

Gemeinderatsvorlage Nr. 159/2012

Vorberatung

Vorlage an	GR <input type="checkbox"/>	VA <input checked="" type="checkbox"/>	AUT <input type="checkbox"/>	öffentlich <input checked="" type="checkbox"/>	nichtöffentlich <input type="checkbox"/>
Sitzung am	22.11.2012				
Vorberatung	ja <input checked="" type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/>	OR-W <input type="checkbox"/> Beirat <input type="checkbox"/>	VA <input type="checkbox"/> AUT <input type="checkbox"/>	öffentlich <input checked="" type="checkbox"/>	nichtöffentlich <input type="checkbox"/>
		OR-T <input checked="" type="checkbox"/>			
		20.11.2012			
Sperrvermerk für Presse	ja <input type="checkbox"/> nein <input checked="" type="checkbox"/>	Beteiligte FB: FB1		Beteiligung des Umweltschutzbeauftragten	
		Niederschriften an:		ja <input type="checkbox"/> nein <input checked="" type="checkbox"/>	
Ordnungsnr.	792.02	Stichwort		Folgekostenberechnung	
		Tourismus/Stadtmarketing		ja <input type="checkbox"/> nein <input checked="" type="checkbox"/>	

Tourismus- und Stadtmarketingbericht 2011

1. Bericht

Im beiliegenden Bericht wird an Hand von ausgewählten Zielen und Kennzahlen die Entwicklung des Tourismus in Schramberg der Jahre 2007 bis 2011 und in strategisch wichtigen ausgewählten Marktsegmenten dargestellt. Das in 2007 eingeführte EDV-Programm für die Kurtaxabrechnung und Statistik erlaubt auch eine differenzierte Auswertung für die einzelnen Stadtteile, Beherbergungsarten, sowie ausgewählte Zielgruppen. Damit stehen uns für Zielvorgaben und strategische Ausrichtungen präzise Datengrundlagen zur Verfügung.

Im Bereich Stadtmarketing (Standortmarketing, Citymarketing, Eventmarketing, Tourismusmarketing, Verwaltungsmarketing) liegt der Schwerpunkt auf den Bereichen - Citymarketing, Eventmarketing und den daraus resultierenden Querschnittsaufgaben, die der Abteilung Kultur Stadtmarketing Tourismus übertragen sind.

Ingrid Rebmann
Abteilungsleitung
Kultur, Stadtmarketing
Tourismus

Andrea Müller
Sachbearbeitung
Tourismus/Stadtmarketing

Berthold Kammerer
Fachbereichsleitung
Kultur und Soziales

Gesehen:
Franz Moser
Fachbereichsleitung
Zentrale Verwaltung und Finanzen

Aufnahme auf die öffentliche Tagesordnung des Ortschaftsrates Tennenbronn am 20.11.2012

Klaus Köser
Ortsvorsteher

Aufnahme auf die öffentliche Tagesordnung des Verwaltungsausschusses des Gemeinderats am 22.11.2012

Thomas Herzog
Oberbürgermeister

Dieses Schreiben wurde maschinell erstellt und ist daher ohne Unterschrift gültig.

1. Tourismus

1.1 Touristische Kennzahlen

Ziele:

Stabilisierung und Steigerung der Gästeankünfte und Übernachtungen insbesondere im Bereich Ferientourismus

Erhöhung der Auslastung der Beherbergungsbetriebe insbesondere außerhalb der Hauptferienzeiten

Stabilisierung und Steigerung der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer

Gästeankünfte und Übernachtungen

Nach der Eingemeindung Tennenbronn wird seit 2007 eine gemeinsame Statistik für die Gesamtstadt geführt.

Seitdem stabilisieren sich die Gästeankünfte auf steigendem Niveau in Schramberg gesamt, die Übernachtungszahlen stiegen stetig leicht an. Im Jahr 2011 gab es allerdings bei den Übernachtungszahlen einen leichten Rückgang um 2,55%, bei den Ankünften aber einen Zuwachs von 3,77%.

In 2011 hat sich der Geschäftsreiseverkehr weiter erholt und auch Kurzurlaube haben weiter zugenommen. Dies zeigt sich auch an der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von 3,6 Tagen (2010: 3,9 Tage, 2009: 4,5 Tage)

Im Stadtteil Tennenbronn ist bei den Gästeankünften gegenüber 2010 ein Zuwachs von 7,36% zu verzeichnen, die Übernachtungszahlen stiegen leicht um 0,65%.

Die demographische Entwicklung im Bereich der Familien und die kürzere durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Gäste erfordert ständig die Gewinnung neuer zusätzlicher Gäste und eine stetige Qualitätssicherung im Bereich Familienferien. Die Familiengröße wird geringer und Familien sind mit die ersten, die in und unmittelbar nach Wirtschaftskrisen auch am Urlaub sparen.

Der Rückgang im Stadtteil Sulgen bei den Übernachtungszahlen ist im Wesentlichen auf die Verkürzung der Aufenthaltsdauer zurückzuführen. Die Gästeankünfte sind auch dank des in den letzten Jahren verbesserten Angebots im Bereich Geschäftsreiseverkehr stabil.

Der Zuwachs in der Talstadt ist durch die Wiedereröffnung eines größeren Beherbergungsbetriebes und teilweise auch durch das Narrentreffen begründet.

Die Zahlen in anderen Stadtteilen sind leicht gestiegen bzw. sind stabil geblieben.

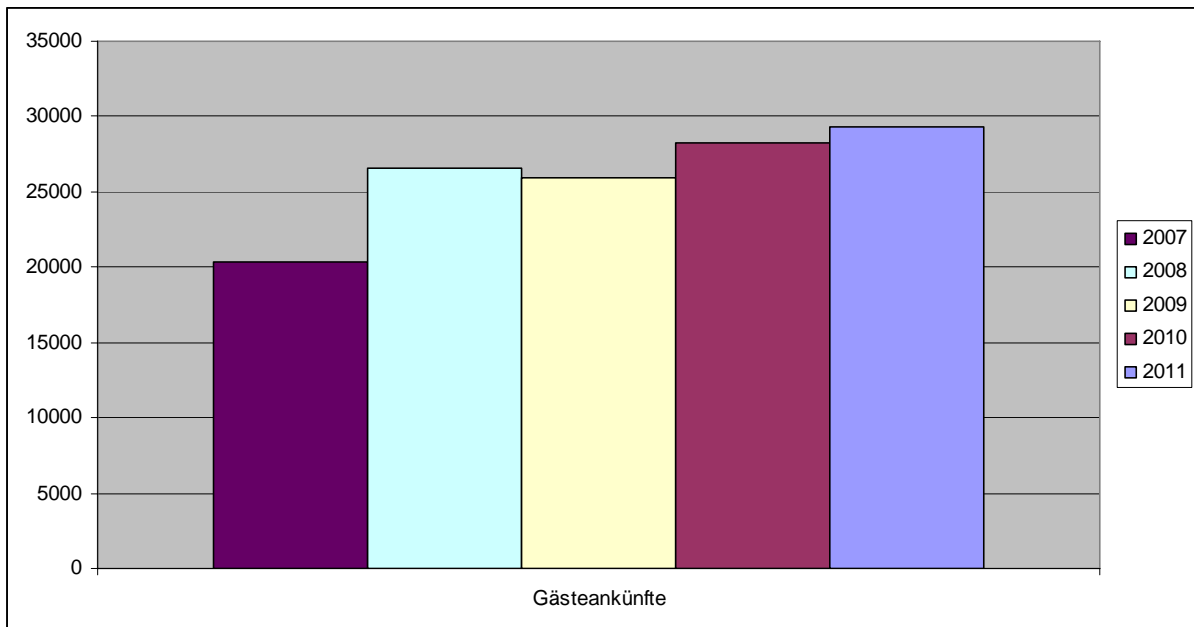
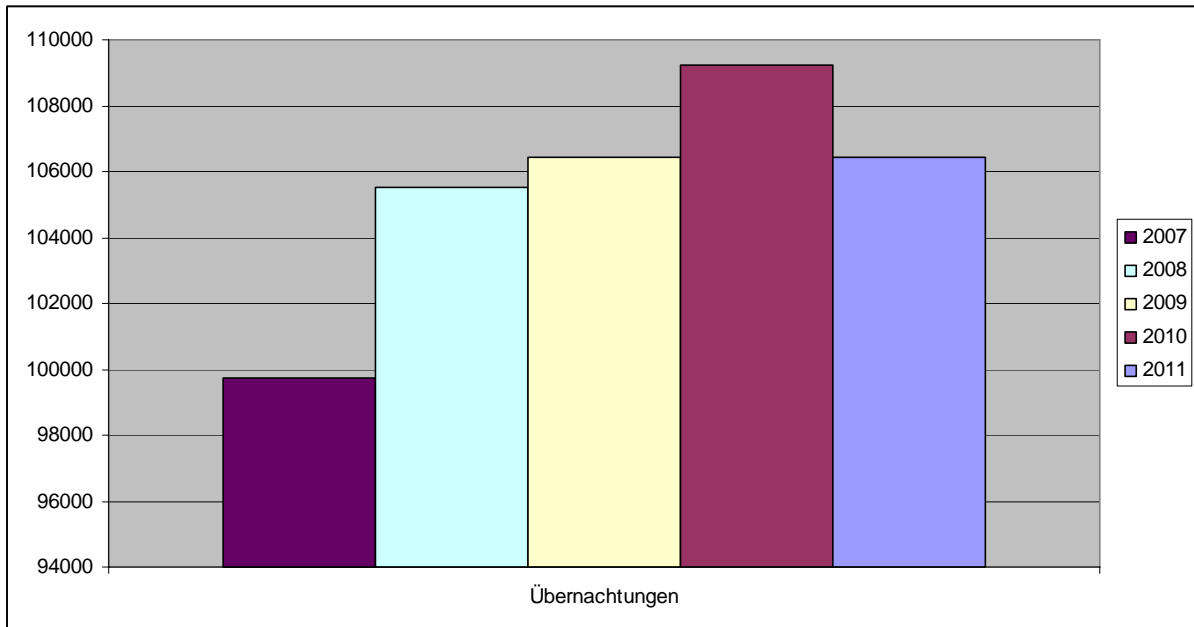
Einzelangaben zu den Stadtteilen Waldmössingen, Heiligenbronn und Schönbronn können aus Datenschutzgründen nicht einzeln aufgeführt werden und sind jeweils unter der Bezeichnung „Andere“ zusammengefasst.

Übernachtungen (im Vergleich zum Jahr 2010): 106.438 (109.219) -2,55%

Ankünfte (im Vergleich zum Jahr 2010) : 29.306 (28.241) + 3,77%

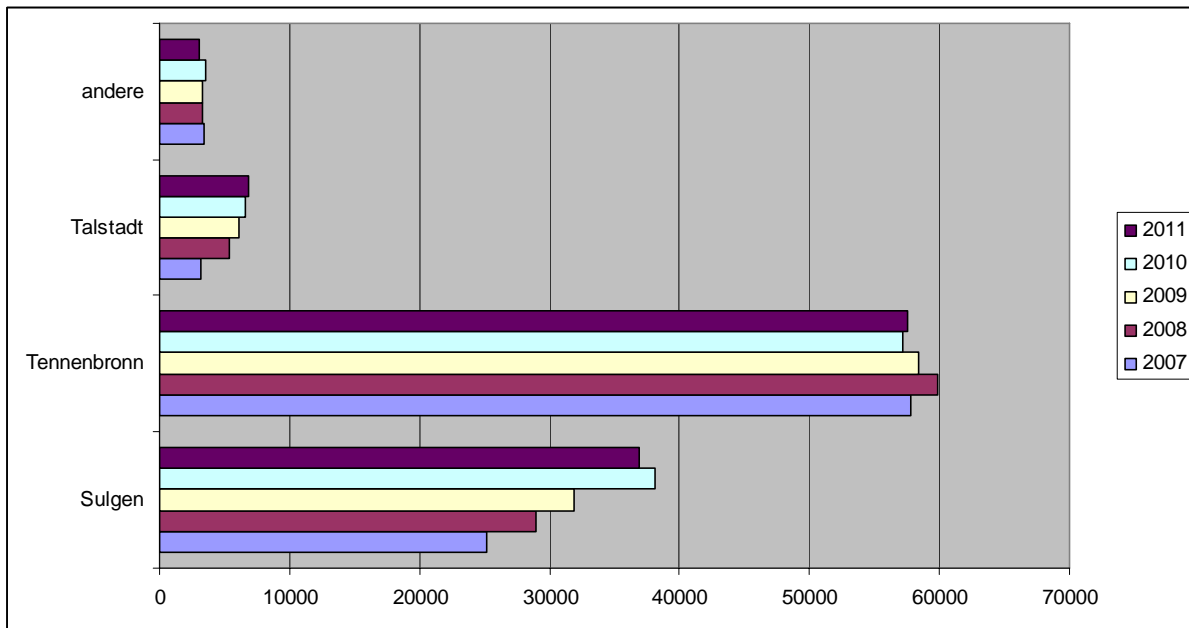
Übernachtungen / Gästeanreisen Gesamtstadt Vergleich 2007 / 2008 / 2009 / 2010 / 2011

Basis: Betriebe mit 9 und mehr Betten - Daten des statistischen Landesamts Baden-Württemberg. Betriebe unter 9 Betten – eigene Erhebungen auf Basis der Kurtaxmeldungen.



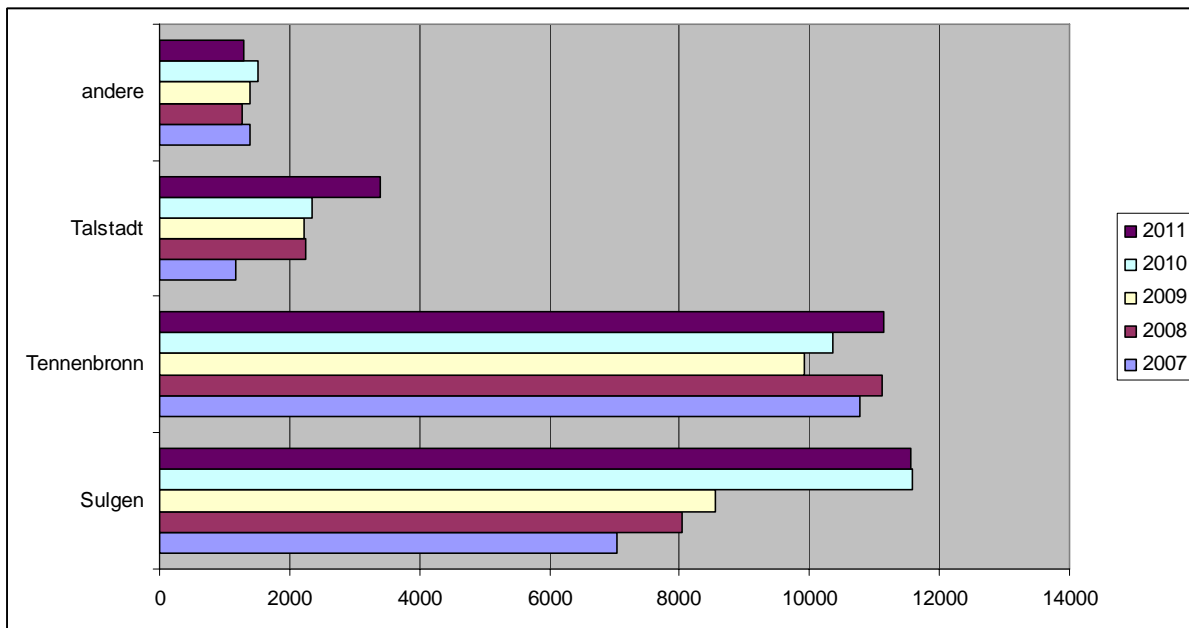
Entwicklung der Übernachtungszahlen in den Stadtteilen

Basis: eigene Erhebung auf Basis der Kurtaxmeldungen



Entwicklung der Gästeankünfte nach Stadtteilen

Basis: eigene Erhebung auf Basis der Kurtaxmeldungen



Anteil der Übernachtungen nach Stadtteilen

In den einzelnen Stadtteilen ist der Tourismus unterschiedlich stark ausgeprägt. Der Übernachtungstourismus nimmt in Tennenbronn 2011: 55,1% (2010: 55 %) des gesamtstädtischen Übernachtungsaufkommens ein. Hier gibt es neben dem Ferienpark als größtem Leistungsträger noch zahlreiche kleinere Gastgeber, vor allem das Segment „Ferien auf dem Bauernhof“ ist hier stark gefragt (mit steigenden Übernachtungszahlen)

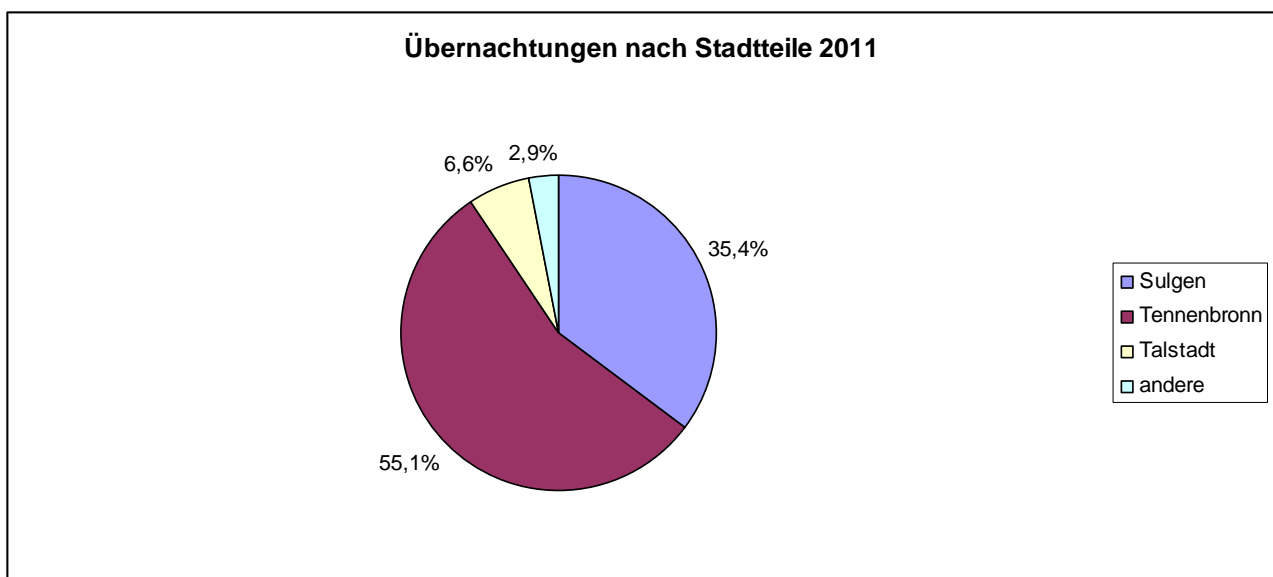
Schramberg-Sulgen liegt bei den Stadtteilen an zweiter Stelle. Der Stadtteil hatte mit einem Anteil von 35,4 % im Jahr 2011 einen leichten Rückgang bei den Übernachtungszahlen (2010: 36%).

In Schramberg-Sulgen ist das Feriendorf Eckenhof der größte Leistungsträger, in der Hotellerie spielt vor allem der Geschäftsreiseverkehr eine große Rolle.

In Schramberg-Talstadt resultieren die Übernachtungszahlen überwiegend aus Geschäftsreisen. Hier spielt insbesondere der Tagestourismus eine größere Rolle. Die Anteile von Schramberg – Talstadt stiegen 2011 leicht an, auf 6,6% (2010: 6,3%). In den anderen Stadtteilen ging der Anteil der Übernachtungen auf 2,9% zurück (2010: 3,3%).

Anteil der Übernachtungen nach Stadtteilen

Basis: eigene Erhebung auf Basis der Kurtaxmeldungen



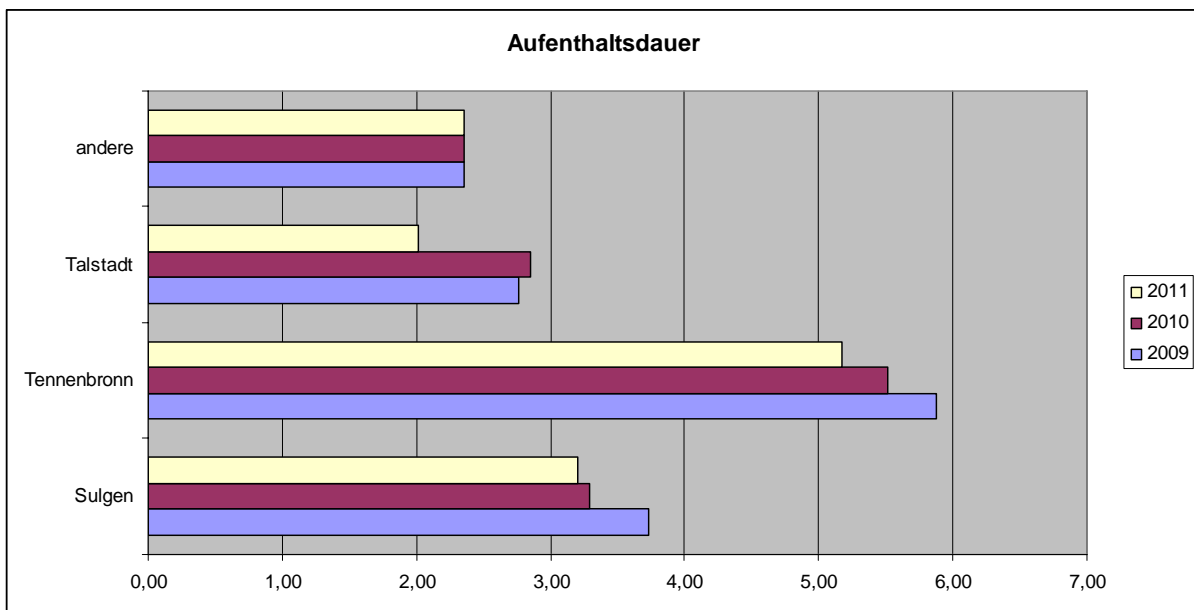
Aufenthaltsdauer

Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Gäste ist den letzten Jahren im gesamten Schwarzwald stark rückläufig. Der Trend geht zu mehr Kurzurlaube, den klassischen Urlauber der 80er und 90er Jahre mit einer Aufenthaltsdauer von 2 bis drei Wochen gibt es kaum noch.

Mit einer durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von 3,6 (2010: 3,9 Tage) Tagen geht auch in Schramberg die Aufenthaltsdauer weiter zurück, liegt aber immer noch deutlich über dem Durchschnitt im Schwarzwald, der bei 2,8 Tagen liegt. Im Landkreis Rottweil sogar nur bei 2,5 Tagen.

Durchschnittliche Aufenthaltsdauer in Schramberg 2011

Basis: eigene Erhebung auf Basis der Kurtaxmeldungen



Unterscheidung nach Gästegruppen:

Bei den Übernachtungszahlen unterscheiden wir nach Gästertypen, wobei in Schramberg der Vergleich zweier Gästegruppen interessant ist:

Geschäftsreisende und Familiengäste

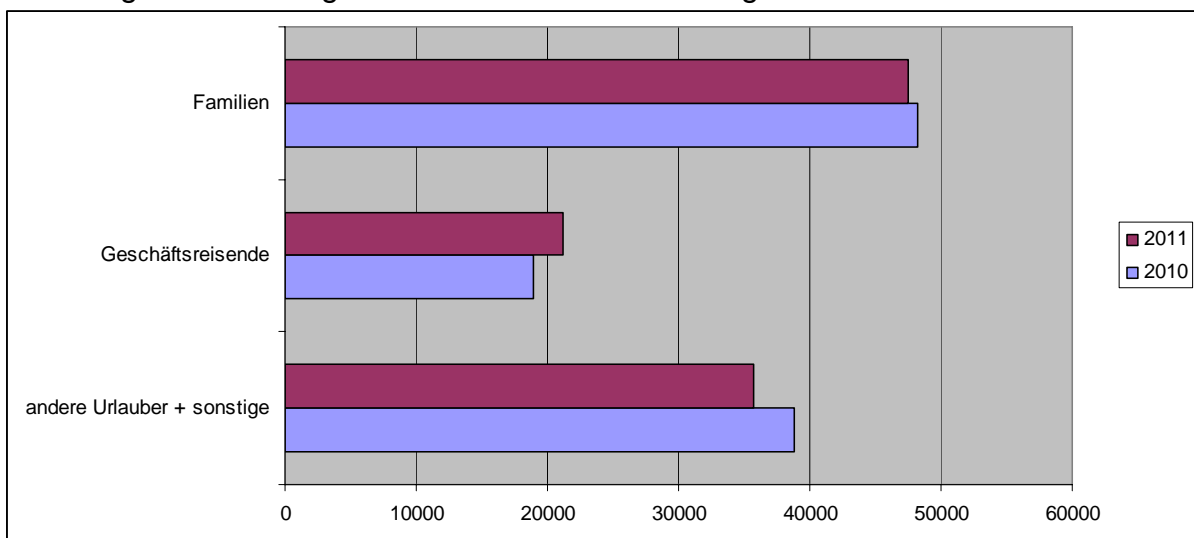
Der Anteil der Geschäftsreisenden betrug im Jahr 2011 in Schramberg 20%, (2010: 17%, 2009: 14%, 2008:16%.)

Eine Hauptzielgruppe sind Familien mit Kindern. Daher ist es unabdingbar dieses Marktsegment, das bereits heute von vielen touristischen Destinationen mit Angeboten mit hohem Qualitätsstandard stark beworben wird, ständig im Auge zu behalten und sich wichtigen Qualitätsstandards zu stellen.

Der Anteil der Übernachtungen von Familien mit Kindern betrug 2011 45 % (2010: 46%, 2009: 52%).

Übernachtungen nach Gästegruppen

Basis: eigene Erhebung auf Basis der Kurtaxmeldungen



Unterscheidung nach Herkunftsland – Übernachtungen 2011

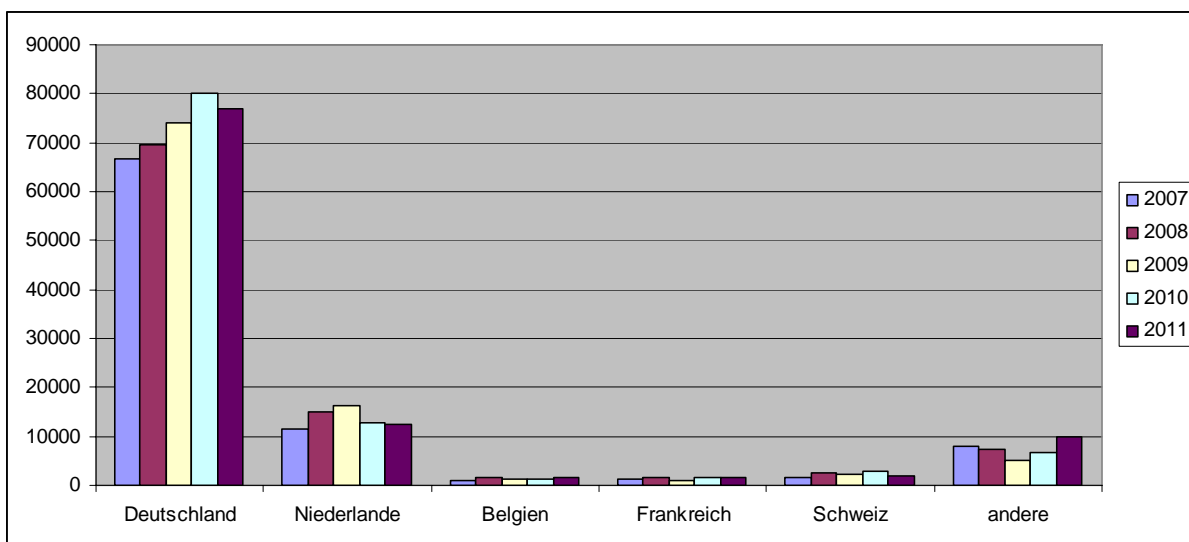
Bei den Übernachtungen lag der Anteil ausländischer Gäste im Jahr 2011 bei 26% (2010: 24%, 2009: 26 %, 2008:29%, 2007:26%). Schramberg hat in den Hauptquellmärkten Deutschland und Niederlande Anteile verloren.

In 2011 kommen 45 % der Übernachtungen ausländischer Gäste aus den Niederlanden. Ihr Anteil lag im Jahr 2010 bei 50 % und 2009 noch bei 62% und ist somit weiterhin rückläufig. Da die Gästeankünfte aus den Niederlanden relativ stabil waren, schlägt sich auch bei dieser Gästegruppe die kürzere Aufenthaltsdauern nieder. Darauf folgen die Schweiz (leichter Rückgang), sowie Frankreich und Belgien, die stabil blieben bzw. leichte Steigerungen aufweisen.

Gäste aus Ländern wie Israel, Spanien und Italien und China reisen verstärkt in den Schwarzwald, dies kann auch anhand der Zahlen für Schramberg beobachtet werden. So liegt Italien mittlerweile auf Rang 5 bei den ausländischen Gästen (950 Übernachtungen), dicht gefolgt von Spanien (903 Übernachtungen).

Übernachtungen von ausländischen Gästen 2011

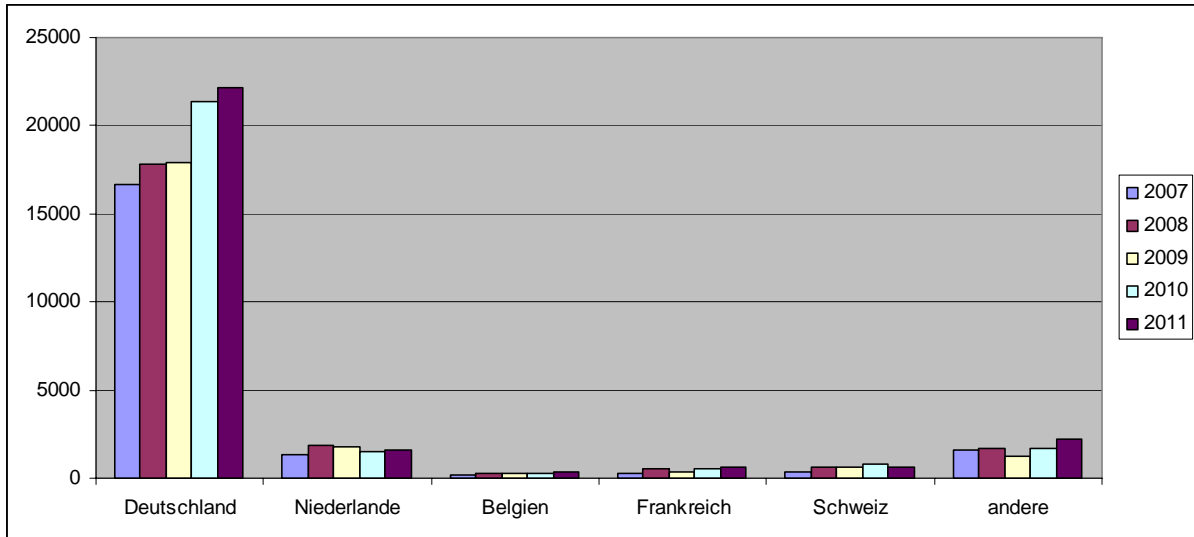
Basis: eigene Erhebung auf Basis der Kurtaxmeldungen



Ausländische Gästeankünfte 2011

Bei den Gästeankünften betrug der Anteil ausländischer Gäste im Jahr 2011 19% (2010: 18%, 2009:20%, 2008:22%, 2007: 19%)

Basis: eigene Erhebung auf Basis der Kurtaxmeldungen



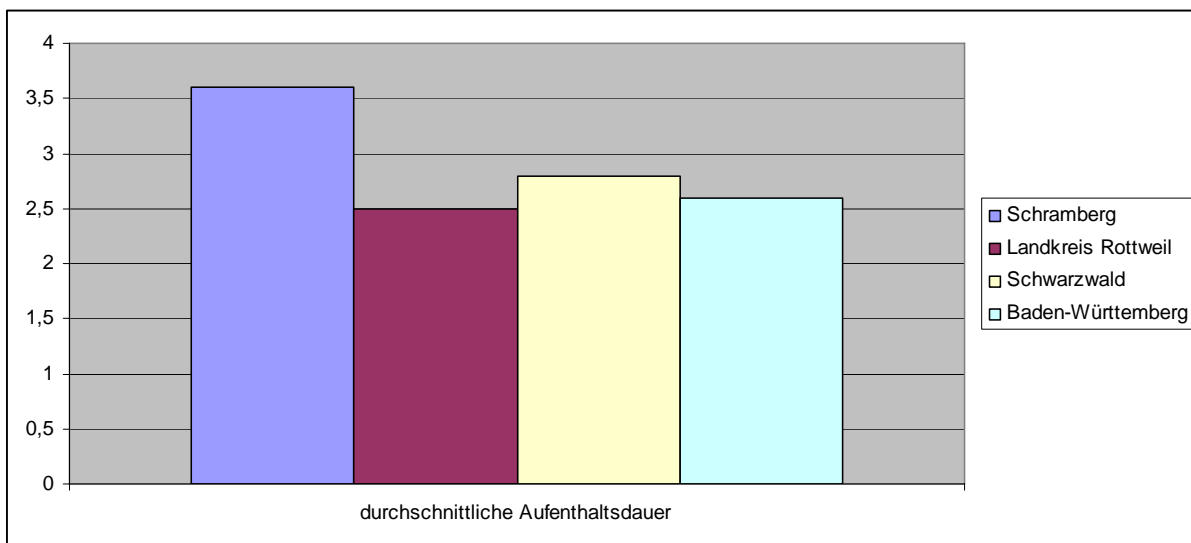
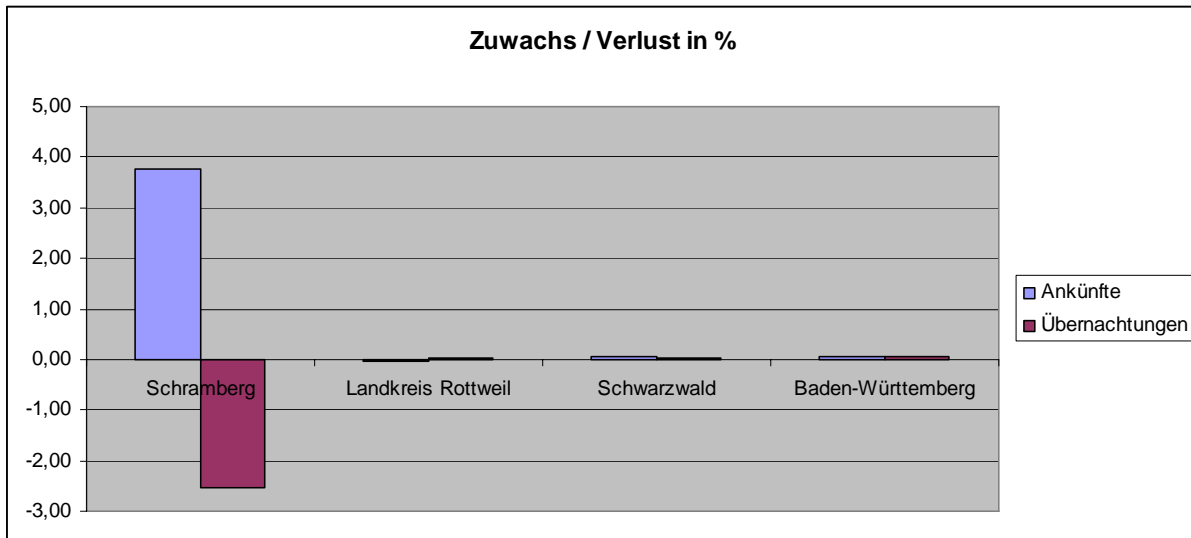
Schramberg und andere Regionen Vergleich Zuwachs / Verlust in Prozent Aufenthaltsdauer in Tagen

Nachdem sich der Geschäftsreiseverkehr im Jahr 2010 schon deutlich erholt hatte, setzte sich der Trend im Jahr 2011 fort. Dies zeigte sich auch in der weiterhin rückläufigen Aufenthaltsdauer.

Auch der Trend zu Kurzreisen hält an.

Im Vergleich mit dem Landkreis Rottweil, dem Schwarzwald und Baden-Württemberg steht Schramberg bei den Zuwächsen der Gästeankünfte und der Aufenthaltsdauer klar vorne.

Basis: Schwarzwald, Baden-Württemberg, Landkreis Rottweil: Betriebe mit 9 und mehr Betten - Daten des statistischen Landesamts Baden-Württemberg.
 Schramberg: Betriebe mit 9 und mehr Betten - Daten des statistischen Landesamts Baden-Württemberg. Betriebe unter 9 Betten – eigene Erhebungen auf Basis der Kurtaxmeldungen.



Tourismusintensität nach Stadtteilen (Gästeübernachtungen je 1.000 Einwohner)

Basis: eigene Erhebung auf Basis der Kurtaxmeldungen

Tourismusintensität	2011	2010	2009
Tennenbronn	1583	1561	1578
Sulgen	540	552	458
Talstadt	87	84	77
andere	111	126	118
Gesamtstadt	490	495	465

1.2 Marketingmaßnahmen

Marktforschung/Marktanalyse

Seit Mitte 2011 beteiligt sich die Stadt Schramberg an der schwarzwaldweiten Online Gästebefragung. Wir erwarten nach Vorliegen der Ergebnisse im Frühjahr 2013 daraus auch weitere Hinweise auf die Qualität des Angebotes, des Marketings und des Veranstaltungsprogramms aus Sicht unserer Kunden. Wichtig dabei ist auch welche Ergebnisse die Stadt Schramberg in einzelnen Segmenten der Befragung im Vergleich zum Gesamtschwarzwald erzielt.

Produktpolitik

Für die Qualitätssicherung und Qualitätsverbesserung insbesondere auch im Hinblick auf die Beteiligung am **Landeswettbewerb „Familienfreundlicher Ferienort“** und „Familienfreundliche Beherbergungsbetriebe“ wurden erforderliche Maßnahmen umgesetzt. Der Gästetreff Tennenbronn wurde als Spieltreff ausgestattet und das Ferienprogramm wurde in Kooperation mit dem Ferienpark Tennenbronn erweitert. Im Jahr 2011 wurden in Kooperation mit dem Ferienpark 34 Ferienprogrammpunkte angeboten, bei denen durchschnittlich 25-30 Kinder teilnahmen, an manchen Terminen sogar deutlich mehr.

Zudem wurde das Maskottchen „Schramboli“ als Sympathieträger bei Familien entwickelt. Hierfür wurden über Gewinnkarten verschiedene Varianten des Maskottchens bei Gästekindern, einheimischen Kindern und Schulklassen vorgestellt und deren Favoriten abgefragt - ebenso wurden Ideen für den Namen gesammelt. Nach Abschluss des Wettbewerbs erhielten alle Kinder ein Dankschreiben, einen Schramboli - Anstecker und Informationen über aktuelle Familienferienangebote.



Durch die erfolgreiche Teilnahme am Landeswettbewerb wurde Schramberg als „Familienfreundlicher Ferienort“ ausgezeichnet.



Nachdem der Landkreis Rottweil im Bereich Tourismus einen Schwerpunkt auf den Ausbau des Radtourismus, insbesondere im Bereich E-Bike setzt, und dies auch eine Zielgruppe ist, die die Beherbergungsbetriebe Schrambergs künftig stärker in den Focus nehmen wollen, hat sich die Stadt Schramberg dem **E-Bike-Projekt „Movelo“** des Landkreises Rottweil angeschlossen. An vier Verleihstationen in Schramberg können E-Bikes ausgeliehen und /oder Akkus gewechselt werden. Das Projekt umfasst die Landkreise Rottweil und Schwarzwald-Baar. Die Saisoneroöffnungsfahrt 2011 hatte Start und Ziel am Gästetreff in Schramberg-Tennenbronn, hier gab es auch eine kleine Bewirtung und musikalische Unterhaltung. Es wurden in diesem Segment in Kooperation mit dem Landkreis Rottweil auch Anzeigen in Radmagazinen geschaltet und GPS-Schnitzeljagden entwickelt.

Eine weitere Hauptzielgruppe im Tourismus in Schramberg sind Natururlauber und Wanderer. Die Schwarzwald Tourismus GmbH hat für Orte und Gastgeber in diesem wichtigen Marktsegment eine Qualifizierungsoffensive gestartet. Die Stadt Schramberg hat sich daran beteiligt und erhielt mit 34 weiteren Schwarzwaldorten die Plakette „**Ausgezeichneter Wanderort**“.

Die Voraussetzungen hierfür wurden geschaffen: die Wanderorte haben qualifizierte Natur- und Wanderführer, professionell ausgearbeitete -auch GPS-gestützte - Wandertouren, verkaufen Rucksäcke, verleihen Wanderstöcke und für den Fall des Falles geben sie auch Einweg-Regencapes aus. Leider fehlt aber immer noch ein Beherbergungsbetrieb, der sich als wanderfreundlicher Gastgeber klassifizieren lässt.

Feriengäste und auch Tagestouristen erwarten vor und während ihres Urlaubsaufenthalts eine qualifizierte Beratung über den gesamten Schwarzwald. Diese Aufgabe nehmen die Touristinformationen und Gastgeber in Schramberg wahr. Bürgerservice und Touristinformation konnte durch einige Veränderungen und Erweiterung im Angebot (Vitrinenshop, Dekoration, Infomaterial) sowie Teilnahme an Schulungen die Qualitätskriterien der Schwarzwald Tourismus GmbH erfüllen. Daher erhielt Schramberg als erste Tourist-Information im Schwarzwald das Prädikat „**Schwarzwald-Information**“.



Kommunikations- und Distributionspolitik

In diesem Bereich arbeiten wir auf Grund der Wirtschaftlichkeit immer sehr eng mit überregionalen und regionalen touristischen Organisationen zusammen. Dies sind insbesondere die Deutsche Zentrale für Tourismus, die Tourismusmarketing GmbH Baden-Württemberg, Kulturland Baden-Württemberg, die Schwarzwald Tourismus GmbH, der Naturpark Schwarzwald Mitte/Nord, die Deutsche Uhrenstraße, der Landkreis Rottweil und die Werbegemeinschaft Kinzigtal.

Schwerpunkte in 2011 waren dabei:

Herausgabe eigener Printmedien:

- Aktualisierte Ausflugstipps für
- Überarbeitete Wanderbroschüren



Präsentation auf Messen



- Präsentation über Werbegemeinschaft Kinzigtal: z. B. Vakantiebeurs Utrecht, Reisemarkt Heilbronn, Turismo Straßburg, SaarLorLux, Freizeit Saarbrücken
- Präsentation auf der Tourismusbörse Hüfingen (gemeinsam mit Schiltach)
- Präsentation auf dem Tourismustag des Landkreises Rottweil in der Aquademie in Schiltach
- Präsentation über den Landkreis Rottweil auf der CMT Stuttgart. Besonderes Highlight: Fotoaktion mit Isetta

Schwerpunkte bei Insertionen in Printmedien/Internet:

Marketingschwerpunkte in 2011 waren Wandern, Familienferien sowie das landesweite Jahresthema Automobilsommer 2011

Tourismusmarketing GmbH Baden-Württemberg

Beteiligung an verschiedenen Journalen zum Thema Automobilsommer 2011, Internetportal Automobilsommer 2011, Beteiligung am Katalog Familienferien sowie Beteiligung am Internetportal Familienferien

Auslandsmarketing

Journale Deutsche Welten Frankreich, Vakantieboek Niederlande

Schwarzwald Tourismus GmbH

Schwarzwald Gästejournal, Städte-Erlebnis, Wanderbroschüre, Erlebnisführer, Panoramakarte Schwarzwald, Reiseführer zur SchwarzwaldCard, Aktualisierung Internet

Werbegemeinschaft Kinzigtal

Gastgeberverzeichnis, komplette Neugestaltung des Internetportals, Fasnetsflyer, Weihnachtsflyer, Campingprospekt, Flyer Kinzigtalradweg für alle (barrierefreie Angebote)

Überregionale Medien

Wanderlust, Reisecompass, Rätselpause mit Gewinnspiel, Kauperts Reiseführer, Europapark Booklet, Mountainbike Magazin, Journal Schwäbisch Alemannische Fasnacht, Magazin „Museumstag“, Mirror TV (Werbung im Spiegel, vor allem in Restaurants), Gutscheineft Schwarzwald erleben, Gruppen- und Busreiseplaner, Baden-Württemberg barrierefrei

Anzeigen in Regionalen Medien

Für den Bereich Tagestourismus wie z.B. Stadtkurier Freiburg, NRWZ, Schwarzwälder Bote, Freizeitspiegel, Schwarzwälder Hausschatz

Kulturland Baden-Württemberg

Kulturlandkatalog, Baden-Württemberg barrierefrei erleben, Automobilsommer

Im Bereich Internet wurden touristisch relevante Portale aktualisiert.

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Im Jahr 2011 wurde die Pressearbeit der WG Kinzigtal neu konzipiert. Nun werden die Ausarbeitung und Aussendung der Presseberichte von der Agentur „Regionale Konzepte“ professioneller durchgeführt. Die Schwerpunktthemen 2011 waren: Familienferien, Wandern und Feste, sowie Naturerlebnis.

Pressereise Kinzigtal (09/2011)

Schwerpunkte der Pressereise von freien Reisejournalisten in Schramberg waren: Auto & Uhrenwelt, Park der Zeiten, sowie die Villa Junghans

Bilddatenbank

Die Abteilung Tourismus, Kultur, Stadtmarketing hat ein umfangreiches digitales Bildmaterial, das ständig für die Herstellung von Printmedien, für Internetportale und die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit benötigt wird. Die Nachfrage nach Bildmaterial von außen steigt ständig an. Diese Arbeit lässt sich nicht wie bisher rein mit Bildmaterial auf CD's bewerkstelligen. Daher wurde in 2011 für die umfangreichen Datenmengen eine zentrale Bilddatenbank eingerichtet. Damit stehen auch umfangreiche Sortier- und Suchfunktionen zur Verfügung. Bilder können beispielsweise bei Presseanfragen als Kollektion per Link verschickt werden. Somit wird vermieden, große Datenmengen per E-Mail zu verschicken oder gar Bilder auf CD/DVD zu verschicken. Verschiedene Administratoren können auf die Bilddatenbank zugreifen, z.B. Tourismus, Theaterring, ErfinderZeiten: Auto- und Uhrenmuseum.

Um auf eine qualitativ hochwertige Bilddatenbank zugreifen zu können, müssen regelmäßig Bildaufnahmen gemacht werden. In 2011 wurden Neuaufnahmen zum Thema Familien und Auto & Uhrenwelt gemacht.

1.3 Veranstaltungen 2011 (eigene und Kooperationsveranstaltungen)

Veranstaltungsmagazin Kinzigzeitung

Nach intensiven Verhandlungen konnte mit dem Kooperationspartner Media Seven die Herausgabe zu unveränderten Konditionen für ein weiteres Jahr fortgesetzt werden.

Veranstaltungen 2011:

Narrentreffen (02/2011)

Beim Narrentreffen zum Jubiläum der Narrenzunft Schramberg wurden 1431 Betten in Hotels, Pensionen und Ferienwohnungen in Schramberg und dem Umland benötigt. Die Abwicklung dieser Buchungen wurde von der Abteilung Tourismus, Kultur, Stadtmarketing übernommen.

E-Bike Eröffnungsfahrt (05/2011)

Im Mai 2011 wurde das E-Bike Projekt der Landkreise Rottweil und Schwarzwald-Baar mit einer Eröffnungsfahrt offiziell gestartet (Kooperation Landkreis Rottweil und Stadt Schramberg). Start- und Zielpunkt war der Gästetreff Tennenbronn. Dort gab es neben den Grußworten der Landräte und des 1. Stellvertreters des Oberbürgermeisters Helmut Banholzer auch die Möglichkeit, sich E-Bikes auszuleihen und sich im Anschluss an die Radtour zu stärken. Trotz mäßigen Wetters waren etwa 100 Teilnehmer dabei.



Park der Zeiten Festival (07/2011) – Kooperationsveranstaltung

Das Festival hat inzwischen in der Region einen guten Ruf und stärkt mit den Bekanntheitsgrad des Parks der Zeiten. Das gemischte Programm mit Musik und Comedie wird gut angenommen.

Freitag: Pink Floyd Reloaded

Samstag: Gardi Hutter

Sonntag: Dui do ond de Sell

Insgesamt rund 800 Besucher (2010: 750 Besucher)

KulturZeit:

Jubiläumswochenende 125 Jahre Villa Junghans und Park der Zeiten (07/2011)

Das Jubiläum wurde in Kooperation mit dem Stadtverband Kultur mit einem Veranstaltungswochenende im Park der Zeiten gefeiert.

Am Freitagabend spielten die Old News, am Samstag gestalteten die Chorgemeinschaft „Frohsinn“ Schramberg, das Sinfonieorchester der Musikschule sowie die Stadtmusik Schramberg eine Musiknacht. Im Anschluss konnte mit UJ Secret, einer Band der Musikerinitiative Schramberg noch getanzt und gefeiert werden.

Der Familientag am Sonntag fiel dem strömenden Regen zum Opfer. Der Auftritt der Band „Caminho“ und die Lesung konnte in die Villa Junghans verlegt werden, alle anderen geplanten Veranstaltungen fielen am Sonntag aus.

Open-Air-Kino

Seit Jahren bieten wir in Kooperation mit dem Subiaco Kino Open-Air-Kino im Juli an. Die Veranstaltungen im Kloster Heiligenbronn erfreuen sich nach wie vor großer Beliebtheit. Die Besucherzahlen im Park der Zeiten waren dagegen rückläufig. Nachdem im Stadtteil Tennenbronn der Wunsch nach einem zusätzlichen Open-Air-Kino aufkam, haben wir uns in Abstimmung mit den Stadtwerken entschlossen ein Open-Air-Kino im Freibad Tennenbronn zu versuchen. Dies wurde gut akzeptiert.

SWR4 Sommertour (08/2011)

Die SWR4 Sommertour machte im August 2011 beim Auto- und Uhrenmuseum Erfinderzeiten Halt. Neben dem Live – Programm des SWR wurden Führungen in der Auto & Uhrenwelt, sowie im Park der Zeiten angeboten, außerdem gab es eine Bewirtung und musikalische Unterhaltung.

Bei großer Hitze waren insgesamt etwa 100 Besucher anwesend. Die Live - Übertragung hat eine hohe Resonanz erfahren und damit zum Bekanntheitsgrad der Stadt insgesamt beigetragen.

Summerland (08/2011)

Ein Veranstaltungsprogramm für Familien immer mittwochs im August beim Remsbachhof in Tennenbronn. Die Veranstaltungsreihe wird von Feriengästen aber auch als Freizeitangebot für Einheimische in den Ferien gut angenommen, nach dem Kinderprogramm folgt die musikalische Unterhalten. Die Besucherzahlen sind konstant steigend. Alle fünf Termine waren - auch dank guter Witterung - sehr gut besucht. Durchschnittlich 350 Besucher + 100 Kinder beim Kinderprogramm. Damit wurden die Besucherzahlen der Vorjahre übertroffen.

Dreiklang-Konzert (05/2011)

Die Veranstaltungsreihe klassischer Konzerte in Kooperation mit den Städten Rottweil, Oberndorf und Dornhan und dem Landkreis Rottweil wurde fortgesetzt. Die Stadt beteiligt sich wie im letzten Jahr angekündigt nur noch mit einem Konzert. Es wurde erstmals ein klassisches Konzert insbesondere für Familien am Sonntagnachmittag konzipiert. Beim Familienkonzert mit dem Konzerthausorchester Trossingen im Park der Zeiten waren rund 70 Besucher, darunter auch Familien mit Kindern anwesend.

Schwarzwald Musikfestival (09/2011)

Bei diesem überregionalen Festival ist die Stadt Schramberg seit dem Jahr 2000 Kooperationspartnerin mit ein oder zwei Konzerten. Im Jahr 2011 gab das hochrangige Jazztrio Charles Davis & Captured Moments ein Konzert in der Villa Junghans. Leider entsprach die Resonanz mit 24 Besuchern nicht dem qualitativ hochwertigen Konzert.

Veranstaltungsreihe Land erleben

Mit dem Arbeitskreis Tourismus in Tennenbronn erstelltes Ferienprogramm, beispielsweise Kräuterwanderung, Pilzwanderung, Käsereibesichtigung, Brot backen, Waldtour, Tour mit dem SchwarzwaldGuide. Das Angebot in den Hauptferienzeiten mit jeweils 2-3 Veranstaltungen pro Woche nehmen sowohl Feriengäste als auch Einheimische war. Es trägt mit dazu bei, dass wir das Image als familienfreundlicher Ferienort mit naturnahem Angebot verbessern können.

Je nach Veranstaltung 10-30 Teilnehmer

Stadtführungen

In 2011 wurde das Angebot nochmals erweitert und zwar durch Führungen in der St. Maria Kirche zum Thema Bildhauer- und Orgelkunst. Diese werden von Herrn Arnhold Budick mit Unterstützung durch Orgelspieler angeboten. An den drei Führungen nahmen durchschnittlich 22 Personen teil.

Die Monatlichen Stadtführungen von Hans Haaser waren wieder gut besucht, Bei den sieben themenorientierten Führungen nahmen durchschnittlich 10 Personen Teil, wobei die Mehrheit Einheimische waren.

Neben diesen regelmäßigen Terminen steigt inzwischen auch die Nachfrage von Vereinen/Gruppen nach Stadt- und Kirchenführungen. Teilweise werden diese von den bürgerschaftlich Tätigen Hans Haaser und Arnhold Budick übernommen, teilweise von der Abteilungsleitung.

2. Stadtmarketing (City- und Eventmarketing, Querschnittsaufgaben)

2.1 Querschnittsaufgaben

In 2011 lag der Schwerpunkt insbesondere in der arbeitsintensiven Mitarbeit in der Projektgruppe Tiergehege/Erlebnishof Waldmössingen. In Kooperation mit dem Eigenbetrieb Wirtschaftsförderung wurden Angelegenheiten im Bereich Standortmarketing für Einzelhandel und Gastronomie/Hotellerie bearbeitet.

Ein besonderer Schwerpunkt war in 2011 das Jubiläum 150 Jahre Junghans. Das Firmenjubiläum und das Jubiläum 125 Jahre Villa Junghans und Park der Zeiten war Ursache für vermehrte Anfragen von Printmedien, Rundfunksendern und TV-Sendern nach Informationen zu diesen Themen und die Stadt insgesamt, die von der Abteilung Stadtmarketing, Kultur, Tourismus bearbeitet und teilweise begleitet wurden. Eine Spende ermöglichte es in Kooperation mit dem Stadtarchiv historische Daten zu den verschiedenen Junghansvillen aufzuarbeiten und in einer Ausstellung in der Villa Junghans der Öffentlichkeit auf Dauer zu präsentieren. Erstmals trafen sich auf Einladung der Stadt die Nachkommen aller Linien der Familie Junghans im September 2011 in Schramberg.

2.2 City- und Eventmarketing

Im Rahmen des Leitbild und Stadtentwicklungsprozesses war es wiederholt Thema, dass ein Kulturangebot für jüngere Zielgruppen und regional ausstrahlende Festivals in Schramberg fehlen. Mit dem Kooperationspartner Heimatfabrik ist es inzwischen gelungen mit dem Schramberger Kulturbesen im Herbst und dem Schwabengipfel im Frühjahr zwei Veranstaltungsreihen zu etablieren. Wir konnten dafür mit der Kreissparkasse nach wie vor einen größeren Sponsor und mit dem Schwarzwälder Boten einen Medienpartner finden. Trotzdem können wir die Veranstaltungen auf Dauer nur sichern, wenn es uns ständig gelingt weitere Sponsoren zu finden und der Partner Heimatfabrik weiterhin das hohe wirtschaftliche Risiko mit trägt. Nachdem ein Sponsor für die Räumlichkeiten ausgefallen ist, musste die Stadt auch in recht komplexen Verhandlungen mit Insolvenzverwalter und Eigentümer der Gebäude übergangsweise die Räumlichkeiten sichern. Eine abschließende Regelung für die Zukunft muss im Frühjahr 2013 gefunden werden. Inzwischen haben die Veranstaltungsreihen in der Region einen guten Namen und es wird bereits vor der Veröffentlichung des Programms von potentiellen Besuchern danach gefragt. Die Veranstaltungsreihen sind auch ein attraktives Angebot in den Nebensaisonzeiten für Feriengäste. In Kooperation mit dem Handels- und Gewerbeverein soll ein neues Konzept für eine Advents-/Weihnachtsaktion entwickelt werden. Erste Ideen dazu liegen vor und sollen in 2013 nach Fertigstellung der neuen Mitte umgesetzt werden. Daneben wurden bewährte Veranstaltungen wie verkaufsoffene Sonntage in der Talstadt und Sulgen-Live durchgeführt. Die in 2009 gestartete Aktion Schramberger Livenacht mit Musikveranstaltungen in gastronomischen Betrieben in der Talstadt wurde fortgesetzt.

Erstmals wurde das Stadtbild in der Fußgängerzone durch einen erweiterten Blumenschmuck (Blumenampeln an den Lampen) verbessert.

Mit der Einführung des Fremdenverkehrsbeitrags wurde festgelegt, dass für gemeinsame Maßnahmen im Bereich Stadtmarketing (ohne Tourismusmarketing) der Ausschuss über die Verwendung eines Drittels des Aufkommens bestimmen kann. Das Aufkommen aus dem Fremdenverkehrsbeitrag betrug in 2011 € 73.672,60. Für Kooperationsveranstaltungen und Kooperationsmaßnahmen mit dem HGV sowie für Sachaufwendungen für Unterhaltung der Weihnachtsbeleuchtung wurden in 2011 € 21.400,27 ausgegeben.

3.Finzen/Budgetabschluss 2011

Für die Jahre 2011 bis 2013 wurde eine neue Budgetvereinbarung getroffen. Danach soll der maximale Abmangel des Budgets 220.000 € betragen. Neu fließen in das Budget auch Ausgaben im Vermögenshaushalt für den Erwerb beweglicher Sachen sowie periodische Sonderausgaben, die bisher außerhalb des Budgets gebucht wurden. Die Höhe des maximalen Abmangels wurde dadurch und der im Rahmen der Haushaltskonsolidierung vorgegebenen Maßnahmen um rund 70.000 €/pro Jahr verringert. Dies ist nur möglich, da neue Maßnahmenswerpunkte (z. B. Radtourismus, Familienferien etc.) aus noch bestehenden positiven Budgetabschlüssen der Vorjahre finanziert werden.

Plan 2011	Ergebnis 2011	Erläuterungen
Einnahmen 154.600 €	Einnahmen 162.963,50 €	Höhere Einnahmen resultieren überwiegend aus höheren Sponsoreinnahmen, höherem Fremdenverkehrsbeitrag, und Zuweisungen vom Land auf Grund besserer Übernachtungszahlen der Vorjahre
Ausgaben 374.600 €	Ausgaben 386.074,51 €	Wenigerausgaben entstanden insbesondere im Bereich Stadtmarketing, da der Anteil am Fremdenverkehrsbeitrag nicht komplett abgerufen wurde (Reserve Konzept für neue Advents-Weihnachtsaktion) Höhere Ausgaben entstanden im Wesentlichen für Kommunikation und Vertrieb, Mieten bewegliche Sachen (E-Bike, Marketing für Radtourismus und Familienferien) sowie Kostenbeitrag ÖPNV (Konus) auf Grund besserer Übernachtungszahlen der Vorjahre
Budgetergebnis/Vorgabe 220.000 €	Budgetergebnis 223.111,01 €	
	Budgetgewinn/verlust 2011 - 3.111,01 €	