

Integriertes Stadtentwicklungskonzept: Protokoll Workshop Tourismus/Naherholung am 16.06.2015

Ablauf	Willkommen! Vorstellungsrunde Darstellung der Ausgangslage mit Diskussion Input zu möglichen Zielen & gemeinsame Fokussierung Resümee
Ausgangslage	Input & Diskussion & Ergänzungen
<p>a) Aulendorf hat nach einem Rückgang der Übernachtungszahlen (vor allem im Klinikbereich) wieder steigende Übernachtungszahlen mit 181.000 im Jahr 2014 (2004: 168.003). Es gibt 10 gewerblich gemeldete Betriebe. Die Auslastung liegt über alle Anbietergruppen hinweg bei 62 % mit einer durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von 5,5 Tagen (Hotel/Privat ca. 2.38 Tage).</p> <p>b) Aulendorf ist kein Kur-, sondern ein Klinikstandort. Zwei Drittel aller Übernachtungen (ca. 120.000) werden hier getätigt. Da die Auslastung in diesem Bereich bei 90-100 % liegt, ist hier keine Erhöhung der Übernachtungszahlen zu erwarten. Anliegen ist es, den Auslastungsgrad im Klinikbereich durch unterstützende Infrastruktur im Umfeld zu halten.</p> <p>c) Die Therme ist ein wichtiger Standortfaktor für beide Kliniken, insbesondere für die Reha-Klinik (für Reha-Standorte ist das fast durchweg ein Standard). Sie ist gleichzeitig das tagestouristische Angebot mit den höchsten Nutzerzahlen. Thema ist die nachhaltige Absicherung der Therme als wichtige Infrastruktur für Tages- wie Klinikgäste.</p> <p>d) Die Übernachtungszahlen im privaten Sektor liegen bei ca.55.000 - 60.000 pro Jahr und begründen sich aus ganz unterschiedlichen Zielgruppenmotiven. Es gibt keine Clusterung von Angeboten, bei denen sich eine Verbundvermarktung im städtischen Kontext aufdrängt (einziges Merkmal ist evtl. die Erlebnisorientierung eines Teils des Angebotes: Dobelmühle, Tiergarten, Hotel Arthus):</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Bildungstourismus (31.500 Übern.) : <ol style="list-style-type: none"> i. Fachpublikum Branche Landwirtschaft: 5.500 Übernachtungen (1 Einrichtung) ii. Jugendbildung/Jugendfreizeit: 20.000 Übernachtungen (1 Einrichtung) iii. Religiöse Bildung: 5.000 Übernachtungen (1 Einrichtung) b. Geschäftsreisen und Kurzurlaub in Hotels, Pensionen und gewerbliche Ferienwohnungsanbieter: 18.500 - 23.500 Übernachtungen (5 Einrichtungen) c. Privatunterkünfte für Urlauber: 10 Ferienwohnungen mit insgesamt 26 Betten und 9 Privatzimmer mit ca. 18 Betten mit 4.900 – 5.000 Übernachtungen). <p>Ein Steigerungspotenzial liegt (1) im Ausbau von bestehenden Angeboten und (2) in der Auslastungssteigerung im Hotel- und Privatsektor (5.000 bis 10.000 Übernachtungen) (3). Eine darüber hinausgehende Wertschöpfungserschließung im Bereich Übernachtung ist nur durch neue Investitionen und entsprechende Angebote von neuen Leistungsträgern möglich.</p>	

- e) Zu den Übernachtungszahlen im Bereich der **Wohnmobile** gibt es keine Zahlen: Stellplatz Carthago (20 gebührenfreie Stellplätze mit Stromversorgung und Entsorgungseinrichtung, Schwabentherme (20 gebührenfreie Stellplätze), Hotel Arthus (2 Stellplätze mit Strom-/ Wasseranschluss, 5 €/Tag). Gibt es hier Verbesserungs- / Wertschöpfungspotenzial?
Ergänzung: Teilnehmer sehen hier explizit Entwicklungsoptionen für die Stadt! Weiterer potenzieller Standort: Steegefreibad
- f) Das **Schlossmuseum** steht vor der Auflösung. Das alte Betreiberkonzept ist nicht zukunftsfähig. Die touristische Nutzung des Schlosses ist über die Funktion als Eventstandort offen.
Ergänzung: Teilnehmer sehen Vermarktungspotenzial für Schlossensemble (Schloß/Hofgarten/Reithof/Park – Führungen & moderne Mediennutzung zur eigenständigen Besichtigung)
- g) Weitere **tagestouristische Angebote** sind das Steege-Bad und das Ritteressen (Arthus-Hotel), ggf. Ausflugsziele wie Tiergarten, Rothaus (bei Wiedereröffnung), Atzenberg.
- h) **Überregionale Vernetzungen mit geringen Impulsen für Aulendorf (Ausnahme: Bahn&Rad)**
- a. Wandern: Martinus-Pilgerweg: Etappe 8 (Zußdorf-Aulendorf) und 9 (Aulendorf-Biberach), Übernachtung Schönstatt-Zentrum;
Ergänzung: Empfehlung: Aufwertung Aussichtspunkt Hochkreuz/Atzenberg und Entwicklung Panoramawanderweg! Wanderinfrastruktur ist für Tagestourismus und Klinikgäste von großer Bedeutung, gemäßigte Steigungen und schöne Aussichten vorhandener Wege bieten gute Grundlagen
großes Defizit: kein Anschluss an Wanderwegebeschilderung des Landkreises!
Vorhandene Beschilderung ohne selbsterklärende Zielbenennung.
 - b. Rad: Bäderradweg ist neu und wird vermarktet (Saulgau-Aulendorf-..), Schussenradweg (Bad Schussenried-Aulendorf-Eriskirch – 60 km) touristisch nicht erschlossen; Radexpress-Aktionen
 - c. Auto/Rad: Oberschwäbische Barockstraße (Station St. Martins-Kirche) /Bäderstraße
- i) Die Stadt ist **Mitglied in verschiedenen Tourismusorganisation**: OTG (Sitz Bad Schussenried), der Schwäbischen Bäderstraße, Ferien rund um den Bussen.
Ergänzung: die kommunale Mitgliedschaft im Heilbäderverband wurde durch individuelle Mitgliedschaft der Parkklinik ersetzt. Sie hat eine elementare Bedeutung für die Abrechnung von Badekuren- betrifft auch noch weitere Anbieter: Therme, Badearzt).
- j) Die Stadt hat einen **Eigenbetrieb Tourismus** mit einem Stellenpool von 2,85 Stellen: Gästeinformation (1,5 Stellen); Bademeister plus Kasse Steegerseebad (1,2 Stellen) sowie einen Wanderführer (0,15%). Es wird eine Kurtaxe von 2 € pro Übernachtung erhoben (ca. 180.000 €/Jahr). Die Übernachtungsangebote sind auf der Stadt-Info-Seite präsentiert. Werbemaßnahmen sind: eine Messe mit Kooperationspartner, drei Prospektbörsen.

Thesen/Ziele – Input	Diskussion (Ergänzungen)
Die Teilnehmern tragen die genannten Ziele mit und haben Maßnahmenvorschläge ergänzt	
Der Tourismus in Aulendorf basiert auf 3 Säulen: Privater Übernachtungs-, Gesundheits- (Kliniken) und Tagestourismus	
<p>Ziel 1: Schaffung und Erhalt einer öffentlichen Infrastruktur für Naherholung und für die Klinikgäste mit guter Qualität und dauerhafter Pflege. Dies ist die zentrale kommunale Serviceleistung.</p>	<p>Maßnahmen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Thema Wandern stärken: <ul style="list-style-type: none"> • Rundwanderwege • Wegebeschilderung / -pflege • Ruheplätze • Betonung der Aussichtspunkte und geeigneter Topografie (nur gemäßigte Anstiege) - Minigolf (Standort der Anlage grundsätzlich und Attraktivität der Sportart prüfen!). Neue Standorte für Erlebnisinfrastruktur suchen. - Optik und Qualität der Infrastruktur-Ausstattung bewusst und passend wählen, da sie maßgeblich zur Stadtatmosphäre beiträgt - Generelle Stadtgestaltung: Stadtportal / Zugänge verbessern <p>Hier sollten Kooperationsmöglichkeiten mit den Zieglerischen Werke zur Entwicklung neuer touristischer Angebote geprüft werden. Sozialbetriebe haben auch in Pfullendorf wesentlich zu neuen Infrastrukturgestützte Angebote geführt.</p>
<p>Ziel 2: Die Therme ist ein zentraler Leistungsträger mit Synergieeffekten für weitere touristische Leistungsträger und ist für die Naherholung und Klinikgäste nachhaltig zu sichern.</p>	<p>Maßnahmen:</p> <p>Unterstützung des Marketing (ggf. Verbundaktionen Leistungsträger und Therme, tagestouristische Angebote mit Partnern, Mitgliedschaft Bäderstraße; Unterstützung durch die Kliniken...)</p>

<p>Ziel 3: Überprüfung und Nejustierung der Aufgaben des Tourist-Info.</p>	<p>Die touristische Vermarktung erfolgt individuell über die bekannten Internetseiten (booking.com etc.), die OTG sowie Maßnahmen der Leistungsträger. Eine spezifische kommunale Unterstützung der Marketingmaßnahmen des übernachtungsbezogenen Leistungsangebotes – über die Internetseite, die Mitgliedschaft in der Bäderstraße und der OTG hinaus - drängt sich nicht auf. Eine spezifische Tourist-Info lässt sich über den Übernachtungstourismus allein nicht begründen und kann weitgehend über die jeweiligen Häuser abgedeckt werden.</p> <p>Maßnahmen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mehr Kooperations- und Konzeptionsaufgaben im Bereich tages Touristische Kultur-, Sport-, Wander-, Bade-Angebote übernehmen, da hier Wachstumspotenzial und Synergieeffekte für Gastronomie gesehen werden. - Keine Schwerpunktsetzung auf Förderung Übernachtungstourismus und Information - Vernetzung / - Regelmäßiger Runder Tisch Tourismus und andere Maßnahmen, die zur Verbesserung der lokalen Kommunikation führen!!!
<p>Ziel 4: Angebote Tagestourismus stärken. Entwicklung von erlebnisorientierten tages Touristischen Angeboten zusammen mit (neuen) touristischen Leistungsträgern</p>	<p>Maßnahmen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Konzeptentwicklung für Schlossnutzung - Gastronomie-Kombis / Interaktionen / Erlebnisse - Zielgruppenorientierte Angebote (Familien; Senioren; Radler...) - Themenführungen / Wanderungen / z.B. Baumführungen Schwäbischer Albverein, 1-2 Std. Rundwege anlegen - Panorama Rundweg (Hohe Kreuz) ausweisen und fehlendes Teilstück ergänzen - Bündelung thematischer Angebote und Verbesserung des Informationsaustausches der Leistungsträger untereinander - Kulturkneipe in touristische Angebote einbinden - Rad & Bahnangebote entwickeln
<p>Das Schloss-Ensemble bietet Potenzial als Alleinstellungsmerkmal</p>	<p>Ziel 5: Vermarktung Schloss-Ensemble im Rahmen des Ziels 4 (Kultur-Kulinarik)</p>
<p>Ergänzender Statements / Thesen</p>	
<p>Das unverbaute Schussental bietet ggf. Entwicklungspotenzial für Naturtourismus.</p>	
<p>18.06.2015</p>	<p>Gerda Peuling, neulandplus</p>