

## Kreistagsdrucksache Nr. 056/21

AZ.

Anlage: 1

### Tagesordnungspunkt

Bericht über die touristische Entwicklung im Landkreis Tübingen

#### Bericht

Sozial- und Kulturausschuss (öffentlich) am 30.06.2021

---

#### Aktuelle Lage im Tourismus

Die Tourismusbranche wurde von der Corona Krise so hart getroffen, wie kaum eine andere. Hotels, Gaststätten und Tourismusbetriebe sind seit nunmehr einem Jahr fast durchgängig geschlossen oder können nur unter erschwerten Bedingungen mit deutlich erhöhtem Aufwand und weniger Gästen ihre Betriebe wieder öffnen. Deutschlandweit wurde der Übernachtungstourismus mit einem Umsatzverlust von 34,7 Milliarden Euro getroffen, was auch die Betriebe im Kreis Tübingen spüren. Vor allem der Wegfall des Geschäftsreisetourismus, der rund um Tübingen durch die Nähe zur Messe und den großen Unternehmen in der Region bisher einen Hauptanteil der Übernachtungen ausmachte, lässt viele Übernachtungsbetriebe bangen.

Auch wenn die Inzidenzen derzeit sinken und erste Öffnungsperspektiven bestehen: Der inzwischen alltägliche Gebrauch von Onlineportalen und Kommunikationssoftware wird nach Schätzungen des Deutschen Tourismusverbandes auch längerfristig für einen Rückgang der Geschäftsreisen sorgen. Daher setzt die Tourismusförderung des Landkreises vermehrt auf Besucher\*innen, die ihren Kurzurlaub in der Region verbringen möchten. Hierfür wurde in den letzten Jahren durch Landkreis und Kommunen bereits eine gute Vorarbeit geleistet. Durch den kontinuierlichen Ausbau der touristischen Infrastruktur, insbesondere im Bereich von Rad- und Wanderangeboten hat der Kreis Tübingen bereits einiges zu bieten und ist optimaler Ausgangspunkt für einen Kurzurlaub auf der Schwäbischen Alb.

Ein neuer Leitfaden, der von der Tourismusförderung des Landkreises in Kooperation mit den Touristiker\*innen der Städte Tübingen, Rottenburg und Mössingen Anfang Mai herausgegeben wurde, soll die Tourismusbetriebe, insbesondere die Gastgeber\*innen im Landkreis Tübingen, bei der Vorbereitung auf die neue Zielgruppe unterstützen. Er gibt Tipps zur Vermarktung über die regionalen touristischen Highlights in der Region. Dazu gehören neben den Altstädten, Museen, Burgen und Schlössern insbesondere das große Angebot an Wander- und Radwegen in einer abwechslungsreichen Naturlandschaft. Der rund 20 Seiten starke Leitfaden enthält aber auch Informationen zu Zertifizierungsmöglichkeiten, dem Einsatz der AlbCard, der richtigen Darstellung im Internet oder der Entwicklung von buchbaren Angeboten. Ergänzend erhalten die Betriebe Zugang zu einem [Partnerbereich](#) auf der Homepage der Tourismusförderung. Dort steht beispielsweise Bild- und Textmaterial bereit, das ganz unkompliziert in die Homepage des eigenen Betriebes integriert werden kann. Zur Vermarktung vor Ort besteht die Möglichkeit, kostenfreie Broschüren zur Auslage zu bestellen. Viele weiterführende Links zu Tourismusverbänden und Partner\*innen sowie Informationen zum Einsatz der Luca-App ergänzen das Angebot des Leitfadens.

## **Weiterentwicklung der touristischen Infrastruktur und Entwicklung neuer touristischer Angebote im Kreis Tübingen**

Eine der Hauptaufgaben der Tourismusförderung ist der Ausbau und die Weiterentwicklung der kommunenübergreifenden touristischen Infrastruktur und die Entwicklung touristischer Angebote. Insbesondere im Bereich der Rad- und Wanderinfrastruktur laufen derzeit viele Projekte.

So ist der Landkreis an einer Qualitätsoffensive des Landes zur Attraktivitätssteigerung der Landesradfernwege beteiligt. Neben dem bereits mit 4 Sternen zertifizierten Neckartal-Radweg führen der Hohenzollern-Radweg und der Württemberger Weinradweg durch den Landkreis Tübingen. Künftig sollen alle Landesradfernwege in ihrer Streckenführung so optimiert werden, dass sie mit mindestens 3 Sternen vom ADFC zertifiziert werden können und es soll für jeden Radfernweg eine Geschäftsstelle eingerichtet werden. Für den Hohenzollern-Radweg übernimmt der Schwäbische Alb Tourismusverband die Geschäftsstelle. Die Koordination für den Württemberger Weinradweg wird von der Kooperationsgemeinschaft „Weinwege Württemberg“ übernommen. Die Radwege werden in Kürze von einem Planungsbüro befahren und auf Verkehrssicherheit und Attraktivität überprüft. Die Zertifizierung soll im kommenden Jahr erfolgen. Parallel wird bereits die themenspezifische Vermarktung der Landesradfernwege intensiviert. Sowohl der Hohenzollernradweg, der vom Remstal durch die Hohenzollerischen Lande an den Bodensee führt, als auch der Württemberger Weinradweg, der in Rottenburg am Neckar startet und auf den Spuren des Genusses durch das Weinland Württemberg führt, haben ein hohes Attraktivitätspotential und werden durch eine bessere Vermarktung für weitere Übernachtungen durch Radtouristen sorgen.

Zudem soll das gesamte Verbandsgebiet der Schwäbischen Alb als ADFC RadReiseRegion zertifiziert werden. Hierfür läuft derzeit ein Vorprüfungsprozess um den Status-quo der Rad-Infrastruktur in den Alb-Landkreisen zu ermitteln. Die Schwäbische Alb könnte mit einer Zertifizierung zur RadReiseRegion die größte ihrer Art in Deutschland und die erste in Baden-Württemberg werden, was eine große Chance für die Region darstellen würde. Neben der Nutzung der Zertifizierung als Instrument der Qualitätssicherung könnte eine bessere Bündelung von Radprodukten zur Orientierung für Gäste bzw. als gemeinsame Kommunikationsbasis und Vermarktungsstrategie dienen.

Auch für Mountainbiker wurden neue Angebote geschaffen. Neben dem Alb-Crossing, der auf rund 370 Kilometern und 7000 Höhenmetern den Albtrauf auf sportliche Weise erfahrbar macht, wurden mittlerweile auch im Naturpark Schönbuch gut 100 Kilometer legale MTB-Strecke mit einem Trail-Anteil von 22% geschaffen. Es wurden drei Rundtouren ausgeschrieben, die Jäger-Spezial-Tour, die Spitz-Tour und die Ranzenpuffer-Tour, die über Verbindungsspannen miteinander verbunden sind. Die ausgeschriebenten MTB-Strecken im Schönbuch sind auch Teil des neuen Kooperationsprojekts SCHWABEN BIKE TRAIL, das von den Landkreisen Tübingen, Calw und Böblingen gemeinsam mit der Sportagentur multisports-network aus Aidlingen ins Leben gerufen wurde. Der SCHWABEN BIKE TRAIL ist eine Rundstrecke für Mountainbiker, die die drei Naturräume nördlicher Schwarzwald, die Kulturlandschaft Heckengäu und den Naturpark Schönbuch miteinander verbindet. Neben dem einzigartigen Naturerlebnis ist die Strecke eine echte sportliche Herausforderung mit 170 Kilometer Länge und 3.000 Höhenmetern. Aber auch neben der sportlichen Herausforderung ist viel geboten – mit integriert ist ein virtueller Reiseführer, der über die Website [www.schwabenbiketrial.de](http://www.schwabenbiketrial.de) abgerufen werden kann und viel Informationen rund um Kultur, Kunst, Genuss und Sehenswertem an der Strecke und in den (Übernachtungs-) Orten enthält. Einstiegsorte sind Herrenberg, Tübingen, Calw und Nagold. Einstiegsort, Dauer und Zeitpunkt für die Tour können frei gewählt werden. Die gesamte Streckenlänge kann an ei-

nem Tag (Kategorie PIONEER), an zwei Tagen (Kategorie HERO) oder an drei Tagen (Kategorie CHALLENGER) bewältigt werden. Die Registrierung erfolgt auf der offiziellen Website, das Starter-Package mit den offiziellen GPS-Daten kann hier gebucht werden. Mit dem ALL IN-Service können optional Unterkunft und Gepäcktransport dazu gebucht werden.

Auch die Wander-Infrastruktur im Landkreis Tübingen wird stetig ausgebaut. Neben den zehn Premiumwander- und –Spazierwanderwegen werden bzw. wurden weitere örtliche Rundtouren ausgeschildert. Hierzu zählen die Härten-Runde, die auf 21 Kilometern durch alle Härtengemeinden führt und in jedem Ort einen Startpunkt hat. Außerdem sechs Rundwege rund um die Gemeinden Frommenhausen und Schwalldorf. Beide Wegeprojekte werden von der Tourismusförderung des Landkreises unterstützt. Zudem werden die Rundwege bereits bei den Planungen der Netzausschilderung der Albvereinswege berücksichtigt. Hier befinden wir uns derzeit in der Planungsphase und stimmen die Pfostenstandorte und Inhalte der Wegweiser mit dem Schwäbischen Albverein, den Fachbehörden, Grundstückseigentümer\*innen und Kommunen ab. Neben dem Albvereins-Wegenetz sollen auch 10 barrierearme Spazierwege ausgeschildert werden, die sich aufgrund der Wegebeschaffenheit für Menschen mit Mobilitätseinschränkungen eignen. Die Ausschilderung des Wanderwegenetzes und der barrierearmen Spazierwege soll im kommenden Jahr abgeschlossen werden. Das Projekt wird mit 25% durch Mittel des Landes aus der Tourismusinfrastrukturförderung bezuschusst (siehe KTDS 096/19/01 in der Sitzung des Kreistags vom 11.12.2019).

Mitte Mai ging der erste Zertifikatslehrgang zur Ausbildung von Kursleiterinnen für Wald- und Streuobstwiesenbaden zu Ende, der gemeinsam vom Abteilung Landwirtschaft und der Tourismusförderung konzipiert und begleitet wurde. Seit Oktober 2020 haben sich die Teilnehmerinnen mit dem Thema Natur als Prävention in all seinen Facetten beschäftigt. Die Module des 13-tägigen Lehrgangs waren unter anderem Achtsamkeitslehre, Wald und Waldgesundheit, Wohlfühlfaktor Streuobstwiese und Wald, Biologie und Kulinarik sowie Wald – und Streuobstwiesenbaden in Theorie und Praxis. Dazu kamen selbstständige Übungen und eine Portraiterstellung eines Baumes oder eines Strauches. Die Qualifikation wird von den Kursleiterinnen im Nachgang in ganz unterschiedlichen Bereichen eingesetzt. Neben Führungsangeboten für Tourist\*innen wird die Qualifikation insbesondere auch im beruflichen Kontext bei der Arbeit mit kranken Menschen, Menschen mit Beeinträchtigung, in Schulen oder Kindergärten eingesetzt. Neben der gesundheitsfördernden Komponente wird durch das Wald- und Streuobstwiesenbaden auch die Bildung für nachhaltige Entwicklung gefördert.

Des Weiteren verfolgt die Tourismusförderung das Ziel, dass die Natur mit allen Sinnen erlebbar wird und ein Zusammenhang zwischen touristischen Angeboten, Naturschutz und nachhaltig erzeugten Produkten hergestellt wird. Für die Absatzsteigerung regionaler Produkte hat die Tourismusförderung in Kooperation mit dem Verein VIELFALT ein Grobkonzept für „Früchtetrauf-Verkaufshütten“ erarbeitet, vergleichbar zu den Erdbeer- und Spargelhütten. Diese sollen nach Möglichkeit an touristischen Hotspots, wie beispielsweise an den Startpunkten der Premiumwege, aufgestellt werden und regionalen Erzeuger\*innen die Möglichkeit bieten, ihre PLENUM-konformen Produkte vor Ort an Gäste zu verkaufen. Die Suche nach geeigneten Betreiber\*innen und die Klärung der rechtlichen Grundlagen laufen derzeit. Da während der Corona-Pandemie viele Menschen die Natur für sich entdeckt haben, ist auch der Freizeitdruck in der Natur deutlich gestiegen. Dies zeigt sich durch Müll am Wegesrand, Trampelpfade in sensiblen Naturräumen und sonstigen Hinterlassenschaften. An einigen touristischen Hotspots wurden bereits Dixi-Toiletten aufgestellt. Zudem beteiligt sich der Landkreis Tübingen an einer Kampagne unter dem Hashtag #rücksichtmachtwegebreiter

bzw. #rücksichthältwegesauber. Durch die Aufhängung von Bannern im Wald und die Verbreitung über die Social Media Kanäle soll diesem Thema mehr Aufmerksamkeit zuteilwerden. Die Besucher\*innen sollen für einen schonenden Umgang mit der Natur und ein respektvolles Miteinander sensibilisiert werden. Die Kampagne wurde vom Landkreis Göppingen entworfen und steht allen Mitgliedslandkreisen der Schwäbischen Alb zur Nutzung zur Verfügung.

### **Vermarktung der touristischen Angebote im Landkreis Tübingen**

Die touristische Vermarktung ist derzeit von besonders großer Bedeutung um im Wettbewerb um Urlaubsgäste erfolgreich zu sein. Um Doppelstrukturen zu vermeiden und die finanziellen Mittel optimal einzusetzen haben sich die Tourismusförderung des Landkreises und die touristischen Akteur\*innen der Städte Tübingen, Rottenburg und Mössingen darauf verständigt, den Landkreis Tübingen unter dem Dach der Schwäbischen Alb als **Genuss- und Aktivregion „Früchtetrauf“** zu vermarkten. Alleinstellungsmerkmal ist die unmittelbare Nähe aus Stadterlebnis mit Kneipen, Restaurants und Kultureinrichtungen und Naturgenuss in Streuobstwiesen, Weinbergen oder Flusstälern zwischen dem Naturpark Schönbuch und Albtrauf. Auf kleinster Fläche bietet der Früchtetrauf so ganz unterschiedliche Erlebnisse und ist optimaler Ausgangspunkt für einen Urlaub am Fuße der Schwäbischen Alb. Um das Marketing unter dem Dach des Früchtetraufs zu vereinheitlichen wurde das Corporate Design des Früchtetraufs leicht überarbeitet und eine Portalseite eingerichtet, die die bisher getrennten Webpräsenzen für die Premiumwege ([www.fruechtetrauf.de](http://www.fruechtetrauf.de)) und die weiteren touristische Angebote ([www.tuebingen-umwelten.de](http://www.tuebingen-umwelten.de)) vereint. Des Weiteren wurden die Themen-Broschüren Radfahren, Wandern, Weinerlebnisse und „barrierearm und aktiv“ überarbeitet und im neuen Design nachgedruckt. Die Broschüren werden den Tourist-Informationen und Tourismuseinrichtungen kostenfrei zur Verfügung gestellt und über die Webseite der Tourismusförderung zur Bestellung für interessierte Gäste bereitgestellt.

Über gemeinsam koordinierte Marketingmaßnahmen, insbesondere im Bereich von Social Media und Onlinemarketing soll künftig die Aufmerksamkeit für den Früchtetrauf und somit der freizeitorientierte Übernachtungstourismus weiter gesteigert werden.

### **Landkreis Tübingen – ausgezeichnet!**

Der Landkreis Tübingen hat jüngst einige touristische Auszeichnungen erhalten, die beim touristischen Marketing unterstützen.

Der Tübinger Teilort Unterjesingen und die Stadt Rottenburg mit ihren Teilorten Wurmlingen und Wendelsheim wurden von der Tourismus-Marketing GmbH Baden-Württemberg (TMBW) als **„Weinsüden“-Weinorte** ausgezeichnet.

Die Zertifizierung zum „Weinsüden“-Weinort erfolgte im Herbst 2020 zum ersten Mal und richtet sich nach einem umfassenden Kriterienkatalog. Zu den Mindestkriterien zählen beispielsweise ein enger Bezug zum Weinbau, die Lage in einem der Anbauggebiete Baden oder Württemberg und mindestens zwei ortsansässige Weinbaubetriebe. Darüber hinaus müssen drei Zusatzkriterien erfüllt sein, wie mindestens ein „Weinsüden-Hotel“ im Ort sowie konkrete, touristische Angebote mit Weinbezug. So soll sichergestellt werden, dass der Weinbau im Ortsleben und –bild fest verankert und für Gäste erlebbar ist. Unterjesingen und Rottenburg konnten ihre Eignung zum Weinort nachweisen und dürfen sich nun voller Stolz „Weinsüden“-Weinorte nennen.

Gemeinsam mit vier anderen Urlaubsregionen Baden-Württembergs wurde der „Früchtetrauf“ im Frühjahr 2021 von der Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg (TMBW) und der Mobilitätsmarke „bewegt“ als **nachhaltiges Urlaubsziel** prämiert und ist damit Teil einer landesweiten Kampagne für nachhaltige Mobilität.

Insgesamt fünf Urlaubs- und Ausflugsziele aus ganz Baden-Württemberg konnten mit innovativen nachhaltigen Angeboten überzeugen. Sie werden im Rahmen der geplanten Mobilitäts-Kampagne einer breiten Öffentlichkeit bekannt gemacht, die für eine klimafreundliche Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln sensibilisieren soll. Alle fünf Gewinner-Destinationen sind nicht nur bequem mit den Nahverkehrszügen von bewegt erreichbar. Sie alle eint darüber hinaus ein breites Angebot nachhaltiger Mobilitätslösungen vor Ort.

Im diesjährigen Tourismus-Wettbewerb von „**European Best Destinations**“ hat es Tübingen auf den 11. Platz geschafft – als einzige deutsche unter 20 nominierten Städten in ganz Europa. Zwischen dem 20. Januar und dem 10. Februar 2021 haben mehr als 600.000 Personen aus 192 Ländern auf der Internetseite „European Best Destinations“ abgestimmt, wo in Europa sie gerne Urlaub machen würden, sobald sicheres Reisen wieder möglich ist. Auf Tübingen fielen 25.586 Stimmen. Auf den ersten fünf Plätzen landeten Braga (Portugal), Rom (Italien), Cavtat (Kroatien), Florenz (Italien) und Sibiu (Rumänien).