

Geschäftsbericht 2021

DEUTSCHLANDS GRÖSSTE ROTWEINLANDSCHAFT



GESCHÄFTSBERICHT

2021

1. Verein	3
1.1 Mitarbeiter und Geschäftsstelle	4
1.2 Zusammenarbeit und Sitzungen	8
1.3 Aktionen und Themenschwerpunkte 2021	9
Jubiläum 20 Jahre Tourist-Info	9
„Willst Du mit mir gehen“	10
Stadtradeln 2021	10
Fotoshooting	11
Schwerpunktthema Gästeführer	11
Schwerpunktthema Wein	12
2. Marketing	13
2.1 Präsentation auf Messen und Veranstaltungen	13
2.2 Printmedien	13
2.3 Anzeigenwerbung und Online-Marketing	14
2.4 Social Media	15
2.5 Innenmarketing	16
3. Zahlen und Statistik	17
3.1 Daten der amtlichen Statistik	17
3.2 Daten der Geschäftsstelle	20
Besucherzahlen und Anfragen der Tourist-Info 2021	20
Internetbesucher – Zahlen, Herkunft und Interessen	22
Buchung von Gruppenangeboten	23
Buchung von Individual- und Tagespauschalen	24
4. Jahresrechnung 2021	25

GESCHÄFTSBERICHT

2021

Wie soll ein touristischer Jahresbericht beginnen, bei dem die ersten fünf Monate Lockdown und Planungsunsicherheit herrschten und keinerlei Urlaubsreiseverkehr bzw. touristische Dienstleistungen erlaubt waren?

Anstatt das 20jährige Jubiläum der Tourist-Information mit allen zu feiern, bremste die Corona-Pandemie erneut die Arbeit auf ganzer Linie aus. Die Zahlen der amtlichen Statistik bewegen sich auch im Berichtsjahr auf dem historisch niedrigen Niveau von 2020. Kleiner Lichtblick sind einzig die leichten Zunahmen bei den Übernachtungen. Ein Anstieg, der über die schwierigen Rahmenbedingungen, immer neue Vorgaben und den zunehmenden Fachkräftemangel in der Branche hinwegtäuscht.

Umso dankbarer sind wir, dass unsere Mitglieder und Leistungsträger, Unterkunftsbetriebe, Gastronomen, Weinbaubetriebe, Freizeitanbieter, Gästeführer und touristischen Partner mit uns durchhalten bzw. sogar noch mehr Engagement aufbringen, um die Krise gemeinsam zu meistern.

Grund zur Hoffnung geben Ergebnisse der Reiseanalyse. Unter der Voraussetzung, dass „der Umgang mit der Pandemie wieder ein gesellschaftliches Leben im gewohnten Maß erlaubt, wird das Urlaubsreiseverhalten ab 2023 wieder den ohne Pandemie erwarteten Entwicklungspfad nehmen“, prognostiziert Martin Lohmann, wissenschaftlicher Berater der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (FUR) bei seiner Online Präsentation auf der digitalen CMT 2022.

Grund zur Hoffnung gibt auch die aktuelle Buchungslage, die steigenden Prospektanfragen, der sich füllende Veranstaltungskalender und die Planungen von Aktionen wie die Gästeführerausbildung oder die Gartenschau in Eppingen. Im Vergleich zur Perspektivlosigkeit der Februar-Tage im letzten Jahr, überwiegt eine positive Grundstimmung, mit der wir nur zu gerne in die neue Saison starten.

GESCHÄFTSBERICHT

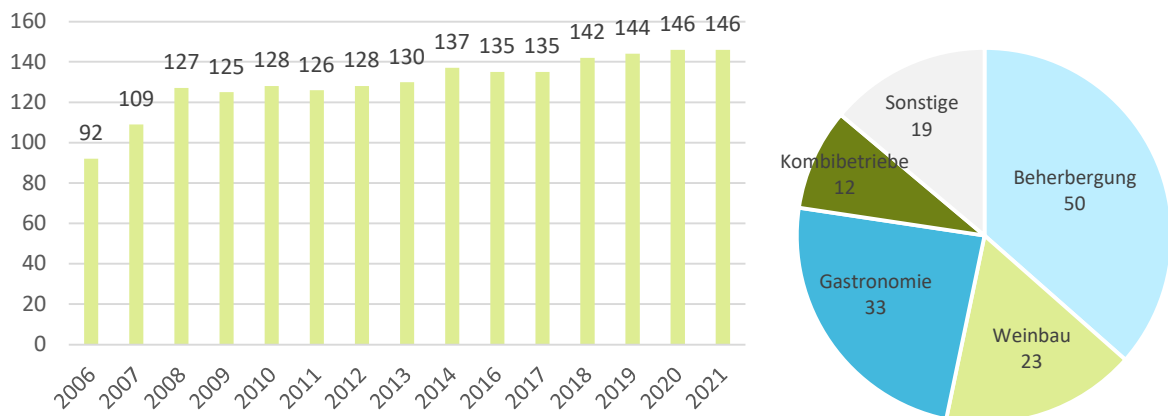
2021

1. Verein

Zwei Jahre Pandemie gehen auch an den Leistungsträgern des Neckar-Zaber-Tourismus e.V. (NZT) nicht spurlos vorbei. Umso erfreulicher ist es, dass die Mitgliederzahl trotz schwieriger Lage stabil geblieben ist.

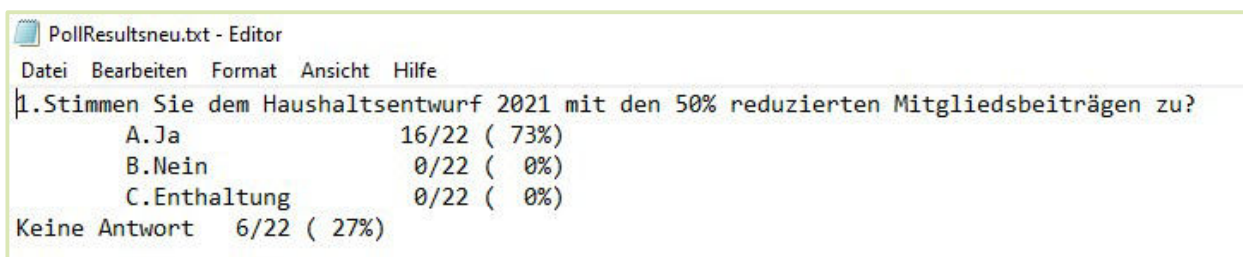
Den drei neuen Mitgliedsbetrieben (plus einer Erweiterung der Mitgliedschaft zum Kombibetrieb) stehen drei Kündigungen gegenüber, so dass die Mitgliederzahl des NZT 2021 erneut einen Stand von 146 erreichte. Wie in der Vergangenheit auch, fielen die meisten Betriebe im Verein in die Sparte „Beherbergung“ (50) gefolgt von „Gastronomie“ (33) und „Weinbau“ (23).

Entwicklung der Mitgliederzahlen und Mitglieder nach Branchen



Anstatt wie üblich persönlich zusammenzukommen, fand das höchste Organ des Vereins, die **Mitgliederversammlung**, am 27. April 2021 zum ersten Mal seit Vereinsgründung online statt. Doch auch auf diesem Wege konnten dank der gesetzlichen Sonderregelung für Vereine alle Tagesordnungspunkte behandelt und alle Beschlüsse durchgeführt werden.

Aufgrund der coronabedingt wirtschaftlich schwierigen Situation für die Mitgliedsbetriebe, wurde der satzungsgemäße Einzug der Beiträge Ende Januar ausgesetzt. Um die vielen Partner und Leistungsträger weiter zu entlasten, hat der Vorstand den Vorschlag gefasst, die Beitragssätze der Mitgliedsbetriebe einmalig für 2021 um fünfzig Prozent zu reduzieren. Der Vorschlag wird in der Mitgliederversammlung zur Diskussion gestellt und per Online-Umfrage Ende April einstimmig beschlossen.



GESCHÄFTSBERICHT

2021

Der **Vorstand** traf sich im Berichtsjahr zu zwei Terminen.

Bei seiner Frühjahrssitzung standen u.a. der Jahresabschluss, der Haushaltsplan und die coronabedingten Beitragsreduzierungen für Mitgliedsbetriebe auf der Tagesordnung.

Die Stellungnahme des Vorstands zum geplanten Neubau der Tourist-Info sowie die Kündigung der langjährigen Mitarbeiterin Ute Frank erwirkten eine Vorverlegung der Sitzung im Spätjahr. An diesem Termin erläuterte zudem Steuerberater Paul Simpfendörfer anhand der Einnahmen-Überschuss-Rechnung die steuerrechtlichen Grundlagen des Vereins.

Durch den Wechsel eines vertretungsberechtigten Vorstandsmitglieds (BM Csaszar übernimmt das Amt von Rolf Kieser) wurde 2021 eine Änderungsmeldung im Vereinsregister durchgeführt.

→ Informationen zur Zusammensetzung des Vorstands sowie eine Liste aller Mitglieder des Vereins sind auf der Homepage des Neckar-Zaber-Tourismus zu finden. https://www.neckar-zaber-tourismus.de/fileadmin/Mediendatenbank/Dateien/6_Vorstand_blau_.pdf

1.1 Mitarbeiter und Geschäftsstelle

Eine kleine Ära ging im Oktober 2021 zu Ende. Nach über 20 Jahren beim Neckar-Zaber-Tourismus verabschiedete sich Ute Frank von der touristischen Arbeit und wendet sich neuen Aufgaben zu. In einer kleinen Feier würdigten Bürgermeister, Kollegen, touristische Vertreter der Neckar-Zaber-Mitgliedsgemeinden und Tripsdrill die Verdienste von Frau Frank. Von der touristischen Basisarbeit in der 2001 neu gegründeten Tourist-Information bis zum vielfältigen Programmangebot heute war Frau Frank mit viel Herzblut nah am Geschehen. Frau Frank war mit einem Umfang von 72% beschäftigt. Ein Teil ihrer Stunden wurde durch die Aufstockung von Frau Sommerfeld kompensiert. Die neu zu besetzende Stelle war bis Mitte Oktober mit einem Stundenumfang von mind. 50% ausgeschrieben.

Auf die Teilzeitstelle, die in verschiedenen Print- und Online-Medien ausgeschrieben war, gingen gut 20 Bewerbungen aus der Region ein. Die Vorstellungsgespräche fanden Anfang November im Beisein des Vorstandsvorsitzenden Volker Schiek, der Geschäftsführerin Sabine Hübl und Herrn Helmut Fischer vom Erlebnispark Tripsdrill als Vertreter des Vorstands statt.

Seit 1.1.2022 komplettiert die Talheimerin Alexandra Hornberger das Team der Tourist-Info. Bis zur Fertigstellung des Jahresabschlusses Ende November konnte Frau Frank noch stundenweise die Geschäftsstelle auf Minijobbasis unterstützen.

GESCHÄFTSBERICHT

2021

Ergänzt wurden die Rondell-Mitarbeiterinnen von März bis August von Jamena Schreiber, Studentin der Tourismuswirtschaft an der Hochschule Heilbronn, die im Rahmen ihres **Pflichtpraktikums** beim NZT beschäftigt war. Frau Schreiber wurde nahtlos abgelöst von Emil Schumacher, Tourismusstudent der Hochschule Harz in Wernigerode. Der Schleswig-Holsteiner hat von September bis Januar die Weinregion und vor allem die Arbeit einer Destinationsmanagementorganisation kennengelernt.



Der AK Tourismus verabschiedet Ute Frank



Neu im Team links: Alexandra Hornberger

Fast fünf Monate (!) – von Jahresanfang bis zu den Pfingsttagen Ende Mai – war die Geschäftsstelle im Berichtsjahr geschlossen und die touristischen Leistungsträger weitestgehend im **Lockdown**.

Wie bei so vielen, mussten auch in der Tourist-Info sämtliche Planungen und Vorbereitungen für das Tourismusjahr verworfen bzw. angepasst werden. Im Homeoffice stand vor allem die Weiterentwicklung der Ende 2020 neu entstandenen Website sowie die Information zu und Entwicklung von digitalen Angeboten im Fokus. Vor Ort waren die Abwicklung von Ticketstornos, die Umorganisation von Gästeprogrammen und die Aufbereitung der gültigen Corona-Regelungen fortlaufende Tätigkeiten.

Mit der Restart-Phase galt es alle Teststellen aufzulisten, die Öffnungsschritte zu kommunizieren und über neue Formate wie die Luca-App oder die Buchungsplattform regiondo zu informieren.

Termine und Fortbildung

Die CMT in Stuttgart, die Gartenschau in Eppingen, ein Stand beim Regionaltag, die Traubenblütenwochen mit den Weinsüden.Weinorten, eine Anzeigenkampagne in den Nürnberger Nachrichten oder die Online-Marketing-Initiative mit dem HeilbronnerLand – viele Termine und Projekte fielen im Berichtsjahr der Coronakrise zum Opfer. Manche unwiderruflich, andere verschoben und viele, insbesondere im Bereich Fortbildung, wurden als Online-Veranstaltungen realisiert. Das Thema der Digitalisierung stand bei vielen Terminen im Mittelpunkt.

GESCHÄFTSBERICHT

2021

Zusammenarbeit TMBW	<ul style="list-style-type: none">- CMT digital- Online- Kooperationsbörse TMBW, Open data und KI
Produktentwicklung, Weiterbildung	<ul style="list-style-type: none">- Qualitätssicherung Wanderwege (KST)- Expertentour KST- Online Seminar „Zukunft der Tourist-Information“ (DSfT)- Nachhaltigkeit in Ferienunterkünften und Tourist-Infos- Digitale Besucherlenkung (THL und IHK)- Coronakonforme Gästeführungen (THL)- Touristische Infrastrukturentwicklung (dwif)- Destinationen aktiv steuern (dwif)- Qualitätsmanagement im Tourismus (dwif)- SEO-Analyse- Online Vorstellung Buchungsplattform Regiondo (NordBW)- Die Zukunft der Daten (neusta)
Software-Schulungen	<ul style="list-style-type: none">- Online-Schulung Toubiz-Datenbank TMBW- Interne TYPO3 Schulungsreihe- Anwenderworkshop Buchungsplattform (regiondo)

Zukunft der Tourist-Information

Die Tourist-Information im Rondell feierte 2021 ihr 20-jähriges Jubiläum - eine Erfolgsgeschichte! Das aktuelle Erscheinungsbild der TI ist jedoch nicht mehr zeitgemäß und erfordert mittelfristig einen Handlungsbedarf, um auch zukünftig für Gäste attraktiv zu bleiben.

Vor zwei Jahren erstmals im Vorstand angesprochen, war und ist die Zukunft der Tourist-Info seither auf der Tagesordnung zu finden und als Thema bei Stadt, Vorstand und Geschäftsstelle präsent. Vor allem die Standortfrage (Rondell, Schloss oder ehemaliges Modegeschäft) hat die Beteiligten intensiv beschäftigt und wurde in zahlreichen Gesprächs- und Vor-Ort-Terminen diskutiert.

Neuer Stadteingang

Die Weinzeit im Schloss und das Theodor-Heuss-Museum sollen als Ensemble in der Obertorstraße mehr **Touristen** in die größte Weinanbaugemeinde Baden-Württemberg locken. In das geplante Gebäude neben dem Brackheimer Museum soll die Tourist-Info Neckar-Zaber einziehen. Deren Mitarbeiterinnen sind derzeit in den Räumen im Brackheimer Rondell beheimatet. Weitere Büroräume könnten unter anderem von der Leiterin des Heuss-Museums und dem Geschäftsführer der Bio-Musterregion Heilbronner Land genutzt werden. *wom*

Heilbronner Stimme, 23. Oktober 2021

Neuester Stand sind die Pläne der Stadt Brackenheim, die Tourist-Information in einem Neubau in direkter Nachbarschaft des Theodor Heuss Museums und gegenüber der WeinZeit im Schloss anzusiedeln. Der NZT sieht die Unterbringung der Geschäftsstelle im geplanten Gebäude für den Verein und die Region als gute und zukunftsweisende Lösung – ein Ergebnis, das als Stellungnahme für den Brackheimer Gemeinderat formuliert wurde. Dieser stimmt in seiner Sitzung am 21. Oktober 2021 dem Vorhaben zu, das eine Fertigstellung 2023 vorsieht.

GESCHÄFTSBERICHT

2021



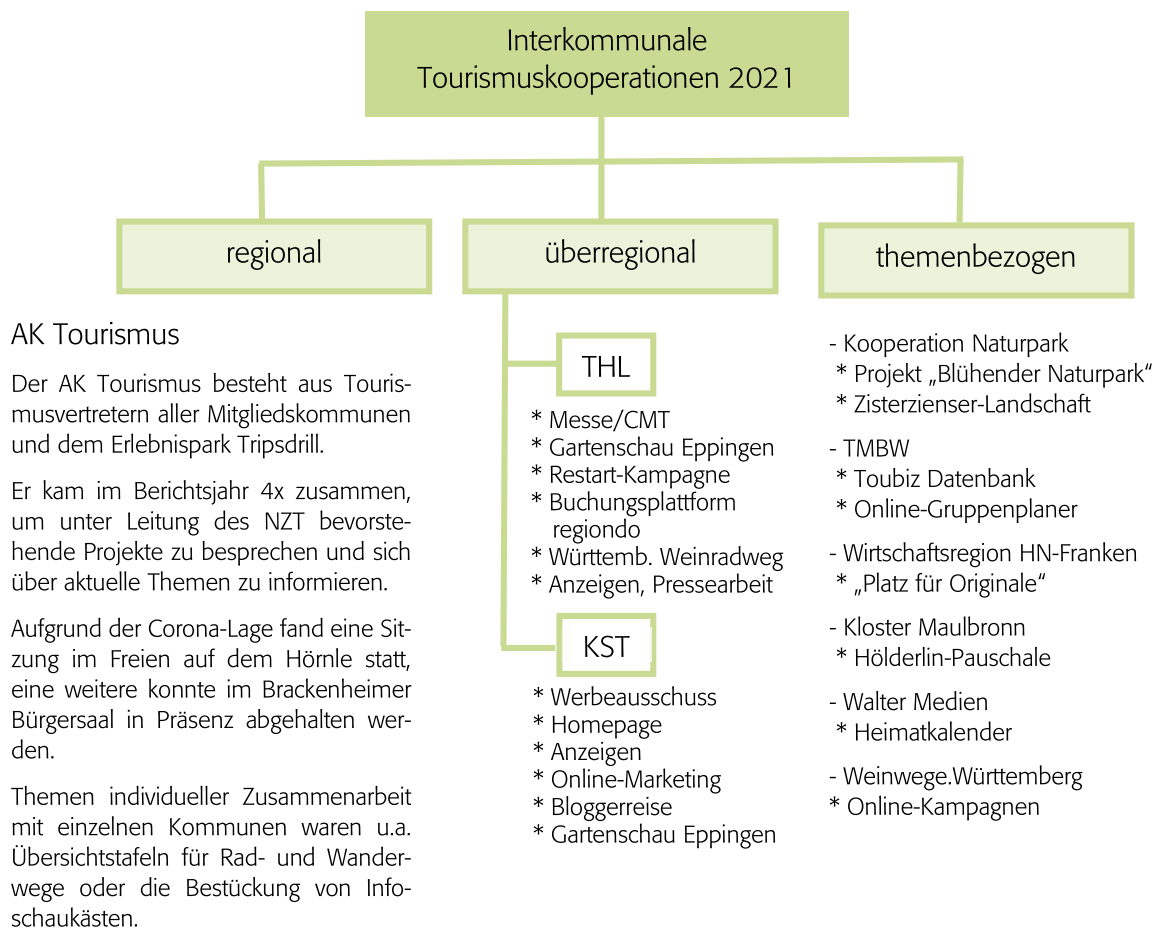
GESCHÄFTSBERICHT

2021

1.2 Zusammenarbeit und Sitzungen

Neben der Leitung des regionalen AK Tourismus, vertritt der NZT die Region in den Ausschüssen und Projektgruppen der beiden übergeordneten Tourismusverbände. Mit dem **HeilbronnerLand** (THL) fanden in erster Linie Gespräche zur neuen Buchungsplattform Regiondo sowie zum gemeinsamen Auftritt auf der Gartenschau in Eppingen inkl. Vor-Ort-Termin statt. Der Werbeausschuss des **Kraichgau-Stromberg-Tourismus** (KST) traf im Geschäftsjahr dreimal zusammen, davon zweimal online.

Nach 2018 fand Anfang Oktober 2021 erneut eine Klausurtagung des KST mit Mitgliedern des Vorstandes und des Werbeausschusses statt. Im Fokus stand die Aufgabe, die Destination als Einheit nach innen und außen besser sichtbar zu machen. Grundlage der Klausurtagung war die Kommunikationsstrukturanalyse, die im Vorfeld auch vom NZT bearbeitet wurde. Die erarbeiteten Maßnahmen und Handlungsfelder zu verschiedenen Themenschwerpunkten sollen in den kommenden Jahren realisiert werden.



GESCHÄFTSBERICHT

2021



Präsenzsitzung im Freien



Der AK Tourismus tatg auf dem Hörnle

1.3 Aktionen und Themenschwerpunkte 2021

Jubiläum 20 Jahre Tourist-Info

Viel Mut bewiesen die Macher vom „Zweckverband Wirtschaftsförderung Zabergäu“, als sie 2001 eine Anlaufstelle für Tourismus ins Leben riefen. Die Tourist-Info im Brackenhheimer Rondell wurde gegründet und schreibt seither Erfolgsgeschichte. Das 20-jährige Jubiläum der Tourist-Information musste jedoch ohne große Feier stattfinden. Mit einem Pressegespräch und einem Online-Rückblick auf die touristischen Entwicklungen der letzten zwei Jahrzehnte wurde das Ereignis gewürdigt. → Gehen Sie unter <https://www.neckar-zaber-tourismus.de/jubilaeum> mit uns auf eine virtuelle Reise in die Vergangenheit.



Jubiläum 20 Jahre Tourist-Information im Rondell



Online-Aktion zum Jubiläum

GESCHÄFTSBERICHT

2021

„Willst Du mit mir gehen“

Wer das Wandern liebt, war beim Wanderreisen-Gewinnspiel „Willst Du mit mir gehen“ des KST genau richtig. Gesucht wurden Teilnehmer, die ihre Begeisterung für das Wandern in ihren Social-Media Kanälen weitergeben. Die ausgewählten Bewerber (u.a. Manuel Andrack) wurden mit einem Reisegutschein belohnt - einer davon ging ins Zabergäu.

Als Gewinner des NZT-Wochenendes waren die Münchner Blogger und Influencer Max und Conny drei Tage mit Wandern, Wein und exklusiven Erlebnissen im Zabergäu unterwegs.



Dabei wurde vom NZT ein umfangreiches Programm ausgearbeitet, das neben zwei Wanderungen über zehn Leitungsträger und Mitgliedsbetriebe mit eingebunden hat, die von den Münchnern in den Sozialen Medien mit tollen Fotos einer großen Fangemeinde präsentiert wurden. Was die beiden vom 25.-27. Juni in der Region erlebt haben ist als Blogbeitrag unter <https://www.kraichgau-stromberg.de/willst-du-mit-mir-gehen-blog-insidemunich> nachzulesen.

Stadtradeln 2021

Nachdem sich beim diesjährigen Stadtradeln fast alle Zabergäu-Kommunen beteiligt haben, trat auch der Neckar-Zaber-Tourismus kräftig in die Pedale. Auf Wunsch der Kommunen, die keine eigenen Ausfahrten im Programm hatten, bot der Tourismusverein drei geführte Touren an – zwei Feierabendrunden und eine Sonntagstour. Die Strecken führten durch die gesamte Vereinsregion. Dabei zeigte sich das Wetter ähnlich abwechslungsreich wie die drei Touren: „Genusstour durchs Obere Zabergäu“, „Neckar-Zaber-Sonntagstour“ und „Wein-Wasser-Runde“. Für Einkehr und Genuss wurden bei jeder Tour Gastro-Mitgliedsbetriebe in Zaberfeld, Güglingen, Brackenheim und Nordheim eingebunden.



Stadtradeln mit dem NZT durchs gesamte Zabergäu

GESCHÄFTSBERICHT

2021

Fotoshooting

Durch ein Angebot des KST nutzte der NZT im September die Möglichkeit, den Fotografen Christian Ernst erneut für ein Fotoshooting ins Zabergäu zu holen. Die Aufnahmen mit Models und Drohne fanden bei herrlichem Wetter im Winzercafé Neipperg und auf Burg Neipperg statt. Weitere Locations waren die Brackenheimmer Altstadt und in Zaberfeld Aufnahmen rund um die Ehmetsklinge.



Sommer-Fotoshooting

Schwerpunktthema Gästeführer

Auch das zweite Pandemiejahr forderte von den Gästeführern viel Flexibilität und Kreativität. Neue Themenformate und digitale Lösungen wurden diskutiert und eingeführt.

Bei der erfolgreichen Neuaufgabe des Naturfeierabends luden im August erneut die Gäste- und Naturparkführer zu spannenden Terminen ein. Mit großem Erfolg wurden in fünf Kommunen zeitgleich Feierabendtouren angeboten. Ob Waldbaden, Ethnobotanik oder Wildkräutergarten, die Themenführungen zogen fast 300 Teilnehmer an.



Gemeinsam mit dem **Buchungsplattform Regiondo** sollen Erlebnisse online buchbar gemacht werden. Fünf Touristikkommunen im nördlichen Baden-Württemberg (u.a. HeilbronnerLand und Kraichgau-Stromberg-Tourismus) erhielten dafür Mittel aus der Restart-Förderung des Landes Baden-Württemberg, so dass die Kosten für das Buchungsportal bei Gästeführern, Museen und Eventanbietern sehr gering bleiben. Um das System kennenzulernen, aber auch um eigene Veranstaltungen anzubieten, hat der Neckar-Zaber Tourismus bereits einen Vertrag mit regiondo abgeschlossen. Für alle Leistungsträger fand Mitte Oktober eine Infoveranstaltung inkl. regiondo-Webinar statt.

GESCHÄFTSBERICHT

2021

→ Weitere Informationen zur Buchungsplattform <https://www.heilbronnerland.de/info-service/das-heilbronnerland/partnerbereich/infoveranstaltung-online-buchbarkeit-fuer-erlebnisangebote>
Ansprechpartnerin beim HeilbronnerLand für das Projekt ist Stephanie Frey

Der NZT hat verschiedene Angebote zur Anschaffung einer **Personenführungsanlage** eingeholt und die Anlagentechnik des Waldensermuseum in Nordhausen getestet. Durch ein Corona-Förderprogramm konnte das Museum im Berichtsjahr ein Tour-Guide System erwerben, das auch Führungen mit großen Gruppen bzw. mit großen Mindestabständen erlaubt. Seither wird die Anlage erfolgreich für jede Museumsführung eingesetzt. Aktuell geht der NZT den Fragen nach, ob die Gästeführer bereit sind, eine solche Anlage zu nutzen, diese im Rondell abzuholen und wieder ordnungsgemäß zurückzubringen und ob der finanzielle und personelle Mehraufwand (Ausleihverträge, Reinigung und Wiederaufladen der Geräte) den Service für Gästeführer und Besucher rechtfertigt?

Ausblick 2022

→ Pünktlich zum Start in die neue Saison, doch vor allem mit Blick in die Zukunft, hat sich der NZT gemeinsam mit seinen Kommunen auf die Suche nach neuen Gästeführern gemacht.
An der über die Volkshochschule ausgeschriebenem Gästeführer-Seminar, nahmen Ende Februar 24 Interessenten aus dem gesamten Vereinsgebiet erfolgreich teil. Der Ausbildungsabschluss soll im Herbst mit einer Zertifikatsprüfung erfolgen.



Schwerpunktthema Wein

Schon in den Startlöchern und mit tollen Programmpunkten gefüllt, fielen die „**Traubenblütenwochen**“ in den vier ausgezeichneten Weinsüden. Weinorten schlussendlich doch noch der Pandemie zum Opfer. Nichtsdestotrotz konnte das Thema Weintourismus in zahlreichen Gremien, wie bei der Abstimmung des Wegeverlaufs für den **Württembergischer Weinradweg**, beim Wettbewerb zur Realisierung eines **Landart-Projekts in den Lauffener Steillagen** oder beim **Workshop Weinbau-Tourismus Cluster** vorangetrieben werden. Darüber hinaus war der NZT mit seinen Angeboten Partner einer **Social Media Aktion** zum Schwerpunktthema Wein und hielt für Besucher der Weindorf-Auslese eine passende Pauschale bereit.

Ausblick 2022

→ Am 23./24. April 2022 findet das **WeinWanderWochenende** des deutschen Weininstituts statt. Die Weinsüden. Weinorte des Zabergräu, Brackenheim, Cleeborn, Nordheim und Lauffen, beteiligen sich mit insgesamt neun Führungen und einem tollen Programm für alle Wein- und Wanderliebhaber. <https://www.neckar-zaber-tourismus.de/dwi-weinwanderwochenende>

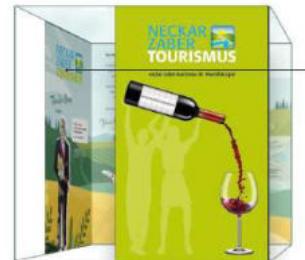
2. Marketing

2.1 Präsentation auf Messen und Veranstaltungen

Keine CMT, keinen Tag der Reise bei Müllerreisen und selbst die Präsentation des NZT auf dem Regionaltag konnte trotz Terminverlegung nicht stattfinden. Einzig die Gartenschau in Eppingen wurde „verschoben und nicht aufgehoben“.

Ausblick 2022

→ Mit einem „Zabergäu-Kubus“ wird der NZT auf der Gartenschau in Eppingen vom 20. Mai – 02. Oktober die Region bewerben. Die Dauerpräsentation wird „im Garten“ des Geländebeitrags von HeilbronnLand und Landkreis positioniert sein. Drei Seiten des Kubuses werden mit Bannern bespannt. Im Inneren finden die drei Figuren des BUGA-Beitrags (Römer, Heuss und Hölderlin) vor einer Infowand Platz. Die Bannermotive der Außenseiten laden mit WEIN-Fotospot, Selfie-Punkt und Kinderrätsel zum Mitmachen ein.



Neben Dauerpräsentation und Prospektauslage, wird der NZT bei seiner Neckar-Zaber-Woche Anfang Juli persönlich auf der Gartenschau vor Ort sein und über die verschiedenen Angebote der Region informieren.

2.2 Printmedien

In 16 verschiedenen Druckerzeugnissen, die der Neckar-Zaber-Tourismus inzwischen herausgibt, werden die Angebote der Region beworben. Dies sind zum einen jährliche Prospekte mit ihren vielen termin- und preisbezogenen Informationen, zum anderen Printmedien zu allen touristischen Schwerpunktthemen. Waren bisher Besentermine und Festlesübersicht unverzichtbare Printmedien des Tourismusvereins, wurde im Berichtsjahr aufgrund der unsicheren Lage für Feste, Veranstaltungen und Gastronomie keine Neuauflage gedruckt. Einzig die Pauschalangebote und die Führungstermine wurden als terminbezogene Broschüre herausgegeben.

Als „Goodie“ für kleine Restaurantbesucher, doch vor allem als Unterstützung für die Gastronomiebetriebe, gab es pünktlich zum Re-Opening das erste Mal- und Mitmachheft der Region. Jede Doppelseite des 16-seitigen Hefts im DIN A5 Format zeigt bekannte Sehenswürdigkeiten und Familienausflugsziele aus der Region. Die liebevoll gestalteten Ausmalmotive und Rätselspiele laden kleine Gäste ein, die Region mit dem Buntstift zu entdecken. Mit der Herausgabe des Malbuchs und der **Neuauflage der Kinderkarte** ist der NZT aktuell für Familien bestens aufgestellt. Die neue Kinderkarte wird, neben der Rad- und Wanderkarte, auch dauerhaft auf der Gartenschau in Eppingen für große und kleine Besucher bereitliegen.

Einen Überblick aller herausgegebenen Printmedien und die Möglichkeit zum pdf-Download ist unter <https://www.neckar-zaber-tourismus.de/service/prospektbestellung> zu finden.

GESCHÄFTSBERICHT

2021

Eine umfangreiches Projekt im Berichtsjahr war der Nachdruck der 2017 herausgegebenen Imagebroschüre. Um die **neue Imagebroschüre** direkt zu vertreiben, konnte der NZT mit der Walter Medien GmbH ein Cross-Marketing-Projekt realisieren. Der von Walter Medien herausgebrachte Heimatkalender wurde zum Jahresende an rund 1.000 Geschäftspartner in ganz Deutschland versandt. Zu jedem Versand-Exemplar legte das Unternehmen die neue Imagebroschüre des NZT bei.



Mal- und Mitmachheft Zabergräu



Neuaufgabe Kinderkarte



Cross-Marketing-Kampagne Imagebroschüre

2.3 Anzeigenwerbung und Online-Marketing

Zusammen mit den Dachorganisationen schaltet der NZT Anzeigen in den Eigenprodukten der THL und KST sowie in den Medien der TMBW. Zudem wurden gemeinsame Advertorials in überregionalen Tageszeitungen oder in Magazinen gebucht. Die Anzeigenwerbung erfolgte häufig mit Beteiligung von Partnern und Kommunen – wenn nicht Corona einen Strich durch sämtliche Anzeigen-Planungen macht. Selbst die Online-Alternative konnte 2021 nicht immer greifen, waren doch viele Kampagnen ohne die Möglichkeit, touristisch zu reisen, hinfällig.

Einträge und Anzeigenwerbung des NZT 2021

Printmedium	Thema
Mach mal Urlaub "Nürnberger Nachrichten"	Hölderlin-Pauschale (mit Laufen)
KST Besenkalender	Wein in Brackenheim
Anzeige Zaberbote	Jubiläum und Restart
ADAC Reisemagazin	Württembergischer Wein (über THL)
KST Handverlesen	WEIN-Fotospots
Hauszeitung Gebr. Eberhard GmbH & Co. KG	Rad-, Wander- und Ausflugsziele in der Region
Online	Thema
THL Online Kampagne	Traubenblütenwoche
KST komoot-Collection	Seenweg (mit Zaberfeld)
KST komoot-Collection	Wanderweg Brackenheim
KST Social Media Kampagne	Schwerpunktkampagne Wein/Aktionswochen
KST Social Media Kampagne	Gewinnspielkampagne Wandern (mit Brackenheim)
TMBW komoot-Collection	Weinwandern (über Weinwege.Württemberg)
KST Hügelskalender (Online-Adventskalender)	Gewinnspiel mit Übernachtung und Führung

GESCHÄFTSBERICHT

2021

2.4 Social Media

Im Jahr 2021 waren die Deutschen, befeuert durch den Lockdown, so viel wie nie im Internet unterwegs – auch mobil. Umso wichtiger war die Neupositionierung der Vereinswebsite nach neun Jahren aber auch die Weiterführung von Facebook und Instagram – Marketing-Kanäle, die bestens geeignet waren, während des Lockdowns im Frühjahr etwas Urlaub im Kopf zu erzeugen.

Facebook bleibt stark

Seit über 10 Jahren ist der NZT erfolgreich auf Facebook präsent. Trotz Lockdown und fehlender Veranstaltungsankündigungen, konnten im Berichtsjahr 80 Posts veröffentlicht werden, inkl. Erhöhung von Reichweite und Likes.

Beliebteste Beiträge waren Post zum Stadtradeln, zur Kinderkarte (Reichweite 6.612), die Stellenanzeige und die neue Winterpauschale.

Facebook	2019	2020	2021
Posts	82	82	80
Reichweite	41.764	51.270	60.323
Gefällt mir	1.060	1.140	1.248



Instagram holt auf

Seit vier Jahren ist der NZT auf der Bildplattform Instagram aktiv mit steigendem Erfolg – was dem allgemeinen Aufwärtstrend der Fotoplattform entspricht. #neckarzaber, #weinfotospot

Beliebtester Beitrag war ein Repost zum Picknickangebot der WG Cleebornn-Güglingen (Reichweite 4.211), gefolgt von der Gewinnspiel-Kampagne „Willst Du mit mir gehen“.

Instagram	2019	2020	2021
Abonnenten	630	1.009	1.141
Posts	29	11	33
Reichweite		1.324	6.025
Profilaufrufe		811	1.065

Ausblick 2022

→ Der Anteil von Online-Marketing und Social Media wird beim NZT auch 2022 eine große Rolle spielen. Neben verschiedenen Kampagnen mit der THL, dem KST und der TMBW ist erneut eine Bloggereise ins Zabergäu geplant. Schließlich wird der Gast immer mehr zum Multiplikator, der über seine Urlaubserfahrungen öffentlich wertet und berichtet.

GESCHÄFTSBERICHT

2021

2.5 Innenmarketing

Um Leistungsträger und Bewohner der Region für „das Produkt Urlaub“ zu gewinnen, muss neben den oft prioritär besetzten Themen des Außenmarketings auch das Innenmarketing einen entsprechenden Stellenwert einnehmen. Dabei sind gemeinsame Projekte und Kooperationen, Infoveranstaltungen aber auch Newsletter und Presseveröffentlichungen geeignete Mittel.

Um das touristische Wir-Gefühl zu stärken, kommuniziert der NZT auf vielfältige Weise auch „nach innen“:

- *Newsletter mit ca. 400 Abonnenten*

Der Vereins-Newsletter erscheint meist vierteljährlich und macht die Arbeit der Geschäftsstelle transparent. Aktuelle Projekte und Aktivitäten des NZT, Informationen zu Mitgliedern, Partnern sowie Veranstaltungshinweise werden aufgeführt

- *Kooperationen mit Partnern*

Aktionen wie die geführten Touren im Rahmen des Stadtradelns, die Termine des Naturfeierabends oder das neue Malbuch haben einen direkten Nutzen für Bewohner und Leistungsträger.

- *Besuch von Leistungsträgern und Instagram-Kampagne*

Nach dem Motto „nur wer das Produkt kennt, kann es vermarkten“ versucht der NZT seit jeher neue Mitgliedsbetriebe persönlich kennenzulernen. Für die Zeit des Lockdowns wurden Leistungsträger im Rahmen der Kampagne „was gibt's Neues“ besucht und auf Instagram darüber berichtet.



Neubau? Online-Veranstaltungen? Kreative Ideen?

Wir wissen, dass viele unserer Mitgliedsbetriebe während des letzten Jahres fleißig waren und die erzwungene Ruhezeit genutzt haben. Gerne möchten wir umgesetzte Ideen für ein größeres Publikum in den sozialen Medien sichtbar machen. Senden Sie uns eine E-Mail an info@neckar-zaber-tourismus.de. Wir kommen gerne bei Ihnen vorbei, machen Fotos und berichten auf facebook oder zeigen Eindrücke auf instagram.

- *Gremienberichte*

In verschiedenen Gremien, wie der jährlichen Mitgliederversammlung oder den Gemeinderatssitzungen berichtet der NZT über seine Arbeit und präsentiert den Geschäftsbericht.

- *Berichte und Pressearbeit*

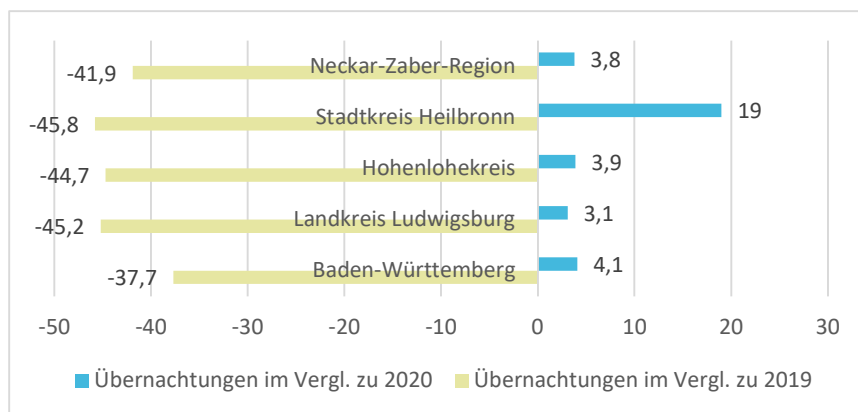
Regelmäßige Beiträge über aktuelle Themen erscheinen in der Heilbronner Stimme und den Amtsblättern. Zusätzlich wurde die Pressearbeit für die in „Normaljahren“ über 200 **Führungstermine** der Gästeführer übernommen und wöchentlich alle angebotenen Termine formuliert und herausgebracht. Zum Jahresbericht, zum Jubiläum und zum Reopening fanden Pressegespräche mit der Heilbronner Stimme statt.

→ Einen kurzen Auszug unserer Pressearbeit finden Sie im **Pressespiegel** im Anhang.

3. Zahlen und Statistik

3.1 Daten der amtlichen Statistik

„4,1 % mehr Übernachtungen gegenüber 2020 – aber 37,7 % weniger gegenüber Vorkrisenniveau“ lautet die Schlagzeile des statistischen Landesamtes zum Tourismusjahr 2021 in Baden-Württemberg. Die Zahl der Übernachtungen stieg auf 35,6 Mio., das waren 1,4 Mio. bzw. 4,1 % mehr als noch vor einem Jahr. Relative Tiefstwerte waren – nicht überraschend - die Monate Januar, Februar und März (-72,5 %, -70,7 % und -33,0 % gegenüber dem Vorjahr). Verzeichneten klassische Urlaubsgebiete wie der Mittlere Schwarzwald (+11,2 %) oder die Schwäbische Alb (+10,0 %) zweistellige Zuwächse, verbuchten die Übernachtungen im Nördlichen Baden-Württemberg +5,3 % mehr Gäste. Im Landkreis Heilbronn hingegen waren die Übernachtungszahlen mit -1,2 % erneut leicht rückgängig, die **Neckar-Zaber-Region** konnte mit **+3,8%** einen leichten Nächtigungsanstieg erzielen – jedoch immer unter Berücksichtigung der niedrigen Bezugswerte aus dem Vorjahr.



Ein genauer Blick auf die Statistik zeigt, wie sehr die Pandemie den Tourismus weiterhin im Griff hatte. Von Januar bis in den Mai hinein waren keinerlei touristische Reisen erlaubt, allein Geschäftsreisen waren unter Auflagen möglich. Sommer und Herbst sorgten für etwas Normalität, bis die steigenden Inzidenzzahlen die Branche wieder ausbremsten.

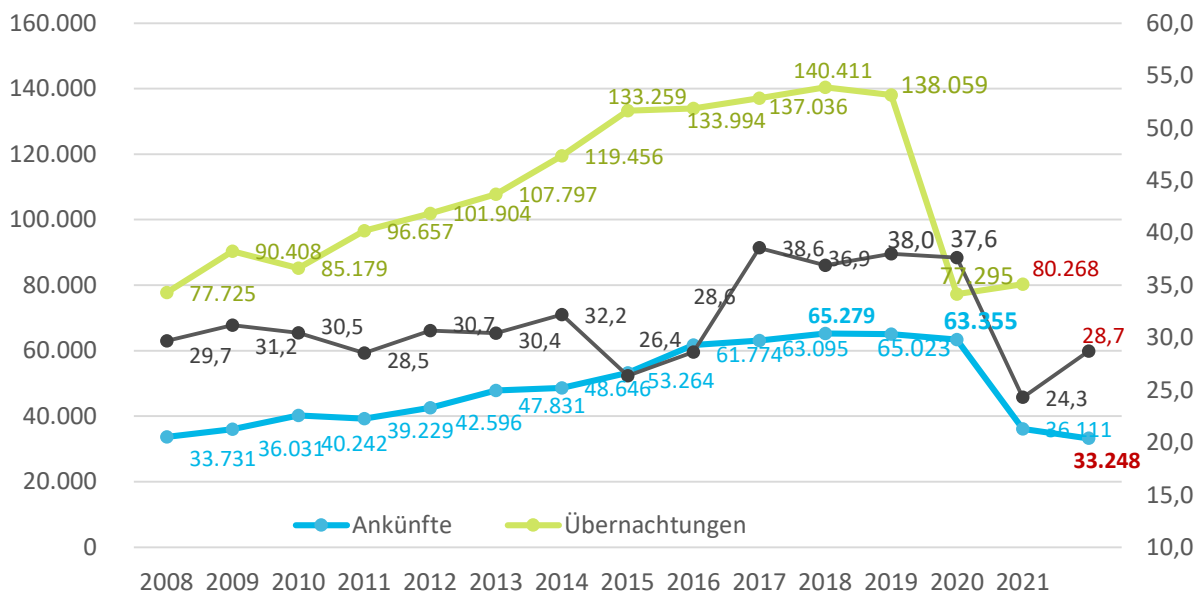
Trotz leichten Zuwächsen bei den Übernachtungen in der Region, sind die Verluste in allen Betriebszweigen immer noch dramatisch. Die Ankünfte brachen im Vergleich zum ersten Coronajahr nochmals um 7,9 % ein. Einzig positiv wirkt sich die **Aufenthaltsdauer** aus, die von 2,9 auf 3,5 Tage deutlich anstieg. In **Neckarwestheim** blieben die (Geschäfts)Reisenden mit 8,1 Tagen am längsten. Cleebonn, als klassisches Kurzurlaubs- und Freizeitparkziel, erreicht trotz rückgängiger Ankunftsahlen das Übernachtungsniveau vom Vorjahr, was die Aufenthaltsdauer leicht auf 1,5 Tage erhöht.

Durch die Betriebsaufgabe des Seegasthofs, tauchen die Ankunfts- und Übernachtungszahlen der verbleibenden zwei Zaberfelder Betriebe 2021 erstmals nicht mehr in der Statistik auf. Bei nur zwei gewerblichen Unterkunftsbetrieben (wie auch in Güglingen) unterliegen die Zahlen der Geheimhaltung und werden nicht veröffentlicht.

GESCHÄFTSBERICHT

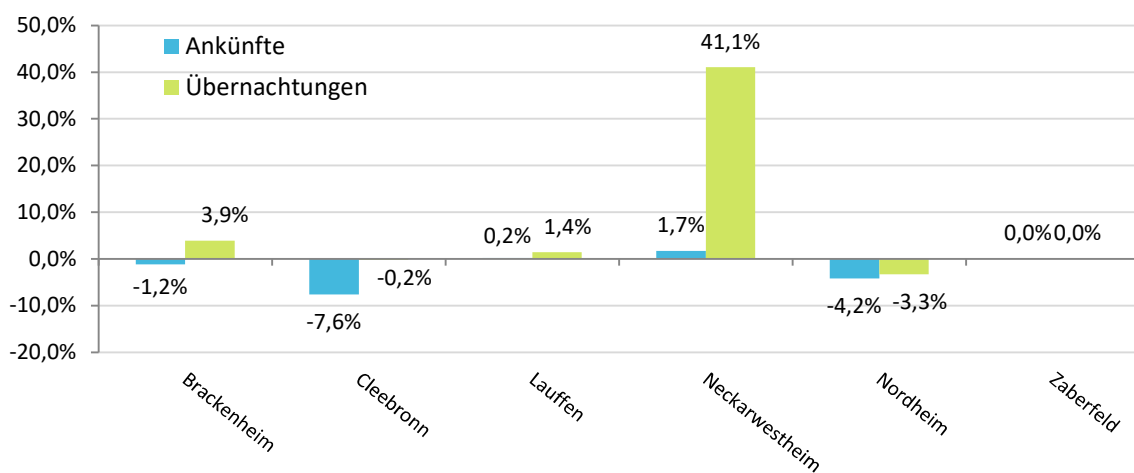
2021

Ankünfte, Übernachtungen und Auslastung in der Neckar-Zaber-Region 2008-2021



Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg

Prozentuale Veränderung (2020 auf 2021) der Ankünfte und Übernachtungen nach Kommunen



Eine detaillierte Monats-Aufstellung der Ankünfte und Übernachtungen der einzelnen Kommunen (inkl. Auslandsgästen) ist beim Neckar-Zaber-Tourismus e. V. erhältlich.

GESCHÄFTSBERICHT

2021

Ankünfte und Übernachtungen in der Neckar-Zaber Region 2016-2021 nach Kommunen

Ort	Jahr	Betriebe	Betten	Ankünfte	Übernachtungen	Aufenthalten-dauer	Auslastung
Brackenheim	2016	4	94	6.820	14.001	2,1	41,3
	2017	4	94	6.693	13.763	2,1	40,8
	2018	3	69	6.070	12.314	2	41,2
	2019	3	87	6.345	13.246	2,1	45,6
	2020	3	87	4.710	10.488	2,2	32,4
	2021	4	99	4.652	10.904	2,3	32,3
Cleebronn	2016	5	320	23.513	36.212	1,5	33,8
	2017	5	339	26.663	40.364	1,5	36,9
	2018	5	366	28.925	43.159	1,5	35,8
	2019	5	376	28.092	42.741	1,5	34,6
	2020	5	374	18.248	24.982	1,4	27,1
	2021	5	376	16.857	24.931	1,5	29,1
Güglingen	2018	2					
Lauffen	2016	7	210	14.383	36.222	2,5	48,9
	2017	8	224	13.918	31.749	2,3	39,8
	2018	8	225	13.288	30.886	2,3	38,4
	2019	7	190	12.268	27.038	2,2	36,6
	2020	7	190	6.541	14.964	2,3	22
	2021	7	190	6.555	15.173	2,3	22,2
Neckarwestheim	2016	5	116	5.884	17.919	3	43,5
	2017	5	138	5.580	17.924	3,2	39,2
	2018	5	142	5.106	21.493	4,2	43,4
	2019	5	133	5.177	22.130	4,3	46,5
	2020	5	135	2.519	14.680	5,8	34,4
	2021	5	156	2.561	20.718	8,1	39,1
Nordheim	2016	4	115	4.873	13.192	2,7	33,4
	2017	4	115	5.038	14.414	2,9	35,4
	2018	4	115	4.919	14.391	2,9	35,4
	2019	4	115	4.742	14.789	3,1	36,2
	2020	4	115	2.738	8.837	3,2	21,6
	2021	4	115	2.623	8.542	3,3	20,9
Zaberfeld	2016	3	152	7.622	16.448	2,2	30,5
	2017	4	280	7.387	18.822	2,5	29,5
	2018	3	148	6.715	18.168	2,7	33,8
	2019	4	280	6.731	18.115	2,7	26,3
	2020	2	148	1.355	3.344	2,4	8,5
	2021	2	X	X	X	X	X
GESAMT	2016	28	1.007	63.095	133.994	2,3	38,6
	2017	30	1.190	65.279	137.036	2,4	36,9
	2018	28	1.065	65.023	140.411	2,6	38,0
	2019	28	1.181	63.355	138.059	2,7	37,6
	2020	26	1.049	36.111	77.295	2,9	24,3
	2021	25	936	33.248	80.268	3,5	28,7

GESCHÄFTSBERICHT

2021

3.2 Daten der Geschäftsstelle

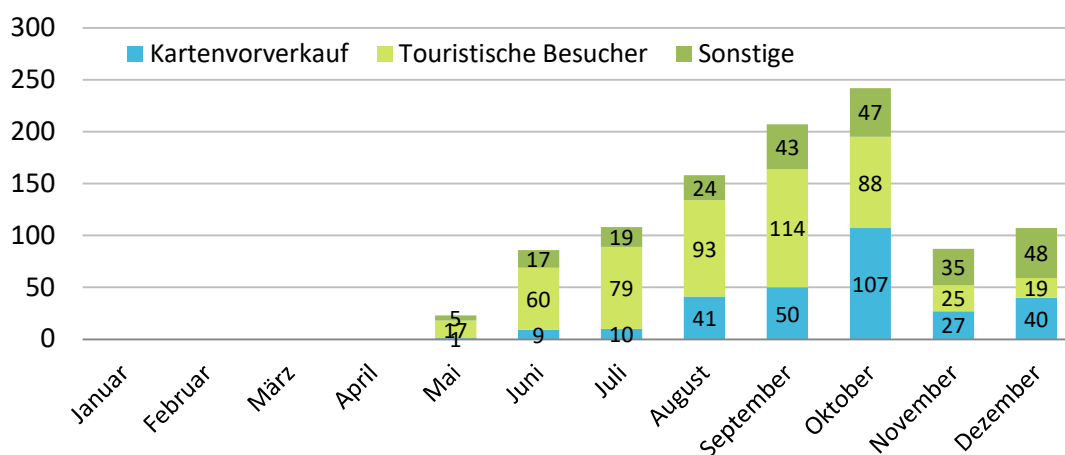
Besucherzahlen und Anfragen der Tourist-Info 2021

2021 begann für die Mitarbeiter der Tourist-Information wie 2020 geendet hatte – mit Lockdown und Urlaubsreiseverbot. Viele Unbekannte, wie ein möglicher Komplettausfall der Saison, massive Einschränkungen bei den Leistungsträgern und gleichzeitig die Hoffnung auf einen erfolgreichen Sommer machten die Planung für den Tourismus aber auch für die Gäste zum Auf und Ab. Das spiegelt sich auch in den Zahlen wider. Waren im ersten Krisenjahr noch rund 200 Öffnungstage im Rondell möglich, konnten Besucher 2021 gerade mal an 176 Tagen touristische Informationen vor Ort einholen – was ein Rückgang der Öffnungstage um fast 40% im Vergleich zu 2019 bedeutet. Trotz anhaltendem Trend nach Urlaub in Deutschland, war die Urlaubplanung getrübt, die Prospektbestellung im Frühjahr sehr zurückhaltend und die Gruppenanfragen fielen komplett der Krise zum Opfer. Die Besucherzahlen in der Tourist-Info gingen im Vergleich zum Vorjahr nochmals um 35 Prozent zurück und sanken auf 1.018 Gäste. Im Bezug auf das BUGA-Jahr 2019 ist das ein Rückgang von 2.578 Besuchern (71,7 %)!

Öffnungstage der Tourist-Information 2021

2021	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
Januar																																0
Februar																																0
März	geschlossen bis 21.05.2021, Lockdown																															0
April																																0
Mai																																8
Juni																																25
Juli																																27
August																																26
September																																26
Oktober																																26
November																																21
Dezember																													eingeschränkt		17	

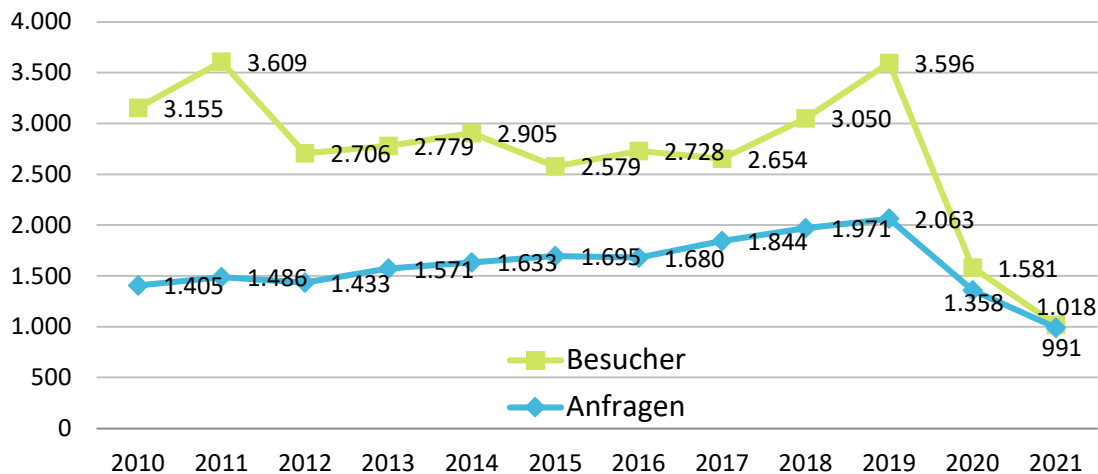
Besucher im Jahresverlauf 2021



GESCHÄFTSBERICHT

2021

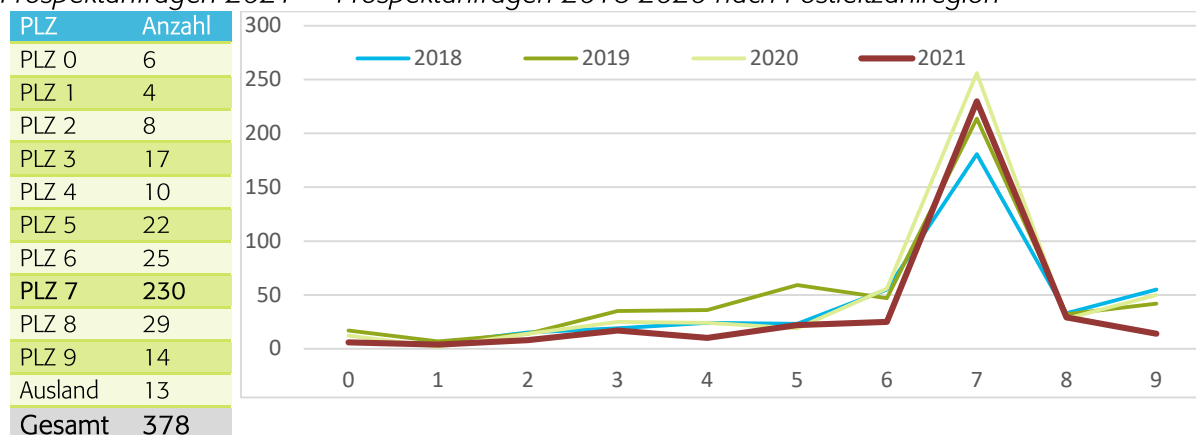
Entwicklung der Anfragen und Besucher 2007-2021



Um Kontakt mit der Tourist-Information aufzunehmen, griffen 58 Prozent der Anfrager zum Telefon, 42 Prozent kontaktierten die Tourist-Info per E-Mail oder Internet. Im Vergleich zu den Vorjahren sank auch 2021 der Wert der Telefonanfrager zugunsten der elektronischen Kanäle. Dies lässt sich als gesellschaftlicher Trend sowie durch die eingeschränkte Besetzung während der Schließphasen begründen.

Bewegten sich die Prospektbestellungen und die damit verbundene hohe Nachfrage nach regionalen bzw. deutschlandweiten Ausflugszielen im ersten Coronajahr noch auf dem hohen Niveau der Vorjahre, ließ die Bestellfreudigkeit mit 378 versandten Infopakten im Berichtsjahr nach. Mehr als jeder dritte Anfrager (38%) wünschte die Zusendung von Prospektmaterial. Hierbei waren die Thema Wandern, Wein und Radfahren besonders nachgefragt. Fast zwei Drittel der Anfrager (61 %) kamen aus dem Postleitzahlgebiet sieben, gefolgt von Prospektwünschen aus den PLZ-Gebieten acht (7,7%) und sechs (6,6 %).

Prospektanfragen 2021 Prospektanfragen 2018-2020 nach Postleitzahlregion



GESCHÄFTSBERICHT

2021

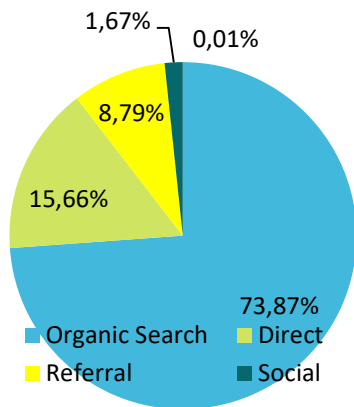
Ausblick 2022

→ Optimistisch stimmen die aktuellen Prospektanfragen. In den ersten acht Wochen des Jahres wurden bereits rund 100 Briefe mit Broschüren nach ganz Deutschland versandt. Eine gemeinsame Newsletter-Aktion mit den Weingärtnern Stromberg-Zabergäu hat dabei viele neue Anfragen generiert.

Internetbesucher – Zahlen, Herkunft und Interessen

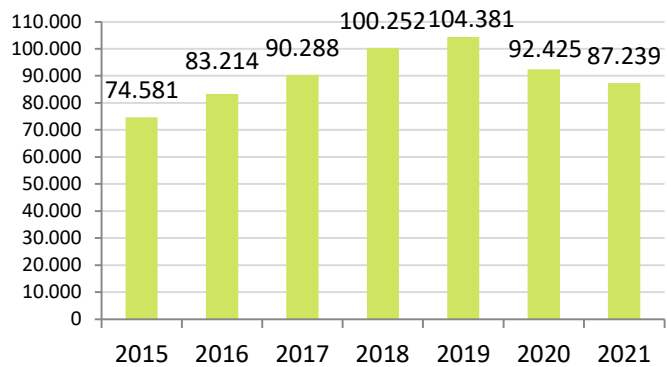
Schnell, aktuell und rund um die Uhr verfügbar. Die Internetseite www.neckar-zaber-tourismus.de ist für die Besucher und Einwohner oft der erste Anlaufpunkt, um sich über die vielfältigen Themen der Region zu informieren. Umso erfreulicher, dass die Internetseite nach 9 Jahren einen Relaunch erfahren hat und den Nutzern technische und grafische Verbesserungen liefert. (Quelle: alle Daten Analysetool „google analytics“)

Zugriffsquellen 2021 in Prozent



Die Daten der **Zugriffsquellen** zeigen, über welchen Kanal die Besucher auf die NZT-Webseite finden. 73,9 % kamen über eine Suchanfrage, 15,7 % über die direkte Eingabe der URL, 8,8 % erreichten die Homepage aufgrund einer Verlinkung und 1,7 % über Soziale Medien bzw. den Newsletter des NZT

Zahl der Internetsitzungen 2015-2021



Exakt 87.239 Sitzungen von 64.103 unterschiedlichen Nutzern verzeichnete die Vereinshomepage. Im Vergleich zum Vorjahr entspricht dies einem Rückgang von rund 11 %, der sich im zurückhaltenden Reiseverhalten im Frühjahr zeigt.

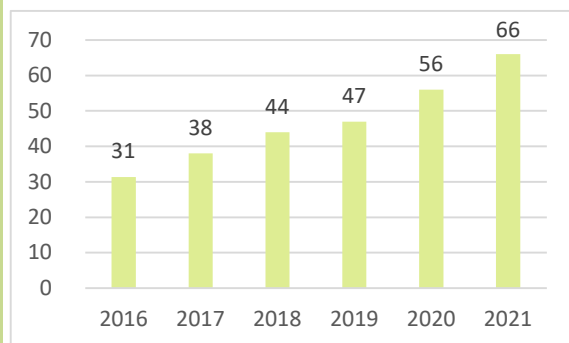
GESCHÄFTSBERICHT

2021

Seite	Seitenaufrufe	% Seitenaufrufe
1. /	8.646	9,91 %
2. /corona-schnelltest	5.457	6,26 %
3. /gastro/waldschenke-biergarten-hoerle	2.557	2,93 %
4. /uebernachten	2.168	2,49 %
5. /freizeit/wandern/ausgeschilderte-rundtouren	1.865	2,14 %
6. /erlebnisse/veranstaltungskalender	1.855	2,13 %
7. /uebernachten/alle-unterkuenfte	1.528	1,75 %
8. /wein-genuss/rund-um-den-wein/planwagenfahrten	1.347	1,54 %
9. /besetermine-weinausschank	1.131	1,30 %
10. /service	1.124	1,29 %

Zugriffsgeräte

Zwei Drittel aller Nutzer erreichten die Website im Berichtsjahr über ein Smartphone (66,4%). Vor fünf Jahren lag der Anteil der mobilen Zugriffe bei 31 %, 2020 hatte bereits jeder zweite die Website über sein Smartphone aufgerufen. Eine rasante Entwicklung, die die konsequente Ausrichtung der Homepage auf „mobile first“ bestätigt.



Interessen

Teilen sich in den letzten Jahrzehnten der Veranstaltungskalender, Informationen zu Übernachtungsbetrieben, die Besetermine und die Themen Wandern und Planwagen die ersten Plätze bei den beliebtesten Seiten, stellt die Nachfrage im ersten Corona-Jahr eine neue „Rangliste“ auf. Die Themen **Wandern und Radfahren** belegten erstmals die vordersten Plätze, 2021 wurde der Top-Rang nach der Startseite von der Übersicht der Corona-Schnellteststellen abgelöst.

Herkunft

In den Corona-Vorjahren kamen noch über zehn Prozent der Websitebesucher aus dem Ausland, 2020/2021 dominieren Besucher aus Deutschland mit hohen 95,8 Prozent. Die Verteilung der deutschen Internetbesucher entspricht in etwa den Prospektanfragern. 79,6 Prozent der Nutzer stammen aus Baden-Württemberg, mit großem Abstand folgen Zugriffe aus Hessen (5,5%), Bayern (4,8 %), Nordrhein-Westfalen (3,5%) und Rheinland-Pfalz (1,5%).

Buchung von Gruppenangeboten

Wein genießen, Geselligkeit erleben und gemeinsam die Region erkunden. Viele Angebote in „Deutschlands größter Rotweinlandschaft“ sind (wie) gemacht für Gruppen. Während der Wohnmobilmarkt boomt, Ferienwohnungen und -häuser verstärkt nachgefragt werden und kleine Gruppen bereits nach Pfingsten wieder zusammenkommen, ist die Bus- und Gruppenreisebranche eine der letzten, die auf Lockerungen hoffen darf. Entsprechend nüchtern sieht die Bilanz mit 13 über den NZT gebuchten Gruppen aus.

GESCHÄFTSBERICHT

2021

Entwicklung der Gruppenbuchungen 2013-2021

Jahr	Anzahl der Gruppen	Teilnehmerzahl	gebuchte Gruppenprogramme	durchschnittliche Gruppengröße	Anzahl der Programmpunkte Ø
2013	45	916	76	20	1,7
2014	63	2.071	128	33	2,0
2015	72	2.167	139	30	1,9
2016	90	2.427	143	27	1,6
2017	75	2.160	152	29	2,0
2018	65	2.074	123	32	1,9
2019	72	2.133	135	29	1,9
2020	12 (32)*	227 (824)	19 (45)	18 (25,8)	1,6 (1,4)
2021	13	297	20	23	1,5

* Buchungslage vor Corona

Buchung von Individual- und Tagespauschalen

Als touristischer Reiseveranstalter hat der Neckar-Zaber-Tourismus seit zehn Jahren rechtlich die Möglichkeit, gebündelte Tagesprogramme und Übernachtungspauschalen anzubieten. Beliebt sind die attraktiven Tagesprogramme für Busreisegruppen. War die Buchungslage vor Corona noch erfreulich, konnten die Busreisen sich im Restart nicht erholen. Gruppenreisen zählten zu den letzten, die nach dem Lockdown wieder Fahrt aufnahmen und zu einem regelmäßigen Betrieb zurückkehren konnten. Mit einem meist älteren Publikum blieb die Nachfrage trotz ausgeschriebener Fahrten ins Zabergäu sehr verhalten, was sich in nur zwei Tagesprogramm-Buchungen in den letzten beiden Jahren widerspiegelt.

Tagesprogramme Busreiseveranstalter 2014-2021

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	gesamt
Stadt-Land-Lust	1		3	2	3	2			11
Ein Tag mit Wein und Schwein*	1	6	1	1	2	3		1	15
Baron und Barrique	1						1		2
Beim Winzer zu Gast		3		2	3	2	1		11
Römer und Reben									0
Römer im Zabergäu									0
Heuss erzählt	1	1							2
Lauffen im Gehen					1				1
Individuelles Arrangement	1		2	3			1		7
gesamt Jahr	5	10	6	8	9	9	1	1	49

*auch Spargel und Wein

GESCHÄFTSBERICHT

2021

Ein ähnliches Bild zeigt sich bei den Übernachtungspauschalen. Lediglich für die Individualpauschalen zu den Themen Wein, Wandern und Familie gingen Buchungen ein. Alle Kleingruppenpauschalen fanden 2021 keine Nachfrage.

Individualpauschalen mit Übernachtungen 2013-2021

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	gesamt seit 2012
Weingenusspauschale	5	1	5	7	6	7	2	4	1	44
Wanderpauschale	2	8	8	1	7	2	2	2	1	34
Radpauschale	3	2	4	1	4	1				16
Familienpauschale			2			2		1	1	4
Sonderpauschalen				4			9	3		13
	10	11	19	13	17	12	13	10	3	116

4. Jahresrechnung 2021

Im Vorfeld zur Mitgliederversammlung wurde der Jahresabschluss und entsprechend der finale Haushalt für das Berichtsjahr erstellt. Der Jahresabschluss per 31.12.2021 wurde von den Kassenprüfern Bürgermeisterin Diana Kunz und Herrn Jürgen Arnold, Weingärtner Stromberg-Zabergäu am 23. Februar 2022 in den Räumen der Geschäftsstelle überprüft.

Jahresabschluss 2021 mit Ansatz 2022
Neckar-Zaber-Tourismus e. V.

EINNAHMEN	Ansatz 2021	Ist 2021	Ansatz 2022
Mitgliedsbeiträge	175.090,00 €	165.380,51 €	176.090,00 €
davon Mitgliedsbeiträge Kommunen	150.000,00 €	150.000,01 €	150.000,00 €
Tripsdrill	4.090,00 €	4.090,00 €	4.090,00 €
Mitgliedsbeiträge Leistungsträger	21.000,00 €	11.290,50 €	22.000,00 €
Verkaufserlöse	1.500,00 €	1.671,15 €	1.300,00 €
davon Rad-/Wanderkarten, Bücher	800,00 €	963,80 €	600,00 €
Kartenvorverkauf Reservix	500,00 €	527,91 €	500,00 €
Kartenvorverkauf Sonstige Veranstaltungen	80,00 €	119,50 €	80,00 €
Kartenvorverkauf Tageskarten GS Eppingen	120,00 €	59,94 €	120,00 €
Sonstige Einnahmen	1.350,00 €	1.871,00 €	5.750,00 €
davon Portospende	300,00 €	409,80 €	400,00 €
Portogebühren	50,00 €	43,20 €	50,00 €
Projektbeteiligung/Teilnahmegebühr	1.000,00 €	1.000,00 €	5.300,00 €
Gutschein Re.Nr. 4/21	0,00 €	418,00 €	
Tagesprogramme Gruppen/Pauschalen	12.000,00 €	3.009,00 €	6.000,00 €
Tagesprogramme Gruppen	2.000,00 €	273,00 €	1.000,00 €
Pauschalen	10.000,00 €	2.736,00 €	5.000,00 €
Einnahmen gesamt	189.940,00 €	171.931,66 €	189.140,00 €
AUSGABEN	Ansatz 2021	Ist 2021	Ansatz 2022
Sachkosten	25.900,00 €	18.547,45 €	25.100,00 €
davon Geräte, Ausstattung	5.000,00 €	2.166,22 €	5.000,00 €
Dienstleistung, Reparatur, Betreuung	1.500,00 €	2.708,67 €	2.000,00 €
Kopierer (Miete, Wartung)	1.500,00 €	1.385,16 €	1.500,00 €
Aus- und Fortbildung	1.000,00 €	318,80 €	1.000,00 €
Artikel/Aufwendungen Wiederverkauf	1.500,00 €	966,90 €	1.500,00 €
Aufw. Personalabrechnung (KVBW)	1.600,00 €	1.350,88 €	1.600,00 €
Sach- und Personenvers.	1.500,00 €	1.454,98 €	1.500,00 €
Abgaben/Steuern/Berater	2.500,00 €	1.310,70 €	2.000,00 €
Bürobedarf	1.000,00 €	234,44 €	1.000,00 €
Bücher/Zeitschriften	800,00 €	640,80 €	800,00 €
Post-/Fernmeldegebühren, DSL	3.000,00 €	2.226,92 €	2.500,00 €
Dienstreisen	1.500,00 €	828,29 €	1.200,00 €
Sonstiges	3.500,00 €	2.954,69 €	3.500,00 €
Werbung+Marketing	30.500,00 €	26.886,21 €	40.000,00 €
davon Online-Marketing	5.000,00 €	2.887,57 €	4.000,00 €
Internet Hosting/Fortschreibung	5.000,00 €	4.980,15 €	6.000,00 €
Messen	4.500,00 €	0,00 €	5.500,00 €
Besondere Aktionen	2.000,00 €	1.299,10 €	11.500,00 €
Anzeigenschaltung	2.000,00 €	465,60 €	2.000,00 €
Printmedien	10.000,00 €	15.039,89 €	9.000,00 €
Sonstiges	2.000,00 €	2.213,90 €	2.000,00 €
Tagesprogramme Gruppen/Pauschalen	11.000,00 €	2.914,77 €	5.500,00 €
Tagesprogramme Gruppen	1.800,00 €	215,20 €	1.000,00 €
Pauschalen	9.200,00 €	2.699,57 €	4.500,00 €
Personalkosten	135.000,00 €	122.391,24 €	135.000,00 €
Ausgaben gesamt	202.400,00 €	170.739,67 €	205.600,00 €
Saldo	-12.460,00 €	1.191,99 €	-16.460,00 €
Rücklagen aus Vorjahr	82.407,86 €	82.407,86 €	83.599,85 €
Übertrag in Folgejahr	69.947,86 €	83.599,85 €	67.139,85 €