Bürger- und Verkehrsverein
tübingen

TÄTIGKEITSBERICHT

des Bürger- und Verkehrsvereins Tübingen 1891 e.V.

2018

Inhaltsverzeichnis

1. **Vorwort** 3

2. Das touristische Jahr 2018 4

2.1. Übernachtungstourismus in Deutschland und Baden-Württemberg
2.2. Übernachtungstourismus in Tübingen
2.3. Tagestourismus in Tübingen / Bruttoumsatz

3. Marketing 9

3.1. Marketinginstrumente 9

3.1.1 Neue Produkte, Produktvariationen
3.1.2 Werbebroschüren, Flyer und andere Drucksachen
3.1.3 Pauschalangebote
3.1.4 Gästeführungen und Stocherkahnfahrten für Gruppen
3.1.5 Öffentliche Stadtführungen und Stocherkahnfahrten
3.1.6 Zimmervermittlung und Kongress- und Tagungsservice

3.2 Distribution/Vertrieb 15

3.2.1 Gäste- und Kundenbetreuung in der Touristinformation
3.2.2 DTV-Zertifizierte Touristinformation
3.2.3 Prospektversand
3.2.4 Tourismusmessen
3.2.5 Website www.tuebingen-info.de
3.2.6 Touristischer Newsletter
3.2.7 Social Media

3.3 Kommunikationspolitik 16

3.3.1 Öffentlichkeitsarbeit
3.3.2 Werbung, Einträge
3.3.3 Verkaufsförderung, Verbands- und Gremienarbeit

4. **Innenmarketing** 20

4.1 Zusammenarbeit vor Ort 20

4.2 Produkte und Dienstleistungen 22

4.2.1 Warenkreation und Verkauf
4.2.2 Vorverkauf von Veranstaltungstickets
4.2.3 Beratung und Verkauf von ÖPNV-Fahrscheinen
4.2.4 Verkauf von Gutscheinen
4.2.5 Geschäftsstellentätigkeit

4.3 Eigene Verlagsprodukte 24

4.3.1 Tübinger Blätter
4.3.2 Kleiner Führer, Tübingen in Bildern

4.4 Veranstaltungen (öffentliche) 25

4.5 Veranstaltungen (nicht öffentliche) 25

5 Geschäftsstelle und Verein 26

5.1 Geschäftsstelle ĂAn der Neckarbrückeñ
5.2 Personal
5.3 Gremien und Vereinsmitglieder

6 Neckarcamping Tübingen 31

7 Tabellenanhang 34

8 Impressum 39

Tätigkeitsbericht 2018

des Bürger- und Verkehrsvereins Tübingen 1891 e.V. für den Zeitraum 1.1.2018 bis 31.12.2018. Vorgelegt anlässlich der Mitgliederversammlung am 3.7.2019 im Historischen Rathaus.

1 Vorwort

Vorstand und Geschäftsführung legen mit diesem Bericht Rechenschaft über den Verlauf des Geschäftsjahres 2018 ab. Bei der Mitgliederversammlung am 19.9.2018 wurde ein Doppelhaushalt für die Geschäftsjahre 2018 und 2019 verabschiedet. Die Rechnungslegung für beide Geschäftsjahre erfolgt also erst im nächsten Tätigkeitsbericht.

Den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des BVV gilt an erster Stelle unser herzlichster Dank. Sie haben im Jahr 2018 kontinuierlich und erfolgreich das Tourismus-Marketing für Tübingen fortgeführt. An 328 Tagen haben sie in der Touristinformation über 227.000 Kunden und Gäste beraten, begeistert, bedient und betreut. Und dies im Schichtbetrieb von 9-19 Uhr werktags und an Wochenenden und Feiertagen zwischen 10-16 Uhr. Herzlichen Dank für ihre unermüdliche Einsatzbereitschaft, ihre Flexibilität und ihre Loyalität zum Verein!

Unser Dank gilt auch den Tübinger Gästeführerinnen und Gästeführern, Stocherkahnfahrerinnen und Stocherkahnfahrern für all die Führungen und Kahnfahrten, für sehr zufriedene Kunden und für ihre dauerhafte Zuneigung zu Tübingen und seinen Gästen. Ihre Arbeit ist für Tübingen und den Verein wertvoll und unverzichtbar.

Ausschuss und Vorstand des Vereins gilt ebenfalls unser Dank für die Ausfüllung dieses Ehrenamts.

Wir danken allen Vereinsmitgliedern für ihre Treue zum Verein und der Redaktion und dem Redaktionsbeirat der TÜBINGER BLÄTTER für die gute und erfolgreiche Zusammenarbeit.

Bei den Medien bedanken wir uns für die Berichterstattung und natürlich bei unseren zahlreichen Kunden und Gästen, die wir auch künftig gerne bestens und umfassend bedienen wollen.

Für die erfolgreiche Kooperation danken wir der Wirtschaftsförderung Tübingen (WIT), den zahlreichen Kulturschaffenden, den vielen Kontaktpersonen in Stadtverwaltung, Landratsamt, Universität, Stadtverkehr, HGV, Tübingen erleben, GWG und KST und den Banken, Firmen, Verbänden, Vereinen und Organisationen, mit denen wir das ganze Jahr über zu tun haben.

Gemeinderat und Stadtverwaltung danken wir für die verlässliche Bezuschussung unseres Vereins.

Michael Lucke
Vorsitzender

Gabriele Eberle
Geschäftsführerin

Beherbergung im Reiseverkehr 1993 bis 2018 - Tübingen

Quelle: Statistisches Landesamt, Baden-Württemberg

Jahr	Betriebe	Betten/ Schlafgel..	Ankünfte		Über-nachtungen		Ø Aufent-haltsdauer	Bettenaus-lastung
			Insgesamt	Ausländer	Insgesamt	Ausländer	Tage	in %
1993	24	1222	98710	21 387	217 179	67 574	2,2	49,4
1994	23	1188	81 785	16 692	191 529	63 918	2,3	42,2
1995	25	1284	82 255	16 639	165 331	44 291	2,2	36,2
1996	23	1173	93 961	17 596	179 304	45 564	1,9	42,6
1997	25	1258	80 902	15 945	162 723	41 703	2,0	35,9
1998	26 **	1137	79 970	15 361	153 702	39 565	1,9	35,8
1999	28	1268	91 163	16 876	174 773	40 591	1,9	38,1
2000	28	1193	89 653	17 527	165 558	38 738	1,8	38,5
2001	28	1174	90 800	16 855	173 068	42 654	1,9	40,8
2002	26	1140	88 780	18 332	163 366	41 200	1,8	39,6
2003	26	1149	86 767	17 169	162 046	37 445	1,9	39,6
2004*	27	1524	91 554	19 285	177 348	43 881	1,9	35,9
2005	28	1526	95 836	21 377	185 879	47 652	1,9	38,3
2006	29	1503	100 151	22 962	193 120	49 925	1,9	38,6
2007	31	1573	105 316	22 696	215 506	54 127	2,0	40,3
2008**	31	1606	108 011	22 503	218 946	53 233	2,0	40,5
2009	31	1583	104 864	21 176	206 424	49 797	2,0	38,3
2010	32	1593	103 791	21 121	208 835	49 832	2,0	38,8
2011	32	1595	111 892	23 551	223 438	56 782	2,0	41,5
2012	32*	1658 **	114 507	23 346	227 501	57 873	2,0	40,4
2013	33	1666	114 487	24 449	235 361	64 319	2,1	41,4
2014	33	1651	113 202	24 493	231 642	63 421	2,0	41,6
2015	32	1666	117 170	26 014	238 457	66 035	2,0	42,8
2016	33	1891 ***	134 453	26 862	263 852	64 995	2,0	42,5
2017	33	1890	139 664	25 960	268 996	61 634	1,9	41,4
2018	**31**	**1778******	**135 248 -3,2%**	**25 297 -2,6%**	**269 763 +0,3%**	**66 066 +7,2%**	**2,0**	**44,2**

* *Rechtsgrundlage der Erhebung ist das Ğesetz zur Neuordnung der Statistik über die Beherbergung im Reiseverkehr (BeherbStatG)ñvom 22.05.2002. Erfasst werden **Betriebe, die mehr als acht Gäste** gleichzeitig vorübergehend beherbergen können. Dazu gehören: Hotels, Hotels Garni, Gasthöfe, Pensionen, Erholungs-, Ferien- und Schulungsheime, Ferienhäuser, -wohnungen, Hütten, Jugendherbergen, Sanatorien, Kurkrankenhäuser **und ab 2004 auch Campingplätze** (Touristik), wobei pro Stellplatz vier Schlafgelegenheiten angesetzt werden. Ausschlaggebend für die Zahl der Betriebe und Schlafgelegenheiten ist der **Berichtsmonat Juli. Seit 2012 werden Betriebe mit 10 und mehr Betten erfasst.***

** *Die Jugendherberge Tübingen wurde 1998 teilweise saniert. In den Jahren 2008-2011 erfolgte eine weitere Modernisierung unter Betrieb. Die Bettenkapazitäten wurden dazwischen reduziert (144). Aktuell sind es 200 Betten.*

*** *Das Hotel Ibis Styles eröffnet im Mai 2016 mit 229 Betten*

**** *Das Hotel Hospiz geht vom Markt. Ebenso das Gästehaus Hirsch in Kilchberg. Es gehen ca. 100 Betten verloren*

2 Das touristische Jahr 2018

2.1 Entwicklungen, Trends, Zahlen

Die Beherbergungsstatistik bezieht sich auf Einrichtungen für die vorübergehende Beherbergung (unter zwei Monate) von Gästen. Seit Januar 2012 werden Beherbergungsstätten mit **zehn und mehr** Schlafgelegenheiten erfasst. Zuvor hatte eine niedrigere Abschneidegrenze von neun und mehr Schlafgelegenheiten gegolten. Private Beherbergungsangebote, Kleinbetriebe mit wenig Betten bzw. Stellplätzen sind also in der Darstellung eben so wenig enthalten wie das Dauercamping bei den Campingplätzen.

Deutschland é Seit 2004 zeigte die Tendenz im bundesdeutschen wie im baden-württembergischen Übernachtungstourismus stets nach oben (Ausnahme Weltwirtschaftskrise 2009).

Beim Europaranking belegt Deutschland bei den Übernachtungen den ersten Platz, gefolgt von Spanien und Frankreich, Italien und Großbritannien. Mit Berlin (Platz 3) und München (Platz 9) hat Deutschland zwei Destinationen unter den Top 10 Städten Europas - mit deutlich positivem Trend.

Im Jahr 2018 meldeten die bundesdeutschen Beherbergungsbetriebe zum neunten Mal in Folge einen Rekord mit 478 Millionen Gästeübernachtungen, was einem Anstieg von +4,0% gegenüber dem Vorjahr entspricht. Sie konnten 185,1 Millionen Gäste begrüßen (+3,8%) Ankünfte). Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer lag bei 2,6 Nächten.

Die Zahl der Übernachtungen von ausländischen Gästen stieg im Vergleich zum Vorjahr um +5% auf 87,7 Mio. Die Zahl der Übernachtungen aus dem Inland stieg um +4% auf 389,9 Mio.

Traditionell kommen ca. zwei Drittel aller übernachtenden Deutschlandbesucher aus dem Inland (Binnen- oder Inlandstourismus).

Neben den Niederländern als größter Gästegruppe aus dem Ausland schätzen insbesondere die Schweizer den Nachbarn Deutschland als preisgünstiges Reiseland mit hoher Dienstleistungsqualität und Serviceorientierung. Es folgen die Quellmärkte USA, Großbritannien, Österreich, Italien, Frankreich, Dänemark etc.

Beim Bundesländerranking ist Bayern gemessen an den Übernachtungen das beliebteste Reiseziel, gefolgt von Baden-Württemberg, Nordrhein-Westfalen und Niedersachsen.

2,92 Mio. Erwerbstätige sind in Deutschland direkt in der Tourismuswirtschaft beschäftigt. Das sind 6,8% der Erwerbstätigen.

Die touristische Nachfrage sorgt für eine direkte Bruttowertschöpfung von 105,3 Milliarden Euro. Damit hat der Tourismus einen Anteil von 3,9% an der gesamten Bruttowertschöpfung der deutschen Volkswirtschaft. Das ist ein höherer Beitrag als ihn Maschinenbau oder Einzelhandel leisten. (Quelle DTV)

Baden-Württembergé Die Tourismusbranche des Landes kann zum neunten Mal in Folge auf ein erfolgreiches Jahr zurückblicken: Im Jahr 2018 stieg die Zahl der Gästeankünfte[1] auf 22,4 Mill. Das waren über 0,8 Mill. oder 3,7 % mehr Gäste als 2017.

Die Zahl der Übernachtungen von Touristinnen und Touristen sowie Geschäftsreisenden erreichte 2018 die Marke von 54,9 Mill., was gegenüber dem Vorjahr einer Zunahme um gut 1,9 Mill. oder 3,7 % entspricht. In allen Monaten des Jahres lag sowohl die Zahl der Gästeankünfte als auch die Zahl der Übernachtungen höher als 2017.

2018 haben insgesamt 3,7% mehr Gäste in Baden-Württemberg übernachtet als im Vorjahr (22,4 Mio. Ankünfte). Die Zahl der Übernachtungen stieg um 3,6% (bei Ausländern um 3,9%) auf den neuen Rekordwert von 54,8 Millionen.

Damit ist das Jahr 2018 erneut und zum neunten Mal in Folge für Baden-Württemberg das beste Tourismusjahr seit Beginn der Statistischen Aufzeichnungen.

Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer in Baden-Württemberg betrug 2,4 Nächte (Ausländer 2,2).

Der **Ausländeranteil bei den Gästen** lag in Baden-Württemberg bei 23,5%. Also nahezu jeder vierte baden-württembergische Gast kam aus dem Ausland. Der Anteil der Ăausländischenñ Übernachtungen lag bei 21,6%.

Stärkste ausländische Gästegruppe in Baden-Württemberg sind erneut die Schweizer, gefolgt von den Niederländern, und den Franzosen. Es folgen die US-Amerikaner, die Nachbarn aus Österreich, die Briten und die Italiener. Bei den Übernachtungen ist das Ranking gleich.

Landkreis Tübingen ... verfügte im Referenzmonat Juli 2018 über 3.175 Schlafgelegenheiten in 72 Betrieben (3.230 im Vorjahr), also 55 Betten weniger als im Vorjahr. Die Zahl der Ankünfte stieg um +0,2% auf 216.422 Gäste, die Übernachtungen stiegen insgesamt um +3,9% auf 434.483 Nächte. Die Bettenauslastung in allen Betrieben stieg auf 41,6 % (Vorjahr 36,3%).

2.2 Der Übernachtungstourismus in Tübingen

In Tübingen standen im Referenzmonat Juli 1.778 Schlafgelegenheiten in 31 Betrieben zur Verfügung. Das waren 112 Betten und zwei Betriebe weniger als noch im Vorjahr.

Mit der Schließung des Hotels Hospiz und des Gästehauses Hirsch in Tübingen-Kilchberg verlor Tübingen einen wichtigen Beherbergungsbetrieb in der Altstadt im mittleren Preissegment und einen weiteren Betrieb in einem der Teilorte.
Das Hotel Ibis Styles Tübingen ist mit 229 Betten in 127 Zimmern Tübingens größter Beherbergungsbetrieb, gefolgt vom ĂNeckarcampingñ (Saisonbetrieb) und der Jugendherberge Tübingen mit jeweils 200 ăSchlafgelegenheitenó

Im Berichtsjahr 2018 konnten, trotz des nicht unerheblichen Bettenrückgangs, in allen meldepflichtigen Betrieben insgesamt +0,3% mehr Übernachtungen (269 763) gezählt werden als im Vorjahr (268 996).

Die Ankünfte sanken dagegen um -3,2% auf 135 248 Personen (Vorjahr: 139.664).

Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer lag bei allen Gästen bei 2,0 Nächten (Vorjahr 1,9), die der Auslandsgäste betrug 2,6 Nächte (Vorjahr 2,4).

Die Bettenauslastung lag mit 44,2% und 6,8% höher als im Vorjahr (41,4%)!

Die folgende Tabelle gibt Aufschluss über die Gäste- und Übernachtungszahlen und die Auslastung in den verschiedenen Betriebsarten.

Beherbergungsstatistik Tübingen 2018 nach Betriebsarten (Vorjahr)

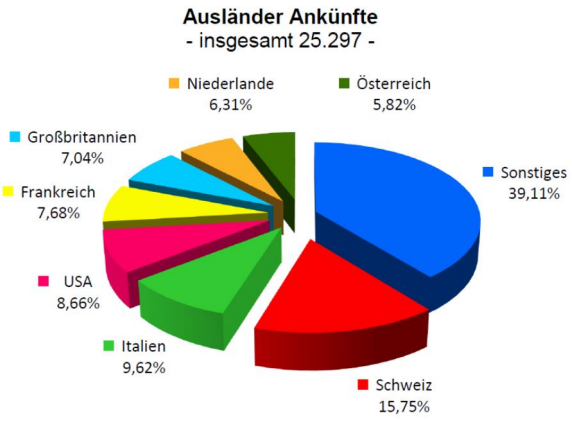
Betriebsarten	Geöffnete Betriebe	Betten	Ankünfte	Übernachtungen	Bettenauslastung
	Anzahl		insgesamt		%
Hotels	**11** (12)	**865** (958)	**77 935** (85 366)	**137 290** (149 601)	**44,2** (43,7)
Hotels garnis	**9**	**221** (219)	**19 177** (18 049)	**36 676** (34 590)	**46,5** (43,7)
Gasthöfe	4 (5)	.	.	.	.
Pensionen	1	.	.	.	.
Erholungs- und Ferienheime	2	.	.	.	.
Ferienwohnungen	1	.	.	.	.
Jugendherbergen	1	.	.	.	.
Campingplätze	1	.	.	.	.
Schulungsheime	1	.	.	.	.
Betriebsarten insgesamt	**31** (33)	**1 778** (1 890)	**135 248** (134 453)	**269 763** (263 852)	**44,2** (41,4)

Die Ergebnisse der Ăanderen Betriebeñ (Gasthöfe, Pensionen etc.) werden vom Statistischen Landesamt aus Datenschutzgründen nicht einzeln veröffentlicht. Hier ist auch keine Angabe zur Auslastung möglich.

Quelle StaLa BW

Ankünfte / ausländische Quellmärkte

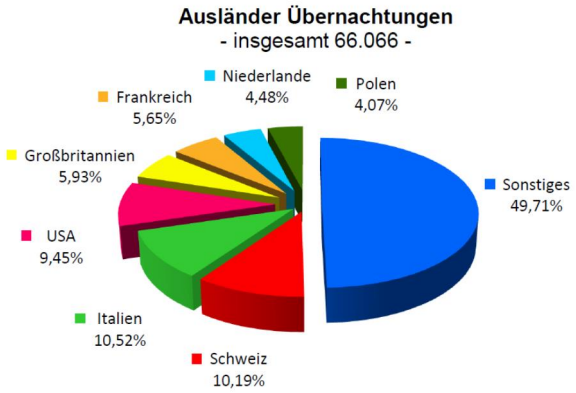
Bei den **ausländischen Gästen** belegte im Berichtsjahr 2018 erneut der **Schweizer Quellmarkt Platz Nr. 1** mit einem Zugewinn von 2,8%. Den zweiten Platz behauptete Italien (-6,1%) knapp vor den Gästen aus den USA (+1,3%). Es folgen die Quellmärkte Frankreich (+0,1%), Großbritannien (+5,6%), die Niederlande (-8,6%) und Österreich (-2%).



Übernachtungen / ausländische Quellmärkte

Bei der Zahl der ausländischen Übernachtungen lag Italien erneut vorne. Gefolgt von der Schweiz, den USA, Großbritannien, Frankreich und den Niederlanden.

Bei den US-Amerikanern lag die durchschnittliche Aufenthaltsdauer bei 2,9 Nächten. Die Italiener bleiben ebenfalls durchschnittlich 2,9 Nächte, die Briten immerhin 2,2 Nächte. Die Franzosen verbrachten durchschnittlich nur 1,9 Nächte, die Niederländer nur 1,8 Nächte und die Schweizer sogar nur 1,7 Nächte in Tübingen. Je näher die Heimat, desto weniger oft wird übernachtet.



Die <u>Schweiz</u> blieb also auch in 2018 größter ausländischer Quellmarkt mit den meisten Ankünften. Bei den Übernachtungen landeten sie aber nur auf Platz zwei ï hinter Italien! <u>Italien</u> war auch in 2018 größter Auslandsmarkt bei den Übernachtungen.

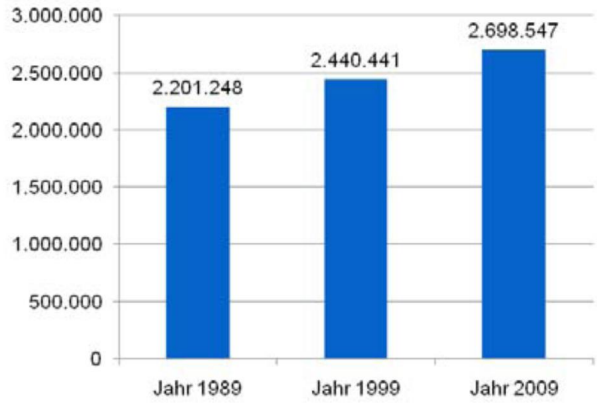
Schweiz und Italien sind u.a. genau diejenigen Märkte, die wir ï WIT und BVV ï bearbeiten und auch weiterhin bewerben wollen.

2.3 Der Tagestourismus

Im Jahr 2009 wurde die dritte umfassende empirische Studie zum Thema Ä**Tagesbesucher in der Tübinger Altstadt**ñ im Auftrag des Bürger- und Verkehrsverein vom Geographischen Institut der Universität Tübingen erstellt.

Eines der Resultate ist die Zunahme der Tagesbesucher von 2,4 Mio. auf 2,7 Mio. in den letzten 10 Jahren. Damit entsteht ein Bruttoumsatz aus dem Tagestourismus von ca. 140 Millionen Euro

Wie die Untersuchung weiter zeigt, ist der Erhalt des Kapitals ÄAltstadtñ mit ihren gestaltungswirksamen Elementen wirtschaftlich enorm wichtig, denn zu den meist genannten Aktivitäten der Tagesbesucher gehören ÄBummelnñ, Einkaufen und Stadtbesichtigung. Das typische ÄFlairñ der Altstadt bildet also den Hauptanziehungspunkt für die Besucher. Sie legen Wert auf gute Infrastruktur, Ambiente und ansprechende Optik (Blumenschmuck und Beleuchtung).

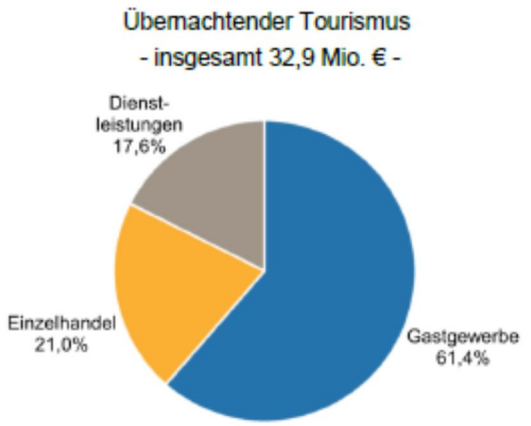


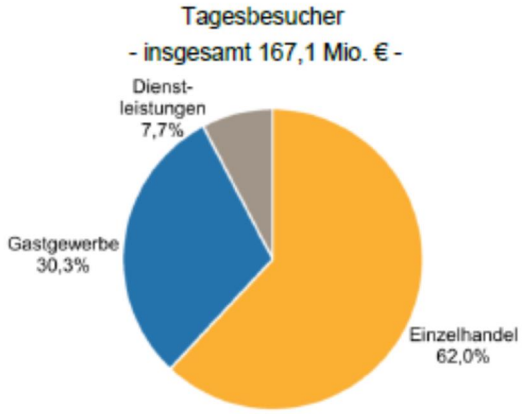
Damit ist auch klar, dass der zukünftige Fortbestand der Tübingen Altstadt mit ihren typischen Geschäften und deren individuellem Sortiment (mit wenigen Filialisten), möglicherweise nur durch eine weitere Steigerung des Tourismusaufkommens gesichert werden kann.
Die Parkplatzsituation und Verkehrsführung ist für Ortsfremde nach wie vor schwierig. Hier konnte ein Park-Leit-System etwas Abhilfe schaffen. Aus ökologischen Gründen ist eine Verbesserung der Bahn- und Busanbindung zu unterstützen. Will Tübingen auch künftig Reisebuskunden ha-

ben, muss auf deren Bedürfnisse beim Bau des neuen Zentralen Omnibusbahnhofs am Europaplatz geachtet werden. An zentraler Stelle aus- und einsteigen, einen Treffpunkt haben und ein WC aufsuchen. Das sind Bedürfnisse, die im Hinblick auf eine positive Willkommenskultur möglichst komfortabel befriedigt werden müssen. Die Wege sollen kurz gehalten werden, da das klassische Reisebuspublikum eher der Seniorengeneration angehört. Der BVV ist bei der Planungsbegleitgruppe dabei.

Wer verdient am Tourismus?

Nach einer Untersuchung des dwif München aus dem Jahr 2011 (ĂWirtschaftsfaktor Tourismus in Tübingenñ) erbringt der Übernachtungstourismus insgesamt 32,9 Mio. ú Umsatz. 61,4 % davon gehen ins Gastgewerbe, 21% in den Einzelhandel und 17,6% werden für Dienstleistungen ausgegeben.
Die Tagesbesucher (das dwif bescheinigt Tübingen übrigens 6,1 Mio.) bringen laut dwif einen Umsatz von 167,1 Mio. ú. Davon gehen 62% in den Einzelhandel, 30,3% ins Gastgewerbe und nur 7,7% in den Dienstleistungsbereich.
Tagesbesucher fördern also eher den Umsatz im Einzelhandel, während Übernachtungsgäste hauptsächlich dem Gastgewerbe und erst in zweiter Linie dem Einzelhandel Umsatz bringen.





Quelle DWIF Wirtschaftsfaktor Tourismus in Tübingen, 2010

Bruttoumsatz des Tübingen-Tourismus 2018			
Beherbergungsart	**Anzahl der Übernachtungen**	**Ausgaben pro Nacht p. P. in ú**	**Ausgaben gesamt in ú**
Übernachtungen in Betrieben Ó10 Betten (Hotels, Juhe, etc.)	257.624	147,90*	38,102 Mio.
Touristikcamper	12.139	31,20*	0,379 Mio.
Privatquartiere (ca. 22,3% aus der Gesamtzahl der ÜN ohne Cpl.)*	57.450	78,70*	4,521 Mio.
Verwandten-/Bekanntenbesuch*	?	?	?
Tagestouristen (eigene Erhebung aus 2009)	2.698.000**	38.58**	104,089 Mio.
Gesamt			**147,091 Mio.**

Im Bruttoumsatz enthalten sind Ausgaben für Unterkunft (43,4%), Verpflegung/Lebensmittel (22,2%), Freizeit/Unterhaltung (7,7%), Einkäufe (13,9%), Lokaler Transport (2,7%), sonstige Dienstleistungen (10,2%).
** Dr. Manfred Zeiner, Dr. Bernhard Harrer. Wirtschaftsfaktor Tourismus für das Bundesland Ba-Wü 2015. dwif, München 2016*
*** Universität Tübingen, Geographisches Institut, Tübingen 2009, Tagesbesucher in der Tübinger Altstadt*

3 Marketing

3.1 Marketinginstrumente

3.1.1 Neue Produkte, Produktvariation

Um Programm und Broschüren für die Folgejahre zu gestalten, wurden im Berichtsjahr einige neue Produkte kreiert, bestehende variiert oder neue Angebote von externen Anbietern aufgenommen.

➢ **Neu 2018: Öffentliche Rathausführungen**

Im April 2018 startete der BVV mit Unterstützung einiger GästeführerInnen seine regelmäßigen, öffentlichen Rathausführungen. Sie finden im Anschluss an die öffentliche Stadtführung satt. Jeden Samstag um 16 Uhr von April bis Oktober. Die Teilnahme für Erwachsene kostet 5 Euro, Kinder 3 Euro.
Vielen Dank an die Stadtverwaltung, die unseren Führern und den Gästen den Zugang ins Rathaus gestattet.

➢ **Öffentliche Termine für Altstadtführungen und Stocherkahnfahrten**

Öffentliche Altstadtführungen anzubieten ist der Klassiker der touristischen Dienstleistung vor Ort. Jede Stadt, die von Gästen frequentiert wird, hat solche Termine im Angebot. Ab 2016 wurde der Start für die Altstadtführung überaus erfolgreich an die Tourist-information (Neckarbrücke) verlegt. In der Hauptsaison finden täglich um 14:30 Uhr und samstags zusätzlich um 11 Uhr öffentliche Altstadtführungen statt. In der Nebensaison sind die Termine samstags und sonntags um 14:30.

Öffentliche Stocherkahnfahrten, zum Teil mit mehreren Kähnen, fanden in 2018 täglich um 13 Uhr statt. Samstags zusätzlich um 17 Uhr.

Wiederverkäufer wie Hotels oder Privatvermieter können ermäßigte Tickets beim BVV erwerben.

Dank an alle Führerinnen und Führer, Fahrerinnen und Fahrer für die Einsätze bei (fast) jedem Wetter!

➢ **Kunstgeschichte leicht gemacht**

Ein Angebot unserer Gästeführerinnen, die Kunsthistorikerinnen sind, zeigt, wie spannend Kunst im öffentlichen Raum sein kann, wenn sie auf fachkundige und unterhaltsame Weise vermittelt werden kann. Zielgruppe dieser Themenführung sind Schulklassen und interessierte Erwachsene.

➢ **Fritjof Jansens fantastisches Tübingen**

Unser Gästeführer Gottfried Senn erfand mit Fritjof Jansen kurzerhand eine Kunstfigur, die ihm jedoch ziemlich auf den Leib geschnitten ist. Gäste, die ihn buchen erfahren auf hanseatische-schwäbische Art, einiges an Seemannsgarn und noch viel mehr bei einer vergnüglichen Tour durch Tübingen.

➢ **Tübingen für Sehbehinderte**

Eine Stadt erfassen und begreifen ist das Motto dieser Stadtführung, die speziell für Menschen mit Sehbehinderung ausgearbeitet wurde. Prima ergänzt wird dieser Spaziergang durch die Einbindung des Tastmodells der Altstadt, das vor dem Stadtmuseum in der Kornhausstraße aufgestellt wurde. Es ist eine Spende des Lions Club Tübingen, der der Stadt ein Stadtmodell im Bronzeguss anlässlich seines 60-jährigen Jubiläums spendierte. Dieses bietet einen räumlichen Eindruck der Altstadt, der auch von Sehbehinderten ertastet werden kann.

➢ **RIT-Tickets (Rail Inclusive Tours der DB)**

Auch 2018 konnte das vergünstigte RIT-Ticket der DB über uns bezogen werden. RIT-Tickets sind vergünstigte Bahnfahrkarten für touristische Übernachtungsgäste, die nur in Verbindung mit einer Übernachtung gebucht werden können. Je nach Entfernung zum Heimatort lohnt sich das unter Umständen sehr.

3.1.2 Werbebroschüren, Flyer und andere Drucksachen

Von unseren vier Hauptbroschüren werden jeweils zwei Ăjährlichñ, die andern beiden jedes zweite Jahr aktualisiert. Hinzu kamen übers Jahr etliche Themenfaltblätter bzw. Flyer (siehe die beiden Seiten am Ende dieses Berichts).

➢ **Tübinger Gastgeber**

Klassische Aufgabe der Touristinformation ist die Herausgabe eines ĂZimmernachweisesñ ĂTübinger Gastgeberñerscheint im Zwei-Jahres-Rhythmus.
Die Ausgabe 2018/2019 verzeichnet über 150 Beherbergungsbetriebe, Privatzimmer und Ferienwohnungen in Tübingen und Umgebung.

➢ **Tübinger Erlebnisprogramme**

Unsere Broschüre ĂFreizeit in Tübingenñ ist ebenfalls zweijährig. Die Ausgabe 2018/2019 präsentiert alle bei uns buchbaren Erlebnis-Bausteine für Gruppen und die Termine der öffentlichen Führungen und Kahnfahrten. Spezielle Angebote für Menschen mit Handicap, Kinder- und Schulklassen, die Angebote der Museen sowie allgemeine Infos mit Stadtplan runden das Heft ab.

➢ **Tübinger Termine 2018**

Die Broschüre ĂTübinger Termineñ wird jedes Jahr produziert. Das bunte Heft kündigt alljährlich wiederkehrende große und kleinere Events an, die das lebendige kulturelle Angebot der Stadt unterstreichen und die bei der Terminwahl eines Tübingen Besuches wertvolle Planungs- und Entscheidungshilfe sein sollen.

➢ **Essen und Trinken in Tübingen 2018**

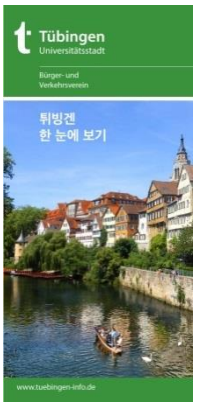
Im 14. Jahr in Folge erschien auch die Broschüre ĂEssen und Trinken in Tübingenñ mit 84 Seiten Umfang und zahlreichen kommentierten Einträgen und Abbildungen. Der Tübinger ĂGastroführerñ zeigt die Vielfalt, die Spezialitäten und auch Kapazitäten der heimischen Gastronomie. Alle Inhalte und noch mehr Bilder sind Ăbaugleichñ auf der Website des BVV zu finden.

Beschrieben sind auch die kulinarischen Events im Jahreskalender Tübingens und natürlich die genussreichen, buchbaren Freizeitangebote des Verkehrsvereins.

➢ **Stadtplan-Block / Abreiß-Stadtplan**

Der Stadtplan-Block wurde im Berichtsjahr aktualisiert und nachgedruckt. Die Rückseite wurde mit einem Freizeit-Umgebungsplan neu gestaltet.

➢ **Tübingen-Flyer**



ĂTübingen auf einen Blickñ wird vornehmlich dort eingesetzt, wo sich Menschen aufhalten, denen Tübingen noch unbekannt ist.
Den 10-seitigen Flyer gibt es in den Sprachen: Deutsch, englisch, französisch, spanisch, italienisch, portugiesisch, japanisch, chinesisch und russisch.

Im Berichtsjahr 2018 neu hinzu kam eine **koreanische Version,** die wir gemeinsam mit Studierenden um Prof. Lee vom Lehrstuhl ĂKoreanistikñ an der Universität Tübingen erstellt haben.

Die englische Version wurde inhaltslich aktualisiert und erhielt bei der Gelegenheit ein neues Outfit im neuen Corporate Design der Stadt Tübingen.

➢ **Tübinger Themenführungen 2018**

Um auch Einzelpersonen die Gelegenheit zu geben, an einer thematischen Führung teilzunehmen, wurden die ĂTübinger Themenführungenñ entwickelt. Inzwischen sind diese Angebote sehr beliebt. Im Berichtsjahr wurden 22 Themen an 37 Terminen angeboten. Für deren Bewerbung wurden Flyer und Plakate gestaltet, sowie regelmäßig Pressemeldungen verschickt.

Die Angebote ĂNachts im Museumñ oder ĂNachts im Botanischen Gartenñ speziell für Kinder kamen besonders gut an. Fast alle Führungen waren ausgebucht, einige Themenführungen konnten wegen des guten Zuspruchs mehrfach wiederholt werden.

➢ **Tickets und Plakate für öffentliche Stadtführungen und Kahnfahrten**

Die öffentlichen Führungen und Stocherkahnfahrten erfreuen sich großer Beliebtheit. Um dem Kunden Professionalität und Wertigkeit dieses Angebots zu signalisieren, geben wir hübsche, bunte Tickets für Stadtführungen, Stocherkahnfahrten den Abendbummel und den After-Work-Kahn aus.

3.1.3 Pauschalangebote

3.1.3.1 Übernachtungspauschalen

Für viele Gäste sind Pauschalarrangements die idealen Ideengeber für den geplanten Tübingen-Aufenthalt, der dann selbst zusammengestellt wird. Für die Kreation von neuen Aufenthaltspauschalen werden gerne größere Events genutzt, um diese dem Kunden Ănahezulegenñ Auch zur Imagepflege und aus branchenpolitischen Gründen kann es vorteilhaft sein, Pauschalarrangements anzubieten. Es besteht auch eine gewisse Nachfrage, jedoch sind die tatsächlichen Buchungen vernachlässigbar.

Die Übernachtungspauschalen 2018:

- Stocherkahnrennen
- Pasta, Spätzle, und Paté (UPM)
- TÜ zum Vernaschen: ChocolArt
- Tübinger Melange (in Kooperation mit WIT)

Extra für den Schweizer Markt und als buchbares Angebot für den Auftritt Tübingens auf der Schweizer Reisemesse FESPO entwickelten BVV und WIT die Aufenthaltspauschale ĂTübinger Melangeñ Sie wurde im Jahr 2018 neun Mal (18 Personen) gebucht. Es waren keine Schweizer unter den Gästen.

3.1.3.2 Halbtages- und Tagesprogramme

Fertig geschnürte Programme sind bei Gruppen und Schulklassen sehr beliebt, da mit Ihnen leicht zu kalkulieren ist und die Angebote für den Kunden praktisch zu buchen sind:

- Tübingen: ĂKurz und kompaktñ
- Tübingen XXL (incl. Bebenhausen)
- Tübingen: ĂKurz und knackigñ (Schüler)
- Tübinger Erlebnistag (Boxenstop)

Das trifft offenbar den Geschmack und die Bedürfnisse unserer Gäste. Fertig geschnürte Minipauschalen (meist Essen + Stadtführung + Stocherkahnfahrt etc.) ohne Übernachtung zum Verkauf an Gruppen, Firmen und Reiseveranstalter wurden zum Umbrisch-Provenzalischen Markt und zur ChocolART aufgelegt.

3.1.4 Gästeführungen und Stocherkahnfahrten für Gruppen

Altstadtführungen zum Wunschtermin, in den unterschiedlichsten Sprachen zu zahlreichen Themen sind einer der wichtigsten Bestandteile unserer Gästebetreuung vor Ort und außerdem eine unserer wichtigsten Einnahmequellen. Wir finden: Der Faktor ĂMenschñ zählt hier doppelt und kann durch keine App ersetzt werden.

Bei den ĂPrivaten Gruppenführungen und Stocherkahnfahrtenñ konnte 2018 das zweitbeste Ergebnis erzielt werden. Mit 5.374 Aufträgen (Vorjahr 5.459) lag es nur 1,6 % unter dem Vorjahresniveau. Auf diese Weise wurden ca. 107.500 Gäste als Gruppe (5.374 Gruppen mit durchschnittlich 20 Teilnehmern) persönlich geführt oder über den Neckar gestochert!

Ca. 8% der privaten **Stadtführungen** wurden in einer der uns angebotenen 14 **Fremdsprachen** durchgeführt. Englisch ist mit großem Abstand die wichtigste Fremdsprache. Es folgen Führungen auf Italienisch, Französisch und Spanisch, Chinesisch und Russisch. Andere Fremdsprachen im Angebot sind: lateinisch, skandinavisch, japanisch, ungarisch, polnisch, rumänisch, portugiesisch und holländisch. Unsere Kunden bei den fremdsprachigen Führungen sind hier neben privaten Gruppen vor allem international tätige Firmen aus der Region, Schulklassen mit Austauschschülern, Bildungseinrichtungen und Institutionen.

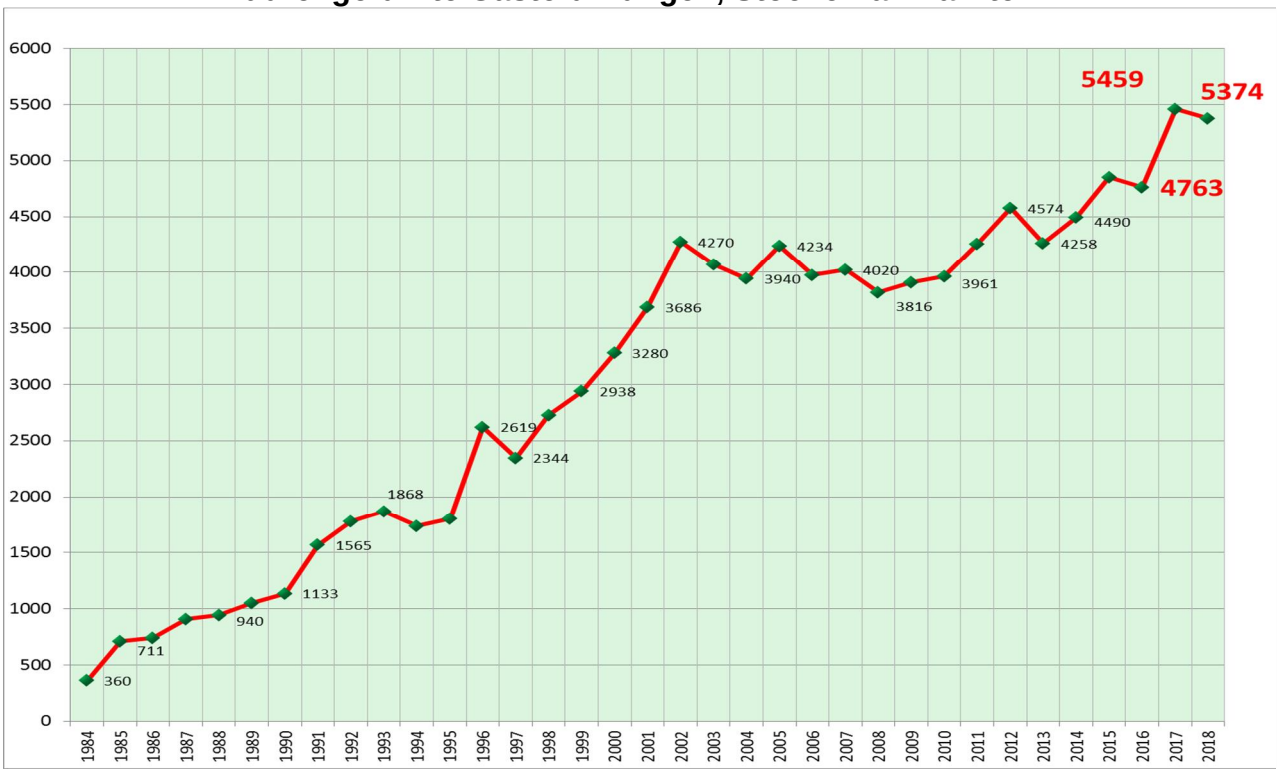
Unser neuer Stocherkahn - TÜBine III - wurde am 24. März 2018 zu Wasser gelassen!

3.1.5 Öffentliche Stadtführungen und Stocherkahnfahrten

Öffentliche Altstadtführungen é Im Berichtsjahr 2018 wurden 265 öffentliche Stadtführungstermine, 18 Abendbummel, 22 englische Altstadtführungen angeboten und durchgeführt. Hinzu kommen 550 **öffentliche Stocherkahntermine** und 37 Afterwork-Kahnfahrten.
Unsere Führer(innen) und alle Fahrer(innen) tragen Namensschilder an der Kleidung und führen Visitenkarten mit dem eigenen Namen und der Anschrift des Verkehrsvereins mit.

Allen unseren Mitarbeiter/innen und allen Gästeführern/Innen und Stocherkahnfahrern/Innen gilt unser herzlichster Dank für die engagierte Arbeit in 2018 und für das tolle Ergebnis!

Tübinger Erlebnisprogramme:
durchgeführte Gästeführungen, Stocherkahnfahrten



3.1.6 Zimmervermittlung und Kongress- und Tagungsservice

Die Zahl der Zimmervermittlungen, die spontan vor Ort am Counter in der Touristinformation (Ăwalk insñ) vorgenommen werden, aber auch diejenigen, die im Bereich Tagungs- und Kongress-Service getätigt werden, ist seit Jahren rückläufig. Diese Entwicklung setzte sich verstärkt auch im Berichtsjahr 2018 fort. Geschäfts- und Privatkunden nutzen inzwischen alle die großen, allzeit verfügbaren Hotelzimmerbuchungsportale wie booking.com, hotel.de oder hrs.de oder die Vergleichsportale trivago.de oder tripadvisor zur Zimmerbuchung. Wer nicht vorbestellt hat, bucht vor Ort via Telefon, Tablet oder Smartphone. Die jederzeitige Verfügbarkeit und die Vielzahl der Wege führen zu immer kurzfristigeren Buchungen. Für die Branche nicht ganz einfach. Außerdem arbeiten die Online-Buchungsportale alle mit mindestens 15% Provision, was den Gewinn des Hotels mindert und das Preisniveau hebt.

Die Hilfe der Touristinformation wird heutzutage vom Endkunden erst dann in Anspruch genommen, wenn das gewünschte Hotel oder das Ferien-Appartement nicht mehr verfügbar sind, die persönliche Preisvorstellung eine andere ist oder die Belegungslage insgesamt sehr angespannt ist.

Wenn man also nicht das findet, was man will oder bezahlen kann oder der Kunde gar keine Vakanzen online mehr findet oder nicht digital unterwegs ist. Daraus folgt, dass zwar die Zahl der Zimmervermittlungen zurückgeht, diejenigen Vorgänge, die bei uns bearbeitet werden, jedoch immer komplizierter und beratungsintensiver werden. Die Ăeinfachenñ (automatisierbaren) Geschäftsvorgänge weichen denjenigen mit großem individuellem Beratungsaufwand!

Punktuell kann Tübingen derzeit noch von der Nähe zur **Neuen Messe Stuttgart** profitieren, aber im nahen Umfeld der Messe, am Flughafen und auch in Reutlingen werden zurzeit oder in naher Zukunft die Hotelzimmerkapazitäten weiter ausgebaut.

Vorläufig noch interessant für Tübingen und die Tübinger Hotellerie sind die Gäste aus Metzingen, die die **ĂOutletcity Metzingenñ** (OCM), frequentieren. Metzingen fehlen derzeit noch Hotelbettenkapazitäten, die jedoch im Bau befindlich sind. Hier kann Tübingen mit seiner attraktiven Altstadt und seinem besonderen, internationalen Flair noch eine Zeitlang punkten.

Die Zusammenarbeit mit dem Team der Outletcity Metzingen ist positiv (Back-Link aus der vielsprachigen OCM-Website, Ausflugstipps, Prospektauslage in der Tourist-info...).

Der BVV betreute insgesamt 21 Veranstalter von Tagungen, Kongressen und Seminaren. Die vom Veranstalter Äangestrebtenñ Teilnehmerzahlen schwankten zwischen ca. 30 und 450 Personen.

Insgesamt konnten im Berichtsjahr 437 Zimmer vermittelt werden. Zum Vergleich: Im Jahr 2014 waren es noch 1.085 Zimmer.

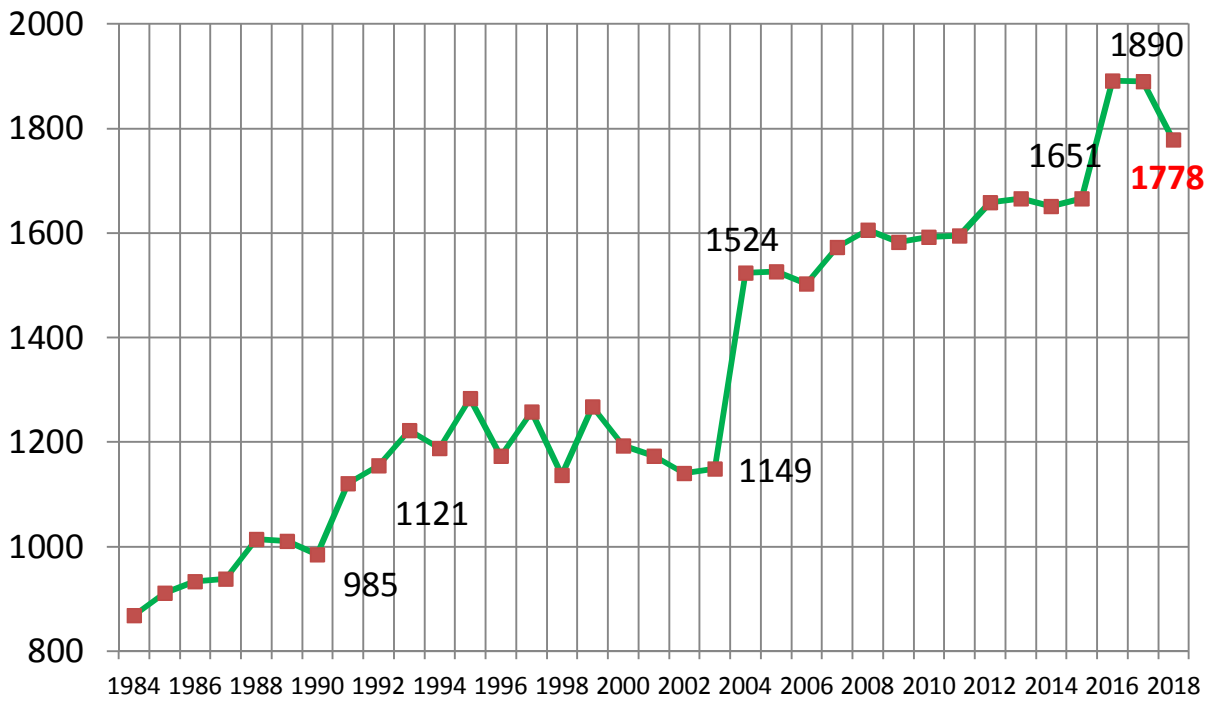
Grundsätzlich gilt: Das Image der Universität und des Klinikums sind von hervorragender Wichtigkeit für den Tagungsstandort Tübingen, denn die immer weiter zunehmende Konkurrenz der Destinationen und Tagungszentren im Kongressgeschäft ist Tübingen infrastrukturell haushoch überlegen (Konferenzzentren, Saalbauten, Technik etc.). Tübingen kann hier fast nur mit seinem wissenschaftlichen Image und dem Charme als Universitätsstadt punkten und Kongresse nach Tübingen ziehen.

Neue Aula, Kupferbau und Hörsaalzentrum Morgenstelle sind jedoch nur noch sehr eingeschränkt in der Lage, größere Kongresse oder Veranstaltungen mit Ausstellungsflächenbedarf aufzunehmen. Hier verhindern die hohen Gebäudebrandschutzauflagen inzwischen vieles.

Das **Tübinger Conference Ticket**, das verschiedene touristische Leistungen (Museen, Stadtführung) mit der freien Fahrt im TÜBus verbindet, wurde im Berichtsjahr 2018 erneut gut nachgefragt.

Entwicklung der Anzahl der Schlafgelegenheiten in der Tübinger Hotellerie (incl. Cpl) 1984 bis 2018

Zugang 6.2016 Äbis stylesñ/ Abgänge 2018 Hotel Hospiz und Gästehaus Hirsch, Kilchberg



BVV-unterstützte Kongresse, Tagungen und Workshops 2018

Nr.	Veranstaltung	Dauer von - bis	Teilnehmer (Angaben vom Veranstalter!)	Vermittlungen (Zimmer)
1.	MME ï D2018	08.01. - 12.01.18	32	0
2.	Vesperkirche 2018	28.01. - 24.02.18	50	0
3.	MyFUN Midterm Meeting	05.02. - 06.02.18	30	0
4.	BUV 2018	19.02. - 02.03.18	142	0
5.	Winter school ĂCritical Careñ	26.02. - 09.03.18	30	0
6.	New Horizons	05.03. - 07.03.18	40	0
7.	Primate Neurobiology	12.03. - 14.03.18	88	12
8.	ColOpt	19.03. - 23.03.18	30	0
9.	CAA	19.03. - 22.03.18	455	35
10.	International PhD workshop	09.04. - 13.04.18	30	0
11.	2. PDT	04.05. - 06.05.18	30	0
12.	Bundesfachschaftentagung	10.05. - 13.05.18	88	0
13.	Pharmaweekend	08.06. - 10.06.18	91	0
14.	Complementary Skill Course 2	09.07. - 13.07.18	30	0
15.	Landesvolontärstagung	12.07. - 13.07.18	150	14
16.	Farewell-Symposium	22.08. - 23.08.18	65	0
17.	BUV	03.09. - 14.09.18	130	0
18.	Spital Cognition 2018	05.09. - 08.09.18	120	7
19.	ZKI Tagung	12.09. - 14.09.18	150	25
20.	Int. Summer School ñDiscomforting Objectsò	17.09. - 23.09.18	30	0
21.	FUN-Kurs	03.10. - 06.10.18	63	0
22.	Tübinger Melange (ÜN-Pauschale)			7
Zimmerreservierungen - Zwischensumme				**100**
		Von Hand	DIRS	Gesamt
	Januar	0	4	4
	Februar	0	6	6
	März	0	12	12
	April	28	18	46
	Mai	0	28	28
	Juni	57	25	82
	Juli	7	29	36
	August	0	26	26
	September	15	35	50
	Oktober	0	15	15
	November	0	1	1
	Dezember	22	9	31
Zwischensumme		**129**	**208**	**337**
Gesamtvermittlungen (schriftlich)			**Summe**	**437**

3.2 Distribution/Vertrieb

3.2.1 Gäste- und Kundenbetreuung in der Touristinformation

Eine professionell geführte ĂTouristinformationñ mit serviceorientiertem Personal und großzügigen Öffnungszeiten ist der wichtigste Bestandteil einer effektiven Gästebetreuung. Denn nichts ist wirkungsvoller als eine freundliche, kenntnisreiche und individuelle Beratung vor Ort! Eine gute Mund-zu-Mund-Propaganda und positive Bewertungen schlagen alle Werbemaßnahmen um Längen.

Unsere Touristinformation ist werktags von 9 bis 19 Uhr (samstags 10 bis 16 Uhr) durchgehend geöffnet. In der Hauptsaison von Mai bis September zusätzlich an **Sonn- und Feiertagen von 11** bis **16 Uhr.** Auch an den verkaufsoffenen Sonntagen und bei großen Veranstaltungen (Kulturnacht, UPM, ChocolART...) ist unsere Geschäftsstelle geöffnet. Zusätzlich an den Adventssamstagen bis 18 Uhr.

In der Geschäftsstelle wurden im Jahr 2018 an 328 geöffneten Tagen 75.746 **Kassenvorgänge** registriert. Das entspricht etwa 230 Ăzahlendenñ Kunden pro Tag. Rechnet man pro Kassenvorgang z.B. zwei ĂNur-Auskünfteñ als Kundenkontakte (fiktiv und zurückhaltend geschätzt) hinzu, so ergibt sich die stattliche Summe von ca. **227.000 persönlichen Kundenkontakten** pro Jahr.

3.2.2 DTV ï Zertifizierte Touristinfo

Der Deutsche Tourismusverband kümmert sich um die Belange des Deutschlandtourismus und zertifiziert neben Hotels, Campingplätzen und Ferienwohnungen auch Touristinformationen. Der BVV unterzog sich Ăeinem Mystery Checkñ durch unabhängige Prüfer des DTV. Obwohl wir gut abschnitten und auch keinen Moment an der erfolgreichen Zertifizierung unserer Touristinformation gezweifelt hatten, gibt das Ergebnis doch zu denken, denn es wurden einige Dinge bemängelt (siehe 5.1.).

3.2.3 Prospektversand (Print)

Die Nachfrage nach Print-Informationen ist nach wie vor da. Der Vertrieb unserer Broschüren erfolgte wieder per Direktversand an potentielle Einzelgäste und Gruppen, per Mailing an Medien und Reiseveranstalter, beim CMT-Messeauftritt, durch durch die übergeordneten Verbände, die I-Punkte in Metzingen, Reutlingen und Rottenburg, sowie durch die Mitgliedsbetriebe und die Auslage und Herausgabe in der eigenen Touristinformation. Das Foyer des Rathauses wurde regelmäßig mit Broschüren versorgt.

3.2.4 Tourismusmessen

Fach- und Publikumsmessen werden (fast) ausschließlich mittelbar, nämlich durch die Tourismusverbände Schwäbische Alb (SAT) und TMBW Ăabgedecktñ Beide werben jeweils für ihr gesamtes Verbandsgebiet und damit für ihre Mitglieder.

Umfragen zufolge, aufgrund welcher ĂMaßnahmenñ Reiseentscheidungen beim Verbraucher fallen, spielen Messebesuche eine eher untergeordnete Rolle

⇨ **CMT 13.-21.1.18**

Eine Sonderstellung nimmt jedoch die ăCaravan, Motor, Touristikó (CMT) in Stuttgart für uns ein. Die CMT ist die größte Publikumsmesse für Caravan und Tourismus Europas und liegt quasi vor unserer Haustüre. Mit ca. 230.000 Besuchern spricht sie einen Kundenkreis an, der in weiten Teilen dem Tagesbesucherradius Tübingens entspricht.

Für Tübingen als Städtereise- und Ausflugsziel ist eine Präsenz auf der CMT in Stuttgart ein absolutes ĂMussñ Auch medial und branchenpolitisch hat die CMT eine herausragende Bedeutung.

Seit 2015 sind die Städte Tübingen, Reutlingen und Metzingen als die ĂSchwäbische Alb Städteperlenñ am Stand und unter der Dachmarke des Schwäbische Alb Tourismusverbandes (SAT) zusammen geschlossen.

Der Vertrag mit der Messebaufirma ĂFairnetñ läuft im Berichtsjahr aus. Für das Jahr 2019 gibt es eine Übergangslösung. Neue Verträge stehen für die Messejahre 2020 ff an.

Partner am Tübingen-Stand waren im Jahr 2018 das MUT, die Tübinger Bierkönigin und die ChocolART. Als Give-away gab es das Tübinger Wildpferdle als Ausstecherle und Gebäck von der Bäckerei Gehr.

Gemeinderat, WIT- Aufsichtsrat und BVV-Ausschuss wurden zu einem Stehempfang am Tourismustag an den Stand eingeladen, bei dem auch Tourismusminister Guido Wolf vorbeischaute. Die mit den Kreisräten gemeinsame Busfahrt organisierte Iris Becht vom Landkreis.

Der Wirtschaftsförderungsgesellschaft Tübingen sowie der Stadt Tübingen gilt unser Dank für die Kostenübernahme.

⇨ **Fespo - Ferienmesse Zürich 25.-28.1.2018**

In Zusammenarbeit mit der WIT konnte zum dritten Mal in Folge eine Beteiligung an der Schweizer Ferienmesse FESPO in Zürich realisiert werden.

In Kooperation mit der TMBW als Anschließer am Deutschland-Stand bewarben wir das Reiseziel Tübingen bei den rund 63.000 Schweizer Messebesuchern. Diese zeigten sich erneut sehr interessiert und aufgeschlossen für Tübingen und die Region. Die unmittelbare Nähe zur bekannteren OutletCity Metzingen ist hier eindeutig von Vorteil.

3.2.5 www.tuebingen-info.de

Seit 1998 ist der Verkehrsverein mit seiner Domain www.tuebingen-info.de online. Im Jahr 2010 fand ein Relaunch statt, der uns erstmals in die Lage versetzte, Inhalte über das CMS Typo3 einzupflegen. Leider ist unser Webauftritt für neue, mobile Anwendungen zwar erreichbar, aber nicht sehr komfortabel. Eine Neuaufstellung der Website in Äresponsivem Designñist notwendig.

Unseren tagesaktuellen **Online-Veranstaltungskalender** auf www.tuebingen-info.de pflegen wir regelmäßig selbst. Insgesamt sind pro Jahr weit über 4.000 Termine einzupflegen. Ehrenamtliche Hilfe erhalten wir dabei von Bernd Aumann, der uns einen Teil der Datenpflege abnimmt, wofür wir ihm sehr herzlichen danken. Der Veranstaltungskalender ist übrigens die bestbesuchte Seite auf unserer Homepage www.tuebingen-info.de

Möglich Szenarien für eine Neuaufstellung der Tourismuswebsite für Tübingen, also von www.tuebingen-info.de oder gar eine Zusammenführung mit www.tuebingen.de wurden u.a. gemeinsam mit der Agentur ÄLand in Sichtñgeprüft. Best practice Beispiele anderer Destinationen und befragte Fachleute rieten uns dazu, den touristischen Webauftritt weiterhin parallel zum Äoffiziellenñ Webauftritt der Stadt zu führen. Diesen Weg haben wir gemeinsam mit der Agentur äLand in Sichtóeingeschlagen.

3.2.6 Touristischer Newsletter

Der erste monatliche Online-Newsletter wurde im Juni 2011 versandt. Zielgruppe sind gewesene und potentielle Tübingen Gäste, Tübingen-Fans und alle, die sich für das Ätouristischeñ Tübingen interessieren. Die An- und Abmeldung erfolgt über die Website www.tuebingen-info.de. Auch im Berichtsjahr wurden 12 Newsletters verbreitet.

3.2.7 Social Media

Seit Herbst 2013 **twittert** der Verkehrsverein im Netz unter der Adresse @tueinfo über touristische Tübinger Themen und Veranstaltungen. Mittlerweile haben wir über 900 Follower.
Auf **Facebook** findet man uns seit 2014 unter: www.facebook.com/tuebingen.info
Einen **Instagram-Account** mit den Tags ävisittuebingenó und ätuebingenliebeó bespielt die WIT seit 2018 mit Content.

3.3 Kommunikationspolitik

3.3.1 Öffentlichkeitsarbeit

3.3.1.1 Pressemeldungen

Im Jahr 2018 wurden wieder **Pressemeldungen** zu verschiedenen Tübinger Themen an bis zu 250 Medienkontakte versandt. Es konnten dabei zahlreiche redaktionelle Beiträge für Tübingen und den BVV generiert werden. Die Newsletter-Redaktionen der übergeordneten Verbände wurden ebenfalls mit Tübingen-Material beliefert. Ein Ordner mit Print-Medienberichten ï soweit wir Belegexemplare haben ï ist jederzeit in der Geschäftsstelle einsehbar. Posts und Tweets werden aufgrund ihrer Fülle (und Flüchtigkeit) nicht auf Papier archiviert.

3.3.1.2 Bildarchiv

Das Bildarchiv des BVV wächst mit beachtlicher Geschwindigkeit. Die meisten Fotos stammen von MitarbeiterInnen. Gutes, aktuelles und stimmungsvolles Bildmaterial einsetzen und kostenlos zur Verfügung stellen zu können, wird immer wichtiger. Für den eigenen Webauftritt, für Facebook, Twitter und Co, aber auch für Reise- oder Internetredaktionen oder Reiseveranstalter. Zahlreiche Redaktionen und Agenturen konnten wir mit Text- und Bildmaterial zu verschiedenen Themen versorgen.

Journalistenreisen, Fam-Trips und Bloggerreisen 2018					
Veranstalter	Quell-Land	Wer	Wann	ÜN – Hotel	Pax
Fanta/TMBW	Japan	**Peter Enderlein** und **Herr Kohatsu**, Wirtschaftszeitung „Nihon keizai shinbun“	9.- 10.2.18	Lamm Ujes	3 EZ
frei	D	**Bloggerin Sophia Weisbeck** www.sophias-welt.de	16.5.2018	Stafü/Stoka umfangreiches Programm	2
Verlag	Frankreich	**Corinne Russo** Guide Du Routard, Recherchereise	20.-21.6.18	Frühstück/Stafü / Tickets / ÜN Ibis	1 EZ
TMBW	Griechenland	**Dimitrios Vasileiou** Press Trip 6/6th Travel Magazine "On the Road"	6.-7.6.2018	Selbstzahler	1 DZ
TMBW	Österreich	**Eva Fischer** Falstaff Blog: itsfoodtastic	12.-13.06.18	Krone umfangreiches Programm	1 EZ
TMBW /GNTO	Kanada	**Justin und Lauren**	17.6.-18.6.18	Krone umfangreiches Programm	1 DZ
TMBW	France	**Article Onze** / FamTrip Sihame Haddane und Sabrina Dahmane	5.-6.6.18.	Domizil umfangreiches Programm	2 EZ
TMBW	D	**Veit-Marion Thiede** Freelancer Preußische Allgemeine/Rhein-Neckar-Ztg/Hess.Allgemeine/Rheinische Post/Neues Ruhrwort	19.-20.7.18	Stoka Stafü PK Kuha	1 EZ
HHoG	GB/USA	**Wibke Carter + Mann**	29.-31.8.18	Krone umfangreiches Programm +	1 DZ

3.3.1.3 Journalisten- und Bloggerbetreuung

Die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT), die Tourismus-Marketing Baden-Württemberg (TMBW) und die Schwäbische Alb organisieren regelmäßig **Journalisten- und Bloggerreisen**. Soweit die Touren in Süddeutschland stattfinden bzw. thematisch passen, wird Tübingen gerne in die Reiserouten einbezogen. Wir betreuen diese Ă**Multiplikatorenò** gerne und gut, denn der Aufmerksamkeitswert für authentische Reiseberichte und Reiseblogbeiträge ist hoch. Das Programm vor Ort wird von uns organisiert und durchgeführt. Sofern Übernachtungen notwendig werden, helfen uns die Hotels vor Ort oft mit Sonderpreisen.

Bloggerreisen werden immer wichtiger, gleichwohl niemand den Effekt einer Empfehlung oder einer Reportage auf einem Blog nachweisen kann. Aber gleiches gilt ja auch für gedruckte Medien.

Wir spenden übrigens jährlich zahlreiche Freitickets für öffentliche Stocherkahnfahrten und Stadtführungen oder ganze Kähne an alle möglichen Multiplikatoren (Triathlon, Hochschulsport...) für Gewinnspiele und auch Gutscheine für komplette Stocherkähne i.d.R. als Gegenleistung für redaktionelle ĂBeachtungñ oder für Tübinger Veranstaltungen oder Tombolas.

3.3.2 Werbung

3.3.2.1 Redaktionen, Einträge, Kampagnen ï analog und digital

Regelmäßig veranlassen wir bezahlte redaktionelle Beiträge, Einträge und Anzeigen in Zeitschriften, Katalogen, Newsletters oder Magazinen. DZT (kleine historische Städte, Deutsche Welten, Ferienmagazine), TMBW (SalesGuide, Gruppenplaner, Barrierefreies BaWÜ...), SAT (Gästezeitung, Städtekampagnen), Baden-Württemberg erleben, NL Connection (Niederlande). Verbände sind für uns Multiplikatoren auf dem nationalen und internationalen Markt.

Die Einträge in den Medien sind meist mit (z.T. erheblichen) Kosten verbunden. 2018 half die enge Zusammenarbeit mit der WIT, Tübingen-Präsentationen und Anzeigen für bestimmte Märkte und Zielgruppen zu buchen. Interessante Kampagnen von TMBW und SAT konnten mitgegangen werden. So wurden der schweizer, der italienische und auch der österreichische Markt auf unterschiedlichen Wegen (print, online, Messe) bearbeitet.

3.3.2.2 Tragetaschen aus Papier

Unsere hochwertige **Papiertragetasche** fand auch 2018 bei allen Kunden und speziell auf der CMT wieder großen Anklang. Die etwas kleinere Plastiktüte wird nicht wieder aufgelegt (Müllvermeidung)

3.3.3 Verkaufsförderung - Verbands- und Gremienarbeit

Die Zusammenarbeit mit den Dachverbänden der öffentlichen Tourismuswirtschaft verlief gut. Die Mitarbeit in den verschiedensten Gremien anderer Institutionen und Verbände ist wertvolle Hilfe und manchmal auch geldwerter Vorteil, um fachlich auf dem Laufenden zu bleiben, das Image der ĂDestination Tübingenñ zu befördern sowie die Bedürfnisse und Ansprüche Tübingens in den Verbänden zu vertreten.

Tübingen ist Mitglied oder hat einen Sitz in folgenden Verbänden, Organisationen, Gremien:

- **Konferenz Tourismus des Deutschen Städtetags** Mitglied
- **Tourismusmarketing Baden-Württemberg** BVV ist Mitglied der AG Fantastische Straße Japan/Korea/China
- **Schwäbische Alb Tourismusverband (SAT)** Marketingausschuss (Stellvertretung)
- **Naturpark Schönbuch** Beiratsmitglied
- **Historic Highlights of Germany** Mitglied WIT

Zur Kompensation des Austritts aus der Regio Stuttgart (zum 31.12.2017) intensiviert Tübingen die Zusammenarbeit mit dem SAT, der TMBW und den regionalen Partnern (Metzingen, Reutlingen, Landkreis TÜ) und wird ab Mitte 2018 bei den Historic Highlights of Germany aufgenommen...

Historic Highlights of Germany (HHoG) é

HISTORIC HIGHLIGHTS OF GERMANY

Ist ein Zusammenschluss aus 17 meist größeren Universitätsstädten (DZT nahestehend), die gemeinsam Werbung in den USA, Großbritannien und China machen. Nachdem im Sommer 2017 eine Delegation in Tübingen war, die die ĂGüte des Angebotsñ prüfen sollte, stand einer Aufnahme Tübingens in diesen Kreis ab Mitte 2018 nichts mehr im Wege. Aufnahmegebühr und jährlichen Beitrag werden von der WIT übernommen.

Schwäbische Alb Tourismusverband é

Tübingen ist ein wichtiger Partner des Tourismusverbandes Schwäbische Alb und umgekehrt.

Städtepool ... Im Rahmen des ĂStädtepoolsñ in den alle teilnehmenden Städte nochmals extra einzahlen, wurde wieder eine ĂStädteperlenñ-Kampagne im Inland und in der Schweiz erfolgreich durchgeführt. Mit Hängekartons in den Züricher Straßenbahnen, 21 Haltestellenplakaten, promoteten Posts auf Facebook während der Kampagne und mit dem e-Magazine wurde auf die Städteperlen der Schwäbischen Alb aufmerksam gemacht. Die Vernetzung der Stadt-Land-Themen und die Positionierung Tübingens als kulturelles Highlight und besuchswerte Stadt im Rahmen des Albtourismus bleibt unser Ziel.

Die SAT-Mitgliederversammlung fand am 25.10.2018 in Tübingen statt. Eine ĂMini-Stocherkahnfahrtñ und eine Rathausführung durch OB Palmer waren das touristische Begleitprogramm.

Printé

Rechtzeitig zur CMT 2018 erschienen die Gästezeitung und zum fünften Mal in Folge das Magazin der ĂStädteperlen Albñ in einer Gesamtauflage von 100.000 Stück. Das Magazin wurde der Sonntagszeitung ĂWelt am Sonntagñ (WaS) im Mai 2018 beigelegt. Die WaS erscheint in den Bundesländern Hessen, Saarland, Rheinland-Pfalz und in Baden-Württemberg. Tübingen beteiligte sich erneut mit einer Seite und speziellen Angeboten. Das Heft wurde parallel auch als *eMagazin* zum ĂOnline-Blätternñ auf diversen Websites platziert.

TMBW ...

Die TMBW Kooperationsbörse ist der Branchentreff im Land und wird von uns besucht. Außerdem sind wir Mitglied bei der Fantastischen Straße (siehe 3.3.3.2.). Da durch den Austritt aus der Regio Stuttgart Mittel frei geworden sind, konnte die WIT 2018 in Absprache mit dem BVV einige Marketing-Pakete für die Zielmärkte Schweiz, Österreich und Frankreich bei der TMBW einkaufen.

ĂFantastische Straßeñ

Die Fantastische Straße ist eine **Kooperation von verschiedenen touristischen Partnern aus Baden-Württemberg** speziell für die Bearbeitung der Quellmärkte Japan, Korea und China.

Newsletters für die Reiseindustrie (Japan/Chin) und Presseinfos werden regelmäßig versandt, die mehrsprachigen Internet-Auftritte aktualisiert und Tweets und Posts auf unterschiedlichen social-media-Kanälen veröffentlicht. (Weiboo/WeChat/ Facebook/Instagram/Twitter).

ファンタスティック街道

Regelmäßige persönliche **ĂSalescallsñ** bei japanischen und chinesischen Reiseveranstaltern und Reisebüros wurden durchgeführt und PR-Beiträge in den Fach- und Publikumsmedien (auch in Internet-Portalen) initiiert. Die TMBW sorgt für die Verbreitung der Werbemittel auf internationalen Messen und Workshops in Japan, Korea und China, aber auch über die Lufthansa, JAL und die DZT in Tokio.

4 Innenmarketing

4.1 Zusammenarbeit vor Ort

Unser Ziel ist es, nicht nur der touristischen Destination ĂTübingenñ, sondern auch der eigenen Firma - dem Bürger- und Verkehrsverein und dem Tourist & Ticket-Center - langfristig ein positives Image zu erhalten. Daneben verfolgen wir nachdrücklich und unermüdlich ein Kostendeckungsziel, um den Verein in seiner Existenz zu sichern.

Deshalb ist es wichtig, innerörtlich Präsenz zu zeigen. Vorstand, Geschäftsleitung und Assistenz nehmen deshalb an zahlreichen Veranstaltungen, Vernissagen, Eröffnungen, Vorträgen, Feierlichkeiten, Empfängen, etc. teil, um im gesellschaftlichen Leben der Stadt präsent zu sein. Die Mitarbeit in diversen Gremien, Arbeitsgruppen, Workshops und Runden Tischen auf **lokaler Ebene** gehört ebenfalls dazu:

- **PLENUM Vielfalt e.V. Landkreis** Beiratsmitglied
- **Naturpark Schönbuch** Kuratoriumsmitglied
- **AK Tag des offenen Denkmals** Koordination
- **AK ĂBesser Bechernñ Initiative zur Müllvermeidung** Uni, Stadt, BVV, HGV, WIT, TÜerleben, Ehrenamtliche
- **Runder Tisch ĂKulturñ** Kulturschaffende
- **AG Neubürgerbegrüßung** Organisation
- **Planungsbegleitgruppe ĂEuropaplatzñ**
- **AK Stocherkahn ï** 1.BM /Ordnungsamt

Der Verkehrsverein unterhält folgende Mitgliedschaften in Tübinger Vereinen:

- **Handel- und Gewerbeverein** Tübingen
- **Volkshochschule** Tübingen
- **D.A.I.** Tübingen
- **Hölderlingesellschaft**
- **Förderverein ĂSchwäbischer Dialekt**
- **Tübinger Volksbank** Mitglied. Geschäftsführerin in Vertreterversammlung
- **Stocherkahnverein**
- **Haus & Grund** Geschäftsführerin im Beirat

Außerdem vertritt der Vorsitzende den Verein im Beirat der WIT mit Sitz und Stimme.

- **Stadtverwaltung**

Das Personalamt der Stadt Tübingen erledigt in unserem Auftrag gegen Entgelt die Personalabrechnung für unsere Angestellten. Wir fühlen uns gut beraten und betreut. Das Rechnungsprüfungsamt prüft jährlich unseren Jahresabschluss. Auch hier erhalten wir vertrauensvolle und kompetente Beratung. Die Kommunalen Servicebetriebe Tübingen (KST) holen unser Altpapier und helfen uns bei der Verkehrssicherung (Bäume) des Campingplatzes. Gute Zusammenarbeit gibt es auch mit dem Ordnungsamt (Stocherkahn-Anlegestellen, Sommerfest, Ausnahmegenehmigungené), dem Kulturamt, den Geoinformatikern (Stadtpläne) und der Zentralen Verwaltung (Rathausführungen).

- **Tübinger Museen**

Sehr gut ist die Kooperation mit den örtlichen Museen. Führungen und andere Angebote können wir für unsere Gruppen in fast allen Museen direkt buchen und somit für den Gast alles aus einer Hand bieten. Die Entwicklung der Besucherzahlen in den Museen ist wieder erfreulich positiv:

Besucher	2014	2015	2016	2017	2018
Kloster + Schloss-Bebenhausen	25.127	23.540	53.655	54.086	54.773
	46.280	43.436			
Boxenstop	24.000	24.000	24.000	22.500	22.000
Stadtmuseum	21.907[1)]	20.281	25.623	23.413	40.000[2)]
Kunsthalle	16.000[1)]	Geschl.	Geschl.	21.650	50.000
MUT Schloss Hohentübingen	22.963	22.286	27.308	35.438	40.411
Gesamt	156.277 -14,4%	133.543 - 14,6%	130.586 - 2,1%	157.087 +20,3%	**207.184** **+31,9%**

1) TÜ-Vertrag Stadtmuseum/Kunsthalle 7.3.-31.8.2014
2) Eintritt frei seit 4.2018

Als ebenso erfreulich erwies sich die Besucherbilanz des Museums Schloss Hohentübingen (MUT). Das Riesenfass im Schlosskeller wurde restauriert und nach vielen Jahren - zumindest zeitweise - endlich wieder den Besuchern zugänglich gemacht.

- **Universität**

Die Zusammenarbeit mit der Universität findet auf verschiedenen Ebenen statt. Die Universität ist mit Kanzler Prof. Dr. Andreas Rothfuß unmittelbar im Ausschuss des BVV vertreten. Antje Karbe von der Hochschulkommunikation, ist Mitglied im Redaktionsbeirat der TÜBINGER BLÄTTER.

Gute Geschäftspartner des BVV sind das Museum der Universität Tübingen (MUT), sowie der Botani-

sche Garten, dessen MitarbeiterInnen auf unsere Vermittlung hin Gäste durch den Garten führen. Andere Unimitarbeiter sind für uns ĂTüröffnerñ für Besichtigungen und buchbare Angebote (Pedellenstelle, Neue Aula, Unibibliothek, Uniarchiv, Studierendenwerk).

Gute Kontakte gibt es zum Dezernat III für Internationale Angelegenheiten und zum Universitätsarchiv (TÜBINGER BLÄTTER). Beste Verbindungen bestehen zum Kulturreferat der Universität Tübingen. Der BVV ist größte Vorverkaufsstelle für die Veranstaltungen des Kulturreferats.

Auf Initiative der Stelle Umwelt- und Energiemanagement bei der Zentralen Verwaltung der Universität wurde ein Tübingen-Arbeitskreis initiiert. Unter dem Motto ĂTüGo - Besser bechernñ soll durch den Einsatz/Verkauf von Mehrwegbechern oder ĂKeepCupsñ die Menge an Einwegbecher-Müll reduziert werden. Weitere Ideen, wie essbare oder recycelbare Eisbecher, Trinkhalme und das To-go-Becher-Pfandsystem ReCup, dessen Einführung in Tübingen für 2019 vorgesehen ist.

➢ **Landratsamt**

Der Landkreis ist mit Hans-Erich Messner (Erster Landesbeamter) im Ausschuss des BVV vertreten. Wolfgang Sannwald (Kreisarchivar) ist Mitglied im Redaktionsbeirat und regelmäßiger Autor der TÜBINGER BLÄTTER.

Da der Landkreis Tübingen recht klein ist und die Universitätsstadt Tübingen im Landkreis das touristische Schwergewicht ist, liegt eine enge Zusammenarbeit mit der Tourismusbeauftragten des Landkreises, Iris Becht, nahe. Vorzeigeprojekte des Landkreises sind die vorbildlich **ausgeschilderten Themenradwege** durch den Kreis.

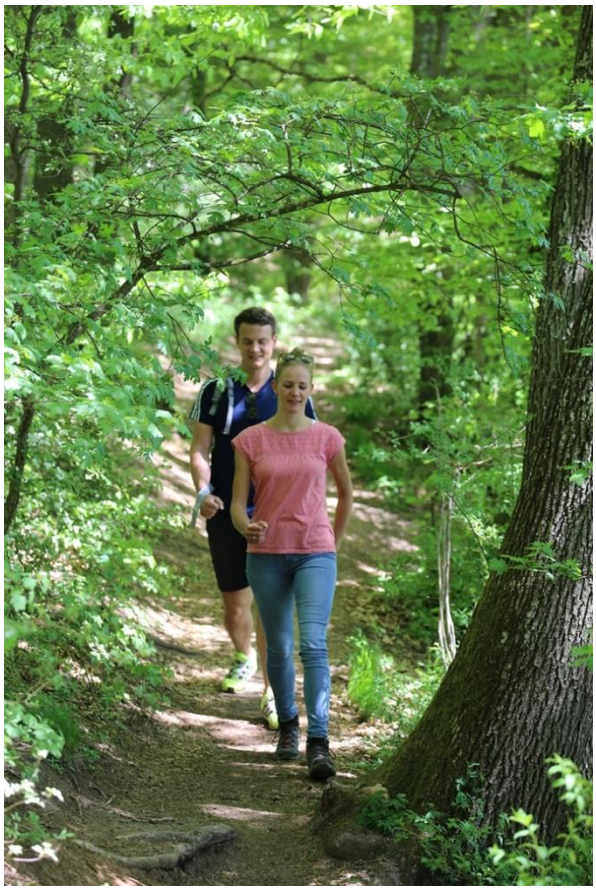
Von 2013 bis 2020 ist der Landkreis Tübingen ein Gebiet der Förderkulisse PLENUM.

Um die PLENUM-Ziele zu erreichen, werden Projekte insbesondere in den Bereichen naturnaher Tourismus, Umweltbildung, naturschonende Land- und Forstwirtschaft und regionale Vermarktung durchgeführt.

Bereits 2014 wurde gemeinsam mit dem BVV als Antragsteller (Tübinger Projekt unter Federführung der WIT) eine Machbarkeitsstudie zu ĂPremiumwander- und Premium-Spazierwegenñ in Auftrag gegeben. PLENUM-Folgeanträge für die Förderung der ĂFeinplanungñ, der ĂMarkenentwicklungñ und der ĂBeschilderungsplanungñ folgten. Fünf Kommunen und der Landkreis arbeiten hier Hand in Hand: Ammerbuch, Rottenburg, Tübingen, Nehren und Mössingen.

Stand Juni 2019 sind nun drei Premium-Wanderwege und sechs Premium-Spazierwanderwegle zertifiziert und eröffnet. In Tübingen sind es das âHirschauer Spitzbergwegleó und das âUnterjesinger Wengertwegleó

Zur Vermarktung der Wege wurde ein Marketingpool beim Landkreis eingerichtet, in den jede Kommune einzahlt. Das gemeinsame Logo ĂFrüchtetraufñ wurde von Mössingen zur Verfügung gestellt, das dies bereits vorhanden war und künftig für alle Premiumwege im Landkreis als Oberbegriff (Marke) dienen soll.



Fotoshooting mit unserer Kollegin Theresa Horn-Diedler und Moritz Diedler

➢ **WIT**

Seit April 2015 gibt es eine Stelle für Stadtmarketing und Tourismus bei der Wirtschaftsförderung Tübingen (WIT). Frau Feiler befasste sich u.a. mit den Themen Rathausfoyer, Modernisierung des Corporate Designs Tübingens, mehr Kommunikation mit den örtlichen Akteuren, neue Website Tübingen, online-City-Marktplatz, Premiumwanderwege, mehr Auslandsmarketing, Stärkung der touristischen Kooperationen. Unsere Unterstützung sagen wir ihr und ihrer neuen Kollegin, Claudia Rist, (Elternzeitvertretung) gerne zu.

Seit 2009 finanziert die Wirtschaftsförderungsgesellschaft Tübingen mbH (WIT) im Auftrag der Stadt den CMT-Messeauftritt Tübingens, den der Verkehrsverein organisiert und mit eigenem Personal umsetzt. So auch 2018.

Auch die Teilnahme als Anschließer am DZT-Stand bei der FESPO, der Schweizer Ferienmesse, wurde in Kooperation mit der WIT und dem BVV durchgeführt. Leider war 2018 die letzte FESPO-Beteiligung Tübingens, da die DZT sich aus dem Messegeschäft peu à peu zurückzieht.

➢ **Tübingen erleben GmbH**

Hans Peter Schwarz veranstaltet mit seiner Firma ĂTübingen erlebenñ im Auftrag der Stadt Tübingen, der WIT und dem HGV den Umbrisch-Provenzalischen Markt, einige Regionalmärkte und auch das internationale Schokoladenfestival. Wir sind Partner von ăTübinger erlebenó für das buchbare Individual- und Gruppen-Reiseangebot anlässlich der ChocolART. Diese Veranstaltung ist mittlerweile ein imageprägendes Aushängeschild für Tübingen geworden und bringt Hundertausende Gäste, meist Tagesgäste, in die Stadt.

➢ **HGV**

Gerne unterstützen wir durch die Akzeptanz, aber vor allem durch den Verkauf des ĂTübinger Einkaufsgutscheinsñ die Idee, möglichst viel Umsatz in Tübingen zu halten. Dazu ist der (HGV) Einkaufsgutschein in seinen verschiedenen Stückelungen ideal. Auch ideell unterstützen wir den HGV in seinen Bemühungen um ein einzelhandelsfreundliches Tübingen, was auch den Tourismus befördert und umgekehrt. Dazu zählen die Erreichbarkeit und das Parken in der Innenstadt und verstärkte Bemühungen zum Erhalt eines vielfältigen und typischen stationären Tübinger Einzelhandels.

➢ **SWT bSVT bTÜBus b Naldo**

BVV und Campingplatz beziehen Energie und Wasser von den Tübinger Stadtwerken. Im Bereich ĂÖPNVñ sind wir Geschäftspartner von TÜBus und Naldo (siehe auch 4.2.3.).

Naturpark Schönbuch

Als grüne Lunge in der Mitte Baden-Württembergs ist der Naturpark Schönbuch wichtigstes Naherholungsgebiet für Tübingen. Der Naturpark Schönbuch erstellt derzeit ein neues Besucherleitsystem. Der BVV vertritt die Landestourismusorganisation im Beiratsgremium des Naturparks.

4.2 Produkte und Dienstleistungen

Im Berichtszeitraum wurden weiterhin all die zahlreichen Dienste und Zusatzaufgaben wahrgenommen, die den Verkehrsverein so bürgernah und so gastfreundlich machen. Selbstverständlich akzeptieren wir beim Kauf von Waren alle gängigen **Kreditkarten** (nicht bei Tickets!)**, ECash, unsere eigenen BVV-Geschenkgutscheine** und natürlich den **Tübinger Einkaufsgutschein**.

4.2.1 Warenkreation und Verkauf

Für auswärtige und einheimische Kunden führen wir ein reichhaltiges **Sortiment an Tübingen bezogenen Waren**. U.a. mit den Erlösen aus dem Warenverkauf ist es uns möglich, die personal- und kostenintensiven Aufgaben im Tourismusmarketing für Tübingen zu erledigen.

Im **Waren- und Büchersegment** greifen wir weitgehend auf Produkte Dritter zurück. Von Tübinger Firmen beziehen wir Tübinger Schnäpse und Whisky, Liköre, und Weine, Nudeln, Honig, Senf, Marmelade, Sirup, Tübingen-Bücher und Memos und von Tübinger Verlagen Regionalia.

Tübingen Postkarten fertigen wir seit einigen Jahren selber, kaufen aber auch einzelne Motive zu. Die eigenen Postkarten vertreiben wir innerhalb Tübingens zum Wiederverkauf im Buchhandel und in Hotels.

Im **Textilbereich** führen wir vor allem Äeigene Kreationenñ wie Stofftaschen, Caps, T-Shirts, Handytaschen Sweat-Shirts, Tübingen-Schürzen, Babylätzchen und Handtücher.

Ein weiterer großer Bereich sind die Äklassischenñ **Glas, Porzellan- und Steingut-Souvenirs** mit Tübingen Schriftzug oder -Abbildung, deren Design bisweilen sehr an den ÄTouristengeschmackñ angepasst ist.

Die Herstellung einer wunderschönen 3-D-Klapp- und Steckkarte von der Neckarfront (Verkaufspreis 5,90 ú) konnten wir ebenfalls realisieren.

Im Berichtsjahr wurde von uns der Null-Euro-Schein für Tübingen herausgegeben. Die Auflage beträgt 5.000 Stück. Die Scheine werden zu drei Euro pro Stück verkauft. Es gibt eben für alles einen Sammlermarkt. Damit befindet sich Tübingen übrigens in guter Gesellschaft, denn viele Städte führen ebenfalls Null-Euro-Scheine als Souvenirs.

4.2.2 Vorverkauf von Veranstaltungstickets

Provisionserlöse aus dem Vorverkauf von Veranstaltungstickets (lokal, regional, überregional und bundesweit) und anderen Vermittlungstätigkeiten sichern die Existenz unseres Vereins. Die Erlöse versetzen uns in die Lage, unsere Aufgaben als Touristinformation, Dienstleister und Tourismusmarketingstelle für die Stadt Tübingen zu erfüllen.

Im Einsatz sind die **Ticketing-Systeme** ETS, CTS-Eventim, Thea, Reservix und TÜTicket (KSK und BVV) ÄTicketRegionalñ sowie Hardtickets lokaler und regionaler Veranstalter.

Kreissparkasse Tübingen

Tübingen-Tickets

Auch im Jahre 2018 transportierte der BVV mit je zwei Mietbussen seine **Staatsoper-Abonnenten** zu den Operntermin nach Stuttgart und wieder zurück. Das ist bei jedem Wetter bequem und entbindet von der Parkplatzsuche. Wir freuen uns über die anhaltende Resonanz und die Treue unserer Stammkunden.

Seit 2018 können unsere Kunden die KSK ï Tickets auch mit dem Online-Bezahlsystem ÄPaydirectó bezahlen.

Unsere neuen Tickethüllen tragen auf der Rückseite eine Werbung des MUT und des Zimmertheaters. Da sie tausendfach ausgegeben werden, ist das ein begehrter Anzeigenplatz für unsere Kulturschaffenden.

4.2.3 Beratung und Verkauf ÖPNV

Der Verkehrsverein ist seit vielen Jahren Fahrschein-Verkaufsstelle für den Öffentlichen Personennahverkehr in Tübingen und Umgebung.
Jeder Monatsanfang beschert uns einen Besucheransturm für Monatskarten. Zweimal im Jahr überrollt uns die Welle der Studenten, die **Semestertickets** kaufen. Diese Zeiten sind für unsere Belegschaft anstrengend und aufregend, denn es besteht zum Teil hoher Erklärungsbedarf aufgrund des streng reglementierten Verkaufsvorganges (auch in Fremdsprachen). Vor allem mit Inhabern von KreisBonusCards, mit ausländischen Studierenden und Nachrückern im Studienplatzvergabeverfahren ist die Kommunikation aufwändig. Fast alle neuen ÖPNV-Nutzer tun sich schwer mit den Ticketvarianten, Geltungsbereichen und Geltungszeiten.
Solange das Parkhaus Am Stadtgraben saniert wird, ist die TÜBus-Nutzung an Samstagen kostenlos (2018 -2019).
Unkomplizierte Verkäufe ohne Beratungsbedarf werden zunehmend online getätigt.

4.2.4 Verkauf von Gutscheinen

Unsere BVV-eigenen, hübsch gestalteten ĂTübinger Geschenkgutscheineñ werden gerne gekauft, da die Beschenkten sich aus unserem gesamten Sortiment je nach Geschmack etwas aussuchen können.
Die ĂTübinger Einkaufsgutscheineñ, die der HGV herausgibt, dienen ebenfalls als Instrument der Kaufkraftbindung, denn sie können nur in Tübinger Geschäften und Gastronomien eingelöst werden. Wir sind eine von sechs Verkaufsstellen.

4.2.5 Geschäftsstellentätigkeit

Unser Service, für kleinere Vereine die Funktion einer Geschäftsstelle zu übernehmen, wird immer weniger benötigt. In Zeiten von Internet, Email und Facebook fällt es immer leichter, ohne große ĂHardwareñ ein kleines, virtuelles Büro zu führen. Verblieben ist noch der **Stadtverband für Sport.**

4.3 Eigene Verlagsprodukte

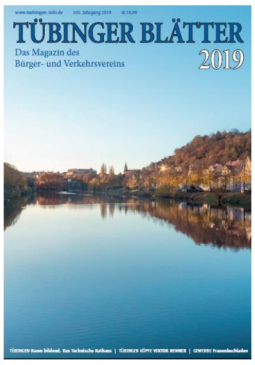
4.3.1 TÜBINGER BLÄTTER

Seit 1898 sind die **TÜBINGER BLÄTTER** Zeitschrift für Tübinger Heimatkunde, Geschichte(n) und Köpfe aus der Region, Begebenheiten und Begegnungen. Mit dem Heft 2019 wurde der 105. Jahrgang herausgegeben. Die Anzeigenakquise wurde erneut von Wilfried Stehle vorgenommen. Die Anzeigenpreise sind seit Jahren stabil.

Die Ausgabe 2019 hat einen Umfang von 144 Seiten und eine Auflage von 2500 Exemplaren. Am Inhalt wirkten 34 Autorinnen und Autoren mit. Im Abo gehen die **TÜBINGER BLÄTTER** übrigens bis nach Hawaii!
Wir bedanken uns bei allen Anzeigenkunden, dem Regierungspräsidium Tübingen für die Zuwendung aus ĂFördermitteln der Heimatpflegeñ, dem Landkreis Tübingen ebenfalls für einen Förderbeitrag, der Stadtverwaltung - als unserem größtem Kunden - und allen Abonnenten und Käufern.

Dem Redaktionsteam der TÜBINGER BLÄTTER gilt unser ganz besonderer Dank:

- Dr. Sabine Besenfelder (neu ab Heft 2019)
- Gabriele Eberle
- Reinold Hermanns
- Veronika Renkenberger
- Gerhard Schindler (neu ab Heft 2019)

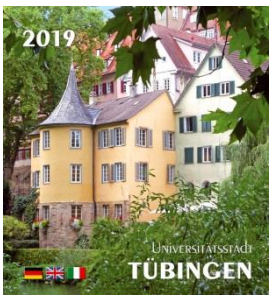


Andrea Mecke gestaltete die TüBINGER BLÄTTER Ausgaben 2000 bis 2018 aktiv mit. Inzwischen ist sie vielbeschäftigte Autorin und schied auf eigenen Wunsch aus der Redaktion aus. Wir danken Frau Mecke für die langjährige immer gute Zusammenarbeit! Helmut Linde pausierte aus gesundheitlichen Gründen für ein Jahr. Die neuen Redaktionskollegen Dr. Sabine Besenfelder und Gerhard Schindler heißen wir herzlich willkommen.

Die Schlagwortsuche wird von unserem Ehrenvorsitzenden Horst Kunz auf dem Laufenden gehalten. Vielen Dank!

4.3.2 Kleiner Führer, Bildbändle ...

Ebenso im Eigenverlag erscheinen die beiden Eigenprodukte ĂKleiner Führer...ñ und das 5-sprachig untertitelte ĂTübingen-Bildbändleñ. Beide sind aktuell und auf Lager.



Im Berichtsjahr konnte zum sechsten Mal in Folge der beliebte **Tübingen-Kalender** (2019) herausgegeben werden. Der Verkauf erfolgt in der Touristinformation, sowie über Hotels und den örtlichen Handel.

4.4 Veranstaltungen (öffentliche)

4.4.1 Tübinger Sommerfest

Im Berichtsjahr veranstaltete der Bürger- und Verkehrsverein vom 29. Juni bis 2. Juli 2018 zum 64. Mal das **Tübinger Sommerfest**. Zum neunten Mal oblag die Ausgestaltung dem Generalunternehmer Fa. Dietmar Kübler, Schaustellerbetriebe, Aalen. Den Fassanstich übernahm erneut **Oberbürgermeister Boris Palmer.**

Fa. Kübler stellte wieder einen Biergarten mit verschiedenen Speisenanbietern zusammen. Das alljährliche Brillantfeuerwerk begeisterte das Publikum am Eröffnungsabend.

Auch 2018 wurden alle Schausteller zum traditionellen **Schaustellerausflug** am Vortag des Festes eingeladen. Es ging ins Schützenhaus Hagelloch zu einem zünftigen schwäbischen Essen bei der Wirtsfamilie Fridrich.

Kleine Inhaber der Kreis-BonusCard Junior konnten erneut das Angebot zahlreicher Fahrgeschäfte um 50 Cent billiger nutzen. Die Ă**Kinder Cardñ** wird vom *Tübinger Bündnis für Familie* herausgegeben.

4.4.2 Tag des offenen Denkmals

Der ĂTag des offenen Denkmalsñ am 9. September 2018 stand unter dem Motto **ĂEntdecken was und verbindet".**

Zum 26. Mal beteiligte sich Tübingen an diesem bundesweiten ĂTagñ Unter der Leitung des Bürger- und Verkehrsvereins traf sich der bewährte Arbeitskreis aus Behördenvertretern und Ehrenamtlichen, um erneut ein anspruchsvolles Programm bieten zu können. Die ehrenamtlich angebotenen Führungen der Fachleute fanden bei Öffentlichkeit und Medien ein sehr positives Echo.

4.4.3 Neubürger-Begrüßung

Gemeinsam mit BüroAktiv, Stadtverwaltung und HGV gestaltete der BVV am 27.10.2018 die 13. Tübinger Neubürgerbegrüßung und den Markt der Vereine. Im LTT-Foyer präsentierten sich über 50 Vereine und die Neubürger waren zu einer Theatervorstellung eingeladen. Ziel ist es, die Tübinger Neubürger willkommen zu heißen und über das rege kulturelle und soziale (Vereins)Leben zu informieren und dafür zu begeistern.

4.5 Veranstaltungen (nicht öffentlich)

4.5.1 Stadtführungen für Azubis von Stadt- und Landkreisverwaltung und Hotels

Der Verkehrsverein lädt die neuen Auszubildenden von Stadtverwaltung, Landratsamt und Hotels Anfang September zum Ausbildungsstart im Herbst jeweils zu einer kostenlosen Stadtführung ein. Viele der jungen Leute sind nicht aus Tübingen, kommen aus dem Landkreis oder von weiter her und werden gleich zu Beginn ihrer Ausbildung über den Verkehrsverein und vor allem über Tübingens Qualitäten als Reiseziel informiert.

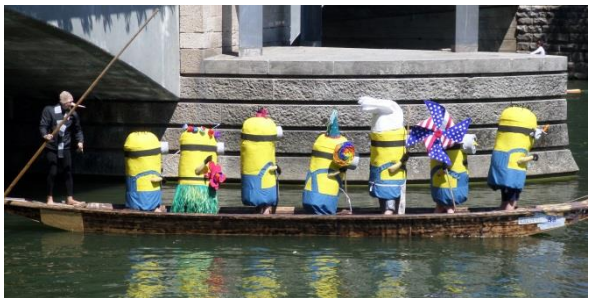
4.5.2 Gästeführertreff

Am 16. März 2018 lud der BVV seine GästeführerInnen und StocherkahnfahrerInnen zu einer Infoveranstaltung in das SWR-Gebäude auf dem Österberg ein. Der BVV sagte damit danke für die vergangene Saison und motivierte für die neue. Das Treffen bietet stets Raum für interne Informationen, Weiterbildung, gegenseitiges Kennenlernen, Austausch und Wiedersehen.

ĂDenn nur was man kennt, kann man überzeugend darstellen und weiterempfehlenñ Unter diesem Motto wurden unsere ĂMultiplikatorenñ auch in 2018 wieder von den Museen und vom BVV zu Führungen durch die aktuellen Ausstellungen eingeladen.

4.5.3 Einladung zum Stocherkahnrennen auf den BVV Balkon

Anlässlich des Stocherkahnrennens am Fronleichnamstag lud der BVV wieder ausgewählte Gäste auf seinen Balkon über dem Neckar ein. Bei einem Gläschen Sekt und in lockerer Atmosphäre hatte man von dort aus die beste Sicht in das umkämpfte ĂNadelöhrñ



5 Geschäftsstelle und Verein

5.1 Geschäftsstelle und Touristinformation

Der Verkehrsverein erhielt im Vorjahr die **zertifizierte i-Marke des DTV für seine Touristinformation,** aber es gab Punkteabzug für zahlreiche Mängel, die vor allem das Gebäude, den Gebäudezustand und die Infrastruktur im und um das Gebäude herum betreffen. Diese Mängel abzustellen liegt nicht im Zuständigkeitsbereich des BVV, sondern ist Aufgabe des Vermieters, also der Stadt oder der GWG.

Um die Touristinformation Tübingen für die Zukunft zu rüsten und um auch hier dem positiven Entwicklungstrend im Tourismus Rechnung zu tragen, müssen sich Stadt und Verein überlegen, wie das Gebäude und die darin befindliche Infrastruktur aufgewertet, vergrößert und modernisiert werden kann. Erste Gespräche mit der Verwaltung haben stattgefunden.

Standortfrage: Erste Gespräche mit der Stadt haben stattgefunden (BauBM/WIT). Solange der BVV sich finanziell weitgehend selber erhalten muss, ist der eingeführte Standort ĂAn der Neckarbrückeñ nicht verhandelbar.

Der Bürgerentscheid über die Innenstadtstrecke der Stadtbahn muss abgewartet werden. Kommt die Strecke, muss die Brücke erneuert werden und der BVV muss an einen anderen Standort ziehen.

Wir fordern: Tübingen muss sich eine zeitgemäße und attraktive Touristinformation leisten, um die Gäste, um die geworben wird und die es dann nach Tübingen zieht, auch willkommen zu heißen.

Personalstand am Stichtag 31. Dezember 2018

(aufgelistet nach Arbeitszeit, dann in alphabetischer Reihenfolge)

Nr.	Name	Aufgabenbereich	Arbeitszeit in %	beschäftigt seit
Angestellte				
1	Bader, Felizitas	Counter	100	01.09.97
2	Eberle, Gabriele	Geschäftsführerin	100	01.09.86
3	Göbel, Sabine	Counter / Incoming	100	01.04.93
4	Honner, Barbara	Assistentin der GF / PR	100	01.05.01
5	Horn, Theresa	Rechnungswesen / Counter	100	18.07.16
6	Thieme, Angelika	Incoming / Counter	100	01.03.08
7	Tobias, Adriana	Counter / Wareneinkauf	100	01.03.14
8	Jenth, Matthias	Incoming / Counter	100	01.07.17
9	Beck, Laura	Counter	56	01.09.15
10	Schubert, Marco	Tagungen / Elternzeit bis 27.12.19	25	18.10.93
11	Hage, Catharine	Incoming / Elternzeit bis 30.11.18	-	07.07.16
Auszubildende/Studenten				
1	Rechtsteiner, Aileen	Kauffrau für Tourismus und Freizeit		12.09.16 ï 11.07.18
2	Chatzikiparidis, Georgios	Kaufmann für Tourismus und Freizeit		01.09.18 - 31.08.20
Geringfügig Beschäftigte				
1	Exouzoglou, Sofia	Reinigungsdienst		01.05.10
2	Ott, Kerstin	Buchhaltung		01.10.07
3	Pache, Hella	Counter / Wochenenden	Aushilfe	01.05.17
4	Mayer, Christina	Counter / Wochenenden	Aushilfe	01.07.13
5	Doppke, Julia	Counter / Wochenenden	Aushilfe	01.07.13
6	Salah, Jiyan	Counter / WD / Campingplatz	Aushilfe	21.09.16
7	Beetz, Kerstin	Counter / Wochenenden	Aushilfe	22.12.17
Ehrenamtlich				
1	Aumann, Bernd	Online-Veranstaltungskalender		01.08.12
Campingplatz				
1	Henne, Thomas	Platzwart		01.04.03
2	Henne, Petra	Rezeption		01.04.03
3	Cozza, Ulrike	Rezeption (Montags)		01.04.17
4	Walendzik, Beata	Reinigungsdienst		01.04.03
5	Walendzik, Adam	Grünpflege		01.09.18

5.2 Personal

Tarifabschluss é Der Bürger- und Verkehrsverein lehnt sich ï obwohl nicht tarifgebunden ï bei der Entlohnung seiner Angestellten in vielen Belangen an den TVöD an. Ab März 2018 stiegen die Einkommen im Durchschnitt um 3,19 Prozent, ab April 2019 wird es eine weitere Anpassung um 3,09 Prozent und ab März 2020 um nochmals 1,06 Prozent geben. Die Laufzeit des Tarifvertrages beträgt 30 Monate. Die Tariferhöhungen geht der BVV mit.

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Fachbereichs Personal bei der Stadt Tübingen erledigen für uns zuverlässig (gegen Berechnung) die Gehaltsabrechnungen.

Unsere ĂGeringfügig Beschäftigtenñ rechnen wir über das Portal der Knappschaft selber ab.

Im Berichtsjahr 2018 absolvierten erneut 13 junge Leute aus den verschiedensten Gründen ein Praktikum oder ein Freiwilliges Soziales Jahr (FSJ) beim Verkehrsverein und auf dem Campingplatz. Wir sind immer gerne bereit, Praktikanten bei uns aufzunehmen, um ihnen erste Erfahrungen im Berufsleben und die Anwendung und Verbesserung ihrer Fremdsprachenkompetenzen zu ermöglichen. Der ĂBetreuungsaufwandñ ist je nach Ausbildungsgang und -niveau unterschiedlich hoch. Im Gegenzug bekommen wir junges, flexibles, motiviertes Mitarbeiterpotential mit Fremdsprachenkompetenzen, neuen Ideen und unverstelltem Blick.

Der BVV Tübingen ist ein von IHK und DHBW anerkannter Betrieb u.a. für die Ausbildung zur ĂKauffrau/-mann für Freizeit und Tourismusñ

Geogios Chatzikiparidis, Absolvent eines freiwilligen sozialen Jahres (FSJ) beim BVV konnte ab 1.9.2018 für eine Ausbildung gewonnen werden.

Unser ĂEigengewächsñ **Matthias Jenth** wurde in eine unbefristete Anstellung übernommen. Er unterstützt nun die Incomingabteilung und übernimmt Aufgaben am Counter.

Im Frühjahr 2018 trat **Angelika Thieme** einen sechswöchigen Kuraufenthalt an.

Catharine Hage kehrte aus der Elternzeit zurück. Sie arbeitet nun halbtags. Und unser langjährigen Kollege, **Marco Schubert**, befindet sich noch bis 27.12.2020 in Elternzeit, ist jedoch im Homeoffice in Dresden weiterhin zu 25% für uns tätig.

Praktikantinnen und Praktikanten 2018		
1.	**Georgios Chatzikiparidis** Tübingen / FSJ	01.09.17 ï 31.08.18
2.	**Greta Ludwig** Haigerloch / FSJ	01.09.17 ï 28.02.18
3.	**Nathalie Reimer** VerwaltungsHS Ludwigsburg	15.11.17 ï 14.02.18
4.	**Verena Bontà** Hermann-Hesse-Kolleg/Tessin	05.03.18 ï 25.05.18
5.	**Marleen Götz** VerwaltungsHS Ludwigsburg	15.03.18 ï 14.06.18
6.	**Lea Kreissl** VerwaltungsHS Ludwigsburg	15.05.18 ï 14.08.18
7.	**Paul Felger** Tübingen / FSJ	05.03.18 ï 04.09.18
8.	**Patrick Fazari** Tessin / via SIT / Cpl	28.05.18 ï 07.07.18
9.	**Rebecca Fruet** Trento / Cpl	25.06.18 ï 23.08.18
10.	**Clara Balanche** Besancon / Frankreich	18.06.18 ï 18.08.18
11.	**Helen Duncker** Ammerbuch / FSJ	01.09.18 ï 28.02.19
12.	**Jana Fauser** Gomaringen / FSJ	01.09.18 ï 28.02.19
13.	**Kathi Hirrle** Mössingen / Schnupper	01.10.18 ï 31.10.18

Im Berichtsjahr 2018 konnten Belegschaft und Gästeführerteam Einladungen zu Führungen durch aktuelle Ausstellungen in den Museen, wahrnehmen, um die Produktkenntnis zu erweitern. Unser Dank gilt allen, die uns mit viel Freude und Engagement ihre Schätze und Künste gezeigt haben.

Regelmäßige Schulungen und Fortbildungen (Finanzbuchführung, Ausbildertag IHK, ÖPNV, DRV, Social Media, Musicals, Feuerlöschübungen, Photoshop CS6, Arbeitgeberseminare, Tourismuszukunft, Reiserecht) wurden absolviert.

Die **Weihnachtsfeier** im Dezember 2018 fand im Schwärzlocher Hof statt.

5.3 Gremien und Vereinsmitglieder

Im Berichtsjahr 2018 traf sich der BVV-Vorstand circa einmal monatlich (ausgenommen die Sommerpause). Der BVV-Ausschuss tagte am 6.2.2018 im Schloss Hohentübingen (mit Besuch des Fasskellers) und am 17.7.2018 in der Kreissparkassenfiliale am Lustnauer Tor (Besichtigung des sanierten und umgebauten Bankgebäudes).

Am 19. September 2018 fand im Sitzungssaal des neuen Technischen Rathauses die Mitgliederversammlung des Vereins statt.

BVV-Mitglieder, die einen Ăkundenñ Geburtstag feiern, erhalten eine BVV-Glückwunschkarte

Am 31.12.2018 hatte der Bürger- und Verkehrsverein Tübingen 495 Mitglieder. Während des Jahres 2018 gab es vier Todesfälle, 24 Kündigungen und 23 Beitritte.

Im Berichtsjahr 2018/2019 verstarben folgende Mitglieder:

Rudolf Kost (Stadtführer) am 15.3.2018

Jürgen Pundt (Stadtführer) am 30.4.2018

Eberhard Endres (Privat) am 28.9.2018

Michael Neth (Kaufmann) am 17.11.2018

Günter Walter (Fotokaufmann) am 30.5.2019

Wir werden sie in guter Erinnerung behalten!

Ehrenmitglieder des Bürger- und Verkehrsvereins (alphabetisch)	
Helmut Barth À	**Manfred Köhler**
Eberhard Doege À	**Horst Kunz** (Ehrenvorsitzender)
Dr. Rolf Fritz À	**Alfred Leucht À**
Hans Gmelin À	**Franz Schulz À**
Hermann Hepper À	**Walter Utz À**
Robert Kallenberg À (Ehrenvorsitzender)	**Wolfgang Werner À** (Ehrenvorstandsmitglied)
Hans Kern	

Die Besetzung der Vereinsgremien

Gemäß § 8 der Satzung des Bürger- und Verkehrsvereins Tübingen und nach der Wahl der Mitgliederversammlung am 20.09.2016, gehören den Gremien des Vereins folgende Personen an:

		Name	Beginn	Tätigkeit
Vorstand		**Dreiköpfiger von der Mitgliederversammlung gewählter Vorstand**		
		Michael Lucke Vorsitzender	2013 davor Ausschuss seit 2012	Erster Bürgermeister a.D.
		Holger von der Heide 1. Stellvertretender Vorsitzender	2016 davor Ausschuss seit 2010	Betriebswirt
		Alexander Stagl 2. Stellvertretender Vorsitzender	2016 davor Ausschuss seit 2004	Hotelier, Hotel Krone
Ausschuss		**3 gesetzte Ausschussmitglieder**		
	1.	Der Oberbürgermeister der Stadt Tübingen	seit 2013	vertreten durch Thorsten Flink, Geschäftsführer der WIT
	2.	Der Landrat des Landkreises Tübingen,	seit 2006	vertreten durch Hans-Erich Messner Erster Landesbeamter
	3.	Der Präsident der Eberhard-Karls-Universität	seit 2016	vertreten durch Dr. Andreas Rothfuß, Kanzler
		20 von der Mitgliederversammlung gewählte Ausschussmitglieder		
	4.	Gunter Alleborn	2016 davor im Vorstand	Gastronom, Restaurant Wurstküche
	5.	Manfred Bayer	2010	Stadtführer, Geschäftsführer i.R.
	6.	Dr. Sabine Besenfelder	2016	Kulturwissenschaftlerin, freie Lektorin
	7.	Claudia Braun	2016	Dipl. Psych., Berat. für Ältere, GR Tü Liste
	8.	Philipp Buchegger	2016	IT-Spezialist
	9.	Albrecht Gehr	2016	Bäckermeister
	10.	Eberhard Heim	2013	Vorstandsvorsitzender VR Bank Tübingen
	11.	Hans-Peter Horn	1995	Gastronom (ehemals Casino)
	12.	Rainer Klink	2013	Busunternehmer, Museum Boxenstop
	13.	Dr. Birgit Krämer	2007	SWT, Kommunikation und Marketing
	14.	Claudia Leuze	2016	Hôtelière, Hotel La Casa
	15.	Matthias Leyk	2016	Stocherkahnfahrer
	16.	Prof. Dr. Heidi Megerle	2016	Hochschule Rottenburg
	17.	Detlef Reeg	2010	Vorsitzender ĂStadtverband für Sportñ
	18.	Jörg Romanowski	2016	Agentur Uhland2, Vorsitzender HGV
	19.	Inge Schettler	2016	Inh. Weinstube Mayerhöfle, Stadtführerin
	20.	Heinrich Schmanns	2013	Dipl. Biologe, Gemeinderat AL/Die Grünen
	21.	Hans-Peter Schwarz	2016	Geschäftsführer ĂTübingen erlebenñ
	22.	Paul Trautwein	1995	Geschäftsführer Fa. Trautwein
	23.	Dorothee Must	2013	Verwaltungsdirektorin LTT

6 Neckarcamping Tübingen

Am 30. März 2018 begann die Campingsaison und endete - wie stets - am 31. Oktober. Das Wetter war für eine erfolgreiche Campingsaison 2018 nahezu perfekt! Frühjahr, Sommer und Herbst waren warm und recht trocken und ohne große Wetterkatastrophen.

Die Bauarbeiten auf dem Freibadgelände gegenüber waren beendet und beeinträchtigen die Camper und das Personal nicht mehr so erheblich, wie dies im Vorjahr geschehen war.

Die Zahl der Ankünfte (Campinggäste) stieg demzufolge im Berichtsjahr um +17,3% (Vorjahr -6,5%) auf 6.366 Gäste (Vorjahr 5.425).

Die Gesamtzahl der Übernachtungen stieg um +22% (Vorjahr -10,7%) auf 12.139 (Vorjahr 9.953) Übernachtungen, und damit wieder deutlich über die 10.000er Marke. Die Anzahl der ausländischen Übernachtungen erhöhte sich um +17,9% (Vorjahr -4,5%) auf 3.706 Nächte (Vorjahr 3.143 Nächte).

Die durchschnittliche Aufenthaltsdaueré aller Gäste betrug 1,9 Nächte, während sich die ausländischen Gäste durchschnittlich nur 1,8 Nächte auf dem Neckarcamping Tübingen aufhielten.

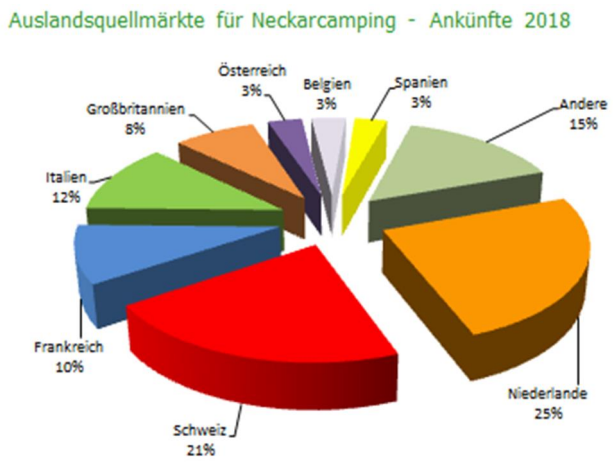
Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer auf den circa 2.870 deutschen Campingplätzen liegt bei 3,3 Nächten. Dazu tragen natürlich die großen Campingplätze in den Feriengebieten Schwarzwald, Bodensee oder an den Seen und Küsten maßgeblich bei. Ein typischer ĂStadtplatzñ wie unser Neckarcamping in Tübingen wird diese Aufenthaltsdauer nie erreichen, weil hier nur wenige ihre kompletten Ferien verbringen. Trotzdem kann der Verbleib der Gäste durch diverse Rahmenbedingungen positiv oder auch negativ beeinflusst werden.

Eine weitere Modernisierung des Neckarcampings ist also notwendig, um das Niveau zu halten, die Aufenthaltsqualität zu steigern und den erhöhten Ansprüche der Kunden zu genügen.

Die im Vorjahr eingeführte neue Preisstruktur für Touristikcamper hat sich bewährt und maßgeblich zum wirtschaftlichen Erfolg beigetragen. Die Gewinne aus dem Campingbetrieb fließen unmittelbar in den Etat des BVV ein und stabilisieren dessen Finanzen bzw. erhöhen dessen Handlungsspielraum.

Woher kommen unsere Campinggäste?
Stärkste ausländische Gästenation waren erneut mit Abstand die Niederlande gefolgt von der Schweiz, Italien, Frankreich, und Großbritannien. Auf den folgenden Plätzen landeten Österreich, Belgien und Spanien.

Die Übernachtungen der Dauercamper werden übrigens nicht erhoben und fließen auch in keine Statistik ein.



Bruttoumsatz für Tübingené Nach einer Untersuchung des DWIF (Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr an der Universität München) aus dem Jahre 2009 gibt jeder Touristikcamper in Baden-Württemberg ca. 45,80 Euro pro Person/Tag aus. Dies entspricht im Geschäftsjahr 2018 einem Bruttoumsatz für Tübingen von über 517.000 Euro.

Klassifizierung ....
Bei der alle drei Jahre stattfindenden **Klassifizierung** des DTV (Deutscher Tourismusverband) erhielt unser Neckarcamping Tübingen eine sehr gute drei-Sterne-Bewertung. Die Auszeichnung gilt bis einschließlich 2019.

Viabono CO_2 Fußabdruck-Zertifizierung...
wegen des sorgfältigen Umgangs mit Ressourcen wurde dem Neckarcamping Tübingen von der Organisation für Umwelt- und Klimafreundliches Reisen ĂViabonoñ das Zertifikat mit der ĂKlima-Effizienzklasse Añ verliehen. Bestmögliches Ergebnis!

Umweltzoneé Im Jahr 2008 führte Tübingen großflächige Umweltzonen ein. Leider führen alle Zufahrten zum Campingplatz durch die Umweltzone. 2013 wurden die Kriterien nochmals verschärft. Seitdem darf nur einfahren, dessen Fahrzeug eine grüne Umweltplakette trägt. Dies ist vor allem ausländischen Gästen völlig unverständlich.

Der Verkehrsverein konnte für seine Gäste jährlich eine Ausnahmegenehmigung beim Landratsamt erwirken, die es Fahrzeugen erlaubt, wenigstens noch mit **gelber Plakette** anzufahren. Diejenigen, die nur eine rote Plakette besitzen, müssen draußen bleiben. Die Sondergenehmigung steht auf unserer Website zum Download bereit.

Kostenloses Wlan auf dem Platz ... Nachdem die ĂStörerhaftungñ 2018 gefallen ist und demnach der Anbieter eines Internetzuganges nicht mehr die Verantwortung für dessen Nutzung trägt, wurde das vorhandene Wlan auf dem Platz ertüchtigt und freigegeben. Durch die Installation von zwei Access-Points in der Fläche wurde die Reichweite deutlich erhöht.

Auch 2018 durften unsere Campinggäste zu Sonderkonditionen das **Freibad** gegenüber besuchen

Im Berichtsjahr wurde ein **Schließfachschrank** mit 20 unterschiedlich großen Fächern (mit Stromanschluss z.B. für Akkus) angeschafft. Die Schlüssel erhält man gegen eine kleine Leihgebühr an der Rezeption.

Angelberechtigungen... des Fischereivereins sind an der Rezeption des Campingplatzes gegen Vorlage des Angelscheins erhältlich.

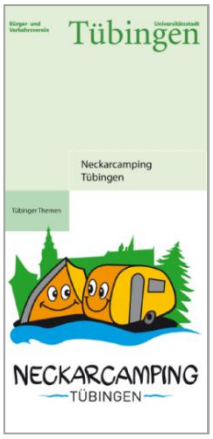
Gäste mit Hund... .können an der Campingplatz-Auffahrt kostenlos Hundekotbeutel aus einem Spender ziehen. Dieser Service wird sehr gerne angenommen und kommt auch Bewohnern bzw. der Wegesauberkeit in der Siedlung rund um den Campingplatz zugute.

Miethütten PODs é
Seit August 2015 bietet Neckarcamping Tübingen seinen Gästen zwei POD-Hütten für Übernachtungen an. Spezielle Nutzungsbedingungen und Preise wurden gestaltet und eine Kalenderfunktion auf der Website implementiert, sodass die jeweils aktuelle Belegung pro POD für den Gast ersichtlich ist. Die Akzeptanz ist sehr gut.

Übernachtungspreise für Touristikcamper é wurden bereits für die Saison 2017, nach einer Vergleichsstudie mit anderen Plätzen, durch die Einführung einer anderen Preisstruktur deutlich angehoben.

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit... Alle wichtigen **deutschsprachigen Campingführer** (print und online) verzeichnen den Neckarcamping Tübingen mit aktuellen Preisen. In den englischsprachigen und holländischen Führer wurden die bisherigen Einträge ebenfalls aktualisiert.

Neckarcamping-Prospekté
das 8-seitige bunte Faltblatt wurde im Vorjahr aktualisiert. Es enthält einen Lageplan des Platzes, die Texte sind dreisprachig. Das Faltblatt wird auf dem Campingplatz und in der Tourist-Info ausgegeben und kommt bei der ĂCMTñ in Stuttgart und auf dem ĂCaravan-Salonñ in Düsseldorf zur Auslage. Außerdem steht es zum Download zur Verfügung.



Camping-Info-Faltblatté gibt es in den Sprachfassungen deutsch, englisch, französisch, niederländisch, italienisch und spanisch. Es wird am Anfang jeder Saison überarbeitet und im Hause BVV produziert.

www.neckarcamping-tuebingen.de é
Die Website des Campingplatzes ist in Französisch, Englisch, Deutsch, Holländisch, Italienisch

und Spanisch abrufbar. Außerdem gibt es dort eine Verlinkung mit den Seiten des Verkehrsvereins. Auch die Campingklause samt Speisekarte ist hier zu finden.

Dauercamping ...
Der Campingplatz Tübingen bot im Berichtsjahr 37 Dauercampern einen Dauerstellplatz. Die jeweils auf ein Jahr vermieteten Flächen bilden den finanziellen Grundstock für den Campingplatzbetrieb. Für ein Grundstück im Innenbereich bezahlte man 850 Euro pro Jahr, ein Neckarplatz kostete 950 Euro.

Im Berichtsjahr 2018 musste eine Parzelle aus verschiedenen Gründen mit erheblichem finanziellem Aufwand zwangsgeräumt werden. Das dauerhafte Wohnen auf dem Campingplatz ist nicht erlaubt.

Personal ...
Das Jahr 2018 war für das Platzchef-Ehepaar **Petra und Thomas Henne** die 16. Campingsaison. Das Ehepaar wohnt im Wohnhaus auf dem Campingplatz und ist gleichzeitig Pächter der ĂCampingklauseñ und des kleinen Campingshops.
Leider musste sich Thomas Henne Mitte September 2018 einer schweren Operation mit anschließender Rehabilitation unterziehen. Mit vereinten BVV-Kräften und mit unseren Aushilfen konnte sein Fehlen auf dem Campingplatz für den Rest der Saison kompensiert werden.

Seitdem ist Herr Henne schwerbeschädigt und es steht fest, dass Familie Henne Ende 2020 in den Ruhestand gehen wird.

Seit 2017 ist **Ulrike Cozza** jeden Montag zuständig für die Arbeit in der Rezeption.

Beata Walendzik (seit 2003) und **Inge Grünheid** (bis 08.2018) sind unsere beiden zuverlässigen und pünktlichen Reinigungskräfte fürs Sanitärgebäude und für die PODs. Beide sind mit unterschiedlich hoher Stundenanzahl aber im Wechsel auf dem Platz tätig und gut aufeinander abgestimmt.

Patrick Fazari aus dem Tessin (Schweiz) und **Rebecca Fruet** aus Trento, Italien, absolvierten im Rahmen ihrer Ausbildung bzw. ihres Studiums jeweils ein mehrwöchiges Praktikum an der Rezeption. Unsere Neckarcamping-Praktikanten haben Kost und Logis frei und erhalten eine Vergütung.

Petra und Thomas Henne vor einer der Miethütten

7 Tabellenanhang

Beherbergungsstatistik 1992 bis 2018 - Tübingen

Tabellen: BVV

Hotels, Hotels garni, Gasthöfe ... ***ohne*** Jugendherberge und ***ohne*** Campingplatz

Jahr	Ankünfte		Übernach-tungen		Ausländ-eranteil ÜN	Aufenth.-dauer Tage	Aufenth.-dauer Tage	ÜN im Vergleich zum Vorjahr
	Insgesamt	Ausland	insgesamt	Ausland	in %	Gesamt	Ausland	In %
1992	73932	21629	159048	67974	42,7	2,15	3,14	- 6,6
1993	85957	19501	181621	62957	34,7	2,13	3,23	+ 14,2
1994	70107	12867	159339	56288	35,3	2,27	4,38	- 12,3
1995	69679	15231	139070	41704	30,0	2,00	2,74	- 12,7
1996	80562	15307	149166	38885	26,1	1,85	2,54	+ 7,3
1997	69376	13588	136735	33889	24,8	1,97	2,49	- 8,3
1998	73662	14108	138595	35427	25,6	1,88	2,51	+ 1,4
1999	79150	14813	148725	32178	21,6	1,88	2,17	+ 7,3
2000	77360	15515	142134	33872	23,8	1,84	2,18	- 4,4
2001	79273	15016	149104	37288	25,0	1,88	2,48	+ 4,9
2002	74551	15986	135069	32896	24,4	1,81	2,06	- 9,4
2003	72535	15153	131061	28553	21,8	1,81	1,88	- 3,0
2004	75044	15219	139765	33722	24,2	1,86	2,22	+ 6,6
2005	78513	17224	147065	37558	21,9	1,87	2,18	+ 5,2
2006	82297	17956	157373	39586	25,2	1,91	2,20	+ 7,0
2007	86775	18014	177465	43948	24,8	2,05	2,44	+ 12,7
2008	90024	17952	182977	44188	24,2	2,03	2,46	+ 3,1
2009	87639	16789	173012	40590	23,5	1,97	2,42	- 5,4
2010	86493	16842	174759	40712	23,3	2,02	2,42	+ 1,0
2011	94660	19467	185890	47113	25,3	1,96	2,42	+ 6,4
2012	94310	18951	182751	47964	26,3	1,94	2,53	-1,7
2013	93854	19657	190507	53148	27,9	2,03	2,70	+ 4,2
2014	93723	20360	188595	53921	28,6	2,01	2,65	-1,0
2015	95297	21400	199364	54245	27,2	2,09	2,53	+5,7
2016	111282	22648	209137	49440	23,6	1,88	2,18	+4,9
2017	117399	22187	218709	49982	22,9	1,86	2,25	+4,6
2018	**111200**	**20815**	**216135**	**54116**	**25,0**	**1,94**	**2,60**	**-1,2**
	-5,3%	**-6,2%**	**-1,2%**	**+8,3%**				

Jugendherberge

Quelle: mit freundlicher Genehmigung der Jugendherberge Tübingen

Jahr	Ankünfte		Übernach-tungen		Ausländer-anteil ÜN	Aufenth.-dauer in Nächten	Aufenth.-dauer in Nächten	ÜN im Ver-gleich zum Vorjahr
	insgesamt	Ausland	Insgesamt	Ausland	in %	Gesamt	Ausland.	in %
1993	12753	1886	35558	4617	13,0	2,79	2,45	- 0,27
1994	11678	3825	32190	7630	23,7	2,76	2,00	- 9,47
1995	12576	1408	26261	2587	9,9	2,09	1,84	- 18,42
1996	13399	2289	30138	6679	22,2	2,25	2,92	+ 14,76
1997	11526	2357	25988	7814	30,1	2,25	3,31	- 13,77
1998[1)]	6308	1253	15107	4138	27,4	2,39	3,30	- 41,87
1999	12013	2063	26048	6201	23,8	2,17	3,01	+ 72,42
2000	12293	2012	23424	4866	20,8	1,91	2,42	- 10,07
2001	11527	1839	23964	5366	22,4	2,08	2,92	+2,31
2002	14229	2346	28297	8304	29,4	1,99	3,54	+18,08
2003	14232	2016	30985	8892	28,7	2,18	4,41	+ 9,40
2004	12236	2471	29261	7343	25,1	2,39	2,97	- 5,56
2005	12949	2382	29740	7044	23,7	2,30	2,96	+ 1,64
2006	13169	2844	26850	6595	24,6	2,04	2,32	- 9,72
2007	13816	2784	28852	6970	24,2	2,08	2,50	+ 7,46
2008[2)]	12928	2592	26993	5867	21,7	2,09	2,26	- 6,44
2009[2)]	12261	2200	24350	5603	23,0	1,99	2,55	- 9,80
2010[2)]	12669	2311	25014	5770	23,1	1,97	2,50	+ 2,73
2011[2)]	12195	2116	27263	6270	23,0	2,24	2,96	+ 9,00
2012[3)]	14535	2211	31178	6117	19,6	2,15	2,77	+ 14,36
2013	15091	2433	33129	7702	23,2	2,20	3,17	+ 6,26
2014	14212	2021	32132	5932	18,5	2,26	2,94	- 3,00
2015	15954	2360	37923	7873	20,8	2,38	3,34	+18,02
2016[4)]	17369	2282	43567	12264	28,1	2,51	5,37	+ 14,88
2017[5)]	16840	1936	40334	8509	21,1	2,40	4,40	- 7,42
2018	**17682**	**2413**	**41489**	**8244**	**19,9**	**2,35**	**3,42**	**+3,86**
	+5%	**+24,6%**	**+2,9%**	**-3,1%**				

1) Die Jugendherberge wurde 1998 teilsaniert. Ca.10 000 Übernachtungen weniger als „normal"
2) Erneut Modernisierungsarbeiten unter Betrieb. Die Bettenzahl wird von 168 auf 144 reduziert
3) Ab 2012 wurde die Bettenzahl auf 200 erhöht (Anbau).
4) enthalten sind 5.845 ÜN von 170 unbegleiteten minderjährigen Flüchtlingen
5) enthalten sind 1.950 ÜN von 10 unbegleiteten minderjährigen Flüchtlingen

Neckarcamping Tübingen

Quelle: mit freundlicher Genehmigung von Neckarcamping

Jahr	Ankünfte		Übernach-tungen		Ausländer-Anteil ÜN	Aufenth.-dauer in Nächten	Aufenth.-dauer in Nächten	ÜN im Ver-gleich zum Vorjahr
	insgesamt	Ausland	Insgesamt	Ausland	in %	insgesamt	Ausland	in %
1989	5823	2928	13721	4921	35,9	2,36	1,68	+ 08,76
1990	6279	2782	15227	4803	31,5	2,43	1,73	+ 10,98
1991	6626	3002	16341	5680	34,8	2,47	1,89	+ 07,32
1992	6384	1881	14303	4096	28,6	2,24	2,18	- 12,47
1993	6389	2346	15199	4664	30,7	2,38	1,99	+ 06,26
1994	4897	1658	10156	3113	30,7	2,07	1,88	- 33,18
1995	5021	2129	10402	4446	42,7	2,07	2,09	+ 02,42
1996	4999	1812	9934	3585	36,1	1,99	1,98	- 04,40
1997	5064	1720	10822	3012	27,83	2,14	1,75	+ 08,94
1998	4783	1598	10046	2762	27,49	2,14	1,73	- 07,17
1999	5577	1968	11312	3552	31,40	2,03	1,80	+ 12,60
2000	4485	1679	10053	2783	27,68	2,24	1,65	- 11,13
2001	4595	1515	10112	2942	29,09	2,20	1,94	+ 00,60
2002	4629	1601	9531	2629	27,58	2,06	1,64	- 05,75
2003	4722	1844	9623	3421	35,55	2,04	1,86	+ 01,00
2004	4274	1595	8322	2816	33,84	1,95	1,77	- 13,50
2005	4374	1771	9074	3050	33,61	2,07	1,72	+ 09,04
2006*	4685	2162	8897	3744	46,15	1,90	1,73	- 01,95
2007	4725	1898	9189	3209	34,92	1,95	1,70	+ 03.28
2008	5059	1959	8976	3178	35,41	1,77	1,62	- 02,32
2009	4964	2187	9062	3604	39,77	1,83	1,65	+ 01,00
2010	4629	1968	12128	3350	35,17	2,62	1,70	+ 33,83
2011	5037	2057	12309	3399	33,05	2,44	1,65	+ 01,49
2012	5662	2184	13572	3792	27,94	2,40	1,74	+ 10,26
2013	5542	2359	11725	3469	29,60	2,12	1,47	- 13,60
2014	5267	2112	10915	3568	32,69	2,07	1,69	- 06,91
2015	5919	2254	11070	3917	35,38	1,87	1,74	+ 1,42
2016	5802	1932	11148	3291	30,00	1,92	1,70	+ 0,70
2017	5425	1837	9953	3143	27,00	1,90	1,76	- 10,72
2018	**6366 +17,3%**	**2069 +12,6%**	**12139 +22,0%**	**3706 +17,9%**	**31,6%**	**1,8**	**1,7**	**+22,00**

Nicht `meldepflichtige´ Privatzimmer und Ferienwohnungen

Jahr	Ankünfte		Zuzurechnende Übernachtungen 31,4%* (25%**) der stat. ÜN ohne Cpl	Aufenthaltsdauer Tage	Aufenthaltsdauer Tage
	Insgesamt	Ausland	Insgesamt	Insgesamt	Ausland
2003*	unbekannt	unbekannt	50.882	unbekannt	unbekannt
2004	unbekannt	unbekannt	53.074	unbekannt	unbekannt
2005	unbekannt	unbekannt	55.517	unbekannt	unbekannt
2006	unbekannt	unbekannt	57.846	unbekannt	unbekannt
2007	unbekannt	unbekannt	64.784	unbekannt	unbekannt
2008	unbekannt	unbekannt	65.931	unbekannt	Unbekannt
2009	unbekannt	unbekannt	61.972	unbekannt	Unbekannt
2010	unbekannt	unbekannt	62.584	unbekannt	unbekannt
2011**	unbekannt	unbekannt	53.288	unbekannt	unbekannt
2012	unbekannt	unbekannt	53.482	unbekannt	unbekannt
2013	unbekannt	unbekannt	55.909	unbekannt	unbekannt
2014	unbekannt	unbekannt	55.182	unbekannt	unbekannt
2015	unbekannt	unbekannt	56.847	unbekannt	unbekannt
2016	unbekannt	unbekannt	63.176	unbekannt	unbekannt
2017	unbekannt	unbekannt	64.761	unbekannt	unbekannt
2018* **	**unbekannt**	**unbekannt**	**57.450**	**unbekannt**	**unbekannt**

* *Hochrechnungen der Übernachtungen in nicht meldepflichtigen Betrieben*

Die Übernachtungen in Betrieben mit weniger als 10 Betten (nicht meldepflichtig) werden landes- oder bundesweit nicht erhoben. In der Regel betrifft dies den immer größer werdenden Bereich der privaten Angebote wie Privatzimmer, Ferienwohnungen und Ferienhäuser. Die hier getätigten Übernachtungen entgehen der Statistik und damit der Bewertung. Ab 2012 wurde die Grenze der Berichtspflicht zur Beherbergungsstatistik von neun auf zehn oder mehr Schlafgelegenheiten/Betten angehoben. Somit entfallen noch mehr Angebote aus der Meldepflicht.
*Einer wissenschaftlichen Untersuchung aus dem Jahr 2002 zufolge, werden in Baden-Württemberg in Relation zu den Übernachtungen in Betrieben > 8 Betten **31,4%** der Übernachtungen zusätzlich in den nicht meldepflichtigen Betrieben getätigt.*

Quelle bis 2010: Dr. Bernhard Harrer, Silvia Scherr: Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland. DWIF Schriftenreihe, München 2002.

*** Diese Untersuchung bzw. Publikation wurde im Jahr 2010 aktualisiert. Der Prozentsatz 31,4% wurde ab 2011 nach unten korrigiert. Es sind nun ca. **25%** aller Übernachtungen (ohne Camping).*

Quelle ab 2011: Dr. Bernhard Harrer, Silvia Scherr: Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland. DWIF Schriftenreihe, München 2010.

**** Erneute Korrektur auf 22,3% aller Übernachtungen ohne Camping. Quelle ab 2018: Manfred Zeiner, Dr. Bernhard Harrer. Wirtschaftsfaktor Tourismus für das Bundesland Ba-Wü 2015. dwif, München 2016.*

Übernachtungsstatistik Tübingen ï Bürger- und Verkehrsverein - intern

Vergleichbar mit den veröffentlichten Zahlen in den Geschäftsberichten der Vorjahre.
Diese Statistik beinhaltet die Übernachtungen in **Hotellerie**, **Jugendherberge** und **Campingplatz,** als auch die *__geschätzten Übernachtungen in nicht meldepflichtigen Einrichtungen__. Also Tübingen komplett!

Jahr	Ankünfte		Übernachtungen		Ausländer-anteil / ÜN	Aufenth.-dauer/Tage	Aufenth.-dauer/Tage	ÜN im Ver-gleich zum Vorjahr
	Insgesamt	Ausland	Insgesamt	Ausland	in %	Gesamt	Ausland.	in %
1997	87166	18165	179545	47215	26,3	2,06	2,60	- 8,04
1998	85953	17459	169748	44827	26,4	1,97	2,57	- 5,46
1999	97940	19344	192085	46643	24,3	1,96	2,41	+ 13,16
2000	95338	19706	181611	44021	24,2	1,91	2,24	- 5,45
2001	96595	18870	189180	48096	25,4	1,96	2,55	+ 4,17
2002	93409	19933	172897	43829	25,4	1,85	2,20	- 8,66
2003	91489	19013	171669	40866	23,8	1,88	2,15	- 0,71
2004	91554	19285	177348	43881	24,7	1,94	2,28	+ 3,31
2005	95836	21377	185879	47652	22,3	1,94	2,23	+ 4,81
2006	100151	22962	193120	49925	22,9	1,93	2,17	+ 4,50
2007	105316	22696	215506	54127	25,1	2,05	2,39	+ 11,59
2008	108011	22 503	218946	53233	24,3	2,03	2,37	+ 1,60
2009	104864	21176	206424 / + 61972*	49797	24,1	1,97	2,35	- 5,72
2010	103791	21121	208835 / +62584*	49832	23,9	2,01	2,36	+ 1,17
2011	111892	23551	223438 / + 53288*	56782	25,4	2,00	2,41	+ 6,99
2012	114507	23346	227501 / +53485*	57873	25,4	2,00	2,48	+ 1,82
2013	114487	24449	235361 / + 55909*	64319	27,3	2,06	2,63	+ 3,46
2014	113202	24493	231642 / + 55182*	63421	27,3	2,05	2,59	- 1,58
2015	117170	26014	238457 / + 56847*	66035	27,7	2,04	2,54	+2,94
2016	134453	26862	263852 / 63.176*	64995	24,6	1,96	2,42	+10,65
2017	139664	25960	268996 / 64.761*	61634	22,9	1,93	2,37	+1,95
2018	**135248**	**25297**	**269763 / 57.450***	**66066**	**24,5**	**2,00**	**2,61**	**+0,29**

** Zuzüglich der hochgerechneten Übernachtungen in privaten ĂBetriebenñ (bezieht sich nur auf diese Spalte).*

Haushaltsmittel 2018
des Bürger- und Verkehrsvereins Tübingen für das
Tourismusmarketing Tübingen

ca. 1.276.000 Mio. ú

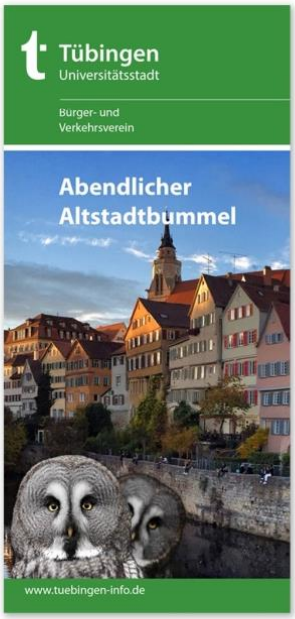
Zuschuss der Stadt:	Erlöse BVV:
▪ **308.000 ú**	▪ **968.000 ú**
→ **24,2%** der Tourismusfördermittel kommen von der **Stadt als Zuschuss**	→ **75,8%** der Tourismusfördermittel **erwirtschaftet der Verein selber**

Impressum

Herausgeber: Bürger- und Verkehrsverein Tübingen 1891 e.V.
Tourist & Ticket Center
An der Neckarbrücke, 72072 Tübingen
Postfach 26 23
72016 Tübingen
Tel: 07071/ 91 36 - 0
Fax: 07071/ 3 50 70
Email: mail@tuebingen-info.de
Internet: http://www.tuebingen-info.de
Redaktion und Satz: Gabriele Eberle
Titel: Honner
Fotos / Scans: Honner, Eberle, Schmid, Winkler

Informationsmaterialien des Bürger- und Verkehrsvereins

Tourist & Ticket-Center, An der Neckarbrücke 1

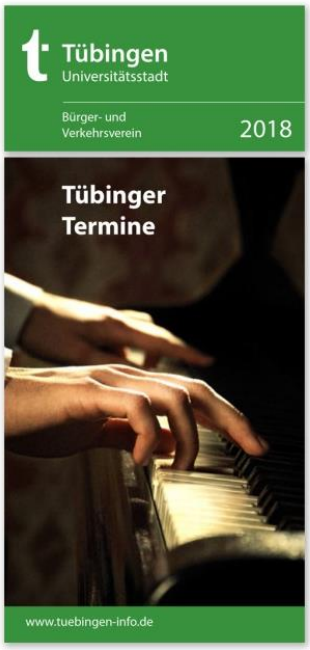


Informationsmaterialien des Bürger- und Verkehrsvereins

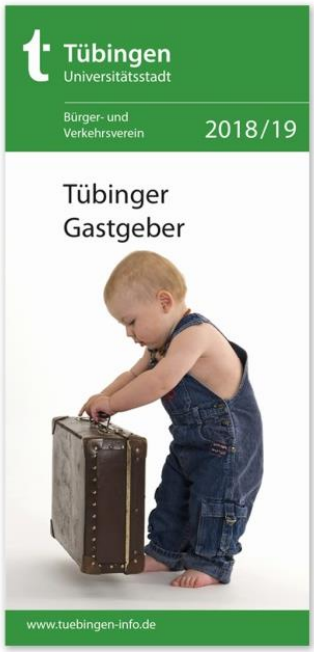
Tourist & Ticket-Center, An der Neckarbrücke 1

Titel: Freizeit in Tübingen
DIN lang, 60 Seiten
Auflage: 35.000
Laufzeit: 2 Jahre

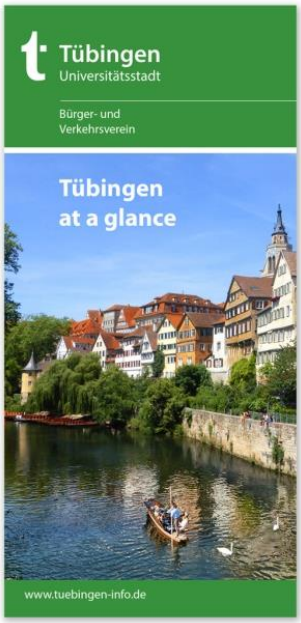
Titel: Essen und Trinken in Tübingen 2018
DIN lang, 84 Seiten
Auflage: 20.000
Laufzeit: 1 Jahr



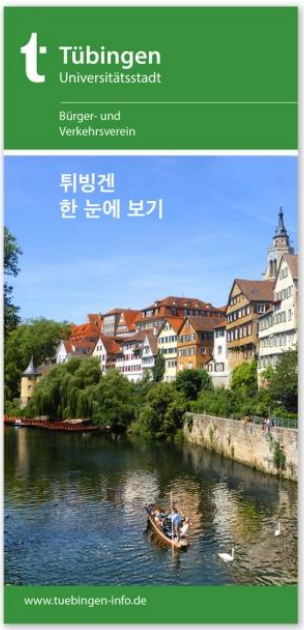
Titel: Tübinger Termine 2018
DIN lang, 40 Seiten
Auflage: 27.000
Laufzeit: 1 Jahr



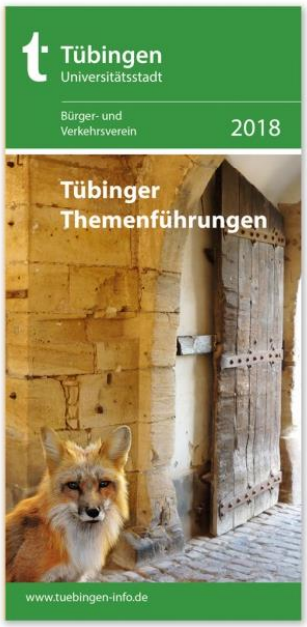
Titel: Tübinger Gastgeber 2018/19
DIN lang, 60 Seiten
Auflage: 25.000
Laufzeit: 2 Jahre



Titel: Tübingen auf einen Blick
DIN lang, 10 Seiten
Sprachen: Deutsch, Englisch. Französisch
Spanisch, Italienisch, Portugiesisch,
Japanisch, Chinesisch, Russisch
Koreanisch



Titel: Rundgang durch die Altstadt
DIN lang, 12 Seiten
Sprachen: Deutsch, Englisch.
Spanisch, Italienisch



Titel: Tübinger Themenführungen
DIN lang, 8 Seiten
Auflage: 10.000 ff.

KANZLEI
HSP

PERSÖNLICH
Beratung braucht Leidenschaft

STEUERBERATUNG
WIRTSCHAFTSPRÜFUNG
CONSULTING

Hauptsitz: Tübingen
www.kanzlei-hsp.de
Telefon Zentrale 07071 9456-0

Kanzlei HSP steht als Unternehmensgruppe für eine der großen unabhängigen mittelständischen Beratungsgesellschaften im Raum Neckaralb.

Wir sind für Sie tätig in den klassischen Bereichen der Steuerberatung, im Erstellen von Lohn-/Finanzbuchhaltungen, Jahresabschlüssen, Steuererklärungen, sowie Prüfung von Jahresabschlüssen.
Für Gewerbetreibende, Freiberufler und Privatpersonen aus dem In- und Ausland.

Sie haben Fragen? Rufen Sie uns an!