

## Kreistagsdrucksache Nr. 087/16

AZ.  
GB4/792.12

### Tagesordnungspunkt

Bericht Tourismusförderung

#### Bericht

Sozial- und Kulturausschuss (öffentlich) am 28.09.2016

---

### Bisherige Aktivitäten und Ausblick auf weitere geplante Maßnahmen

#### Ausbau der .tübinger um:welten zur touristischen Dachmarke

Wie angekündigt soll die bereits etablierte Marke „tübinger um:welten“ als touristische Dachmarke ausgebaut werden, damit die vielen touristischen Angebote im Landkreis Tübingen einheitlich vermarktet werden können. Gemeinsam mit einer Marketingagentur wurde das Corporate Design der „tübinger um:welten“ angepasst und mit dem Ausbau der Homepage begonnen. Künftig sollen die touristischen Angebote aus dem Kreis themenbezogen auf einer Homepage sowie in Themenbroschüren gebündelt werden. Alle Sponsoren der .tübinger um:welten stehen dem Ausbau der Marke positiv gegenüber, so dass alle ausgelaufenen Verträge um drei Jahre verlängert werden konnten. Neben den Geld- und/ oder Sachleistungen stellen die Sponsoren wertvolle Werbemaßnahmen zur Verfügung, wie z. B. die Stadtwerke Tübingen, die auf Plakatflächen in Bussen auf die Energie-Radtour hinweisen. Über die vielseitigen Kommunikationskanäle der Sponsoren können die Angebote in den „tübinger um:welten“ optimal verbreitet werden und somit den Bekanntheitsgrad steigern.

#### Touristische Themenradtouren

Die Eröffnungsfahrt der „Streuobst-Tour für Kinder“ wurde am 24.04.2016 im Rahmen des Kurparkfestes in Bad Sebastiansweiler erfolgreich durchgeführt. Für die 10. und vorerst letzte Themen-Radtour konnte ein Hauptsponsor gefunden werden: die Firma TransVelo Fahrräder GmbH übernimmt neben der bereits bestehenden „Prima-Klima-Tour“ auch das Sponsoring für die, für Pedelecs konzipierte, „Burgen und Schlösser-Tour“. Die Tour startet in Rotenburg und verbindet in zwei Runden insgesamt 16 Burgen und Schlösser im Landkreis. Anhand des Tourenbuchs sowie durch Informationstafeln vor Ort werden die historischen Bezüge hergestellt. Die Beschilderung der Tour und die Erstellung des Tourenbuchs sind in Bearbeitung und sollen noch in diesem Jahr abgeschlossen werden. Zum Auftakt der neuen Radsaison im Frühjahr 2017 soll die offizielle Tour-Eröffnung stattfinden.

In Kooperation mit dem Schwäbischen Tagblatt wird zur CMT 2017 ein Übersichts-Tourenbuch, das alle 10 Thementouren beinhaltet, erstellt. Neben dem Vertrieb über die Kanäle der Tourismusförderung wird das Produkt dem Schwäbischen Tagblatt beigelegt, um auch die Bürgerinnen und Bürger aus dem Landkreis Tübingen zu erreichen.

Darüber hinaus sind derzeit die Portal-Einstiegstafeln für alle Themen-Touren in Bearbeitung. Diese werden die Radfahrer an den Einstiegsorten über den Tourenverlauf und die Erlebnisstationen informieren. Um weitere Besuchergruppen anzusprechen sind zudem an

gut frequentierten Orten, wie beispielsweise am Neckartal-Radweg weitere Informationstafeln geplant, die über das vielseitige Radangebot in den „tübinger um:welten“ informieren.

### **Neukonzeption Premiumwander- und Spazierwanderwege**

Die Entwicklung der Premiumwander- und Spazierwanderwege, bei der die Tourismusförderung die Gesamtkoordination übernommen hat, macht Fortschritte. Die vertieften Naturschutzprüfungen und die Kompromisslösungen für die Wegeführung in sensiblen Naturschutzbereichen sind nahezu abgeschlossen. Vorbehaltlich der Zustimmung aller Grundstückseigentümer stehen die Wegeverläufe für vier Premiumwander- und sechs Spazierwanderwege fest. Mit der über PLENUM geförderten Ausplanung der Möblierungs- und Beschilderungsstandorte wurde auf den ersten Wegen begonnen. Da das verbindende Element aller Wege die Streuobstwiesen und/oder der Weinbau ist, können die Premiumwege künftig gemeinsam unter dem Label „Wandergenuss am Fruchtrauf“ vermarktet werden. Die Stadt Mössingen hat sich dankenswerter Weise mit der kreisweiten Verwendung dieser Marke einverstanden erklärt. Durch ein gemeinsam koordiniertes Marketing werden die Mittel passgenau eingesetzt und die „tübinger um:welten“ können sich auf Augenhöhe mit anderen „Premiumwander-Destinationen“ vermarkten. Zudem bietet die Thematisierung des „Fruchtraufs“ die Möglichkeit, die Besonderheiten unserer Kulturlandschaft optimal darzustellen. Auch kann der Naturschutzaspekt der Streuobstwiesen, die für viele Tier- und Pflanzenarten als wichtiger Lebensraum und Nahrungsquelle dienen, herausgestellt werden. Im Sinne einer ganzheitlichen Regionalentwicklung wird die Wertschöpfung für Streuobst-Produkte und regionalen Wein weiter gesteigert. Zur CMT 2017 sollen erste Werbematerialien für die Premiumwege zur Verfügung stehen.

Der Qualitätsfernweg „Albsteig“ (HW1), der bei Mössingen den Landkreis tangiert, konnte unter Federführung des Schwäbische Alb Tourismusverbandes neu beschildert werden und wird seither als einer der 16 „top trails of Germany“ mit einer neuen Broschüre und einem Imagefilm prominent vermarktet.

### **Bildungsangebote der Akademie KulturGUT Tübingen**

In Zusammenarbeit mit der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit, Archiv und Kultur, dem Verein KulturGUT e.V., der Universität Tübingen und der VHS Tübingen wurde die „Akademie Kultur GUT“ ins Leben gerufen. Der kulturelle Reichtum der „tübinger um:welten“ als bekannter und etablierter Bildungsstandort soll genutzt werden, um buchbare Bildungsangebote im gesamten Kreisgebiet anzubieten. Die Angebote richten sich an Menschen, die ihre Bildungszeit sinnvoll nutzen möchten und dabei brauchbare Kompetenzen erwerben oder sich für ihr Engagement qualifizieren möchten. Da es sich bei den Angeboten der Akademie KulturGUT nicht um touristische Angebote im klassischen Sinne handelt, müssen die Vertriebsstrukturen für die Bildungsangebote weiter ausgebaut werden.

### **Marketingmaßnahmen**

Um die bereits bestehenden Angebote, insbesondere die Themen-Radtouren zu bewerben, wurden zahlreiche Maßnahmen im Bereich Marketing und Öffentlichkeitsarbeit realisiert. Neben dem Vertrieb der Tourenbücher auf Messen, CMT und TÜBIKE, wurden die Thementouren in die Rad- und Wanderkarten des Public Press- sowie des KOMPASS-Verlages aufgenommen. In Zusammenarbeit mit dem Schwarzwälder Boten wurde eine Ausflugskarte mit spezieller Bewerbung der Kinder-Touren erstellt, die als Beileger 100.000 Haushalte im Verbreitungsgebiet des Schwarzwälder Boten erreichte. Über den Deutschen Journalisten Dienst wurden drei Presseausendungen zu den Themen „Radeln mit Kindern“, „Genuss-Raderlebnis“ und „Unterwegs mit dem Pedelec“ mit einer Auflage von 4 Mio. Abdrucken beauftragt. Dadurch kann der Bekanntheitsgrad der tübinger um:welten in der gesamten Republik gesteigert werden. In der Ferienzeit hat ein Werbespot bei Antenne 1 die zu Hause Gebliebenen auf die Radangebote in den „tübinger um:welten“ aufmerksam gemacht.

## **Gremien- und Netzwerkarbeit**

Durch die intensive Mitarbeit in verschiedenen Gremien und Netzwerken können die touristischen Interessen des Landkreises optimal vertreten werden. Die Bündelungsfunktion der Tourismusförderung ermöglicht es, die touristischen Angebote aus dem Landkreis in verschiedenen Themen-Broschüren und auf den Webseiten der Partnerregionen und –vereinen auf der gesamten Alb zu präsentieren und so eine höhere Reichweite zu erzielen.

## **UNESCO Global Geopark Schwäbische Alb**

Der Geopark Schwäbische Alb ist seit November 2015 Mitglied der „UNESCO Global Geoparks“ und wurde so in seinem Status angehoben. Mit der Auszeichnung geht eine verstärkte Investition in die Themen Geotourismus, Geotopschutz, Geobildung und Regionalentwicklung einher. Neben dem Mössinger Bergrutsch ist Oftringen mit dem „Schneckenpflaster“ seit dem letzten Herbst Teil der Geopark-Kulisse. Die offizielle Ausweisung des neuen „Geopoints“ erfolgt am 18. September 2016 im Rahmen des „Tags des Geotops“, der in diesem Jahr am Oftringer „Schneckenpflaster“ gefeiert wird.

## **Schwäbisches Streuobstparadies – Streuobst-Radrouten**

In Zusammenarbeit mit dem Schwäbischen Streuobst-Paradies werden 2016 die überregionalen Streuobstradrouten ausgeschildert und über verschiedene Medien vermarktet. Dabei führen drei Etappen durch die Streuobstlandschaften im Landkreis Tübingen. An der Strecke liegende Betriebe und Sehenswürdigkeiten mit Streuobstbezug werden im begleitenden Tourenbuch, das zur CMT 2017 erscheinen soll, vorgestellt.

## **Naturpark Schönbuch**

In Kooperation zwischen der Tourismusförderung und der Naturpark Verwaltung wurde am 07.08.2016 der traditionelle „Brunch auf dem Bauernhof“ als Gemeinschaftsaktion aller Naturparke in Baden-Württemberg durchgeführt. Der Brunch fand auf dem Kreuzberger Hof der Familie Reutter statt. Zudem bringt sich die Tourismusförderung in das Projekt zur „modellhaften Entwicklung eines neuen Besucherleitsystems“ ein, das die Naturpark-Verwaltung derzeit in Zusammenarbeit mit der Hochschule in Rottenburg umsetzt. Dabei sollen die bestehenden und geplanten Wegenetze der Kreise in das neue Besucherleitsystem integriert werden. Gemeinsam mit dem Landkreis Böblingen wurden in einigen Naturpark-Gemeinden (Entringen, Breitenholz, Bebenhausen und Lustnau) Ortseingangstafeln sowie eine touristische Unterrichtstafel an der Autobahn 81 installiert, die den Naturpark Schönbuch noch mehr ins Bewusstsein der Menschen rücken sollen.

## **Neckartal-Radweg**

Innerhalb der Marketingkooperation Neckartal-Radweg ist eine neue Übersichtskarte in Planung. Zudem wurde der Internet- und socialmedia-Auftritt des Neckartal-Radweges überarbeitet und eine Kooperation mit „Deutschlands schönste Flussradwege“ initiiert. Dadurch kann insbesondere durch das gemeinsame Auslandsmarketing in den Quellmärkten Schweiz und Niederlande der Bekanntheitsgrad des Neckartal-Radweges gesteigert werden.

## **Weintourismus**

Auch der Weintourismus soll künftig prominenter vermarktet werden. So wurde eine Koordinierungsstelle auf Landesebene eingerichtet, die die Vermarktung der „Württembergischer Weinwege“ voranbringen soll. Der Kreis Tübingen profitiert davon besonders mit dem Württembergischer Weinradweg. In enger Zusammenarbeit mit dem Arbeitskreis Weinbau im Landkreis Tübingen wird derzeit eine gemeinsame Broschüre im Corporate Design der „tübinger um:welten“ erstellt. Zudem sollen buchbare Angebote für Individualreisende bereitgestellt und vermarktet werden.

