

3B-Rechenschaftsbericht 2025

Inhalt:

1. Allgemeine touristische Entwicklung	S. 1 - 7
2. Produkte und Werbeaktivitäten	S. 8 - 15
3. Aufwendungen und Finanzierung	S. 16 - 18
4. Touristische Kennzahlen und Wertschöpfung	S. 19 - 23

1. Allgemeine touristische Entwicklung

Der Landestourismus in Baden-Württemberg verzeichnete im Gesamtjahr 2025 gegenüber dem Vorjahr mehr Gästeankünfte sowie leicht rückläufige Übernachtungszahlen. Nach Angaben des Statistischen Landesamtes kamen im Zeitraum Januar bis Dezember 2025 in den Beherbergungsbetrieben in Baden-Württemberg insgesamt 24,1 Millionen Gäste an. Damit erreichte die Zahl der Gäste ein neues Rekordniveau, das Plus gegenüber dem bisherigen Rekordwert aus dem Vorjahr beträgt 1,5 % bzw. 0,4 Millionen Gäste.

Auch die Zahl der Übernachtungen lag 2025 auf sehr hohem Niveau, allerdings konnte der Rekordwert aus dem Vorjahr nicht erreicht werden. Mit insgesamt 58,7 Millionen Übernachtungen verzeichnete der Tourismus in Baden-Württemberg einen leichten Rückgang von 0,3 % bzw. knapp 200.000 Übernachtungen gegenüber dem Höchststand aus 2024.

Die Region Stuttgart sowie das Gebiet des Kraichgau-Strombergs gehören zu den Verlierern im Land. In der Region Stuttgart gingen die Übernachtungen um 4,1 % zurück und im Gebiet des Tourismusverbands Kraichgau-Stromberg sind die Übernachtungen um 9 % gegenüber 2024 gesunken. Die Übernachtungsstatistik der 3B-Städte fällt sehr unterschiedlich aus. So ist Besigheim mit einem Rückgang von 1 % knapp unter dem Ergebnis von 2024 geblieben. Bönningheim verzeichnet einen satten Zuwachs von 31 %, was für die Stadt das bisherige Rekordergebnis bedeutet. In Bietigheim-Bissingen wurden 11 % weniger Übernachtungen registriert.

Ein Grund für den gravierenden Rückgang in Bietigheim-Bissingen ist auch auf die rückläufigen Übernachtungen von ausländischen Gästen zurückzuführen. So wurden gegenüber dem Vorjahr in Bietigheim-Bissingen Hotels knapp 2.500 weniger Übernachtungen aus dem Ausland registriert. Auch der Rückgang an Geschäftsreisen schlägt sich auf das negative Ergebnis nieder. Der im Juni 2026 veröffentlichte

DestinationsMonitor für Baden-Württemberg (vom YouGov Shopper Intelligence Travel & Mobility in Kooperation mit der Landesmarketingorganisation erstellt) beschreibt einen deutlichen Rückgang von minus 20 % an Übernachtungen von Geschäftsreisenden in Baden-Württemberg, private Aufenthaltstage haben dagegen leicht zugelegt. In der amtlichen Übernachtungsstatistik werden lediglich die Zahlen von Hotels mit mehr als 10 Betten geführt, nicht berücksichtigt sind hierin die Übernachtungen in Ferienwohnungen, Apartments, privaten Gästezimmern oder Wohnmobilstellplätzen. Laut DestinationsMonitor sorgen bei Urlaubsreisen vor allem Apartments und Ferienwohnungen für ein Wachstum an Übernachtungsgästen. Mittlerweile entfällt mehr als jede vierte Urlaubsreise auf diese Form von Unterkünften. Unterkünfte, die vor allem auf Airbnb angeboten werden, haben im 3B-Land massiv zugenommen. So wurden für Bönningheim, Besigheim und Bietigheim-Bissingen auf dieser Plattform vor einem Jahr noch knapp 60 Anbieter mit ungefähr 175 Schlafplätzen gezählt. Bei einer kürzlich durchgeführten Abfrage weist Airbnb allein für das Stadtgebiet Bietigheim-Bissingen rund 70 Ferienunterkünfte aus. In Besigheim kommen etwa 25 und in Bönningheim aktuell 7 Unterkünfte dazu. Aber auch in den Partnerkommunen im 3B-Land wächst das Angebot an Unterkünften kontinuierlich. Zu den Unterkunftsarten zählen ganze Wohnungen, Einliegerwohnungen, Tiny Houses und private Gästezimmer. Demnach hat sich das Angebot an privat vermieteten Ferienwohnungen in einem Jahr fast verdoppelt, wogegen das Angebot an Hotelbetten in der Summe leicht abgenommen hat.

Ein erneut gutes Ergebnis gab es bei den Übernachtungen auf den Wohnmobilstellplätzen im 3B-Land. Noch nie wurden auf dem städtischen Stellplatz in Bietigheim-Bissingen so viele Wohnmobile gezählt wie 2025. Trotz des Ausfalls des Parkscheinautomaten von Mitte November bis Ende März 2026 konnte mit 1.690 zahlenden Fahrzeugen ein neuer Höchstwert erreicht werden. Besigheim hat gegenüber dem Vorjahr auch ordentlich zulegen können. Auf dem Platz in Besigheim haben 938 Wohnmobile campiert. Das waren 240 mehr als 2024. In Bönningheim wurde mit 596 Wohnmobilen (605 im Jahr 2024) nahezu das gleiche Ergebnis wie ein Jahr zuvor erzielt.

Die Anzahl der Stadtführungen durch die Altstädte ist relativ stabil geblieben. In Besigheim wurden 2025 mit 310 Gruppen zwar 5 Gruppen mehr als 2024 registriert, jedoch waren einige Gruppen kleiner. Die absolute Teilnehmerzahl ging von 5.329 auf 4.830 Teilnehmer zurück. In Bietigheim-Bissingen wurde 2025 exakt eine Führung mehr durchgeführt als im Jahr zuvor. An den 286 Stadtführungen nahmen 4.980 Gäste teil. Die Teilnehmerzahl ist somit um 217 gegenüber dem Vorjahr gestiegen. In Bönningheim ist die Teilnehmerzahl bei Stadtführungen von 3.318 auf 3.051 zurückgegangen. Ein wesentlicher Grund hierfür ist, dass ein Gästeführer, dessen Führungen besonders beliebt waren, seine Tätigkeit beendet

hat. Dies wirkt sich auch auf die Zahl der Gruppenführungen (2025: 165) aus. Im Vergleich zum Vorjahr wurden in Bönningheim 14 Gruppenführungen weniger durchgeführt.

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. Positiv zu werten ist der Zuwachs beim Angebot an privaten Gästezimmern und Ferienwohnungen wie auch die Zunahme an Weinerlebnisführungen und Genusstouren. 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.

Experten bewerten die Reisenachfrage im Jahr 2026 trotz globaler Krisen und wirtschaftlicher Belastungen als erstaunlich robust und stabil auf hohem Niveau. Die Analysen renommierter Brancheninstitutionen wie der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (FUR) oder der Stiftung für Zukunftsfragen zeigen, dass Urlaub für Verbraucher weiterhin eine absolute Konsumpriorität besitzt. Anstatt komplett auf Reisen zu verzichten passen Konsumenten ihr Buchungsverhalten flexibel an die veränderten Rahmenbedingungen an.

Laut der Reiseanalyse planen 76 % der Bevölkerung 2026 fest eine Urlaubsreise ein. Der Urlaub gilt in Krisenzeiten als notwendiger Gegenpol zur Alltagsbeschleunigung und zur mentalen Erholung. Um ihr Reisebudget abzusichern, sparen Verbraucher im Alltag eher bei Anschaffungen wie Möbeln, Autos oder beim Restaurantbesuch. Trotz steigender Preise für Kerosin, Hotels und Flüge bleibt die Reisebereitschaft so hoch, dass die Gesamtausgaben für Reisen 2026 neue Höchststände erreichen. Laut der Deutschen Zentrale für Tourismus verlagert sich aufgrund von Sicherheitsbedenken im Nahen Osten und dem östlichen Mittelmeerraum die Nachfrage stark nach West- und Nordeuropa sowie in stabile Eigenanreiseländer. Deutschland bleibt laut der Stiftung für Zukunftsfragen mit rund 35 % Marktanteil das mit Abstand beliebteste Gesamtreiseziel der Bundesbürger. Das Inland profitiert stark vom Wunsch nach kalkulierbaren Kosten sowie dem Bedürfnis nach politischer Stabilität und Sicherheit. Experten gehen davon aus, dass Kurzreisen 2026 aufgrund von wirtschaftlichem Druck als kostengünstige und flexible Alternative besonders im Inland steigen werden. Laut Reiseanalyse wird von über 90 Millionen Kurzreisen (2-4 Tage) ausgegangen, die zu etwa 72 % im Inland unternommen werden.

Stark nachgefragt sind Ferienwohnungen, All-Inclusive-Hotels und Camping. Das Hotel bleibt klar die dominierende Unterkunftsform, verliert aber leicht gegenüber der wachsenden Beliebtheit privater Unterkünfte.

Die oben zusammengefassten Aussagen und Ergebnisse der zitierten Studien zielen in erster Linie auf den Übernachtungstourismus ab. Ein wesentlicher Wirtschaftsfaktor ist daneben der Tagestourismus. Das dwif (Deutsches Wirtschaftliche Institut für Fremdenverkehr e.V. an der Universität München) hat in seiner Studie aus dem Jahr 2025 für die Region Stuttgart ein Aufkommen von rund 125 Millionen Tagesreisen ermittelt. Der hier generierte Umsatz von 4,2 Milliarden Euro übersteigt den des gesamten Beherbergungssektors (Hotels, Camping, Ferienwohnungen, Privatvermieter, Bekannte/Verwandte) fast um das doppelte. 2024 hat das dwif das Tagestourismusaufkommen im Gebiet Kraichgau-Stromberg untersucht. Anhand dieser Untersuchung werden in die Region Kraichgau-Stromberg 14,5 Millionen Tagesausflüge mit einem Umsatzvolumen von 422 Millionen Euro unternommen. Der Markt für Tagesausflüge verfügt über ein erhebliches wirtschaftliches Potenzial und generiert sowohl für die Leistungsträger als auch für die einzelnen Kommunen relevante 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 aus dem Jahr 2025 fahren knapp 40 Millionen Menschen in Deutschland Fahrrad. Viele unternehmen Radreisen und Tagesausflüge. So wurden 2025 3,3 Millionen Urlaubsreisen mit mehr als drei Tagen, 4,2 Millionen Radkurzreisen und 361 Millionen Tagesausflüge unternommen. Interessant ist, dass Radurlauber verstärkt die Bahn für An- und Abreisen nutzen. Hier liegt der Anteil bei 37 %, bei der klassischen Urlaubsreise liegt dieser Anteil gerade mal bei 10 %. Radreisende wünschen sich laut dieser Studie ausdrücklich eine unkomplizierte Anreise mit der Bahn. 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 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.

Ein weiteres Segment für den Tourismus im 3B-Land ist das Thema Wandern. Auch der Wandertourismus ist strukturell gut erforscht, jedoch weniger systematisch und aktuell dokumentiert als der Radtourismus. Die wichtigsten Quellen sind der Deutsche Wanderverband (DWV) und die BTE Tourismus- und Regionalberatung. Demnach ist der Wandertourismus in Deutschland ein zentraler Wirtschaftsmotor, insbesondere für den ländlichen Raum. Rund 69 Prozent der Bevölkerung wandern aktiv, was dem Sektor eine enorme wirtschaftliche Bedeutung verleiht. Die jährliche Wertschöpfung liegt bei insgesamt rund 11,5 Milliarden Euro. Davon entfallen etwa 7,8 Milliarden Euro auf direkte Ausgaben in den Urlaubsregionen und 3,7 Milliarden Euro auf die Wander- und Outdoorausrüstung. Entgegen alten Klischees profitieren vor allem die lokale Gastronomie (58 % des Umsatzes), der Einzelhandel (18 %) und die Beherbergungsbetriebe (14 %). Gefragt sind vor allem zertifizierte Qualitätsregionen mit guter digitaler und analoger Infrastruktur. Bei den Unterkünften dominieren komfortable Hotels und Pensionen sowie der boomende Camping- und Wohnmobil-Sektor.

Letzterer ist für das 3B-Land mittlerweile zu einem wichtigen, allerdings auch noch ausbaufähigem Angebotssegment geworden. Im Wohnmobiltourismus sehen Experten ein enormes Potenzial. Dies verdeutlicht die Entwicklung der Neuzulassungen von Fahrzeugen im Verhältnis zur Entwicklung der angebotenen Stellplätze. Der Wohnmobil-Tourismus verzeichnet in Deutschland ein kontinuierliches Wachstum. Mit über 75.000 Neuzulassungen im Jahr 2025 hat der Gesamtbestand an zugelassenen Reisemobilen die Marke von einer Million Fahrzeugen überschritten. Demgegenüber wächst das Angebot an Infrastruktur langsamer. Die Zahl der ausgewiesenen Reisemobilstellplätze stieg laut Branchenanalysen des dwif auf bundesweit über 5.400 Plätze, was häufig zu Kapazitätsengpässen führt. Wirtschaftlich generiert das Segment eine jährliche Wertschöpfung von über 20 Milliarden Euro. Davon entfällt ein erheblicher Teil auf direkte Konsumausgaben in den Zielregionen. Reisemobilisten geben pro Kopf und Tag im Schnitt zwischen 50 und 60 Euro vor Ort aus, wovon primär die lokale Gastronomie und der Einzelhandel profitieren.

Mit Radtouristen, Wanderurlaubern, Wohnmobilisten sowie Genussreisenden finden vier wichtige und boomende 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 wird ungebrochen hoch bleiben. Das zeigt schon die enorme Anzahl an zugelassenen Wohnmobilen in Deutschland. Daher ist jede Investition seitens der Kommunen, aber vor allem von privaten Akteuren sinnvoll. Hier sollte von Seiten der Kommunen und Behörden Unterstützung und Hilfestellung erfolgen. Um diesem Trend zu entsprechen könnten auch bei Hofläden, Weingüter oder Gastronomen Stellplätze geschaffen werden. Da bei solch kleinen Stellplätzen Wasser- und Stromversorgung oder gar Sanitäranlagen nicht vordergründig sind, entfallen größere Investitionen. Bei den Gästen steht der Konsum beim Anbieter im Vordergrund. Der Leistungsträger erlangt so eine zusätzliche Einnahmequelle. Auch das Angebot nach alternativen Formen von Übernachtungsmöglichkeiten, bspw. „Weinfässer“ oder Weinberghütten, liegt in der Gunst der Nachfrager. Das Statistische Bundesamt und die im Bericht zitierten Studien haben 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 private Investoren sollten dies in Betracht ziehen. Hier sind neben den Beherbergungsbetrieben auch Weingüter oder Bauernhöfe gefragt. Wie eingangs beschrieben, ist das Angebot an Ferienwohnungen, Apartments, Privatzimmern und gar Tiny Houses enorm gestiegen. Die Angebotsvielfalt und Zunahme an Kapazitäten zeigen, dass Nachfrage besteht und dass das 3B-Land für Gäste sehr attraktiv ist.

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, Caravaning 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 und Schaffen von Wohnmobil- und Campingplätzen, 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 Neckar- und Enztal. 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 bereits ein bwegt-Wanderweg in der Region initiiert. Ein weiterer bwegt Wanderweg wird dieses Jahr zwischen Walheim und Bönningheim ausgeschildert. Die Schaffung von Weingenussplätzen oder die Errichtung der Steillagenrunden 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. 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. Mit rund 50 Millionen Euro an geschätzten Einnahmen ist der Tourismus ein relevanter Wirtschaftsfaktor für die 3B-Städte. Die hierin beschäftigten Arbeitsplätze sind nicht exportierbar und die Wertschöpfung erfolgt vorort.

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 2026, 6.000 Auflage
- 3B-Impressionen, Nachdruck, 4.000 Auflage
- 3B-Wein-Höhepunkte, 25.000 Auflage
- 3B-Rad-Lauschtouren, Nachdruck, 4.000 Auflage
- 3B-Stadtführungen 2. HJ 2025 und 1. HJ 2026, je 2.000 Auflage
- 3B-Veranstaltungen 2026, 4.000 Auflage
- 3B-Weinerlebnisse 2026, 4.000 Auflage
- 3B-Wohnmobillflyer, 4.000 Auflage
- 3B-Radkarte, 15.000 Auflage
- 3B-Wanderkarte, 15.000 Auflage
- Plakate und Banner Wein-Höhepunkte

Darüber hinaus wurden folgende Messen und Promotion-Veranstaltungen besucht:

- | | |
|---------------------------------|-----------------------|
| • Landratsamt Ludwigsburg | August/September 2025 |
| • Jubiläum 50 Jahre Bi-Bi | 06.07.2025 |
| • Radaktionstag Bi-Bi | 20.07.2025 |
| • Reisen & Caravan, Erfurt | 30.10.-02.11.2025 |
| • ReiseLust, Bremen | 07.-09.11.2025 |
| • CMT, Stuttgart | 17.-25.01.2026 |
| • Reisemesse A/FAIR Augsburg | 30.01.-01.02.2026 |
| • Freizeitmesse, Saarbrücken | 21./22.02.2026 |
| • ADFC-Radreisemesse, Siegburg | 08.03.2026 |
| • ADFC-Radreisemesse, Frankfurt | 15.03.2026 |
| • Steillagentag, Besigheim | 26.04.2026 |
| • Heimattage BW, Oberkirch | 16./17.05.2026 |

Die nachfolgend aufgeführten Werbemaßnahmen wurden durchgeführt und Produkte entwickelt:

3B-Glanzpunkte

Die beliebte Reihe der 3B-Glanzpunkte widmete sich 2025 dem Thema Kirchen und Glaube. Unter dem Motto „Sünder, Pfarrer, Heilige - Kirche(n)geschichten aus der alten Stadt“ fanden im Frühjahr und im Herbst Führungen durch die Altstädte in Besigheim, Bönningheim und Bietigheim-Bissingen statt. In diesem Jahr lautet das Thema: „Burgen, Schlösser, Untertanen – Schutz und Schirm in der Alten Stadt“.

Bwegt-Wanderwege

Gemeinsam mit bwegt - Regionalverkehr in Baden-Württemberg – wird derzeit ein gut 13 km langer Wanderweg zwischen dem Bahnhof Walheim und der Haltestelle Burgplatz in Bönningheim konzipiert. Der Weg verläuft ab Walheim durch das Baumbachtal, durch Erligheim, über die Florianshütte, entlang des Michaelsberg nach Bönningheim. Dies wird nach den beiden bwegt-Wanderwegen zwischen den Bahnhöfen Besigheim und Bietigheim-Bissingen und den Bahnhöfen Lauffen und Kirchheim der dritte im 3B-Land sein. Auch bei diesen hat das 3B-Tourismus-Team bei der Ausarbeitung mitgewirkt. Die Wanderwege werden von bwegt auf deren Homepage sowie über deren Social-Media-Kanäle ausgespielt. Die Kosten für die Schilder und Infotafeln wurden zu 100% von bwegt übernommen. In den kommenden Jahren sollen weitere bwegt Wanderwege im 3B-Land entwickelt werden. So wird eine Verbindung zwischen den Städten Bietigheim-Bissingen und Ludwigsburg und eine weitere im Neckartal untersucht. Wichtig hierbei ist eine gute ÖPNV-Anbindung

Outdooractive und Komoot

Alle 3B-Wander- und Radtouren sind in den Portalen outdooractive und Komoot geführt. Seit 2025 läuft auf Komoot eine Rad-Collection mit den mittlerweile 32 Partnern der Deutschen Fachwerkstraße in Baden-Württemberg. Außerdem ist seit 2025 eine eigene Wander-Collection mit allen 3B-Wanderwegen auf Komoot präsent. 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. Über die in den Neuauflagen der Rad- und Wanderkarten integrierten QR-Codes können Nutzer die Touren bequem auf Komoot, Outdooractive und/oder mein.toubiz aufrufen und herunterladen.

Social Media

2016 ging die 3B-Facebookseite online. Die Anzahl der Facebook-Follower beträgt aktuell rund 1.370. Das sind 100 Follower mehr als vor einem Jahr. Im Berichtszeitraum, von Juni 2025 bis Mai 2026, wurden in 12 Monaten 77 Beiträge auf der 3B-Facebookseite gepostet.

Im Juli 2020 wurde die Instagram-Seite des 3B-Landes eingerichtet. Seitdem folgen der Seite rund 1.580 Follower, ca. 280 mehr als im Juni 2024. Von Juni 2025 bis Mai 2026 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

Im vergangenen Jahr wurden zahlreiche Inhalte und Funktionen in die Website integriert und kontinuierlich weiterentwickelt. So wurde beispielsweise der Veranstaltungsbereich um eine erweiterte Suchfunktion ergänzt, die es Nutzern ermöglicht, Veranstaltungen gezielt nach verschiedenen Kategorien und Veranstaltungsarten zu filtern. Darüber hinaus wurden zusätzliche Inhalte aus Ingersheim eingebunden.

Um eine hohe Datenqualität und Aktualität sicherzustellen, werden die Inhalte der Website fortlaufend geprüft, aktualisiert, ergänzt und bei Bedarf ausgetauscht. Dies ist von besonderer Bedeutung, da die bereitgestellten Informationen nicht nur den Website-Besuchern direkt zur Verfügung stehen, sondern auch in verschiedenen KI-gestützten Anwendungen und Modulen genutzt werden. Vollständige, strukturierte und korrekte Inhalte tragen daher wesentlich dazu bei, den Nutzern verlässliche und hilfreiche Informationen bereitzustellen.

Auf einen umfassenden Relaunch der Website wird aus wirtschaftlichen Gründen derzeit verzichtet. Stattdessen liegt der Schwerpunkt auf der kontinuierlichen Pflege, Erweiterung und Qualitätssicherung der Inhalte, um den größtmöglichen Nutzen für die Besucher zu gewährleisten.

Genuss-Wandertag „3B-Wein-Höhepunkte“

Im letzten Jahr fand am 10. August der Genuss-Wandertag 3B-Wein-Höhepunkte statt. Auf gut 17 km führte die Genuss-Runde von Walheim über Kirchheim, Hohenstein, Hofen zurück nach Walheim. 17 Stände luden die Wanderer zu Wein, kulinarischen Leckerbissen, Musik, Mitmach-Aktionen und Infoständen ein. Ein für die Teilnehmer kostenloser Busshuttle pendelte im Stundentakt zwischen 9:30 Uhr und 19:30 Uhr zwischen Kronenzentrum Bietigheim-Bissingen, Besigheim, Walheim, Kirchheim, Hohenstein, Bönnigheim, Hofen, Erligheim und Löchgau. Bei der Veranstaltung wurden über 2.800 Gläser verkauft. Da mittlerweile die meisten Wanderer ihr eigenes Glas mitbringen, kann von einer sehr hohen

Teilnehmerzahl ausgegangen werden. Die Firmen Bär Schuhe und Winkels konnten als Werbepartner gewonnen werden.

Dieses Jahr findet die Genusswanderung am 9. August mit 18 Genussständen zwischen Bietigheim-Bissingen, Ingersheim und Besigheim statt. Es wird wieder eine eigene Event-Shuttle-Linie angeboten. Ab Haltestelle Bietigheim-Bissingen ZOB pendelt der Bus-Shuttle zwischen Bietigheim-Bissingen, Ingersheim, Kleiningersheim und Besigheim. Aufgrund der hohen Auslastung der ersten Busse fährt der Shuttle in diesem Jahr von 10:10 Uhr bis 12:10 Uhr alle 30 Minuten. Die Fa. Spillmann 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 wieder als Werbepartner gewonnen werden.

Die Veranstaltung genießt mittlerweile eine weitreichende Bekanntheit und hat sich als bedeutender Werbeträger für Wein, Genuss und Natur etabliert. Sie wirkt weit über die Grenzen der 3B-Region hinaus und leistet einen wichtigen Beitrag zur positiven Wahrnehmung der beteiligten Städte, Gemeinden und regionalen Erzeugern. Damit ist sie nicht nur ein Publikumsmagnet, sondern auch ein wertvoller Imageträger und wichtiger Werbefaktor für das 3B-Land.

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. Im Juni besucht eine Reisebloggerin aus Schweden die Region. Der Kontakt kam über die Deutsche Fachwerkstraße zustande. Daher liegt ihr Schwerpunkt insbesondere auf dem Thema Fachwerk. Darüber hinaus werden ihr jedoch auch die landschaftlichen Besonderheiten und Reize der Region vorgestellt.

Kürzlich war zudem ein Filmteam des SWR für Dreharbeiten in Bietigheim-Bissingen zu Gast. Bereits in einer im Herbst 2025 ausgestrahlten Sendung „Mit dem Traktor durchs Land

der 1000 Hügel“ der Reihe "Expedition in die Heimat“ wurden unter anderem das Besigheimer Winzerfest, das Weingut Dautel sowie Tipps und Anregungen für Radtouren im 3B-Land vorgestellt.

PR-Maßnahmen, Werbeaktivitäten und Messeauftritte schaffen wichtige Impulse für einen Besuch der Region. Sie führen sowohl zu individuellen Reisen als auch zu direkten Gruppenbuchungen und vermitteln Kontakte zu den lokalen touristischen Leistungsträgern.

Über das 3B-Tourismus-Team wurden im Jahr 2025 Reisearrangements mit insgesamt 70 Teilnehmern erfolgreich gebucht und durchgeführt. Durch den Vertrieb dieser Arrangements konnte ein Umsatz von 7.545 € erzielt werden (2024: 11.000 €). Für das laufende Jahr liegen bereits Buchungen mit insgesamt 120 Teilnehmern und einem geplanten Umsatz von rund 15.000 € vor. Dazu zählen unter anderem zwei größere Gruppen, die auf den Reismessen in Erfurt und Saarbrücken gewonnen werden konnten.

Auffällig ist die zunehmende Nachfrage nach reinen Beratungsleistungen. Immer häufiger lassen sich Gruppen bei der Planung unterstützen, buchen die einzelnen Leistungen jedoch anschließend direkt bei den jeweiligen Anbietern. Sämtliche über das 3B-Tourismus-Team vermittelten Angebote umfassten mindestens zwei Leistungen unterschiedlicher Anbieter. Darüber hinaus wurden zahlreiche Beratungen, beispielsweise für Betriebs- und Vereinsausflüge, durchgeführt. Die daraus resultierenden Buchungen erfolgten jeweils direkt bei den Leistungsträgern.

Besonders erfreulich ist, dass alle Gruppen von den beteiligten Leistungsträgern zuverlässig, termingerecht und in hoher Qualität betreut sowie beherbergt wurden. Dadurch konnten die Angebote für die Gäste zu einem rundum gelungenen Erlebnis werden. Hervorzuheben sind dabei die hohe Dienstleistungsorientierung, die ausgeprägte Servicebereitschaft sowie die Flexibilität der beteiligten Akteure.

Dieses Jahr im Herbst wird sich das 3B-Land gemeinsam mit dem Landkreis Ludwigsburg auf dem Landwirtschaftlichen Hauptfest auf dem Cannstatter Wasen präsentieren. Außerdem wird auf den beiden Reismessen in Erfurt und Bremen ausgestellt. Von Ende Juni bis Mitte August gastiert das 3B-Land im Foyer des Landratsamtes. Schwerpunkt der Ausstellung werden das 3B-Genuss-Wandern, die Weinevents und die Stadtführungen/Lauschtouren 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 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 Tourismusorganisationen, darunter der Kraichgau-Stromberg Tourismus e. V., die Regio Stuttgart Marketing- und Tourismus GmbH, die Tourimia Tourismus GmbH sowie der Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg (TMBW), Strategien für die digitale Entwicklung und touristische Vermarktung von Land und Regionen erarbeitet. Das 3B-Tourismus-Team wird sich auch künftig aktiv an diesen Kooperationen beteiligen und seine Expertise einbringen. Im Jahr 2025 wurde die Steillagen-App des Landkreises um Inhalte und Einträge aus Bietigheim-Bissingen erweitert. Das 3B-Tourismus-Team hat die Entwicklung und Umsetzung dieses Projekts aktiv begleitet und unterstützt. Durch die Einbindung der örtlichen Angebote und Sehenswürdigkeiten wird die digitale Sichtbarkeit der Region weiter gestärkt und Gästen ein zeitgemäßer, mobiler Zugang zu touristischen Informationen ermöglicht. Gleichzeitig trägt die App dazu bei, die Besonderheiten der Kulturlandschaft und des Weinbaus einer breiten Zielgruppe näherzubringen. Darüber hinaus plant die Deutsche Fachwerkstraße, ihre Aktivitäten in den sozialen Medien deutlich auszubauen. Ziel ist es, die Wahrnehmung der Mitgliedsorte zu erhöhen, neue Zielgruppen anzusprechen und die touristischen Angebote entlang der Route stärker in den Fokus zu rücken. Das 3B-Tourismus-Team wird sich aktiv an diesen Maßnahmen beteiligen und die zusätzlichen Kommunikations- und Vermarktungsmöglichkeiten nutzen. Durch die gemeinsame Präsenz auf digitalen Kanälen können Synergien geschaffen, Reichweiten erhöht und die Positionierung der Region als attraktives Reiseziel weiter gestärkt werden.

Rad- und Wanderwege

Ein wichtiger Bestandteil der laufenden Arbeit ist die Betreuung und Pflege der 3B-Wander- und Radwege. Die Beschilderung wird regelmäßig durch ehrenamtliche Wegewarte kontrolliert. Festgestellte Mängel werden an die Geschäftsstelle des 3B-Tourismus-Teams gemeldet und anschließend behoben. Größere Instandsetzungsmaßnahmen übernehmen die örtlichen Bauhöfe, während kleinere Arbeiten häufig direkt durch die Wegewarte oder das 3B-Tourismus-Team erledigt werden. Das im Jahr 2016 eingerichtete Wanderwegenetz umfasst rund 1.500 Markierungszeichen. Die kontinuierliche Pflege, Kontrolle und Instandhaltung stellen einen hohen organisatorischen Aufwand dar. Zur Unterstützung bietet der Kraichgau-Stromberg Tourismus e. V. über einen externen Dienstleister spezielle Module für die Wegepflege an. Diese können von den Kommunen beauftragt, müssen jedoch eigenständig finanziert werden. Im 3B-Land wird daher auf das bewährte Engagement der

ehrenamtlichen Wegewarte gesetzt. Ihr Einsatz leistet einen wichtigen Beitrag zur Qualität und Attraktivität der Wander- und Radwege und ermöglicht zugleich eine wirtschaftliche und effiziente Betreuung des Wegenetzes. Die Gewinnung, Koordination und Begleitung der Ehrenamtlichen erfordert zwar einen kontinuierlichen Aufwand, dieser zahlt sich jedoch in hohem Maße aus. Um die Qualität des Wegenetzes langfristig zu sichern, bleibt es daher eine zentrale Aufgabe, das Ehrenamt zu stärken, wertzuschätzen und neue Mitwirkende für dieses wichtige Engagement zu gewinnen.

Mit den bwegt-Wanderwegen und den Steillagenrunden wurde das Wegenetz im 3B-Land Jahr für Jahr um weitere attraktive Wandertouren bereichert. Auch die verschiedenen Weingenussplätze oder Hügelsofas laden Besucher und Einheimische gleichermaßen zum Verweilen ein und verbinden Natur-, Wein- und Aussichtserlebnis.

Die 3B-Land-Rad-Lauschtour und die vielen lokalen Rundtouren wie überregionalen Radwege erfreuen sich großer Beliebtheit bei Gästen und der lokalen Bevölkerung. Um das touristische Angebot weiter auszubauen, bieten sich zusätzliche Steillagen-Rundwege, Premium-Spazierwege oder digitale Erlebnisformate nach dem Vorbild der Lauschtouren an. Für die Umsetzung solcher Projekte stehen mit dem Förderprogramm „Landschaftspark Region Stuttgart“ des Verbands Region Stuttgart sowie dem Programm „Regionalentwicklung Neckarschleifen“ attraktive Fördermöglichkeiten zur Verfügung.

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 wurden 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. Nach außen tritt das Netzwerk unter dem Motto „Im Süden ganz oben“ auf. Alle Beteiligten arbeiten in touristischen Fragen eng zusammen. Die Tourismusorganisationen auf örtlicher Ebene bleiben weiter bestehen. 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 und Finanzierung

Im Jahr 2025 beliefen sich die touristischen Ausgaben auf insgesamt 83.662,40 €. Einige Positionen sind durch Dritte mitfinanziert. Mit Werbeeinträgen im Reisebegleiter, in der Rad- und Wanderkarte sowie der Webseite wurden 9.578,80 € erzielt. Der Genuss-Wandertag brachte durch die Beteiligungen der Weingüter, durch Werbeeinnahmen und den Verkauf der Gläser/Glasbags 16.582,20 € ein. Die Beteiligung Dritter an Messen und Promotion-Aktionen erzielte 2.611,89 €. Somit reduzierten sich die Netto-Ausgaben auf 54.889,51 €. Die neun kleineren Mitgliedskommunen finanzieren gesamt 23.101,20 €, die drei Städte Bönningheim, Besigheim und Bietigheim-Bissingen insgesamt 31.101,20 € der touristischen Sachkosten.

In der nachfolgenden Übersicht sind die einzelnen Netto-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 Tourismusborse	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 €

Projekt	Kosten
3B-Weinerlebnisse	301,47 €
3B-Stadtführungen	738,80 €

3B-Veranstaltungen	301,46 €
3B-Reisebegleiter	3.394,53 €
3B-Impressionen (Nachdruck + Aktualisierung)	2.557,37 €
3B-Wanderkarte	3.469,40 €
3B-Radkarte	2.446,20 €
3B-Wohnmobil-Broschüre	610,23 €
3B-Lauschtouren	526,22 €
Glanzpunkte	260,00 €
Beschilderung Radwege/Wanderwege	548,96 €
3B-Wein-Höhepunkte	8.152,65 €
3B-Homepage	1.882,48 €
Anzeigen/Onlinewerbung/Journalistenbetreuung	4.835,65 €
Social-Media-Werbung	150,96 €
Reisemesse Koblenz	260,02 €
ReiseLust Bremen	1.649,75 €
Reisemesse Erfurt	2.571,95 €
ADFC-Radreisemessen Frankfurt und Bonn	192,78 €
Heimattage Baden-Württemberg	487,90 €
CMT Stuttgart 2025	7.222,22 €
CMT Stuttgart 2026	5.457,34 €
Freizeitmesse Saarbrücken 2026	1.904,22 €
Präsentationen sonstige + Messestand	2.938,15 €
Stadtführer	973,80 €
Sonstiges	1.055,00 €
	54.889,51 €

Die Kosten für das Jahr 2025 (*Vorjahr*) für die touristischen Aktivitäten des 3B-Landes belaufen sich insgesamt auf:

1. Personalkosten (inkl. Reisekosten)	124.202,97 € (116.664,63 €)
2. Allgemeine Sachkosten	38.517,59 € (37.009,92 €)
3. Tourist. Sachkosten (siehe Tab.)	54.889,51 € (61.604,35 €)
Gesamtkosten	217.610,07 € (215.278,90 €)

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

Bönnigheim:	16.394,58 € (Regio, KST, Dt. Fachwerkstr./ARGE Dt. FW-Städte)
Besigheim:	25.366,17 € (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 Oktober 2024 wurden die Gesamtkosten (ohne Mitgliedsbeiträge) auf die Städte und Gemeinden wie folgt umgelegt:

Bönnigheim:	48.066,76 € (49.254,92 €)
Besigheim:	48.066,76 € (49.254,92 €)
Bietigheim-Bissingen	98.375,35 € (98.374,97 €)
Partnerkommunen*:	23.101,20 € (17.947,60 €)

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

Zusätzliche Finanzierungsmöglichkeiten

Der Tourismus ist ein wichtiger Wirtschafts- und Standortfaktor. Er schafft Wertschöpfung, sichert Arbeitsplätze und erhöht die Attraktivität einer Kommune für Gäste und Einheimische gleichermaßen. Damit dies dauerhaft gelingt, sind Investitionen in touristische Infrastruktur, Kulturangebote, Veranstaltungen, Marketing und in das Tourismusmanagement notwendig.

Die finanzielle Situation vieler Kommunen ist angespannt. Steigende Ausgaben und sinkende Einnahmen erfordern die Prüfung zusätzlicher Finanzierungsquellen. Um die Tourismusarbeit dauerhaft sicherzustellen, braucht es daher eine verlässliche und langfristige Finanzierung.

Der Deutsche Tourismusverband (DTV) empfiehlt, die Finanzierung des kommunalen Tourismus auf mehrere Säulen zu stützen. Dazu gehören die Mittel aus dem kommunalen Haushalt, Beiträge der Gäste sowie Beiträge von Unternehmen, die vom Tourismus profitieren. Vor diesem Hintergrund kann die Einführung einer Bettensteuer (Übernachtungssteuer) eine zusätzliche und verlässliche Einnahmequelle für die Kommune darstellen. Die Einnahmen können dazu beitragen, das Tourismusmarketing sowie notwendige Investitionen in die touristische Infrastruktur langfristig abzusichern. Die Bettensteuer wird auf entgeltliche Übernachtungen in Hotels, Pensionen, Ferienwohnungen und bei privaten Vermietern erhoben. Sie wird vom Beherbergungsbetrieb eingezogen und an die Kommune abgeführt. Die Rechtmäßigkeit dieses Instruments ist durch die Rechtsprechung, einschließlich der Entscheidungen des Bundesverfassungsgerichts, bestätigt.

Vorteile der Bettensteuer

- Rechtssicher und bewährt: Die Bettensteuer ist bundesweit etabliert und rechtlich abgesichert.

- **Verlässliche Einnahmen:** Sie schafft eine planbare und dauerhafte Einnahmequelle für den kommunalen Haushalt.
- **Geringer Verwaltungsaufwand:** Im Vergleich zu anderen Abgaben ist die Erhebung einfach und effizient.
- **Verursachergerechte Finanzierung:** Gäste leisten einen angemessenen Beitrag zur Finanzierung der Infrastruktur und Angebote, die sie nutzen.
- **Politische Steuerungsmöglichkeit:** Die Einnahmen können durch Gemeinderatsbeschluss gezielt für Tourismus, Kultur oder Freizeitangebote eingesetzt werden.

Besonders sinnvoll ist es, die Erfahrungen der Städte Ludwigsburg und Stuttgart einzubeziehen, die die Bettensteuer ab Juli 2026 erheben. Die Nutzung dieser praktischen Erfahrungen kann dazu beitragen, den Einführungsprozess effizient zu gestalten und mögliche Herausforderungen frühzeitig zu berücksichtigen.

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 Auslands-gäste	Insgesamt	darunter Auslands-gäste	Insgesamt In %	In Tagen
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
2025	5	104	5 240	331	17 427	798	45,9	3,3

Statistik Besigheim

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
2025	7	195	11 581	638	20 436	1 941	28,7	1,8

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
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
2025	10	418	22 732	3 595	50 707	12 463	33,4	2,2

3B-Städte gesamt

Zeitraum	Betriebe	Betten	Ankünfte gesamt	darunter Auslandsgäste	Übernachtungen	darunter Auslandsgäste
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
2025	22	717	39 553	4 564	88 570	15 202

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
2025	596	938	1 690

4.2 Stadtführungen

	Bönnigheim		Besigheim		Bietigheim- Bissingen	
	Gesamt	Gruppen	Gesamt	Gruppen	Gesamt	Gruppen
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
2025	3.051	165	4.830	310	4.980	286

Zusätzlich werden auch die Anwendungen der Lauschtouren berücksichtigt. Nach Angaben des Anbieters wird eine Lauschtour häufig von mehreren Personen gemeinsam genutzt. Oft lädt eine Person die Tour herunter, während zwei oder mehrere Nutzer gemeinsam zuhören. Daher rechnet der Anbieter durchschnittlich mit zwei Personen pro Download. Die Nutzung der Lauschtouren findet überwiegend an Wochenenden zwischen Frühling und Herbst statt. Nach Einschätzung des Anbieters geht die Zahl der Nutzungen im Laufe der Jahre leicht zurück. Ein Grund dafür ist, dass in den ersten Jahren viele Einheimische die Lauschtouren ausprobieren. Später nimmt dieser Anteil in der Regel ab.

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

2025	329	692	700	419
------	-----	-----	-----	-----

4.4 Touristische Wertschöpfung im 3B-Land

Die Stuttgart-Marketing GmbH hat eine Studie zur Ermittlung des Wirtschaftsfaktors Tourismus in der Region Stuttgart für das Jahr 2025 in Auftrag gegeben. Durchgeführt wurde die Untersuchung vom Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Institut für Fremdenverkehr e. V. an der Universität München (dwif). Im Rahmen der Studie wurde unter anderem erhoben, welche Ausgaben Übernachtungs- und Tagesgäste in der Region Stuttgart tätigen.

Der Übernachtungsgast in gewerblichen Beherbergungsbetrieben ab zehn Betten gibt nach dieser Studie 197,50 € in der Tourismusregion Stuttgart aus. Bei den Übernachtungsgästen in Privatquartieren (<10 Betten) liegen die durchschnittlichen Ausgaben pro Kopf und Tag bei 91,50 €, Tagesgäste kommen pro Ausflug und Kopf auf 33,90 €. Wohnmobilisten geben 58,50 € pro Person und Tag aus.

Die gewerblichen Übernachtungen (>10 Betten)) liefert die amtliche Beherbergungsstatistik. Das Gesamtangebot des Segments der Privatanbieter (Ferienwohnungen, Gästezimmern) wird, da keine Statistiken hierzu vorliegen, primär erhoben oder geschätzt. Wie Eingangs des Berichtes erwähnt, ist das Angebot von privaten Anbietern auf Online-Buchungsplattformen enorm gestiegen. Diese Betriebe sind fast ausschließlich auf diesen Plattformen präsent. So sind in den 3B-Städten auf Airbnb insgesamt rund 100 Anbieter mit geschätzt 250 Betten registriert. Von diesen Anbietern befinden sich etwa 70 in Bietigheim-Bissingen, etwa 25 in Besigheim und 7 in Bönningheim. Hinzu kommen 25 Anbieter mit rund 100 Betten, die in den 3B-Medien geführt sind. Lediglich fünf dieser Betriebe sind sowohl bei Airbnb als auch bei 3B präsent. Das ergibt eine gesamte Angebotskapazität von rund 120 Betrieben bzw. geschätzten 300 Betten. Bei der Gesamtsumme sind die fünf Betriebe nur einmal erfasst, die sowohl bei Airbnb als auch bei 3B aufgeführt sind.

Demnach ergibt sich bei 365 Tagen und voller Auslastung im Jahr ein maximales Angebotsvolumen von fast 110.0000 Nächtigungen. Setzt man eine mittlere Auslastungsquote von 35 % der angebotenen Betten an, so ergeben sich für die 3B-Städte 38.500 Übernachtungen bei privaten Anbietern.

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

88.570 Übernachtungen in gewerblichen Betrieben	à 197,50 €	17.492.575 €
38.500 (geschätzt) Übernachtungen bei privaten Anbietern	à 91,50 €	3.522.750 €
6.500 (geschätzt) Übernachtungen auf Wohnmobilplätzen	à 58,50 €	380.250 €
895.000 (geschätzt) Tagesgäste*	à 33,90 €	30.340.500 €
		51.736.075 €

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 1.295.000 €.

*Laut der oben zitierten dwif-Studie werden in der Tourismusregion Stuttgart rund 125 Millionen Tagesreisen unternommen, was etwa 13 Tagesreisen 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.