3B-Rechenschaftsbericht 2024

Inhalt:

1. Allgemeine touristische Entwicklung	S. 1 - 7
2. Produkte und Werbeaktivitäten	S. 8 - 13
3. Aufwendungen	S. 14 - 15
4. Touristische Kennzahlen und Wertschöpfung	S. 16 - 23

1. Allgemeine touristische Entwicklung

Der Tourismus in Baden-Württemberg befand sich auch 2024 im Aufwärtstrend und übertraf damit die bisherigen Rekordergebnisse. Bereits seit 2022 verzeichneten die Tourismusbetriebe in Baden-Württemberg kontinuierlich steigende Übernachtungszahlen und erreichten 2024 mit rund 58,9 Millionen Übernachtungen zum zweiten Mal in Folge eine neue Höchstmarke. Die stärksten Zuwächse insgesamt erzielten die Stadtkreise bzw. die großen Städte im Land. Sie waren 2024 somit der Motor der Beherbergungszuwächse. Auch der Zuwachs an ausländischen Übernachtungsgästen hat sich auf das Gesamtergebnis in Baden-Württemberg positiv ausgewirkt.

Die 3B-Städte, der Landkreis Ludwigsburg aber auch die Region Kraichgau-Stromberg gehören zu den Verlierern. Hier wurden zum Teil deutlich weniger Übernachtungen registriert als 2023. Im Landkreis Ludwigsburg lag der Rückgang an Übernachtungen bei 3,3 %, bei den Übernachtungen von ausländischen Gästen betrug dieser gar 9 %. Im Gebiet des Tourismusverband Kraichgau-Stromberg sind die Übernachtungen um 5,5 % gegenüber 2023 gesunken.

Die Übernachtungsstatistik der 3B-Städte fällt ebenso durchwachsen aus. So sind Besigheim und Bönnigheim knapp unter dem Ergebnis von 2023 geblieben. Der Rückgang bei den Übernachtungen beträgt bei beiden Städten jeweils gut 1 %. Der Hauptgrund hierfür ist vor allem den rückläufigen Übernachtungen von ausländischen Gästen geschuldet. Die Übernachtungen von Ausländern nahmen in Besigheim um 22% und in Bönnigheim um 5% ab. In Besigheim kommt noch dazu, dass Wohnmobilübernachtungen nicht vollumfänglich registriert werden konnten. Da der Wohnmobilstellplatz in Besigheim mehr als 10 Plätze umfasst, sind die hier gemeldeten Übernachtungen in der amtlichen Übernachtungsstatistik enthalten. Würden die nicht gemeldeten Übernachtungen dazugezählt, wäre die Übernachtungsstatistik positiv. In Bietigheim-Bissingen ist der Rückgang mit 13% bei den gesamten Übernachtungen deutlich gravierender. Dies liegt vor allem daran, dass durch

Betriebsschließungen und teilweise Stilllegungen die angebotenen Gästebetten im Vergleich zum Vorjahr stark zurückgegangen sind. In Bietigheim-Bissingen wurde zudem ein spürbarer Rückgang von Übernachtungen ausländischer Gäste verzeichnet. Dieser betrug 17% gegenüber 2023.

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 2024. In Besigheim ist ein Vergleich zum Vorjahr aufgrund eines zeitweise Defekts des Parkscheinautomaten im Frühjahr schwierig. Im Sommer wurde auf die Parkster-App umgestellt, was ab dann wieder zu stabileren Zahlen führte. In Bönnigheim zeigen die Zahlen wieder stark nach oben. Da es in Bönnigheim in der Vergangenheit zu Schwierigkeiten beim digitalen Bezahlsystem gab, wurde in den Vorjahren die tatsächliche Anzahl an Wohnmobilen nicht erfasst. Daher ist ein Vergleich nicht möglich.

Die Anzahl der Stadtführungen durch die Altstädte ist relativ stabil geblieben. Demnach sind die Teilnehmerzahlen bei Stadtführungen in Bönnigheim um 2,8 %, in Besigheim um 2,5 % gestiegen, in Bietigheim-Bissingen dagegen um 7 % gesunken. Bei den Gruppen wurde in Besigheim exakt eine Gruppe mehr als 2023 registriert, in Bönnigheim waren es dagegen 11 und in Bietigheim-Bissingen 9 Gruppen weniger als im Vorjahr.

Die konstant stabile Nachfrage nach Infomaterial vor allem aus weiter entfernten Quellmärkten, das starke Interesse auf Messen und bei Promotionaktionen sowie die gute Interaktion bei Social-Media-Aktivitäten belegen nach wie vor ein starkes Interesse an der Region. Erfreulich ist auch, dass das Angebot an privaten Gästezimmern wie auch das Angebot an Weinerlebnisführungen und Genusstouren ständig zunimmt. Auch dies ist ein positiver Indikator für die Tourismusrelevanz der Region. Die vielen Anfragen und Interaktionen aus dem Nahbereich sind nach wie vor hoch, was auf einen starken Tagestourismus schließen lässt.

Die allgemeinen Entwicklungen scheinen dem Reiseverhalten der Deutschen nichts anzuhaben, so das Ergebnis der Deutschen Tourismusanalyse der Stiftung für Zukunftsfragen. Die Reisefrequenz steigt und trotzt allen Krisen. So unternahmen im letzten Jahr 63 Prozent eine Reise mit mindestens 5 Tagen Dauer, 2023 waren es noch 61 Prozent. Die durchschnittliche Reisedauer von knapp 13 Tagen liegt leicht über dem Vorjahr, sie bleibt langfristig gesehen konstant. Deutschland als Reiseziel ist und bleibt beliebt. Der Anteil an allen Urlaubsreisen lag 2024 bei 36 Prozent und so war Deutschland auch im letzten Jahr die beliebteste Destination der Deutschen.

Laut der FUR Reiseanalyse zeigte sich die Branche 2024 trotz verschiedener Krisen widerstandsfähig und wuchs weiter. In Deutschland wurde 2024 ein weiteres Wachstum im internationalen Tourismus erzielt, mit etwa 10 Prozent mehr internationalen Gästeankünften im Vergleich zu 2023. Dadurch stiegen deutschlandweit auch die Übernachtungszahlen auf rund 496 Millionen und damit auf das Niveau von 2019. Bei den Urlaubsreisen der Deutschen wurde für 2024 eine leichte Zunahme bei Urlaubs- und Kurzurlaubsreisen registriert. Während die Urlaubsreisen wieder auf dem Niveau von 2019 waren, lagen die Kurzurlaubsreisen noch darunter.
Interessant ist die Betrachtung, wo und wie die Menschen ihren Urlaub verbrachten, also in welchen Unterkunftsarten. Laut Statistischem Bundesamt haben sich Hotels, Gasthöfe und Pensionen, also die Betriebe der Hotellerie, zwar erholt, sind aber noch nicht auf dem Niveau vor der Corona-Krise im Jahr 2019. Im Jahr 2024 gab es 2,2 % weniger Übernachtungen in Hotels als 2019. Bei Ferienhäusern (Wohnungen) und Campingplätzen zeigt sich dagegen eine stärkere Nachfrage: Die Ferienhäuser (Wohnungen) hatten im Jahr 2024 mehr Übernachtungen als vor der Krise (+2,6 %). Die Camping- und Wohnmobilplätze haben ihre Übernachtungen deutlich gesteigert, um fast 20 % im Vergleich zu 2019.

Der Ausblick auf 2025 ist ebenfalls positiv: Laut der FUR Reiseanalyse wird weiteres Wachstum bei den Urlaubsreisen erwartet. Die Reisepläne der Deutschen bleiben auf einem hohen Niveau, und Reisen haben für viele Menschen weiterhin eine hohe Priorität. Die Bereitschaft, eine Reise zu unternehmen, ist sogar höher als im Vorjahr. Die Lust und die Zeit für Urlaub sind groß, allerdings sorgen sich etwa 20 Prozent der Menschen, ob sie sich die Reisen finanziell leisten können.
Nach 2021 und 2023 hat der ADAC im März 2025 zum dritten Mal eine Tourismusstudie veröffentlicht und auch das Nachfrageverhalten der Deutschen untersucht. Nach der ADAC Studie planen für das Jahr 2025 etwa 60 Prozent der Befragten mindestens einen längeren Urlaub zu machen, das entspricht in etwa den Vorjahren. Allerdings hat die wirtschaftliche Lage einen großen Einfluss auf die Urlaubsplanung. Während manche Menschen mehr Geld für Komfort ausgeben können, müssen andere ihr Budget deutlich einschränken. 24 Prozent der Befragten geben an, mit weniger Geld für den Urlaub auszukommen als im Vorjahr. Davon wollen 32 Prozent ganz auf eine Reise verzichten, das sind doppelt so viele wie 2022 (17 Prozent). Wer mehr Geld zur Verfügung hat, legt mehr Wert auf Qualität und Komfort. Nachhaltigkeit ist zwar für viele wichtig, spielt aber bei der Buchung noch eine eher untergeordnete Rolle. Nur etwa ein Fünftel der Befragten ist bereit, für nachhaltigere Angebote mehr zu bezahlen. Dafür wächst das Bewusstsein für überfüllte Urlaubsorte. Viele finden Maßnahmen wie Eintrittsgebühren oder Begrenzungen der Besucherzahlen gut,

solange sie fair und passend gestaltet sind. Bei der Wahl des Reiseziels möchten 43 Prozent der Deutschen im Inland bleiben, 45 Prozent bevorzugen das europäische Ausland. Im Vergleich zu 2022, als noch 50 Prozent in Deutschland Urlaub machen wollten, ist das Interesse an Reisen im eigenen Land etwas gesunken.

Insgesamt zeigt sich, dass der Tourismus sich nach den schwierigen Jahren der Pandemie erholt hat und Reisen wieder normaler geworden sind. Dennoch gibt es Risiken, vor allem durch die wirtschaftliche Lage und die finanzielle Situation der Reisenden, die das Reisejahr 2025 und die kommenden Jahre beeinflussen könnten.
Zusammengefasst lässt sich feststellen, dass die Zukunft des Tourismus deutschlandweit und regional von mehreren Faktoren abhängt. 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 Nachfrageinbruch bei den Urlaubsreisen geführt. Urlaubsreisen genießen nach wie vor einen hohen Stellenwert.

Die hier dargestellten Aussagen und Ergebnisse der zitierten Studien zielen in erster Linie auf den Übernachtungstourismus ab. Ein wesentlicher Wirtschaftsfaktor ist daneben der Tagestourismus. Das dwif (Deutsche Wirtschaftliche Institut für Fremdenverkehr e.V. an der Universität München) hat in seiner 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. 2024 hat das dwif das Tagestourismusaufkommen im Gebiet Kraichgau-Stromberg untersucht. Laut dieser Studio werden in die Region Kraichgau-Stromberg 14,5 Millionen Tagesausflüge mit einem Umsatzvolumen von 422 Millionen Euro unternommen. Der Markt ist enorm und bringt der Region und den einzelnen Kommunen Einnahmen. 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 letzten ADFC Radreiseanalyse wächst der Radtourismus konstant weiter und immer mehr Ausflügler nutzen die Bahn für An- und Abreisen. Neben den Tagesausflügen hat die ADFC-Radreiseanalyse auch 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. Baden-Württemberg liegt an vierter Stelle der

beliebtesten Reiseziele, hinter NRW, Bayern und Niedersachen. Da Kurzreisen häufig in wohnortnahe Destinationen unternommen werden, spiegelt dieses Ranking die Einwohnerzahlen der Bundesländer wider. Beim Radfahren im Urlaub liegen jedoch drei norddeutschen Bundesländer ganz vorne. Baden-Württemberg liegt hier an fünfter Stelle nach Bayern. Der Studie zufolge haben 36,4 Millionen Deutsche insgesamt 455 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 Radwegenetz mit Landesradfernwegen und touristischen Routen. Durch den 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, Enztalradweg und dem Stromberg-Murr-Radweg sind Verbindungen in alle Himmelsrichtungen gegeben. Die 3B-Region ist dadurch für Strecken- wie auch für Rundtourenfahrer eine attraktive Destination.

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 Trend nach Campingurlaub bleibt ebenfalls ungebrochen. Hier ist jede Investition seitens der Kommunen, aber auch von privaten Akteuren sinnvoll. Auch das Angebot nach alternativen Formen von Übernachtungsmöglichkeiten, bspw. „Weinfässer“ oder Weinberghütten, liegt in der Gunst der Nachfrager. Das Statistische Bundesamt hat mit seiner Studie aufgezeigt, dass diese Urlaubsformen deutlich stärker nachgefragt werden und hauptverantwortlich für das Wachstum in Ferienregionen sind. Diesen Segmenten wird ein weiteres 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. Im 3B-Land ist zu beobachten, dass das Angebot an Mietobjekten, die vor allem über die Buchungsplattform Airbnb vermarktet werden, enorm zugenommen hat. Jedoch sind die hier generierten Gästezahlen in keiner Statistik aufgeführt.

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 bleibt und Segmente wie Wandern, Radfahren und Genuss stabil beliebt bleiben, liegt hier eine große Chance für die 3B-Region und deren Anbieter. Daher sind Infrastruktur, Tages- und Unterkunftsangebote 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. Mit den GPS-gestützten Audio-Gästeführungen LAUSCHTOUREN 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, das 2025 um Inhalte aus Bietigheim-Bissingen ergänzt wird. Die Naherholungsstrategie der Region Stuttgart 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. Zwischen den Bahnhöfen Bietigheim-Bissingen und Besigheim wurde im letzten Jahr der erste bwegt-Wanderweg in der Region initiiert. Weitere bwegt Wanderwege im 3B-Land werden folgen. Die Einrichtung des Weingenussplatzes in Hohenstein oder die Errichtung der Steillagenrunde am Besigheimer Niedernberg haben den Freizeitwert des 3B-Landes weiter aufgewertet. Solche Investitionen in die Qualität der Freizeitinfrastruktur und somit in das Erlebnis- und Genussangebot kommen Gästen wie Einheimischen gleichermaßen zugute. Sie liefern Anreize, 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.

2. Produkte und Werbeaktivitäten

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

- 3B-Reisebegleiter 2025, 6.000 Auflage
- 3B-Impressionen, Auflage 4.000 Auflage
- 3B-Wein-Höhepunkte, 25.000 Auflage
- 3B- Lauschtouren, 6.000 Auflage
- 3B-Stadtführungen 1. HJ und 2. HJ 2024, je 2.000 Auflage
- 3B-Veranstaltungen 2025, 4.000 Auflage
- 3B-Weinerlebnisse 2025, 4.000 Auflage
- Flößerweg, 4.000 Auflage
- Plakate und Banner Wein-Höhepunkte

Darüber hinaus wurden folgende Messen und Promotion-Veranstaltungen besucht:

- Landratsamt Ludwigsburg 06.08.-03.09.2024
- Reisen & Caravan, Erfurt 31.10.-03.11.2024
- ReiseLust, Bremen 08.-09.11.2024
- CMT, Stuttgart 18.-25.01.2025
- Freizeitmesse, Saarbrücken 08./09.02.2025
- Tourismusmesse, Koblenz 22./23.02.2025
- ADFC-Radreisemesse, Siegburg 09.03.2025
- „Wein von daheim“, Löchgau 29./30.03.2025
- Steillagentag, Besigheim 27.04.2025
- Heimattage BW, Weinheim 17./18.05.2025

Die nachfolgend aufgeführten Werbemaßnahmen wurden durchgeführt und Produkte entwickelt:

3B-Glanzpunkte

Die beliebte Reihe der 3B-Glanzpunkte widmete sich 2024 dem Thema Wein und Wohlstand. Unter dem Motto „wie der Weinbau unsere alte Stadt geprägt hat“ fanden im Frühjahr und im Herbst Führungen durch die Altstädte in Besigheim, Bönnigheim und Bietigheim-Bissingen statt. In diesem Jahr lautet das Thema: „Sünder, Pfarrer, Heilige - Kirche(n)geschichten aus der alten Stadt.“

Bwegt-Wanderweg

Gemeinsam mit bwegt - Regionalverkehr in Baden-Württemberg - wurde ein gut 8 km langer Wanderweg zwischen den Bahnhöfen Bietigheim-Bissingen und Besigheim entwickelt und ausgewiesen. Ein weiterer bwegt-Wanderweg entstand zwischen den Bahnhöfen Lauffen und Kirchheim.. Auch hier hat das 3B-Tourismus-Team bei der Ausarbeitung mitgewirkt. Die Wanderwege werden von bwegt auf deren Homepage sowie über deren Social-Media-Kanälen ausgespielt. Die Kosten für die Schilder und Infotafeln wurden zu 100% von bwegt übernommen. In diesem Jahr sollen weitere bwegt Wanderwege im 3B-Land entwickelt werden. So wird eine Verbindung zwischen den Städten Bietigheim-Bissingen und Ludwigsburg und eine weitere im Stromberggebiet untersucht. Wichtig hierbei ist eine gute ÖPNV-Anbindung. Es wurde von bwegt zugesichert, dass auch Bushaltestellen als Start-/Endpunkt möglich sind. Idealerweise soll aber ein Bahnhof an einem der Endpunkte liegen.

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 Sommer 2025 läuft auf Komoot eine Rad-Collection mit den mittlerweile 32 Partnern der Deutschen Fachwerkstraße in Baden-Württemberg. Weiterhin wird es im Sommer 2025 eine eigene Wander-Collection mit allen 3B-Wanderwegen auf Komoot geben. Die Maßnahmen werden 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, komoot und auf der landesweiten Datenplattform mein.toubiz eingepflegt.

Social Media

2016 ging die 3B-Facebookseite online. Die Anzahl der Facebook-Follower beträgt aktuell rund 1270. Das sind etwa 120 Follower mehr als vor einem Jahr. Im Berichtszeitraum, von Juni 2024 bis Mai 2025, wurden in 12 Monaten 69 Beiträge auf der 3B-Facebookseite gepostet.

Im Juli 2020 wurde die Instagram-Seite des 3B-Landes eingerichtet. Seitdem folgen der Seite rund 1.300 Follower, ca. 250 mehr als im Juni 2024. Von Juni 2024 bis Mai 2025 sind 67 Beiträge erschienen.

Die erfolgreichsten Interaktionen auf beiden Social-Media-Kanälen gab es bei der Kampagne zum Genuss-Wandertag 3B-Höhepunkte.

3B-Webseite www.3b-tourismus.de

In der Vergangenheit wurden mehrere Neuerungen und Inhalte in die Webseite integriert. So wurde zum Jahreswechsel der Veranstaltungsbereich um eine erweiterte Suchfunktion ergänzt. Nutzer können nun nach verschiedenen Veranstaltungsarten selektieren. Hinzu gekommen sind Inhalte aus Ingersheim. Momentan wird die Webseite auf Barrierefreiheit überprüft. In den nächsten Monaten wird die Seite so angepasst, dass sie möglichst allen Menschen zugänglich wird. Hierbei wird auch geprüft, inwiefern ein technisches Dialogsystem (Chatbot), das den Dialog zwischen dem Nutzer und der Webseite ermöglicht, installiert werden kann. In diesem Zug wird auch ein kompletter Relaunch der Webseite geprüft.

Genuss-Wandertag „3B-Wein-Höhepunkte“

Im letzten Jahr fand am 11. August der Genuss-Wandertag 3B-Wein-Höhepunkte statt. Auf gut 15 km führte die Genuss-Runde von Hessigheim über den Käsberg, oberhalb des Neckars in Richtung Mundelsheim zur Ottmarsheimer Höhe. Vor dort ging es weiter über die Aussiedlerhöfe Vogelsang in die Gemmrigheimer Weinberge. Über den Wurmbergweg führte die Runde zurück zur Felsengartenkellerei. 15 Stände luden die Wanderer zu Wein, kulinarischen Leckerbissen, Musik, Mitmach-Aktionen und Infoständen ein. Zwei für die Teilnehmer kostenlose Busse pendelten zwischen 9:15 und 19:30 Uhr zwischen Bahnhof Bietigheim-Bissingen, Besigheim, Gemmrigheim, Ottmarsheim und Mundelsheim und Hessigheim. Bei der Veranstaltung wurden etwa 2.200 Gläser verkauft. Da viele Wanderer ihr eigenes Glas mitgebracht haben, kann von einer Teilnehmerzahl von rund 5.000 Personen ausgegangen werden. Die Firmen Bär Schuhe und Ensinger Mineralwasser konnten als Werbepartner gewonnen werden.

Dieses Jahr findet die Genusswanderung am 10. August mit 17 Genussständen zwischen Kirchheim, Hohenstein, Hofen und Walheim statt, dieses unter dem einmaligen Titel „25 Jahre 3B-Land“. Da das 3B-Tourismus-Team am 01.08.2000 ins Leben gerufen wurde, wird beim diesjährigen Genusswandern dieses kleine Jubiläum in den Fokus gerückt und gefeiert. Es wird wieder eine eigene Event-Shuttle-Linie angeboten. Ab Haltestelle Kronenzentrum in Bietigheim-Bissingen pendelt der Bus-Shuttle alle 60 Minuten zwischen Bietigheim-Bissingen, Besigheim, Walheim, Kirchheim, Hohenstein, Bönnigheim, Hofen, Erligheim und Löchgau. Die Wanderstrecke wird daneben sehr gut mit öffentlichen Bahn- und Buslinien bedient. Die Fa. FMO aus Ludwigsburg wird den für die Teilnehmer kostenlosen Shuttle-Dienst mit einem großen Gelenkbus ausführen. Die Fa. Bär Schuhe aus Bietigheim-Bissingen und die Fa. Winkels mit ALWA konnten für dieses Jahr als Werbepartner gewonnen werden. Die Veranstaltung hat mittlerweile große Strahlkraft und hat sich als großer Werbeträger für Wein, Genuss und Natur über die 3B-Region hinaus etabliert.

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 Messegeschäft, 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 sind im Herbst 2024 und im Winter 2025 zwei große Artikel in niederländisch-belgischen Wanderjournalen erschienen. Der Kontakt kam bereits 2023 über die TMBW zustande und wurde auch von der TMBW federführend betreut. Im Reiseblog „Ninas Fachwerkliebe“ wurden die Fachwerkstädte Besigheim und Bietigheim-Bissingen in Szene gesetzt. Dies erfolgte in Kooperation mit der Deutschen Fachwerkstraße. Der SWR plant eine Folge der Reihe „Expedition in die Heimat“ im Gebiet Kraichgau-Stromberg. Ein Teil davon soll im 3B-Land gedreht werden.

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 2024 9 Reisearrangements mit insgesamt 122 Teilnehmern gebucht und durchgeführt. Durch den Vertrieb der Arrangements wurde 2024 ein Umsatz von 11.942 € erzielt (2023: 19.268 € Umsatz). Alle Angebote bestanden aus wenigstens zwei Leistungen verschiedener Anbieter. Hinzu kamen mehrere Beratungen wie etwa für Betriebsausflüge und Vereinsausflüge. Diese haben ihre Buchungen beim jeweiligen Leistungsträger einzeln vorgenommen. 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.

Dieses Jahr im Herbst werden die beiden Reisemessen in Erfurt und Bremen besucht. Im Juli werden in Bietigheim-Bissingen bei den Feierlichkeiten zu „50 Jahre Bietigheim-Bissingen“, beim alle zwei Jahre stattfindenden Radaktionstag und beim Landesfinale von „Jugend trainiert für Olympia“ Infostände eingerichtet. Ab Mitte August gastiert das 3B-Land

wieder im Foyer des Landratsamtes. Schwerpunkt der Ausstellung werden die Weinevents im Spätsommer/Herbst und Stadtführungen 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.

In den vergangenen 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 Geschäftstelle 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 erste bwegt-Wanderweg im 3B-Land zwischen Besigheim und Bietigheim-Bissingen wurde geschaffen, weitere werden folgen. Die Steillagenrunde „Schlossbergrunde“ in Kleiningersheim bereichert nun das Angebot der 3B-Region. Der Weingenussplatz in Hohenstein bietet Besuchern wie Einheimischen eine wundervolle Verweil-Location, wo man Wein und Aussicht gleichermaßen genießen kann. Die 3B-Land-Rad-Lauschtour und der 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 ist 2025 die zwölfte Kommune dem 3B-Land beigetreten. Nach und nach werden die Inhalte aus Ingersheim in die diversen Werbemedien eingepflegt. 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 2024 beliefen sich die touristischen Ausgaben auf insgesamt 87.811,78 €. Einige Positionen sind durch Dritte mitfinanziert. Mit Werbeeinträgen in Reisebegleiter und Webseite wurden 8.265,00 € erzielt. Der Genuss-Wandertag brachte durch die Beteiligungen der Weingüter, durch Werbeeinnahmen und den Verkauf der Gläser/Glasbags 14.581,55 € ein. Die Beteiligung Dritter an Messen und Promotion-Aktionen erzielte 3.360,88 €. Somit reduzierten sich die Netto-Ausgaben auf 61.604,35 €. Die acht kleineren Mitgliedskommunen finanzieren gesamt 17.947,60 €, die drei Städte Bönnigheim, Besigheim und Bietigheim-Bissingen insgesamt 43.656,75 € der touristischen Sachkosten.

In der nachfolgenden Übersicht sind die einzelnen Netto-Projektkosten aufgeführt.

Projekt	**Kosten**
3B-Weinerlebnisse	1.654,10 €
3B-Stadtführungen	2.136,65 €
3B-Veranstaltungen	1.654,10 €
3B-Reisebegleiter	4.337,24 €
3B-Impressionen (Nachdruck + Aktualisierung)	6.450,03 €
Flößerweg	1.896,32 €
3B-Lauschtouren	520,03 €
Glanzpunkte	260,00 €
Beschilderung Radwege/Wanderwege	815,61 €
3B-Wein-Höhepunkte	6.248,41 €
3B-Homepage	5.190,38 €
Fotoshooting	2.450,30 €
Anzeigen/Onlinewerbung/Journalistenbetreuung	4.228,84 €
Beteiligung Social-Media-Kampagnen	4.760,00 €
Reisemesse Koblenz (2023 + Teilzahlung 2024)	1.190,00 €
Freizeitmesse Saarbrücken 2024	1.680,23 €
Freizeitmesse Saarbrücken 2025	1.692,63 €
ReiseLust Bremen	1.595,36 €
Reisemesse Erfurt	2.256,05 €
ADFC-Radreisemessen Frankfurt und Bonn	481,95 €
SaarLorLux Tourismusbörse	907,60 €
Heimattage Baden-Württemberg	357,00 €
CMT Stuttgart	7.009,81 €
Präsentationen sonstige + Messestand	783,71 €
Stadtführer	593,00 €
Sonstiges	455,00 €
	61.604,35 €

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

1. Personalkosten (inkl. Reisekosten)	116.664,63 €	*(118.231,95 €)*
2. Allgemeine Sachkosten	37.009,92 €	(*37.323,39 €)*
3. Tourist. Sachkosten (siehe Tab.)	61.604,35 €	*(59.427,12 €)*
Gesamtkosten	**215.278,90 €**	***(214.982,46 €)***

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

Bönnigheim:	15.262,33 € (Regio, KST, Dt. Fachwerkstr./ARGE Dt. FW-Städte)
Besigheim:	23.370,94 € (Regio, KST, Dt. Fachwerkstr./ARGE Dt. FW-Städte)
Bietigheim-Bissingen:	75.668,38 € (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 2020 wurden die Gesamtkosten (ohne Mitgliedsbeiträge) auf die Städte und Gemeinden wie folgt umgelegt:

Bönnigheim:	49.254,92 €	*(49.689,12 €)*
Besigheim:	49.701,41 €	*(49.689,12 €)*
Bietigheim-Bissingen	98.374,97 €	*(97.976,17 €)*
Partnerkommunen*:	17.947,60 €	(17.682,05 €)

*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 Bönnigheim

Zeitraum	Betriebe	Betten	Ankünfte		Übernachtungen		Auslastung der Betten	Aufenthaltsdauer
	Insgesamt	Insgesamt	Insgesamt	darunter Auslandsgäste	Insgesamt	darunter Auslandsgäste	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
2024	5	108	5.460	255	13 272	776	36,9	2,1

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
2024	7	199	12 801	953	20 712	1 460	29,7	1,6

Statistik Bietigheim-Bissingen

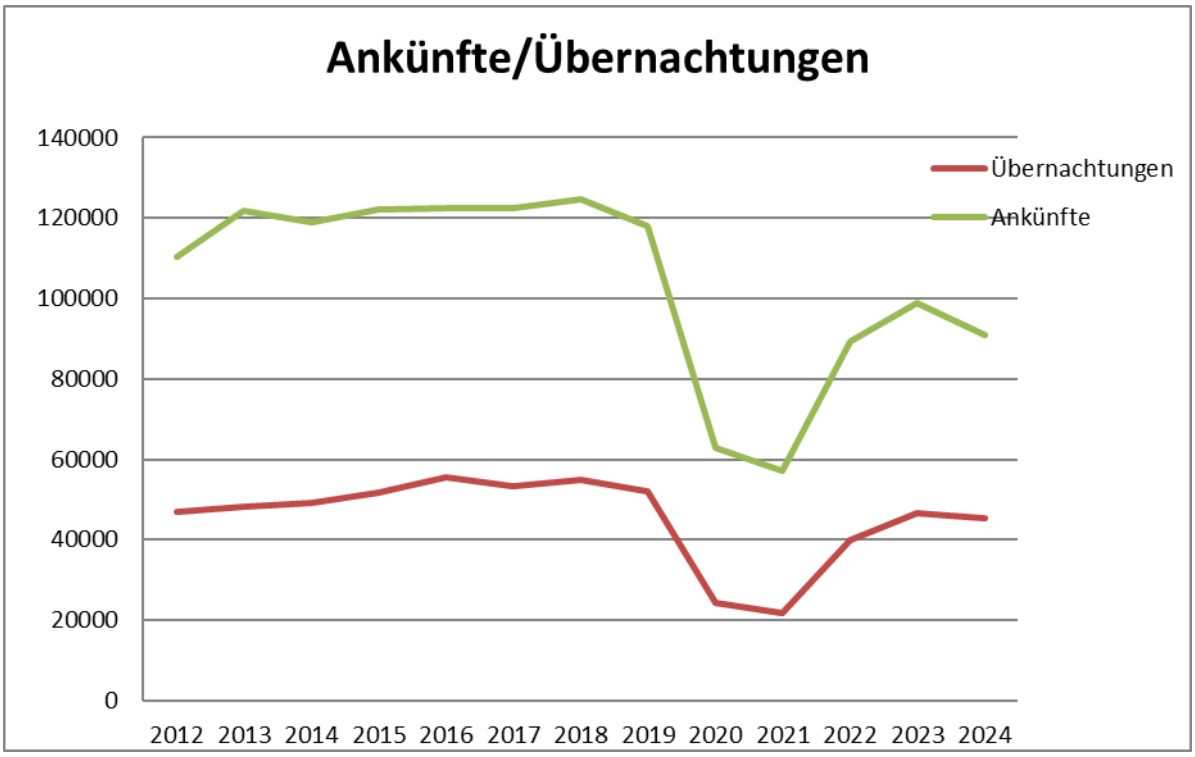
Zeitraum	Betriebe	Betten	Ankünfte		Übernachtungen		Auslastung der Betten	Aufenthaltsdauer
	Insgesamt	Insgesamt	Insgesamt	darunter Auslandsgäste	Insgesamt	darunter Auslandsgäste	Insgesamt In %	In Tagen
2012	12	545	34 563	7 202	82 807	30 212	40,2	2,4
2013	13	597	34 719	7 322	90 057	34 075	41,3	2,6
2014	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
2024	10*	425*	27 086	4 400	57 072	14 871	37,9	2,1

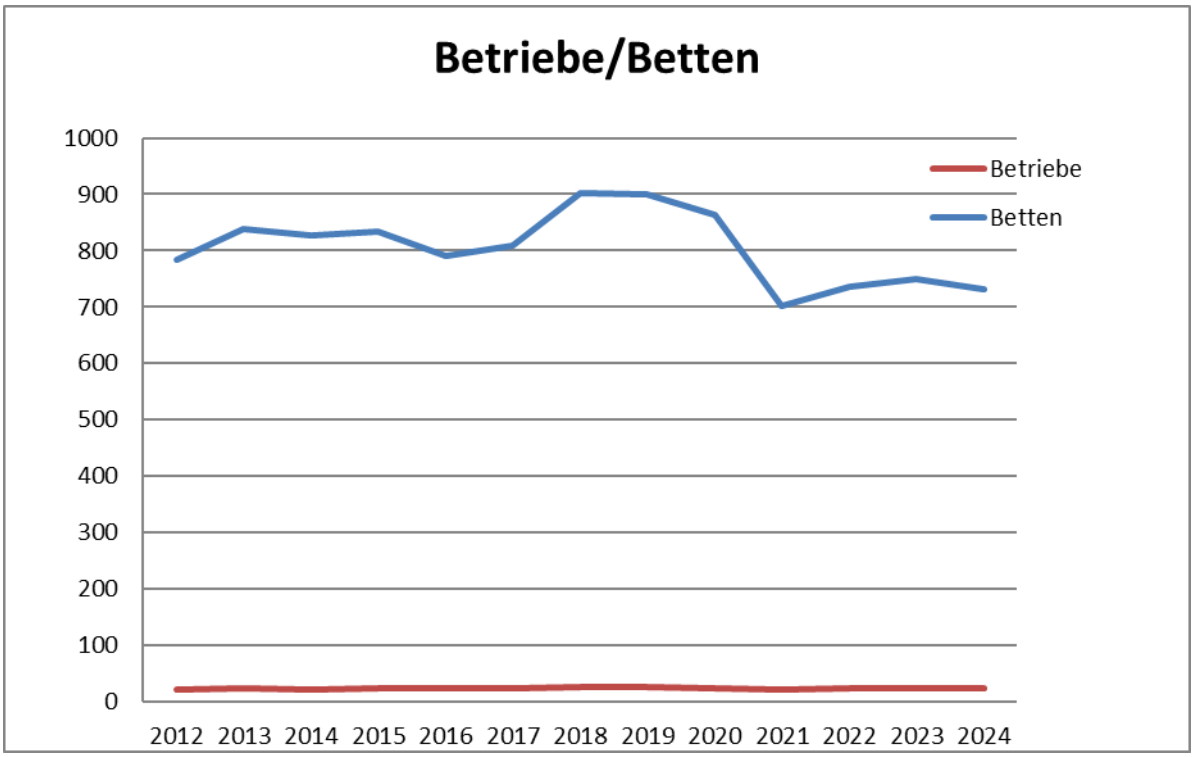
*seit Oktober 9 Betriebe (387 Betten)

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
2024	22*	732	45 347	5 608	91 056	17 107

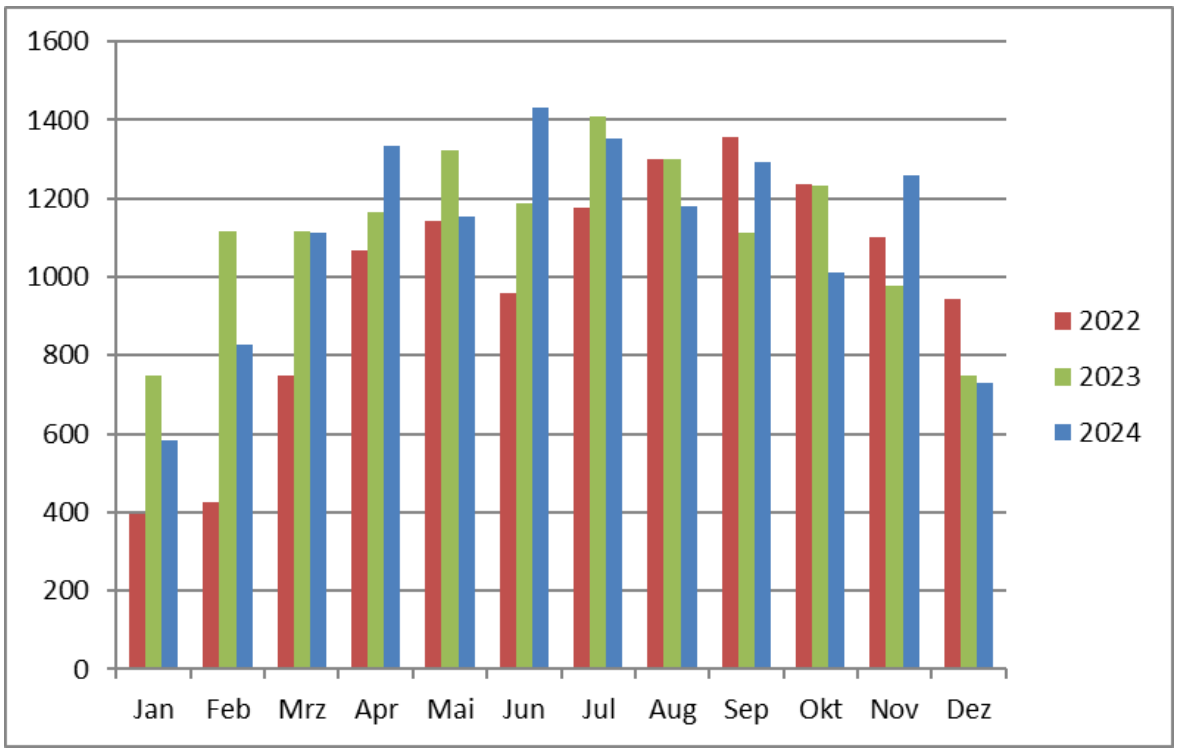
*Seit Oktober 21 Betriebe


Ankünfte/Übernachtungen
140000
120000
100000
80000
60000
40000
20000
0
2012 2013 2014 2015 2016 2017 2018 2019 2020 2021 2022 2023 2024
Übernachtungen
Ankünfte

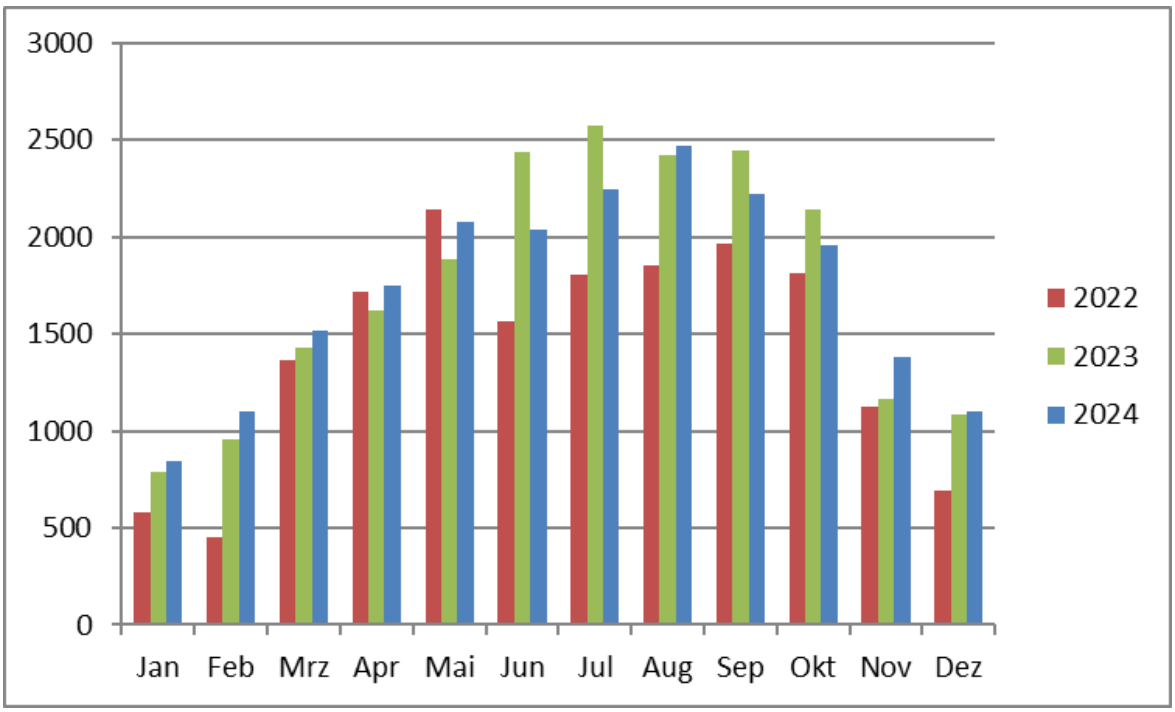

Betriebe/Betten
1000
900
800
700
600
500
400
300
200
100
0
2012 2013 2014 2015 2016 2017 2018 2019 2020 2021 2022 2023 2024
Betriebe
Betten

Die monatliche Verteilung der Übernachtungen:

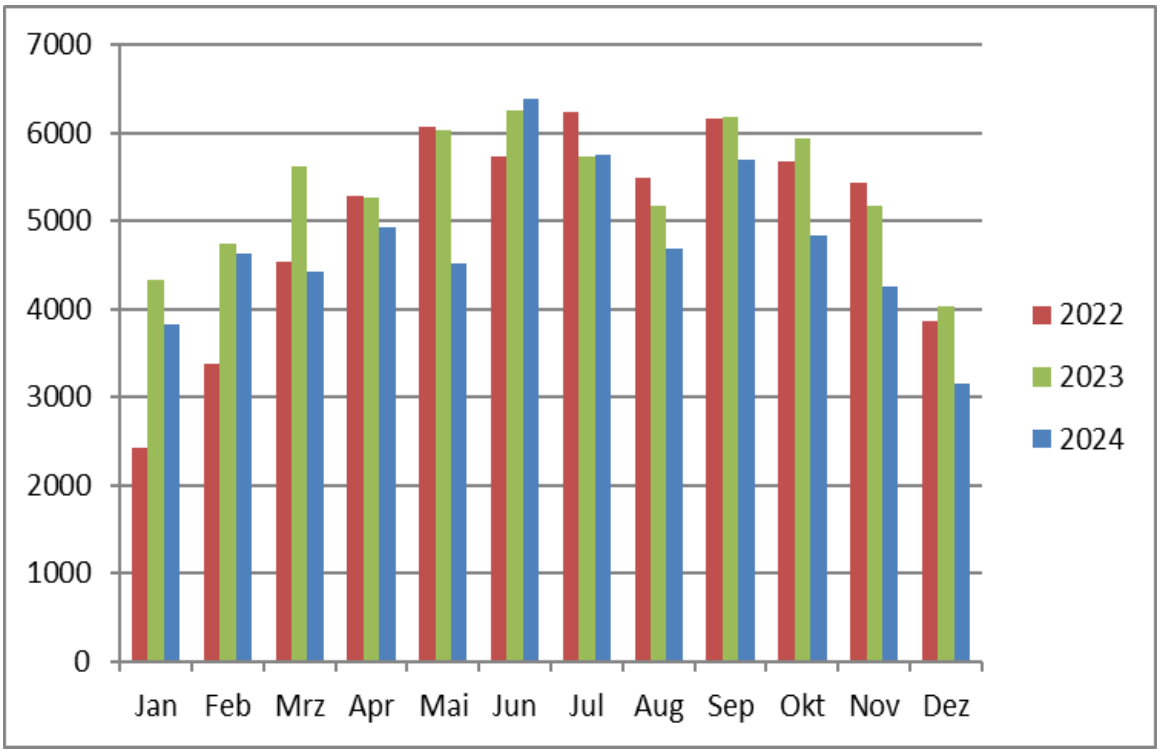
Bönnigheim



Besigheim



Bietigheim-Bissingen



4.1.2 Übernachtungen auf Wohnmobilstellplätzen

Jahr	Bönnigheim	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
2024	605	698	1.649

4.2 Stadtführungen

	Bönnigheim		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
2024	3.318	179	5.329	305	4.763	285

Hinzu kommen noch die Nutzer der Lauschtouren. Nachfolgend werden die Downloads aufgeführt. Erfahrungsgemäß wird einer Lauschtour zu mehreren gelauscht. D.h. eine Person 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

	Bönnigheim	Besigheim	Bietigheim-Bissingen	3B-Land-Rad-Lauschtour
2021	177	242	277	
2022	362	572	721	
2023	400	647	737	370
2024	366	752	735	463

4.4 Touristische Wertschöpfung im 3B-Land

Die neueste Studie für die Bestimmung des Wirtschaftsfaktor Tourismus wurde 2024 vom Kraichgau-Stromberg Tourismus e.V. in Auftrag gegeben. Die Studie wurde vom Deutschen Wirtschaftlichen Institut für Fremdenverkehr e.V. an der Universität München (dwif) durchgeführt. Es wurde u.a. ermittelt, welche touristischen Ausgaben in der Region Kraichgau-Stromberg von Übernachtungs- und Tagesgästen getätigt werden.

Der Übernachtungsgast in gewerblichen Beherbergungsbetrieben von mehr als neun Betten gibt nach dieser Studie 159,80 € in der Region Kraichgau-Stromberg aus. Bei den Übernachtungsgästen in Privatquartieren liegen die durchschnittlichen Ausgaben pro Kopf und Tag bei 90,80 €, Tagesgäste kommen pro Ausflug und Kopf auf 29,10 €. Touristikcamper geben 33,50 € pro Person und Tag aus. Direkte Profiteure des Tourismus sind mit 44 % das Gastgewerbe, 35 % der Einzelhandel und 21 % der sonstige Dienstleistungssektor.

Die gewerblichen Übernachtungen (Betriebe mit mehr als 9 Betten) liefert die amtliche Beherbergungsstatistik. Das Gesamtangebot des Segments der Privatanbieter (Ferienwohnungen, Gästezimmern mit bis zu 9 Betten) wird, da keine Statistiken hierzu vorliegen, primär erhoben oder geschätzt. Wie Eingangs des Berichtes erwähnt, ist das Angebot von privaten Anbietern auf Online-Buchungsblattformen enorm gestiegen. Diese Betriebe sind fast ausschließlich nur auf diesen Plattformen präsent. So sind in den 3B-Städten auf Airbnb insgesamt 55 Anbieter mit zusammen 175 Betten gezählt worden. Von diesen Anbietern befinden sich 35 (98 Betten) in Bietigheim-Bissingen, 17 (63 Betten) in Besigheim und 3 (14 Betten) in Bönnigheim. Hinzu kommen 26 Anbieter mit insgesamt 108 Betten, die in den 3B-Medien geführt sind. Lediglich drei dieser Betriebe sind sowohl bei Airbnb als auch bei 3B präsent. Das ergibt eine gesamte Angebotskapazität von 78 Betrieben bzw. 275 Betten. Bei der Gesamtsumme sind die drei Betriebe nur einmal erfasst, die sowohl bei Airbnb als auch bei 3B aufgeführt sind.
Demnach ergibt sich bei 365 Tagen im Jahr ein maximales Angebotsvolumen von 100.375 Nächtigungen. Setzt man eine Auslastungsquote von 35 % an, so ergeben sich für die 3B-Städte 35.131 Übernachtungen bei privaten Anbietern.

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

91.056 Übernachtungen in gewerblichen Betrieben	à 159,80 €	14.550.749 €
35.131 (geschätzt) Übernachtungen bei privaten Anbietern	à 90,80 €	3.189.895 €
6.500 (geschätzt) Übernachtungen auf Wohnmobilplätzen	à 33,50 €	217.750 €
920.000 (geschätzt)Tagesgäste*	à 31,10 €	28.612.000 €
		46.570.394 €

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 1.164.260 €.

*Laut der oben zitierten dwif-Studie werden im Verbandsgebiet des Kraichgau-Stromberg Tourismus 14,5 Millionen Tagesreisen unternommen, was etwa 20 Tagesreisen pro gewerbliche Übernachtung bzw. 12 Übernachtungen pro Übernachtung insgesamt 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 3B-Städte 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.