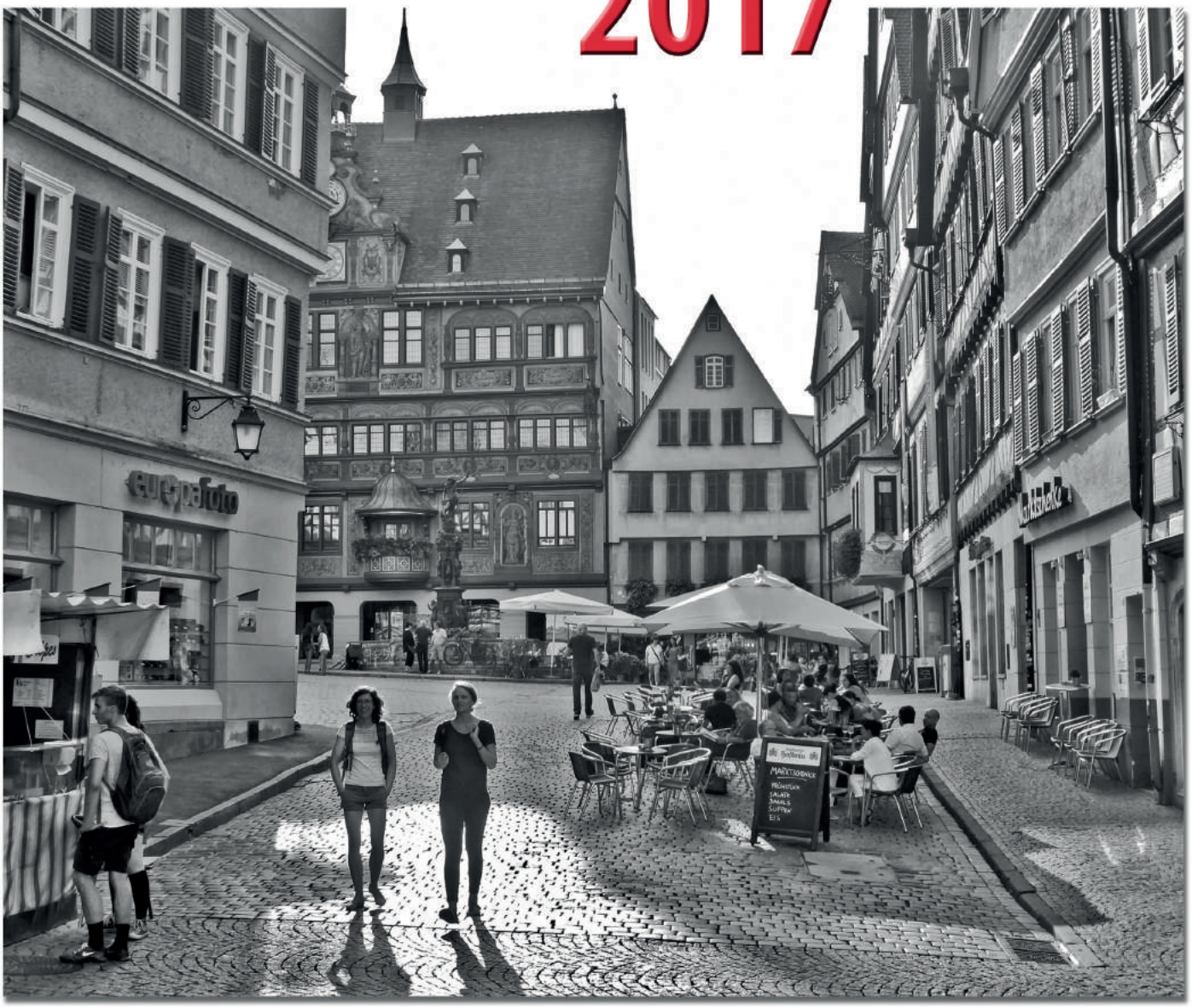
Bürger- und Verkehrsverein
tübingen

TÄTIGKEITSBERICHT

des Bürger- und Verkehrsvereins Tübingen 1891 e.V.

2017



Inhaltsverzeichnis

1. **Vorwort** 3

2. **Das touristische Jahr 2016** 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 Broschüren, Faltblätter, Flyer...
3.1.3 Pauschalangebote
3.1.4 Gästeführungen und Stocherkahnfahrten für Gruppen
3.1.5 Öffentliche Stadtführungen und Stocherkahnfahrten
3.1.6 Kongress- und Tagungsservice/Zimmervermittlung
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 Homepage: www.tuebingen-info.de
3.2.6 Touristischer Newsletter
3.2.7 Social Media
3.3 Kommunikationspolitik 17
3.3.1 Öffentlichkeitsarbeit
3.3.2 Werbung
3.3.3 Verkaufsförderung

4. **Innenmarketing** 21

4.1 Zusammenarbeit vor Ort 21

4.2 Produkte und Dienstleistungen 23
4.2.1 Waren Kreation und Verkauf
4.2.2 Vorverkauf von Veranstaltungstickets
4.2.3 Beratung und Verkauf von ÖPNV-Fahrscheinen
4.2.4 Verkauf Fernbustickets bundesweit
4.2.5 Verkauf von Gutscheinen
4.2.6 Geschäftsstellentätigkeit
4.3 Eigene Verlagsprodukte 25
4.3.1 Tübinger Blätter
4.3.2 Kleiner Führer, Tübingen in Bildern
4.4 Veranstaltungen (öffentliche) 26
4.5 Veranstaltungen (nicht öffentliche) 27

5 **Geschäftsstelle und Verein** 27

5.1 Geschäftsstelle An der Neckarbrücke
5.2 Personal
5.3 Gremien und Vereinsmitglieder

6 **Neckarcamping Tübingen** 32

7 **Tabellenanhang (Beherbergungsstatistik)** 35

8 **Impressum** 40

9 **Anhang Rechnungslegung** 41

Tätigkeitsbericht 2017

des Bürger- und Verkehrsvereins Tübingen 1891 e.V. für den Zeitraum 01.01.2017 bis 31.12.2017. Vorgelegt anlässlich der Mitgliederversammlung am 19.09.2018 im Technischen Rathaus.

1 Vorwort

Vorstand und Geschäftsführung legen mit diesem Tätigkeitsbericht Rechenschaft über den Verlauf des Geschäftsjahres 2017 ab. Bei der Mitgliederversammlung am 20.09.2016 wurde ein Doppelhaushalt für die Geschäftsjahre 2016 und 2017 verabschiedet. Die Rechnungslegung für beide Geschäftsjahre finden Sie im Anhang.

Den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des BVV gilt an erster Stelle unser herzlichster Dank. Sie haben im Jahr 2017 kontinuierlich und erfolgreich das Tourismus-Marketing für Tübingen fortgeführt. An 328 Tagen haben sie in der Touristinformation über 230.000 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 vertrauensvolle 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 1987 bis 2017 - Tübingen

Quelle: Statistisches Landesamt, Baden-Württemberg

Jahr	Betriebe	Betten/ Schlafgel..	Ankünfte		Über-nachtungen		Ø Aufent-haltsdauer	Bettenaus-lastung
			Insgesamt	Ausländer	Insgesamt	Ausländer	Tage	in %
1992	23	1155	86 904	24 845	194 704	76 010	2,3	45,7
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 +3,9%**	**25 960 -3,4%**	**268 996 +2,0%**	**61 634 -5,2%**	**1,9**	**41,4**

* *Rechtsgrundlage der Erhebung ist das Gesetz zur Neuordnung der Statistik über die Beherbergung im Reiseverkehr (BeherbStatG) vom 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*

2 Das touristische Jahr 2017

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

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 Platz zwei knapp hinter Spanien, aber deutlich vor Frankreich und Italien (DTV 2017).
Berlin (3) und München (9) sind unter den Top 10 Städten Europas mit deutlich positivem Trend.

Im Jahr 2017 meldeten die bundesdeutschen Beherbergungsbetriebe erneut einen Rekord mit 459,5 Millionen Gästeübernachtungen, was einem Anstieg von +2,7% gegenüber dem Vorjahr entspricht. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer lag bei 2,6 Nächten.

Die Zahl der Übernachtungen von ausländischen Gästen stieg im Vergleich zum Vorjahr um +3,6% auf 83,9 Mio. Die Zahl der Übernachtungen aus dem Inland stieg um +2,5% auf 375,6 Mio.
Die Zahl der Gästeankünfte stieg um 3,8% auf 178,2 Mio. Die Zahl der ausländischen Ankünfte stieg um 5,1% auf 37,5 Mio.

Traditionell kommen ca. 80% aller übernachtenden Deutschlandbesucher aus dem Inland (Binnentourismus).

Neben den Niederländern als größter Gästegruppe 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.

Die Tourismusintensität (Übernachtungen je 1000 Einwohner) ist in Mecklenburg-Vorpommern am höchsten.

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.

Baden-Württemberg

Tourismus ist auch in Baden-Württemberg mit einem Bruttoumsatz von knapp 20,3 Milliarden Euro, rund 326.500 Vollzeitarbeitsplätzen und einem Beitrag von 9,5 Mrd. Euro Wertschöpfung ein beachtlicher Wirtschaftsfaktor. (Quelle TMBW 2016/dwif Erhebung für 2015)

2017 haben insgesamt 3,1% mehr Gäste in Baden-Württemberg übernachtet als im Vorjahr (21,6 Mio. Ankünfte). Die Zahl der Übernachtungen stieg um 1,7% (bei Inländern wie Ausländern gleichermaßen) auf den neuen Rekordwert von 52,9 Millionen.

Damit ist das Jahr 2017 erneut und im achten Jahr in Folge für Baden-Württemberg das beste Tourismusjahr seit Beginn der Statistischen Aufzeichnungen.

Das Ergebnis konnte durch einen Aufwärtsimpuls aus dem Inland, aber auch durch Steigerungen aus dem Ausland in gleichem Maße erzielt werden.

Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer in Baden-Württemberg betrug 2,5 Nächte (Ausländer 2,2 Tage).

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

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, die Italiener und die Belgier.
Bei den Übernachtungen ist das Ranking ähnlich.
Die Volksrepublik China rangiert bereits auf Platz neun mit deutlich steigender Tendenz(+5,1%).

Landkreis Tübingen ... verfügte im Referenzmonat Juli 2017 über 3.230 Schlafgelegenheiten, also 27 Betten mehr als im Vorjahr (hinzu kam 2017 das Hotel Bäckstage in Mössingen mit 17 Zimmern). Die Zahl der Ankünfte stieg um +3,4%, die Übernachtungen stiegen insgesamt um +1,3%. Die Bettenauslastung in allen Betrieben lag bei 36,3% (Vorjahr 37,5%).

2.2 Der Übernachtungstourismus in Tübingen

In Tübingen standen im Jahr 2017 im Referenzmonat Juli 1.890 Schlafgelegenheiten in 33 Betrieben zur Verfügung.

Bereits im Mai 2016 ging das Hotel Ibis Styles Tübingen mit 229 Betten in 127 Zimmern an den Start. Es ist nun Tübingens größter Beherbergungsbetrieb gefolgt von Campingplatz Neckarcamping (Saisonbetrieb) und Jugendherberge Tübingen mit jeweils 200 Schlafgelegenheiten.

Im Berichtsjahr 2017 konnten in allen meldepflichtigen Betrieben insgesamt +3,9% mehr Ankünfte (139.664) und +2,0% mehr Übernachtungen (268.996) verbucht werden.

Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer lag bei allen Gästen bei 1,9 Nächten, die der Ausländer betrug 2,4 Nächte.

Die Bettenauslastung lag mit 41,4% geringfügig unter der Auslastung des Vorjahres mit 42,5%.

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

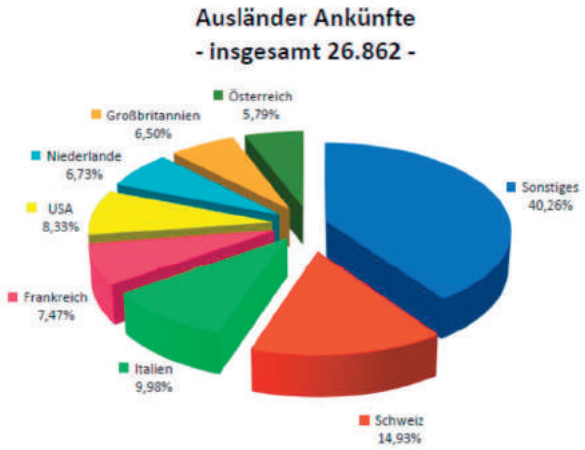
Beherbergungsstatistik Tübingen 2017 nach Betriebsarten

Betriebsarten	Geöffnete Betriebe	Betten	Ankünfte	Übernachtungen	Bettenauslastung
	Anzahl		insgesamt		%
Hotels	**12**	**958**	**85 366**	**149 601**	**43,7**
Hotels garnis	**9**	**219**	**18 049**	**34 590**	**43,7**
Gasthöfe	5	.	.	.	.
Pensionen	1	.	.	.	.
Erholungs- und Ferienheime	2	.	.	.	.
Ferienwohnungen	1	.	.	.	.
Jugendherbergen	1	.	.	.	.
Campingplätze	1	.	.	.	.
Schulungsheime	1	.	.	.	.
Betriebsarten insgesamt	**33**	**1 890**	**134 453**	**263 852**	**41,4**

Die Ergebnisse der anderen Betriebe (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

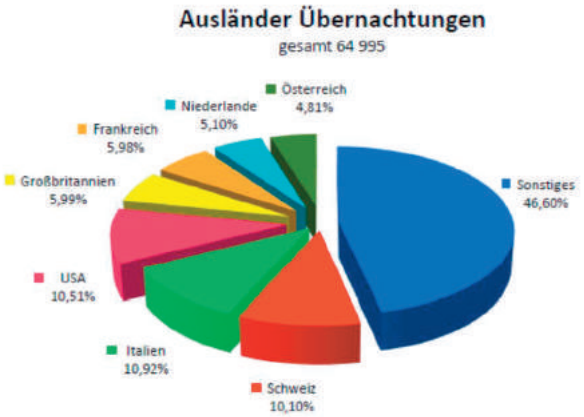
Bei den **ausländischen Gästen** belegte im Berichtsjahr 2017 erneut der **Schweizer Quellmarkt Platz Nr. 1** mit einem Verlust von -5,3%. Auf Platz 2 und 3 folgen Italien (+5,1%) und Frankreich (-8,2%). Die Vereinigten Staaten (USA) belegen wieder Platz 4 (+4,2%). Es folgen die Niederlande (-9,5%), Großbritannien (+0,9%) und Österreich (-5,3%).



Übernachtungen / ausländische Quellmärkte

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

Bei den US-Amerikanern lag die durchschnittliche Aufenthaltsdauer wie im Vorjahr bei 3,0 Nächten. Die Italiener bleiben durchschnittlich 2,6 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 1,6 Nächte in Tübingen.
Je näher die Heimat, desto weniger wird übernachtet.



Die <u>Schweizer</u> bleiben also auch in 2017 größter ausländischer Quellmarkt mit den meisten ausländischen Ankünften. Bei den Übernachtungen landeten sie aber nur auf Platz zwei hinter Italien! <u>Italien</u> war also in 2017 größter Auslandsmarkt bei den Übernachtungen.

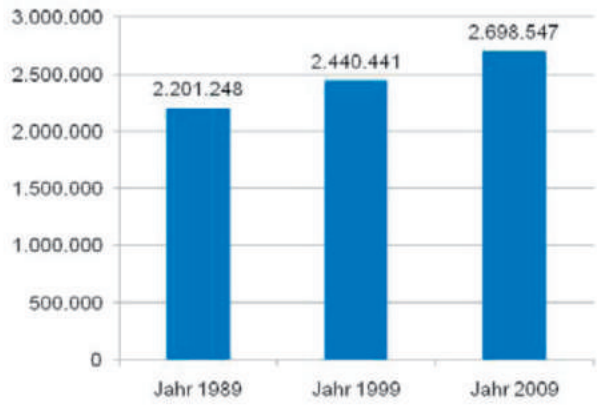
Schweiz und Italien sind genau diejenigen Märkte, die wir WIT und BVV bearbeiten und auch weiterhin bearbeiten wollen.

2.3 Der Tagestourismus

Im Jahr 2009 wurde die dritte umfassende empirische Studie zum Thema **Tagesbesucher in der Tübinger Altstadt** 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 Altstadt mit ihren gestaltungswirksamen Elementen wirtschaftlich enorm wichtig, denn zu den meist genannten Aktivitäten der Tagesbesucher gehören Bummeln , Einkaufen und Stadtbesichtigung. Das typische Flair der Altstadt bildet also den Hauptanziehungspunkt für die Besucher. Sie legen Wert auf gute Infrastruk-



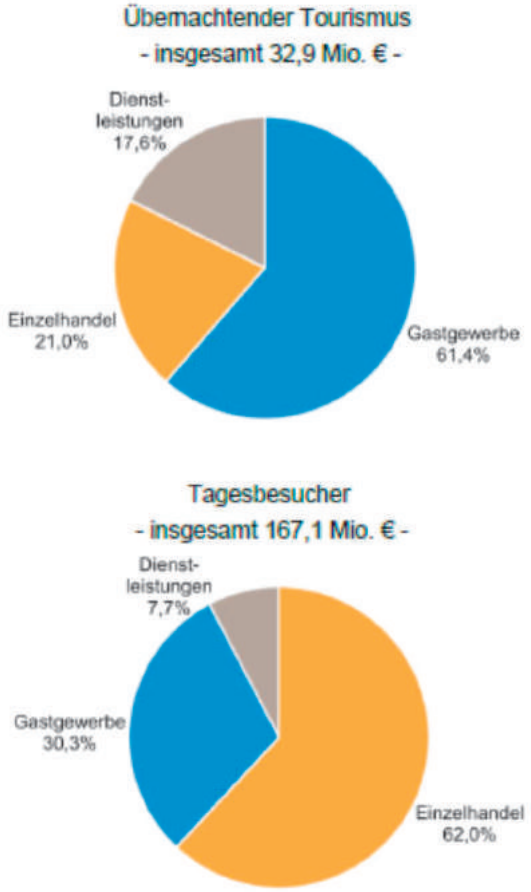
tur, Ambiente und ansprechende Optik (Blumenschmuck und Beleuchtung).

Damit ist auch klar, dass der zukünftige Fortbestand der Tübingen Altstadt mit ihren typischen Geschäften und deren individuellem Sortiment (mit wenigen Filialisten), möglicherweise durch eine weitere Steigerung des Tourismusaufkommens gesichert werden kann.
Die Parkplatzsituation und Verkehrsführung ist für Ortsfremde nach wie vor schwierig. Hier könnte ein besseres Park-Leit-System sowie ggf. weitere Parkmöglichkeiten Abhilfe schaffen. Aus ökologischen Gründen ist eine Verbesserung der

Bahn- und Busanbindung zu unterstützen. Will man auch künftig Reisebuskunden haben, muss unbedingt auf deren Bedürfnisse beim Bau des neuen Zentralen Omnibusbahnhofs am Europaplatz geachtet werden. Es muss auch künftig für Reisebuspassagiere die Möglichkeit geben, an zentraler Stelle aus- und einzusteigen und ein WC aufzusuchen. Alles muss im Hinblick auf eine positive Willkommenskultur möglichst komfortabel und einladend sein. Die Wege sollen kurz gehalten werden, da das klassische Reisebuspublikum eher der Seniorengeneration angehört.

Wer verdient am Tourismus?

Nach einer Untersuchung des dwif München aus dem Jahr 2011 (Wirtschaftsfaktor Tourismus in Tübingen) erbringt der Übernachtungstourismus insgesamt 32,9 Mio. 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. . 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 2017			
Beherbergungsart	**Anzahl der Übernachtungen**	**Ausgaben pro Nacht p. P. in**	**Ausgaben gesamt in**
Übernachtungen in Betrieben > 8 Betten (Hotels, Juhe, etc.)	259.043	143,30*	37,121 Mio.
Touristikcamper	9.953	42,60*	0,424 Mio.
Privatquartiere (ca. 25% aus der Gesamtzahl der ÜN ohne Cpl.)*	64.761	76,90*	4,980 Mio.
Tagestouristen (eigene Erhebung aus 2009)	2.698.000**	38.58**	104,089 Mio.
Gesamt			**146,614 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. Bernhard Harrer, Silvia Scherr. Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland. DWIF Schriftenreihe, München 2010 / Reisegebiet: Baden-Württemberg gesamt*

*** Universität Tübingen, Geographisches Institut, Tübingen 2009, Tagesbesucher in der Tübinger Altstadt*

3 Marketing

3.1 Marketinginstrumente

3.1.1 Produkte, Produktvariation

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

➢ **Public Guided Tour**

Ab 2016 startete der BVV mit Unterstützung einiger GästeführerInnen regelmäßig stattfindende, öffentliche Altstadtführungen in *englischer Sprache*. Die Touren finden samstags um 11 Uhr von Mai bis September statt.

➢ **Afterwork-Stocherkahnfahrt**

In Zusammenarbeit mit einigen Stocherkahnfahrern wurde in der Saison 2016 erstmals eine regelmäßig stattfindende, öffentliche Afterwork-Stocherkahnfahrt angeboten. Für 13,50 Euro können sich Interessierte jeweils donnerstags und freitags 18:30 Uhr ca. 1,5 Stunden lang über den Neckar stochern lassen. Getränk inklusive.

➢ **Abendlicher Altstadtbummel**

Dieses Angebot spricht dieselbe Zielgruppe an wie der Afterwork-Stocherkahn: Geschäftsreise, die alleine unterwegs sind und abends noch etwas Regionaltypisches unternehmen möchten. Und das möglichst in netter Gesellschaft.
Von März bis Oktober findet am Dienstagabend um 19 Uhr je ein geführter Abendlicher Altstadtbummel statt. Im Ticketpreis von 10 Euro enthalten ist ein Getränkegutschein, der im Anschluss in einer gemütlichen Gaststätte bei einem Glas Wein, Bier oder Saft eingelöst werden kann.

➢ **Zahl der öffentliche Altstadtführungen und Stocherkahnfahrten ausgebaut**

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. Die in der Hauptsaison täglich um 14:30 Uhr stattfindenden öffentlichen Führungen wurden mit einem zusätzlichen Termin samstags um 11 Uhr ausgeweitet.

Öffentliche Stocherkahnfahrten, zum Teil mit mehreren Kähnen, fanden in 2017 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!

➢ **Tübingen in einfacher Sprache**

Sachverhalte und Geschichten können kompliziert oder auch in einfachen, leicht verständlichen Worten erzählt werden. Diese Führung ist ideal für Menschen mit Lernschwierigkeiten oder solche, die Deutsch als Fremdsprache erlernen. Alles ganz einfach. Übrigens: Neben der Rolli-Tour und Tübingen erfassen ist dies die dritte Führungsvariante für Menschen mit Handicap.

➢ **Fackelfahrt mit dem Stocherkahn**

In den Abendstunden der Monate April/Mai und September/Oktober sind Fackelfahrten auf dem Neckar buchbar.

➢ **Tübingen für Eilige**

Die Hektik der Zeit macht auch vor dem Tourismus nicht halt. Tübingen schnell mal anschauen, trotzdem nichts verpassen und dann weiter Dies ist ein neues Angebot für Gruppen mit besonders wenig Zeit. Es beinhaltet die Klassiker: Stadtführung und Stocherkahnfahrt in einer verkürzten Variante.

➢ **Drei-Viertel-Tour mit dem Rad**

Mit der geführten Radtour (mit dem eigenen Rad oder mit NextBike) durch das Französische Viertel, das Mühlenviertel und die Alte Weberei zollen wir dem großen städtebaulichen Erfolg dieser Viertel Rechnung.

➢ **Saisonverlängerung**

Um die Saison zu verlängern, wurden Angebote erarbeitet, die Tübingen auch in der Wintersaison attraktiv und buchbar machen. Zum Beispiel Kurz & Kompakt verbunden mit einem Glühweinausschank während der Stadtführung, Weihnachtliches Tübingen (Themenführung) und Funkenfeuer mit Biergulasch im Freien als Abschluss .

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

Auch 2017 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.

3.1.2 Broschüren, Faltblätter...

3.1.2.1 Werbebroschüren für Tübingen

Von unseren vier Hauptbroschüren (siehe Ende des Berichts) werden jeweils zwei jährlich , die andern beiden jedes zweite Jahr aktualisiert. Die Aktualisierung und Herstellung der Broschüren 2018/2019 fand im Herbst 2017 statt usw. Hinzu kamen übers Jahr etliche Themenfaltblätter und Flyer.

➢ **Tübinger Gastgeber**

Klassische Aufgabe der Touristinformation ist die Herausgabe eines Zimmernachweises . Tübinger Gastgeber erscheint im Zwei-Jahres-Rhythmus.
Die Ausgabe 2016/2017 verzeichnet 136 Beherbergungsbetriebe, Privatzimmer und Ferienwohnungen in Tübingen und Umgebung.

➢ **Tübinger Erlebnisprogramme**

Die Borschüre Stadtführungen, Stocherkahnfahrten, Museen ist ebenfalls zweijährig. Die Ausgabe 2016/2017 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 2017**

Die Broschüre Tübinger Termine 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 2017**

Im 13. Jahr in Folge erschien auch die Broschüre Essen und Trinken in Tübingen mit 100 Seiten Umfang und 115 kommentierten Einträgen und Abbildungen. Der Tübinger Gastroführer zeigt die Vielfalt, die Spezialitäten und auch Kapazitäten der heimischen Gastronomie. Alle Inhalte und noch mehr Bilder sind baugleich auf der Website des BVV zu finden.

➢ **Tübingen-Flyer**

Tübingen auf einen Blick wird vornehmlich dort eingesetzt, wo sich Menschen aufhalten, denen Tübingen noch unbekannt ist. Große Mengen gehen u.a. an den I-Punkt nach Stuttgart, zum Welcome-Center im Stuttgarter Flughafen und nach Metzingen.
Den 10-seitigen Flyer gibt es in den Sprachen: D, GB, F, E, Ital., Port, Jap., Chin.
In 2017 neu hinzu kam eine russische Version

3.1.2.2 Themenfaltblätter

➢ **Tübinger Themenführungen 2017**

Um auch Einzelpersonen die Gelegenheit zu geben, an einer thematischen Führung teilzunehmen, wurden die Tübinger Themenführungen entwickelt. Inzwischen sind diese Angebote sehr beliebt. Im Berichtsjahr wurden 20 Themen an 32 Terminen angeboten. Für deren Bewerbung wurden Flyer und Plakate gestaltet, sowie regelmäßig Pressemeldungen verschickt (s.a. 4.4.4).

➢ **Museen und Sammlungen**

Das seither 10-seitige Faltblatt wurde um zwei Seiten erweitert. Den Flyer gibt es auf deutsch, englisch und französisch.

➢ **Rundgang durch die Altstadt - italienisch**

Im Berichtsjahr 2017 wurde der 12-seitige Rundgang durch die Altstadt ins Italienische und Spanische übersetzt und gedruckt. Das Faltblatt gibt es natürlich auch in Deutsch und Englisch.

3.1.2.3 weitere Drucksachen

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

Der Stadtplan-Block musste im Berichtsjahr aktualisiert und nachgedruckt werden. Die Rückseite wurde mit einem neuen Freizeit-Umgebungsplan neugestaltet. Die Auflage betrug 100.000 Stück.

➢ **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 nahezulegen . Aber auch zur Imagepflege und aus politischen Gründen kann es vorteilhaft sein, Pauschalarrangements anzubieten. Es besteht auch eine gewisse Nachfrage, jedoch sind die tatsächlichen Buchungen vernachlässigbar.

Die Übernachtungspauschalen 2017:

- 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 Tübinger Melange . Sie wurde im Jahr 2017 neun Mal (24 Personen) zum durchschnittlichen Preis von 350 Euro pro Person gebucht.

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: Kurz und kompakt
- Tübingen XXL (incl. Bebenhausen)
- Tübingen: Kurz und knackig (Schüler)
- Tübinger Erlebnistag (Boxenstop)
- Universität zum Anfassen (Schüler)

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 Mensch zählt hier doppelt und kann durch keine App ersetzt werden.

Bei den Privaten Gruppenführungen und Stocherkahnfahrten konnte 2017 das beste Ergebnis jemals erzielt werden. Mit 5.459 Aufträgen lag es mit 14,6 % Steigerung über dem Vorjahres-ergebnis von 4763 Aufträgen. Auf diese Weise wurden ca. 109.000 Tübingen-Gäste als Gruppe (5.459 Gruppen x durchschnittlich 20 Teilnehmer) persönlich geführt oder über den Neckar gestochert!

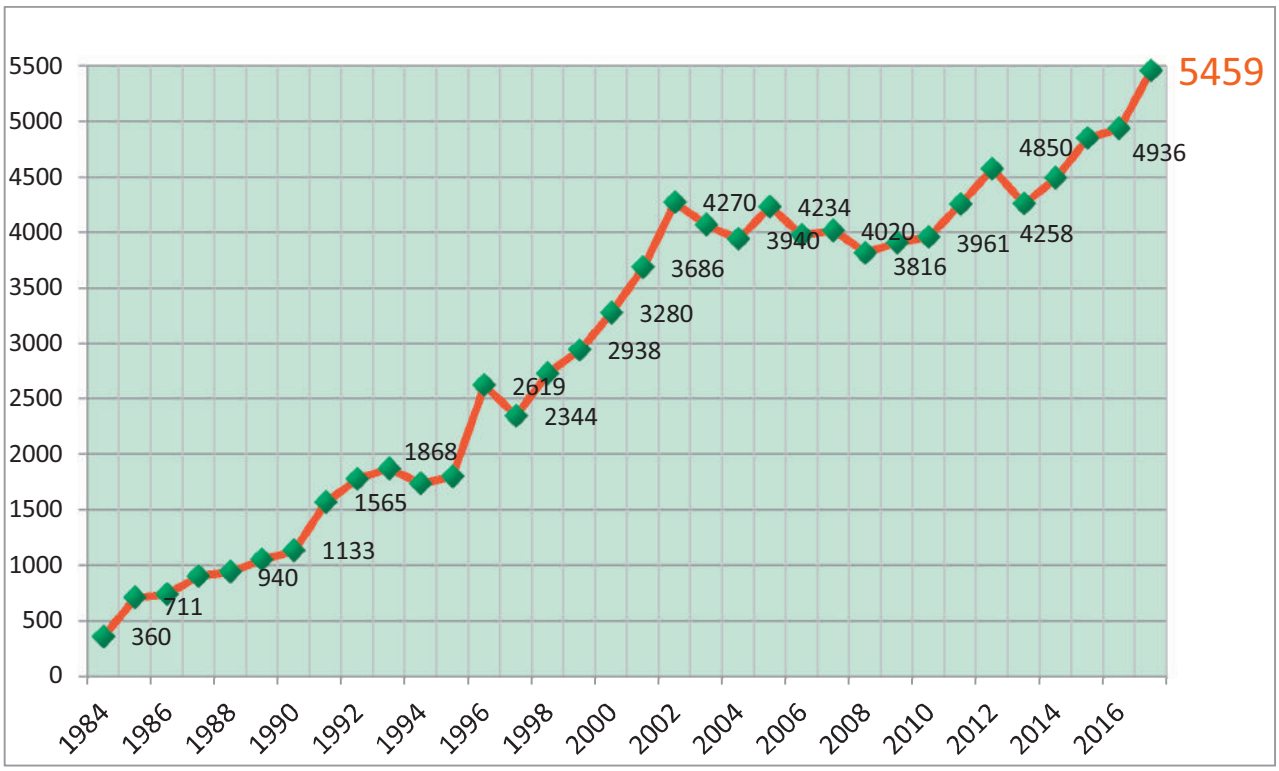
Ca. 8% der privaten **Stadtführungen** wurden in 14 **Sprachen** durchgeführt. Englisch ist mit großem Abstand die wichtigste Fremdsprache. Es folgen Führungen auf Italienisch, Französisch und Spanisch, Chinesisch und Russisch. Andere Fremdsprachen im Angebot sind: lateinisch, skandinavisch, japanisch, 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 Austausch- oder Gastschülern, Bildungseinrichtungen und Institutionen.

3.1.5 Öffentliche Stadtführungen und Stocherkahnfahrten

Öffentliche Altstadtführungen Im Berichtsjahr 2017 wurden 286 öffentliche Stadtführungstermine, 22 Abendbummel und 444 öffentliche Stocherkahntermine (incl. Afterwork-Kahn) angeboten und durchgeführt.
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, allen Gästeführern/Innen und Stocherkahnfahrern/Innen gilt unser herzlichster Dank für die engagierte Arbeit in 2017 und für das tolle Ergebnis!

Tübinger Erlebnisprogramme:
durchgeführte Gästeführungen, Stocherkahnfahrten



3.1.6 Kongress- und Tagungsservice und Zimmervermittlung

Die Zahl der Zimmervermittlungen, die spontan vor Ort am Counter in der Touristinformation (walk ins) 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 2016 fort. Geschäfts- und Privatkunden nutzen inzwischen gleichermaßen die großen, allzeit verfügbaren Hotelzimmer-buchungsportale (booking.com /hotel.de /hrs.de) oder die Vergleichsportale (trivago.de/tripadvisor) zur Zimmerbuchung. Wer nicht vorbestellt hat, bucht vor Ort via Telefon, Tablet oder Smartphone. Die jederzeitige Verfügbarkeit und die Vielzahl der Buchungswege 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 online ist.

Daraus folgt, dass zwar die Zahl der Zimmervermittlungen zurückgeht, diejenigen Vorgänge, die bei uns bearbeitet werden, jedoch immer komplizierter und beratungsintensiver werden. Die einfachen (automatisierbaren) Geschäftsvorgänge weichen denjenigen mit großem personellem Beratungsaufwand!

Das Tagungsjahr 2017 war erfolgreich und wurde von einigen größeren Veranstaltungen geprägt. Der BVV betreute insgesamt 19 Veranstalter von Tagungen, Kongressen und Seminaren. Die vom Veranstalter angestrebten Teilnehmerzahlen schwankten zwischen ca. 30 und 1.500 Personen. Wie viele Teilnehmer die Veranstaltungen tatsächlich hatten, ist uns nicht bekannt. Größte Einzeltagung in 2017 war der Deutsche Kongress für Geographie mit mehr als 1.500 Teilnehmern. Viele Kongresse richteten sich an ein internationales Publikum.

Insgesamt konnten im Berichtsjahr 769 Zimmer vermittelt werden. Zum Vergleich: Im Jahr 2014 waren es noch 1.085 Zimmer. Bei einem

angenommenen Durchschnitts-Zimmerpreis von 90 Euro und einer durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von 1,9 Tagen konnte durch die Vermittlungstätigkeit des Verkehrsvereins in die Mitgliedsbetriebe der Beherbergungsbranche ein Umsatz von ca. 131.000 Euro vermittelt werden.

Das **Tübinger Conference Ticket**, das verschiedene touristische Leistungen (Museen, Stadtführung) mit der freien Fahrt im TÜBus verbindet, wurde im Berichtsjahr 2017 erneut gut nachgefragt.

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 Tagungsgeschäft ist infrastrukturell sehr viel besser und moderner ausgestattet (Konferenzzentren, Saalbauten, Technik etc.). Tübingen kann hier fast nur mit seinem Image als Universitätsstadt punkten und Kongress nach Tübingen ziehen.

Eine offensive, überregionale Bewerbung Tübingens als Tagungsstandort ist wenig zielführend, muss man sich doch vorab fragen, was man überhaupt bewerben möchte, denn die Nutzung der wenigen verfügbaren Tagungsräume wird durch hohe Brandschutzauflagen (z.B. in der Neuen Aula) zunehmend problematisch.

Punktuell kann Tübingen derzeit noch von der Nähe zur **Neuen Messe Stuttgart** profitieren, aber im nahen Umfeld der Messe, am Flughafen und auch in den Landkreisen Reutlingen und Tübingen werden die Hotelzimmerkapazitäten stetig ausgebaut.

Vorläufig noch interessant für Tübingen und die Tübinger Hotellerie ist immer noch der Standort **Outletcity Metzingen** (OCM), dem die Hotelbettenkapazitäten derzeit noch fehlen (aber im Bai 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...).

BVV-unterstützte Kongresse, Tagungen und Workshops 2017

Nr.	Veranstaltung	Dauer von - bis	Teilnehmer (Angaben vom Veranstalter!)	Vermittlungen (Zimmer)
1.	MME (D)	09.01 .- 13.01.17	35	0
2.	Tagesklinikforum	16.03. - 17.03.17	300	11
3.	Novel Concepts in Innate Immunity	27.03. - 29.03.17	150	0
4.	Workshoptagung der DGVT	30.03. - 01.04.17	240	0
5.	Anakon 2017	03.04. - 06.04.17	450	19
6.	AO Trauma Kurs	03.04. - 05.04.17	100	0
7.	ERN Eye Meeting	03.04. - 05.04.17	50	27
8.	Suchttherapietage	05.04. - 07.04.17	300	0
9.	Tübinger Bücherfest	26.05. 28.05.17	60	54
10.	ECMRN 2017	08.06. - 10.06.17	150	0
11.	Internationales Meningioma Meeting	01.09.-03.09.17	50	0
12.	EHES 2017	02.09. 03.09.17	175	0
13.	German Conference on Bioinformatics	18.09 - 21.09.17	250	15
14.	Tagung kommunaler Pressesprecher	20.09 - 22.09.17	90	51
15.	ADANO Herbsttagung	21.09 - 22.09.17	100	0
16.	46. Tübinger Ohrchirurgiekursus	25.09. - 28.09.17	30	0
17.	AEPF	25.09. - 27.09.17	500	34
18.	Deutscher Kongress für Geographie	30.09. 03.10.17	1500	67
19.	Terra Rarae 2017	04.10. 06.10.17	200	0
20.	Pauschale Tübinger Melange			9
Zwischensumme				**287**
	Zimmerreservierungen			
		Von Hand	DIRS	Gesamt
	Januar	0	7	7
	Februar	0	4	4
	März	11	14	25
	April	6	41	47
	Mai	20	28	48
	Juni	10	22	32
	Juli	15	37	52
	August	30	48	78
	September	67	51	118
	Oktober	27	27	54
	November	0	2	2
	Dezember	4	11	15
	Zwischensumme	190	292	482
Zwischensumme				
Gesamtvermittlungen (schriftlich)			**Summe**	**769**

3.2 Distribution/Vertrieb

3.2.1 Gäste- und Kundenbetreuung in der Touristinformation

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

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

Der Beratungsbedarf am Telefon war im Berichtszeitraum ungebrochen hoch: Anfahrtsbeschreibungen, Ausflugsvorschläge, Hotel- und Privatzimmerberatung, Tagesplanung, Fahrplan- und Tarifauskünfte, allgemeine Telefonauskunft, hellseherische Fähigkeiten (oft in Bezug auf die Befahrbarkeit des Neckars!). Fremdsprachenkenntnisse und viel Geduld gepaart mit Freundlichkeit und Verständnis sind die geforderten Kompetenzen.

Insgesamt wurden in der Geschäftsstelle im Jahr 2017 an 328 geöffneten Tagen 78.302 **Kassenvorgänge** registriert (das sind 3% weniger als im Vorjahr). Das entspricht etwa 235 zahlenden Kunden pro Tag. Rechnet man pro Kassenvorgang z.B. zwei Nur-Auskünfte als Kundenkontakte (fiktiv und zurückhaltend geschätzt) hinzu, so ergibt sich die stattliche Summe von ca. **234.900 persönlichen Kundenkontakten** pro Jahr.

3.2.2 DTV 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 einem Mystery Check 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.).

Verkaufsoffene Sonntage und Sonderöffnungszeiten

An allen Tübinger verkaufsoffenen Sonntagen und langen Einkaufsnächten öffnete unser Tourist & Ticket-Center jeweils von 11-18 bzw. 20 Uhr. Während der Kulturnacht sogar bis 22 Uhr. Gleiches gilt für die Adventssamstage mit erweiterten Öffnungszeiten bis 18 Uhr.

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 Individualgäste und Gruppen, per Mailing an Medien und Reiseveranstalter, beim CMT-Messeauftritt, durch die Auslage im Regio-Welcome-Center auf dem Flughafen, durch die übergeordneten Verbände, die I-Punkte in Metzingen, Reutlingen, Rottenburg und Bad Urach sowie durch die Mitgliedsbetriebe und die Auslage und Herausgabe in der eigenen Touristinformation. Auch Tagungen und Kongresse, sowie das Foyer des Rathauses wurden mit Broschüren versorgt.

3.2.4 Tourismusmessen

Nationale und internationale Fach- und Publikumsmessen werden (fast) ausschließlich mittelbar, nämlich durch die Tourismusverbände Schwäbische Alb (SAT) und Regio Stuttgart (RDA, ITB, Auslandsmessen) abgedeckt . Alle Verbände werben jeweils für ihr gesamtes Verbandsgebiet und damit für ihre Mitglieder. Gleiches gilt für den Tourismusverband Baden-Württemberg (TMBW) und (mit Einschränkungen) auch für die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT).

Umfragen zufolge, aufgrund welcher Maßnahmen Reiseentscheidungen beim Endverbraucher fallen, spielen Messebesuche jedoch eine eher untergeordnete Rolle

⇨ **CMT 14.-22.1.17**

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

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

Seit 2015 sind die Städte Tübingen, Reutlingen und Metzingen die Schwäbische Alb Städteperlen am Stand und unter der Dachmarke des SAT.

Der Vertrag mit der Messebaufirma Fairnet läuft bis einschließlich 2018, also über 4 Messen. Für das Jahr 2019 wird es eine Übergangslösung geben. Ab 2020 soll die gesamte SAT-Standkonzeption überdacht werden.

Partner am Tübingen-Stand waren im Jahr 2017 das Museum Boxenstop, das uns als Ehecatcher für den Messestand zwei historische Fahrräder zur Verfügung stellte. Passend zum 150-jährigen Gebutrstag des Fahrrad, der in der Baden-Württemberghalle gefeiert wurde. Partner waren auch das MUT, die Tübinger Bierkönigin (Neckarmüller) und die ChocolART.

Gemeinderat, Oberbürgermeister Palmer, WIT-Aufsichtsrat und BVV-Ausschuss wurden zu einem Stehempfang am Tourismustag an den Stand eingeladen, bei dem auch der neue Tourismusminister Guido Wolf vorbeischaute.

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

⇨TTG Rimini Fiera 12. 14.10.2017

Für die Rimini Fiera, eine der bedeutenden B2B-Tourismusmessen in Italien, erhielten wir erneut die Gelegenheit, Tübingen in Form von italienischsprachigem Prospektmaterial am Stand der TMBW zu bewerben.

Italien ist - neben der Schweiz - einer der wichtigsten und aufstrebenden Auslandsmärkte für Tübingen, deren Bearbeitung für Tübingen interessant ist.

⇨ Fespo - Ferienmesse Zürich 26.-29.1.2017

In Zusammenarbeit mit der WIT konnte zum zweiten 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 63.000 Schweizer Messebesuchern. Diese zeigten sich sehr interessiert und aufgeschlossen

⇨ **ITB Berlin** Mi, 8.3.2017

Die Internationale Tourismusbörse Berlin (ITB) ist die Fachmesse der Tourismusbranche, auf der sich Destinationen und zahlreiche Dienstleister aus allen Tourismussparten präsentieren. Frau Eberle und Frau Feiler besuchten die Messe, auch um zu erkunden, ob und wie ein Auftritt Tübingens dort vorstellbar wäre.

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. Seitenaufrufe und Besucher gehen zurück. Eine Neuaufstellung der Website in responsivem Design ist notwendig.

Google Analytics	**2015**	**2016**	**2017**	**Veränderung in %**
Seitenaufrufe	1.304.815	1.289.791	1.199.260	-7,02
Eindeutige Besucher	221.967	238.456	234.046	-1,85
Ø Besuchsdauer	3:31	2:59	2:42	-10,00
Wiederkehrende Besucher	66,1%	68,7%	69,6%	+1,01
Neue Besucher	33,9%	31,3%	30,4%	-2,88

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 Häufig besuchte Seiten sind auch unsere Webcam, Übernachten Ferienwohnungen und Privatzimmer, Übernachten im Hotel, Sehenswertes, Stocherkahnfahrten ...

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 Land in Sicht geprüft.

Best practice Beispiele anderer Wettbewerber und befragte Fachleute rieten uns dazu, den touristischen Webauftritt weiterhin parallel zum offiziellen Webauftritt der Stadt zu führen. Diesen Weg werden wir gehen.

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 touristische 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 820 Follower (Stand 09.2018).

Auf **Facebook** findet man uns seit 2014: www.facebook.com/tuebingen.info

Einen **Instagram-Account** mit den Tags visittuebingen und tuebingenliebe bespielt die WIT mit Content.

3.3 Kommunikationspolitik

3.3.1 Öffentlichkeitsarbeit

3.3.1.1 Pressemeldungen

Im Jahr 2017 wurden wieder **Pressemeldungen** zu verschiedenen Tübinger Themen an bis zu 250 ausgewählte Medienkontakte gemailt.
Es konnten dabei zahlreiche redaktionelle Beiträge für Tübingen und den BVV generiert werden. Die Newsletter-Redaktionen der übergeordneten Touristikverbände wurden ebenfalls mit Tübingen-Material beliefert. Ein Ordner mit Print-Medienberichten soweit wir Belegexemplare bekommen haben 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.

3.3.1.3 Journalisten- und Bloggerbetreuung

Die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT), die Tourismus-Marketing Baden-Württemberg (TMBW) und die Regio Stuttgart organisieren regelmäßig **Journalisten- und Bloggerreisen**. Soweit die Touren in Süddeutschland stattfinden bzw. thematisch passen, wird Tübingen gerne in die Reiserouten einbezogen. Bei BVV und WIT besteht eine grundsätzliche Bereitschaft, sich programmatisch und finanziell einzubringen. Natürlich müssen die Zielgruppen, das Thema der Reise und der Termin passen. Das Programm vor Ort wird von uns organisiert, durchgeführt und bezahlt. Sofern Übernachtungen notwendig werden, helfen uns die Hotels vor Ort oft mit Sonderpreisen.

Wir betreuen diese **Multiplikatoren** gerne, denn der Aufmerksamkeitswert für authentische Beiträge und Reiseblogbeiträge ist hoch.

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

Wir spenden übrigens jährlich über 50 Freitickets für öffentliche Stocherkahnfahrten und Stadtführungen an alle möglichen Presseorgane, Gewinnspiele und auch Gutscheine für komplette Stocherkähne i.d.R. als Gegenleistung für redaktionelle Beachtung oder für Tübinger Veranstaltungen oder Tombolas.

Veranstalter	Quell-Land	Wer	Wann	ÜN Hotel	Pax
DZT / Tokio	Japan	Herr Nanyo www.gressive.jp Jap. Uhrenspezialist / Holdermann	2.-3.2.2017	Krone Selbstzahler Stafü jap	1
DZT / New York	USA	Blog: SimplifyLiveLove.com Michelle Marine Familienblogger-reise BaWu Bay HD+TÜ	11.3.- 22.3. Southgermany	Eintritte Stafü engl	6
DZT + TMBW	Internat.	Thema: 500 Jahre Reformation	25.-26.05.17	ÜN / Essen übernahme DZT	10
Uni Tübingen	Internat.	UNESCO + MUT Jubiläum Die Zeit , SWR etc.	19.-21.05.17	Uni	
Neckartalradweg	D	Antje Seeling DuMont Verlag Outdoor- und Naturerlebnisse um STR + Fotograf	3.-5.06.17	Pedelec LRA	2
TMBW	Italien	Patrizia Giovannetti von der Zeitschrift Confidenze	14.6. -16.06.	Stokare MUT, Beb.	1
TMBW	Japan	Peter Enderlein H. Ishigure (Video) + Journalistin (Buch Haushaltsführung)	14.6.- 17.6.17	ÜN + Zuschauer-kahn	3
Regio STR / TMBW	Hans	Reiseveranstaltern aus Moskau, Azerbaijan Armenien, Kazakhstan	So 13.8.17	Stoka Stafü russ	5
TMBW Fanta	China	Annie YU und Ehepaar Fang Yan Yu	22.10.- 30.10.17	Stoka Stafü chin	4 18

3.3.2 Werbung

3.3.2.1 Redaktionen, Einträge, Kampagnen 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. 2017 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 und der italienische Markt wieder auf unterschiedlichen Wegen (print, online, Messe) bearbeitet.

Der monatliche **Tübingen Online-Newsletter** richtet sich an künftige und gewesene Gäste und an alle, die sich für Tübingen interessieren und hat über 550 Leser. Abonnieren kann man den Newsletter über unsere Website.

3.3.2.2 Tragetaschen und Tüten

Unsere hochwertige **Papiertragetasche** fand auch 2017 bei allen Kunden und speziell auf der CMT wieder großen Anklang. Die etwas kleinere Plastiktüte wird nicht wieder aufgelegt (Müllvermeidung)

3.3.3 Verkaufsförderung

3.3.3.1 Verbands-/Gremienarbeit und Arbeitsgruppen

Die Zusammenarbeit mit den Dachverbänden der öffentlichen Tourismuswirtschaft verlief gut.

Tübingen ist Mitglied in folgenden Organisationen bzw. Gremien, i.d.R. vertreten durch die Geschäftsführerin:

- **Konferenz Tourismus des Deutschen Städtetags** Mitglied
- **Tourismusmarketing Baden-Württemberg** Mitglied der AG Fanta Japan/Korea/China
- **Schwäbische Alb Tourismusverband (SAT)** Marketingausschuss (Stellvertretung)
- **Regio Stuttgart** Marketingausschuss
- **Naturpark Schönbuch** Beiratsmitglied

TMBW... 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 Destination Tübingen zu befördern sowie die Bedürfnisse und Ansprüche Tübingens in den Verbänden zu vertreten.
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.).

Regio Stuttgart Die Stadt Tübingen ist seit dem Jahr 2000 Mitglied der **Regio Stuttgart.** Der Verkehrsverein vertritt gemeinsam mit der WIT die Universitätsstadt Tübingen als offizieller Tourismuspartner Tübingens im Marketingausschuss, während die WIT im Regio e.V. Sitz und Stimme wahrnimmt. Auch im Jahre 2017 fanden regelmäßig Marketing-Sitzungen und Workshops statt.

Der Tübinger Gemeinderat beschloss zum Ende des Jahres 2017 die Mitgliedschaft in der Regio Stuttgart zu beenden. Der Jahresbeitrag hatte sich wegen der Umsatzsteuerpflicht des Vereins drastisch erhöht. Die Mittel sollten künftig unmittelbar dem Tübingen Tourismus dienen.

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). Außerdem wurde eine Mitgliedschaft bei den Historic Highlights of Germany (HHoG), einem Zusammenschluss aus meist größeren Universitätsstädten (DZT nahe stehend) beantragt. Gemeinsam mit der WIT konnten sich vier Vertreter der HHoG bei einem ausgereiften touristischen Programm vor Ort von den Qualitäten Tübingens überzeugen. Die Aufnahme in den Kreis der Highlight-Städte erfolgt im Frühjahr 2018.

Schwäbische Alb Tourismusverband
Tübingen ist und bleibt ein wichtiger Partner des Tourismusverbandes Schwäbische Alb, obwohl die Vermarktung der Alb - Städte zugunsten der Themen Radeln, Wandern, Biosphäre, Geopark und Urgeschichte in eine etwas untergeordnete Rolle geraten war. Die Einsicht, dass die Städte im Kontext der Gesamtlandschaft eine wichtigere Rolle spielen, ist angekommen.

Städtepool
Im Rahmen des neuen Städtepools in den alle teilnehmenden Städte nochmals einzahlen, wurde wieder eine Städteperlen -Kampagne im Inland und in der Schweiz erfolgreich durchgeführt. Mit Hängekartons in den Züricher Straßenbahnen (2 Wochen), 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 ist weiterhin unser Ziel.

Print
Rechtzeitig zur CMT 2017 erschienen die Gästezeitung und zum vierten Mal in Folge das A4-Magazin der Städteperlen Alb in einer Gesamtauflage von 100.000 Stück. Das Magazin wurde der Sonntagszeitung Welt am Sonntag (WaS) im Mai 2017 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 Online-Blättern auf diversen Websites platziert.

Auf **www.schwaebischealb.de**
ist Tübingen vertreten. Was für den BVV redaktionell zugänglich ist, wird von uns aktuell gehalten. Viele Rubriken sind uns jedoch für den direkten Zugriff verschlossen (nur SAT), sind kostenpflichtig oder speisen sich aus anderen Quellen, die wir nicht unmittelbar beeinflussen können.

3.3.3.2 Fantastische Straße Japan, Korea und China

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

Inzwischen sind alle **namhaften japanischen Reiseführer** mit einem Kapitel über die Fantastische Straße ausgestattet. 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).

Regelmäßige persönliche **Salescalls** 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 Messen (z.B. Deutsche Reisewoche, Nanjing Travel Fair und Weihnachtsmarkt Tokyo) und Workshops in Japan, Korea und China, aber auch über die Lufthansa, JAL und die DZT in Tokio.

Neu kleine Videofilme
(Youtube) über alle beteiligten Orte mit Peter Enderlein. Das Tübingen-Video ist auf den japanischen Seiten der BVV-Homepage www.tuebingen.info.de zu finden.

4 Innenmarketing

4.1 Zusammenarbeit vor Ort

Unser Ziel ist es, nicht nur der touristischen Destination Tübingen , sondern auch der eigenen Firma - dem Bürger- und Verkehrsverein und dem Tourist & Ticket-Center - langfristig ein positives Image zu verschaffen, bzw. dieses 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 Besser Bechern Initiative zur Müllvermeidung** Uni, Stadt, BVV, HGV, WIT, TÜerleben, Ehrenamtliche
- **Runder Tisch Kultur** Kulturschaffende
- **AG Neubürgerbegrüßung** Organisation
- **Runder Tisch Europaplatz** Baudezernat
- **AK Stocherkahn** 1.BM /Ordnungsamt

Der Verkehrsverein unterhält folgende Mitgliedschaften in Tübinger Vereinen:

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

Gute Verbindungen zu **Behörden und Einrichtungen** bedürfen ebenfalls der Pflege.

- **Stadtverwaltung**

Das Personalamt der Stadt Tübingen erledigt in unserem Auftrag für die Angestellten des BVV die Personalabrechnung. 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.
Der städtische Sicherheitsbeauftragte wird auch vom BVV engagiert. Gute Zusammenarbeit gibt es auch mit dem Ordnungsamt (Stocherkahn-Anlegestellen, Sommerfest, Ausnahmegenehmigungen), dem Kulturamt und den Geoinformatikern (Stadtpläne).

- **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.

Besucher	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Schloss Bebenhausen	24.354	24.685	25.127	66.976	53.655	54.086
Kloster Bebenhausen	50.983	47.039	46.280			
Boxenstop	22.000	24.000	24.000	24.000	24.000	22.500
Stadtmuseum	22.583	33.220	21.907	20.281	25.623	**23.413**
Kunsthalle	51.100	30.000	16.000	Umbau	Umbau	21.650
MUT Schloss Hohentübingen	19.918	23.641	22.963	22.286	27.308	35.438
Gesamt	190.938	182.585	156.277	133.543	130.586	**157.087 +20,3%**

Nach zwei Jahren des Umbaus konnte am 10. März 2017 der Ausstellungsbetrieb in der Tübinger Kunsthalle endlich wieder aufgenommen werden.

Als ebenso erfreulich erwies sich die Besucherbilanz des Museums

Schloss Hohentübingen (MUT). Das Riesenfass im Schlosskeller wurde restauriert und nach vielen Jahren endlich wieder den Besuchern zugänglich gemacht. Die Höhlen auf der Schwäbischen Alb und die eiszeitlichen Fundstücke erhielt im Frühjahr 2017 die Anerkennung der UNESCO als Weltkulturerbe. Leider darf das MUT diesen Titel nicht offiziell tragen.

➢ **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 Botanische Garten, dessen MitarbeiterInnen auf unsere Vermittlung hin Gäste durch den Garten führen. Andere Unimitarbeiter sind für uns Türöffner 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 TüGo - Besser bechern soll durch den Einsatz/Verkauf von Mehrwegbechern oder KeepCups die Menge an Einwegbecher-Müll reduziert werden. Weitere Ideen, wie essbare oder recycelbare Eisbecher, Trinkhalme oder ein To-go-Becher-Pfandsystem sollen folgen.

➢ **Landratsamt**

Der Landkreis ist mit Hans-Erich Messner (Erster Landesbeamter) im Ausschuss des BVV vertreten. Wolfgang Sannwald (Kreis-archivar) 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. Folgende PLENUM-Ziele wurden gesetzt:

- Die Erhaltung und Förderung einer vielfältigen, nachhaltigen Landbewirtschaftung, insbesondere des Wein- und Streuobstbaus und des Grünlands.

- Die Inklusion, also die volle und wirksame Teilhabe von Menschen mit Behinderung oder sozialer Benachteiligung an allen Bereichen der Gesellschaft und die Verknüpfung von Stadt und Land.

Um diese 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 Premiumwander- und Premium-Spazierwegen in Auftrag gegeben. PLENUM-Folgeanträge für die Förderung der Feinplanung , der Markenentwicklung und der Beschilderungsplanung folgten. Fünf Kommunen und der Landkreis arbeiten hier Hand in Hand: Ammerbuch, Rottenburg, Tübingen, Nehren und Mössingen.

Im Juni 2017 konnte der erste zertifizierte Tübinger Premium-Spazierwanderweg, das 6,1 km lange Hirschauer Spitzbergwegle gleichzeitig mit dem Rottenburger Kapellenwegle von Tourismusminister Guido Wolf eröffnet werden.
Weitere Premiumwege (Mössingen/Nehren und Ammerbuch) und Spazierwanderwegle (Tübingen und Ammerbuch) sind in Arbeit. Zur Vermarktung der Wege wurde ein Marketingpool beim Landkreis eingerichtet, in den jede Kommune einzahlt. Das gemeinsame Logo Früchtetrauf wurde von

Mössingen zur Verfügung gestellt, das dies bereits vorhanden war und künftig für alle Premiumwege im Landkreis als Oberbegriff (Marke) dienen soll.

➢ **WIT**

Seit April 2015 gibt es eine Stelle für Stadt- und Tourismusmarketing bei der Wirtschaftsförderung Tübingen (WIT) mit der Zielsetzung:

langfristig attraktives Stadtimage generieren

Erhöhung der Zusammenarbeit der Akteure: Stadtverwaltung, WIT, BVV, HGV, Tübingen Erleben, TüGAST, Universität und Klinikum.

Umsetzung der Marken- und Tourismuskonzeption

Mitsprache der Stadt als Zuschussgeber: klare Aufgabenverteilung, gemeinsame Kommunikation

Einflussnahme der Leistungsträger auf Strategie, Infrastruktur und Aufenthaltsqualität

Frau Feiler befasste sich u.a. mit den Themen Rathausfoyer, Modernisierung des Corporate Designs Tübingens, gemeinsame Website Tübingen, online-City/Marktplatz, Premiumspazierwanderwege (große Investition!), mehr Auslandsmarketing, Stärkung der touristischen Kooperationen. Unsere Unterstützung sagen wir ihr gerne weiterhin 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 2016. Die im Vorjahr unter dem Dach des SAT gestaltete neue Standkonzeption wurde mit einem zusätzlichen Beitrag von der Stadt unterstützt! Vielen Dank!

Auch die Teilnahme an der FESPO, der Schweizer Ferienmesse, wird in Kooperation mit der WIT und dem BVV durchgeführt.

➢ **Tübingen erleben GmbH**

Hans Peter Schwarz veranstaltet mit seiner Firma Tübingen erleben im Auftrag der Stadt Tübingen, der WIT und dem HGV den Umbrisch-Provenzalischen Markt, einige Regionalmärkte, die TÜBike und auch das internationale Schokoladenfestival. Wir sind Partner von Tübinger erleben 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 Tübinger Einkaufsgutscheins die Idee, möglichst viel Umsatz in Tübingen zu halten. Dazu ist der (HGV) Einkaufsgutschein in seinen verschiedenen Stückelungen ideal. Auch als Geldgeschenk oder Arbeitgeberbonus (44 Euro) eignet er sich prima. Einzulösen sind die Gutscheine innerhalb von drei Jahren in den teilnehmenden Tübinger Geschäften oder Restaurants.

Gerne unterstützen wir den HGV in seinen Bemühungen um ein einzelhandelsfreundliches Tübingen, was ja auch den Tourismus befördert und umgekehrt. Dazu zählen auch die Erreichbarkeit und das Parken in der Innenstadt und verstärkte Bemühungen zum Erhalt eines vielfältigen und typischen stationären Tübinger Einzelhandels.

➢ **SWT SVT TÜBus Naldo**

BVV und Campingplatz beziehen Energie und Wasser von den Tübinger Stadtwerken. Im Bereich ÖPNV 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 plant ein neues Besucherleitsystem. Außerdem wurde im Berichtsjahr der Geologische Lehrpfad auf dem Kirnberg erneuert.

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 Waren Kreation 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 Buchbereich greifen wir weitgehend auf Produkte Dritter zurück. Von Tübinger Firmen und Verlagen beziehen wir Tübinger Schnäpse und Whisky, Liköre und Weine, Nudeln, Honig, Senf, Marmelade, Sirup, Tübingen-Bücher und Memos... **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 eigene Kreationen wie Stofftaschen, Caps, T-Shirts, Handytaschen Sweat-Shirts, Tübingen-Schürzen, Babylätzchen und Handtücher.

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

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) TicketRegional sowie Hardtickets lokaler und regionaler Veranstalter.

Kreissparkasse Tübingen | ReservixX www.reservix.de | Tübingen-Tickets tübingen

Auch im Jahre 2017 transportierte der BVV mit je zwei Mietbussen seine **Staatsoper-Abonnenten** zu den Operntermimen 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.

4.2.3 Verkauf ÖPNV-Fahrscheine

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.

4.2.4 Verkauf von Gutscheinen

Unsere BVV-eigenen, hübsch gestalteten Tübinger Geschenkgutscheine werden gerne gekauft, da die Beschenkten sich aus unserem gesamten Sortiment je nach Geschmack etwas aussuchen können.
Die Tübinger Einkaufsgutscheine , 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 Hardware ein kleines, virtuelles Büro zu führen. Verblieben sind noch:

- **Stadtverband für Sport e. V.** Tübingen (Geschäftsstelle)
- **Stroer-Deutsche Städtereklame** (Plakat-Annahmestelle - Die Zusammenarbeit mit Stroer wurde vom BVV zum 31.12.2017 beendet)

4.4 Eigene Verlagsprodukte

4.4.1 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 2018 wurde der 104. Jahrgang herausgegeben. Die Anzeigenakquise wurde wieder erfolgreich von Wilfried Stehle vorgenommen. Dafür vielen Dank! Die Anzeigenpreise sind seit Jahren stabil.

Die Ausgabe 2018 hat einen Umfang von 144 Seiten und eine Auflage von 2500 Exemplaren. Am Inhalt wirkten 45 Autorinnen und Autoren mit. Im Abo gehen die **TÜBINGER BLÄTTER** bis nach Hawaii!

Wir bedanken uns bei allen Anzeigenkunden, dem Regierungspräsidium Tübingen für die Zuwendung aus Fördermitteln der Heimatpflege , dem Landkreis Tübingen für einen kleinen Zuschuss, der Stadtverwaltung - als unserem größtem Kunden - und allen Abonnenten und Käufern.

Dem Redaktionsteam der TÜBINGER BLÄTTER gilt unser besonderer Dank:

Reinold Hermanns
Helmut Linde
Andrea Mecke Veronika Renkenberger
Gabriele Eberle

Die Jahrgänge 1898 bis 1966 können auf der Website der Universitätsbibliothek online recherchiert werden! Verantwortlich für die Digitalisierung der Hefte ist Dr. Wilfried Lagler, dem der Verkehrsverein und die TÜBINGER BLÄTTER-Redaktion herzlich danken. Wer zu bestimmten Themen oder Personen bis zum aktuellen Heft recherchieren will, kann dies auf der BVV-Webseite tun. Hier erhält der Leser über eine einfache Schlagwortsuche die Liste der entsprechenden Ausgaben und Artikel.

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

Ebenso im Eigenverlag erscheinen die beiden Eigenprodukte **Kleiner Führer...** und das 5-sprachig untertitelte **Tübingen-Bildbändle .** Beide wurden bereits Ende des Vorjahrs aktualisiert und mit neuem Layout neu aufgelegt.

Im Berichtsjahr konnte zum fünften Mal in Folge der beliebte **Tübingen-Kalender** (2018) herausgegeben werden. Der Verkauf erfolgt in der Touristinformation, sowie über Hotels und den örtlichen Handel.

Altstadtschriften (Schriftzüge an Gebäuden) sind, wie wir meinen, ein erhaltenswertes Kulturgut. Einmal darauf aufmerksam gemacht, entdeckt man so manche interessante Typographie, die Geschichte(n) erzählt. Gemeinsam mit unserer Kollegin Barbara Honner (Autorin) konnte der BVV als Verlag ihr Buch über Altstadtschriften herausgeben (19,80 Euro) und vertreiben. Die Auflage ist abverkauft.

Das Thema konnte in den Medien und auch im Stadtmuseum erfolgreich platziert werden. Dort ist man interessiert und auch bereit, gerettete Stadtschriften zu archivieren, um sie ggfls. auch einmal auszustellen.-

4.5 Veranstaltungen (öffentliche)

4.5.1 Tübinger Sommerfest

Im Berichtsjahr veranstaltete der Bürger- und Verkehrsverein vom 30. Juni bis 3. Juli 2017 zum 63. Mal das **Tübinger Sommerfest**. Zum achten Mal oblag die Ausgestaltung dem Generalunternehmer Fa. Dietmar Kübler, Schaustellerbetriebe, Aalen. Den Fassanstich übernahm erneut **Oberbürgermeister Boris Palmer.**

Leider konnte das im Vorjahr vom Publikum hochgelobte große Festzelt der Festzeltbetriebe Schuhmann kein weiteres Mal für den Tübinger

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

Auch 2017 wurden alle Schausteller zum traditionellen **Schaustellerausflug** am Vortag des Festes eingeladen. Es ging zu einer Tübinger Weinprobe nach Unterjesingen zur Besenwirtschaft der Familie Richard Müller.

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

4.5.2 Fietsen-Vintage-Tour 23.-24.9.2017

In Zusammenarbeit mit dem Auto- und Spielzeugmuseum Boxenstop (unserem Ausschussmitglied Rainer Klink) und der WIT gelang es, zum 150. Fahrrad-Jubiläum, das baden-württembergweit gefeiert wurde, ein Rad-Event mit zahlreichen Teilnehmern auf historischen Rädern in Tübingen zu veranstalten. Wir erhielten dazu einen Zuschuss vom Verkehrsministerium.

4.5.3 Tag des offenen Denkmals

Der Tag des offenen Denkmals am 10. September 2017 stand unter dem Motto **Macht und Pracht".**
Zum 25. Mal beteiligte sich Tübingen an diesem bundesweiten Tag . Unter der Leitung des Bürger- und Verkehrsvereins traf sich der bewährte Arbeitskreis aus Behördenvertretern und Ehrenamtlichen, um auch im Jahr 2017 ein anspruchsvolles Programm bieten zu können. Die ehrenamtlich angebotenen Führungen der Fachleute fanden bei Öffentlichkeit und Medien ein sehr positives Echo.

Das Programmheft wurde erstmals im neuen Corporate Design der Stadt Tübingen gestaltet.

4.5.4 Tübinger Themenführungen

An 32 Terminen von Januar bis Dezember konnten Interessierte auch im Berichtsjahr 2017 wieder mit dem Verkehrsverein Tübingen auf Tour gehen und die Stadt mit einem speziellen Schwerpunkt und aus einem besonderen Blickwinkel kennenlernen: zu Fuß oder zu Wasser auf dem Stocherkahn.

Die Angebote Nachts im Museum oder Nachts im Botanischen Garten speziell für Kinder kamen besonders gut an. Für die Bewerbung wurden wieder das gelbe Faltblatt und ein Plakat gedruckt, sowie regelmäßig Pressemeldungen verschickt.
BVV-Mitglieder konnten erneut zu Sonderkonditionen teilnehmen. Fast alle Führungen waren ausgebucht, einige Themenführungen mussten sogar wiederholt werden.

4.5.5 Neubürger-Begrüßung und Gutscheinheft

Gemeinsam mit BüroAktiv, Stadtverwaltung und HGV gestaltete der BVV am 4.11.2017 die 12. Tübinger Neubürgerbegrüßung. Im LTT-Foyer präsentierten sich über 50 Tübinger Vereine und die Neubürger waren zu einer Theatervorstellung eingeladen. Ziel ist es, die neuen Tübinger Bürger willkommen zu heißen und über das rege kulturelle und soziale (Vereins)Leben in Tübingen zu informieren und dafür zu begeistern.

Neubürger bekommen von der Stadt ein Gutscheinheft Tübingen geschenkt , in dem Wertgutscheine im Gesamtwert von rund 600 Euro enthalten sind. Der Verkehrsverein beteiligt sich am Gutscheinheft mit einer rabattierten Teilnahme an einer öffentlichen Stadtführung.

4.6 Veranstaltungen (nicht öffentlich)

4.6.1 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.

ZERTIFIKAT

Bürger- und Verkehrsverein Tübingen e.V.

An der Neckarbrücke 1
72072 Tübingen

14423

ist Lizenznehmer der i-Marke und berechtigt zur Nutzung der Marke bis 11/2019.

Eine extra Führung gab es für Hotelrezeptionisten.

4.6.2 Gästeführertreff

Das Treffen der **Gästeführer- und Stocherkahnfahrer** des BVV findet jährlich im Frühjahr vor Beginn der Saison statt und dient der internen Info, der Weiterbildung, dem gegenseitigen Kennenlernen, Austausch und Wiedersehen. Am 31. März 2017 lud der BVV seine GästeführerInnen und StocherkahnfahrerInnen zur Weinprobe in die Unterjesinger Besenwirtschaft von Richard Müller ein.

Denn nur was man kennt, kann man überzeugend darstellen und weiterempfehlen . Unter diesem Motto wurden unsere Multiplikatoren auch in 2017 wieder von den Museen (Kunsthalle und Stadtmuseum) zu Kuratorenführungen durch die jeweils aktuellen Ausstellungen eingeladen.

4.6.3 Einladung zum Stocherkahnrennen auf den BVV Balkon

Anlässlich des Stocherkahnrennens am Fronleichnamstag lud der BVV auch 2017 wieder ausgewählte Gäste auf seinen Balkon über dem Neckar ein. Bei einem Gläschen Sekt hatte man von dort aus die beste Sicht in das umkämpfte Nadelöhr .

5 Geschäftsstelle und Verein

5.1 Geschäftsstelle

Der Verkehrsverein beantragt und erhält die zertifizierte i-Marke des DTV für seine Touristinformation

aber Punkteabzug gab es für folgende Mängel:

- Gebäude vor allem im Sockelbereich Gebrauchsspuren
- Öffentliches WC ungepflegt und stinkend
- Keine eigenen Parkplätze
- Fahrradständer ausreichend, aber alle belegt
- Schaufenster-Deko mit Veranstaltungen
- TI ist vom Platz her sehr beengt
- Übersichtlichkeit ist eingeschränkt
- Mobiliar nur zweckmäßig
- Es fehlt ein Infoterminal (innen)/ Wlan ...
- Sitzgelegenheit nur marginal vorhanden
- Cafe, Bistro, Kiosk. Erfrischungsangebot fehlt
- Kein Kinderspielangebot
- Nur bedingt Rollstuhlgerecht

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.

Personalstand am Stichtag 31. Dezember 2017

(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 befristet	100	01.07.17
9	Beck, Laura	Counter	56	01.09.15
10	Schubert, Marco	Tagungen / Technik Elternzeit	25	18.10.93
11	Hage, Catharine	Incoming / Elternzeit	-	07.07.16
		Auszubildende/Studenten		
1	Rechtsteiner, Aileen	Kauffrau für Tourismus und Freizeit		01.09.16 - 31.08.18
		Geringfügig Beschäftigte		
1	Exouzoglou, Sofia	Reinigungsdienst		01.05.10
2	Ott, Kerstin	Buchhaltung		01.10.07
3	Pache, Hella	Counter / Wochenenddienst	Aushilfe	01.05.17
4	Mayer, Christina	Counter / Wochenenddienst	Aushilfe	01.07.13
5	Doppke, Julia	Counter / Wochenenddienst	Aushilfe	01.07.13
6	Salah, Jiyan	Counter / Wochenenddienst	Aushilfe	
		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, Christina	Reinigungsdienst		01.04.03
5	Grünheid, Inge	Reinigungsdienst		01.03.16

5.2 Personal

Tarifabschluss Der Bürger- und Verkehrsverein lehnt sich obwohl nicht tarifgebunden bei der Entlohnung seiner Angestellten in vielen Belangen an den TVöD an. Bei den Tarifverhandlungen wurde zum 01.03.2016 eine Erhöhung des Tabellenentgelts um 2,40 % und ab 01.02.2017 um weitere 2,35 % beschlossen. Die Tariferhöhungen ging der BVV mit.

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

Im Berichtsjahr 2017 absolvierten 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 Betreuungsaufwand 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 Ausbildungsbetrieb für folgende Berufsbilder bzw. Studiengänge:

- Kauffrau/-mann für Freizeit und Tourismus
- Betriebswirt(in), Kurorte- und Destinationsmanagement (DHBW, Ravensburg)

Nach seinem Freiwilligen Sozialen Jahr und der anschließenden Ausbildung zum Kaufmann für Tourismus und Freizeit, konnten wir unseren Kollegen **Matthias Jenth** nach erfolgreicher Prüfung ab 1. Juli 2017 in eine befristete Anstellung übernehmen. Seither unterstützt er die Incomingabteilung und übernimmt Aufgaben am Counter.

Unsere Halbtagskollegin Catharine Hage verabschiedeten wir am 18. August 2017 in den Mutterschutz. Nach der Geburt ihrer Tochter beantragte sie Elternzeit bis 31. Mai 2018.

Auch unser langjährigen Kollege Marco Schubert beantragte nach der Geburt seines Sohnes zwei Jahre Elternzeit bis 27. Dezember 2019. Er ist jedoch im Homeoffice in Dresden weiterhin zu 25% für uns tätig.

Praktikantinnen und Praktikanten 2017		
1.	**Noah Bujalka** FSJ	01.09.16 31.08.17
2.	**Sarah Azzam** FSJ	01.10.16 31.08.17
3.	**Laura Zug** VerwaltungsHS Ludwigsburg	15.10.16 14.01.17
4.	**Elisa Fröhlich** VerwaltungsHS Ludwigsburg	15.01.17 14.04.17
5.	**Sara Lebic** SSAT Bellinzona CH	01.03.17 31.07.17
6.	**Ricarda Polzer** VerwaltungsHS Kehl	15.03.17 14.06.17
7.	**Lucas Tondusson** Lycee Poitier, France (Cpl)	15.05.17 23.06.17
8.	**Elisabeth Mattea** ISIT, Trento, Italia (Cpl)	05.07.17 27.08.17
9.	**Swana Rohlfs** Ammerbuch BORS	10.07.17 14.07.17
10.	**Rebecca Meyer** Tübingen BORS	07.08.17 11.08.17
11.	**Georgios Chatzikiparidis** FSJ	01.09.17 31.08.18
12.	**Greta Ludwig** FSJ	01.09.17 28.02.18
13.	**Nathalie Reimer** VerwaltungsHS Ludwigsburg	15.11.17 14.02.18

Im Berichtsjahr 2017 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, Künstlersozialabgabe, Musicals, Feuerlöschübungen, Bilddatenbank, Photoshop CS6, Arbeitgeberseminare, Tourismuszukunft, Reiserecht) wurden von einzelnen Mitarbeiterinnen absolviert.

Die **Weihnachtsfeier** im Dezember 2017 fand im unter neuer Leitung frisch eröffneten BVV-Mitgliedsbetrieb **Weinstube Forelle** in der Kronengasse in Tübingen statt.

5.3 Gremien und Vereinsmitglieder

Im Berichtsjahr 2017 traf sich der BVV-Vorstand einmal monatlich (ausgenommen die Sommerpause). Der BVV-Ausschuss tagte am 28.03.2017 im Schwabenhaus (Hochschule für Kirchenmusik) und am 19.07.2017 bei Vivat Lingua, der Sprachschule in der Friedrichstraße 18.

Am 19. September 2017 fand im Veranstaltungsraum der VR Bank Tübingen eG die Mitgliederversammlung des Vereins statt.

Im Berichtsjahr 2017 wurden ein neuer Mitglieds-Jahresausweis , sowie zwei Ausgaben der Mitglieder-Information **BVV-Intern** versandt.

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

Am 31.12.2017 hatte der Bürger- und Verkehrsverein Tübingen 500 Mitglieder. Während des Jahres gab es 21 Abgänge und auch 19 Zugänge.

Im Berichtsjahr 2017/2018 verstarben die Mitglieder

Prof. Dr. Thomas Vogel, am 20.10.2017
(Redaktionsbeirat TÜBINGER BLÄTTER)

Erich Stowasser am 07.11.2017
(Bierbraumeister)

Rudolf Kost (Stadtführer) am 15.03.2018

Jürgen Pundt (Stadtführer) am 30.04.2018

Wir werden sie in guter Erinnerung behalten!

Ehrenmitglieder des Bürger- und Verkehrsvereins (alphabetisch)	
Helmut Barth	**Manfred Köhler**
Eberhard Doege	**Horst Kunz** (Ehrenvorsitzender)
Dr. Rolf Fritz	**Alfred Leucht**
Hans Gmelin	**Franz Schulz**
Hermann Hepper	**Walter Utz**
Robert Kallenberg (Ehrenvorsitzender)	**Wolfgang Werner** (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
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
	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 Stadtverband für Sport
	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 Tübingen erleben
	22.	Paul Trautwein	1995	Geschäftsführer Fa. Trautwein
	23.	Teresa Windischbauer	2013	Verwaltungsdirektorin LTT

6 Neckarcamping Tübingen

Am 1. April 2017 begann die Campingsaison und endete - wie stets - am 31. Oktober.

Das Wetter im Frühjahr war kühl und feucht, Sommer und Herbst dagegen sonnig und recht warm.

Die Bauarbeiten auf dem Freibadgelände, die bereits im Vorjahr begonnen hatten, wurden während der gesamten Campingsaison 2017 fortgesetzt. Oftmals bis spät in die Nacht dröhnten die Baustellenfahrzeuge und piepsten deren Warntöne. Viele Gäste wollten ruhige Campingtage und -nächte erleben und reisten aufgrund des Baulärms entnervt vorzeitig ab.

Eigentlich wären Einbußen bei den Campinggebühren zu erwarten gewesen, da die Gäste- und Übernachtungszahlen deutlich sanken. Dies konnte jedoch glücklicherweise durch eine im Frühjahr 2017 neu eingeführte Preisstruktur aufgefangen bzw. verhindert werden.

Die Zahl der Ankünfte (Campinggäste) sank im Berichtsjahr um -6,5% auf 5.425 Gäste (Vorjahr 5.802). War der Rückgang der ausländischen Besucher bereits im Vorjahr signifikant (-14,3%), setzte sich dieser Trend auch im Jahr 2017 mit einem Rückgang von -4,9% fort. Nur 1.837 ausländische Gäste besuchten den Campingplatz (2015 waren es noch 2.254 Ankünfte).

Die Gesamtzahl der Übernachtungen sank um -10,7% (Vorjahr + 0,7%) auf 9.953 Übernachtungen, und damit erstmals seit sieben Jahren unter die 10.000er Marke. Die Anzahl der ausländischen Übernachtungen sank um -4,5% auf 3.143 Nächte.

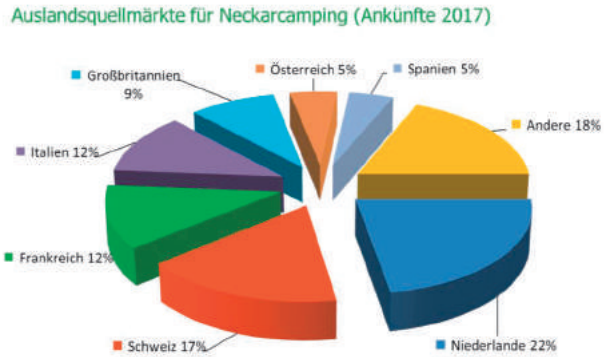
Die Übernachtungsverluste aus dem Ausland wurden also durch Gewinne aus dem Inland ausgeglichen.

Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer aller Gäste betrug 1,9 Nächte, während sich die ausländischen Gäste durchschnittlich nur 1,76 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 Stadtplatz 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 Platzes ist notwendig, um das Niveau zu halten und die Aufenthaltsqualität zu steigern.

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

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



Bruttoumsatz für Tübingen 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 einem Bruttoumsatz für Tübingen von über 455.000 Euro.

Bei der alle drei Jahre stattfindenden **Klassifizierung** des DTV (Deutscher Tourismusverband) erhielt unser Neckarcamping Tübingen 2016 erneut eine sehr gute drei ***Sterne-Bewertung. Die Klassifizierung gilt bis 2019.

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

Umweltzone Im Jahr 2008 führte Tübingen großflächige Umweltzonen ein. Leider führen alle Zufahrten zum Campingplatz durch die Umwelt-

zone. 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 Sonderge-nehmigung steht auf unserer Website zum Download.

Zusatzleistungen für Camper...
Der Campingplatz bietet seinen Gästen einen kostenlosen **WLan Zugang** zum Internet (Dienstleister Maxspot).
Auch 2016 durften unsere Campinggäste zu Sonderkonditionen das **Freibad** gegenüber besuchen.

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.

Die Next-Bike-Station... direkt vor der Campingplatzeinfahrt ist eine willkommene Ergänzung und wird von den Campinggästen gerne angenommen.

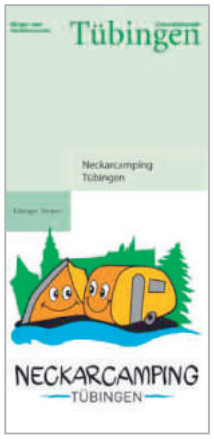
Miethütten PODs
Seit August 2015 bietet Neckarcamping Tübingen seinen Gästen zwei POD-Hütten für Übernachtungen an. Spezielle Nutzungsbedingungen und Preise wurden gestaltet und eine Kalenderfunktion auf der Website implementiert, sodass die jeweils aktuelle Belegung pro POD für den Gast ersichtlich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

Übernachtungspreise für Touristikcamper wurden 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 erneuert.

Werbepostkarten und Aufkleber Die beiden Neckarcamping-Postkarten sowie die Aufkleber mit dem Neckarcamping-Logo konnten auch im Berichtsjahr als kleines Werbepräsent an Campinggäste an der Rezeption ausgegeben werden.

Neckarcamping-Prospekt 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 CMT in Stuttgart und auf dem Caravan-Salon in Düsseldorf zur Auslage. Außerdem steht es zum Download zur Verfügung.



Camping-Info-Faltblatt 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
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 40 Dauercampern einen Dauerstellplatz. Die jeweils auf ein Jahr vermieteten Flächen bilden den finanziellen Grundstock für den Campingplatzbetrieb. Die Gebühren für einen Dauerplatz in der Campingsaison betrugen bislang 620 Euro (innen) und 720 Euro (Neckarplatz). Ab dem Berichtsjahr 2017 wurde eine Anpassung an die Marktgegebenheiten vorgenommen. Ein Grundstück im Innenbereich kostet nun 850 Euro pro Jahr, ein Neckarplatz 950 Euro.

Personal ...
Das Jahr 2017 war für das Platzwartehepaar **Petra und Thomas Henne** die 15. Campingsaison. Das Ehepaar wohnt im Wohnhaus auf dem Campingplatz und ist gleichzeitig Pächter der Campingklause und des kleinen Campingshops. Die Gaststätte hat ab der Saison 2016 montags Ruhetag.

Ab 2017 übernahm **Ulrike Cozza** jeden Montag die Arbeit in der Rezeption. Damit wurde ein freier Tag für Familie Henne geschaffen.

Beata Walendzik (seit 2003) und **Inge Grünheid** (seit 2016) 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.

Lucas Tondusson aus Poitiers, Frankreich, und **Elisabeth Mattea** aus Trient, 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 erhaltene Vergütung. Es stehen zwei Wohnwagen zur kostenlosen Nutzung bereit.

Petra und Thomas Henne vor einer der Miethütten

7 Tabellenanhang

Beherbergungsstatistik 1991 bis 2017 - Tübingen

Tabellen: BVV

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

Jahr	Ankünfte		Übernach-tungen		Ausländer-anteil	Aufenth.-dauer Tage	Aufenth.-dauer Tage	ÜN im Vergleich zum Vorjahr
	Insgesamt	Ausland	insgesamt	Ausland	in %	Gesamt	Ausland	In %
1991	81150	23121	170373	61281	36,0	2,10	2,65	+ 20,4
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%**
	+5,5%	**-2,0%**	**+4,6%**	**+1,1%**				

Jugendherberge

Quelle: mit freundlicher Genehmigung der Jugendherberge Tübingen

Jahr	Ankünfte		Übernachtungen		Ausländeranteil an ÜN in %	Aufenth.-dauer, Tage	Aufenth.-dauer, Tage	ÜN im Vergleich zum Vorjahr
	insgesamt	Ausland	Insgesamt	Ausland		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
	+8,9%	-3,7%	+14,9%	+28,1%				
2017[5)]	**16840**	**1936**	**40334**	**8509**	**21,1**	**2,40**	**4,40**	**- 7,42**
	-3%	**-15,2%**	**-7,4%**	**-30,6%**				

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 Tagen	Aufenth.-dauer in Tagen	ÜN im Ver-gleich zum Vorjahr
	insgesamt	Ausland	Insgesamt	Ausland	in %	insgesamt	Ausland	in %
1988	5279	2587	12617	5321	42,2	2,39	2,06	+ 13,88
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 -6,5%**	**1837 -4,9%**	**9953 -10,7%**	**3143 -4,5%**	**27,00**	**1,90**	**1,76**	**- 10,72**

Nicht `meldepflichtige´ Privatzimmer und Ferienwohnungen

Jahr	Ankünfte		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

**** 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.*

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

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

Übernachtungsstatistik Tübingen 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 Vergleich zum Vorjahr
	Insgesamt	Ausland	Insgesamt	Ausland	in %	Gesamt	Ausland.	in %
1995	88576	19368	182233	51737	28,4	2,06	2,67	- 12,47
1996	100160	19408	195238	49149	25,2	1,95	2,53	+ 7,14
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**

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

Haushaltsmittel 2017
des Bürger- und Verkehrsvereins Tübingen für das Tourismusmarketing Tübingen

ca. **1.266.000 Mio.**

Zuschuss der Stadt:	Erlöse BVV:
▪ **309.000**	▪ **957.000**
→ **24,4%** der Tourismusfördermittel kommen von der **Stadt als Zuschuss**	→ **75,6%** 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: Eberle, Honner, Schmid, Winkler

Bürger- und Verkehrsverein Tübingen e.V.

Gewinn- und Verlustrechnung
für die Zeit vom
01.01.2017 - 31.12.2017 **01.01.2016 - 31.12.2016**

	EUR	2017 EUR	2016 TEUR
1. Umsatzerlöse		1.358.966,72	1.340
2. Sonstige betriebliche Erträge davon Erträge aus der Währungsumrechnung: EUR 0,00 (Vj: TEUR 0)		46.337,63	33
3. Materialaufwand			
a) Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren	-90.433,82		-71
b) Aufwendungen für bezogene Leistungen	-351.841,00		-311
		-442.274,82	-(382)
4. Personalaufwand			
a) Löhne und Gehälter	-525.738,78		-488
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	-131.057,33		-118
		-656.796,11	-(606)
5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen		-24.353,17	-24
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen		-195.929,64	-220
7. Erträge aus Beteiligungen		8,00	0
8. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge		590,16	0
9. Zinsen und ähnliche Aufwendungen		-9.726,08	-11
10. Steuern vom Einkommen und Ertrag		-20.604,04	-36
11. Ergebnis nach Steuern		**56.218,65**	**(94)**
12. Sonstige Steuern		-1.353,45	-1
13. Jahresüberschuss / Jahresfehlbetrag (-)		**54.865,20**	**(93)**

Bürger- und Verkehrsverein Tübingen e.V.

Bilanz zum 31.12.2016

AKTIVA	EUR	EUR	31. 12. 2016 EUR
A. Anlagevermögen			
I. Immaterielle Vermögensgegenstände			
Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten		576,59	
II. Sachanlagen			
1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	366.771,05		
2. Technische Anlagen und Maschinen	1,53		
3. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	22.989,26		
		389.761,84	
III. Finanzanlagen			
Genossenschaftsanteile		200,00	
			390.538,43
B. Umlaufvermögen			
I. Vorräte			
Fertige Erzeugnisse und Waren		121.875,98	
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände			
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	36.100,02		
2. Sonstige Vermögensgegenstände	1.801,30		
		37.901,32	
III. Kassenbestand, Bundesbankguthaben, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks		638.680,88	
			798.458,18
C. Rechnungsabgrenzungsposten			3.688,62
Summe Aktiva			1.192.685,23

PASSIVA	EUR	EUR	31. 12. 2016 EUR
A. Eigenkapital			
I. Gewinntvortrag		227.166,47	
II. Jahresüberschuss		92.545,95	
Nicht durch Eigenkapital gedeckter Fehlbetrag		0,00	
			319.712,42
B. Rückstellungen			
Steuerrückstellungen		17.461,77	
Sonstige Rückstellungen		48.511,86	65.973,63
C. Verbindlichkeiten			
1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten		338.190,11	
davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: EUR 42.060,94 (Vj: TEUR 41)			
davon mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr: EUR 296.129,17 (Vj: TEUR 338)			
davon mit einer Restlaufzeit von mehr als fünf Jahren: EUR 114.485,38 (Vj: TEUR 162)			
2. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		120.753,71	
davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: EUR 120.753,71 (Vj: TEUR 200)			
3. Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht		0,00	
davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: EUR 0,00 (Vj: TEUR 0)			
4. Sonstige Verbindlichkeiten		342.059,36	
davon aus Steuern: EUR 27.073,37 (Vj: TEUR 7)			
davon im Rahmen der sozialen Sicherheit: EUR 0,00 (Vj: TEUR 0)			
davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: EUR 342.059,36 (Vj: TEUR 349)			
			801.003,18
D. Rechnungsabgrenzungsposten			5.996,00
			1.192.685,23

Bürger- und Verkehrsverein Tübingen e.V.

Bilanz zum 31.12.2017

AKTIVA	EUR	EUR	31. 12. 2017 EUR
A. Anlagevermögen			
I. Immaterielle Vermögensgegenstände			
Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten		928,52	
II. Sachanlagen			
1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	350.200,99		
2. Technische Anlagen und Maschinen	1,53		
3. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	16.355,03		
4. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	3.500,00		
		370.057,55	
III. Finanzanlagen			
Genossenschaftsanteile		200,00	
			371.186,07
B. Umlaufvermögen			
I. Vorräte			
Fertige Erzeugnisse und Waren		95.316,46	
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände			
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	107.897,68		
2. Sonstige Vermögensgegenstände	3.797,68		
		111.695,36	
III. Kassenbestand, Bundesbankguthaben, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks		685.820,29	
			892.832,11
C. Rechnungsabgrenzungsposten			2.222,41
Summe Aktiva			1.266.240,59

P A S S I V A	EUR	EUR	31. 12. 2017 EUR
A. Eigenkapital			
I. Gewinntvortrag		319.712,42	
II. Jahresüberschuss		54.865,20	
Nicht durch Eigenkapital gedeckter Fehlbetrag		0,00	
			374.577,62
B. Rückstellungen			
Steuerrückstellungen		0,00	
Sonstige Rückstellungen		41.861,20	41.861,20
C. Verbindlichkeiten			
1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten		296.128,75	
davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: EUR 43.343,98 (Vj: TEUR 42)			
davon mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr: EUR 252.784,47 (Vj: TEUR 296)			
davon mit einer Restlaufzeit von mehr als fünf Jahren: EUR 90.997,89 (Vj: TEUR 114)			
2. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		194.102,61	
davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: EUR 194.102,61 (Vj: TEUR 121)			
3. Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht		0,00	
davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: EUR 0,00 (Vj: TEUR 0)			
4. Sonstige Verbindlichkeiten		343.962,41	
davon aus Steuern: EUR 24.316,57 (Vj: TEUR 27)			
davon im Rahmen der sozialen Sicherheit: EUR 0,00 (Vj: TEUR 0)			
davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: EUR 343.962,41 (Vj: TEUR 342)			
			834.193,77
D. Rechnungsabgrenzungsposten			15.608,00
			1.266.240,59

Informationsmaterialien des Bürger- und Verkehrsvereins

Tourist & Ticket-Center, An der Neckarbrücke 1, 72072 Tübingen

Öffentliche Stadtführungen

Öffentliche Stocherkahnfahrten

Angebote

Informationsmaterialien des Bürger- und Verkehrsvereins

Tourist & Ticket-Center, An der Neckarbrücke 1. 72072 Tübingen

Titel: Freizeit in Tübingen
DIN lang, 52 Seiten
Auflage: 35.000 Ex
Laufzeit: 2 Jahre

Titel: Essen und Trinken in Tübingen
DIN lang, 100 Seiten
Auflage: 24.000 Ex
Laufzeit: 1 Jahr

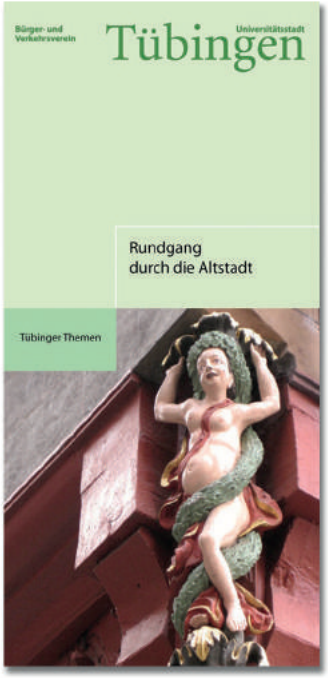
Titel: Tübinger Termine
DIN lang, 40 Seiten
Auflage: 24.000 Ex
Laufzeit: 1 Jahr

Titel: Tübinger Gastgeber
DIN lang, 60 Seiten
Auflage: 30.000 Ex
Laufzeit: 2 Jahre

Titel: Tübingen auf einen Blick
DIN lang Faltblatt, 10 Seiten
Auflage: 40.000 Ex etc.
Laufzeit 2017 ff.
Sprachen: D / GB / F / E / I / P
J / Chin / RUS

Titel: Ausflüge in die Umgebung
DIN lang Faltblatt, 10 Seiten
Auflage: 5.000 Ex etc.
Laufzeit 2017 ff.
Sprachen: D / GB / F /

Titel: Museen und Sammlungen
DIN lang Faltblatt, 10 Seiten
Auflage: 5.000 Ex etc.
Laufzeit 2017 ff.
Sprachen: D / GB / F /



Titel: Rundgang durch die Altstadt
DIN lang Faltblatt, 12 Seiten
Auflage: 5.000 Ex etc.
Laufzeit 2017 ff.
Sprachen: D / GB / I / E

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!