3B-Rechenschaftsbericht 2020

Der Rechenschaftsbericht 2020 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 2021. Weiterhin wird aufgezeigt, wie sich die Corona-Pandemie auf den regionalen Tourismusmarkt ausgewirkt hat, welche Entwicklung zu erwarten ist und welche Konsequenzen sich daraus für das 3B-Land ergeben. Unter Ziffer 2 werden die touristischen Kennzahlen 2020 (Übernachtungszahlen, Anfragen in der Tourist Information, Stadtführungen… etc.) dargestellt. Weiterhin wird auf die touristische Wertschöpfung im 3B-Land eingegangen.

Ein bislang nie dagewesener Einbruch der Gäste- und Übernachtungszahlen hat im Jahr 2020 die Tourismusbranche erschüttert. Die Zahlen des Statistischen Landesamtes zeigen, wie massiv die Corona-Krise mit ihren zwei Lockdowns die Beherbergungsbetriebe in Baden-Württemberg getroffen hat. Im Rückblick erscheinen die Auswirkungen der Finanzkrise vor rund zehn Jahren klein. Die vom StaLA veröffentlichten Jahreszahlen zeigen die konkrete Tragweite der Corona-Pandemie für die Branche. Die Zahl der Übernachtungen brach im Vergleich zum Vorjahr landesweit um 40,2 Prozent ein und erreichte nur noch 34,2 Millionen. Die Gästeankünfte stürzten sogar um 48,9 Prozent auf gerade einmal 11,9 Millionen ab. Vergleichbare Tourismuszahlen gab es zuletzt vor der Wiedervereinigung in den 1980er Jahren, als sich die Übernachtungszahlen im Schnitt zwischen 34 und 35 Millionen bewegten. Am stärksten war die Region Stuttgart mit einem Rückgang um 54,4 Prozent bei den Übernachtungszahlen betroffen. Erklären lässt sich dies vor allem mit dem hohen Stellenwert von Geschäftsreisen und internationalen Gästen in Baden-Württemberg. Überall dort, wo deren Anteil vor der Krise hoch war, fielen die Einbußen besonders deutlich aus. Da der Geschäftsreisetourismus in der gesamten Region Stuttgart mit einem Anteil von geschätzten 70 Prozent einen extrem hohen Stellenwert einnimmt, sind die Rückgänge hier so drastisch. Im 3B-Land lag der Rückgang bei den Übernachtungen bei rund 47 Prozent, was in etwa dem Schnitt im Landkreis Ludwigsburg entspricht. Die im vergangenen Sommer ausgeprägte Nachfrage nach Urlaub im eigenen Land konnte unterm Strich nur wenig dazu beitragen, um wegbrechende Geschäftsreisen und fehlende internationale Reisen zu kompensieren.
Hier ausgenommen ist das Ergebnis bei den Wohnmobilplätzen im 3B-Land. Die Wohnmobil- und Caravanbranche erlebt derzeit einen enormen Boom. Die Zulassungen an Neufahrzeugen steigen seit Juni 2020 in nie dagewesene Höhen. Obwohl die Plätze durch die beiden Lockdowns 15 Wochen geschlossen waren, betrug der Rückgang in Besigheim und Bietigheim-Bissingen gerademal 10 bzw. 15 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Da die

Stellplätze in Bönnigheim 2020 noch kostenlos waren und Fahrzeuge vom Freibadpersonal gezählt werden, können aufgrund der erst späten Saisoneröffnung keine genauen Zahlen erfasst werden. Der starke Besuch von Wohnmobilen zeigt auf, dass eine starke touristische Nachfrage im Corona-Sommer zu verzeichnen war. Dies bestätigen auch mehrere Gastronomen, nach deren Auskunft zahlreiche Tages- und Übernachtungsgäste die Altstädte in den Sommermonaten besucht haben.

Die Stadtführungen durch die Altstädte brachen noch stärker ein als die Übernachtungszahlen. Die Teilnehmerzahl an Gästeführungen sank auf etwa 15 % des Vorjahresniveaus. Ausbleibende Gruppenausflüge, eine viel kürzere Saison sowie Mengenbegrenzung der Gruppengröße sind hierfür die Gründe. Der Tourismus 2020 war vielmehr Individual- als Gruppentourismus und daher schwer erfassbar. Die fast konstant gebliebene Zahl an Prospektanfragen oder die Interaktion bei Social-Media-Aktivitäten zeigen das Interesse an der Region. Die Ausgabe an Werbemedien ist durch den Ausfall vieler Messen, Schließung der Tourist Informationen und Rathäuser jedoch insgesamt stark gesunken.

Alle blicken nun mit Spannung auf den touristischen Neustart nach dem Corona-Lockdown. Wie wird das verbleibende Reisejahr 2021 und wie geht es danach weiter? Das Interesse am Inlandsurlaub bleibt nach Experteneinschätzungen bestehen. Ebenso ist das Interesse an Reisen erfreulich hoch. Rund 80 Prozent der Deutschen beschäftigen sich mit Urlaubsgedanken und ein erstaunlich hoher Anteil von ihnen ist finanziell auch in der Lage zu reisen. Die wirtschaftliche Situation in den Privathaushalten hat sich nach den Erhebungen der FUR-Reiseanalyse (Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V.) nicht in dem Ausmaß verschlechtert wie befürchtet. Wohin die Menschen reisen, hängt auch von den Corona-Maßnahmen und Reisemöglichkeiten ab. Nach dieser Studie vom März 2021 wird nicht vor der zweiten Jahreshälfte mit einer Rückkehr zu bisherigen Reisemustern gerechnet. Vor allem an Flug- und Fernreisen sei das Interesse derzeit sehr gering. Das heißt nichts anderes, als dass die Saison 2021 noch einmal in hohem Maße der von 2020 gleichen wird. Auf dem Freizeittourismus ruhen große Hoffnungen, zumal sich der Markt der Geschäftsreisen nicht so schnell erholen wird und womöglich dauerhaft auf niedrigerem Niveau bleibt.
Auf jeden Fall haben die Deutschen 2020 die Natur im eigenen Land in einem Umfang für sich entdeckt wie noch nie zuvor. Die Wanderwege sind hochfrequentiert, ein Trend, der nach Erhebungen des Deutschen Wanderverbandes (DWV) auch 2021 anhalten wird. Ganz offenbar sind viele auf den Geschmack gekommen und wollen aus dem Corona-Notprogramm eine Tugend machen. Dieser Trend war und ist auch im 3B-Land zu

beobachten. Gerade die Nachfrage nach Wanderkarten und Radkarten war sehr hoch. Manche Wege sind teilweise so stark bevölkert, dass sie geschlossen werden mussten und über nachhaltige Besucherlenkungsmaßnahmen nachgedacht wird. Weitere wichtige Boom-Themen der Corona-Krise sind Fahrradfahren und wie bereits erwähnt Camping und Caravaning. Laut ADFC-Radreiseanalyse 2021 wollen 77 Prozent der Radreisenden, die 2020 einen Radurlaub gemacht haben, dies 2021 wiederholen. Sogar 49 Prozent derjenigen Personen, die 2020 keinen Radurlaub gemacht haben, planen 2021 eine Radreise zu unternehmen. Betrachtet man die gesamten Zahlen, wollen 18 Prozent mehr Personen 2021 eine Radreise unternehmen als im vorigen Untersuchungsjahr. Von allen Radurlaubern planen ca. 79 Prozent eine Reise innerhalb Deutschlands. Somit konnte das ohnehin beliebteste Zielland von Radtouristen gegenüber dem Vorjahr nochmal um 7 Prozent dazugewinnen.

Mit den Radtouristen, Wanderurlaubern und Genussreisenden finden drei wichtige Nachfrage-Segmente im 3B-Land passende Angebote und können entsprechend angesprochen und als Zielgruppe definiert werden. Hier passt das Jahresthema der TMBW für 2021 („Entspannter Süden“) sehr gut zum Portfolio der 3B-Region mit ihren Angeboten für Naturliebhaber oder Freunde von gutem Essen und leckerem Wein. Gerade zum Thema Wandern und Genuss wird es in diesem Jahr einige Kampagnen-Beteiligungen bei der TMBW und dem Kraichgau-Stromberg Tourismus e.V. geben. Hier sollen vor allem Urlauber und Wochenendgäste angesprochen werden.
Der Tagestourismus wird sich wieder am schnellsten erholen und wie schon nach dem ersten Lockdown für starke Nachfrage bei Gastronomie, Freizeit- und Kultureinrichtungen sowie hoher Frequenz auf Rad- und Wanderwegen sorgen. Der übernachtungsrelevante Freizeittourismus aus dem nationalen Markt wird wie prognostiziert nach den ersten Lockerungen Fahrt aufnehmen, ebenso der Wohnmobiltourismus.
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 wird davon ausgegangen, dass aufgrund der Digitalisierung und den sich hieraus ergebenden technischen Möglichkeiten die Reiseintensität im B2B-Bereich weniger wird und sich dauerhaft auf ein etwa 25 Prozent schwächeres Niveau als vor Corona einpendelt.

Eine große Herausforderung für alle Akteure wird sein, diese neuen Marktbedingungen anzunehmen und die relevanten Märkte mit Angeboten zu versorgen. Hierfür ist es erforderlich, dass auch Betriebe in entsprechenden Medien werben. Es ist zu hoffen, dass

demnächst wieder Gruppenfahrten möglich sein werden. Da der Trend weg von Großgruppen zu kleineren Gruppengrößen zeigt, ist dies eine Chance für die kleineren familiengeführten Hotelbetriebe im 3B-Land. Schnell umsetzbar sind die Einrichtung von Wohnmobilplätzen auf Winzer- oder Bauernhöfen. Dies kann für Betriebe neben der Stellplatzgebühr auch für Umsatz durch den Verkauf eigener Erzeugnisse führen. Aber auch die Schaffung von alternativen Formen von Übernachtungsmöglichkeiten, bspw. Weinfässer oder Weinberghütten, sind Möglichkeiten zur zusätzlichen Generierung von touristischer Nachfrage. Für die Zukunft bedarf es daher weiterer Anstrengungen und Ideen, die sich ändernden Rahmenbedingungen anzunehmen und innovative Angebote zu installieren. Hier sind neben den Beherbergungsbetrieben auch Weingüter oder Bauernhöfe 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. In der Annahme, dass die Nachfrage beim Inlandtourismus anziehen wird, und Segmente wie Wandern, Radfahren und Genuss stabil beliebt bleiben, liegt hier eine große Chance für die 3B-Region und deren Anbieter. Daher sind Produkte für die verschiedenen Zielgruppen zu entwickeln, die auf den jeweiligen Märkten und Medien zu platzieren sind.
Schlussendlich gilt es, 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 und neuen Formaten positioniert sich das 3B-Land bereits als leistungsstarke und innovative Destination. So werden zurzeit GPS-gestützte Audio-Gästeführungen durch die Altstädte von Besigheim, Bönnigheim und Bietigheim entwickelt, die voraussichtlich ab August von Gästen kostenlos und zu jeder Zeit genutzt werden können. Solche 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, die Identifikation der Bürger mit der Region 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 Gemeinde Hessigheim zeigt sich auch, dass die touristische Arbeit wertgeschätzt und anerkannt wird.

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.

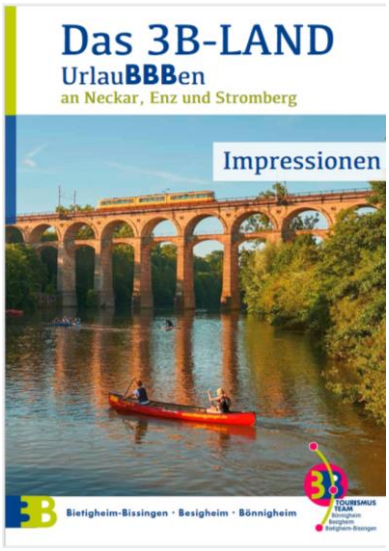
1. Marketingaktivitäten 2020/21

In den vergangenen 12 Monaten wurden die nachfolgend genannten Werbemedien überarbeitet, aktualisiert bzw. neugestaltet sowie die aufgeführten Werbemaßnahmen durchgeführt.

„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 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, Schnaps und Gastronomie. Die Weinerlebnisführer bieten hier ebenfalls ihre Angebote dar. Die Kultureinrichtungen und die Anbieter von Naturführungen komplettieren den bunten Strauß an Angeboten im 3B-Land. Im Reisebegleiter 2021 sind Angebote für körperlich- und mehrfachbehinderte Menschen entsprechend gekennzeichnet.

In diesem Design ist auch die überarbeitete und um Inhalte ergänzte Version des Imagemagazins „3B-Impressionen“ entstanden. Die Impressionen sind ein Bilderbuch zur Region. Auf 36 DIN-A-4-Seiten ist das 3B-Land umfassend beschrieben und liebevoll bebildert. Der Inhalt wurde um Themen aus Hessigheim, Mundelsheim und Gemmrigheim ergänzt.



Beide Broschüren stehen zum Online-Blättern im Download-Bereich der Seite 3b-tourismus.de zur Verfügung

Aufgrund von Preisanpassungen der Stellplatzgebühren in Bietigheim-Bissingen und Bönnigheim sowie der Aufnahme des Wohnmobilstellplatzes in Mundelsheim wurde die 3B-Wohnmobilbroschüre neuaufgelegt.

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 Herbst Führungen durch die Altstädte in Besigheim, Bönnigheim und Bietigheim-Bissingen statt. Wegen Corona sind die Frühjahrsführungen 2021 abgesagt worden. Das Thema stand bereits 2020 auf dem Programm. Da jedoch die Frühjahrsführungen ausgefallen sind und aufgrund von Teilnehmerbeschränkungen nur je 15 Personen bei den Herbstführungen zugelassen waren, werden auf Wunsch der Geschichtsvereine die Führungen mit dem gleichen Thema dieses Jahr erneut angeboten. Anders als 2020 wurde dieses Jahr auf die Auflage einer Jahresbroschüre mit allen öffentlichen Führungen verzichtet. In der Hoffnung, dass die Gästeführungen zur zweiten Jahreshälfte durchgeführt werden können, wird die Broschüre 3B-Stadtvergnügen für das zweite Halbjahr 2021 herausgegeben.

Auf die Herausgabe eines Print-Veranstaltungskalender 2021 wurde aufgrund der befürchteten Absagen ganz verzichtet. Alle Veranstaltungen wie auch die 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 2020 online, eine französische Version ist für Ende 2021 geplant.

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 Frühjahr 2021 an einer Marketingkampagne beteiligt. In outdooractive werden Inhalte zu Leistungsträgern und Tourenvorschläge laufend durch das 3B-Tourismus-Team gepflegt, außerdem sind alle Etappen des Radweges Deutsche Fachwerkstraße in outdooractive eingepflegt.

Social Media

2016 Jahren ging die 3B-Facebookseite an den Start. Die Anzahl an sogenannten „Fans“ beträgt im Mai 2021 674. Das sind gut 100 mehr Personen als vor einem Jahr. Im

Berichtszeitraum, von Mai 2020 bis Ende April 2021, wurden 36 Beiträge auf der 3B-Facebookseite gepostet.
Im Juli 2020 wurde die Instagram-Seite des 3B-Landes eingerichtet. Seitdem folgen der Seite 445 Abonnenten. Seit Juli wurden hier 22 Beiträge veröffentlicht.

Wein-Events im 3B-Land
Die beiden Wein-Events „Weinige-Schifffahrt“ und „3B-Wein-Höhepunkte“ konnten 2020 nicht durchgeführt werden. Stand heute werden die beiden Wein-Veranstaltungen 2021 stattfinden. Die Weinige Schifffahrt ist am 20.06.21 und der Genuss-Wandertag 3B-Weinhöhepunkte am 15.08.2021 geplant. Unter welchen Bedingungen die beiden Veranstaltungen stattfinden werden, kann zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht gesagt werden.
Als neue Veranstaltung wird es in diesem Jahr eine „Genuss-Radel-Tour“ geben. In Zusammenarbeit mit dem Veranstalter Yummytour aus Berlin wird die Genuss-Radel-Tour konzipiert und soll am 11.09.2021 stattfinden. Die Radtour wird auf der ausgeschilderten 3B-Land-Tour zwischen Bietigheim-Bissingen, Besigheim, Kirchheim, Bönnigheim, Erligheim und Löchgau stattfinden. Die Akquise der Betriebe und die Organisation übernimmt der Veranstalter.

Neben den beschriebenen Projekten/Produkten war und ist die Arbeit der 3B-Tourismusgeschäftsstelle auch auf den Vertrieb der vorhandenen Angebote ausgerichtet. Dieser orientiert sich nur sehr eingeschränkt auf das Messegeschäft, siehe Ziffer 1.1, zum anderen auf aktive Pressearbeit durch zahlreiche Pressemitteilungen an regionale und überregionale Medien, auf Facebook/Instagram wie auf der Homepage www.3b-tourismus.de, die City-Hub-App, outdooractive, Komoot sowie auf klassische Anzeigenwerbung. Das 3B-Tourismus-Team beteiligte sich mit der Stuttgart Marketing GmbH an einer Influencer-Marketingkampagne der DZT (Deutsche Zentrale für Tourismus) in der Schweiz. Im Sommer nahmen wir an weiteren Re-Start – und Influencer-Kampagnen der TMBW, des Nördlichen Baden-Württembergs und der Deutschen-Fachwerkstraße teil.

Im Pressespiegel sind die in den überregionalen Medien erschienenen Artikel sowie eine Erfolgskontrolle der PR/-Influenzer-Aktion mit Stuttgart-Marketing in der Schweiz abgebildet.
Im Sommer war ein SWR-Fernseh-Team im 3B-Land. Am 04.09. wurde die Sendung „Unterwegs in der Heimat – mit dem Bulli ins 3B-Land“ ausgestrahlt.

Im Herbst wurden den 3B-Städten Bönnigheim, Besigheim und Bietigheim-Bissingen sowie der Gemeinde Mundelsheim das Siegel „Weinsüden-Weinort“ durch die TMBW verliehen. Um den Weintourismus in Baden-Württemberg zu stärken und weiter auszubauen, wurde vor

drei Jahren ein umfangreiches Weintourismuskonzept für das Land Baden-Württemberg erarbeitet. Die TMBW kreierte in den letzten Jahren bereits Auszeichnungen wie „Weinsüden Hotel“ und „Weinsüden Vinothek“. Mit dem Prädikat „Weinsüden Weinort“ wurden im Herbst 53 Städte und Gemeinden, darunter 29 im Weinanbaugebiet Württemberg, ausgezeichnet. Mit drei Weinsüden-Hotels, der Weinsüden Vinothek in Bönnigheim und den vier Weinsüden-Orten funkeln gleich 8 Weinsüden-Auszeichnungen in der Region und unterstreichen die herausragende Stellung des 3B-Landes als Weinregion.
Das Siegel „Weinsüden Weinorte“ kennzeichnet Städte und Gemeinden, die auf eine lange Geschichte des Weinbaus zurückblicken und über die Jahre ein breites weintouristisches Angebot entwickelt haben.

Diese PR-Maßnahmen und Aktivitäten führten auch dazu, dass Gruppenarrangements für Tages- und Mehrtagestouren nachgefragt wurden. So wurden 2020 trotz Pandemie und vielen Unsicherheiten insgesamt 21 konkrete Reisearrangements ausgearbeitet, von denen am Ende lediglich 6 Reisen mit insgesamt 81 Teilnehmern zustande kamen. Reisen von Busunternehmen mussten allesamt storniert werden. Mehrere Kleingruppen haben ihre bereits gebuchte Reise storniert. Mit dem Busunternehmen Horst Becker Touristik aus dem Saarland wurde ein Partner gefunden, der mehrere Reisen ins 3B-Land im Programm hatte. Diese mussten allesamt abgesagt werden.
Durch den Vertrieb der Arrangements wurde 2020 ein Umsatz von 7.077 € erzielt (2019: 11.756 € Umsatz). 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 gab es bisher noch keine Gruppenanfragen. Leider ist das Nachfrageverhalten aufgrund der Corona-Pandemie sehr zögerlich geworden. Im letzten Jahr sind im Sommer noch einige Buchungen zustande gekommen, die dann später wieder storniert wurden. Dieses Jahr hält sich die Nachfrage sehr zurück. Die Prospektanfragen von Individualreisenden häufen sich dagegen. Da seit März 2020 kein Messebesuch mehr möglich war, konnten keine potenziellen Gruppen direkt angesprochen werden. In den Vorjahren resultierten die Buchungen zum größten Teil auf Beratungen bei Reisemessen.
In diesem Jahr ist noch der Besuch von zwei Messen und eine Präsentation auf den Heimattagen BW in Radolfzell geplant: Im November wird das 3B-Land auf den beiden Reisemessen in Bremen und Bielefeld ausstellen und am 03./04.07.21 den „Baden-Württemberg-Tag“ der Heimattage besuchen.

Durch Messepräsenzen 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, ist das 3B-Land bekannt. Mittlerweile konnten sogar Stammgäste ausgemacht werden. Gerade Planer von Gruppenreisen oder Ausflügen erhalten auf Messen wichtige Anreize und Informationen.
In den vergangenen 12 Monaten wurden verstärkt Social-Media-Kampagnen mit Partnern wie Stuttgart Marketing, Kraichgau-Stromberg-Tourismus und TMBW, Anzeigen- und Advertorial-Schaltungen in Verbindung mit der Deutschen Fachwerkstraße durchgeführt. Aufgrund der Reduzierung des Marketingbudgets wurden hierfür Partner gesucht, um bei möglichst vielen Kampagnen mitwirken zu können.

Die Kooperation mit den Partnerkommunen Erligheim, Freudental, Gemmrigheim, Kirchheim, Löchgau, Mundelsheim und Walheim wurde nach und nach ausgeweitet, so dass diese in fast allen Werbemedien des 3B-Tourismus-Teams vertreten sind.
Die Gemeinde Hessigheim gehört seit Januar 2021 neu zum 3B-Land und ist mit Weingütern, Beherbergungsbetrieben oder Veranstaltungen in den Werbemedien präsent. Bei der Neuauflage der Rad- und Wanderkarten im Herbst werden entsprechende Rundwege in den neuen Bereichen kreiert und die bestehenden Steillagen-Rundwanderwege integriert.

Im Zuge der Corona-Krise wurden gemeinsam mit regionalen Tourismusverbänden (Kraichgau-Stromberg Tourismus und Regio Stuttgart) und der TMBW Strategien für Digitalisierung und Werbung entwickelt. Hier wird sich das 3B-Land auch in diesem Jahr an Kampagnen beteiligen. Neben dem eigenen Facebook-Auftritt hat das 3B-Land seit einigen Monaten auch seinen eigenen Instagram-Account.
Das 3B-Land beteiligt sich an folgenden Kampagnen:

- Komoot-Basic-Kampagne Wandern – Mai/Juni 2021
- Social Media-Kampagne „Willst du mit mir gehen“ mit KST – ist bereits gestartet
  Eine Reise ins 3B-Land (14.-16.08.21) wird ausgelobt. Die ausgewählten Teilnehmer müssen auf ihren eigenen Social-Media-Profilen über ihre Erlebnisse berichten.
- Micro-Kampagne Genusswandern der TMBW – startet voraussichtlich im Juni
- Beteiligung im Magazin „Wanderbares Deutschland“, gemeinsame Aktion mit der TMBW – Ausgabe Mai 2021
- Beteiligung an TMBW-Kampagnen in den Sonderbeilagen RadSüden und Advertorial im Magazin Radfahren, Ausgabe Juni/Juli 2021

- Advertorials in den Reiseteilen der Saarbrücker Zeitung und dem Trierer Volksfreund – voraussichtlich Juni 2021
- B2C Event mit Stuttgart Marketing in der Schweiz wurde bereits abgesagt

Um den sich ändernden Herausforderungen gerecht zu werden und neue digitale Formate anzubieten, werden derzeit sogenannte „Lauschtouren“ für die Altstädte von Besigheim, Bönnigheim und Bietigheim entwickelt. Eine Lauschtour ist eine digitale Audioführung für das eigene Smartphone. Die drei Führungen sind journalistisch recherchierte Mini-Reportagen mit Originaltönen, die auf lebendige Art Hintergrundinformationen zu Sehenswürdigkeiten und Kuriositäten liefern. Sie machen aber auch auf Details aufmerksam, die Gäste auf den ersten Blick nicht erkennen. O-Töne etwa von Stadtarchivaren, Gästeführern oder Wengertern sorgen für Unterhaltung und liefern das ein oder andere spannende wie lustige Anekdötchen. GPS-gesteuert wird der Nutzer punktgenau von Station zu Station geleitet, mittels einem akustischen Signal weiß der Besucher dann, dass er sich an der richtigen Stelle befindet und schon geht es los mit einer unterhaltsamen Geschichte, einer lustigen Anekdote oder einfach nur einem Hinweis auf ein kleines verstecktes Detail. Die Touren können individuell, als Paar oder auch als Kleingruppe unternommen werden. In jeder Stadt gibt es einen Startpunkt mit einer Hinweistafel, auf der die Strecke mit den einzelnen Stationen abgebildet ist. Die Touren umfassen zwischen 12 und 15 Stationen und dauern je eine knappe Stunde bei etwa je 1,5 km Länge. Die Nutzung der Lauschtouren-App ist für den Nutzer kostenlos. Im nächsten Jahr wird eine vierte Lauschtour als Wanderung/Radtour zwischen den 3B-Städten entwickelt. Das ganze Projekt ist auf zwei Jahre mit rund 50.000 € veranschlagt, wobei 50% vom Verband Region Stuttgart gefördert wird.
Die drei Altstadt-Lauschtouren gehen voraussichtlich im August an den Start. Für die Bewerbung des Angebotes wird ein kleiner Flyer aufgelegt, der zusammen mit einem Aufsteller und Plakaten an Leistungsträger und Multiplikatoren verteilt werden.

Ein weiterer Bestandteil der diesjährigen Arbeit wird die Pflege der 3B-Wanderwege und 3B-Radwege sein. Im letzten Jahr wurden bereits 70 km des gut 135 km umfassenden 3B-Wanderwegenetz überprüft. Die örtlichen Bauhöfe haben die erforderlichen Beschilderungsarbeiten durchgeführt. Das 2016 eingerichtete Wanderwegenetz zählt rund 1500 Markierungszeichen. Die Begehung im Frühjahr/Sommer 2020 hat ergeben, dass rund 10% der Schilder fehlen oder beschädigt sind.
Das Thema Radfahren und Wandern wird durch die Kontrolle werblich begleitet und auf facebook und Instagram in den Fokus gesetzt. In die geplante Neuauflage der Wander- und Radkarte im Herbst 2021 werden die neuen Steillagenwanderungen in Gemmrigheim,

Hessigheim, Kirchheim und Mundelsheim eingearbeitet. Hier wird eng mit der ILEK-Geschäftsstelle „Neckarschleifen“ zusammengearbeitet.

Des Weiteren 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. Neu ist die Kooperation mit den Metter-Anrainern. Hier soll ein flussbegleitender Radweg, der Metter-Radweg, kreiert werden. Da die Quellen der beiden Bäche Kraich und Metter nur wenige hundert Meter voneinander entfernt sind, entsteht dadurch eine attraktive Radverbindung zwischen Enz/Neckar und Rhein, die vor allem für werbliche Zwecke sehr gut genutzt werden kann.

1.1 Printprodukte und Messen

Nachfolgend aufgeführte Printprodukte wurden im Berichtszeitraum gestaltet und gedruckt:

- 3B-Reisebegleiter 2021, 6.000 Auflage
- 3B-Impressionen, Auflage 6.000 Stück
- 3B-Wohnmobilbroschüre Auflage 4.000 Stück

Messen- und Promotion-Aktionen konnten nicht wie geplant durchgeführt werden. Im Jahr 2020 wurden folgende Messen besucht:

- CMT, Stuttgart 12.- 20.01.2020
- Reisemesse Dresden 31.01. – 02.02.2020
- Reisemesse Koblenz 15. – 16.02.2020
- Reisemarkt Saarbrücken 28.02. – 01.03.2020
- Präsentation im LRA Ludwigsburg, Juli bis September

1.2 Aufwendungen

Im Jahr 2020 umfasste der Marketingetat insgesamt 58.005,85 € an touristischen Sachkosten. Einige Positionen sind durch Dritte mitfinanziert. Somit wurden die hierfür im Nachhinein genehmigten Netto-Ausgaben in Höhe von 48.595,19 € nicht überstiegen. Aufgrund der Absage von vier Messen/Veranstaltungen sowie dem Genusswandertag 3B-Wein-Höhepunkte wurden weniger Haushaltsmittel als für das Haushaltsjahr 2020 eingeplant benötigt. Die Nettoausgaben für die Städte Bönnigheim, Besigheim und Bietigheim-Bissingen lagen in den Vorjahren bei rund 55.000 €.

Bei der Messe in Saarbrücken und der abgesagten Messe in Mainz beteiligten sich Ludwigsburg und Tripsdrill an den Kosten. Bei der Gestaltung des Reisemagazins wurden für die Einträge der Übernachtungsbetriebe, Gastronomen und Weingüter Gebühren erhoben.

In der folgenden Übersicht sind die einzelnen Projektkosten abzüglich der Einnahmen/Umlagen von 9.410,66 € aufgeführt.

Projekt	**Kosten**
3B-Wein-Höhepunkte 2022	507,27 €
3B-Reisebegleiter 2021	3.026,06 €
3B-Impressionen	5.229,89 €
3B-Wanderwegepflege	1.512,60 €
3B-Stadtführungen + Veransatltungen (Flyer)	4.494,53 €
3B-Wohnmobilbroschüre	524,20 €
Fotoshooting	79,95 €
Anzeigen	4.612,15 €
Online-Werbung/Blogger- Influenzer-Aktionen	3.747,96 €
Homepage	8.592,42 €
3B-Lauschtouren	1.927,80 €
CMT	6.767,71 €
CMT (Verpflegung)	156,00 €
Messe Koblenz	862,79 €
Messe Bielefeld Anzahlung 2021	576,89 €
Messe Mainz Anzahlung 2021	318,63 €
Messe Saarbrücken	1.175,14 €
Messestand, sonstige Präsentationen	3.907,01 €
Lizenzgebühren InDesign	321,19 €
Sonstiges (LBO, Insolvenzschutz, Künstlersozialk.)	255,00 €
Gesamt	**48.595,19 €**

Insgesamt betrugen die Kosten 185.288,05 € *(Vorjahr: 195.475,79 €)*:

1. Personalkosten (inkl. Reisekosten)	101.785,72 €	*(103.986,45 €)*
2. Allgemeine Sachkosten	34.907,14 €	*(35.347,29 €)*
3. Tourist. Sachkosten (siehe Tab.)	48.595,19 €	*(56.142,05 €)*
Gesamtkosten	**185.288,05 €**	***(195.475,79 €)***

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

Bönnigheim:	14.596,50 € (Regio, KST, Dt. Fachwerkstr./ARGE Dt. FW-Städte)
Besigheim:	22.511,20 € (Regio, KST, Dt. Fachwerkstr./ARGE Dt. FW-Städte)
Bietigheim-Bissingen:	75.465,25 € (Regio, KST, Dt. Fachwerkstr./ARGE Dt. FW-Städte)

Gemäß öffentlich-rechtlicher Vereinbarung der Städte Bönnigheim, Besigheim und Bietigheim-Bissingen vom 30.06.2000 sowie der öffentlich-rechtlichen Vereinbarung mit den Partnerkommunen von November 2019 wurden die Gesamtkosten (ohne Mitgliedsbeiträge) auf die Städte und Gemeinden wie folgt umgelegt:

Bönnigheim:	42.708,14 € *(47.174,94 €)*
Besigheim:	42.708,14 € *(47.174,94 €)*
Bietigheim-Bissingen	85.763,26 € *(90.988,35 €)*
Partnerkommunen:	14.108,50 € (10.137,50 €)

2. Ergebnisse

Im Folgenden werden die wichtigsten touristischen Kennzahlen dargestellt.

2.1 Übernachtungszahlen

2.1.1 Amtliche Übernachtungsstatistiken

Statistik Bönnigheim

Zeitraum	Betriebe	Betten	Ankünfte		Übernachtungen		Auslastung der Betten	Aufenthaltsdauer
	Insgesamt	Insgesamt	Insgesamt	darunter Auslandsgäste	Insgesamt	darunter Auslandsgäste	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
2020	5	107	2 828	172	8 666	499	22,0	3,0

Statistik Besigheim

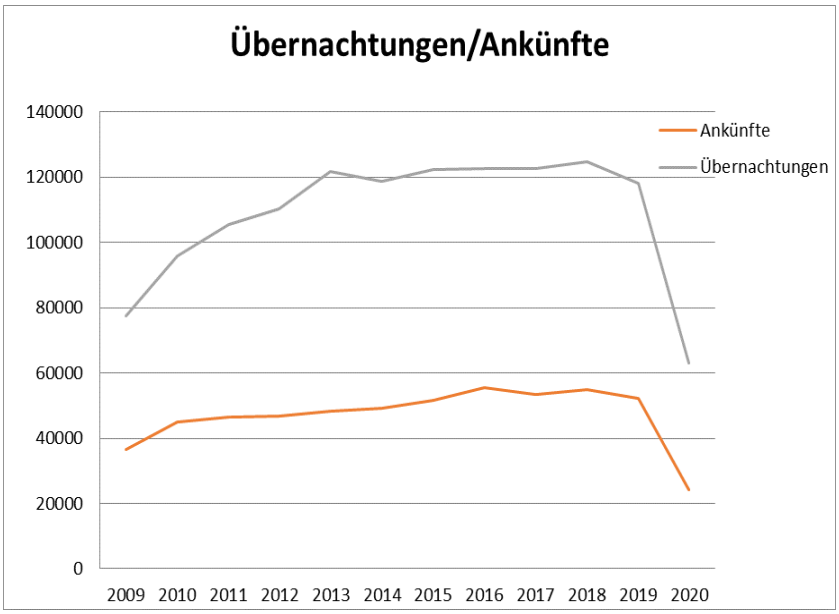
2009	6	128	3 873	502	9 170	1 912	18,9	2,4
2010	6	128	6 516	1 009	12 996	3 204	27,8	2,0
2011	6	138	7 355	1 086	14 605	3 872	30,0	2,0
2012	5	115	7 097	844	14 391	3 508	36,0	2,0
2013	5	120	7 278	814	14 961	3 490	38,7	2,1
2014	5	120	7 391	686	15 660	2 787	36,1	2,1
2015	6	129	8 267	755	16 954	3 338	38,4	2,1
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
2020	7	185	5 726	501	10 640	1 291	18,5	1,9

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
2020	11	571	15 664	1 999	43 681	7 897	22,5	2,8

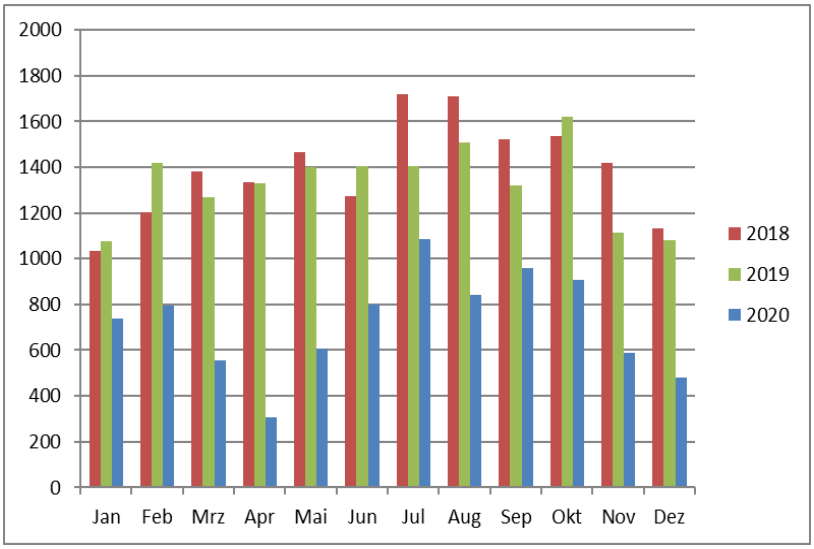
3B-Städte gesamt

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
2020	23	863	24 218	2 672	62 987	9 687

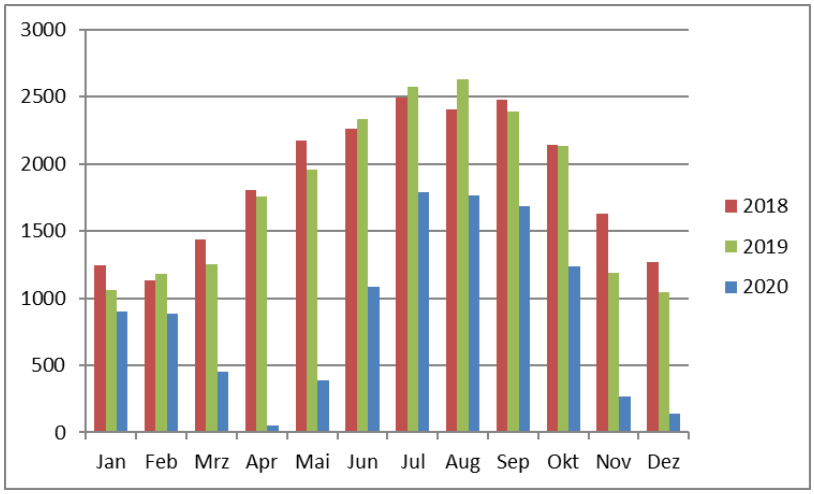


Die monatliche Verteilung der Übernachtungen:

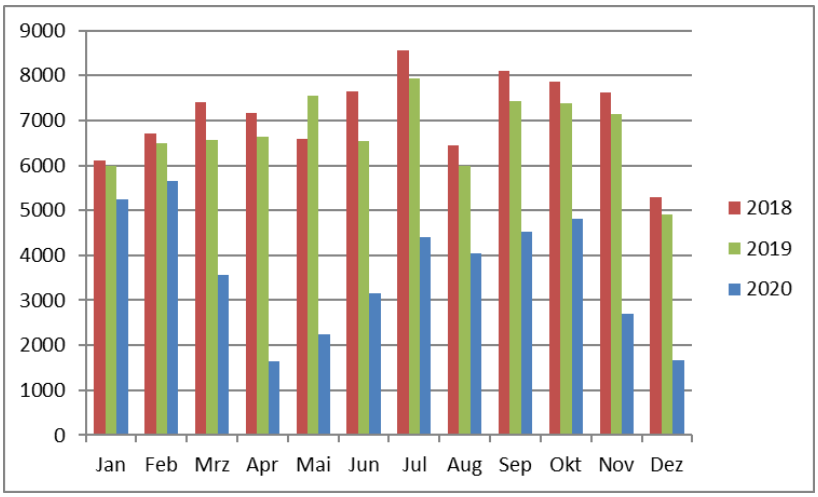
Bönnigheim



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.

Bönnigheim

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
2020	9	4	4 038

*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
2020	19	4	1 015

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
2020	14	4	1 280

2.1.3 Übernachtungen auf Wohnmobilstellplätzen

Von den drei städtischen Wohnmobilstellplätzen im 3B-Land waren die beiden Plätze in Besigheim und Bietigheim-Bissingen kostenpflichtig. Da die Stellplätze in Bönnigheim 2020 noch kostenlos waren und Fahrzeuge vom Freibadpersonal gezählt werden, konnten aufgrund der erst späten Saisoneröffnung keine genauen Zahlen erfasst werden. Ab 2021 kosten die Stellplätze einheitlich 7,50 € pro Nacht.

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 Parkscheinautomat für einige Wochen außer Betrieb. In dieser Zeit wurden keine Zahlen ermittelt und daher ist ein Vergleich mit 2018 nur bedingt möglich.

Jahr	Bönnigheim	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
2020	250	920	926

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.

Im Jahr 2020 waren es trotz Corona exakt 294 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 3B-Website stehen alle Printprodukte und Karten außerdem zum Download zur Verfügung. 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 600 und im i-Punkt Flughafen noch einmal je 250 Exemplare der Kataloge „Erlebnisreich“, „Reisemagazin“ und „Impressionen“ in die Hände von potenziellen Gästen.

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
2020	895	62	1 587	121	1 313	112

2.4 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 (Quelle: dwif; 2015). Tagesgäste kommen pro Ausflug und Kopf auf 31,10 €, wobei 9,80 € im Gastgewerbe, 14,20 € im Einzelhandel und 7,10 für sonstige Dienstleistungen ausgegeben werden (Quelle: dwif; 2019).

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. 61.147* Übernachtungen in Hotels	à 165,80 €	10.138.172 €
Ca. 20.000 Übernachtungen in Privatquartieren	à 81,00 €	1.620.000 €
Ca. 4.192 Übernachtungen auf Wohnmobilplätzen	à 50,50 €	211.696 €
Ca. 478.000 Tagesgäste**	à 31,10 €	14.865.800 €
		26.835.668 €

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 670.900 €.

*Da seit 2018 die Wohnmobilzahlen für Besigheim mitgerechnet werden, sind hier 2.046 Übernachtungen (920 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 vorsichtige Schätzung.