Verwaltungs- und Wirtschaftsausschuss
öffentliche Sitzung

Bericht zur Tourismus GmbH Nördlicher Schwarzwald	
Vorlage Nr. **VWA 2017/106**	
Dezernat: Bereich/Abt.: Tourismus GmbH Nördlicher Schwarzwald Verfasser: Skiba, René	Helmut Riegger Landrat
Kenntnisnahme am 03.07.2017	Verwaltungs- und Wirtschaftsausschuss

Anlagen:
1. Übersicht zur Entwicklung der Gästeankünfte und Übernachtungen nach Städten und Gemeinden im Landkreis von 2012 bis 2016
2. Firmenporträt der Tourismus GmbH Nördlicher Schwarzwald
3. Übersicht Verteilung Einnahmen der Tourismus GmbH Nördlicher Schwarzwald

Antrag:

Der Verwaltungs- und Wirtschaftsausschuss nimmt den Bericht der Tourismus GmbH Nördlicher Schwarzwald zur Kenntnis.

Begründung zur Vorlage VWA 2017/106

Ziel:

Die Aufgabe der Tourismus GmbH ist es, auf Basis des bestehenden touristischen Angebots und der touristischen Infrastruktur ein klares Profil für die Tourismusregion Nördlicher Schwarzwald zu definieren und auszubauen. Dieses Profil der Region soll als Leitbild und Identifikation für alle am Tourismus Beteiligten dienen und den Prozess zur Destinationsbildung unterstützen.

Hintergrund/Vorgeschichte:

Die Tourismus GmbH Nördlicher Schwarzwald wurde mit der Gründungsversammlung vom 26. Juli 2013 unter Beteiligung des Landkreis Calw und den Gemeinden Altensteig, Bad Herrenalb, Bad Liebenzell, Bad Wildbad, Bad Teinach-Zavelstein, Calw, Dobel, Enzklösterle, Höfen, Nagold, Neubulach, Neuweiler, Schömberg und Wildberg auf den Weg gebracht. Seit dem 1. Januar 2014 vertritt die Tourismus GmbH Nördlicher Schwarzwald die touristischen Angebote des Landkreis Calw am touristischen Markt unter einer einheitlichen touristischen Strategie und einem deckungsgleichen Markenauftritt.

Sachverhalt/Begründung:

Der Tourismus stellt für den Landkreis Calw und den Nordschwarzwald insgesamt einen wichtigen Wirtschaftsfaktor dar. Im Gastgewerbe des Landkreises Calw sind mehr als 2.000 Arbeitnehmer beschäftigt. Hinzu kommen noch Beschäftigte aus dem Gesundheits- und Dienstleistungswesen sowie Mitarbeiter in den öffentlichen Verwaltungen, die mit touristischen Aufgaben betraut sind. In 210 gewerblichen Gastbetrieben stehen im Landkreis Calw 12.000 Betten zur Verfügung. Im Jahr 2016 konnten 1,3 Millionen Übernachtungen verzeichnet werden. Darüber hinaus sorgt der Tourismus für die Schaffung und Erhaltung weicher Standortfaktoren wie Freizeitwert bzw. Lebensqualität und wirkt in erheblichem Maße profilbildend für den Landkreis Calw als Urlaubs- und Ausflugsziel sowie als Gesundheits-, Wander- und Aktivregion mit vielfältigen kulturellen Veranstaltungen.

Mit 1.319.914 Übernachtungen und 423.240 Gästeankünften in den statistisch erfassten Beherbergungsbetrieben (mit mehr als neun Betten) der Region lagen diese touristischen Kennziffern 2016 in etwa auf dem Niveau des Vorjahres (2015: 424.013 Ankünfte und 1.335.809 Übernachtungen). Übernachtungen bei den zahlreichen Privatvermietern und Ferienwohnungen, aber auch kleineren Pensionen und Gasthäusern mit weniger als neun Betten finden keinen Eingang in diese Statistik.
Mit 1.175.880 Übernachtungen (entspricht 89 Prozent der Gesamtübernachtungen) stellen Gäste aus der Bundesrepublik Deutschland Großteil die größte Gästegruppe nach Herkunft dar. Nach Auskunft der Beherbergungsbetriebe und der Tourismusgemeinden seien es insbesondere

Gäste aus Baden-Württemberg, den angrenzenden Regionen Rhein-Main- und Rhein-Neckar-Raum, aber auch aus Rheinland-Pfalz, dem Saarland und dem Ruhrgebiet, die in die Region kommen. Im Vergleich dazu können auch immer mehr ausländische Gäste in der Beherbergungsstatistik des Landkreis Calw gezählt werden. So wurden 2016 in den Beherbergungsbetrieben 45.655 Gästeankünfte aus dem Ausland und 144.034 Übernachtungen gezählt (2015: 46.294 Ankünfte und 155.482 Übernachtungen). Damit sind im Jahr 2016 11 Prozent aller Übernachtungen im Landkreis Calw auf ausländische Gäste entfallen, 2004 waren es lediglich 6,5 Prozent. Die wichtigsten touristischen Quellmärkte für Auslandsgäste stellten 2016 die Niederlande (10.359 Gästeankünfte und 35.490 Übernachtungen), die Schweiz (10.023 Gästeankünfte und 27.287 Übernachtungen) und Frankreich (5.884 Gästeankünfte und 12.777 Übernachtungen) dar. Aber auch Gäste aus Luxemburg, Belgien, dem Vereinigten Königreich, den USA und Asien konnten in der Region begrüßt werden.

Eine detailierte Übersicht zu den Entwicklungen der Gästeankünfte und Übernachtungen ist dieser Vorlage als Anlage 1 angefügt.

A) Struktur, Aufgaben und Funktionen der Tourismus GmbH Nördlcher Schwarzwald

Die Tourismus GmbH setzt sich aus drei Einzelgesellschaftern und drei Gesellschaftergruppen zusammen. Dabei hält der Landkreis Calw 25% des Stammkapitals und deckt mit 285.000 EUR Grundbeitrag jährlich den größten Einzelanteil der Gesellschafterbeiträge ab. Die fünf Gesellschaftergruppen neben dem Landkreis übernehmen jährlich einen Gesellschafterbeitrag von je 50.000 Euro. Innerhalb der Gesellschaftergruppen werden die Beträge auf Basis der Übernachtungszahlen auf die jeweiligen Gemeinden als Einzelgesellschafter umgelegt. So steht der Tourismus GmbH Nördlicher Schwarzwald für ihre Aufgaben und Funktionen im Rahmen der touristischen Vermarktung der Tourismusregionen im Landkreis Calw als Gesamttouritistische Destination ein Jahresgrundbudget von 535.000 Euro zur Verfügung. Diese Bündelung der finanziellen Ressourcen zur konzentrierten Mittelverwendung ist eine wesentliche Funktion der Tourismus GmbH.

Die Gesellschafterversammlung und der Aufsichtsrat kontrollieren und verantworten die grundlegende Ausrichtung und Strategie der Tourismus GmbH Nördlicher Schwarzwald. Operativ leitet Geschäftsführer René Skiba die Gesellschaft.

In der Gesellschafterversammlung der Tourismus GmbH Nördlicher Schwarzwald vom 24. Juni 2016 haben sich die Gesellschafter einstimmig darauf geeinigt, den Finanzrahmen der Tourismus GmbH durch einen moderaten und sukzessiven Anstieg der Gesellschafterbeiträge zu erhöhen. Neben dem bisherigen Grundbeitrag haben die Gesellschafter sich bereit erklärt, jährlich

einen übernachtungsabhängigen Zusatzbeitrag zur Verfügung zu stellen. Ziel ist es, das Gesamtbudget der Tourismus GmbH bis 2019 um insgesamt zehn Prozent im Vergleich zu 2016 zu erhöhen.
Der Finanzierungsbeitrag der Gesellschafter wird um einen zusätzlichen Marketingbeitrag der touristischen Leistungsträger erhöht. In Form von konkreten Projekten und Marketingaktionen wird dieser in Höhe von 20.000 EUR über Beteiligungsangebote der Tourismus GmbH eingeworben.

In Zusammenarbeit mit den Leistungsträgern der Branche und Akteuren der Region sowie den kommunalen Tourismus-Organisationen entwickelt die Tourismus GmbH Nördlicher Schwarzwald Projekte, Aktionen und Maßnahmen, die zu einer positiven touristischen Wahrnehmung der Region führen und deren Vermarktung überregional unterstützen.

Konkret lassen sich folgende Aufgabenschwerpunkte für die Tourismus GmbH Nördlicher Schwarzwald zusammenfassen:

- Schaffung eines einheitlichen Marketingkonzepts (Corporate Design), strategische Marketingplanung und Marktanalyse, Themenmarketing entsprechend den zuvor entwickelten Profilthemen, Vorgabe von Schwerpunktthemen und Schaffung von Rahmenbedingungen zur Bearbeitung und Vermarktung

Beispiele:
- Gestaltungsrichtlinien für touristische Broschüren, Werbemittel und Bildpsrache, die von den Partnern adaptiert und konsequent eingesetzt werden um beim Gast eine Widererkennung und ein einhetliches Regionenbild aufzubauen (gemeinsame Fotodatenbank, Druckvorlagen und Textbausteine, Unterstützung bzw. Übernahme von ein einzelnen Projekten)
- Aufbau und Betrieb der Internetplattform www.mein-schwarzwald.de zur zielgruppenscharfen Ansprache potentieller Gäste
- jährliche Auflage des Erlebnismagazins als Visitenkarte und Schaufenster der Region zur Präsentation der touristischen Themen der Region mit aktuellen und wechselnden Geschichten und Personen

- Entwicklung und Vermarktung themenspezifischer Angebote für Endkunden und Wiederverkäufer, Produktentwicklung und Produktinitialisierung, Bündelung von Angeboten und Zusammenstellung zielgruppengerechter Produkte, Impulsfunktionen für die lokale Ebene, Qualitätsmanagement (Innenmarketing), Aufbau eines ausgewogenen Vertriebs-Mix

Beispiele:
- Wanderregion Nördlicher Schwarzwald: In Kooperation mit den Gemeinden des Landkreis Calw wurde das Thema Wandern als Schwerpunktthema für touristische Vermarktung und Weiterentwicklung der Region definiert. Dazu arbeitet die Tourismus GmbH an übergreifenden Themen der Vermarktung,

Marktanalyse und Kommunikation, während die lokalen Akteure an der Infrastruktur arbeiten. So entstanden bisher drei zertifizierte Wanderwege, drei weitere sind in der Vorbereitung, zertifizierte Wandergastgeber konnten gewonnen werden und Wanderveranstaltungen, wie zum Beispiel das Wanderbare Nagoldtal oder das Wanderopening im Teinachtal konnten initiiert werden.
- Entwicklung eigener touristischer Produkte zur direkten Kommunikation an den Endkunden (E-Mobilpaket, Stadtflucht, Wanderpauschale)
- Koordinierung von interkommunalen Projekten zur thematischen Weiterentwicklung der Region Nördlicher Schwarzwald (GeoTouren im Nördlichen Schwarzwald, Baumhauswanderpfad im Nördlichen Schwarzwald, Gesundheitsnetzwerk im Nördlichen Schwarzwald etc.)
- Präsentation der geamten touristischen Region auf Messen und Veranstaltungen: Die Tourismus GmbH Nördlicher Schwarzwald besucht jährlich circa zehn touristisch relevante Messen. Von der CMT in Stuttgart zur Präsentation in der Nahregion und in Baden-Württemberg über Reisemessen in ausgewählten Quellmärkten (Mannheim, Saarbrücken, Straßburg, Luxemburg, Mainz), bis hin zu Spezial- oder Themenmessen (Outdoor Böblingen, TourNatur Düsseldorf, MomenTour Pforzheim, Slow Food Stuttgart). Hinzu kommen weitere Präsentationen bei Infotagen, Thementagen und sonstigen relevanten Veranstaltungen.

• Einbeziehen von privatwirtschaftlichen Unternehmen in die Marketingaktivität und gemeinsame Koordination einer einheitlichen Werbung für die gesamte Region

Beispiele:
- jährliche Kooperationsangebote für Partner der Tourismuswirtschaft zur gemeinsamen Kampagnengestaltung und Umsetzung einzelner Marktingmaßnahmen
- Ausschreibung zur Beteiligung an Messepräsentationen an die touristischen Partner der Region

• überregionale touristische Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, regionale/lokale Information (Innenmarketing), Kommunikation des Leitbildes und Förderung der Identifikation

Beispiele:
- Kooperation und Zusammenarbeit mit der professionellen Kommunikationsagentur piroth.kommunikation und entsprechend permanente und intensive Betreuung zur Aktualisierung der relevanten touristischen Themen für Redaktionen (circa sechs überregional relevante Pressemeldungen jährlich, Themenrecherche für Magazine und redaktionelle Zuarbeit)
- Akquise und Betreuung von Journalistenreisen (Einzelreisen und Gruppenreisen) zu relevanten Themenschwerpunkten, wie Natur, Tradition, Familie & Abenteuer, Landlust, Caravaning etc.

- Zusammenarbeit mit den Pressestellen der Tourismus Marketing Baden-Württemberg und der Schwarzwald Tourismus GmbH

• Zusammenarbeit und Positionierung mit bzw. innerhalb tourismusrelevanter Gremien in der gesamten Region und darüber hinaus, Aufbau von Netzwerken und Verbindungen zu Partnern, Multiplikatoren und touristischen Leistungsträgern

Beispiele:
- Kooperation mit Pforzheim und Karlsruhe: Seit 2015 tritt die Tourismus GmbH Nördlicher Schwarzwald gemeinsam mit den Städten Karlsruhe und Pforzheim auf der Tourismusmesse CMT in Stuttgart auf. 2017 waren die drei Partner im Rahmen einer Kampagne die erste Partnerregion der CMT aus Baden-Württemberg und konnten darüber eine hohe öffentliche Wahrnehmung der Themen der Partner erreichen.
Die Kooperation wird in Einzelmaßnahmen (gemeinsame Messebesuche, gemeinsame Marketing- und Presseaktivitäten etc.) fortgeführt.
- Aktive Mitarbeit der Tourismus GmbH Nördlicher Schwarzwald in den Gremien der Schwarzwald Tourismus GmbH (Marketingsausschuss, Gesellschafterversammlung, Aufsichtsrat und weitere Arbeitskreise), der IHK Nordschwarzwald (Vollversammlung und IHK Tourismusausschuss), LEADER Aktionsgruppe Nordschwarzwald und weiteren
- Durchführung von regelmäßigen Netzwerkveranstaltungen in der Region mit touristischen Leistungsträgern, lokalen Tourismusgesellschaften und Mitarbeitern der Tourist-Informationen der Region, sowie Angebot von Schulungen und Seminaren

Eine Übersicht zu den Gesellschafteranteilen in der Tourismus GmbH Nördlicher Schwarzwald und der Zusammensetzung des Aufsichtsrats ist der Anlage 2 zu dieser Vorlage im Firmenporträt der Tourismus GmbH Nördlicher Schwarzwald zu entnehmen.

B) Leistungen der Tourismus GmbH für den Gesellschafter Landkreis Calw

Im Rahmen der Gesamtvermarktung der Region Nördlicher Schwarzwald erbringt die Tourismus GmbH für ihre Gesellschafter und deren touristische Leistungsträger und Akteure ein umfangreiches Leistungsbündel. Insbesondere in der Kommunikation und Vermarktung als Bausteine für den Aufenthalt und das Reiseerlebnis in der Region Nördlicher Schwarzwald spielen die einzelnen touristischen Produkte und Angebote eine wesentliche Rolle. Die Verortung des jeweiligen Angebots spielt gegenüber Faktoren wie Qualität und Erlebbarkeit sowie Zielgruppen- und Themenrelevanz eine untergeordnete Rolle. So werden die relevanten touristischen Produkte und Angebote der Akteure und Leistungsträger der gesamten Region im einheitlichen Erscheinungsbild des Nördlichen Schwarzwald in Printmedien und dem Internetauftritt der Tourismus

GmbH präsentiert. Dadurch erreichen die einzelnen Produkte und Angebote im gesamten Marketingmix und der professionellen touristischen Pressearbeit eine höhere Aufmerksamkeit und Sichtbarkeit sowie eine themenorientierte und zielgruppenscharfe Kommunikation in einem professionellen und marktgerechten Umfeld.

Das betrifft unter anderem auch die Präsentation auf touristischen Messen und Veranstaltungen, die Vertretung und Repräsentation in übergeordneten Gremien (z.B. Schwarzwald Tourismus GmbH, Tourismus Marketing Baden Württemberg GmbH, Industrie- und Handelskammer, LEADER Aktionsgruppe Nordschwarzwald und weitere) und die Unterstützung bei der Akquise und Durchführung von Veranstaltungen sowie der Planung, Koordinierung und Umsetzung regionaler Förderprojekte, die zum Teil konzeptionell von der Tourismus GmbH unterstützt und mitfinanziert werden.

Darüber hinaus entstehen den Gesellschaftern, hier insbesondere die beteiligten Gemeinden des Landkreis Calw, und seinen touristischen Akteuren im Rahmen der regionalen Zusammenarbeit Synergien bei der Nutzung verschiedener Dienstleistungen und Services Dritter. Verschiedene Module für die Internet-Präsentation können durch einen entsprechenden Rahmenvertrag der Tourismus GmbH zu vergünstigten Konditionen genutzt werden (digitale Kartenansicht für Rad- und Wandertouren von Alpstein, regionaler Veranstaltungskalender und Online-Präsentation der Gastgeber von Land in Sicht). Gemeinsame Studien, Analysen und Marktforschung sowie die Unterstützung einzelner Maßnahmen und Konzepte durch die Tourismus GmbH ermöglichen der gesamten Region und dem einzelnen Gesellschafter eine strategische und zielführende Profilierung des touristischen Angebots.

Im Rahmen von Gemeinschaftsprojekten zwischen der Tourismus GmbH und den touristischen Akteuren im Nördlichen Schwarzwald kann sich die Region zum Beispiel als Nachhaltiges Reiseziel und mit der Mobilitätsberatung für Tourismusdestinationen als Modellregion im touristischen Wettbewerb positionieren. Als Kommunikationsplattform mit Netzwerkveranstaltungen, Touristikertreffen, Workshops und Seminaren bietet die Tourismus GmbH die Möglichkeit zum Austausch, Kennenlernen und Zusammenwachsen.

Das Ergebnis der einzelnen Aktivitäten und Maßnahmen der Tourismus GmbH ist die Profilierung der gesamten Region Nördlicher Schwarzwald als lohnendes Reiseziel. Durch einen erhöhten Marketing- und Kommunikationsdruck kann die Qualität und die Erlebbarkeit der touristischen Produkte in der Region erhöht werden, die auf die Marke, Bekanntheit und Sympathie der gesamten Tourismusregion Nördlicher Schwarzwald einzahlt. Damit hat sich die Tourismus GmbH Nördlicher Schwarzwald im Landkreis Calw zum einen zu einer Service- und Dienstleistungsgesellschaft für seine Mitglieder und Partner entwickelt und tritt zum anderen gegenüber Partnern und Verbänden außerhalb der Region als kompetenter und professioneller Marktteilnehmer auf, der die touristischen Belange des Landkreis Calw vertritt.

C) Zusammenarbeit mit touristischen Leistungsträgern der Region

Als regionale Tourismusgesellschaft ist es die Aufgabe der Tourismus GmbH Nördlicher Schwarzwald die einzelnen touristischen Akteure der Region von öffentlicher Seite (Kommunen, kommunale Institutionen etc.) und privat-gewerblicher Seite (Gastgeber, Gastronomen, Freizeiteinrichtungen, Ausflugsziele etc.) im Landkreis Calw zusammenzubringen und unter einem geminsamen Dach als Gesamtpaket zu kommunizieren und zu vermarkten. In diesem Zusammenspiel der verschiedenen touristischen Akteure unter Führung der Tourismus GmbH Nördlicher Schwarzwald wurde im Rahmen der Gründung eine intensive Zusammenarbeit und mögliche Mitfinanzierung der Maßnahmen und Projekte gefordert.

Neben der Grundfinanzierung der Tourismus GmbH durch ihre Gesellschafter (Kommunen und Landkreis Calw) sieht der Finanzplan auch die Einwerbung zusätzlicher finanzieller Mittel Dritter vor. Neben den direkt vom Tourismus betroffenen Leistungsträgern (Gastronomen, Gastgeber etc.) und Partnern (Freizeitunternehmen, Thermen etc.) können auch Fördermittel, Kooperationspartner außerhalb der Region und branchenfremde sonstige Partner den Finanzrahmen der Tourismus GmbH Nördlicher Schwarzwald erhöhen. Die touristischen Leistungsträger der Region haben im Rahmen der Gründung der Tourismus GmbH die projektbezogene finanzielle Unterstützung der Tourismus GmbH zugesagt, die mit einem jährlichen Mindestbeitrag in Höhe von 20.000 EUR eingeplant wird. Der tatsächliche Beitrag der touristischen Leistungsträger zur Erweiterung des Finanzrahmens der Tourismus GmbH liegt in den Wirtschaftsjahren 2104, 2015 und 2016 deutlich höher.

Die Einnahmen/Erlöse der Tourismus GmbH Nördlicher Schwarzwald, die sowohl in jedem Wirtschaftsplan als auch in jedem Jahresabschluss ausgewiesen werden und damit von der Gesellschafterversammlung und dem Aufsichtsrat der Gesellschaft beraten und beschlossen werden, lassen sich in folgende Kategorien aufteilen:

- Erlöse aus Gesellschafterbeiträgen (jährliche Leistungsabrechnung der Tourismus GmbH gegenüber den Gesellschaftern)

- Erlöse aus Fördermitteln (projektbezogene Fördermittel aus LEADER, Naturpark und weiteren relevanten Förderprogrammen – jährlich unterschiedlich, je nach beantragten Projekten)

- Erlöse aus Marketingbeteiligungen (projekt- bzw. maßnahmenbezogene Beteiligung insbesondere von touristischen Leistungsträgern an Marketingaktionen, zum Beispiel Messen, Kampagnen, Presseaktivitäten, Anzeige etc. - jährlich unterschiedlich, je nach geplanten Marketingaktivitäten)

- Erlöse aus Beteiligungen an Druckkosten (projekt- bzw. maßnahmenbezogene Beteiligung an den Druckerzeugnissen der Tourismus GmbH insbesondere den Gastgeberverzeichnissen, dem Erlebnismagazin, dem Weihnachtsmarktflyer und weiteren anzeigenrelevanten oder direkt im Auftrag erstellter Printwerke der Tourismus GmbH - jährlich unterschiedlich, je nach Umfang und Auflage der Druckwerke und Akquise bei Partnern)

- Erlöse aus Projektarbeit (projektbezogene Beteiligungen und Zuschüsse für durch die Tourismus GmbH durchgeführte und koordinierte Projekte, Aktionen oder Veranstaltungen (z.B. Wanderbares Nagoldtal) gemeinsam oder Im Auftrag anderer Partner – jährlich unterschiedlich, je nach Projekten)

- Erlöse aus Presseaktivitäten (maßnahmenbezogene Beteiligung an Presseaktivitäten oder im Rahmen eines Pressekooperationsvertrags - jährlich unterschiedlich)

In der dieser Vorlage angefügten Anlage 3 Übersicht Verteilung Einnahmen der Tourismus GmbH Nördlicher Schwarzwald sind die einzelnen Kategorien der Einnahmen für die Wirtschaftsjahre 2014, 2015 und 2016 aufgelistet und in direktem Verhältnis zum Grundbeitrag der Gesellschafter gesetzt. Daraus wird deutlich, dass die Tourismus GmbH in den vergangenen Wirtschaftsjahren einen erheblichen Anteil des Gesamtumsatzes gemäß Jahresabschluss über zusätzlich eingeworbene Drittmittel erzielt hat.

Zur Verdeutlichung welche Partner der Tourismus GmbH Nördlicher Schwarzwald diese Drittmittel über den Grundbeitrag hinaus zur Finanzierung bereitstellen, sind die Erlöse in der Übersicht Verteilung Einnahmen der Tourismus GmbH Nördlicher Schwarzwald auch nach Ihrer direkten Herkunft aufgegliedert:

- Erlöse direkt touristischen Leistungsträgern zuordenbar:
Erlöse, die direkt den touristischen Leistungsträgern zuordenbar sind, setzen sich insbesondere aus der Beteiligung an Marketingaktivitäten (Messen und Kampagnen, sowie einzelne PR- und Marketingaktivitäten) und den Gastgebereinträgen in den Gastgeberverzeichnissen Enztal und Nagoldtal zusammen. Durch die Beteiligung der Leistungsträger an Gemeinschaftsaktionen wird die touristische Marke Nördlicher Schwarzwald als Ganzes gestärkt durch einen entsprechend größeren und inhaltsstärkeren Auftritt von Region und detailliertem touristischen Angebot. Die Präsentation der Gastgeber in einem professionellen und ansprechenden Layout im Gastgeberverzeichnis durch die Tourismus GmbH führt zu einer positiven Darstellung des Umfangs und der Qualität der Gastgeber in der Region.

- Erlöse sonstigen Partnern zuordenbar:
Erlöse, die sonstigen Partnern zuordenbar sind, setzen sich insbesondere aus Anzeigen im Erlebnismagazin, Anzeigen und Druckkostenzuschüssen für Einzelprojekte bzw. Druckerzeugnisse (z.B. Weihnachtsmarktflyer) und der Abrechnung gemeinsamer Marketingaktionen mit regionalen Partnern außerhalb

des Gesellschafterkreises (z.B. CMT Präsentation mit Karlsruhe und Pforzheim) zusammen.

- Erlöse Partnern aus Gesellschafterkreis zuordenbar:

Erlöse, die Partnern aus dem Gesellschafterkreis zuordenbar sind, setzen sich insbesondere aus für und mit den Partnern, oder im Auftrag der Partner, durchgeführten und koordinierten Projekte, Aktionen oder Veranstaltungen (z.B. Outdoorkonzeption Kaltenbronn, GeoProjekt, Wanderbares Nagoldtal, Veranstaltungskalender Nagoldtal) zusammen. Die Tourismus GmbH übernimmt in diesen Fällen die Koordinierung, Abstimmung und Abrechnung dieser Projekte und Veranstaltungen für die Partner aus dem Gesellschafterkreis als Dienstleister und sorgt für eine reibungslose und professionelle Durchführung.

D) Services und Dientsleistungen für die Gastgeber der Region

Gegenüber den Gastgebern der Region tritt die Tourismus GmbH Nördlicher Schwarzwald als Dienstleister und Partner auf. Gemeinsam mit den Tourist-Informationen der Region wird ein enger Kontakt zu den Gastgebern gesucht. Darüber hinaus besteht ein intensiver Austausch mit den Gastgebern über Branchenvereinigungen, wie den DEHOGA Kreisverband, DEHOGA Ortsverbände und loakle Tourismsuvereine oder Interessensgruppen.

Die Tourismus GmbH ist als Lizenznehmer des Deutschen Tourismuverband e.V. (DTV) und als offizieller Partner des Allgemeinen Deutschen Fahrrad Club (ADFC) berechtigt die Klassifizierung von Ferienwohnungen und die Zertifizierung von Gastgebern als Bett&Bike Betrieb durchzuführen. Über diesen direkten Kontakt und Austausch erhält die Tourismus GmbH Nördlicher Schwarzwald einen guten Einblick in die Gastgeberstruktur und ihre Herausforderungen und Bedürfnisse. Daraus konnten gezielt Angebote entwickelt werden, wie die Onlinebuchbarkeit von Gastgebern in Portalen und auf der eigenen Internetseite, ein Flyerpaket für Gastgeber, eine einfache Internetpräsenz für Gastgeber, Textbeuasteine und Fotoservice sowie das Angebot von Seminaren und Schulungen.

In der Zusammenarbeit mit den Gastgebern der Region sind insbesondere zwei Projekte gesondert zu erwähnen. Erstens das gedruckte Gastgeberverzeichnis und zweitens die Onlinebuchbarkeit für Gastgeber, insbesondere über Internet-Buchungsportale.
Seit 2014 erstellt die Tourismus GmbH Nördlicher Schwarzwald das Gastgeberverzeichnis Enztal und Nagoldtal. Circa 200 Gastgeber der Region werden ind diesen beiden Podukten mit ihren Angeboten präsentiert. Die Nutzung der gemeinsamen Datenbank und die zentrale Erfassung ermöglichen eine effiziente Bearbeitung des Druckprojekts und zugleich eine Ausspielung der erfassten Daten als modernes und interaktives Online-Unterkunftsverzeichnis auf den Internetseiten der Orte und auf der Regionenseite www.mein-schwarzwald.de.
Über diese Datenbank und den Partnerdienstleister LOHOSPO GmbH aus Freiburg wurde es der Tourismus GmbH Nördlicher Schwarzwald auch möglich

den Gastgebern der Region eine direkte Onlinebuchbarkeit über die Internetseiten der eigenen Kommune und der Region, aber vor allem über bekannte Internet-Buchungsportale (hotel.de, best-fewo.de, atraveo.de etc.) anzubieten. Seit 2014 konnten nun mehr als 90 Gastgeber dazu gewonnen werden ihre Angebote online zu vertreiben und über konkrete Verfügbarkeits- und Preisabfragen gesteuert im Wettberwerb mit anderen Regionen aktiv zu werden. Circa 75 Prozent der Partner, die dieses Angebot nutzen an Ferienwohnungen und Kleinvermieter. Hotels und Anbieter größerer Einheiten nutzen oft eigene Verträge und Vertriebswege.
Über dieses Angebot der Onlinebuchbarkeit über verscheidene Vertriebswege konnten 2016 insgesamt mehr als 1.800 Buchungen mit über 10.000 Übernachtungen und mehr als 3.000 Gästeankünften bei den beteiligten Gastgebern erzielt werden.

Die Geschäftsführung der Tourismus GmbH Nördlicher Schwarzwald stellt dem Verwaltungs- und Wirtschaftsausschuss die Arbeit der Tourismus GmbH vor und berichtet über aktuelle Projekte und Maßnahmen.

Finanzielle Auswirkungen:

Veranschlagung der Finanzmittel im laufenden Haushaltsjahr

☐ Die Maßnahme ist im Haushaltsjahr 20 veranschlagt unter
Teilhaushalt: Produktgruppe:

☐ Die Mittel reichen nicht aus. Deckung der überplanmäßigen Aufwendungen/Auszahlungen über

☐ Es sind keine Mittel veranschlagt. Deckung der außerplanmäßigen Aufwendungen/Auszahlungen über

Teilhaushalt: Produktgruppe:
Produkt/Kostenstelle: Aufwands-/Auszahlungsart:
Investitionsauftrag: