdrill, der Stadt Ludwigsburg oder dem Neckar-Zaber Tourismus e.V. werden gepflegt.

Aufgrund der Absage von vier Messen/Veranstaltungen sowie dem Genusswandertag 3B-Wein-Höhepunkte werden weniger Haushaltsmittel als beantragt benötigt. Der Marketingetat

beträgt nun 65.000 € anstatt den ursprünglich genehmigten 90.000 €. Die Nettoausgaben für die Städte Bönningheim, Besigheim und Bietigheim-Bissingen liegen in diesem Jahr bei 40.000 € statt den üblichen 45.000 €.

1.1. Druck/Gestaltung Werbemittel

- 3B-Reisebegleiter 2020, 7.000 Auflage
- 3B-Wanderkarte, Auflage 15.000 Stück
- 3B-Radkarte, Auflage 15.000 Stück
- 3B-Wein-Höhepunkte, Auflage 25.000 Stück
- 3B-Veranstaltungen 2020, Auflage 6.000 Stück
- 3B-Stadtvergnügen 2020, Auflage 6.000 Stück
- Genuss-Wandertag 3B-Wein-Höhepunkte 18.08.19, Auflage 25.000

1.2. Messen/Präsentationen (Mai 2019 bis März 2020)

- Heimattage BW, Winnenden, 04./06.05.2019
- Bürgerfest Karlsruhe, 24./25.05.2019
- 3B Genusswandertag, 16.08.2019
- ReiseLust Bremen, 08.- 10.11.2019
- CMT, Stuttgart, 11. - 19.01.2020
- Reisemesse Dresden, 31.01. – 02.02.2020
- Touristikmesse Koblenz, 15./16.02.2020
- Freizeitmesse Saarbrücken, 28.02. – 01.03.2020

1.3. Aufwendungen

Im Jahr 2019 umfasste der Marketingetat insgesamt 95.521,38 € an touristischen Sachkosten. Einige Positionen sind durch Dritte bzw. über eine Umlage für die Veranstaltung Wein-Höhepunkte mitfinanziert. Somit wurden die hierfür genehmigten Netto-Ausgaben in Höhe von 56.142,05 € nicht überstiegen. Bei den Messen in Saarbrücken und Nürnberg beteiligten sich Ludwigsburg und Tripsdrill an den Kosten, bei der Messe in Friedrichshafen die Stadt Ludwigsburg. Bei der Gestaltung des Reisemagazins wurden für die Einträge der Übernachtungsbetriebe, Gastronomen und Weingüter Gebühren erhoben. Die Werbe- und Sachkosten für den Genuss-Wandertag Wein-Höhepunkte wurden über eine Umlage der Städte/ Gemeinden und Weingüter sowie den Verkauf der 3B-Weingläser finanziert.

In nachfolgender Übersicht sind die einzelnen Projektkosten abzüglich der Einnahmen/Umlagen von 39.629,33 € (davon 27.006,94 für Wein-Höhepunkte) aufgeführt:

Projekt	Nettokosten 3B
3B-Wein-Höhepunkte 2019	255,74 €
3B-Glanzpunkte	167,70 €
3B-Reisebegleiter 2019	6.396,00 €
3B-Reisebegleiter 2020	4.242,75 €
3B-Wanderkarte Neuauflage	5.824,93 €
3B-Radkarte Neuauflage	4.907,18 €
3B-Wanderwegepflege	407,40 €
3B-Stadtführungen	2.733,99 €
3B-Veranstaltungen	1.443,50 €
3B-Wohnmobilbroschüre Neuauflage	2.999,96 €
Fotoshooting	111,60 €
Anzeigen	2.784,89 €
Homepage	3.581,75 €
3B-App	90,56 €
CMT	6.574,45 €
Messe Nürnberg	1.763,66 €
Messe Friedrichshafen	953,38 €
Messe Heimattage Winnenden	714,00 €
Messe Bremen	1.917,49 €
Messe Saarbrücken	1.120,27 €
Messe Dresden	1.536,59 €
Messe St. Ingbert	687,50 €
Messen Koblenz 2020 (Anzahlung)	524,80 €
Messestand, sonstige Präsentationen	3.612,16 €
Stadtführer	285,80 €
Sonstiges (LBO, Insolvenzschutz, Künstlersozialkasse)	504,00 €
	56.142,05 €

Insgesamt betragen die Kosten 195.475,79 € (Vorjahr: 190.517,35 €):

1. Personalkosten (inkl. Reisekosten)	103.986,45 € (101.208,68 €)
2. Allgemeine Sachkosten	35.347,29 € (34.791,74 €)
3. Tourist. Sachkosten (siehe Tab.)	56.142,05 € (54.516,93 €)
Gesamtkosten	195.475,79 € (190.517,35 €)

Hinzu kommen die Beiträge für Mitgliedschaften, die in jeder Stadt gesondert anfallen:

Bönningheim:	14.053,95 € (Regio, KST, Dt. Fachwerkstr./ARGE Dt. FW-Städte)
Besigheim:	21.767,95 € (Regio, KST, Dt. Fachwerkstr./ARGE Dt. FW-Städte)
Bietigheim-Bissingen:	74.939,28 € (Regio, KST, Dt. Fachwerkstr./ARGE Dt. FW-Städte)

Gemäß öffentlich-rechtlicher Vereinbarung der Städte Bönningheim, Besigheim und Bietigheim-Bissingen vom 30.06.2000 sowie der öffentlich-rechtlichen Vereinbarung mit den Partnerkommunen Erligheim, Freudental, Kirchheim/Neckar, Löchgau und Walheim von November 2018 wurden die Gesamtkosten (ohne Mitgliedsbeiträge) auf die Städte und Gemeinden wie folgt umgelegt:

Bönningheim:	47.174,97 € (46.282,39 €)
Besigheim:	47.174,97 € (46.282,39 €)
Bietigheim-Bissingen	90.988,35 € (89.123,57 €)
Partnerkommunen:	10.137,50 € (8.829,00 €)

2. Ergebnisse

Im Folgenden werden die wichtigsten touristischen Kennzahlen dargestellt und erläutert.

2.1 Übernachtungszahlen

2.1.1 Amtliche Übernachtungsstatistiken

Statistik Bönningheim

Zeitraum	Betriebe	Betten	Ankünfte		Übernachtungen		Auslastung der Betten	Aufenthaltsdauer
	Insgesamt	Insgesamt	Insgesamt	darunter Auslands-gäste	Insgesamt	darunter Auslands-gäste	Insgesamt In %	In Tagen
2009	6	132	5 028	487	12 525	1 393	27,5	2,5
2010	5	120	4 613	379	11 654	864	26,4	2,5
2011	4	100	4 547	362	12 001	865	32,4	2,6
2012	5	124	5 226	549	13 153	1 179	30,2	2,5
2013	5	122	6 224	628	16 801	1 699	37,7	2,7
2014	4	105	6 742	646	17 259	2 045	44,1	2,6
2015	5	120	6 467	630	15 607	1 987	35,7	2,4
2016	5	106	7 082	687	17 113	2 091	42,8	2,4
2017	5	113	6 215	575	15 590	1 576	38,1	2,5
2018	5	118	6 349	467	16 730	1 384	39,8	2,6
2019	5	118	6 226	450	15 942	1 372	37,1	2,6

Statistik Besigheim

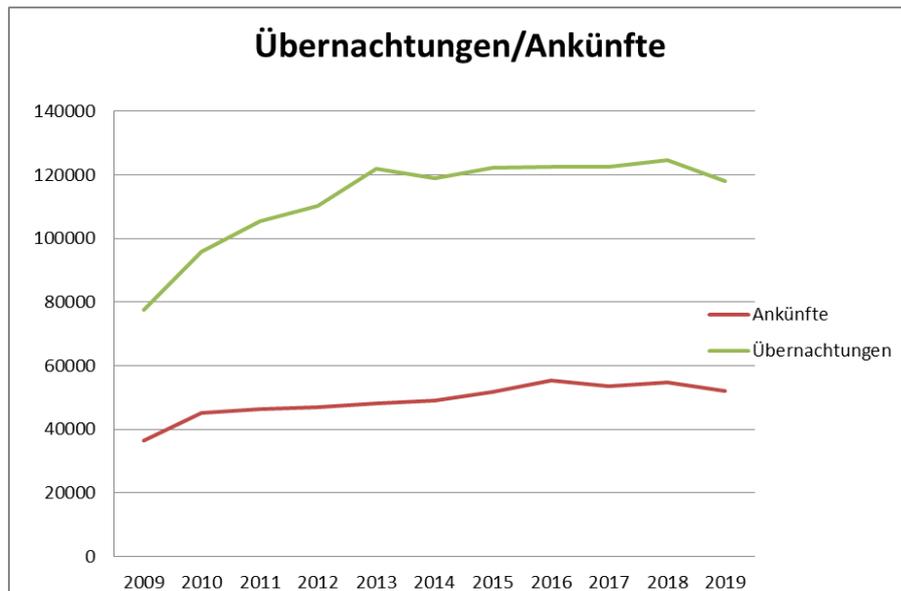
2009	6	128	3 873	502	9 170	1 912	18,9	2,4
2010	6	128	6 516	1 009	12 996	3 204	27,8	2,0
2011	6	138	7 355	1 086	14 605	3 872	30,0	2,0
2012	5	115	7 097	844	14 391	3 508	36,0	2,0
2013	5	120	7 278	814	14 961	3 490	38,7	2,1
2014	5	120	7 391	686	15 660	2 787	36,1	2,1
2015	6	129	8 267	755	16 954	3 338	38,4	2,1
2016	5	105	8 376	769	16 463	3 354	42,9	2,0
2017	5	119	9 363	962	18 700	2 968	43,2	2,0
2018	7	206	11 417	1 520	22 469	3 931	36,2	2,0
2019	7	204	9 980	1 141	21 488	3 711	29,6	2,2

Statistik Bietigheim-Bissingen

2009	11	447	27 509	5 243	55 839	15 212	34,4	2,0
2010	13	560	33 950	6 089	71 296	19 025	36,6	2,1
2011	13	568	34 491	7 256	78 845	27 254	38,3	2,3
2012	12	545	34 563	7 202	82 807	30 212	40,2	2,4
2013	13	597	34 719	7 322	90 057	34 075	41,3	2,6
2014	13	602	34 908	7 193	85 902	30 066	39,6	2,5
2015	13	585	36 959	7 797	89 585	28 159	42,5	2,4
2016	14	579	39 994	8 742	88 895	27 964	41,5	2,2
2017	13	577	37 781	7 803	88 146	27 655	41,9	2,3
2018	13	579	37 013	7 413	85 496	24 590	40,9	2,3
2019	13	577	35 879	6 864	80 561	22 599	38,7	2,2

3B-Städte gesamt

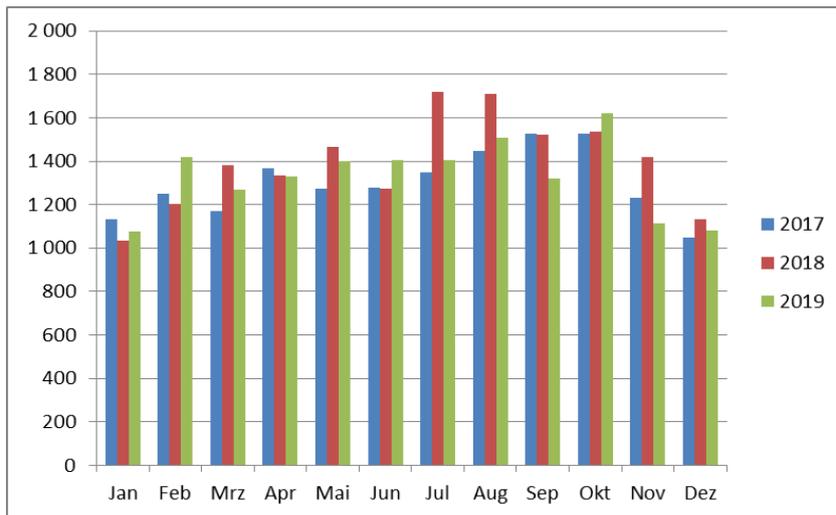
Zeitraum	Betriebe	Betten	Ankünfte gesamt	darunter Auslandsgäste	Übernachtungen	darunter Auslandsgäste
2009	23	707	36 410	6 232	77 534	18 517
2010	24	785	45 079	7 477	95 946	23 093
2011	23	806	46 393	8 704	105 451	31 991
2012	22	784	46 886	8 595	110 351	34 899
2013	23	839	48 221	8 764	121 819	39 264
2014	22	827	49 041	8 525	118 821	34 898
2015	24	834	51 693	9 182	122 146	33 484
2016	24	790	55 452	10 198	122 471	33 409
2017	23	809	53 430	9 340	122 464	32 199
2018	25	903	54 779	9 400	124 695	29 905
2019	25	899	52 085	8 455	117 991	27 682



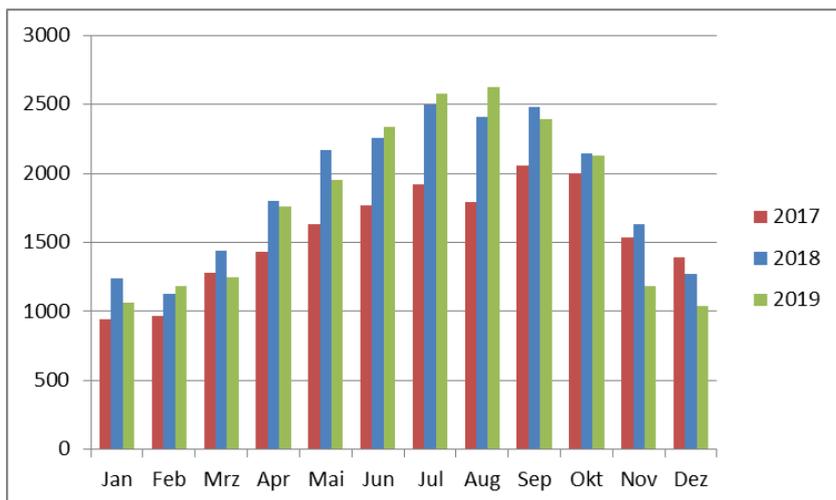
Die Grafik zeigt, dass die Zahlen im 3B-Land rückläufig sind. Nach einem permanenten Aufschwung seit 2010 - mit einer kleinen Delle im Jahr 2014 - sind die Gesamtübernachtungszahlen erstmals wieder zurückgegangen. Bereits im Bericht 2018 wurde darauf hingewiesen, dass sich die Betriebs- und Bettenkapazität in Bönningheim, Besigheim und Bietigheim-Bissingen schon seit Jahren mengenmäßig auf dem gleichen Niveau bewegt. In Bietigheim-Bissingen kommt noch hinzu, dass das zweitgrößte Hotel, das Parkhotel, seit 2017 keinen Restaurantbetrieb mehr unterhält. Ein weiteres Haus bietet seit Ende 2019 kein Frühstück mehr an bzw. müssen die Gäste ihr Frühstück extern einnehmen. Nach Auskunft mehrerer Betriebe sind die Übernachtungszahlen von Touristen nicht zurückgegangen. Die Verluste resultieren vorwiegend aus dem Rückgang des Geschäftsreisetourismus. Dass sich die 3B-Städte nach wie vorher einer hohen Beliebtheit an Touristen und Kurzurlaubern erfreut, zeigt sich in der Entwicklung des Wohnmobiltourismus. Hier sind die Zuwächse sehr deutlich und zu dieser Gästegruppe zählen mehrheitlich Touristen.

Die monatliche Verteilung der Übernachtungen:

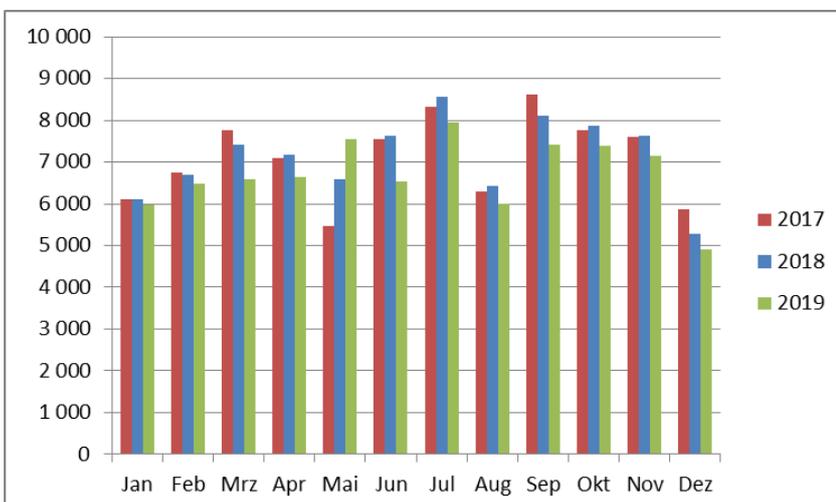
Bönningheim



Besigheim



Bietigheim-Bissingen



2.1.2 Übernachtungszahlen Privatquartiere und Ferienwohnungen

Bei den Privatquartieren und Ferienwohnungen handelt es sich um Betriebe mit weniger als 10 Betten, jedoch hat ein Betrieb aufgrund seiner Betriebsgröße eine Gesamtkapazität von mehr als 9 festen Betten erreicht. Dieser Betrieb ist somit in beiden Statistiken geführt. Kleine Häuser sind aufgrund ihrer Betriebsgröße nicht verpflichtet, Belegungszahlen an das Statistische Landesamt zu übermitteln. Die Meldung der Zahlen an das 3B-Tourismus-Team geschieht auf freiwilliger Basis. Ein Vergleich mit den Vorjahren ist nur bedingt möglich, da einige Betriebe nicht und andere wiederum gemeldet haben. Es ist bedauerlich, dass trotz mehrmaliger Aufforderung die Mehrzahl der Häuser keine Übernachtungszahlen meldet. Die nachfolgenden Tabellen sind daher nicht sehr aussagekräftig.

Bönningheim

Jahr	Betriebe gesamt	Meldende Betriebe	Übern. meldender Betriebe
2009	4*	4	5 039
2010	4*	4	5 824
2011	5*	5	5 883
2012	6*	6	6 565
2013	6*	5	7 432
2014	7*	4	7 231
2015	8*	4	6 584
2016	7*	4	6 611
2017	7	4	6 679
2018	7	5	6 339
2019	8	4	4 583

*Ein Betrieb wird auch in der amtlichen Übernachtungsstatistik geführt.

Besigheim

Jahr	Betriebe gesamt	Meldende Betriebe	Übern. meldender Betriebe
2009	14	10	3 102
2010	14	8	3 138
2011	15	10	3 961
2012	17	12	5 426
2013	17	12	6 040
2014	18	12	6 938
2015	18	11	5 915
2016	18	8	2 150
2017	18	8	1 808
2018	16	5	1 465
2019	19	5	1 458

Bietigheim-Bissingen

Jahr	Betriebe gesamt	Meldende Betriebe	Übern. meldender Betriebe
2009	13	11	2 949
2010	15	12	4 249
2011	16	13	4 226
2012	16	10	4 203
2013	16	8	2 542
2014	18	10	3 365
2015	18	8	2 832
2016	19	8	2 782
2017	18	8	2 826
2018	16	5	2 349
2019	15	5	1 873

2.1.3 Übernachtungen auf Wohnmobilstellplätzen

Von den drei städtischen Wohnmobilstellplätzen im 3B-Land sind die beiden Plätze in Besigheim und Bietigheim-Bissingen kostenpflichtig. Die Gebühren betragen pro Reisemobil und Nacht in Bietigheim-Bissingen 5,- € und in Besigheim 7,50 €. Die Benutzung des Platzes beim Bönninger Mineralfreibad ist kostenlos. Aufgrund von Umbauarbeiten und Umstellung bei der Bezahlung der Standgebühren wurden 2016 für Besigheim keine Zahlen ermittelt. In Bietigheim-Bissingen ist der Wohnmobilstellplatz im Sommer 2018 von der Mühlwiesenstraße auf den neuen Platz an der Metter umgezogen. In dieser Zeit war der Stellplatz bzw. der Parkscheinautomat für einige Wochen außer Betrieb. In dieser Zeit wurden keine Zahlen ermittelt und daher ist ein Vergleich mit 2018 nur bedingt möglich. Der Trend zeigt dennoch, dass Wohnmobiltourismus ein Wachstumsmarkt ist und dass es sinnvoll ist, Wohnmobilstellplätze anzubieten und weitere Angebote zu schaffen.

Jahr	Bönningheim	Besigheim	Bietigheim-Bissingen
2011		577	610
2012	143	600	712
2013	269	800	534
2014	205	839	473
2015	286	823	773
2016	443		543
2017	698	842	706
2018	749	1 067	499
2019	879	1 023	1 095

2.2 Eingehende Anfragen

Da auf allen Werbemedien des 3B-Tourismus-Teams die Adresse der Tourist Information in Bietigheim-Bissingen als Kontakt angegeben ist, wird die Entwicklung der dort eingegangenen Anfragen betrachtet.

Festzuhalten ist, dass der klassische Prospektversand bzw. die Prospektanforderung von potentiellen Gästen nicht mehr die Menge erreicht, die noch vor 7 bis 8 Jahren erzielt wurde. Der jährliche Versand hält sich seit Jahren bei ca. 300 bis 350 Informationspaketen. Im Jahr 2019 waren es exakt 314 Anfragen. Informationen über Regionen und Reiseziele stehen mittlerweile auf verschiedenen Internetplattformen, auf den Seiten der Verbände bis hin zur Stadt- und/oder Regionsseite zur Verfügung und werden dort vom Gast abgerufen.

Auf den Seiten der 3B-Städte wie auch auf der Seite www.3b-tourismus.de stehen alle Printprodukte und Karten außerdem zum Download zur Verfügung. Das geht zu Lasten der Prospektanfragen in der Tourist Information. Da seit 2014 die Hauptbroschüren des 3B-Landes in der Touristinformation in der Stuttgarter Königstraße ausliegen, können sich Interessenten aus diesen Gebieten dort bequem bedienen. Im i-Punkt Königstraße gelangten letztes Jahr je rund 800 und im i-Punkt Flughafen noch einmal je 300 Exemplare der Kataloge „Erlebnisreich“, „Reisemagazin“ und „Impressionen“ in die Hände von potenziellen Gästen. Der 3B-Reisebegleiter musste im Spätsommer 2019 noch einmal nachgedruckt werden, was bedeutet, dass Printmedien über andere Kanäle wie Messen/Präsentationen, Leistungsträger, touristische Partner oder den Besuch in den Infostellen an mögliche Gäste gelangen.

Nach Aussage des Infopersonals wurde die Tourist Information Bietigheim-Bissingen auffällig oft von Einzelpersonen oder Kleingruppen aus dem Großraum Stuttgart aufgesucht, welche die Bietigheimer Altstadt auf eigene Faust erkundeten und Prospekte vom 3B-Land und den 3B-Städten mitnahmen. Beliebt waren dabei die einzelnen historischen Stadtrundgänge.

2.3 Stadtführungen

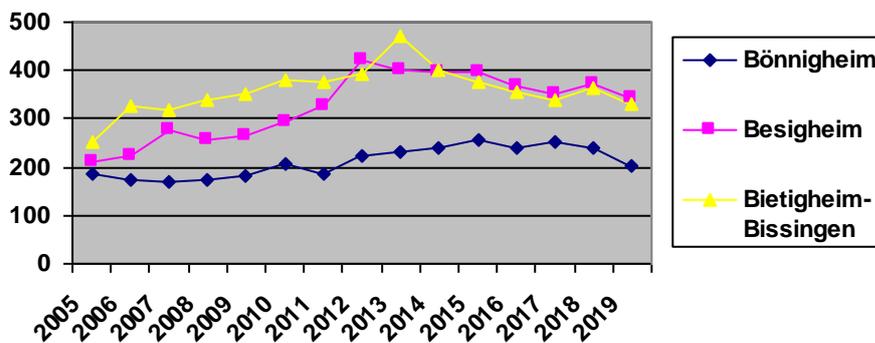
	Bönnigheim		Besigheim		Bietigheim- Bissingen	
	Gesamt	Gruppen	Gesamt	Gruppen	Gesamt	Gruppen
2005	5.997	184	5.376	212	5.999	253
2006	5.448	174	5.189	224	7.090	326
2007	4.559	170	5.749	277	7.717	320
2008	5.554	174	6.030	257	8.224	338
2009	4.528	182	5.385	265	7.603	352
2010	5.807	207	6.210	295	7.783	380
2011	4.615	186	6.739	325	7.384	376
2012	5.992	224	7.975	420	7.549	391
2013	6.535	232	7.605	402	8.670	471
2014	7.116	240	7.042	396	7.567	399
2015	6.369	255	7.541	398	6.782	375
2016	7.185	240	7.002	369	6.159	355
2017	7.705	252	7.161	350	5.501	339
2018	6.208	238	7.313	373	6.408	365
2019	5 968	203	6 530	345	5 413	329

In allen drei Städten hat es sowohl bei den Gruppen als auch bei den Teilnehmern Verluste gegenüber dem Vorjahr gegeben. Der Rückgang an Buchungen resultiert vor allem aus den letzten drei Monaten von Oktober bis Dezember 2019. Hier nahmen die Buchungen im Vergleich zum Vorjahr stark ab. Im letzten Jahr war auffällig, dass gleich in allen drei Städten ein negatives Ergebnis erzielt wurde. Dies war bisher so noch nie vorgekommen. Zum zweiten Halbjahr hin deutete sich bereits eine schwierige wirtschaftliche Entwicklung an, was vermuten lässt, dass generell weniger Nachfrage im Bereich Freizeit generiert wurde. Noch andere Gründe sind hier anzuführen. So ist schon seit Jahren eine gewisse Sättigung zu beobachten und die klassische Stadtführung wird immer weniger nachgefragt. Andere Informationsquellen- und Medien sind auch bei Stadtführungen und der Informationsvermittlung auf dem Vormarsch, hier vor allem digitale Module. Zudem verdrängt das Erzeugen von Emotionen und Erlebnissen nach und nach das reine Vermitteln von Informationen. Um dem Rechnung zu tragen, ist die Palette an Erlebnis-, Kostüm- oder auch Genussführungen in den 3B-Städten in den letzten Jahren stetig weiterentwickelt worden. Um auf diesen Trend zu reagieren werden immer neue Führungen und Erlebnisse kreiert. Ergänzend hierzu müssen digitale Angebote entwickelt und angeboten werden. Einiges gibt es bereits, doch hier müssen Städte wie auch Tourismusverbände verstärkt Produkte erzeugen. Mit der Steillagen-App wird in diesem Jahr ein neues Produkt auf den Markt kommen. QR-gestützte Rundgänge gibt es bisher in den Altstädten, auch in der CityHub-App

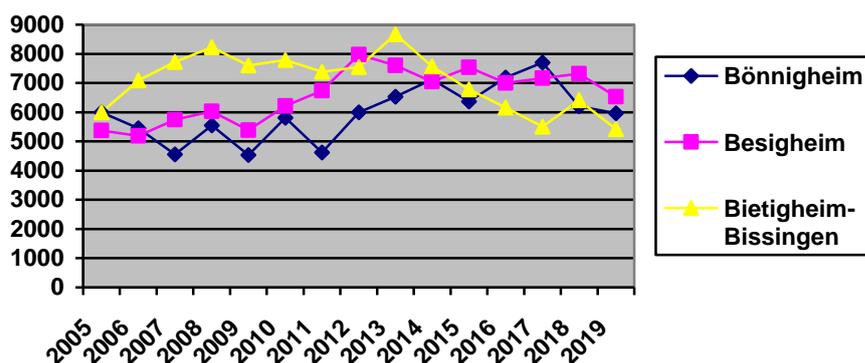
sind Stadtrundgänge integriert. Weiterhin wird geprüft inwieweit Audioführungen mit eigenem Smartphone oder einem Leihgerät (Kopfhörer/ mobiler Lautsprecher...) realisiert werden können. Aber auch im Vertrieb werden derzeit neue Wege geprüft, ob digitale Buchbarkeit von Gästeführungen oder anderen touristischen Angeboten ermöglicht werden kann. Produkte könnten dann auf eigenen Websites wie auch auf anderen Buchungsplattformen buchbar werden.

Um die Zahlen der klassischen Stadtführungen nicht weiter abrutschen zu lassen, müssen weiterhin attraktive und ergänzende Stadtführungen dazukommen. Trotz zunehmender Digitalisierung sind Angebote vorort, bei denen Gäste fühlen und schmecken können, Emotionen und Erlebnisse vermittelt bekommen, unabdingbar. Nur so kann die Attraktivität für Besucher, Einheimische und auch die Medien aufrechterhalten werden.

Stadtführungen Gruppen



Stadtführungen Teilnehmerzahl



2.4 Facebook

2016 Jahren ging die 3B-Facebookseite an den Start. Die Anzahl an sogenannten „Fans“ beträgt Ende April 2020 551. Das sind 120 Personen mehr als im gleichen Zeitraum vor einem Jahr. Durch die Social-Media-Kampagne zu den Wein-Höhepunkten erfuhr die Facebookseite sehr viel Resonanz und Interaktion. In diesem Zeitraum wurden die meisten neuen Fans hinzugewonnen. Im Berichtszeitraum, von Anfang Ende Mai 2019 bis Ende April

2020, wurden 60 Beiträge auf der 3B-Facebookseite gepostet. Allein 20 Beiträge sind während der Coronakrise von Mitte März bis Ende April erschienen. Hier wurden viele Angebote von Leistungsträger gepostet oder geteilt.

2.5 Touristische Wertschöpfung im 3B-Land

Die Stuttgart Marketing GmbH hat 2015 vom Deutschen Wirtschaftlichen Institut für Fremdenverkehr e.V. an der Universität München (dwif) ermitteln lassen, welche touristischen Ausgaben in Stuttgart und in der Region Stuttgart von Übernachtungs- und Tagesgästen getätigt werden.

Der Übernachtungsgast in gewerblichen Beherbergungsbetrieben von mehr als neun Betten gibt demnach 165,80 € in der Region und gar 199,60 € in Stuttgart aus. Bei den Übernachtungsgästen in Privatquartieren liegen die durchschnittlichen Ausgaben pro Kopf und Tag bei 81,00 € in der Region. Tagesgäste kommen pro Ausflug und Kopf auf 26,00 €, in Stuttgart auf 35,00 €. (Quelle: dwif; 2015)

Touristikcamper geben laut der aktuellsten Studie des dwif (*Der Campingplatz- und Reisemobil-Tourismus als Wirtschaftsfaktor; 2018*) 50,50 € pro Person und Tag aus.

Auf Basis der vom dwif ermittelten Zahlen errechnet sich für das 3B-Land folgende touristische Wertschöpfung:

Ca. 115.945* Übernachtungen in Hotels	à 165,80 €	19.223.681 €
Ca. 25.000 Übernachtungen in Privatquartieren	à 81,00 €	2.025.000 €
Ca. 5.994 Übernachtungen auf Wohnmobilplätzen	à 50,50 €	302.697 €
Ca. 661.000 Tagesgäste**	à 26,00 €	17.186.000 €
		38.737.378 €

Nach Angaben des DTV (Deutscher Tourismus Verband) fließen ca. 2,5 % als Steuern und Abgaben an die Kommunen zurück. Für die 3B-Städte sind das rund 968.435 €.

*Da seit 2018 die Wohnmobilmobilzahlen für Besigheim mitgerechnet werden, sind hier 2.046 Übernachtungen (1.023 Wohnmobile à 2 Personen) abzuziehen, da diese bei den Wohnmobilplätzen berücksichtigt werden.

**Der Begriff Tagesgast bezeichnet eine Person, die (im Gegensatz zu einem Übernachtungsgast) einen Ort, eine Region oder eine Sehenswürdigkeit für lediglich einen Tag oder auch nur stundenweise besucht, ohne hier zu übernachten. Laut dwif kommen in die Region 47,4 Millionen Tagesgäste, was demnach etwa 5,6 Tagesreisen pro gewerbliche Übernachtung entspricht. In der Studie „Tagesreisen der Deutschen“ aus dem Jahr 2014 des dwif wird für das Nördliche Baden-Württemberg ein Faktor von 10,1 Tagesreisen pro gewerbliche Übernachtung angenommen.

Es ist davon auszugehen, dass der Wert aufgrund der zahlreichen Angebote für die 3B-Region höher als hier angewendet zu bewerten ist. Da es jedoch für das 3B-Land keine eigene Erhebung gibt, wird mit dem niedrigeren Faktor von 5,6 gerechnet. Somit handelt es sich hier um eine konservative, d.h. vorsichtige Schätzung.