

Beratungsfolge	Sitzung am	Status	Zuständigkeit
Verwaltungsausschuss	05.07.2019	öffentlich	Kenntnisnahme

## **Bericht Tourismusförderung und Statusbericht Freizeitwegekonzeption**

### **I. Beschlussantrag**

1. Das Gremium nimmt Kenntnis von den Arbeitsschwerpunkten und den Planungen der Tourismusförderung des Landkreises Göppingen.
2. Das Gremium nimmt Kenntnis vom aktuellen Umsetzungs- und Kostenstand der Freizeitwegekonzeption für den Landkreis Göppingen.

### **II. Sach- und Rechtslage, Begründung**

#### **1) TÄTIGKEITSBERICHT TOURISMUSFÖRDERUNG**

##### **A) Übernachtungszahlen des Statistischen Landesamtes für 2018**

Der Landkreis Göppingen hat für das Kalenderjahr 2018 einen leichten Rückgang von 1,7 Prozent bei den Übernachtungszahlen zu verzeichnen. Insgesamt wurden im letzten Jahr 589.685 Übernachtungen verbucht. In Zahlen ausgedrückt sind dies 10.245 Übernachtungen weniger im Vergleich zum Vorjahr, in dem der Stauferkreis mit einem Plus von 5,2 Prozent die höchste Zuwachsrate im gesamten Regierungsbezirk Stuttgart verzeichnen konnte.

Auch die Anzahl an Schlafgelegenheiten sowie die Anzahl an Beherbergungsbetrieben haben im Vergleich zum Vorjahr abgenommen: es standen im letzten Jahr 33 Betten und drei Betriebe weniger für Gäste zur Verfügung. Dies ist hauptsächlich auf den Abriss des Apostel-Hotels in Göppingen sowie die aufwendige Sanierung der Jugendherberge in Hohenstaufen zurückzuführen. Die Bettenauslastung ist dadurch im Vergleich zum Vorjahr leicht auf 38,7 Prozent gestiegen, die durchschnittliche Aufenthaltsdauer bleibt mit 2,6 Tagen konstant.

Jahr	Schlaf- gelegenheiten	Übernachtungen	Aufenthaltsdauer	Auslastung
2013	4.460	513.619	2,7 Tage	33,4 %
2014	4.473	537.757	2,7 Tage	35,7 %
2015	4.400	553.486	2,6 Tage	37,5 %
2016	4.654	570.200	2,6 Tage	37,1 %
2017	4.640	599.930	2,6 Tage	38,6 %
2018	4.607	589.685	2,6 Tage	38,7 %

Betrachtet man die Entwicklung der Übernachtungszahlen seit 2013, dann kann der Landkreis mit einem Zuwachs der Übernachtungszahlen von 14,8 Prozent aufwarten. Zu beachten ist, dass im Landkreis der Tagestourismus eine weitaus größere Rolle spielt. Die durch die Tagesgäste generierte Wertschöpfung findet in den jährlichen Berechnungen des Statistischen Landesamts allerdings keine Berücksichtigung.

Im Vergleich mit den anderen Landkreisen in der Umgebung musste der Landkreis Heidenheim einen deutlichen Rückgang der Übernachtungszahlen verzeichnen. Dort wurden 5,7 Prozent weniger Übernachtungen als im Vorjahr registriert. Insgesamt konnte im Land Baden-Württemberg jedoch ein neuerlicher Rekord verzeichnet werden, denn die Übernachtungszahlen stiegen landesweit auf 54,9 Mio., was einem Plus von 3,6 Prozent entspricht. Auch die Schwäbische Alb liegt mit einem neuerlichen Zuwachs von 4,2 Prozent der Übernachtungszahlen im Vergleich zum Vorjahr über dem Landesdurchschnitt.

## **B) Entwicklung kreisweiter Tourismusverband**

Mit den Beratungen und Beschlüssen aus vorausgegangenen Sitzungen des Verwaltungsausschusses und des Kreistages wurde die Basis für die aktuelle Organisationsstruktur des Tourismus auf Kreisebene geschaffen. Die zugehörigen Informationen sind aus den Beratungsunterlagen BU KT 2013/19, BU VA 2017/139, BU VA 2018/058, BU VA 2018/126 und BU VA 2018/208 nachzuvollziehen.

In der 2013 durch den Kreistag beschlossenen Tourismuskonzeption (BU KT 2013/19) wurde erstmals die Aufgabenabgrenzung zwischen Landkreis und den lokal agierenden Tourismusverbänden – die Erlebnisregion Schwäbischer Albtrauf e.V. (ESA) und die Touristengemeinschaft Stauferland e.V. (TGS) – aufgegriffen und inhaltlich beschrieben. Dem Landkreis obliegt die strategische Koordination und Steuerung der touristischen Entwicklung sowie Infrastrukturthemen, den Tourismusverbänden die operative Arbeit mit konkreter Angebotsentwicklung und Gästebetreuung.

Aus Sicht der Verwaltung hat sich diese Aufgabenteilung seit Beschluss der Tourismuskonzeption im Jahr 2013 bewährt. Eine enge Abstimmung zwischen Landkreis und Tourismusverband ist Erfolgsfaktor.

Die Professionalisierung der Tourismusverbände war und ist zudem ein essentieller Bestandteil der Tourismuskonzeption und wurde von den Verbänden seit 2013 durch die Kooperationsvereinbarungen mit dem Landkreis konsequent angegangen. Die ESA hat mit der Einrichtung einer Geschäftsstelle und der Etablierung der Arbeit des Verbands einen wichtigen Teil zur Umsetzung der Inhalte der Tourismuskonzeption beigetragen.

Um diese Strukturen langfristig zu festigen, hat der Verwaltungsausschuss in seiner Sitzung vom 30. November 2018 die dauerhafte finanzielle Unterstützung der ESA in Höhe von 90.000 Euro jährlich beschlossen. Dieser Entscheidung vorausgegangen war eine Machbarkeitsstudie zur Organisationsstruktur der Tourismusverbände, die zu einer Stärkung der ESA als kreisweitem Tourismusverband und einer Auflösung der Touristikgemeinschaft Stauferland e.V. geführt haben.

### **Konzeptentwicklung der neuen Erlebnismarke Staufer**

Das für den Landkreis prägende und wichtige Thema der Staufer soll künftig in einer Interessengemeinschaft mit Vertretern der Städte Göppingen und Schwäbisch Gmünd sowie der Landkreise Ostalb und Göppingen bespielt werden. Für den Aufbau dieser neuen Erlebnismarke der Staufer hat das Gremium in seiner Sitzung vom 30. November 2018 eine finanzielle Unterstützung zur Konzeptentwicklung in Höhe von 10.000 Euro beschlossen. Aktuell wird hier unter anderem an einem neuen Corporate Design gearbeitet, das dem Verwaltungsausschuss voraussichtlich in der Sitzung am 25. Oktober 2019 vorgestellt werden kann.

### **Neue Beitragsstruktur und Akquise neuer Kommunen der ESA**

Der finanzielle Bedarf der ESA soll nicht nur durch den Zuschuss des Landkreises, sondern auch durch eine Erhöhung der Mitgliedsbeiträge und durch die Akquise neuer Kommunen gedeckt werden. Dadurch sollen runde 20.000 Euro Mehreinnahmen generiert werden. Der Verband hat in seiner Mitgliederversammlung am 11. April 2019 bereits eine entsprechende Beitragserhöhung beschlossen.

Die Akquise der ehemaligen Mitgliedskommunen der TGS wurde ebenfalls schon durch die ESA angegangen. Mit der Gemeinde Wäschenbeuren konnte auch bereits ein erstes neues Mitglied verzeichnet werden. Mit den weiteren Kommunen fanden zwar erste Gespräche statt, eine Entscheidung soll hier jedoch erst mit den neu gewählten Gemeinderäten getroffen werden.

Des Weiteren plant die Geschäftsstelle der ESA vom Haus des Gastes in Bad Ditzenbach in das neue Gründerzentrum in Salach (ehemaliges Pusch-Data-Gebäude) umzuziehen. Bei der letzten Mitgliederversammlung votierte die Mehrheit der Mitglieder für den Umzug der Geschäftsstelle. Im selben Gebäude ist zudem ein „Albtrauf-Café“ geplant, in dem das regionale Konzept aus dem einstigen Pop-Up-Store in Geislingen/Steige aufgegriffen werden soll.

### **C) Umsetzung der Inhalte der Tourismuskonzeption des Landkreises**

Die Tourismuskonzeption ist durch den Tourismusmanager des Landkreises und mit vielen Partnern im Landratsamt und auf Kreisgebiet seit 2013 systematisch umgesetzt worden. Dies zeigt sich unter anderem in einer Vielzahl an neu geschaffenen Projekten und Maßnahmen:

- Freizeitwegekonzeption mit gezielter Besucherlenkung und Einbindung der relevanten Akteure,

- Zertifizierung der neuen Rundwanderwege Löwenpfade, sowie Auszeichnung der Felsenrunde als zweitschönster Wanderweg Deutschlands 2018,
- Koordination der Regelungen zur Pflege der Wanderwege auf Kreisgebiet
- Steuerung des Interessenaustauschs Mountainbike und Ausweisung von Mountainbikestrecken,
- Profilierung des Kreises als fahrradfreundliche Region, zum Beispiel durch die Klassifizierung des Albtäler-Radwegs, Beteiligungen an der E-Bike-Region Stuttgart, der Route der Industriekultur, der Einführung des RadWanderBusses sowie bei der Planung zweier barrierefreien Radrouten,
- Arbeitskreis Regionale Produkte zur besseren Vermarktung,
- Vereinheitlichung des gemeinsamen Messeauftritts der Kommunen und Verbände aus dem Landkreis auf der CMT in Stuttgart sowie in der Gästezeitung des Schwäbische Alb Tourismusverbandes,
- Vereinheitlichung des Layouts der touristischen Printbroschüren und Marketingmaßnahmen des Kreises in enger Kooperation mit der Standortkommunikation,
- gezielte Vernetzung der touristischen Akteure mit regelmäßigem Austausch auf Kreisgebiet, wie beispielsweise auch einer engeren Zusammenarbeit mit dem DEHOGA oder der IHK Göppingen,
- überregionale Netzwerkarbeit – Vertretung der Interessen des Landkreises, z.B. als Vorsitzender des Marketingausschusses im Schwäbische Alb Tourismusverband, Geopark Schwäbische Alb, Schwäbisches Streuobstparadies, Regio Stuttgart Marketing und Tourismus GmbH etc.,
- Kooperationen mit der Hochschule Geislingen (Betreuung von Studienarbeiten oder Projekten),
- Planung und in Zusammenarbeit mit der Standortkommunikation und dem Straßenverkehrsamt die Koordination der imageverbessernden Maßnahme von Eingangsportalen (Steingabionen) an den Einfahrtsstraßen des Landkreises,
- Gründung der Lenkungsgruppe Geopark auf Kreisebene zur besseren Vernetzung der Akteure und Sichtbarmachung des Themas – hier kommt auch eine engere Zusammenarbeit mit der ESA zum Tragen, denn die ESA ist Bestandteil dieser Gruppe

Die Projekte zeigen deutlich, dass durch die Umsetzung der Tourismuskonzeption eine Vielzahl an neuen Aufgaben hinzugekommen ist, die vorher nicht existierten. Insbesondere das Großprojekt der Freizeitwegekonzeption bündelt innerhalb des Büros für Kreisentwicklung und Kommunikation viele Personalressourcen. Die Umsetzung erfolgte ohne Ausweitung der Stellenkapazitäten. Engpässe wurden im Rahmen der Prioritätensetzung bei den Projekten und intensiver Teamarbeit im Büro für Kreisentwicklung und Kommunikation bewältigt.

Die durch den Landkreis federführend koordinierten Strukturen und Projekte sind als Basis für die touristische Entwicklung des Kreises zu sehen.

## **2) ZWISCHENSTAND FREIZEITWEGEKONZEPTION**

Die Freizeitwegekonzeption für den Landkreis Göppingen war Gegenstand mehrerer Beratungen des Verwaltungsausschusses. Der grundsätzliche Beschluss zur Umsetzung des Projektes wurde am 4. Juli 2014 (BU VA 2014/45) gefasst. Die weiteren Informationen zu den Beratungen für das touristische Infrastrukturprojekt sind in folgenden Beratungsunterlagen nachzuvollziehen: BU VA 2016/077, BU VA 2016/221, BU KT 2016/226, BU VA 2017/139 und BU2018/058. In der aktuellen Beratungsunterlage ist der derzeitige Umsetzungs- und Kostenstand des Projekts dargestellt.

### **Montage der Beschilderung und der Markierung**

Die Beschilderungsarbeiten der im Rahmen einer europaweiten Ausschreibung beauftragten Beschilderungsfirma für die wegweisende Beschilderung des Wanderwegenetzes auf Kreisgebiet sind abgeschlossen. Dabei wurden jeweils 600 neue Stahl- und Holzpfosten gesetzt, rund 6.000 neue Schilder montiert und etwa 16.000 Markierungszeichen an Bäumen, Laternenmasten oder Verkehrszeichen angebracht.

Jeder Pfostenstandort hat dabei eine eigene Standortnummer und ist im digitalen Beschilderungskataster mit detaillierten Informationen und Bildmaterial vermerkt. Das Beschilderungskataster wird über die bereits im Rahmen der Radverkehrskonzeption angeschaffte Software VP-Info zentral über die Tourismusförderung des Landkreises verwaltet. Zudem ist jeder Pfosten-Standort mit einer Standortplakette ausgestattet.

Sie enthält neben den genauen Angaben zum Standort auch die UTM-Koordinaten und eine Servicenummer, die im Falle von Mängeln an der Beschilderung oder am Weg kontaktiert werden kann. Diese Möglichkeit der Kontaktaufnahme wird von den Besuchern auch schon rege genutzt. Es gehen regelmäßig Meldungen zu fehlender/beschädigter Beschilderung oder Hindernissen auf Wegen ein.

Die Markierungsarbeiten für das gesamte Wanderwegenetz sind ebenfalls weitestgehend abgeschlossen. Diese Arbeiten wurden parallel zu den Beschilderungsarbeiten von freiwilligen Helfern, beispielsweise von Vertretern des Schwäbischen Albvereins, durchgeführt. Die Markierungszeichen wurden mit Hilfe von Alunägeln und Holzplatten an Bäumen bzw. mit entsprechenden Aufklebern an Laternenmasten und Verkehrszeichen angebracht.

### **Mountainbikestrecken – Planungsstand und Genehmigungsverfahren**

Im Projektverlauf wurden insgesamt neun neue Mountainbikerouten mit einer Länge von rund 300 Kilometern entwickelt. Für sieben dieser Routen konnten sich die eingebundenen lokalen Interessensgruppierungen um Jagd, Forst, Naturschutz, Landwirtschaft sowie Wander- und Radverbänden bereits einigen. Bei zwei Routen besteht noch weiterer Abstimmungsbedarf.

Für die sieben abgestimmten Routen wurde bereits im Februar 2017 der Antrag auf Prüfung und Genehmigung an die Obere Naturschutzbehörde im Regierungspräsidium in Stuttgart gestellt. Das Genehmigungsverfahren dauert nach mehreren erfolgten Abstimmungsrunden derzeit immer noch an.

Grund hierfür sind die in den betroffenen Naturschutzgebieten jeweils unterschiedlich und recht streng ausgelegten Verordnungen. Die Verwaltung hofft, dass noch in 2019 mit einer Entscheidung zur Ausweisung dieser Strecken gerechnet werden kann.

### **Regelungen zum Wegemanagement**

Wie bereits in der BU VA 2016/077 beschrieben, wird es für das Wegemanagement keine einheitliche Lösung auf Landkreisebene geben. Aufgrund der örtlichen Gegebenheiten, beispielsweise unterschiedlich aktiven Ortsgruppen des Schwäbischen Albvereins, mussten lokale Einzellösungen zur Pflege des Wegenetzes vereinbart werden. Diese notwendigen Vereinbarungen zwischen Kommunen und Albverein sind weitestgehend abgeschlossen.

Der Schwäbische Albverein leistet hier seit Jahrzehnten eine sehr gute Arbeit und hat sich auch im Projekt der Freizeitwegekonzeption als verlässlicher Partner bewährt. Besonders lobenswert ist zudem die Unterstützung der Kommunen bei den anfallenden Pflegearbeiten. Ohne ein entsprechendes Engagement der Städte und Gemeinden bzw. ohne die Einbindung der Bau- oder Betriebshöfe, wäre die Pflege des aktuellen Wegenetzes nicht ausreichend zu bewerkstelligen.

Für die Löwenpfade wird aufgrund der erhöhten Qualitätsanforderungen an die vom Deutschen Wanderverband zertifizierten Wanderwege die Pflege vom Landkreis koordiniert bzw. übernommen. Hier werden Wegepaten mit der Pflege der Löwenpfade beauftragt, die dafür eine Kilometerpauschale in Höhe von 15 Euro pro Kilometer Wanderweg pro Kalenderjahr erhalten.

Um die Qualität der Beschilderung auch in den kommenden Jahren aufrecht zu erhalten, ist ein professionelles Wegemanagement mit zugehörigen Instandhaltungsarbeiten notwendig. Für die Betreuung und die Koordination der damit einhergehenden Aufgaben wird eine Fachkraft zur Betreuung des Wegemanagements im Rahmen einer 450 Euro-Tätigkeit voraussichtlich ab Sommer 2019 eingestellt. Die dadurch entstehenden Kosten sind über das vom Gremium bereits genehmigte jährliche Instandhaltungsbudget (BU VA 2016/077) abgedeckt.

### **Einheitliche Informationstafeln**

Um das Wanderwegenetz direkt in den Kommunen bewerben zu können, wurden an stark frequentierten Orten wie z.B. Bahnhöfen, Wanderparkplätzen etc. Infotafeln geplant. Die Infotafeln wurden dabei nach einem einheitlichen Layout gestaltet und mit Informationen zu den Highlights vor Ort gefüllt. Da die Städte und Gemeinden, abhängig von ihrer Größe und touristischen Ausrichtung, jeweils eine unterschiedliche Anzahl an Infotafeln benötigten, wurden die Kosten für die Anschaffung der Infotafeln von den Kommunen selbst getragen.

Die gesamte Koordination der Erstellung der Infotafeln, von der Datensammlung über die Gestaltung bis hin zur Standortplanung und Umsetzung wurde dabei über die Stelle der Standortkommunikation im Büro für Kreisentwicklung und Kommunikation in enger Zusammenarbeit mit dem Planungsbüro VIA eG aus Köln bewerkstelligt. Auch hier ist die sehr gute Zusammenarbeit des Landkreises mit den Kommunen besonders hervorzuheben.

Ohne diese hätte das Projekt der Freizeitwegekonzeption nicht umgesetzt werden können.

### **Kreisweiter Tourenplaner für den Landkreis Göppingen**

Der neue Tourenplaner des Landkreises Göppingen ist online unter [www.tourenplaner.lk-gp.de](http://www.tourenplaner.lk-gp.de) zu finden. Auf der Seite haben Besucher die Möglichkeit, ihr Freizeitprogramm ganz individuell zusammenzustellen. Die Plattform bietet neben rund 140 Rundwanderungen auf Kreisgebiet auch alle touristischen Radrouten sowie die verschiedensten Sehenswürdigkeiten und einen Überblick zum Gastronomie- und Hotellerieangebot. Die Plattform ist Teil des Projektes der Freizeitwegekonzeption und als Basis für die digitale Bewerbung der touristischen Angebote im Kreis zu sehen.

Die Eingabe der großen Menge an Daten wurde in enger Zusammenarbeit mit der Erlebnisregion Schwäbischer Albtrauf und den Kommunen des Landkreises bewerkstelligt. Da sich Informationen wie Öffnungszeiten, Übernachtungspreise oder geführte Touren häufig ändern, ist der Pflegeaufwand des Tourenplaners recht hoch. Der Tourenplaner kann auch ganz bequem über Tablet oder Smartphone von unterwegs abgerufen werden.

### **Löwenpfade – Zertifizierung, Marketing und Auszeichnung des Löwenpfads Felsenrunde als zweitschönster Wanderweg Deutschlands 2018**

Wie bereits in den Beratungsunterlagen VA 2016/077, VA 2017/139 und VA 2018/058 ausführlich beschrieben, wurde im Rahmen des Projektes die neue Marke der „Löwenpfade“ entwickelt. In enger Abstimmung mit den Städten und Gemeinden des Kreises wurden insgesamt 15 Rundwanderwege entworfen und in einem aufwendigen Verfahren vom Deutschen Wanderverband als Qualitätswanderwege zertifiziert.

Mittlerweile haben sich die Löwenpfade zu einem festen Begriff im Wandertourismus, insbesondere auf der Schwäbischen Alb und in der Region Stuttgart, etabliert. Die Nachfrage nach Informationsmaterialien wie Wanderkarte oder Informationsbroschüre ist ungebrochen sehr hoch. Die Informationsbroschüre wurde im Mai 2019 zum vierten Mal neu aufgelegt, die käuflich zu erwerbende Wanderkarte befindet sich in der zweiten Auflage. In nicht einmal zwei Jahren wurden somit insgesamt 57.000 Löwenpfadbroschüren und 10.000 Wanderkarten produziert.

Dazu beigetragen hat sicherlich die gut strukturierte Vermarktung der Löwenpfade auf allen üblichen Werbekanälen. Durch die Nutzung der digitalen Werbemedien wie Homepage, Facebook oder Instagram wurden die Wanderwege auch einem jüngeren Publikum zugänglich gemacht. Im Jahr 2018 konnten etwa 40.000 Zugriffe auf die Homepage der Löwenpfade verzeichnet werden, das sind durchschnittlich 110 Besucher der Seite pro Tag.

Die Wahl des Löwenpfads Felsenrunde zum zweitschönsten Wanderweg Deutschlands 2018 hat ebenfalls zur Steigerung des Bekanntheitsgrades der Löwenpfade beigetragen. Auch diverse Messebeteiligungen wie beispielsweise in Düsseldorf, München oder Stuttgart sowie Informationsstände auf regionalen Veranstaltungen wie verkaufsoffenen Sonntagen, Dorffesten oder Aktionstagen sind in diesem Zusammenhang zu nennen.

Die für 2019 neu angedachte Fotowerbeaktion „König\*in der Löwenpfade“ ist ebenfalls gut gestartet, bereits einen Tag nach Veröffentlichung der Pressemitteilung haben sich rund 40 Personen zur Teilnahme online registriert. Zudem dürfen sich die Löwenpfade als Premiumpartner der Region Stuttgart am „Interaktiven Deutschland Workshop“ der Deutschen Zentrale für Tourismus Schweiz in Zürich beteiligen. Hier sollen die Themen „Natur und Aktiv“ mehreren relevanten Multiplikatoren im Schweizer Tourismusmarkt auf kreative und unterhaltsame Weise vermittelt werden.

### **Ergebnisse Bachelorthesis „Ökonomische Effekte eines Wanderwegs Löwenpfad-Felsenrunde“**

Zur Evaluation der in der Beratungsunterlage aufgeführten positiven Effekte der Löwenpfade hat die Tourismusförderung des Landkreises in Zusammenarbeit mit der Hochschule Geislingen/Steige eine Bachelorthesis in Auftrag gegeben. Ziel der quantitativen Analyse war es, anhand einer schriftlichen Befragung von Wanderern am Löwenpfad Felsenrunde herauszufinden, welche ökonomischen Effekte der zertifizierte Wanderweg mit sich bringt. Die Befragung der Wanderer fand an mehreren Tagen im September 2018 statt. Es wurden insgesamt 279 Personen befragt. Die Ergebnisse der Untersuchung stellen sich wie folgt dar:

#### **a) *Wer wandert den Löwenpfad Felsenrunde***

Der Durchschnittswanderer der Rundtour ist 47 Jahre alt und geht mehrmals im Monat wandern. Gewandert wird in der Gemeinschaft mit Partner, Freunden oder Familie. Zudem verfügt der durchschnittliche Wanderer über einen höheren Bildungsabschluss und kommt in 91 Prozent der Fälle aus Baden-Württemberg. 22 Prozent der Befragten kommen direkt aus dem Landkreis Göppingen, darunter fünf Prozent aus Bad Überkingen und Geislingen/Steige. Etwa 18 Prozent der Besucher sind aus dem Landkreis Esslingen, rund 14 Prozent aus Stuttgart und 9 Prozent aus dem Rems-Murr-Kreis.

#### **b) *Beweggründe für die Reise nach Bad Überkingen***

Das Hauptmotiv für die Reise nach Bad Überkingen ist bei der Mehrzahl der befragten Besucher die Wanderung auf dem Löwenpfad Felsenrunde. Dabei sind rund 93 Prozent mit ihrem privaten Fahrzeug angereist. 90 Prozent der Befragten sind Tagestouristen, folglich bleiben 10 Prozent der Befragten mehrere Tage. Im Vordergrund der Reise stehen Bewegung und Naturerlebnis, sodass gerade von den Tagestouristen nur 20 Prozent noch weitere Aktivitäten in der Region ausüben. Neben dem Wandern gaben rund 8 Prozent der Tagestouristen an, das Thermalbad in Bad Überkingen nutzen zu wollen, bei den Mehrtagestouristen war dies mit rund 46 Prozent fast jeder Zweite.

**c) Bekanntheit der Löwenpfade**

Die Hälfte der befragten Wanderer kennen neben der Felsenrunde weitere Löwenpfade. Der Bekanntheitsgrad der einzelnen Löwenpfade liegt bei jeweils knapp 30 Prozent, was nach etwas mehr als einem Jahr ein gutes Resultat darstellt. Der bekannteste Löwenpfad nach der Felsenrunde ist die Filsursprungrunde, gefolgt vom Ave-Weg.

Seit der Eröffnung der Löwenpfade konnten nahezu 50 Prozent neue Wanderer für die Region gewonnen werden. Vor allem in der Altersgruppe der 20 bis 29-Jährigen sind es fast 60 Prozent neu hinzugewonnene Wanderer. Bei den 60 bis 69-Jährigen und älter ist der Zuwachs nur gering.

Weiterhin wurde untersucht, ob die Auszeichnung der Felsenrunde als zweitschönster Wanderweg Deutschlands 2018 einen Anreiz für die Wanderer darstellt. Für etwa 42 Prozent der Befragten war diese Wahl der Anreiz für die Wanderung des Weges. Weitere 23 Prozent wurden teilweise dadurch angelockt. Die Öffentlichkeitsarbeit des Landratsamtes im Zusammenhang mit dieser Auszeichnung wurde von fast zwei Dritteln der Wanderer wahrgenommen und fühlten sich dadurch angesprochen die Felsenrunde zu laufen.

**d) Zufriedenheit der Wanderer auf dem Löwenpfad Felsenrunde**

Die befragten Wanderer sind mit der Infrastruktur des Weges (Beschilderung, Abwechslung, Rastmöglichkeiten, etc.) sehr zufrieden und zeigen eine hohe Bereitschaft den Löwenpfad weiterzuempfehlen. Gut die Hälfte der Wanderer hat die Intention, weitere Löwenpfade zu laufen. Verbesserungsvorschläge haben etwa 26 Prozent der befragten Wanderer genannt, die sich größtenteils auf das gastronomische Angebot beziehen. Hier werden mehr „einfachen“ Einkehrmöglichkeiten wie beispielsweise ein Café, ein Imbiss-Wagen oder eine Hütte gewünscht. Zudem wünschen sich die Wanderer eine genauere Beschreibung der Aussichtspunkte vor Ort.

**e) Ökonomische Effekte für Bad Überkingen und die Region**

Das Wanderaufkommen im September 2018 auf dem Löwenpfad Felsenrunde betrug entsprechend der durchgeführten Zählungen 1.081 Wanderer. Im Durchschnitt waren an einem Wochentag 17 Wanderer auf der Felsenrunde unterwegs, an einem Wochenendtag oder Feiertag 75 Wanderer. Rechnet man diese Angaben auf das Kalenderjahr 2018 hoch, dann ergibt dies ein Wandervolumen von 8.057 Wandertouristen auf der Felsenrunde. Zum Vergleich: die zertifizierten Traumpfade (Rhein-Mosel-Eifel) wird ein Wandervolumen von 7.885 Wanderern für das Kalenderjahr pro Wanderweg berechnet.

Entsprechend dieser Angaben ergibt sich für das Jahr 2018 eine Gesamtwertschöpfung von rund 173.000 Euro durch die Wanderer des Löwenpfads Felsenrunde für Bad Überkingen und die Region. Der Bruttoumsatz für die Mehrtagestouristen des Löwenpfads Felsenrunde wurde auf durchschnittlich 285.000 Euro für 2018 berechnet.

### III. Handlungsalternative

Aus Sicht der Verwaltung aktuell keine, das Projekt der Freizeitwegekonzeption, die weiteren Aktivitäten der Tourismusförderung sowie die Machbarkeitsstudie zur künftigen Organisationsform der Tourismusverbände befinden sich in einem sehr fortgeschrittenen, laufenden Umsetzungsstadium.

Durch die Ergebnisse kann die Wertschöpfung im Tourismus weiter erhöht werden. Dies war ein zentrales Ziel in den Beschlüssen zur Kreisentwicklung 2010.

### IV. Finanzielle Auswirkungen / Folgekosten

Auf die Erläuterungen im Haushaltsplan 2019 ab Seite 100 wird ergänzend verwiesen.

Die Freizeitwegekonzeption ist eine infrastrukturelle Freiwilligkeitsleistung des Landkreises und im Wesentlichen begründet durch die Ergebnisse der Tourismuskonzeption (BU KT 2013/19). Die Verwaltung hat gemäß den Beschlüssen des Verwaltungsausschusses aus den vorangegangenen Beratungen die erforderlichen Kosten für das Projekt im Rahmen der Haushaltsplanaufstellungen für die Jahre 2015 bis 2019 eingeplant und jeweils im Vorbericht inhaltlich beschrieben (siehe BU VA 2017/139).

Für eine transparentere Darstellung ist der Nettoaufwand des Landkreises für das Projekt der Freizeitwegekonzeption für die Haushaltsjahre 2015 bis 2019 nochmals übersichtlich zusammengefasst:

Kosten Planungsbüro (2015-2019)	265.000 Euro
Kosten Beschilderung (2017-2019)	487.000 Euro
Marketingkosten (2017-2019)	75.000 Euro
Instandhaltungskosten (2018 + 2019)	70.000 Euro
<b>GESAMTKOSTEN (2015-2019)</b>	<b>897.000 Euro</b>
Abzüglich Zuschuss Verband Region Stuttgart (2017)	125.000 Euro
<b>NETTOAUFWAND LANDKREIS (2015 – 2019)</b>	<b>772.000 Euro</b>

#### Planungsbüro (Haushalt 2015-2019)

Die Kosten für das beauftragte Planungsbüro zur Entwicklung des Prozessdesigns, der Prozessmoderation, der Bestandserfassung, den Begehungen, der Erstellung des Beschilderungskatasters, Vorbereitung der Ausschreibung zur Beschilderung sowie deren Bauabnahme in Höhe belaufen sich auf insgesamt 265.000 Euro.

#### Produktion und Montage der Beschilderung (Haushalt 2017-2019)

Nach dem europaweiten Vergabeverfahren hat der Kreistag am 9. Dezember 2016 die Beauftragung der Beschilderung des Wegenetzes an den günstigsten Anbieter vergeben. Die entsprechenden Summen wurden bei den Haushaltsplanungen berücksichtigt.

Da die Beschilderungsarbeiten für die Mountainbikestrecken (Löwentrails) aufgrund der offenen Genehmigung seitens der Oberen Naturschutzbehörde noch nicht abgeschlossen sind und eine weitere Übertragung der Haushaltsmittel nicht möglich ist, werden die notwendigen Mittel im Haushalt 2020 eingeplant.

Sollten einzelne Strecken noch in 2019 genehmigt werden, kann die Beschilderung durch aus 2018 übertragene Haushaltsmittel abgewickelt werden.

### **Öffentlichkeitsarbeit und Marketingmaßnahmen (Haushalt 2017ff.)**

Die Verwaltung hat im Haushalt 2017 ein Budget für Öffentlichkeitsarbeit und Marketingmaßnahmen für das Projekt in Höhe von 35.000 Euro eingeplant. Hiermit wurden unter anderem eine Homepage, eine Wanderbroschüre und die Eröffnungsveranstaltung für die Löwenpfade realisiert. In den Folgejahren sind jeweils 20.000 Euro für die regionale und überregionale Bewerbung vorgesehen, wie bereits in der BU VA 2016/077 beschrieben und in der Finanzplanung vorgemerkt.

Aufgrund der Auszeichnung des Löwenpfads „Felsenrunde“ zum zweit schönsten Wanderweg Deutschlands und der damit einhergehenden überdurchschnittlich starken Nachfrage nach Informationsmaterial zu den Löwenpfaden, ist das eingeplante Marketingbudget aus Sicht der Verwaltung zu eng bemessen und reicht für die notwendigen Marketingmaßnahmen nicht aus. Ein Ausgleich wird durch Prioritätensetzung im Budget der Tourismusförderung erfolgen.

### **Instandhaltung (Haushalt 2018ff.)**

Entsprechend des Beschlusses des VA vom 10. Juni 2016 wird ab dem Haushaltsjahr 2018 ein festes Budget zur Instandhaltung des Wegenetzes in Höhe von 32.000 Euro eingeplant, befristet auf fünf Jahre, um 2022 neuerlich über die Höhe der Summe und die weitere Fortführung zu beraten.

### **Zuschuss Verband Region Stuttgart**

Die Produktion und Montage der Beschilderung im Rahmen der Freizeitwegekonzeption wurde mit einem fixen Zuschuss in Höhe von 125.000 Euro vom Förderprogramm „Landschaftspark“ des Verbands Region Stuttgart gefördert. Der Zuschuss ging konnte im Haushaltsjahr 2017 ein.

### **Personalressourcen**

Ergänzend wird darauf hingewiesen, dass insbesondere für die Marketingmaßnahmen der Freizeitwegekonzeption im Büro für Kreisentwicklung und Kommunikation neben dem Tourismusförderer die Stelle der Standortkommunikation sowie die Teamassistenz stark personell gebunden sind. Bislang konnte durch Prioritätensetzung eine Ausweitung der Stellenanteile verhindert werden.

Für das Management der Wegeunterhaltung wird ab Sommer eine 450 Euro Kraft eingestellt, die Mittel dafür sind im Budget der Instandhaltung eingeplant.

gez.  
Edgar Wolff  
Landrat