

3B-Rechenschaftsbericht 2021

Der Rechenschaftsbericht 2021 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 2022. Weiterhin wird aufgezeigt, wie sich die nun zwei Jahre andauernde Corona-Pandemie auf den regionalen Tourismusmarkt ausgewirkt hat, wie die Entwicklung aussieht und welche Konsequenzen sich daraus für das 3B-Land ergeben. Unter Ziffer 2 werden die touristischen Kennzahlen 2021 und die touristische Wertschöpfung im 3B-Land dargestellt.

Ein bislang nie dagewesener Einbruch der Gäste- und Übernachtungszahlen hat im Jahr 2020 die Tourismusbranche erschüttert. Baden-Württemberg erfreute sich in den Jahren vor dem Ausbruch der Corona-Pandemie als Reiseziel stetig wachsender Beliebtheit. Seit 2010 stiegen die Gäste- und Übernachtungszahlen in den Beherbergungsbetrieben im Südwesten kontinuierlich an. 2019 erreichte die Tourismusbranche im Land zuletzt mit über 57 Millionen Übernachtungen ein Rekordergebnis. Diese langjährige Entwicklung konnte aufgrund der fortdauernden Pandemie auch im Jahr 2021 nicht wiederaufgenommen werden. Wie das Statistische Landesamt Baden-Württemberg ermittelt hat, lag die Zahl der Gästeankünfte 2021 nur geringfügig über dem Vorjahresergebnis: Gegenüber 2020 kamen rund 0,8 % mehr Gäste in den Betrieben an. Die Zahl der Übernachtungen stieg auf Landesebene um 4,1 % gegenüber 2020. Die im Mai 2022 veröffentlichten Daten des GfK (Gesellschaft für Konsumforschung) Destination Monitors für Baden-Württemberg erlauben eine segmentspezifische Betrachtung der Auswirkungen der Corona-Pandemie. Das Jahr 2021 war geprägt durch ein „Zurück zur Normalität“, da alle Segmente mit Ausnahme der geschäftlichen Übernachtungen ein Wachstum verzeichneten. Insbesondere der Urlaubsreisemarkt zog im letzten Jahr wieder an (+12% Übernachtungen). In Summe kommt Baden-Württemberg im Jahr 2021 auf ein Plus von 7% bei den Aufenthaltstagen. Im Vergleich zum Jahr 2019 zeigt sich jedoch ein anderes Bild: Der Baden-Württemberg-Tourismus bleibt in Bezug auf die Aufenthaltstage um 20% unter den Werten vor der Pandemie. Die Geschäftsreisen sind das Sorgenkind. Auch Kurz-Urlaubsreisen, ein Segment, welches in den vergangenen Jahren stark zugelegt hatte, sind über ein Drittel eingebrochen. In den 3B-Städten, wo vor Pandemie überwiegend Geschäftsreisetourismus und Kurzreisen angesagt waren, bestätigt sich dieser Trend. So fällt die Entwicklung hier auch etwas schlechter aus als im Landesdurchschnitt, was aber auch mit den zurückgegangenen Angebotskapazitäten zusammenhängt. Die Betriebe im 3B-Land verzeichnen insgesamt einen Rückgang um rund 9 % bei den Übernachtungen wie auch bei den Ankünften.

Hiervon ausgenommen ist das Ergebnis bei den Wohnmobilplätzen im 3B-Land. Die Wohnmobil- und Caravanbranche erlebt derzeit einen enormen Boom. Obwohl die Plätze auch im zweiten Pandemie-Jahr durch den Lockdown im ersten Halbjahr 2021 zwanzig Wochen geschlossen waren, konnte ein leichter Zuwachs gegenüber 2020 erzielt werden. Der gestiegene Besuch von Wohnmobilen ist ein Indiz, dass eine starke touristische Nachfrage im Sommer und Herbst zu verzeichnen war. Dies bestätigen auch mehrere Gastronomen, nach deren Auskunft zahlreiche Tages- und Übernachtungsgäste die Altstädte in den Sommer- und Herbstmonaten besucht haben.

Die Anzahl an Stadtführungen durch die Altstädte ist insgesamt leicht gestiegen. In Bietigheim-Bissingen und Besigheim wurden mehr Gäste durch die Altstädte geführt als im ersten Pandemiejahr, obwohl erst Ende Juni 2021 Gästeführungen wieder angeboten wurden. Der Angebotszeitraum war somit kürzer als 2020. Ausbleibende Gruppenausflüge, die spät einsetzende Saison sowie Mengenbegrenzung der Gruppengröße ließen ein besseres Ergebnis kaum zu. Der Tourismus war auch 2021 mehr Individual- als Gruppentourismus und daher schwer quantifizierbar. Die gestiegene Zahl an Prospektanfragen oder die Interaktion bei Social-Media-Aktivitäten zeigen das Interesse an der Region. Vor allem Anfragen aus dem Nahbereich sind stark gestiegen, was auf eine Zunahme von Tagesausflüglern schließen lässt. Die Ausgabe an Werbemedien insgesamt ist durch den Ausfall der meisten Messen, der teilweisen Schließung der Tourist Informationen und Rathäuser erneut auf einem niedrigeren Niveau als vor der Pandemie geblieben.

Wie es nun weitergeht und wie sich der Tourismus global, deutschlandweit und regional entwickelt, hängt von mehreren Faktoren ab. Die zwei Jahre Pandemie haben deutliche Spuren hinterlassen und auch zu erheblichen Änderungen, gerade im Geschäftsreiseverkehr, geführt. Anfang 2022 waren die Prognosen für das Jahr sehr optimistisch. „Die Reiselust der Deutschen kehrt wieder zurück“ vermeldet etwa die BAT-Tourismus-Analyse 2022. Der FUR-Reiseanalyse nach zu schließen, ist auf Nachfrageseite die Aussicht auf das aktuelle Reisejahr sehr gut. Die Reiselust sei auf einem Höchststand und die persönliche wirtschaftliche Lage wird als stabil eingeschätzt. Urlaubsreisen sind für die meisten Deutschen ein unverzichtbarer Bestandteil der Lebensqualität. Reisepläne für 2022 haben deutlich mehr Personen als zu Beginn des Vorjahres, auch wenn manche davon noch etwas zögerlich mit ihren konkreten Entscheidungen sind. Dieser zu Jahresbeginn herrschende Optimismus hat mittlerweile Dämpfer bekommen. Die hohe Inflation und Angst vor Krieg nehmen Einfluss auf das Nachfrageverhalten. Zu unsicher ist bei vielen Menschen die persönliche wirtschaftliche Situation geworden, einhergehend mit ständigen wachsenden Preisen für den Lebensunterhalt. Ausflüge werden nach neueren Studien die fest geplante Urlaubsreise ersetzen. Kurzurlaube, Ausflüge, Tagestouren werden demnach zunehmen.

Die Ballungsgebiete im Umkreis bis zu 100 km sind wichtige Quellmärkte, aus denen Tagesgäste für die 3B-Region generiert werden können. Das 3B-Land ist hervorragend an das Schienen- und nicht zuletzt an ein überregionales Radwegenetz angeschlossen. Beides sind wesentliche Voraussetzungen für ein attraktives Ausflugsziel. Laut ADFC-Radreiseanalyse radeln immer mehr Menschen in ihrer Freizeit. 42 Millionen Bürgerinnen und Bürger haben im Jahr 2021 mindestens einen Tagesausflug mit dem Fahrrad unternommen. Das sind elf Millionen mehr als im Vorjahr. Zudem haben sich 24 Prozent der radfahrenden Bevölkerung im vergangenen Jahr ein neues Fahrrad gekauft, wobei knapp die Hälfte der Neuanschaffungen Elektrofahrräder sind. Neben Caravaning ist Radfahren das Boom-Thema schlechthin. Bei der Planung von Tagesausflügen steht der Radreiseanalyse zufolge die Qualität der Infrastruktur im Mittelpunkt. 70 Prozent der Befragten gaben an, dass eine gute Befahrbarkeit der Wege für sie entscheidend ist bei der Wahl einer Route. Hierzu gehört auch eine gute Anbindung an den ÖPNV. Beides ist im 3B-Land gegeben. Die ÖPNV-Anbindung an die Ballungsräume um Stuttgart, Heilbronn, Pforzheim/Karlsruhe ist sehr gut, ebenso das Radwegenetz mit Landesradfernwegen und touristischen Routen.

Mit Radtouristen, Wanderurlaubern und Genussreisenden finden drei wichtige Nachfrage-Segmente im 3B-Land passende Angebote und können entsprechend angesprochen und als Zielgruppe definiert werden. Zum Thema Wandern, Natur und Genuss wird es in diesem Jahr wieder einige Kampagnen-Beteiligungen bei der TMBW und dem Kraichgau-Stromberg Tourismus e.V. geben. Hier sollen vor allem Urlauber und Wochenendgäste angesprochen werden. Zum Thema Tagestourismus wurde bei der Regio Stuttgart eine Arbeitsgruppe einberufen, die speziell für diesen Markt Angebote entwickelt. Den Tagestourismus im 3B-Land wird in den Sommermonaten auch das 9€-Ticket beflügeln. In den Tourismusregionen im Land ist die Überzeugung groß, dass das Ticket den Deutschlandtourismus beflügeln wird. Auch die örtlichen Betriebe sind optimistisch, dass der Wander- und vor allem Radtourismus Übernachtungen in der 3B-Region generieren wird. Neben vielen kleinen Präsentationen werden auch zwei Großveranstaltungen im Sommer genutzt, um auf das 3B-Land als Wander- und Radfahrdestination aufmerksam zu machen. In diesem Jahr zieht die führende RadReiseMesse „Holiday on Bike“ von Friedrichshafen in die großen Messehallen nach Frankfurt um, was den gestiegenen Stellenwert des Radreise-Marktes widerspiegelt. Auf dieser Veranstaltung Mitte Juli wird sich das 3B-Land als attraktive und für den Quellmarkt Frankfurt hervorragend erreichbare Destination präsentieren. Der Deutsche Wandertag findet dieses Jahr vor der Haustüre im Remstal statt. Dort werden Anfang August Wanderer aus ganz Deutschland erwartet. Das 3B-Land wird mit einem Stand präsent sein und um Wandergäste werben. Als Wachstumssegment wird auch der Wohnmobiltourismus weiterhin für Gäste sorgen. Die Wohnmobilsaison hat dieses Jahr bereits Anfang April

begonnen und den Kommunen und örtlichen Betrieben schon viele wohnmobile Gäste beschert.

Bei den internationalen Gästen wird es noch 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 vor der Pandemie einen Anteil von etwa 70% einnahm, spürbare Veränderungen erfahren. Experten gehen davon aus, dass aufgrund der Digitalisierung und der 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 Marktbedingungen anzunehmen und die relevanten Märkte mit Angeboten zu versorgen. Hierfür ist es erforderlich, dass auch Betriebe in entsprechenden Medien werben. Fraglich ist, wann und in welchem Umfang wieder größere Gruppenfahrten unternommen werden. Die Tendenz geht nach wie vor zu kleineren Gruppengrößen. Der Trend nach Campingurlaub bleibt dagegen ungebrochen. Aber auch das Angebot nach alternativen Formen von Übernachtungsmöglichkeiten, bspw. Weinfässer oder Weinberghütten, liegt in der Gunst der Nachfrager. Diesen Segmenten wird ein hohes Wachstum vorausgesagt. Betreiber von Beherbergungsbetrieben und Investoren sollten dies in Betracht ziehen. Für die Zukunft bedarf es 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 auf hohem Niveau bleiben 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 weiterzuentwickeln, wo möglich, die Qualität zu steigern und diese auf den entsprechenden Märkten und Medien zu platzieren. 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 wurde mit den neuen GPS-gestützten Audio-Gästeführungen LAUSCHTOUREN ein neues Angebot für die Besucher der Altstädte von Besigheim, Bönningheim und Bietigheim entwickelt. Hier nehmen die 3B-Städte eine Vorreiterrolle in der Region Stuttgart ein. Für dieses Jahr ist eine weitere Lauschtour per Rad geplant. Die Steillagen-App des Landkreises wird das digitale Angebot

noch dieses Jahr ergänzen. Derzeit wird auch geprüft, ob und wie in der Region Premiumspazierwege umgesetzt werden können. 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.

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. Neben dem Angebot an Übernachtungsmöglichkeiten von Hotels, Ferienwohnungen und Gästezimmern richtet sich der Blick auch auf die Themen 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 2022 sind Angebote für Menschen mit Mobilitätseinschränkungen entsprechend gekennzeichnet.

Im gleichen Corporate Design sind auch die überarbeiteten und ergänzten Versionen der 3B-Wander- und Freizeitkarte sowie der 3B-Radkarte neu aufgelegt worden. Beide Karten wurden um Inhalte, Strecken und Wege aus Hessigheim, Mundelsheim und Gemmrigheim ergänzt. Das Wanderwegenetz wurde durch die Aufnahme der vier



Steillagenrunden in und um Kirchheim, Gemmrigheim, Hessigheim und Mundelsheim erweitert. Hier wurde das gleiche



Beschilderungssystem wie beim 3B-Wanderwegenetz aus 2016 verwendet. Diese vier neuen Wege sind eine sinnvolle und bereichernde Ergänzung der Wandermöglichkeiten der Region. Weitere Steillagenrunden in Besigheim werden derzeit umgesetzt. Erfreulicherweise konnte für beide Karten die Fa. Bär aus Bietigheim-Bissingen als Werbepartner gewonnen werden.

Die beliebte Reihe der 3B-Glanzpunkte widmet sich in diesem Jahr dem Thema Aberglaube und Glaube in der Alten Stadt. Unter dem Motto „Hexen, Pfaffen, Zauberer“ fanden im Frühjahr die ersten drei Führungen statt, im Herbst werden die Führungen durch die Altstädte in Besigheim, Bönnigheim und Bietigheim-Bissingen wiederholt. Wegen Corona fanden die Glanzpunkte-Führungen 2021 nur im Herbst statt. Das 2021er Thema „baulicher Zierrat“ stand bereits 2020 auf dem Programm. Da jedoch 2020 Führungen ausfallen mussten und aufgrund von Teilnehmerbeschränkungen nur wenige Teilnehmer zugelassen waren, wurde auf Wunsch der Geschichtsvereine die Führungen 2021 erneut angeboten.

Für 2022 werden auch wieder die beiden Halbjahresbroschüren zu den öffentlichen Gästeführungen aufgelegt. Im Jahr 2021 wurde aufgrund der unsicheren Umständen noch auf den Druck der Übersicht im ersten Halbjahr verzichtet

Für 2022 hat das 3B-Tourismus-Team wieder eine Gesamtjahresübersicht an ausgesuchten Festen, Märkten, Kulturveranstaltungen usw. als Printversion herausgegeben. Die darin aufgeführten sowie viele weitere Termine stehen auf der Homepage www.3b-tourismus.de. Von der Homepage können alle Printprodukte heruntergeladen werden. Die Onlineversionen des Reisebegleiters und der Impressionen können zudem digital durchgeblättert werden. Eine französische Version der 3B-Homepage ist seit Ende 2021 online.

Lauschtouren



Um den sich ändernden Herausforderungen gerecht zu werden und neue digitale Formate anzubieten, wurden 2021 drei sogenannte „Lauschtouren“ für die Altstädte von Besigheim, Bönningheim 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 Weinspezialisten sorgen für Unterhaltung und liefern das ein oder andere spannende wie lustige Anekdotchen. 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. Die Touren umfassen zwischen 10 und 14 Stationen und dauern je eine knappe Stunde bei etwa je 1 km Länge. Die Nutzung der Lauschtouren-App ist für den Nutzer kostenlos. Ende dieses Jahres wird eine vierte Lauschtour entlang der 3B-Land-Tour (Radtour) zwischen den 3B-Städten entwickelt. Hier sind etwa 10 Lauschpunkte auf einer Strecke von 30 km vorgesehen. Das Projekt ist auf zwei Jahre mit rund 50.000 € veranschlagt, wobei 50% vom Verband Region Stuttgart gefördert wird.

Die drei Altstadt-Lauschtouren gingen im Juli und August an den Start. Als erste wurde die Tour durch die Bietigheimer Altstadt freigeschaltet. Vom 20.07.21 bis 31.03.22 wurde diese Lauschtour von 510 Nutzern heruntergeladen. 14 Tage später ging in Besigheim die zweite 3B-Lauschtour an den Start, diese wurde bis Ende März 410-mal genutzt. Bönningheim folgte dann am 12.08. mit nunmehr 334 Nutzern. Für die Bewerbung des Angebotes wurde eine Broschüre aufgelegt, die zusammen mit Plakaten an Leistungsträger und Multiplikatoren verteilt wurden. In den drei Altstädten wurden bzw. werden Tafeln aufgestellt, welche Passanten auf das Angebot aufmerksam machen. In der Annahme, dass jede Tour im Schnitt von zwei Personen genutzt wird, haben von August bis April rund 2.500 Besucher diese digitale Form einer Stadtführung in den 3B-Städten genutzt.

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 2022 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 online. Die Anzahl an sogenannten „Fans“ beträgt aktuell rund 850. Das sind gut 150 Personen mehr als vor einem Jahr. Im Berichtszeitraum, von Juni 2021 bis Ende Mai 2022, wurden 41 Beiträge auf der 3B-Facebookseite gepostet. Im Juli 2020 wurde die Instagram-Seite des 3B-Landes eingerichtet. Seitdem folgen der Seite 673 Abonnenten. Im Zeitraum Juni 2021 bis Ende Mai 2022 sind 37 Beiträge erschienen.

Wein-Events im 3B-Land

Die „Weinige Schifffahrt“ konnte 2021 nicht durchgeführt werden. In diesem Jahr findet die Schifffahrt am 19. Juni statt. Erfreulicherweise fand im letzten Jahr nach einem Jahr Pause am 15. August der Genuss-Wandertag 3B-Wein-Höhepunkte statt. Auf gut 15 km führte die Genuss-Runde von der Bietigheimer Altstadt entlang des Brachberger Tales zum Wohngebiet Schäuber in Besigheim und über die Petershöfe Löchgau und die Aussiedlerhöfe auf der Lug zurück nach Bietigheim. Der Einstieg war jederzeit und an jeder Stelle möglich. Entlang der Strecke sorgten 13 Weinstände für leckere Getränke, Essen und Unterhaltung. Es nahmen rund 5.000 Wanderer an der Veranstaltung teil. In diesem Jahr findet die Genusswanderung am 14. August statt. Die 15 km lange Strecke führt von



Bönnigheim aus durch die Weinberge über die Florianshütte und den Parkplatz Krappenberg nach Freudental. Ab da geht es über die Berghütte Löchgau, die Weinkanzel Erligheim und die Klosterruine Frauenberg zurück zu den Weingütern Stromberg-Zabergäu. Auch in diesem Jahr wird es wieder 13 Genussstände geben. Die Weingüter finanzieren eine eigene Event-Shuttle-Linie. Die Fa. Spillmann wird über den ganzen Tag hinweg zwischen den Orten pendeln und die Wanderer kostenlos transportieren. Die Fa. Bär Schuhe aus Bietigheim-Bissingen konnte als Werbepartner für den Genuss-Wandertag 2022 gewonnen werden.

Neben den beschriebenen Projekten/Produkten war und ist die Arbeit der 3B-Tourismusgeschäftsstelle auch auf den Vertrieb der vorhandenen Angebote ausgerichtet. Dieser orientiert sich zum einen Teil am Messengeschäft, siehe Ziffer 1.1, zum anderen an einer aktiven Pressearbeit in regionalen und überregionalen Medien, auf Facebook/Instagram wie auf der Homepage www.3b-tourismus.de, outdooractive, Komoot sowie auf klassische Anzeigenwerbung. In den vergangenen 12 Monaten wurden verstärkt Social-Media-Kampagnen mit Partnern wie Stuttgart Marketing, Kraichgau-Stromberg-Tourismus (KST) 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. Erfreulicherweise hat sich bei der „Willst-Du-mit-mir-gehen-Kampagne“ des KST der durch TV als Wanderexperte bekannte Manuel Andrack beworben. Er hat am 3B-Genuss-Wandertag am 15.08.21 teilgenommen und in einem Blog über seine Erlebnisse berichtet.

Diese PR-Maßnahmen und Aktivitäten führten auch dazu, dass Gruppenarrangements für Tages- und Mehrtagestouren nachgefragt wurden. So wurden 2021 trotz Pandemie und vieler Unsicherheiten insgesamt 7 Reisearrangements mit insgesamt 84 Teilnehmern gebucht und durchgeführt. Reisen von Busunternehmen mussten allesamt storniert werden. Durch den Vertrieb der Arrangements wurde 2021 ein Umsatz von 10.768 € erzielt (2019: 7.077 € 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. Für das laufende Jahr gibt es bisher fünf Gruppenbuchungen. Leider ist das Nachfrageverhalten aufgrund der Corona-Pandemie weiterhin sehr zögerlich. Die Prospektanfragen von Individualreisenden häufen sich dagegen. Da seit Frühjahr 2020 Messebesuche kaum mehr möglich waren, konnten nur wenige potenzielle Gruppen direkt angesprochen werden. In den Vorjahren resultierten die Buchungen zum größten Teil auf Beratungen bei Reisemessen.

In diesem Jahr sind vor allem Messepräsentationen im engeren Einzugsbereich geplant. Im Herbst werden zwei größere Messen in NRW und Bremen besucht. So steht die Gartenschau in Eppingen am 30./31. Juli noch einmal auf dem Programm. In der Region Stuttgart präsentiert sich das 3B-Land vom 4. bis 7. August auf dem Deutschen Wandertag in Fellbach und vom 24. September bis 3. Oktober auf dem landwirtschaftlichen Hauptfest auf dem Cannstatter Wasen. Bei Letzterem am Gemeinschaftsstand des Landkreises

Ludwigsburg mit den Partnern KST, Stadt Ludwigsburg, Tourismusgemeinschaft Marbach-Bottwartal und 3B-Land. Außerdem werden im Sommer noch die Reismesse in Saarbrücken (24.-27.06.), die Radreismesse Holiday on Bike (16./17.07.) in Frankfurt und die ADFC-Radreismesse in Bonn (18.09.) besucht. Im November wird das 3B-Land auf den beiden Reismessen in Bremen (04.-06.11.) und Essen (15.-18.11.) ausstellen.

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.

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. Im Herbst wird es mit der Steillagen-App ein weiteres digitales Medium im Landkreis geben. Bei der Entwicklung hat das 3B-Tourismus-Team mitgewirkt.

Ein weiterer Bestandteil der ständigen Arbeit wird die Pflege der 3B-Wanderwege und 3B-Radwege sein. In den beiden letzten Jahren wurden gut 2/3 des 135 km umfassenden 3B-Wanderwegenetz überprüft. Die örtlichen Bauhöfe führen die erforderlichen Beschilderungsarbeiten durch. Das 2016 eingerichtete Wanderwegenetz zählt rund 1500 Markierungszeichen. Die Begehungen haben ergeben, dass rund 10% der Schilder fehlen oder beschädigt sind. Für dieses Jahr haben die 3B-Städte eine Machbarkeitsstudie für die Einrichtung von „Premium-Spazierwegen“ in Auftrag gegeben. Bis zu den Sommerferien soll diese vorliegen und als Grundlage dienen, ob, wie und wo Premiumspazierwege in Bietigheim-Bissingen, Besigheim und Bönnigheim realisiert werden können. Aus touristischer Sicht ist das Thema Spazierwege nicht zu unterschätzen. Die Hauptzielgruppe der 3B-Region sind Tagesgäste, danach folgen Kurzreisende. Für diese Zielgruppen bieten klassifizierte Wanderrouten oder Spazierwege einen Anlass für den Besuch einer Destination. Die neu geschaffenen Wege würden das 2016 angelegte Wanderwegenetz im 3B-Land und die Steillagenrundwege aus dem ILEK-Projekt sinnvoll ergänzen. Nicht zu unterschätzen ist auch der Mehrwert für die einheimische Bevölkerung. Neue attraktive Spazierwege werden mit Sicherheit gut angenommen und von Einheimischen nach außen kommuniziert. Im Thema Spazieren schlummert laut Studien des Deutschen Wanderinstituts ein enormes Potenzial. Demnach steht einer noch größeren Zielgruppe als den Wanderern ein völlig unterentwickeltes Angebot gegenüber. Über 90% der Deutschen gehen spazieren,

davon zwei Drittel mehrmals im Monat. Sie machen im Schnitt 60 Spaziergänge pro Jahr. Das 3B-Land kann hier vorangehen und mit entsprechenden Angeboten Anreize schaffen, die Region zu besuchen, Umsatz bei Gastronomie, Hotellerie und Einzelhandel zu generieren.

Die Kooperation mit den Partnerkommunen Erligheim, Freudental, Gemrigheim, Hessigheim, Kirchheim, Löchgau, Mundelsheim und Walheim wurde nach und nach ausgeweitet, so dass diese umfangreich in allen Werbemedien des 3B-Tourismus-Teams vertreten sind. 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, dem Landratsamt Ludwigsburg oder dem Neckar-Zaber Tourismus e.V. werden gepflegt. Neu ist die Kooperation mit den Metter-Anrainern. Hier wird 2023 ein flussbegleitender Radweg, der Metter-Radweg, entstehen. 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. Außerdem wird eng mit der ILEK-Geschäftsstelle Neckarschleifen, dem Verein Regionalentwicklung Neckarschleifen sowie dem Landratsamt Ludwigsburg zusammengearbeitet.

1.1 Printprodukte und Messen/Veranstaltungen

Nachfolgend aufgeführte Printprodukte wurden im Berichtszeitraum gestaltet und gedruckt:

- 3B-Reisebegleiter 2022, 6.000 Auflage
- 3B-Freizeit- und Wanderkarte, Auflage 15.000 Stück
- 3B-Radkarte, Auflage 15.000 Stück
- 3B-Lauschtouren, 8.000 Auflage
- 3B-Wein-Höhepunkte, 21.000 Auflage
- 3B-Stadtführungen 1. HJ 2022, 2.000 Auflage
- 3B-Veranstaltungen 2022, 4.000 Auflage
- Plakate Lauschtouren und Wein-Höhepunkte

Messen- und Promotion-Aktionen konnten nicht wie geplant durchgeführt werden. Folgende Messen und Veranstaltungen wurden im Berichtszeitraum besucht:

- Heimmattage BW, Radolfzell 03./04.07.2021
- 3B-Wein-Höhepunkte 15.08.2021
- ReiseLust, Bremen 05.-07.11.2021
- Tourisma, Bielefeld 26.-28.11.2021
- ADFC-Reisemesse, Frankfurt 20.03.2022
- Naturparkmarkt, Bönningheim 15.05.2022
- Weinsalon Ludwigsburg 22.05.2022
- Gartenschau Eppingen 28./29.05.2022
- Präsentation im LRA Ludwigsburg August/September 2021

1.2 Aufwendungen

Im Jahr 2021 umfasste der Marketingetat insgesamt 101.115,18 € an touristischen Sachkosten. Einige Positionen sind durch Dritte mitfinanziert, so wurden die Lauschtouren beispielsweise mit insgesamt 19.038,36 durch den Verband Region Stuttgart gefördert. Weitere 12.000 € zur Finanzierung der Lauschtouren wurden durch Umlagen von den drei Städten Bönningheim, Besigheim und Bietigheim-Bissingen beigesteuert. Durch Werbeeinträge im Reisebegleiter sowie in den beiden Karten wurden 8.910 € erzielt. Der Genuss-Wandertag brachte durch Beteiligungen der Städte/Gemeinden und Weingüter sowie durch den Verkauf der Gläser/Glasbags insgesamt 14.746,50 € ein. Der Weiterverkauf von Wandertafeln erzielte 126,23. Somit betragen die Netto-Ausgaben 46.294,09 €.

Aufgrund der Absage von vielen Messen/Veranstaltungen wurden weniger Haushaltsmittel als für das Haushaltsjahr 2021 eingeplant benötigt. Die Nettoausgaben an touristischen Sachkosten für die Städte Bönningheim, Besigheim und Bietigheim-Bissingen lagen vor der Pandemie bei rund 55.000 €.

In der nachfolgenden Übersicht sind die einzelnen Projektkosten abzüglich der Einnahmen/Umlagen von 54.821,09 € aufgeführt.

Projekt	Kosten
3B-Wohnmobilbroschüre	561,58 €
3B-Stadtführungen (2021)	823,10 €
3B-Stadtführungen (2022)	119,59 €
3B-Veranstaltungen (2022)	119,60 €
3B-Reisebegleiter (2022)	3.451,13 €
3B-Wanderkarte	4.972,31 €
3B-Radkarte	3.327,35 €
Lauschtouren	5.110,56 €
Lauschtouren Werbemittel	4.481,41 €
Glanzpunkte	175,00 €
Beschilderung Radwege/Wanderwege	751,46 €
3B-Wein-Höhepunkte	1.294,07 €
3B-Homepage (inkl. Franz. Version)	3.648,98 €
InDesign Lizenzen	428,26 €
Fotoshooting	577,80 €
Anzeigen/Onlinewerbung/Journalistenbetreuung	3.962,07 €
Beteiligung Social-Media-Kampagnen	2.371,11 €
Tourisma Bielefeld	1.204,53 €
Heimattage BW Radolfzell	1.142,78 €
ReiseLust Bremen	2.221,48 €
ADFC-Radreisemesse Bonn 2022	203,49 €
Messestand/Shirts/sonstige Präsentationen	3.777,88 €
Stadtführer	972,23 €
Sonstiges	495,00 €
Württembergischer Weinwege (anteil Bi-Bi)	101,32 €
	46.294,09 €

Insgesamt betragen die Kosten 166.422,14 € (Vorjahr: 185.288,05 €):

1. Personalkosten (inkl. Reisekosten)	87.981,71 € (101.785,72€)
2. Allgemeine Sachkosten	32.146,34 € (34.907,14 €)
3. Tourist. Sachkosten (siehe Tab.)	46.294,09 € (48.595,19 €)
Gesamtkosten	166.422,14 € (185.288,05 €)

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

Bönnigheim:	15.331,22 € (Regio, KST, Dt. Fachwerkstr./ARGE Dt. FW-Städte)
Besigheim:	23.325,89 € (Regio, KST, Dt. Fachwerkstr./ARGE Dt. FW-Städte)
Bietigheim-Bissingen:	75.496,70 € (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 von November 2020 wurden die Gesamtkosten (ohne Mitgliedsbeiträge) auf die Städte und Gemeinden wie folgt umgelegt:

Bönningheim:	37.084,54 € (42.708,14 €)
Besigheim:	37.084,54 € (42.708,14 €)
Bietigheim-Bissingen	75.253,66 € (85.763,26 €)
Partnerkommunen:	16.999,40 € (14.108,50 €)

2. Ergebnisse

Im Folgenden werden die wichtigsten touristischen Kennzahlen dargestellt.

2.1 Übernachtungszahlen

2.1.1 Amtliche Übernachtungsstatistiken

Statistik Bönningheim

Zeitraum	Betriebe	Betten	Ankünfte		Über- nach- ungen		Aus- lastung der Betten	Aufenthalts- dauer
	Insgesamt	Insgesamt	Insgesamt	darunter Auslands- gäste	Insgesamt	darunter Auslands- gäste	Insgesamt In %	In Tagen
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
2021	5	112	2 269	122	8 037	699	19,5	3,5

Statistik Besigheim

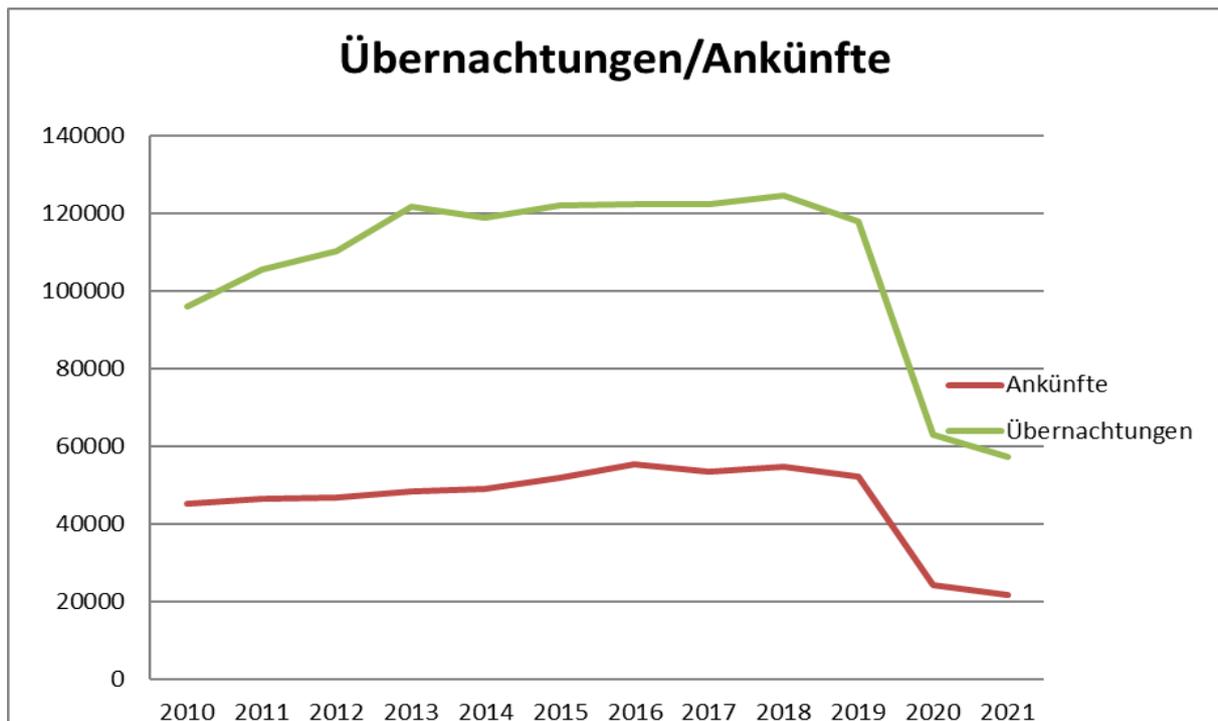
2010	6	128	6 516	1 009	12 996	3 204	27,8	2,0
2011	6	138	7 355	1 086	14 605	3 872	30,0	2,0
2012	5	115	7 097	844	14 391	3 508	36,0	2,0
2013	5	120	7 278	814	14 961	3 490	38,7	2,1
2014	5	120	7 391	686	15 660	2 787	36,1	2,1
2015	6	129	8 267	755	16 954	3 338	38,4	2,1
2016	5	105	8 376	769	16 463	3 354	42,9	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
2021	7	187	6 395	520	11 551	898	20,8	1,8

Statistik Bietigheim-Bissingen

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
2021	9	400	13 303	1 976	37 610	12 089	24,5	2,8

3B-Städte gesamt

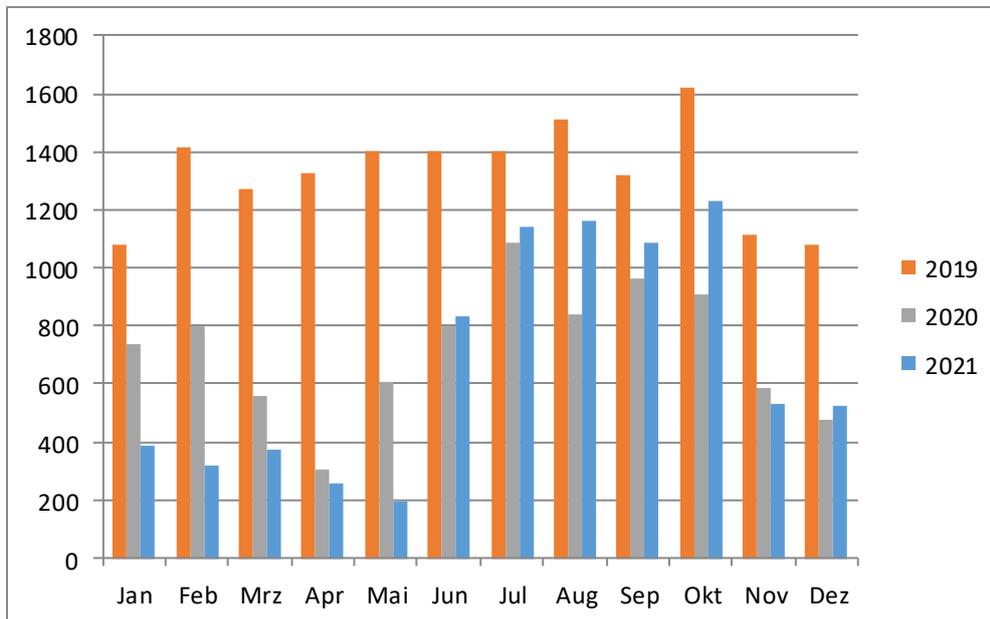
Zeitraum	Betriebe	Betten	Ankünfte gesamt	darunter Auslandsgäste	Übernachtungen	darunter Auslandsgäste
2010	24	785	45 079	7 477	95 946	23 093
2011	23	806	46 393	8 704	105 451	31 991
2012	22	784	46 886	8 595	110 351	34 899
2013	23	839	48 221	8 764	121 819	39 264
2014	22	827	49 041	8 525	118 821	34 898
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
2021	21	703	21 694	2 618	57 198	13 686



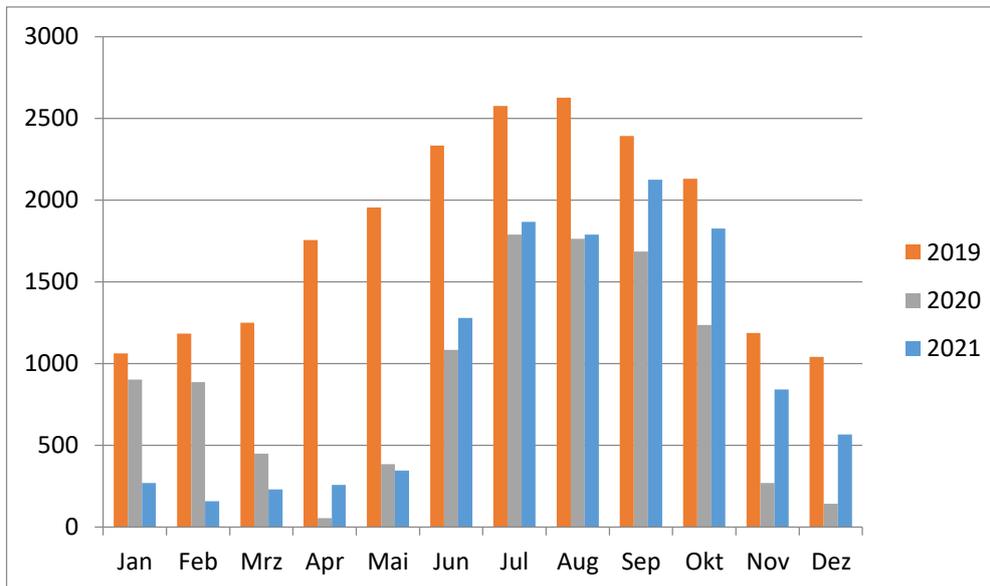
In Bönningheim und Besigheim ist die angebotene Bettenanzahl und Zahl der Betriebe stabil geblieben, wogegen sich das Angebot in Bietigheim-Bissingen im Jahresschnitt um 23% verringert hat. Die Übernachtungszahlen sind 2021 vor allem im ersten Quartal massiv gegenüber 2020 eingebrochen. Da die Pandemie erst im März 2020 für erhebliche Einschränkungen gesorgt hat, ist dies nicht verwunderlich. 2021 wurden erst Ende Mai die Maßnahmen gelockert und private Reisen wurden möglich. Davor durften ausschließlich Geschäftsreisende in den Betrieben übernachten. Gerade die Geschäftsreisen sind jedoch außerordentlich stark zurückgegangen. Insgesamt gesehen gingen die Übernachtungszahlen in Bönningheim, Besigheim und Bietigheim-Bissingen um 9% zurück, wobei vor allem im ersten Quartal 2021 ein Rückgang um 60 % verzeichnet wurde. Ab dem zweiten Quartal setzte ein Aufschwung bei den Übernachtungen ein. Wie bereits erwähnt, fällt auch der Rückgang von insgesamt 16 % der in den 3B-Städten angebotenen Betten besonders ins Gewicht.

Die monatliche Verteilung der Übernachtungen:

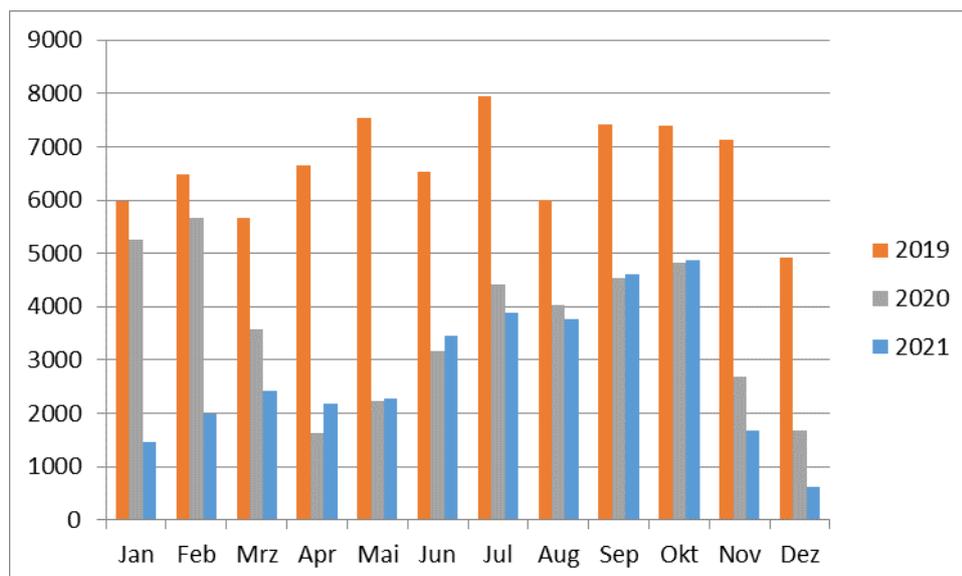
Bönningheim



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. 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 bei Bönningheim möglich, da aus Besigheim und Bietigheim-Bissingen weniger als drei Betriebe gemeldet haben. Diese Zahlen dürfen aus Datenschutzgründen nicht veröffentlicht werden. Es ist bedauerlich, dass trotz mehrmaliger Aufforderung die Mehrzahl der Häuser keine Übernachtungszahlen meldet. Die Tabellen sind daher nicht sehr aussagekräftig. Während der Pandemie haben einige Privatvermieter den Betrieb eingestellt und anderweitig vermietet.

Bönningheim

Jahr	Betriebe gesamt	Meldende Betriebe	Übern. meldender Betriebe
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
2021	7	4	3 851

Besigheim

Jahr	Betriebe gesamt	Meldende Betriebe	Übern. meldender Betriebe
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
2021	15	2	

Bietigheim-Bissingen

Jahr	Betriebe gesamt	Meldende Betriebe	Übern. meldender Betriebe
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
2021	12	2	

2.1.3 Übernachtungen auf Wohnmobilstellplätzen

Mittlerweile sind alle drei städtische Wohnmobilstellplätze im 3B-Land kostenpflichtig. Der Preis pro Übernachtung liegt einheitlich bei 7,50 € pro Wohnmobil. Das Zahlssystem in Bönningheim wurde im Oktober 2021 eingeführt, davor wurden die Zahlen durch das Freibadpersonal erhoben. Die Saison startete aufgrund des Lockdowns erst Ende Mai mit Beginn der Pfingstferien. Da im Gegensatz zu den Übernachtungsbetrieben die angebotenen Plätze gleichgeblieben sind, lässt sich hier ein positiver Vergleich zu 2020 ziehen. Es ist ein sehr positiver Trend auszumachen. Hier sollte noch erwähnt werden, dass an vielen Tagen die Plätze komplett ausgelastet waren und Wohnmobile wieder abreisen bzw. auf umliegende Plätze ausweichen mussten. Das Ergebnis hätte somit weitaus positiver ausfallen können.

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
2021	478	920	985

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 10 Jahren erzielt wurde. Im zweiten Pandemiejahr waren es exakt 385 Anfragen, 91 mehr als 2020.

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 500 und im i-Punkt Flughafen noch einmal je 150 Exemplare der Kataloge „Erlebnisreich“, „Reisemagazin“ und „Impressionen“ in die Hände von potenziellen Gästen. Mittlerweile liegen dort auch die Wander- und Radkarten aus. Da Ausflüge in die Region stark gefragt sind, wurden alleine im i-Punkt Stuttgart je ca. 1.200 3B-Rad- und Wanderkarten mitgenommen

2.3 Stadtführungen

	Bönnigheim		Besigheim		Bietigheim- Bissingen	
	Gesamt	Gruppen	Gesamt	Gruppen	Gesamt	Gruppen
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
2021	667	56	2 369	148	1 635	126

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. 55.358* Übernachtungen in Hotels	à 165,80 €	9.178.356 €
Ca. 18.000 Übernachtungen in Privatquartieren	à 81,00 €	1.458.000 €
Ca. 4.766 Übernachtungen auf Wohnmobilplätzen	à 50,50 €	240.683 €
Ca. 440.000 Tagesgäste**	à 31,10 €	13.562.326 €
		24.439.365 €

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 610.984 €.

*Da seit 2018 die Wohnmobilmobilzahlen für Besigheim mitgerechnet werden, sind hier 1.840 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 (vor Pandemie), was demnach etwa 5,6 Tagesreisen pro gewerbliche Übernachtung entsprach. 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 pessimistische Schätzung.