

Jahresbericht 2015

Tourismus und Marketing



Kultur, Tourismus und Marketing
Karlstraße 58
78166 Donaueschingen

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	2
1 Tourismus in Zahlen	3
1.1 Übernachtungen.....	3
1.2 Erlebnisführungen	8
1.3 Klassifizierungen	10
1.4 Prospektanfragen.....	10
1.5 E-Bike-Verleih	11
1.6 Webpräsenz	11
1.7 Erste Tendenzen aus der Online-Gästebefragung	12
2 Aufgaben, Projekte und Highlights	13
2.1 Donaueschingen	13
2.2 Kooperation Quellregion Donau	15
3 Ausblick 2016.....	16

1 Tourismus in Zahlen

1.1 Übernachtungen

Übernachtungszahlen Donaueschingen 2015, 2014 und 2013

	2015	Veränderung gegen Vorjahr	2014	2013
Übernachtungen Gesamt	221.191	+ 8,2 %	204.468	196.692
Davon aus Deutschland	176.748	+ 4,3 %	169.391 (82,8 %)	164.701 (83,7 %)
Davon aus dem Ausland	44.443	+ 26,7 %	35.077 (17,2 %)	31.991 (16,3 %)
Davon Schweiz	16.038	+ 5,1 %	15.253	15.354
Davon China	5.826	Aussage nicht sinnvoll	412	166
Davon Niederlande	3.320	+ 3,0 %	3.224	2.579
Davon Frankreich	2.886	+ 6,5 %	2.710	3.053
Weitere Länder	Italien (+ 14,4 %), Österreich (+ 22,2 %), Spanien (+ 11,6 %), Russland (- 32,3 %), alle zwischen ca. 1.800 und ca. 800 Übernachtungen.			
Ankünfte Gesamt	83.310	+ 17,3 %	71.008	69.631
Davon aus Deutschland	57.256	+ 8,5 %	52.755	52.739
Davon aus dem Ausland	26.054	+ 42,7 %	18.253	16.892
Aufenthaltsdauer	2,7 Tage	- 6,9 %	2,9 Tage	2,8 Tage

(Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; erfasst werden Betriebe ab 10 Betten)

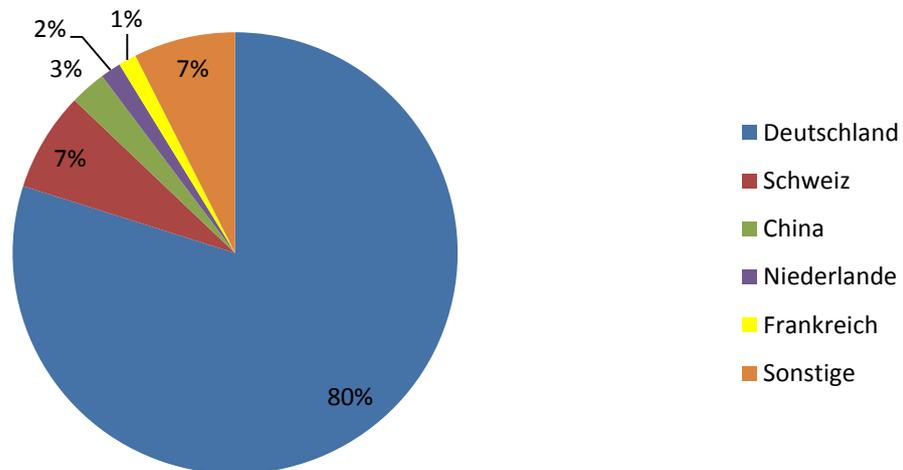
Von Januar bis Dezember 2015 sind die Übernachtungen in Donaueschingen im Vergleich zum Vorjahr um 8,2 % und die Gästeankünfte um 17,3 % laut dem Statistischen Landesamt Baden-Württemberg gestiegen.

Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer ist auf 2,7 Tage gesunken, was an der enormen Steigerung der Ankünfte im Vergleich zu der sehr guten Steigerung der Übernachtungen liegt.

Übernachtungen und Ankünfte aus dem Ausland wurden mit + 26,7 % bzw. + 42,7 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum gemeldet. Die Übernachtungen und Ankünfte aus dem Inland verzeichnen ein Plus von 4,3 % bzw. 8,5 %.

Übernachtungen 2015

Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg

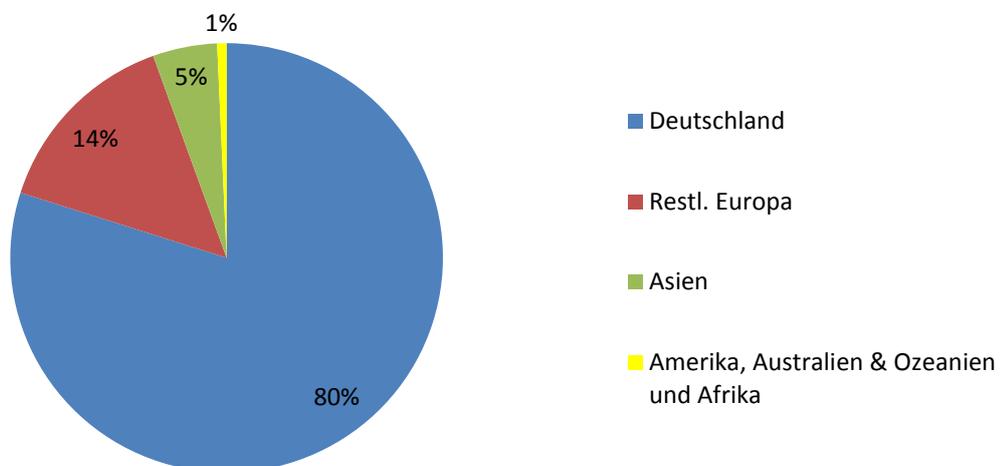


Das Ausland hat weiter an Anteilen im Vergleich zum Inland zugelegt, so dass nun bereits ca. 20 % der Übernachtungen aus dem Ausland sind (noch 17,2 % im Vorjahr). Trotzdem ist Deutschland immer noch mit 80 % der stärkste Markt.

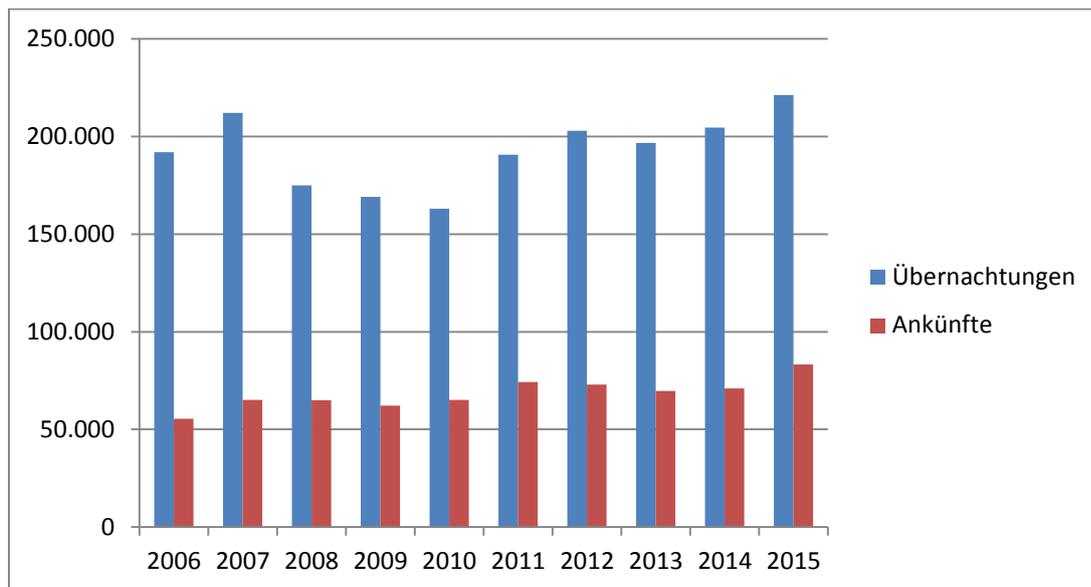
Interessant zu beobachten ist, dass sich China in diesem Jahr zum zweitstärksten ausländischen Markt nach der Schweiz für Donaueschingen entwickelt hat. Ansonsten sind wie im Vorjahr die Schweiz, Niederlande und Frankreich die stärksten ausländischen Märkte.

Übernachtungen 2015 nach Kontinenten

Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg



Übernachtungen und Ankünfte Stadt Donaueschingen von 2006 bis 2015

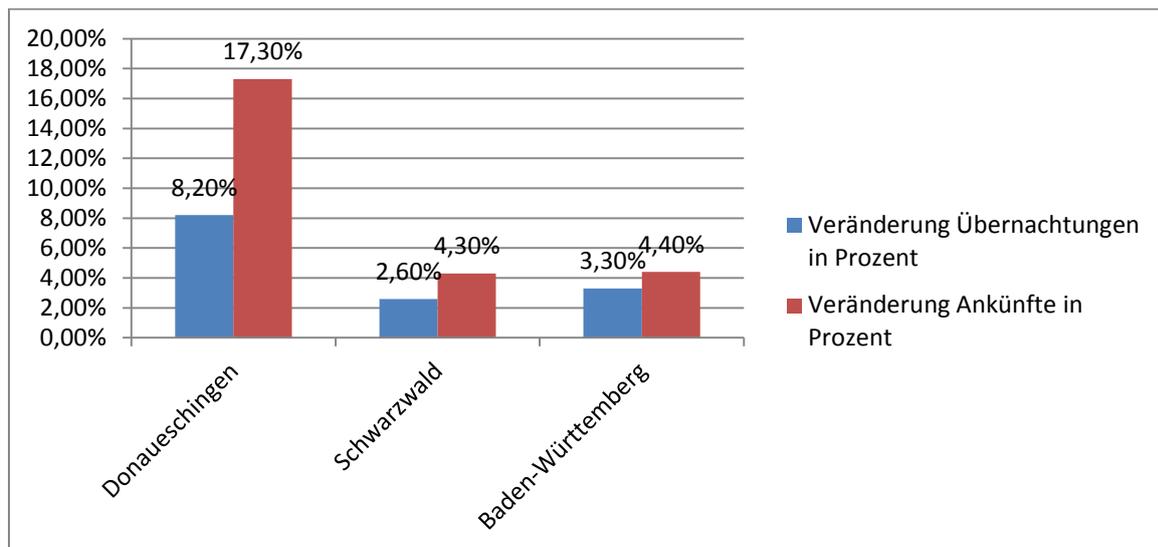


Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg

Nach dem Rückgang in den Jahren 2008 – 2010 konnte in den vergangenen Jahren ein positiver Trend verzeichnet und im Jahr 2015 erstmals die Übernachtungszahlen von 2007 (212.057 Übernachtungen) wieder übertroffen werden. Dies ist besonders bemerkenswert, da die Steigerungen in den letzten Jahren trotz der dreijährigen Sanierung an der Donauquelle und den Bauarbeiten im Residenzbereich erreicht werden konnten.

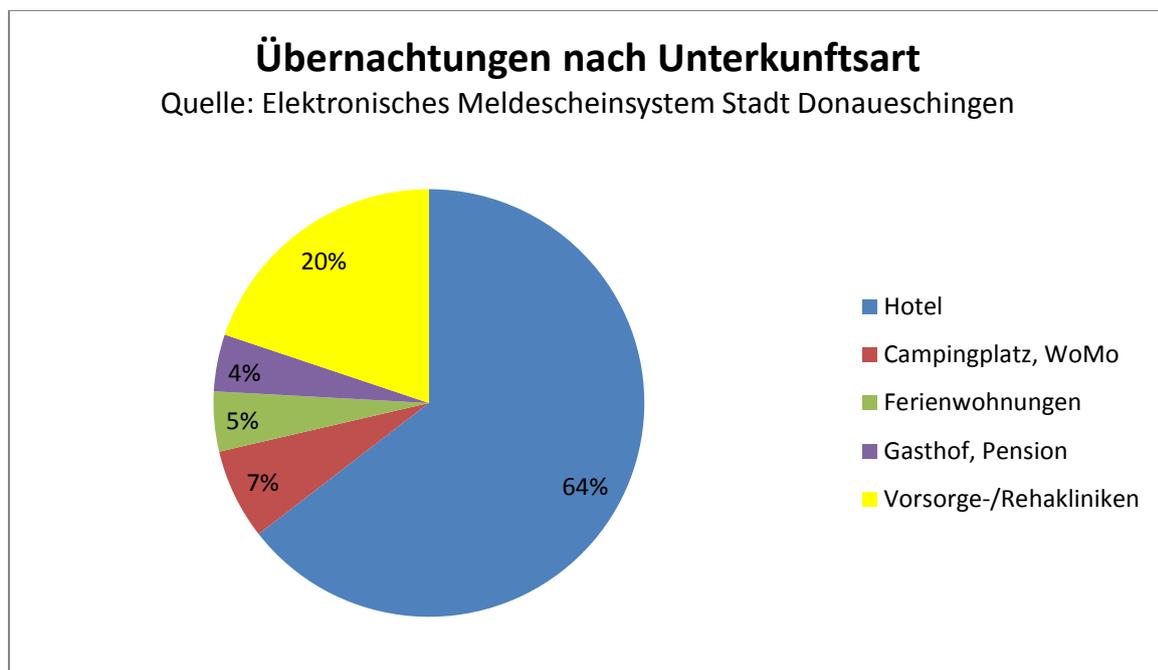
Die Grafik zeigt allerdings auch, dass für die gleichen Übernachtungszahlen heutzutage mehr Ankünfte (2007: 65.038, 2014: 71.008, 2015: 83.310) generiert werden müssen. Das bedeutet, dass mehr Gäste angesprochen werden müssen, um auf die gleichen Zahlen zu kommen, als noch vor einigen Jahren. Dies ist ein Trend, der deutschlandweit zu beobachten ist. Trotzdem ist die durchschnittliche Aufenthaltsdauer von 2,7 Tagen in Donaueschingen wie im Schwarzwald noch gut – der Durchschnitt in Baden-Württemberg liegt bei 2,5 Tagen.

Veränderung Übernachtungen und Ankünfte 2015 im Vergleich zum Vorjahr



Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg

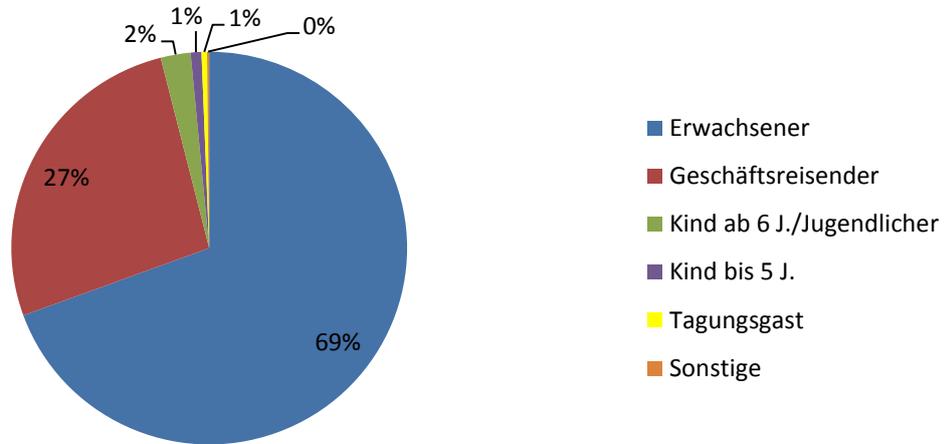
Im Vergleich zum Schwarzwald und zu Baden-Württemberg kann Donaueschingen im Jahr 2015 sowohl bei den Übernachtungen als auch bei den Ankünften viel höhere Zuwachsraten vorweisen.



Laut den Zahlen des elektronischen Meldescheinsystems der Stadt Donaueschingen beherbergen die Hotels mit ca. 64 % den größten Anteil der Übernachtungen in Donaueschingen. In Ferienwohnungen, Gasthöfen und Pensionen wurden in 2015 insgesamt knapp 13.000 Übernachtungen gezählt.

Übernachtungen nach Kategorien

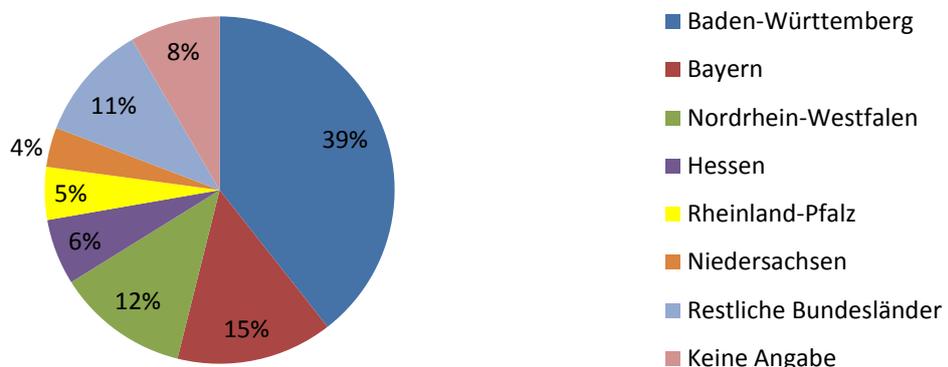
Quelle: Elektronisches Meldescheinsystem Stadt Donaueschingen



Ca. 27 % aller Übernachtungsgäste in Donaueschingen sind Geschäftsreisende nach den Zahlen des elektronischen Meldescheinsystems. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass nur Personen, die in Donaueschingen arbeiten als Geschäftsreisende definiert werden. Geschäftsreisende, die in umliegenden Gemeinden arbeiten, werden zu den Erwachsenen gezählt. Wie sich hieran zudem erkennen lässt, haben Kinder und Jugendliche und somit auch Familien als Zielgruppe, für den Tourismus in Donaueschingen bisher kaum eine Bedeutung.

Übernachtungen nach Bundesländern

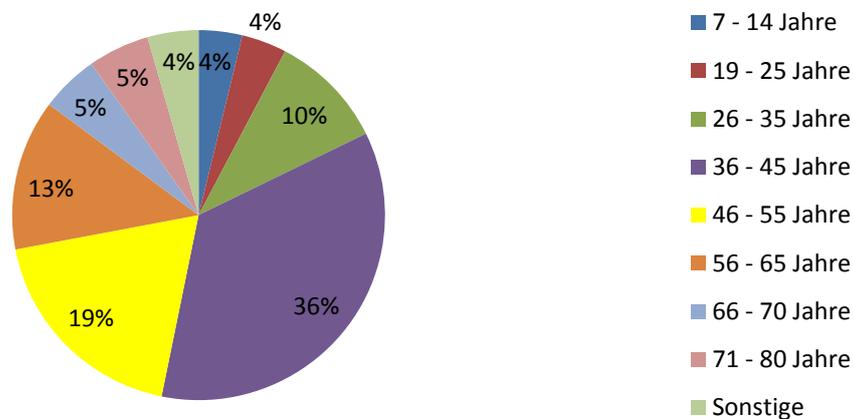
Quelle: Elektronisches Meldescheinsystem Stadt Donaueschingen



Innerhalb der Übernachtungen aus Deutschland wurden die meisten Übernachtungen von Gästen aus dem eigenen Bundesland (39 %) generiert. Danach folgten Bayern und Nordrhein-Westfalen mit 15 bzw. 12 %.

Übernachtungen nach Alter

Quelle: Elektronisches Meldescheinsystem Stadt Donaueschingen



Die stärkste Zielgruppe nach Alter sind die 36 – 45-Jährigen mit 36 %. 42 % aller Übernachtungen sind allerdings von Gästen im Alter über 46 Jahre verzeichnet worden.

1.2 Erlebnisführungen

Gebuchte Gruppenführungen

Im Jahr 2015 wurden insgesamt 140 Erlebnisführungen für Gruppen mit 2.800 Teilnehmern gebucht. Im Vergleich zum Vorjahr bedeutet dies ein Rückgang von ca. 9 % bei den Führungen und ca. 12,5 % bei den Teilnehmern. Allerdings ist hierbei zu berücksichtigen, dass der Rückgang vor allem durch den starken Rückgang der gebuchten Schlossführungen zustande kommt. Die Buchungen der Erlebnisführungen ohne die Schlossführungen konnten im Gegensatz dazu sogar um 4,8 % gesteigert werden.

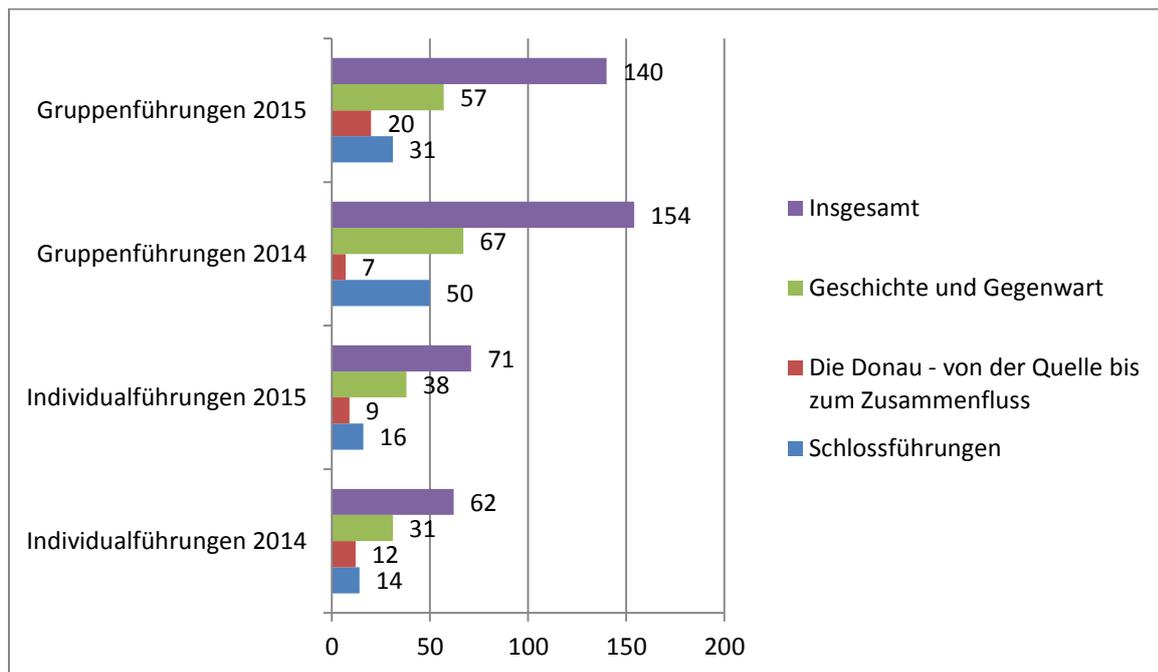
Gebucht wurde wie in den Vorjahren vor allem die Führung „Donaueschingen - Geschichte und Gegenwart“ mit 57 Führungen und 1.271 Teilnehmern, die somit allerdings zurückgegangen sind. Dafür konnte die Erlebnisführung „Die Donau – von der Quelle bis zum Zusammenfluss“ auf 20 Führungen mit 394 Teilnehmern zulegen. Für die weiteren Themenführungen konnten ähnliche Buchungen wie im Vorjahr verzeichnet werden.

Individualführungen

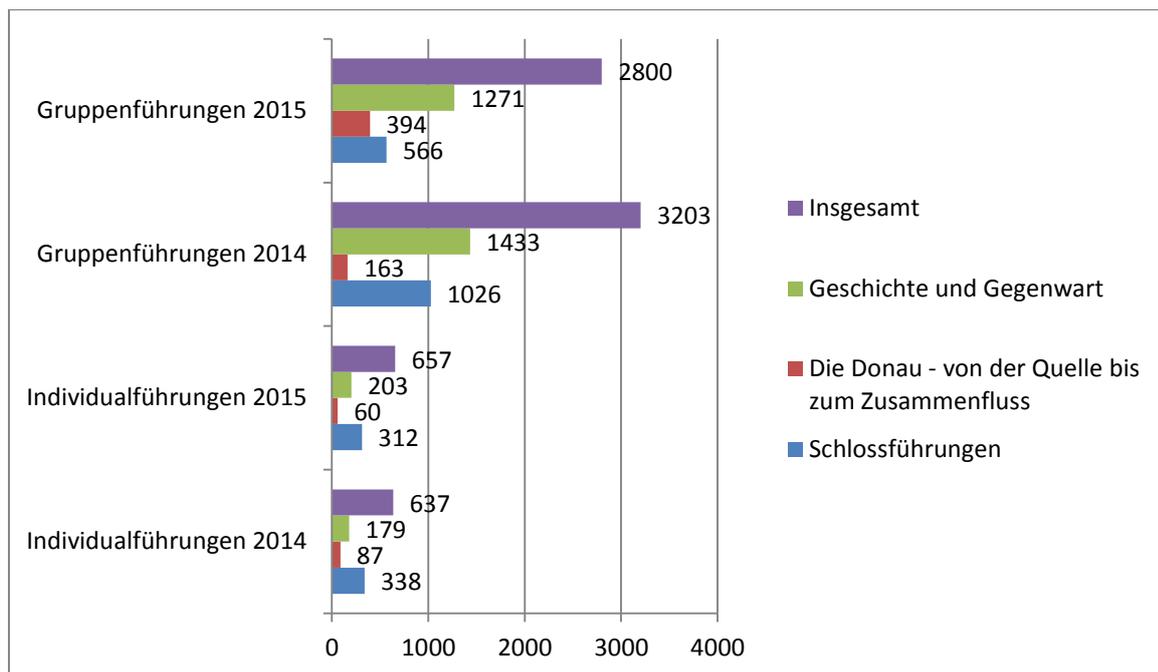
Die angebotenen öffentlichen Erlebnisführungen für Individualreisende konnten nach den starken Zuwächsen im letzten Jahr nochmals um 14,5 % gesteigert werden.

Die wöchentlich stattfindende Führung „Donaueschingen – Geschichte und Gegenwart“ macht wiederum den größten Anteil mit 38 Führungen und 203 Teilnehmern aus. Im Schnitt nahmen ca. 5-6 Personen pro Führung teil (ähnlich wie 2014).

Anzahl Führungen 2015 und 2014

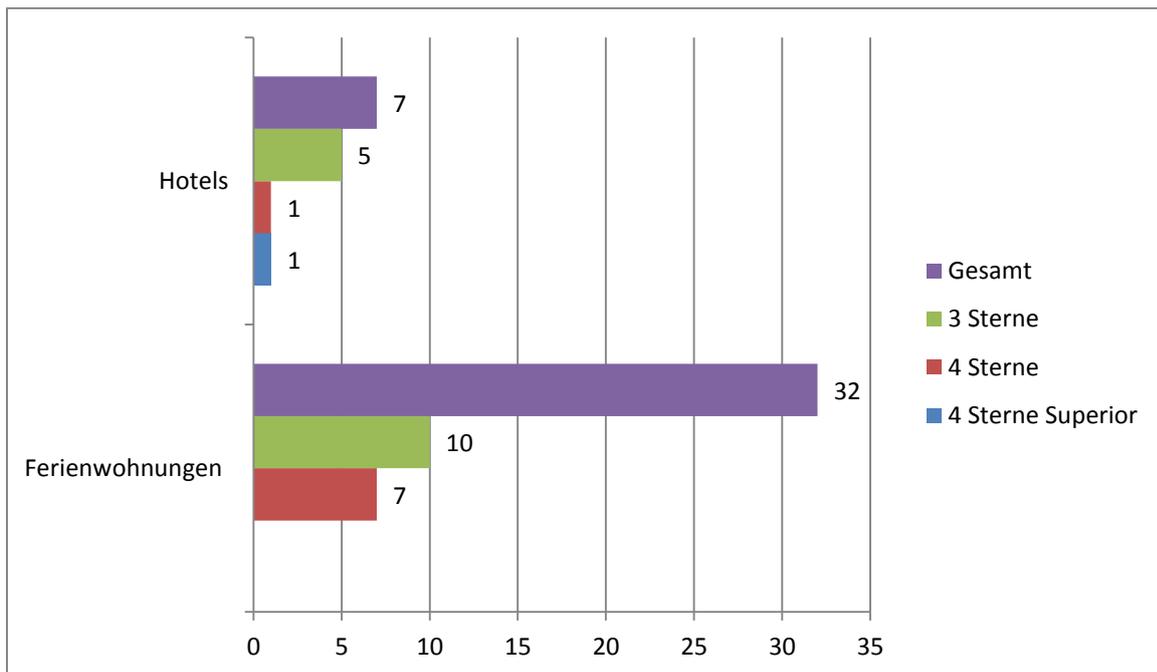


Anzahl Teilnehmer 2015 und 2014



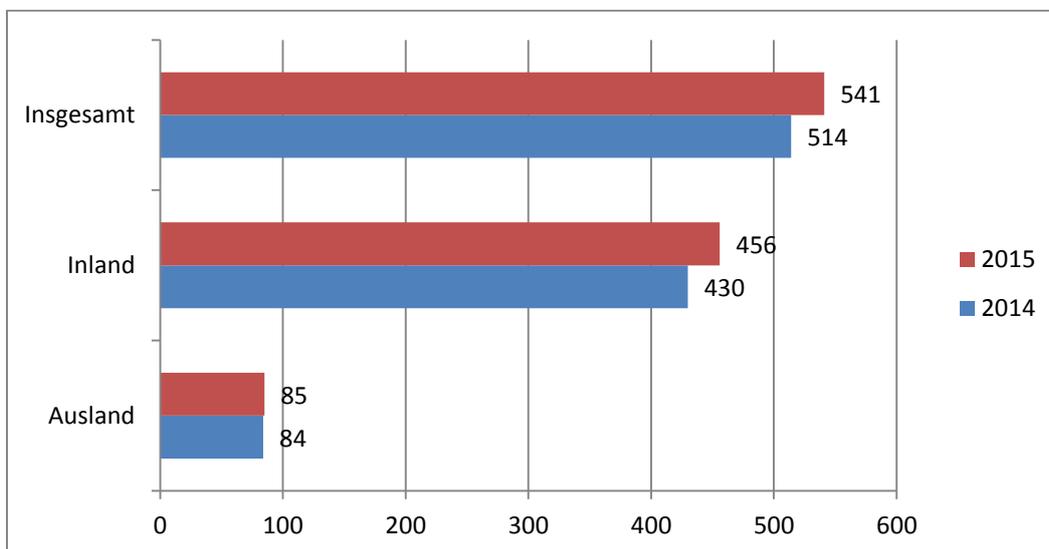
Aufgrund der abgeschlossenen Sanierung der Donauquelle und der seit 2016 in das Angebot aufgenommene Erlebnisführung „Die Donauquelle“ (ca. 30 – 45-minütige Führung direkt an der Donauquelle) wird erwartet, dass die Führungszahlen sowohl bei den Gruppen als auch bei den öffentlichen Terminen insgesamt weiter steigen werden.

1.3 Klassifizierungen



In Donaueschingen sind alle sieben Hotels nach DEHOGA klassifiziert sowie aktuell 17 der insgesamt 32 Ferienwohnungen mit den Sternen des Deutschen Tourismusverbandes ausgezeichnet.

1.4 Prospektanfragen

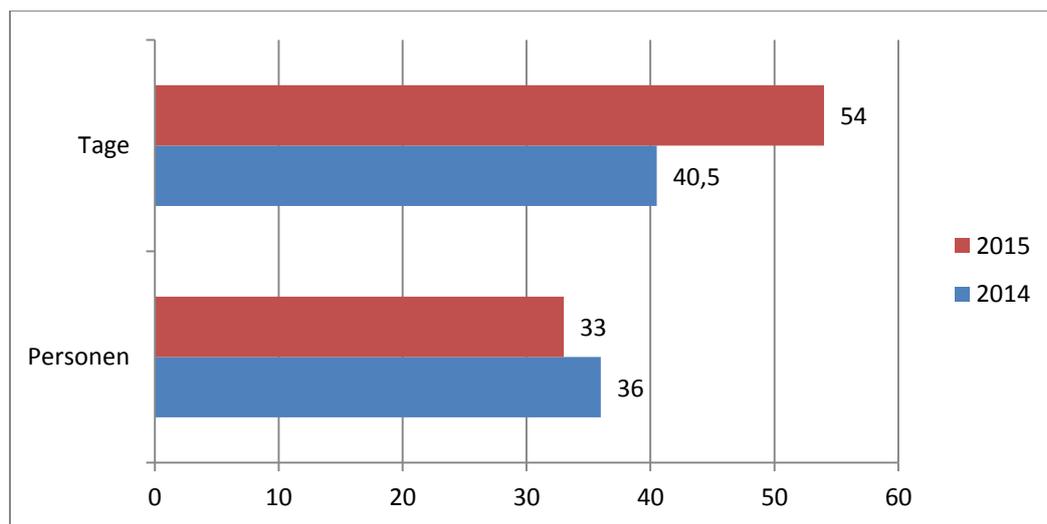


Die Tourist-Information bearbeitete im Jahr 2015 über 541 Prospektanfragen aus dem In- und Ausland. Insgesamt wurden knapp 2.200 Prospekte per Post oder E-Mail versendet, davon vor allem die Imagebroschüre sowie der Stadtplan. Die größte Nachfrage kam wie im Vorjahr aus den Bundesländern Baden-Württemberg, Nordrhein-Westfalen und Bayern. Die Anfragen aus dem Ausland kamen vor allem aus der Schweiz, Frankreich, Österreich und

den Niederlanden. Diese Zahlen decken sich somit ungefähr mit den stärksten Märkten der Übernachtungen.

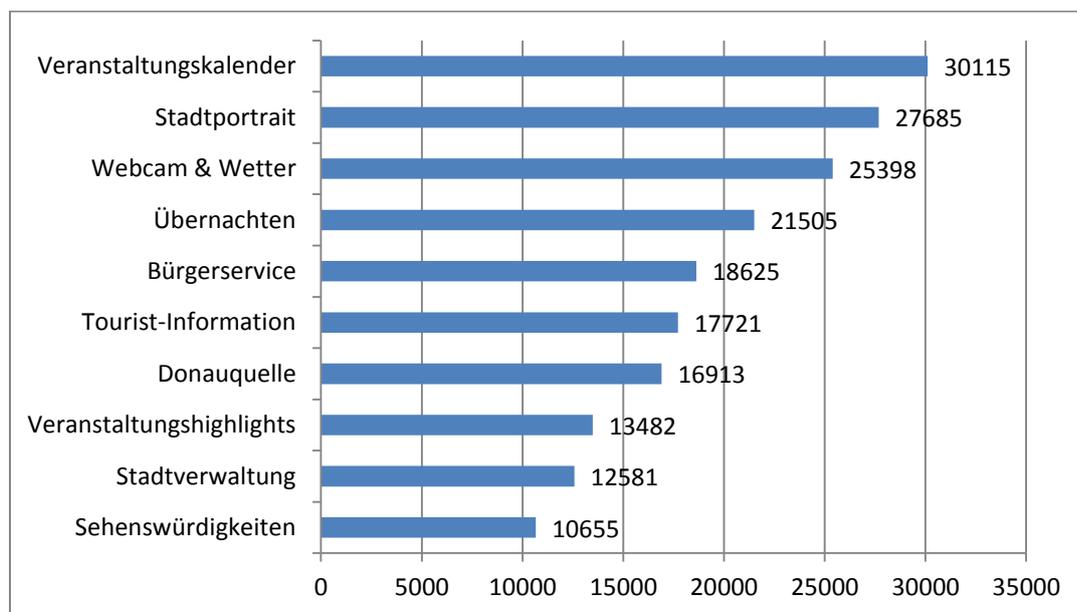
1.5 E-Bike-Verleih

Der E-Bike-Verleih ist ein touristisches Angebot, das mittlerweile zum Standard vieler Städte gehört und wird in Donaueschingen seit der Einführung in 2012 immer häufiger genutzt.



1.6 Webpräsenz

Die meist besuchten Seiten der städtischen Webseite im Jahr 2015:



Im Jahr 2015 wurde auf die städtische Webseite 1.059.123-mal (1.074.693-mal in 2014) von insgesamt 210.655 Besuchern (2014: 197.128) zugegriffen. Dies bedeutet, dass die Seite im Vergleich zum Vorjahr von mehr Personen (+ 7%) besucht wurde, allerdings die Zugriffe auf

die einzelnen Seiten leicht um 1 % zurückgegangen sind. Der Veranstaltungskalender wurde am häufigsten aufgerufen. Anhand der Zahlen zeigt sich, dass zwar ein gesteigertes Interesse an der Seite besteht, aber sich die Besucher weniger auf der Webseite verweilen und wichtige touristische Seiten wie die Donauquelle im Vergleich wenig besucht werden. Dies deutet darauf hin, dass man in naher Zukunft eine Überarbeitung oder Neugestaltung der Seite, die in dieser Art seit Ende 2011 besteht, in Betracht ziehen sollte. Das Sachgebiet Tourismus und Marketing wird diese Zahlen weiter auswerten und eine mögliche Erneuerung im Rahmen der geplanten Erarbeitung einer neuen Corporate Identity berücksichtigen.

1.7 Erste Tendenzen aus der Online-Gästebefragung

Im Herbst 2015 wurde eine Online-Gästebefragung eingerichtet. Die Zahl der Umfrageteilnehmer war momentan allerdings noch so gering, dass noch keine statistisch verlässlichen Zahlen verwertet werden können.

Folgende Tendenzen lassen sich jedoch bereits erkennen:

- Die meisten Gäste reisen mit dem PKW an
- Der PKW ist auch das meist genutzte Verkehrsmittel während des Aufenthaltes
- Die meisten Befragten waren mit dem (Ehe-)Partner vor Ort
- Die meisten Befragten wurden auf Donaueschingen über Freunde/Bekannte/Verwandte sowie über die Tourist-Information aufmerksam
- Die Leistungen der Tourist-Information (wie Freundlichkeit, Beratung, Öffnungszeiten,...) wurden durchgehend mit sehr gut oder gut bewertet
- Die Internetseite wurde mit gut bis befriedigend bewertet
- Die Motive für den Aufenthalt waren vor allem Erholung und Natur
- Die Mehrheit der Befragten würde Donaueschingen wieder besuchen und die Stadt auch weiterempfehlen
- Alle Befragten möchten bzw. haben die Donauquelle besichtigt
- Die Mehrheit der Befragten hat die Einkaufsmöglichkeiten genutzt
- Die Mehrheit der Befragten kann sich vorstellen, vor dem Start auf den Donau-Radweg noch Zeit in Donaueschingen zu verbringen. Eine Tendenz darüber, welche Aktivität dabei am liebsten gemacht werden würde, kann noch nicht erkannt werden.

Ob sich diese Tendenzen auch mit einer steigenden Beteiligung bestätigen werden, muss im Laufe des Jahres 2016 beobachtet und ausgewertet werden.

2 Aufgaben, Projekte und Highlights

2.1 Donaueschingen

Das Sachgebiet Tourismus und Marketing umfasst drei Vollzeitstellen, zwei Teilzeitstellen sowie eine Auszubildende. Neben der Betreuung der Gäste vor Ort, per E-Mail und Telefon sowie dem Kartenverkauf für unterschiedlichste Veranstaltungen, Verkauf von Schwimmbadkarten, Zimmervermittlung, Organisation von Stadtführungen und Pauschalen, Verkauf von Souvenirs und sonstigen Angeboten sowie der Mitwirkung bei der Organisation der Musiktage, umfasst das Sachgebiet Tourismus und Marketing eine Reihe weiterer Tätigkeitsschwerpunkte. Hierbei wurden u.a. folgende weitere Projekte und Maßnahmen im Jahr 2015 durchgeführt.

Gläserne Baustelle an der Donauquelle

Im Mai 2015 wurde die Gläserne Baustelle an der Donauquelle eingerichtet. Das Sachgebiet Tourismus und Marketing organisierte dies mit u.a. folgenden Maßnahmen:

- Gestaltung eines Informationsflyers zu den Sanierungsarbeiten
- Ausführliche Informationen zur Gläsernen Baustelle auf der städtischen Webseite
- Erstellung und Präsentation eines Films zur Sanierung auf der städtischen Webseite
- Informationstafeln auf dem Kirchplatz
- Gestaltung eines Ausmalbildes für Kinder
- Umzug der Sitzbank Mutter Baar auf den Kirchplatz
- Baustellenführung im Rahmen des Internationalen Donautags durch Herrn Beck
- Aktives Hinweisen auf die Angebote bei allen Beratungsgesprächen
- Werbemaßnahmen z.B. auf Facebook, im Mitteilungsblatt, mehrere Werbeanzeigen in der Region und angrenzenden Schweiz
- Presseinformation

Weitere Aufgaben, Projekte und Maßnahmen 2015:

Bereich Förderung des Tourismus:

- Strategieplanung und -umsetzung:
 - o Planungen für die Erstellung des Tourismuskonzeptes
 - o Planungen für die Vermarktung der Donauquelle nach dem Sanierungsende sowie Durchführung erster Maßnahmen (z.B. Information an Busunternehmen, Anzeigen, Flyer neue Führung „Die Donauquelle“)
 - o Verlegung Startpunkt Donau-Radweg auf den Lammplatz
- Planungen zum Informationsterminal am Kiosk an der Donauquelle
- Einrichtung von öffentlichem WLAN auf dem Max-Rieple-Platz

- Einrichtung einer Online-Gästebefragung
- Überarbeitung der touristischen Hinweistafeln an der A81
- Neugestaltung der Informationstafeln an den Parkplätzen der B27
- Abrechnung der Kurtaxe/Meldescheinwesen
- Zusammenarbeit mit Kommunen, Verbänden und Organisationen
 - o Kooperation Quellregion Donau
 - o Initiative „Junge Donau“ der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT), Tourismusmarketing GmbH Baden-Württemberg und Bayern Tourismus Marketing GmbH
 - o Arbeitskreis Tourismus Schwarzwald-Baar-Kreis
 - o Arbeitskreis „Städte“ der Schwarzwald Tourismus GmbH
 - o Arbeitsausschuss der Arbeitsgemeinschaft Deutsche Donau
 - o Vereinigung Grüne Straße
 - o Naturpark Südschwarzwald e.V.
 - o Zusammenarbeit mit Nachbargemeinden und örtlichen Leistungsträgern

Bereich Tourismusmarketing:

- Entwicklung von Angeboten und Pauschalen (z.B. neue Erlebnisführung „Die Donauquelle, Radpauschale und Reitturnierpauschale)
- Erstellung des monatlichen Veranstaltungskalenders
- Schaltung und Gestaltung von über 20 Werbeanzeigen bzw. Beteiligungen in Medien
- Neuauflage bzw. Nachbestellung diverser Printmedien und Merchandising-Artikeln (z.B. Stadtplan, Flyer zur neuen Führung „Die Donauquelle“ und Stofftaschen)
- Regelmäßige Pflege von Onlineportalen

Bereich Pressewesen/Öffentlichkeitsarbeit:

- Umfangreiche Presse- und Öffentlichkeitsarbeit mit ca. 70 verfassten Pressemitteilungen, monatlichem Newsletter und regelmäßigen Beiträgen bei Facebook
- Programmgestaltung für 2 Inforeisen im Rahmen der Initiative „Junge Donau“
- Informationsstand am Fest der Pferde in Zusammenarbeit mit der Kunstschule

Bereich Reitturnier Donaueschingen GmbH:

- Organisation des Festumzugs zum Internationalen Reitturnier
- Koordination der städtischen Einladungen zum Internationalen Reitturnier
- Organisation des städtischen Empfangs zur Para-WM im Bogenschießen
- Kaufmännische und administrative Aufgaben (z.B. Rechnungsstellung, Überwachung Wirtschaftsplan, Kommunikation mit Veranstaltern,...)

Bereich Stadtmarketing:

- Organisation, Planung und Umsetzung von Neuerungen am Gregorifest in Zusammenarbeit mit der Narrenzunft Frohsinn, dem Kinder- und Jugendbüro und der Kunstschule
- Organisation von Aktionen zum Internationalen Donautag u.a. in Zusammenarbeit mit dem Umweltbüro
- Organisation einer Aktion auf dem Bahnhof Donaueschingen zum Jubiläum der Donautalbahn
- Zusammenarbeit mit dem Gewerbeverein

Veranstaltungshighlights 2015:

Veranstaltung	Termin
10. Rock ´n´ Roll City Jamboree	24.04. – 25.04.2015
HörBa(a)r	07.05. – 10.05.2015
upgrade Festival Neue Musik Vermittlung	15.05. – 17.05.2015
Donaueschinger Regionale	12.06. – 05.07.2015
Internationaler Donautag	28.06.2015
Gregorifest	29.06.2015
Radsternfahrt	04.07.2015
Reitturnier Fest der Pferde	30.07. – 02.08.2015
14. Jazznacht	15.08.2015
World Archery Para Championships	23.08. – 30.08.2015
Kulinarische Einkaufsnacht	10.09.2015
58. S.D. Fürst Joachim zu Fürstenberg-Gedächtnisturnier mit Festumzug	17.09. – 20.09.2015
Jubiläum Donautalbahn	26.09.2015
Herbstfest	03.10.2015
Donaueschinger Musiktage	16.10. – 18.10.2015
Weihnachtsmarkt	12.12. – 13.12.2015

2.2 Kooperation Quellregion Donau

Das Ziel der Kooperation Quellregion Donau ist, die Städte Donaueschingen, Hüfingen und Bräunlingen gemeinsam touristisch besser zu vermarkten. Durch die Kooperation können vor allem die wichtigen Themen wie Radfahren und Wandern besser bearbeitet werden, da ein größeres Spektrum angeboten werden kann.

Im Jahr 2015 wurden u.a. folgende Projekte und Veranstaltungen gemeinsam umgesetzt:

- Erweiterung der bestehenden App auch für Android (aktiv seit Januar 2016)
- Antragsstellung beim Naturpark Südschwarzwald für die Förderung des Projektes Wandern in 2016
- Organisation und Durchführung der jährlichen Saison-Radtour auf Donaueschinger Gemarkung
- Durchführung von 3 Messebesuchen
- Schaltung von ca. 20 gemeinsamen Werbeanzeigen bzw. Beteiligungen in Medien
- Erstellung der Imagebroschüre in Englisch und Französisch

3 Ausblick 2016

Für Donaueschingen stehen u.a. folgende Themen für 2016 im Fokus:

- Organisation des DonauquellFests
- Strategische Planung und Umsetzung der Vermarktung der neu sanierten Donauquelle
- Fertigstellung des Tourismus-Konzeptes
- Erste Umsetzungsmaßnahmen des Tourismus-Konzeptes
- Vorplanungen zur Erarbeitung einer neuen Corporate Identity der Stadt
- Fertigstellung des Informationsterminals an der Donauquelle
- Erweiterung des Angebots an Merchandising-Artikeln
- Anschaffung einer neuen Kasse für die Tourist-Information
- Beteiligung an der Tour Ginkgo

Für 2016 sind u.a. folgende gemeinsamen Projekte der Quellregion Donau vorgesehen:

- Planung der weiteren Strategien und Maßnahmen aufbauend auf das Tourismus-Konzept der Stadt Donaueschingen
- Bearbeitung des Themas Wandern, Erstellung einer entsprechenden Broschüre
- Zertifizierung der Paradiestour Quellregion Donau-Runde als kurzer Qualitätsweg „Kulturerlebnis“ des Deutschen Wanderverbandes
- Anbieten einer Gastgeberschulung im Herbst 2016
- Durchführung von Marketingmaßnahmen und Messebesuchen
- Erstellung eines Gästeprogrammheftes von Mai – Oktober
- Neuauflage der Radbroschüre
- Organisation und Durchführung der Saison-Radtour