

---

Büro für Kreisentwicklung und  
Kommunikation

Verwaltungsausschuss

10.10.2014

Öffentlich

TO Nr. 2

---

## **Tourismus im Landkreis Göppingen**

### **I. Beschlussantrag**

1. Das Gremium nimmt Kenntnis von den in der Beratungsunterlage dargestellten und in den Präsentationen vorgestellten Arbeitsschwerpunkten der Tourismusförderung des Landkreises Göppingen sowie der touristischen Verbände.

### **II. Sach- und Rechtslage, Begründung**

#### **1. Tourismuskonzept - Chronologie**

Im Beschluss zur Kreisentwicklung 2010 wurde der Tourismus im Landkreis Göppingen als Leuchtturmprojekt definiert. Nach erfolgter Ausschreibung wurde in den Jahren 2012/2013 in einem von FUTOUR (Umwelt-, Tourismus- und Regionalberatung, München) moderierten Prozess unter Beteiligung der touristischen Partner auf Kreisgebiet die Tourismuskonzeption für den Landkreis erarbeitet. Am 12. Juli 2013 erfolgte der einstimmige Beschluss des Kreistags (BU KT 2013/19) zur Tourismuskonzeption und der Professionalisierung der Erlebnisregion Schwäbischer Albtrauf e. V. Der Beschluss zur Unterstützung und Professionalisierung der Touristikgemeinschaft Stauferland e.V. wurde am 21. März 2014 im Verwaltungsausschuss (BU VA 2014/16) ebenfalls einstimmig auf den Weg gebracht.

Der Tourismusmanager des Landkreises Göppingen steuert den Umsetzungsprozess der Tourismuskonzeption und bezieht die touristischen Akteure und Partner (Zentrale Arbeitsgruppe und Lenkungsgruppe), die bereits bei der Erstellung der Tourismuskonzeption aktiv und konstruktiv mitgearbeitet haben, ein. Das gemeinsame Vorgehen und der enge Schulterschluss mit den touristischen Partnern im Kreisgebiet ist ein Erfolgsfaktor für das Gelingen der Umsetzung.

## 2. Ergebnisse Tourismuskonzept Landkreis Göppingen

Nachfolgend eine zusammenfassende und stichwortartige Übersicht der wichtigsten Ergebnisse der Tourismuskonzeption (Anlage der BU KT 2013/19). Dabei lautet die zentrale Leitthese: „**Entwicklung des Tourismus als Standbein für den Landkreis Göppingen**“

### Strategische Ziele für den Landkreis Göppingen:

- a) **Steigerung der Übernachtungszahlen**
  - Hochwertige Tourismusangebote, überregionales Tourismusmarketing, Nutzung freie Kapazitäten Wochenenden/Urlaubszeiten
- b) **Gezielte Weiterentwicklung des Tagestourismus**
  - Besichtigungsmöglichkeiten, Tagesbausteine, regionales Marketing
- c) **Wertschöpfung erhöhen bei Tages- und Übernachtungsgästen**
  - Buchbare Angebote (Pauschalen, Erlebnisbausteine), Produkte, Souvenirs, Gastronomieangebote
- d) **Durchgängig Qualität steigern**
  - Infrastruktur, Rad, Wandern, Mountainbike, Reiten
  - Erlebnisbausteine, Museen, Besichtigungsmöglichkeiten
  - Hotellerie/ÜN, Klassifizierung, Spezialisierung
  - Gastronomie, regionale Produkte, Serviceorientierung
- e) **Aufbau und Entwicklung Tourismusbewusstsein und Image**
- f) **Schlagkräftige Organisation des Tourismus**

### Umsetzung der strategischen Ziele in Themen und Leitlinien:

- a) **Natur- und Landschaftsinszenierung**
  - Radangebot, Überraschend. Besser.
  - Wandererlebnis mit Qualität
  - Erlebbarkeit Landschaft, Landschaftswechsel
  - Landschaftserlebnis mit Geschichte und Geschichten
  - Integration Historie, z. B. Stauer, Helfensteiner
  - Einbinden von Baudenkmalen, Ruinen, Kirchen als Highlights, spannende Information vor Ort
- b) **Regionale Produkte**
  - Hochwertig und kulinarisch wertvoll
  - In Verbindung mit Landschaft und Tradition
  - Erlebbarkeit steigern durch Einkaufs- und Verkostungsmöglichkeiten
  - Einsatz in der Gastronomie, möglichst flächendeckend und in Szene gesetzt

**c) Spezielle Angebote für Tagesgäste und Kurzurlauber**

- Medical Wellness
- Sport und Herausforderung
- Outlets und Shopping, Besichtigungen Industrie
- Kulturveranstaltungen und Events
- Entwicklung Produkte zur Erlebbarkeit der staufischen Geschichte

**Klare Aufgabenabgrenzung zwischen Tourismusverbänden und Landkreis:**

**Anforderungen an den Landkreis:**

- Koordination und Steuerung
- Entwicklung, Management und Marketing der touristischen Infrastruktur – insbesondere Rad- und Wanderwege, sowie ÖPNV und Mobilität
- Politische Lobbyarbeit
- Finanzierung von Marketingaktivitäten (Standortmarketing)
- Kooperationsentwicklung regional und überregional
- Projektentwicklung und -finanzierung
- Portalfunktion

**Aufgaben der touristischen Institutionen:**

- Touristische Produktentwicklung
- Zielgruppengerechte Distribution der Angebote
- Messeplanung und -durchführung
- Sicherung der Positionierung innerhalb der Schwäbischen Alb
- Entwicklung der Instrumente zur Gästebetreuung, z.B. Buchungssystem, etc.
- Innenmarketing
- Projektarbeit

Die Steuerung und Koordination von Marketingaktivitäten wird in der Tourismuskonzeption als strategische Aufgabe des Landkreises deutlich in den Vordergrund gerückt. Die operative Arbeit, wie die konkrete Produktentwicklung oder die Arbeit direkt am Gast sind klare Aufgaben der touristischen Verbände.

**3. Organisationsstruktur der touristischen Verbände und die damit verbundene Professionalisierung**

Bei der Erarbeitung der Tourismuskonzeption durch FUTOUR und durch die touristischen Akteure aus dem Kreisgebiet hat sich die Betrachtung von zwei sogenannten Erlebnisräumen herauskristallisiert. Einerseits das „Staufierland“, andererseits das damalige „Helfensteiner Land“, heute die Erlebnisregion Schwäbischer Albtrauf e. V.

Die Unterstützung der Erlebnisregion Schwäbischer Albtrauf e. V. wurde nach Vorberatung im Verwaltungsausschuss im Kreistag am 12. Juli 2013 mit dem Beschluss zur Tourismuskonzeption entschieden (BU KT 2013/19). Die Unterstützung der Touristikgemeinschaft Staufierland e.V. wurde dazu ergänzend im Verwaltungsausschuss (BU VA 2014/16) verabschiedet. Die entsprechenden Kooperationsvereinbarungen des Landkreises mit den Verbänden beinhalten eine auf drei Jahre befristete Initial- und Anschubfinanzierung durch den Landkreis (Anlage 2 der BU KT 2013/19 und Anlage 2 der BU VA 2014/16).

Die Erlebnisregion Schwäbischer Albtrauf e.V. wird für die Jahre 2013 bis 2015 mit einem jährlichen Zuschuss von 50.000 Euro unterstützt. Da bei der TG Stauferland e. V. über die Hälfte der Mitglieder (15 von 26 Mitgliedern) aus dem Ostalbkreis stammen, wird die Initial- und Anschubfinanzierung zwischen dem Ostalbkreis und dem Landkreis Göppingen aufgeteilt. So unterstützen die Landkreise den Verband jeweils mit einem jährlichen Zuschuss von 25.000 Euro für die Jahre 2014 bis 2016.

Im Gegenzug zu dieser finanziellen Unterstützung garantieren die touristischen Verbände eine Übernahme konkreter Leistungen. Dazu gehören unter anderem:

- Destinationsmanagement: Vermarktung der Region in Zusammenarbeit mit anderen Verbänden, wie z.B. dem Schwäbische Alb Tourismusverband oder der Stuttgart Regio Marketing GmbH.
- Tourismusmarketing: Entwicklung und Umsetzung von Maßnahmen, um mehr Gäste in den Landkreis und die Region zu bringen wie z.B. buchbare Angebote und Pauschalen und der verstärkten Zusammenarbeit mit den Anbietern aus Gastronomie, Beherbergungsbetrieben und den regionalen Produzenten.
- Nach gemeinsamer Umsetzungsplanung mit dem Landkreis realisieren die Verbände die in ihrem Zuständigkeitsbereich liegenden Themen und Projekte der Tourismuskonzeption.
- Weitere Quellen für Themen und Projekte sind der Landschaftspark Albtrauf und die Konzeption des Stauferlandes 2020.

Für die Produktentwicklung sind eine Vielzahl von Themen, Leitlinien und konkreten Ideen im Bericht von FUTOUR (Anlage 1 der BU KT 2013/19) aufgelistet, die eine hervorragende Grundlage für die beiden Verbände sind. Die Abstimmung über deren Umsetzung wird über den Tourismusmanager des Landkreises gesteuert.

Zudem erhält der Landkreis Göppingen einen Sitz mit Stimmrecht im Vorstand der Erlebnisregion Schwäbischer Albtrauf e.V. und der Touristikgemeinschaft Stauferland e.V. Der Landrat entscheidet, ob er diesen Sitz selbst übernimmt oder ihn delegiert.

**Die enge Kooperation und Abstimmung zwischen den beiden Tourismusverbänden** werden als notwendig angesehen und sind für die finanzielle Unterstützung der beiden Verbände durch den Landkreis Göppingen Voraussetzung. Es gilt Doppelstrukturen zu vermeiden und **gemeinsame Projekte** auf den Weg zu bringen!

### **Erlebnisregion Schwäbischer Albtrauf e.V.**

Die Erlebnisregion Schwäbischer Albtrauf e. V. listet derzeit 29 Mitglieder, wovon aktuell 26 Städte und Gemeinden aus dem Landkreis Göppingen kommen. Das sind Bad Boll, Bad Ditzenbach, Bad Überkingen, Böhmenkirch, Eislingen/Fils, Eschenbach, Deggingen, Donzdorf, Drackenstein, Geislingen/Steige, Gingen, Gruibingen, Gemeindeverwaltungsverband Bad Boll, Heiningen, Hohenstadt, Kuchen, Lauterstein, Mühlhausen im Täle, Salach, Schlat, Süßen und Wiesensteig.

Davon engagieren sich vier Gemeinden auch bei der TG Stauferland e.V.: dazu gehören Bad Boll, Böhmenkirch, Donzdorf und Lauterstein.

Allein seit dem Kreistagsbeschluss der Tourismuskonzeption im Juli 2013 sind dem Verband **elf neue Gemeinden** beigetreten.

Eine Geschäftsstelle mit adäquaten Räumlichkeiten wurde im Haus des Gastes in Bad Ditzenbach eingerichtet. Eine Projektleiterstelle (Vollzeit) wurde im Dezember 2013 besetzt, hinzu kommt eine Dauerpraktikantenstelle in Kooperation mit der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt in Geislingen aus dem Studiengang Tourismus- und Gesundheitsmanagement. Die Geschäftsführung wird aktuell vom Leiter der Kurverwaltung in Bad Überkingen weitergeführt, soll aber mittelfristig auf die Projektleiterstelle übergehen. Weitere Personen werden nach Bedarf für einzelne Projekte beschäftigt, z.B. bei dem aktuellen Zertifizierungsverfahren des Albtraufgängerweges.

### **Touristikgemeinschaft Stauferland e.V.**

Die TG Stauferland e. V. hat aktuell 26 Mitglieder, wovon elf Städte und Gemeinden aus dem Kreisgebiet kommen, dazu gehören die Kreisstadt Göppingen, Adelberg, Bad Boll, Böhmenkirch, Börtlingen, Donzdorf, Lauterstein, Ottenbach, Rechberghausen, Wäschenbeuren und Wangen.

Davon engagieren sich vier Gemeinden auch bei der Erlebnisregion Schwäbischer Albtrauf e.V.: das sind Bad Boll, Böhmenkirch, Donzdorf und Lauterstein.

Die Geschäftsstelle der TG Stauferland e.V. befindet sich seit April 2014 im Göppinger Rathaus und war davor in Schwäbisch Gmünd angesiedelt. Ebenfalls im April 2014 wurde ein hauptamtlicher Geschäftsführer mit einer Teilzeitstelle zu 50 Prozent vom Verband eingestellt. Im Juli 2014 wurde die Stelle auf eine Vollzeitstelle erhöht. In Planung sind eine Dauerpraktikantenstelle in Kooperation mit der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt in Geislingen aus dem Studiengang Tourismus- und Gesundheitsmanagement oder einem vergleichbaren Studiengang einer anderen Hochschule. Weitere Personen werden nach Bedarf für einzelne Projekte beschäftigt.

**Der Vorsitzende der „Erlebnisregion Schwäbischer Albtrauf e. V.“ – Bürgermeister Gerhard Ueding (Bad Ditzenbach) – und der Vorsitzende der Touristikgemeinschaft Stauferland e.V. – Oberbürgermeister Guido Till (Göppingen) – berichten persönlich über die Entwicklungen und strategischen Ziele ihres jeweiligen Verbandes in der Sitzung des Verwaltungsausschusses am 10.10.**

## **4. Rück- und Ausblick der Tourismusförderung Landkreis Göppingen**

Der Tourismusmanager des Landkreises stellt die Entwicklung in den Zahlen des Tourismus und das größte Projekt der Freizeitwegekonzeption in der Sitzung des VA vor, bevor die Vertreter der Verbände ihre Beiträge präsentieren

Nachfolgend die stichwortartige Übersicht der bisher umgesetzten und geplanten Projekte entsprechend den Schwerpunktmaßnahmen der Tourismuskonzeption:

### **a) Schwerpunkt Wandern**

- Entwicklung einer Konzeption für ein landkreisweites Freizeitwegenetz (BU VA 2014/45)
- Neubeschilderung des HW 1 (Albsteig) als einer der „Top Trails of Germany“ durch den Schwäbischen Alb Tourismusverband
- Zertifizierung des Albtraufgängerweges durch die Erlebnisregion Schwäbischer Albtrauf e.V. als Qualitätsweg Wanderbares Deutschland und „Leading Quality Trail – Best of Europe“

- Interessensvertretung des Landkreises im Arbeitskreis Wandern des Schwäbische Alb Tourismusverbandes
- Sicherstellung der überregionalen Bewerbung der Wanderwege auf Kreisgebiet über den Schwäbischen Alb Tourismusverband und die Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg

#### **b) Schwerpunkt Rad**

- Auszeichnung als erster „Fahrradfreundlicher Landkreis“ durch das Landesbündnis ProRad im Dezember 2013
- E-Bike-Region-Stuttgart – Vernetzung des Pedelec-Verleihangebotes und Schaffung einer landkreisübergreifenden Service- und Buchungsplattform
- Herausgabe einer Rennradtour für den Albtälerradweg, Erstellung von neuem Werbematerial wie beispielsweise einer wetterfesten Radwanderkarte, Anzeigen, etc. sowie die Neuzertifizierung des Albtäler-Radweges in 2015
- Mitarbeit bei dem Projekt der „Route der Industriekultur“ im Filstal gemeinsam mit dem Verband Region Stuttgart
- Unterstützung der Erlebnisregion Schwäbischer Albtrauf e.V. für das Inklusions-Pedelecprojekt mit Therapierädern
- Prüfung der Möglichkeit einer Ausweisung von Mountainbiketrails auf Kreisgebiet und Runder Tisch zwischen Mountainbikern und Wandernern zur Entschärfung des emotional geführten Konfliktes – Ausnahmeregelung der „Zwei-Meter-Regel“ im Rahmen der Entwicklung einer Konzeption für ein landkreisweites Freizeitwegenetz (BU VA 2014/45)
- Interessensvertretung des Landkreises im Arbeitskreis Rad des Schwäbische Alb Tourismusverbandes
- Herausgabe einer neue Radbroschüre für den gesamten Landkreis, die neben den Radrouten auch detaillierte Informationen zu Sehenswürdigkeiten und Gastronomie / Beherbergungsbetrieben enthält
- Herausgabe einer kostenlosen Faltkarte des gesamten Landkreises zur CMT 2015 mit allen touristischen Radrouten, Sehenswürdigkeiten und Gastronomie- / Beherbergungsbetrieben
- Sicherstellung der überregionalen Bewerbung der touristischen Radrouten auf Kreisgebiet über den Schwäbischen Alb Tourismusverband und die Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg

#### **c) Schwerpunkt Regionale Produkte**

- Gründung des Arbeitskreises „Regionale Produkte“ mit Vertretern aus Tourismus, Direktvermarktern, Gastronomie mit dem Ziel einer besseren Vermarktung der im Landkreis produzierten Produkte sowie einer Vernetzung der verschiedenen Akteure
- Gemeinsamer Informationsstand auf der Messe „Slow Food“ in Stuttgart mit verschiedenen Anbietern aus dem Kreisgebiet
- Neuauflage der Direktvermarkterbroschüre in Zusammenarbeit mit dem Landwirtschaftsamt – Gestalterische Aufwertung und Ergänzung durch touristisches Informationsmaterial
- Informationsstand auf dem Schlater Apfelfeschk mit Aktionsangebot
- Mitarbeit im Fachbeirat „Marketing“ des Schwäbischen Streuobstparadieses und Vertretung der Interessen des Landkreises

- Mitwirkung bei der Festlegung der Bus-, Rad- und Wanderrouten des Schwäbischen Streuobstparadieses und Festlegung von Ankerpunkten auf Kreisgebiet
- Koordination der Mitgliederversammlung des Schwäbischen Streuobstparadieses 2014 in Bad Boll mit entsprechendem Rahmenprogramm

**d) Schwerpunkt *Tourismusbewusstsein***

- Präsenz des Landkreises Göppingen in überregionalen touristischen Werbemedien mit Berichterstattung oder Anzeigen als imagefördernde Maßnahme und Steigerung des Bekanntheitsgrades
- Koordination und Organisation des Sommers der Verführungen und des damit verbundenen „Dankeschönabends“
- Diverse imagefördernde Aktions- und Infostände bei Veranstaltungen gemeinsam mit der Standortkommunikation, z.B. Landkreistag auf der Gartenschau in Schwäbisch Gmünd, Schlater Apfelfeschk, Giro di Salach, Radaktionstag, etc.
- Planung und in Zusammenarbeit mit der Standortkommunikation Koordination der imageverbessernden Maßnahme von Eingangsportalen (Steingabionen) an den Einfahrtsstraßen des Landkreises mit der Möglichkeit, diese an stark frequentierten Punkten zu Infopoints für Besucher auszubauen

**e) Weitere *Schwerpunktprojekte***

- Unterstützung der touristischen Verbände beim Aufbau eines kreisweiten Gastronomie- und Gastgeberverzeichnisses
- Neuauflage der Tourismusbroschüre für den Landkreis zur Bewerbung des touristischen Angebots, speziell von buchbaren Angeboten
- Mitwirkung bei einer Tourismustagung in der Evangelischen Akademie zum Thema Sanfter Tourismus im Landkreis Göppingen
- Kooperation mit der VVS Stuttgart im Bereich Werbung – Highlights aus dem Kreis werden über die Vertriebskanäle des VVS regelmäßig beworben (im Rahmen der Teilintegration)
- Planung und Durchführung des Messeauftrittes des Landkreises auf der CMT Stuttgart, sowie Mitwirkung in der Projektgruppe des Schwäbischen Alb Tourismusverbandes zum neuen Auftritt der Schwäbischen Alb auf der CMT 2015
- Vernetzung der Tourismusverbände und weiteren touristisch aktiven Partner auf Kreisebene
- Überregionale Netzwerkarbeit – Vertretung der Interessen des Landkreises, z.B. Schwäbische Alb Tourismusverband, Geopark, Schwäbisches Streuobstparadies, Regio Stuttgart Marketing und Tourismus GmbH, etc.
- Pflege und Aktualisierung der touristischen Seiten des Internetauftrittes des Landkreises

### III. Handlungsalternativen

Aus Sicht der Verwaltung aktuell keine, der begonnene Weg zur Umsetzung der Tourismuskonzeption sollte konsequent weiter gegangen werden.

Die Ergebnisse der Tourismuskonzeption sind ohne starke, schlagkräftige Tourismusorganisation nicht umsetzbar. Die Initial- und Anschubfinanzierung und der damit verbundenen Professionalisierung der Geschäftsführung der „Erlebnisregion Schwäbischer Albtrauf e. V.“ und der „Touristikgemeinschaft Stauferland e. V.“ durch den Landkreis sind bedeutende politische Signale für den Tourismus auf Kreisgebiet. Die Zuschüsse sind jeweils auf drei Jahre befristet. Nach Ablauf dieses Zeitraumes ist über das weitere Verfahren zu entscheiden.

### IV. Finanzielle Auswirkungen / Folgekosten

Im Haushalt 2015 beantragte Mittel.

### V. Zukunftsleitbild/Verwaltungsleitbild - Von den genannten Zielen sind berührt:

Zukunfts- und Verwaltungsleitbild	Übereinstimmung/Konflikt				
	1 = Übereinstimmung, 5 = keine Übereinstimmung				
	1	2	3	4	5
Zukunft des Gesundheitswesens und des Tourismus	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zukunft der landschaftsgebundenen Erholung	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Identifikation	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Außenwirkung	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### VI. Internetfreigabe

Freigegeben für die Veröffentlichung im Internet.