

3B-Rechenschaftsbericht 2023

Inhalt:

1. Allgemeine touristische Entwicklung	S. 1 - 6
2. Produkte und Werbeaktivitäten	S. 7 - 12
3. Aufwendungen	S. 13 - 14
4. Touristische Kennzahlen und Wertschöpfung	S. 15 - 22

1. Allgemeine touristische Entwicklung

Der Tourismus in Baden-Württemberg setzte seine positive Entwicklung 2023 fort und konnte damit nicht nur an die Rekordergebnisse aus 2019 anknüpfen, sondern diese teils auch übertreffen. So verzeichneten die Tourismusbetriebe in Baden-Württemberg 2023 rund 22,9 Millionen Gäste sowie 57,5 Millionen Übernachtungen, was einem Plus gegenüber 2022 von 2,8 Millionen (+13,8 %) Gästen und 5,3 Millionen (+10,1 %) Übernachtungen entsprach. Damit erreichten die Übernachtungszahlen 2023 einen neuen Rekordwert. Der Zuwachs gegenüber dem ehemaligen Höchstwert aus 2019 lag bei rund 330 000 Übernachtungen bzw. 0,6 %. Die Zahl der Gäste lag dagegen um 1,5 % bzw. um fast 340 000 Ankünfte unter dem Vor-Pandemieniveau. Im ehemaligen Rekordjahr 2019 waren 57,2 Millionen Übernachtungen sowie 23,3 Millionen Gästeankünfte registriert worden.

Auch auf regionaler Ebene stiegen die Übernachtungszahlen 2023 gegenüber dem Vorjahr weiter an. Besonders hohe Zuwächse gegenüber 2022 verbuchten die Region Stuttgart (+17,0 %) gefolgt vom Nördlichen Baden-Württemberg (+14,9 %). Allerdings wiesen diese beiden Reisegebiete auch noch das größte Minus gegenüber ihrem jeweiligen Vorpandemie-Niveau auf (-4,0 % bzw. -2,9 %) auf. Die 3B-Städte zählen sowohl zur Region Stuttgart als auch zum Nördlichen Baden-Württemberg. Somit spiegelt diese Tendenz auch das Ergebnis in den 3B-Städten wider. Die Übernachtungen konnten im 3B-Land insgesamt um 11 und die Ankünfte um 17 Prozent gesteigert werden. Im vorpandemischen Jahr 2019 lagen die Ankünfte 10 % und die Übernachtungen 16 % über dem Niveau von 2023, wobei jedoch die Bettenkapazität in den 3B-Städten im Jahr 2019 um 18 Prozent höher war als 2023. Insofern befindet sich das Auslastungsniveau der angebotenen Betten auf ähnlichem Niveau wie 2019.

Ein erneut gutes Ergebnis gab es bei den Übernachtungen auf den Wohnmobilplätzen im 3B-Land. Noch nie wurden auf dem städtischen Stellplatz in Bietigheim-Bissingen so viele Wohnmobile gezählt wie 2023. In Besigheim konnten die Zahlen vom bisherigen Rekordjahr

2022 nicht wieder erreicht werden. Hier lag das Minus bei 9 %. Wegen der massiven Schwierigkeiten mit dem vorjährigen Parkgebühreneinzugs-Dienstleister wurde in Bönningheim für die Zahlung der Nutzungsgebühren eine neue sehr praktikable Lösung gefunden. Die Gäste entrichten die Gebühr seit Juni 2023 unter der Woche bei den Weingärtnern Stromberg-Zabergäu und am Wochenende in der Vinothek. Da jedoch 2022 nicht alle Wohnmobile erfasst wurden und die Zählung 2023 nur sieben Monate umfasste, ist eine Wertung schwierig. Die stabile Nachfrage nach Wohnmobilübernachtungen ist jedoch ein Indiz, dass die touristische Nachfrage groß ist. Im Wohnmobilsegment ist sie insgesamt stärker als im Vorkrisenjahr 2019.

Die Anzahl der Stadtführungen durch die Altstädte ist ebenfalls gestiegen. In allen drei Städten wurden erheblich mehr Gäste durch die Altstädte geführt als im Jahr zuvor. 2020 und 2021 war der Angebotszeitraum noch deutlich reduziert. Seit 2022 konnten ohne Einschränkungen Stadtführungen angeboten werden, was einen Vergleich mit dem Vorjahr zulässt. Demnach sind die Teilnehmerzahlen bei Stadtführungen in Bönningheim um 18 %, in Besigheim um 48 % und in Bietigheim-Bissingen um 43 % angewachsen. In Bönningheim konnten die Gruppenführungen um 57 %, in Besigheim um 35 % und in Bietigheim-Bissingen um 26 % gesteigert werden.

Die recht stabile Nachfrage nach Infomaterial vor allem aus weiter entfernten Quellmärkten, das starke Interesse auf Messen, die gute Interaktion bei Social-Media-Aktivitäten, die guten Besuchszahlen der Homepage sowie höhere Buchungszahlen von Gruppen verdeutlichen das Interesse an der Region. Auch Anfragen aus dem Nahbereich sind nach wie vor hoch, was auf einen starken Tagestourismus schließen lässt.

Die Zukunft des Tourismus deutschlandweit und regional hängt von mehreren Faktoren ab. Die Befürchtungen aus dem letzten Jahr haben sich zum Glück nicht bestätigt. Preissteigerungen, unsichere Entwicklungen aufgrund zahlreicher Konflikte in der Welt, Umweltkrisen etc. haben nicht zu einem Nachfrageeinbruch bei den Urlaubsreisen geführt. Urlaubsreisen genießen nach wie vor einen hohen Stellenwert. Die Urlauber sind vielseitig interessiert und flexibel, so werden beispielsweise steigende Preise durch Sparoptionen kompensiert.

2023 war ein gutes Reisejahr und 2024 soll sich laut Reiseanalyse 2024 der „Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V.“ ebenfalls positiv entwickeln. Trotz der negativen Aussichten auf die wirtschaftliche Lage sind nach dieser Studie die Urlaubspläne der Deutschen positiv: 73% der Bevölkerung wollen im Jahr 2024 sicher verreisen, bei 41% steht das Ziel schon fest, bei 32% ist das Ziel noch offen. Das sind mehr als vor einem Jahr und ähnliche Werte wie in den Jahren vor der Corona-Pandemie. Bei knappem Budget wird eher in anderen Bereichen gespart als am Urlaub und im Urlaub.

Auch die Ergebnisse der Deutschen Tourismusanalyse der Stiftung für Zukunftsfragen zeigen in diese Richtung. Reisen haben laut dieser Studie einen hohen Stellenwert, auf Urlaub wird ungern verzichtet. Dass noch nie so viel Geld für Urlaub ausgegeben wurde, bestätigt, dass Urlaub wichtig ist und viele derzeit bereit sind, die Preiserhöhungen mitzugehen. Eine wichtige Erkenntnis der Tourismusanalyse ist, dass Deutschland trotz leichtem Rückgang mit Abstand das beliebteste Reiseziel der Deutschen bleibt. Dabei rangiert Baden-Württemberg weiterhin unter den TOP 5 mit leichten Zuwächsen im Vergleich zum Vorjahr. Über 60% der Befragten planen bereits ihren Urlaub, nur knapp jeder Fünfte ist noch unentschlossen. Die Entwicklung der Branche weist weiterhin nach oben.

Das dwif (Deutsche Wirtschaftliche Institut für Fremdenverkehr e.V. an der Universität München) hat in seiner letzten Studie aus dem Jahr 2022 für die Region Stuttgart ein Aufkommen von rund 132 Millionen Tagesreisen ermittelt. Der hier generierte Umsatz übersteigt den der gewerblichen Beherbergungsbetriebe um mehr als das Doppelte. Die Ballungsgebiete im Umkreis von bis zu 100 km sind wichtige Quellmärkte, aus denen Tagesgäste für die 3B-Region generiert werden. 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 Ergebnissen der ADFC Radreiseanalyse 2024 wächst der Radtourismus konstant weiter und immer mehr Ausflügler nutzen die Bahn für An- und Abreisen. Neben den Tagesausflügen hat die neue ADFC-Radreiseanalyse zum ersten Mal Kurz-Radreisen mit ein oder zwei Übernachtungen erfasst, deren Hauptmotiv das Radfahren war. Das Ergebnis: Mit fünf Millionen Menschen, die insgesamt sieben Millionen Kurzreisen mit dem Rad unternommen haben, ist auch dieses Segment sehr groß. Bei den Zielen liegt hier Baden-Württemberg an vierter Stelle hinter NRW, Bayern und Niedersachsen. Da Kurzreisen häufig in wohnortnahe Destinationen unternommen werden, spiegelt dieses Ranking mit den oberen vier Plätzen die Einwohnerzahlen der Bundesländer wider. Beim Radfahren im Urlaub liegen jedoch die Bundesländer an den Küsten ganz vorne. Baden-Württemberg liegt hier an fünfter Stelle nach Bayern. Bei den Tagesausflügen ist die Gesamtzahl 2023 gestiegen. Der Studie zufolge haben 36,4 Millionen Deutsche insgesamt 455 Millionen (im Vorjahr 445 Millionen) Tagesausflüge per Rad unternommen.

Neben Caravaning ist Radfahren das Boom-Thema schlechthin. Bei der Planung von Tagesausflügen steht der Radreiseanalyse zufolge die Qualität der Infrastruktur im Mittelpunkt. Der Großteil der Befragten gab an, dass eine gute Befahrbarkeit der Wege sowie eine gute und schlüssige Wegweisung für sie entscheidend ist bei der Wahl einer Route. Hierzu gehört auch eine gute Anbindung an den ÖPNV. Dieses ist im 3B-Land

gegeben. Die ÖPNV-Anbindung an die Ballungsräume um Stuttgart, Heilbronn, Pforzheim/Karlsruhe ist sehr gut, ebenso das Radwegnetz mit Landesradfernwegen und touristischen Routen. Gerade Ballungsräume mit guten ÖPNV-Netzwerken und Anbindungen profitieren vom 49€-Deutschland-Ticket. Durch den im Juli 2023 eingeweihten Metterradweg in Kombination mit dem bereits bestehenden Kraichradweg hat das 3B-Land nun eine attraktive Radverbindung direkt zum Rhein. Mit den etablierten und beliebten Radwegen Neckarradweg, Deutsche Fachwerkstraße und Enztalradweg sind Verbindungen in alle Himmelsrichtungen gegeben. Die 3B-Region ist dadurch für Strecken- wie auch für Rundtourenfahrer eine attraktive Destination.

Sofern die Befragten der ADFC Radreiseanalyse ihre Pläne für 2024 umsetzen, ist 2024 mit einer Steigerung bei den Radreisen und beim Urlaub mit Radnutzung zu rechnen. Tagesausflüge würden demnach weniger häufig unternommen als im Vorjahr, wobei diese zum Zeitpunkt der Befragung vermutlich noch nicht in Planung waren.

Mit Radtouristen, Wanderurlaubern und Genussreisenden finden drei wichtige Nachfrage-Segmente im 3B-Land passende Angebote und können entsprechend als Zielgruppe definiert werden. Zum Thema Wandern, Natur und Genuss wird es auch in diesem Jahr wieder einige Kampagnen-Beteiligungen bei der TMBW und dem Kraichgau-Stromberg Tourismus e.V. geben. Durch Social-Media- und Werbeaktivitäten mit den Tourismusverbänden und durch Print- und Onlinereportagen sollen vor allem Urlauber und Wochenendgäste angesprochen werden. Für den Tagestourismus werden vor allem mit der Regio Stuttgart Angebote entwickelt und vermarktet.

Der Geschäftsreisetourismus hat sich statistisch und nach Auskunft mehrerer Beherbergungsbetriebe wieder gut erholt. Der Business-Tourismus, der im 3B-Land und der gesamten Region Stuttgart vor der Pandemie einen Anteil von etwa 70% einnahm, wird mit den Folgen der Pandemie jedoch länger leben müssen als der Urlaubstourismus. Experten gehen davon aus, dass die Reiseintensität im B2B-Bereich dauerhaft niedriger als vor Corona sein wird.

Eine große Herausforderung für alle Akteure wird sein, sich den veränderten Marktbedingungen anzupassen und relevante Märkte mit Angeboten zu versorgen. Hierfür ist es erforderlich, dass auch Betriebe in entsprechenden Medien werben. 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 über 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. Vorhandene Mittel müssen bestmöglich eingesetzt, neue Wege eingeschlagen, Kooperationen ausgebaut und möglichst viele Synergieeffekte erzielt werden. Mit attraktiven Veranstaltungen, guter Freizeitinfrastruktur, dem Ausbau von Wohnmobilplätzen, der Entwicklung von digitalen Angeboten und neuen Formaten positioniert sich das 3B-Land bereits als leistungsstarke und innovative Destination. So wurden die 2021 eingeführten GPS-gestützten Audio-Gästeführungen LAUSCHTOUREN im letzten Jahr durch ein neues Format der 3B-Rad-Lauschtour ergänzt. Hier nehmen die 3B-Städte eine Vorreiterrolle in der Region Stuttgart ein. Mit der Steillagen-App des Landkreises gibt es ein digitales Angebot für den Terrassen-Weinbau im Neckartal. Diese wird zukünftig durch die Steillagen im Enztal erweitert. Derzeit wird vom Verband Region Stuttgart eine Naherholungsstrategie erarbeitet. Diese ermöglicht die Realisierung von weiteren Angeboten im Bereich Wander- und/oder Naherholungsinfrastruktur. Die angedachten Konzepte für Premiumspazierwege oder weiteren Steillagen-Rundwegen können hier eingebracht und eventuell gefördert werden.

Der Flößerweg zwischen Besigheim und Bissingen ist dieses Jahr neu ausgeschildert und ertüchtigt worden. 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. Rahmenbedingungen, die heute geschaffen werden, sind Investitionen in die Zukunft, für die Bürger, die touristischen Leistungsträger und für die Gäste. Die Attraktivität des Standortes sorgt dafür, dass sich Mitarbeiter für Hotellerie und Gastronomie aber auch für andere Wirtschaftsbereiche ansiedeln bzw. Einheimische sich wohlfühlen. Der Mitarbeitermangel ist inzwischen eines der Hauptprobleme bei den hiesigen Anbietern. Die Freizeitinfrastruktur, der Erlebniswert aber auch die Nachhaltigkeit sind Faktoren, welche die Region mit ihrem Tun weiterentwickeln muss. Dies kommt allen zugute und hilft der Entwicklung des Tourismus und somit auch der Erhaltung und Steigerung der

Wertschöpfung in Hotellerie, Gastronomie oder Einzelhandel. Im Tourismus wird Wachstum und Erfolg seit langer Zeit vor allem als ein Wachstum der Gäste- und Übernachtungszahlen, der Menge an Ausflüglern oder der Anzahl an Museumsbesuchern oder Teilnehmern an Stadtführungen definiert. Gäste- und Besucherzahlen lassen sich nicht auf Dauer ins Unermessliche steigern. Es geht in Zukunft vielmehr darum, dauerhaft die Anforderungen von Betrieben, Gästen und Einheimischen in Einklang zu bringen. So verschiebt sich die Gewichtung der Branche vom quantitativen Wachstum hin zu qualitativer Entwicklung. Es wird getragen von einem neuen verantwortungsvollen Denken, das Qualität vor Quantität einfordert, Wertschätzung vor Wertschöpfung, Gemeinwohl vor Einzelinteressen.

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.

2. Produkte und Werbeaktivitäten

In den vergangenen 12 Monaten wurden die folgenden Printprodukte überarbeitet, aktualisiert bzw. neugestaltet:

- 3B-Reisebegleiter 2024, 6.000 Auflage
- 3B-Wanderkarte, 15.000 Auflage
- 3B-Radkarte, 15.000 Auflage
- 3B-Wein-Höhepunkte, 25.000 Auflage
- 3B-Rad-Lauschtour, 8.000 Auflage
- 3B-Stadtführungen 1. HJ und 2. HJ 2023, je 2.000 Auflage
- 3B-Veranstaltungen 2024, 4.000 Auflage
- 3B-Weinerlebnisse 2024, 4.000 Auflage
- Plakate und Banner Wein-Höhepunkte

Darüber hinaus wurden folgende Messen und Promotion-Veranstaltungen besucht:

- Jubiläumsfest 50 Jahre LKR LB 24./25.06.2023
- Radaktionstag, Bietigheim-Bis. 02.07.2023
- 3B-Wein-Höhepunkte, Besigheim 13.08.2023
- ReiseLust, Bremen 03.-05.11.2023
- Urlaubsträume, Essen 09.-12.11.2023
- CMT, Stuttgart 13.-21.01.2024
- Tourismusmesse, Koblenz 03./04.02.2024
- Freizeitmesse, Saarbrücken 17./18.02.2024
- Reise Saar/Lor/Lux, St. Ingbert 16./17.03.2023
- ADFC-Radreisemesse, Frankfurt 24.03.2024
- ADFC-Radreisemesse, Siegburg 07.04.2024
- Naturparkmarkt, Bönningheim 28.04.2024
- Heimattage BW, Härtsfeld 04./05.05.2024

Die nachfolgend aufgeführten Werbemaßnahmen wurden durchgeführt und Produkte entwickelt:

3B-Glanzpunkte

Die beliebte Reihe der 3B-Glanzpunkte widmete sich 2023 dem Thema Katastrophen und Unglücken. Unter dem Motto „Brände, Kriege, Missgeschicke“ fanden im Frühjahr und im Herbst Führungen durch die Altstädte in Besigheim, Bönningheim und Bietigheim-Bissingen statt. In diesem Jahr lautet das Thema: „Wein und Wohlstand“ - wie der Weinbau unsere alten Städte geprägt hat“.

3B-Rad-Lauschtour

Im Juli 2023 ging nach den drei Altstadt-Lauschtouren mit der 3B-Rad-Lauschtour eine weitere audiogeführte Tour an den Start. Hierfür wurde ein eigener Flyer als Werbemittel aufgelegt sowie Hinweistafeln an den 12 Lauschpunkten der insgesamt 30 km langen Strecke angebracht. Die neue Rad-Lauschtour ist die erste und auch bisher einzige dieser Art in der Region Stuttgart. Die Strecke führt auf der 3B-Land-Radtour ab Bietigheim-Bissingen über Löchgau, Erligheim, Bönningheim, Kirchheim, Walheim und Besigheim zurück nach Bietigheim-Bissingen. An den 12 Lauschpunkten werden regionale Besonderheiten zu Fachwerk, Kunst, Weinbergterrassen, Besenwirtschaften oder Römer den Nutzern nähergebracht und Geschichten von Experten erzählt. Das Projekt wurde vom Verband Region Stuttgart kofinanziert.

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 2024 an der Kampagne „Hügelsofas“ beteiligt. Im Mai 2024 läuft auf Komoot eine Rad-Collection mit den 31 Partnern der Deutschen Fachwerkstraße in Baden-Württemberg. Die Maßnahme wurde vom 3B-Tourismus-Team koordiniert. 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 ging die 3B-Facebookseite online. Die Anzahl der Facebook-Follower beträgt aktuell rund 1150. Das sind etwa 200 Personen mehr als vor einem Jahr. Im Berichtszeitraum, von Juli 2023 bis Ende April 2024, wurden in 10 Monaten 55 Beiträge auf der 3B-Facebookseite gepostet.

Im Juli 2020 wurde die Instagram-Seite des 3B-Landes eingerichtet. Seitdem folgen der Seite über 1.050 Abonnenten, ca. 300 mehr als im Juni 2023. Von Juli 2023 bis Ende April 2024 sind 93 Beiträge und Storys erschienen. Die erfolgreichste Interaktion in Social-Media gab es bei der Kampagne zum Genuss-Wandertag 3B-Höhepunkte.

Genuss-Wandertag „3B-Wein-Höhepunkte“

Im letzten Jahr fand am 13. August der Genuss-Wandertag 3B-Wein-Höhepunkte statt. Auf gut 15 km führte die Genuss-Runde von Bietigheim-Bissingen aus durch den Bietigheimer Forst, den Husarenhof und das Enztal nach Besigheim. Von Besigheim aus ging es über den Brachberg und die Kammgarnspinnerei zurück zu Station Nummer 1 am Bietigheimer Forst. 15 Stände luden die Wanderer zu Wein, kulinarischen Leckerbissen, Musik, Mitmach-Aktionen und Infoständen ein. Ein für die Teilnehmer kostenloser Bus-Shuttle pendelte zwischen 10 und 19 Uhr zwischen Bahnhof Bietigheim-Bissingen, Husarenhof, Bahnhof Besigheim und Kammgarnspinnerei. Bei der Veranstaltung wurden gut 3.700 Gläser verkauft. Da viele Wanderer ihr eigenes Glas mitgebracht haben, kann von einer Teilnehmerzahl von 7.000 bis 8.000 Personen ausgegangen werden.

2024 findet die Genusswanderung am 11. August ebenfalls mit 15 Genussständen zwischen Hessigheim, Mundelsheim, Ottmarsheim und Gemrigheim statt. Dieses Jahr wird wieder eine eigene Event-Shuttle-Linie angeboten. Ca. zwei Drittel der anfallenden Kosten werden von der Fa. Ensinger übernommen, ein Drittel finanzieren die teilnehmenden Weingüter. Ab Bahnhof Bietigheim pendelt der Bus-Shuttle alle 45 Minuten zwischen Bietigheim-Bissingen, Besigheim, Hessigheim, Mundelsheim, Ottmarsheim und Gemrigheim. Da die Fahrstrecke in diesem Jahr länger und die Orte entlang der Wanderstrecke durch den ÖPNV nicht so gut bedient werden, werden erstmals zwei Shuttle-Busse eingesetzt. Die Fa. FMO aus Ludwigsburg wird den Shuttle-Dienst in großen Gelenkbussen ausführen und die Wanderer kostenlos zwischen 9.15 Uhr und 19:30 Uhr transportieren. Die Fa. Bär Schuhe aus Bietigheim-Bissingen konnte auch für dieses Jahr als Werbepartner gewonnen werden.

Die Veranstaltung hat mittlerweile eine große Strahlkraft über die 3B-Region hinaus und fungiert somit als Werbeträger für Wein, Genuss und Natur.

Vertriebs- und Werbeaktivitäten

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 am Messengeschäft, 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 einige 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. Um optimale Synergieeffekte zu generieren, ist es nötig, bei möglichst vielen Kampagnen mitzuwirken. Durch die kontinuierliche Zusammenarbeit mit den übergeordneten Tourismusorganisationen wird auch außerhalb der Kampagnen partizipiert. So waren im Sommer ein belgischer Reisejournalist und eine französische Reisebloggerin (hellotravelersblog.com) für mehrere Tage im 3B-Land zu Gast. Der Kontakt kam über die TMBW zustande und wurde auch von der TMBW federführend betreut. Der Besuch im 3B-Land war für beide Gäste eine Station ihrer mehrtägigen Erkundung des Landes Baden-Württemberg. Extra zum Genuss-Wandertag „3B-Wein-Höhepunkte“ ist eine Reisebloggerin aus Essen (travel.chamy.at) angereist. Sie hat einen umfangreichen Beitrag in ihrem Reiseblogg zur Veranstaltung und auch zur Region gebracht. Der Kontakt zu ihr kam auf der Reisemesse in Essen zustande. Für dieses Jahr ist der Besuch von Reisebloggern zum Thema Wein-Süden Weinorte geplant. Hier beteiligt sich das 3B-Land an einer Aktion der TMBW.

PR-Maßnahmen, Werbeaktivitäten und Messeauftritte schaffen Anreize, die Region auf eigene Faust zu besuchen oder führen zu direkten Gruppenbuchungen. Über das 3B-Tourismus-Team wurden 2023 11 Reisearrangements mit insgesamt 167 Teilnehmern gebucht und durchgeführt. Durch den Vertrieb der Arrangements wurde 2023 ein Umsatz von 19.268 € erzielt (2022: 11.935 € 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 acht Gruppenbuchungen mit zusammen 120 Teilnehmern. Hinzu kommen mehrere Beratungen wie etwa für Betriebsausflüge und Vereinsausflügen. Diese haben ihre Buchungen beim jeweiligen Leistungsträger einzeln vorgenommen.

In diesem Jahr im Herbst werden die beiden Reisemesen in Erfurt und Bremen besucht. Im August wird beim 3B-Genuss-Wandertag ein Infostand eingerichtet. Ab Mitte August gastiert das 3B-Land wieder im Foyer des Landratsamtes. Schwerpunkt der Ausstellung werden die neue Rad-Lauschtour und die Weinfeste im Spätsommer/Herbst sein.

Durch Messepräsenzen an verschiedenen Orten wurde die 3B-Region bereits bei vielen Messebesuchern bekannt gemacht. Ob in Saarbrücken, Koblenz 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. Sehr sinnvoll ist die Präsenz auf den kleineren Radreiseevents. Diese finden schwerpunktmäßig in wichtigen Ballungsräumen statt, dauern nur einen Tag und sind sehr kostengünstig. Neben den beiden ADFC-Radreisemessen in Bonn/Siegburg und Frankfurt werden zukünftig weitere ähnliche Veranstaltungen besucht.

In den vergangenen drei Jahren 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 weiterhin beteiligen und engagieren. 2025 wird die Steillagen-App des Landkreises um Einträge aus Bietigheim-Bissingen erweitert. Bei der Entwicklung dieser App hat das 3B-Tourismus-Team mitgewirkt.

Rad- und Wanderwege

Ein weiterer Bestandteil der ständigen Arbeit ist die Pflege der 3B-Wanderwege und 3B-Radwege. Die Beschilderung wird partiell durch ehrenamtliche Helfer überprüft und Mängel an die Geschäftsstelle des 3B-Tourismus-Teams gemeldet. Die örtlichen Bauhöfe führen die erforderlichen Beschilderungsarbeiten durch. Das 2016 eingerichtete Wanderwegenetz zählt rund 1500 Markierungszeichen. Der Aufwand für die Instandhaltung der Beschilderung ist immens. Künftig werden daher externe Dienstleister einen Teil dieser Arbeit übernehmen. Der Kraichgau-Stromberg Tourismus e.V. bietet hierfür Module an und ist beratend tätig. Für das 3B-Land sollen nach wie vor die ehrenamtlichen Leistungen einbezogen werden. Zusätzlich müssen Mittel für die professionelle Wartung des mittlerweile mehr als 150 km umfassenden Wanderwegenetzes eingeplant werden. Begehungen haben ergeben, dass 10% bis 15% der Schilder fehlen oder beschädigt sind.

Der im Jahr 2000 konzipierte Flößerweg wurde komplett neu überarbeitet und ausgeschildert. Die Bauhöfe von Besigheim und Bietigheim-Bissingen haben im Frühjahr die 17 Hinweistafeln sowie etliche Pfeilwegweiser montiert. In Besigheim wurde mit der Panoramarunde Niedernberg eine weitere attraktive Steillagenrunde im 3B-Land geschaffen. Die 3B-Land-Rad-Lauschtour und der neue Metter-Radweg sind Radwege, welche bei den Gästen und Einheimischen gut ankommen. Die Schaffung zusätzlicher Steillagen-Rundwege für Wanderer, Premium-Spazierwege oder reine digitale Formate analog den Lauschtouren könnte das Angebots- und Erlebnisspektrum der Region weiter bereichern. Der Verband Region Stuttgart ist im Rahmen seines Förderprogramms „Landschaftspark Region Stuttgart“ ein möglicher Partner und Fördergeber für solche Projekte. Auch im Rahmen des Förderprogramms „Regionalentwicklung Neckarschleifen“ können Zuschüsse generiert werden.

Touristische Kooperationen und Netzwerke

Die Kooperation mit den Partnerkommunen Erligheim, Freudental, Gemmrigheim, Hessigheim, Kirchheim, Löchgau, Mundelsheim und Walheim wurde nach und nach ausgeweitet, so dass diese umfangreich in allen Werbemedien des 3B-Tourismus-Teams vertreten sind. Mit der Gemeinde Ingersheim tritt 2025 eine weitere Kommune dem 3B-Land bei. Des Weiteren arbeitet das 3B-Tourismus-Team in verschiedenen Gremien und Arbeitsgruppen mit. Dazu gehören Regio Stuttgart e.V., Kraichgau-Stromberg Tourismus e.V., die Arbeitsgruppen Enztalradweg und Metterradweg sowie die Deutsche Fachwerkstraße. Kontakte zu den Nachbarn wie der Tourismusgemeinschaft Marbach-Bottwartal, dem Erlebnispark Tripsdrill oder dem Neckar-Zaber Tourismus e.V. werden gepflegt. Außerdem wird eng mit dem Verein Regionalentwicklung Neckarschleifen sowie dem Landratsamt Ludwigsburg zusammengearbeitet.

Auf tourismuspolitischer Ebene wurden die sieben kleinen Tourismusverbände im Norden von Baden-Württemberg unter ein Dach gebracht. Als gleichberechtigte Kooperationspartner treten die regionalen Tourismusorganisationen Hohenlohe mit der Schwäbisch Hall Tourismus e.V., Touristikgemeinschaft Odenwald e.V., Tourismusverband „Liebliches Taubertal“ e.V., Touristikgemeinschaft Hohenlohe e.V., Kraichgau-Stromberg Tourismus e.V., Touristikgemeinschaft HeilbronnerLand e.V. und der Rhein-Neckar-Kreis nun als Tourimia Tourismus GmbH auf. Alle Beteiligten werden künftig in touristischen Fragen eng zusammenarbeiten. Die Tourismusorganisationen auf örtlicher Ebene bleiben weiterbestehen. Die neue Dach-Organisation nimmt für diese Management- und Vernetzungsaufgaben wahr und schafft dadurch Synergieeffekte, vor allem die effizientere Einnahmegewinnung aus Förderprogrammen u.a.

3. Aufwendungen

Im Jahr 2023 beliefen sich die touristischen Ausgaben auf insgesamt 88.544,51 €. Einige Positionen sind durch Dritte mitfinanziert. Mit Werbeeinträgen in Reisebegleiter, Wanderkarte, Radkarte und Website wurden 8.675,00 € erzielt. Der Genuss-Wandertag brachte dank Beteiligungen der Weingüter, durch Werbeeinnahmen und durch den Verkauf der Gläser/Glasbags insgesamt 18.226,14 € ein. Die Beteiligung Dritter an Messen und Promotion-Aktionen erzielte 2.216,25 €. Somit reduzierten sich die Netto-Ausgaben auf nur noch 59.427,12 €. Die acht kleineren Mitgliedskommunen finanzieren gesamt 17.628,05 €, die drei Städte Bönningheim, Besigheim und Bietigheim-Bissingen insgesamt 41.799,07 € als touristische Sachkosten.

In der nachfolgenden Übersicht sind die einzelnen Projektkosten aufgeführt.

Projekt	Kosten
3B-Weinerlebnisse	2.049,78 €
3B-Stadtführungen	1.989,08 €
3B-Veranstaltungen	1.090,04 €
3B-Reisebegleiter	5.186,12 €
3B-Radkarte	5.189,69 €
3B-Wanderkarte	6.795,98 €
3B-Lauschtouren	4.464,05 €
Glanzpunkte	270,00 €
Beschilderung Radwege/Wanderwege	388,88 €
3B-Wein-Höhepunkte	3.504,09 €
3B-Wein-Höhepunkte 2024	3.472,14 €
3B-Homepage	2.713,49 €
Fotoshooting	770,40 €
Anzeigen/Onlinewerbung/Journalistenbetreuung	2.617,25 €
Beteiligung Social-Media-Kampagnen	892,50 €
Reisemesse Koblenz (2023 + Teilzahlung 2024)	1.661,32 €
Freizeitmesse Saarbrücken	1.591,64 €
ReiseLust Bremen	2.375,58 €
ADFC-Radreisemesse Bonn	339,15 €
SaarLorLux Tourismusbörse	720,00 €
Reisemesse Essen	2.032,13 €
Heimattage Baden-Württemberg	952,00 €
CMT Stuttgart	7.159,51 €
Stadtführer	546,40 €
Sonstiges	655,90 €
	59.427,12 €

Die Kosten für die touristischen Aktivitäten des 3B-Landes belaufen sich insgesamt auf:

1. Personalkosten (inkl. Reisekosten)	118.231,95 € (109.871,79 €)
2. Allgemeine Sachkosten	37.323,39 € (36.524,36 €)
3. Tourist. Sachkosten (siehe Tab.)	59.427,12 € (60.600,79 €)
Gesamtkosten	214.982,46 € (206.699,94 €)

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

Bönningheim:	15.026,02 € (Regio, KST, Dt. Fachwerkstr./ARGE Dt. FW-Städte)
Besigheim:	23.151,56 € (Regio, KST, Dt. Fachwerkstr./ARGE Dt. FW-Städte)
Bietigheim-Bissingen:	75.106,65 € (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:	49.689,12 € (48.011,34 €)
Besigheim:	49.689,12 € (48.011,34 €)
Bietigheim-Bissingen	97.976,17 € (93.740,55 €)
Partnerkommunen*:	17.682,05 € (17.233,70 €)

*Erligheim, Freudental, Gemmrigheim, Hessigheim, Kirchheim, Löchgau, Mundelsheim, Walheim

4. Touristische Kennzahlen und Wertschöpfung

Im Folgenden werden die wichtigsten touristischen Kennzahlen sowie die Wertschöpfung im 3B-Land dargestellt.

4.1 Übernachtungszahlen

4.1.1 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
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
2022	5	108	4 216	324	11 859	1 084	29,9	2,8
2023	5	108	5.399	250	13 443	816	34,0	2,5

Statistik Besigheim

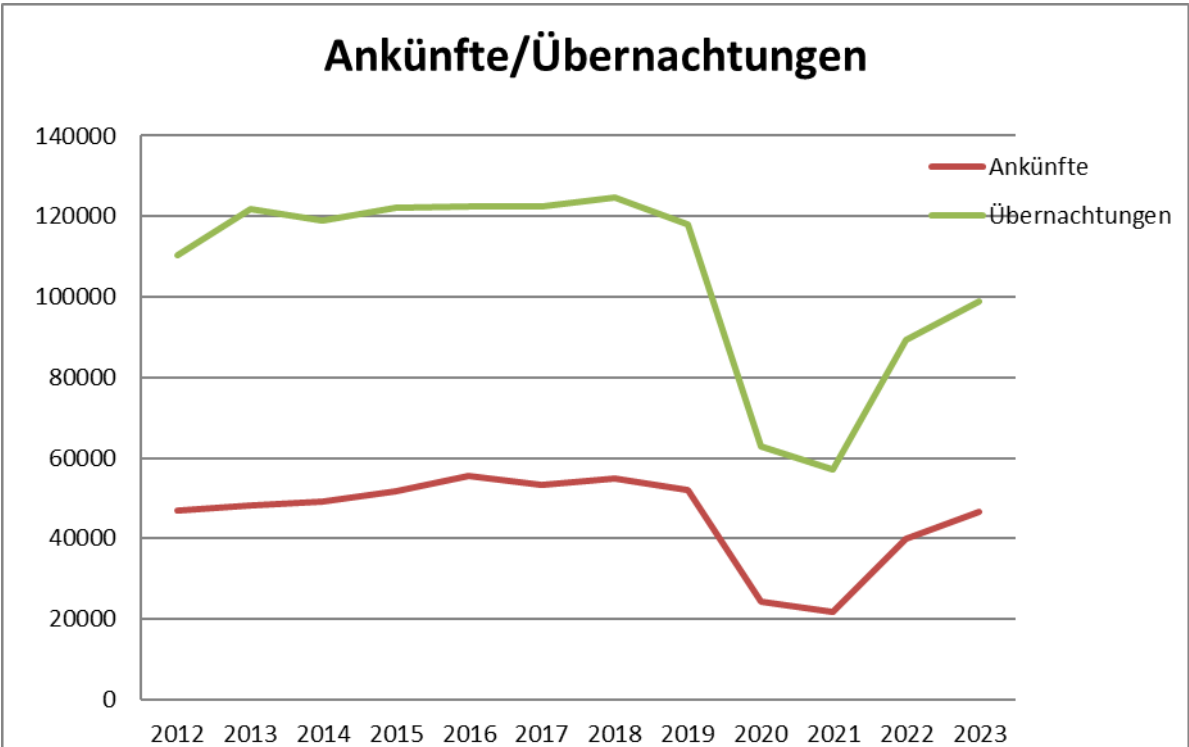
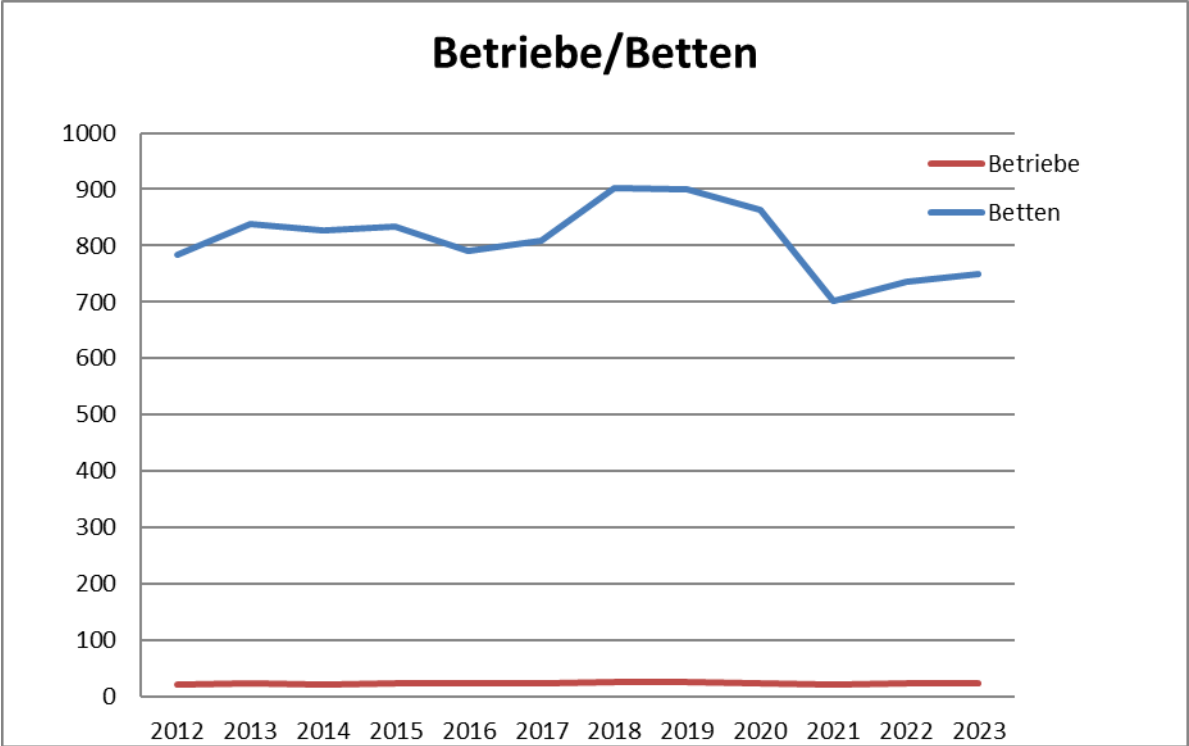
2012	5	115	7 097	844	14 391	3 508	36,0	2,0
2013	5	120	7 278	814	14 961	3 490	38,7	2,1
2014	5	120	7 391	686	15 660	2 787	36,1	2,1
2015	6	129	8 267	755	16 954	3 338	38,4	2,1
2016	5	105	8 376	769	16 463	3 354	42,9	2,0
2017	5	119	9 363	962	18 700	2 968	43,2	2,0
2018	7	206	11 417	1 520	22 469	3 931	36,2	2,0
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
2022	7	173	10 489	773	17 081	1 186	25,9	1,6
2023	7	199	12 930	1 126	20 950	1 883	32,0	1,6

Statistik Bietigheim-Bissingen

Zeitraum	Betriebe	Betten	Ankünfte		Über- nacht- ungen		Aus- lastung der Betten	Aufenthalts- dauer
	Insgesamt	Insgesamt	Insgesamt	darunter Auslands- gäste	Insgesamt	darunter Auslands- gäste	Insgesamt In %	In Tagen
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
2022	11	455	25 348	4 097	60 253	16 539	36,5	2,4
2023	11	443	28 407	4 863	64 455	17 941	39,3	2,3

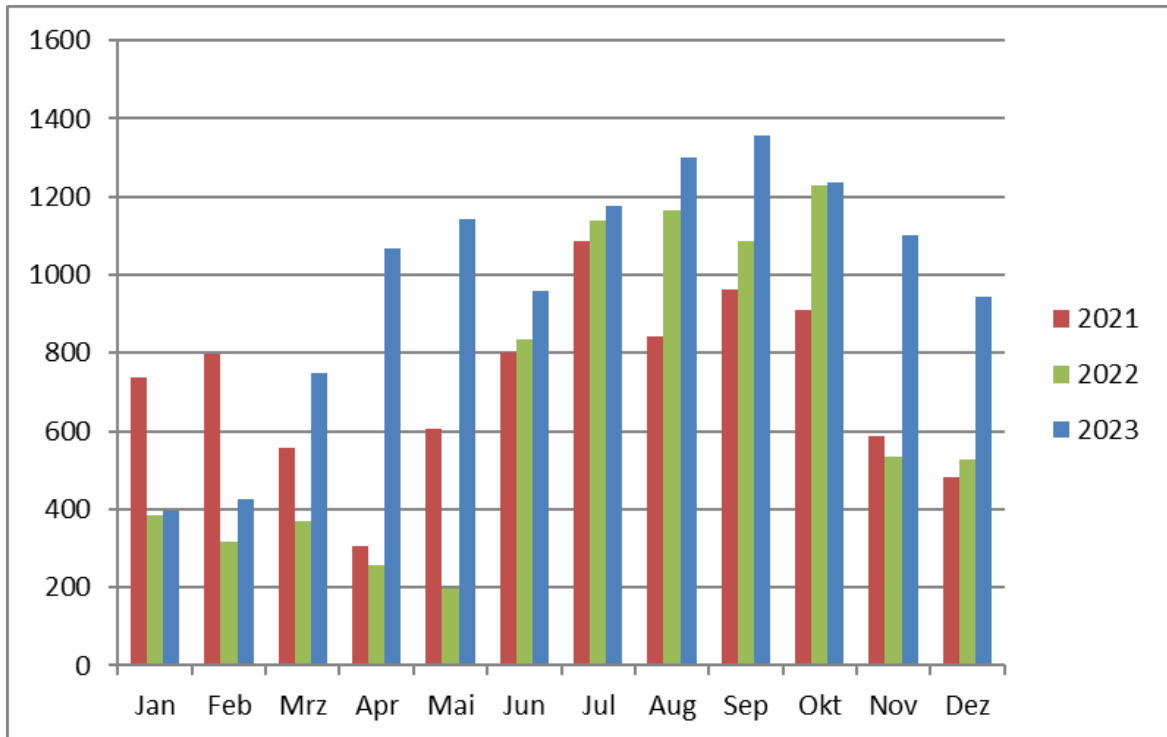
3B-Städte gesamt

Zeitraum	Betriebe	Betten	Ankünfte gesamt	darunter Auslandsgäste	Übernachtungen	darunter Auslandsgäste
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
2022	23	736	40 063	5 194	89 193	18 811
2023	23	750	46 736	6 239	98 848	20 640

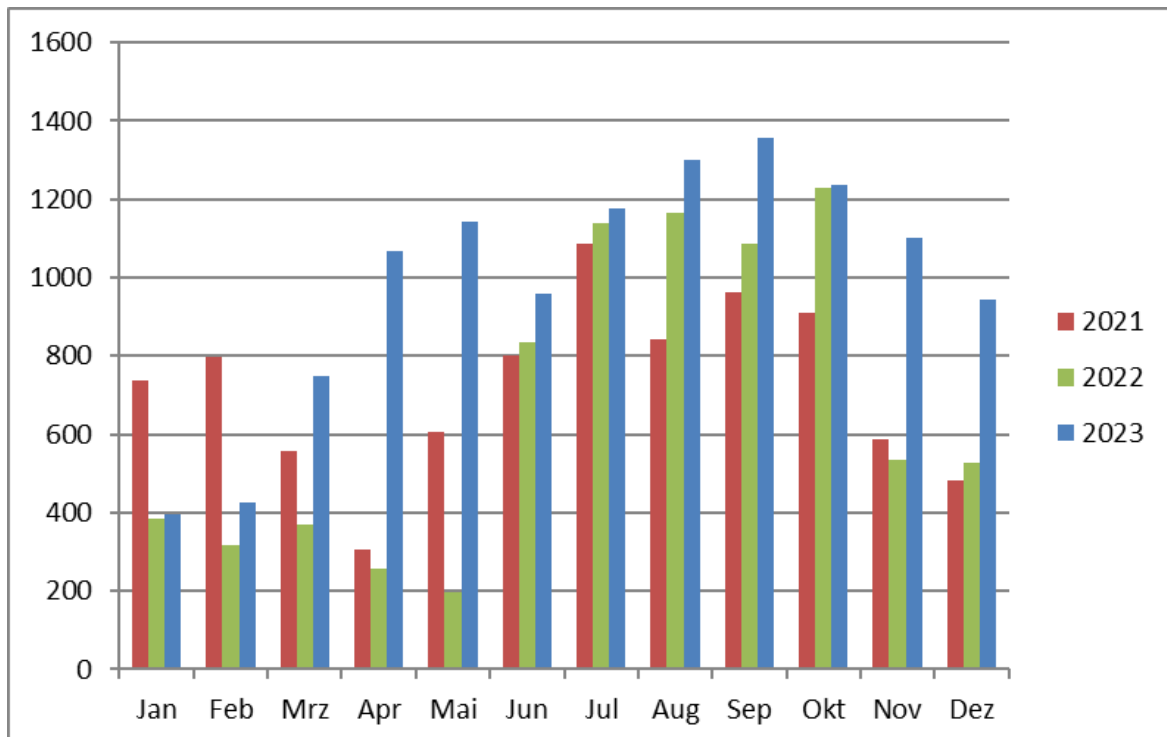


Die monatliche Verteilung der Übernachtungen:

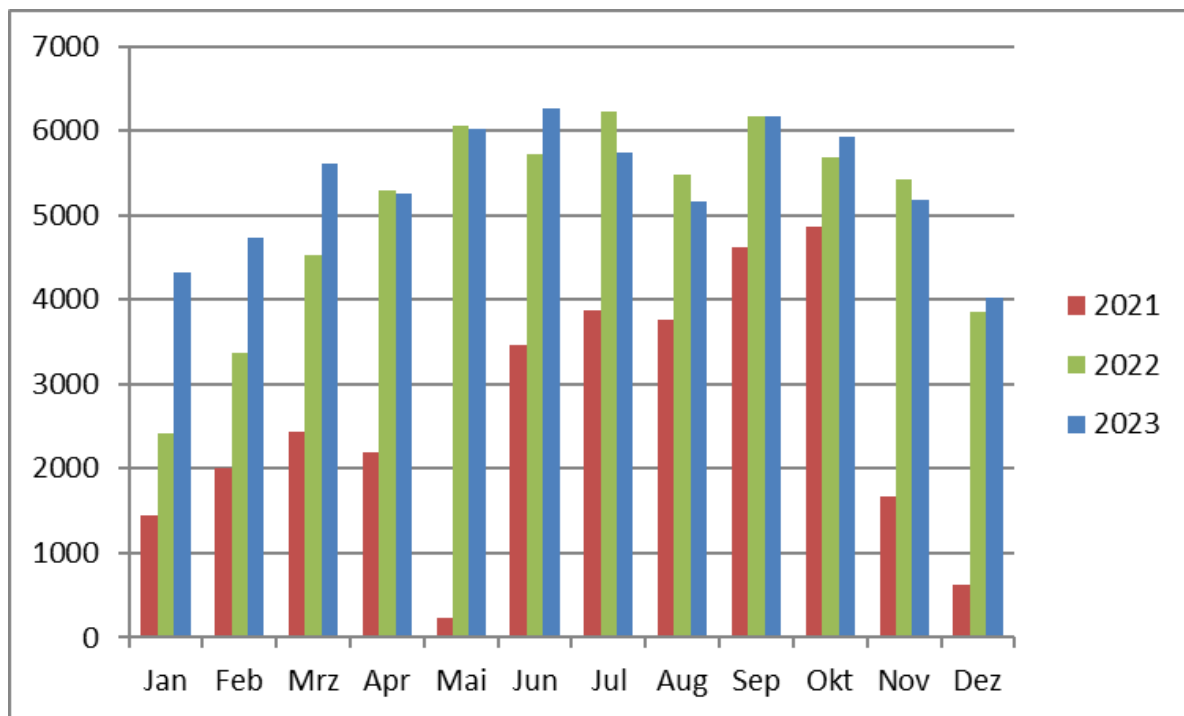
Bönningheim



Besigheim



Bietigheim-Bissingen



4.1.2 Übernachtungen auf Wohnmobilstellplätzen

Jahr	Bönningheim	Besigheim	Bietigheim-Bissingen
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
2022	285	1 210	1 463
2023	323	1 099	1 638

4.2 Eingehende Anfragen und Website 3b-tourismus.de

4.2.1 Prospektversand

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. Für das vergangene Jahr waren es exakt 290 Anfragen, 44 weniger als im Jahr zuvor.

Informationen über Regionen und Reiseziele stehen mittlerweile auf verschiedenen Internetplattformen, auf den Seiten der Verbände bis hin zur Stadt- und/oder Regionsseite, in Portalen wie Komoot oder Outdooractive, zur Verfügung und werden dort vom Gast abgerufen. Auf der 3B-Website stehen alle Printprodukte und Karten zum Download, der umfangreiche Reisebegleiter zudem zum Durchblättern, zur Verfügung. Im i-Punkt Königstraße in Stuttgart gelangten letztes Jahr rund 600 und im i-Punkt Flughafen noch einmal je 200 Exemplare der Kataloge „Erlebnisreich“, „Reisemagazin“ und „Impressionen“ in die Hände von potenziellen Gästen. Im i-Punkt Königsstraße wurden zudem noch je 1.200 Rad- und Wanderkarten ausgegeben.

4.2.2 Homepage

Im Jahr 2023 wurden auf der Seite www.3b-tourismus.de exakt 4.244 Besucher gezählt, die sich in der Summe auf insgesamt 13.099 Seiten bewegt haben. Die Monate mit den meisten Besuchern waren der Juli mit 450, der April mit 461 und der August mit 1.038. Die geringste Frequenz gab es im November mit 68 und im Dezember mit 36 Besuchern. Der höchste Traffic im August wurde vor allem durch die Veranstaltung „3B-Wein-Höhepunkte“ erzielt. Allein diese Seite erreichte insgesamt 878 Ansichten in den Monaten Juni, Juli und August. Danach folgen die Seiten „Stadtführungen“ mit 715 und „Wanderungen im 3B-Land“ mit 602 Ansichten. Untermauert wird das große Interesse am 3B-Genusswandertag auch durch die absoluten Zahlen der Downloads. Der Flyer zum Genusswandern „3B-Wein-Höhepunkte“ wurde von 834 Nutzern heruntergeladen, gefolgt von der 3B-Freizeit- und Wanderkarte mit 171 und der 3B-Radkarte mit 86 Downloads.

4.3 Stadtführungen

	Bönningheim		Besigheim		Bietigheim- Bissingen	
	Gesamt	Gruppen	Gesamt	Gruppen	Gesamt	Gruppen
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
2022	2.731	121	3.502	224	3.581	232
2023	3.227	190	5.197	304	5.125	294

Hinzu kommen noch die Nutzer der Lauschtouren. Nachfolgend werden die Downloads aufgeführt. Erfahrungsgemäß wird einer Lauschtour zu mehreren gelauscht. D.h. einer lädt die Tour und zwei oder mehrere Personen bspw. eine Familie hören zu. Daher rechnet der Anbieter im Schnitt mit zwei Nutzern pro Download. Die Nutzung lag schwerpunktmäßig an Wochenenden von Frühling bis Herbst.

Downloads Lauschtouren

	Bönningheim	Besigheim	Bietigheim-Bissingen
2021*	177	242	277
2022	362	572	721
2023	400	647	737

*seit August 2021

Seit Juli 2023 gibt es zudem die 3B-Rad-Lauschtour. Diese wurde bis Ende 2023 von insgesamt 300 Radfahrern genutzt.

4.4 Touristische Wertschöpfung im 3B-Land

Vom Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus Baden-Württemberg wurden für alle touristischen Regionen des Landes Zahlen für die Bestimmung des Wirtschaftsfaktor Tourismus ermittelt. Die Studie wurde vom Deutschen Wirtschaftlichen Institut für Fremdenverkehr e.V. an der Universität München (dwif) im Jahr 2022 auf Grundlage von Erhebungen aus dem Jahr 2019 durchgeführt. Es wurde u.a. ermittelt, welche touristischen Ausgaben in der Region Stuttgart von Übernachtungs- und Tagesgästen getätigt werden. Für den Bereich Tagestourismus werden derzeit umfangreiche Werte durch die Stuttgart Marketing GmbH für die gesamte Region Stuttgart erhoben. Die Ergebnisse liegen aber noch nicht vor.

Der Übernachtungsgast in gewerblichen Beherbergungsbetrieben von mehr als neun Betten gibt nach dieser Studie 186,10 € in der Region Stuttgart aus. Bei den Übernachtungsgästen in Privatquartieren liegen die durchschnittlichen Ausgaben pro Kopf und Tag bei 85,70 €, Tagesgäste kommen pro Ausflug und Kopf auf 31,10 €. Direkte Profiteure des Tourismus sind mit 40 % das Gastgewerbe, 39 % der Einzelhandel und 21 % der sonstige Dienstleistungssektor. Touristikcamper geben 39,70 € pro Person und Tag aus. (Quelle: dwif; 2022)

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

96.650* Übernachtungen in gewerblichen Betrieben	à 186,10 €	17.986.565 €
20.000 (geschätzt) Übernachtungen bei privaten Anbietern	à 85,70 €	1.714.000 €
6.390* Übernachtungen auf Wohnmobilplätzen	à 39,70 €	253.683 €
976.165 Tagesgäste**	à 31,10 €	30.358.732 €
		50.312.980 €

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 1.257.825 €.

*Da die Wohnmobilmobilzahlen für Besigheim mitgerechnet werden, sind bei den Hotelübernachtungen 2.198 Übernachtungen (1.099 Wohnmobile à 2 Personen) abzuziehen. Da in Bönningheim mit Sicherheit mehr Camper übernachtet haben, ist die Zahl geschätzt bzw. die erfasste Zahl wurde um 135 erhöht (5/12 der erfassten Zahl).

Laut dwif (Studie 2022) werden in die Region Stuttgart 132 Millionen Tagesgäste unternommen, was etwa 14 Tagesreisen pro gewerbliche Übernachtung entspricht. In der Studie „Tagesreisen der Deutschen“ aus dem Jahr 2014 des dwif wurde für das Nördliche Baden-Württemberg ein Faktor von 10,1 und für die Region Stuttgart 13,2 Tagesreisen pro gewerbliche Übernachtung ermittelt. Da es für das 3B-Land keine eigene Erhebung gibt, und die Region sowohl zur Region Stuttgart als auch zum Nördlichen Baden-Württemberg zählt, wird mit dem niedrigeren Faktor von 10,1 gerechnet. Somit handelt es sich hier um eine vorsichtige Schätzung.