

Geschäftsbericht 2023

DEUTSCHLANDS GRÖSSTE **ROTWEINLANDSCHAFT**



GESCHÄFTSBERICHT

2023

1. Verein	3
1.1 Mitarbeiter und Geschäftsstelle	5
1.2 Themen Geschäftsstelle, Verein und Dachorganisationen	6
Strategieprozesse	6
Digitalisierung	6
Clusterinitiative Wein-Tourismus-Neckar-Zaber	7
Zukunft der Tourist-Information	7
1.3 Zusammenarbeit und Sitzungen	9
2. Marketing	11
2.1 Aktionen und Marketingkampagnen 2023	11
2.2 Printmedien	15
2.3 Anzeigenwerbung und Online-Marketing	15
2.4 Social Media	16
2.5 Innenmarketing	17
3. Zahlen und Statistik	19
3.1 Daten der amtlichen Statistik	19
3.2 Daten der Geschäftsstelle	22
Besucherzahlen und Anfragen der Tourist-Info 2023	22
Internetbesucher	24
Buchung von Gruppenangeboten	25
Buchung von Individual- und Tagespauschalen	26
4. Jahresrechnung 2023	26

GESCHÄFTSBERICHT

2023

Das Jahr 2023 war für den Neckar-Zaber-Tourismus (NZT) ein gutes Jahr. Hinsichtlich der Übernachtungszahlen liegt die Region nur noch 0,4 % unter dem Vor-Corona- und BUGA-Niveau von 2019. Damit war vor zwei Jahren noch nicht zu rechnen. Trotz aller Herausforderungen und Krisen, die auch 2023 nicht weniger wurden, hat sich gezeigt, dass der Tourismus resilient ist, sich relativ schnell erholen kann und das Thema (Kurz)Urlaub für unsere Gäste, auch bei gestiegenen Kosten, weiterhin einen hohen Stellenwert besitzt.

Gleichzeitig war das vergangene Jahr für den NZT auch ein Jahr des „auf den Weg bringens“:

Viele große und kleine Schritte wurden unternommen, um den **Datenumzug auf die landesweite mein.toubiz-Plattform** vorzubereiten. Durch die Einpflege und Ausspielung aller Mitgliedsbetriebe, Ausflugsziele und Angebote wird, seit der Freischaltung vor wenigen Wochen, die Sichtbarkeit und Relevanz der Daten zunehmend verbessert.

Der **Neubau der Tourist-Information** ist ein weiteres aufregendes Projekt für die Zukunft, das helfen wird, unsere Region noch attraktiver zu präsentieren. Denn bei aller Digitalisierung, die Jahr für Jahr mehr Raum einnimmt (dieses Vorwort wurde u.a. mit Unterstützung von Chat GPT geschrieben 😊), haben persönliche Begegnungen vor Ort noch längst nicht ausgedient. Dies zeigen uns unsere Betriebe und Leistungsträger, die trotz Herausforderung eng, zuversichtlich und kooperativ mit uns und den Gästen arbeiten.

Wie wichtig Partnerschaften und Netzwerk für den Tourismus sind, zeigt auch das letzte Wegbereiter-Beispiel aus 2023. Im Berichtsjahr war der Neckar-Zaber-Tourismus Teil der **strategischen Entwicklungen** im HeilbronnerLand und Kraichgau-Stromberg Tourismus. Die Dachorganisationen wiederum waren Teil der in der Gründung befindlichen Tourimia Tourismus GmbH.

„Mit der Gründung der Tourimia Tourismus GmbH und der Bündelung des Marketings der gesamten Region setzen die Verantwortlichen auf eine verstärkte Sichtbarkeit und Attraktivität des Reiseziels. Die gemeinsame Förderung von Themen wie Radfahren, Wohnmobilreisen, Wein & Genuss sowie die Fokussierung auf Qualität und Digitalisierung sind strategische Maßnahmen, um die Region als Top-Reiseziel zu positionieren und das Vor-Corona-Niveau zu übertreffen“
https://www.fnweb.de/orte/buchen_artikel,-buchen-uebernachtungszahlen-erneut-gestiegen-_arid,2182022.html

Mit diesem Statement blicken wir optimistisch in die Zukunft und sind gerne bereit, das kommende Tourismusjahr gemeinsam mit der gesamten Region erfolgreich fortzuführen.

GESCHÄFTSBERICHT

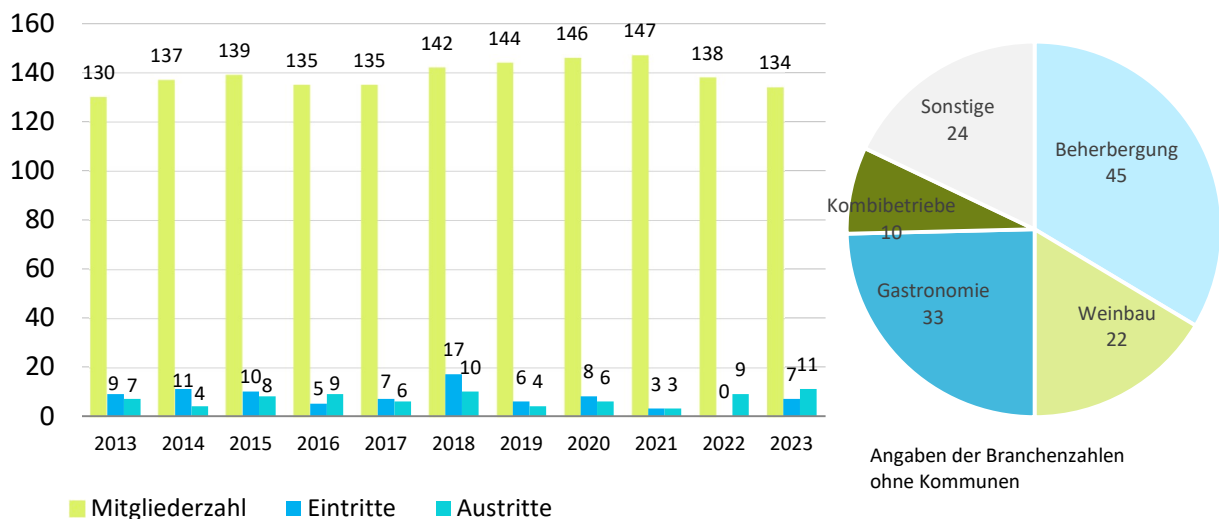
2023

1. Verein

Viel Bewegung gab es im Jahr 2023 bei den Mitgliedsbetrieben. Mit elf Austritten und sieben Eintritten sank die Mitgliederzahl im Berichtsjahr auf 134. Wie im Vorjahr erfolgte die Mehrzahl der Kündigungen (neun von elf) aufgrund einer Betriebsaufgabe. Vor allem einzelne Ferienwohnungen und Gastronomiebetriebe stellten ihr Angebot ein. Umso erfreulicher ist es, dass mit den Neumitgliedern wieder attraktive Cafés und Restaurants hinzukommen.

Analog zu den letzten Jahren, fielen die meisten Betriebe im Verein in die Sparte „Beherbergung“ (45) gefolgt von „Gastronomie“ (33) und „Weinbau“ (22).

Entwicklung der Mitgliederzahlen und Mitglieder nach Branchen



Vereinsorgane

Die 20. **Mitgliederversammlung** des Neckar-Zaber-Tourismus fand am 19. April 2023 in der Waldschenke Hörnle in Brackenheim-Dürrenzimmern statt. Neben den Berichten des Vorsitzenden und der Geschäftsführung, wurden zwei weitere, wichtige Themen der Tourismusarbeit präsentiert:

- ▶ Das Interesse der Nachbarkommunen Leingarten und Schwaigern an einer Mitgliedschaft
- ▶ Der Umzug der Tourst-Info in die Brackheimer Innenstadt

Zum letzten Punkt informiert der eingeladene Projektleiter und Investor der neuen WeinZeit im Schloss, Wolfgang Scheidtweiler, die Teilnehmer über die Weinerlebniswelt, die gegenüber dem Tourist-Info Neubau entsteht. Die interaktive Wein-Themenwelt kooperiert mit der Cité du Vin in Bordeaux. Dies macht die Ausstellung einzigartig in Deutschland und hat eine jährliche Besucherzahl von rund 50.000 zum Ziel.

GESCHÄFTSBERICHT

2023

Vor der eigentlichen Mitgliederversammlung nutzen zahlreiche Leistungsträger die angebotene Probefahrt mit den E-TukTuks und begleiteten Hörnle-Wirt Jürgen Hönnige durch seinen Betrieb.



20. Mitgliederversammlung auf dem Hörnle



Betriebsführung durch die Waldschenke Hörnle



Einsteigen zur TukTuK-Probefahrt

Der Vorstand traf sich im Berichtsjahr zu zwei Terminen.



Vorstandssitzung Biohof Döbler, Brackenheim

Die Frühjahrssitzung fand Anfang März im Naturparkzentrum in Zaberfeld statt. Aufgrund des zentralen Tagesordnungspunkts Gebietserweiterung/Beitritts-gesuch waren zu diesem Termin nicht nur der gewählte Vorstand, sondern als Gäste alle Bürgermeister der kommunalen Mitglieder sowie die BürgermeisterInnen aus Schwaigern und Leingarten anwesend.

Bei seiner Sitzung im Spätjahr beschäftigte sich der Vorstand mit den strukturellen Tourismusentwicklungen in Nord Baden-Württemberg und im HeilbronnenLand sowie mit dem Haushalt 2024.

→ 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

GESCHÄFTSBERICHT

2023

1.1 Mitarbeiter und Geschäftsstelle

Das Team des Neckar-Zaber-Tourismus blieb auch 2023 in seiner Besetzung mit vier Teilzeitkräften bestehen. Mit einem Stellenumfang von 2,24 in den Bereichen Geschäftsführung, Digitalisierung, Marketing und Verwaltung, wurden der Betrieb der Tourist-Information und die Aufgaben des Vereins umgesetzt.



Das Team des NZT 2023, v.l. Regine Sommerfeld (41 %), Sabine Hübl (51 %), Alexandra Hornberger (60 %) und Sabine Zartmann (72 %)



Seit 01.01.2024 neu im Team: Hannah Markert

Bis Februar 2023 unterstützte Ionut Damaschin im Rahmen seines Studien-Pflichtpraktikums den NZT. Im April erhielt Annika Hönnige als Schülerpraktikantin Einblick in die Tätigkeit einer Tourist-Info.

Ausblick 2024

→ Nach acht Jahren und vielen erfolgreichen Marketingaktivitäten und Projekten (u.a. den Relaunch der Website und zuletzt das Vorantreiben der Digitalisierung in Richtung landesweiter Datenbank), verabschiedete sich Sabine Zartmann Anfang Januar 2024 beim NZT. Als Nachfolge vervollständigt seit wenigen Wochen Hannah Markert das Team des Tourismusvereins.

Weitere Infos zu den Mitarbeitern und den jeweiligen Arbeitsbereichen: <https://www.neckar-zaber-tourismus.de/service/mitarbeiter>

Neben den aus der Personalsuche resultierenden Aufgaben wie Stellenausschreibung, Durchführung der Vorstellungsgespräche und Probearbeitstage, war die Umstellung der Gehaltsabrechnung eine weitere personalrelevante Veränderung im Berichtsjahr. Der Wechsel vom kommunalen Versorgungsverband zur monatlichen Gehaltsabrechnung über den Steuerberater (Start 2024) wurde durch den NZT umfassend vorbereitet und eingeleitet.

1.2 Themen Geschäftsstelle, Verein und Dachorganisationen

Strategieprozesse

Der von der Touristikgemeinschaft HeilbronnerLand (THL) im Jahr 2022 angestoßene **Strategieentwicklungsprozess** wurde im Berichtsjahr erfolgreich fortgesetzt. Hierzu fand u.a. ein ausführliches Gespräch mit der THL und dem Tourismus im Weinsberger Tal (TWT) statt. Zentrales Thema war die Frage, welche Aufgaben und Arbeiten die lokalen Tourismusebenen übernehmen, wenn durch die Verlagerung von Marketing- und Werbemittelressourcen Richtung Dach Destinationsmanagementorganisationen (DMOs) Personalkapazitäten frei werden.

Die Gesprächsergebnisse waren zu Teilen auch Grundlage für ein Treffen zwischen Schwaigern, Leingarten, dem Neckar-Zaber-Tourismus und dem HeilbronnerLand, das mögliche Varianten der touristischen Kooperation beleuchtete. Eine Information über den Strategieprozess an alle Vereinsbürgermeister erfolgte über die THL bei der regionalen Sprengelsitzung.

Auch die Klausurtagung des **Kraichgau-Stromberg Tourismus e.V.**, an der der NZT im November teilnahm, befasste sich mit touristischen Strukturen und ihrem Mehrwert für die Region. Auf der Tagesordnung standen u.a. die Aufgaben der neuen Dach DMO im nördlichen Baden-Württemberg, der Einklang von Besucher- und Bewohneransprüchen sowie regionale Identität und Tourismusakzeptanz.

Digitalisierung

„Was nicht digital existiert, wird nicht gefunden. Eigentlich ist es ganz einfach: Anbieter müssen im Internet sichtbar sein, um vom (potenziellen) Gast gefunden zu werden. [...] Konkret bedeutet das: Marketing-Daten von Sehenswürdigkeiten, Veranstaltungen, Touren, Bilder und beschreibende Texte müssen qualitativ hochwertig und nach dem Prinzip „Open Data“ aufbereitet sein, sodass sie nahtlos von Schnittstellen, Datenbanken und Maschinen künstlicher Intelligenz gelesen, verarbeitet und mit jeder Software genutzt werden können.“ <https://www.dwif.de/wissenswert/spannende-geschichten/story/item/digitalisierung-tourismus.html>.

Diesen Weg ist auch die Tourismus Marketing Baden-Württemberg (TMBW) gegangen. Die TMBW bietet den Tourismusakteuren die **mein.toubiz Datenbank** als Landeslösung zur Digitalisierung der touristischen Infrastruktur in Baden-Württemberg an. D.h. Daten, wie Veranstaltungen, Ausflugsziele, Gastronomie, Unterkünfte oder Touren können in die Datenbank eingepflegt und als „offene Daten“ auf verschiedenen Kanälen ausgespielt werden. Um dieses System zu nutzen, hat der NZT im Berichtsjahr alle Voraussetzungen auf den Weg gebracht, um einen inhaltlich und technisch reibungslosen Datenumzug auf die mein.toubiz Datenbank zu realisieren.

Dazu wurden fast 1.000 Datensätze und ebenso viele Fotos erfasst und manuell in die neue Datenbank eingepflegt. Parallel dazu fanden unzählige Abstimmungen mit der Website-Agentur, den mein.toubiz-Verantwortlichen sowie den beiden Dachorganisationen statt.

GESCHÄFTSBERICHT

2023

Wortwolke Datenmigration



Ausblick 2024

→ Seit 18. März 2024 sind alle touristischen Daten der Neckar-Zaber-Region in der landesweiten Datenbank „mein.toubiz“ eingepflegt und werden auf der Vereinswebsite ausgespielt.

Im Sinne von Open-Data/knowledge graph erhalten die NZT-Angebote dadurch eine höhere Sichtbarkeit. Verschiedenen Ausspielungskanäle (bwegt, ADAC Trips, outdooractive etc.) sorgen zusätzlich für eine größere Reichweite.

Clusterinitiative Wein-Tourismus-Neckar-Zaber

Die Lenkungsgruppe „Entwicklung eines Weinbau-Tourismus-Clusters zur Stärkung der regionalen Wertschöpfung“ und die damit verbundene Idee zur Bildung einer Weinbau-Musterregion Neckar-Zaber traf sich im Berichtsjahr zu verschiedenen Terminen. Einen großen Schritt nach vorn erhielt das Projekt durch die vom MLR bewilligte 2-jährige Personalstelle, für die die Staatliche Lehr- und Versuchsanstalt für Wein- und Obstbau (LWVO) einen Projektantrag gestellt hatte. Die Stelle wurde zum Ende des Jahres ausgeschrieben.

Ausblick 2024

→ Die ab 1. März 2024 besetzte Stelle ist bei der LWVO in Weinsberg angesiedelt. Für den direkteren Kontakt mit den Weinbaubetrieben und touristischen Leistungsträgern ist zusätzlich eine Präsenz vor Ort in der Raumschaft Neckar-Zaber vorgesehen.

Zukunft der Tourist-Information

Mit dem geplanten Umzug der Tourist-Information in die Innenstadt stellt sich für den NZT auch die Frage der Raumplanung und Innengestaltung. Zahlreiche Gespräche dazu wurden mit der für die Durchführung beauftragten Werkgruppe Neckar geführt. Themen wie die zukünftige Prospektübersicht, der Bedarf und Bestand der Ausstattung, die Counterplatzierung oder die technischen Ansprüche an die neue TI wurden von den Mitarbeitern der Geschäftsstelle ebenso ausgearbeitet wie ein Moodboard oder Ideen zum Storytelling der neuen Räumlichkeiten.

Eine visionäre Sicht auf den Neubau war Ziel eines Treffens mit der Stadt Brackenheim. Gemeinsam wurde erarbeitet, welchen Einfluss die aktuellen Bauprojekte in der Obertorstraße auf die Entwicklung von Innenstadt und Tourismusregion haben.

GESCHÄFTSBERICHT

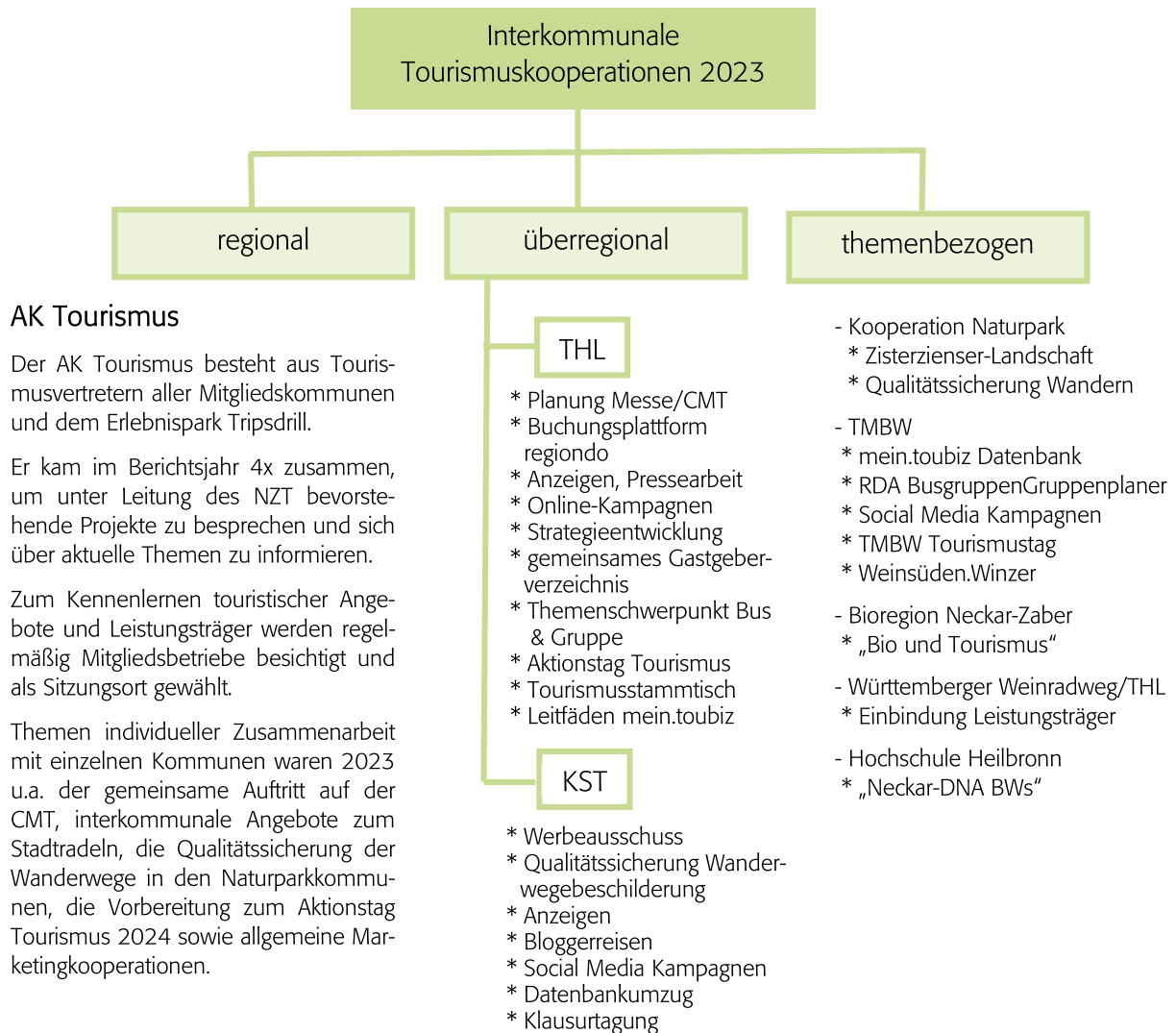
2023

Bauphasen der neuen Tourist-Information



1.3 Zusammenarbeit und Sitzungen

Ergänzend zur Leitung des vereinsinternen AK Tourismus, vertritt der NZT die Region in verschiedenen Ausschüssen und Projektgruppen v.a. bei den beiden übergeordneten Tourismusverbänden.



AK Tourismus

Der AK Tourismus besteht aus Tourismusvertretern aller Mitgliedskommunen und dem Erlebnispark Tripsdrill.

Er kam im Berichtsjahr 4x zusammen, um unter Leitung des NZT bevorstehende Projekte zu besprechen und sich über aktuelle Themen zu informieren.

Zum Kennenlernen touristischer Angebote und Leistungsträger werden regelmäßig Mitgliedsbetriebe besichtigt und als Sitzungsort gewählt.

Themen individueller Zusammenarbeit mit einzelnen Kommunen waren 2023 u.a. der gemeinsame Auftritt auf der CMT, interkommunale Angebote zum Stadtradeln, die Qualitätssicherung der Wanderwege in den Naturparkkommunen, die Vorbereitung zum Aktionstag Tourismus 2024 sowie allgemeine Marketingkooperationen.

Fortbildungen und Termine

In Zusammenarbeit mit den touristischen Partnern haben die Mitarbeiterinnen des NZT im Berichtsjahr verschiedene Weiterbildungsangebote und Workshops genutzt. Im Fokus standen die touristischen Zukunftsthemen **Digitalisierung** (Creative Commons im Tourismusmarketing, Instagram, KI im Tourismus, mein.toubiz advanced oder Chat GPT), **strukturelle Destinationsentwicklung** (Natürlicher Dorferurlaub, Lebensraummanagement, Tourismus jenseits des Wachstums) und die Zukunft der Tourist-Information (digitale Infoterminals und Alternativen, Tourist-Info 2040).

GESCHÄFTSBERICHT

2023



Rasanter Abschluss des AK Tourismus nach der Sitzung in der Tüftlerstätte im Erlebnispark Trisprill



Museumsleiter Enrico DeGennaro führt den AK Tourismus durch die Stilling-Ausstellung Antike.reloaded durchs Römermuseum.



Der Werbeausschuss des **Kraichgau-Stromberg Tourismus (KST)** kam im Geschäftsjahr dreimal zusammen. Passbeschilderung, Hängelstationen aber auch die Entwicklungen im Nördlichen Baden-Württemberg und v.a. Marketing- und Kooperationsprojekte standen im Mittelpunkt der Treffen.

Laut Ergebnissen des Wandermonitors (2022) ist die Beschilderung eines Wegs mit 82,8 % das am regelmäßigsten genutzte Hilfsmittel während einer Wanderung. Auch für unsere Region sind **qualitativ hochwertige Wanderwege mit guter Beschilderung** unumgänglich. Ganz wesentlich für die Neckar-Zaber-Region waren daher die zahlreichen Treffen des „AK Qualitätssicherung Wandern“. Um die Qualität der Wanderwege langfristig zu sichern, haben KST und Naturpark in diesem Arbeitskreis Leitfaden für die Beschilderung ausgearbeitet, Schulungen angeboten und mit der Agentur Pro-cyCL kooperiert. Letztere bietet den Kommunen zur Beschilderungsüberprüfung, Katastererfassung, Mängelbehebung etc. ein Service-Paket an.

Ausblick 2024

→ Alle betroffenen Naturpark-Kommunen der Neckar-Zaber Region können 2024 eine erfolgreiche Qualitätssicherung Ihrer Wanderdreiklangsbeschilderung durchführen – sei es über die gebuchte Agentur oder über Wegepaten, die eigens für die Beschilderungsüberprüfung von den Kommunen gesucht wurden.

Im Berichtsjahr erstmals ins Leben gerufen und bereits eine kleine Erfolgsgeschichte sind die **touristischen Stammtische der THL**. Diese regelmäßigen Netzwerktreffen bieten einen Raum für den offenen Gedankenaustausch, das bessere Kennenlernen und die Projektzusammenarbeit. Gemeinsam mit dem Lauffener Weingut Schaaf hat der NZT den Juli-Stammtisch in die Region geholt. Zu diesem Termin stellte die Heilbronn Marketing die Idee eines gemeinsamen **Aktionstags Tourismus** vor – eine Maßnahme im Innenmarketing, die am 13. April 2024 als Tourismusaktionstag HeilbronnerLand (mit zahlreichen Angeboten der NZT-Kommunen) Premiere feiert.

Infos zu den Touristiker-Stammtischen und Netzwerktreffen unter <https://www.heilbronnerland.de/info-service/das-heilbronnerland/partnerbereich>

GESCHÄFTSBERICHT

2023

2. Marketing

2.1 Aktionen und Marketingkampagnen 2023

14.-22. JANUAR 2023

CMT Stuttgart

Nach zwei messefreien Jahren blickt der NZT auf eine erfolgreiche CMT in Stuttgart zurück. Von den rund 265 000 Besuchern kamen viele am Stand des NZT vorbei, der mit täglicher Unterstützung durch Weinbaubetriebe, Kommunen und Gästeführer am neuen Messestand des HeilbronnerLands vor Ort war.



28./29 JANUAR 2023

Tag der Reise

Auch beim „Tag der Reise“ bei Müller-Reisen in Massenbachhausen war der NZT zu Jahresbeginn vertreten. Vor allem die Themen Rad, Wandern, Veranstaltungen und Einkehr wurden nachgefragt.



MÄRZ 2023

HNV Gäste-Ticket

Seit März setzt der NZT als Kombiticket-Partner des HNV (Heilbronner-Hohenloher-Haller Nahverkehr GmbH) ein Zeichen für nachhaltige Mobilität. Der Vertrag beinhaltet ein kostenloses ÖPNV-Ticket, das allen Gästen bei der Buchung einer Übernachtungspauschale ausgehändigt wird. Das Ticket ist gültig für die Reisedauer und für den Geltungsbereich des HNV.



FRÜHJAHR 2023

Kulinarische Wanderrouten

Routen, welche die TMBW-Kriterien für „Kulinarische Wanderrouten“ erfüllen, rücken seit 2023 in den Fokus des Landesmarketings. Der NZT hat sich mit zwei Touren (BRA1 Brackenheim & RWW3 Lauffen) erfolgreich um die Auszeichnung beworben. <https://www.tourismus-bw.de/urlaub-im-sueden/genuss/kulinarik/genuss-aktiv-erleben/genusspfade>.



GESCHÄFTSBERICHT

2023

MÄRZ/APRIL 2023

Besuch Hölderlinhaus & Gästeführertreffen

Ende März lud Stadtführer Klaus Koch seine Gästeführerkollegen aus dem Zabergäu ins Hölderlinhaus nach Lauffen ein. Bei der Themenführung „Das Hölderlinhaus im Wandel der Zeit“ stand nicht der Dichter selbst, sondern sein Wohnhaus im **Fokus**. Beim Treffen der Lauffener Gästeführer stellte Sabine Hübl aktuelle (Marketing-)Projekte des Tourismusvereins vor.



25./26.APRIL 2023

RDA Köln

In Zusammenarbeit mit der TMBW und der Agentur more! konnten die Gruppenangebote aus der Region auf der RDA Group Travel Expo in Köln zielgenau beworben werden. Im Nachgang erhielten zahlreiche interessierte Busreisanbieter weitere Informationen zu Gruppenbausteinen an Neckar und Zaber.



JUNI 2023

#deinHügelmoment

Über die Social Media Kampagne mit dem KST wurden im Juni die Weinregion und das Brackener Weinfest „Natur&Wein“ in die Timeline der Abonnenten gepostet. Ein kurzer Reel hat zusätzlich Lust auf die durch den NZT organisierten Planwagenfahrten bei Natur&Wein gemacht.



10./11. JUNI 2023

Jungwandern

Anfang Juni war der Stuttgarter Wanderblogger Andreas Schwientek von jungwandern.de im Auftrag des NZT in der Region unterwegs. Ziel waren die beiden von der TMBW als kulinarische Wanderrouten ausgezeichneten Touren Katzenbeißer-Runde und BRA1. Blogbeiträge unter <https://jungwandern.de/wanderdreiklang-brackenheim/> und <https://jungwandern.de/lauffen-wandern/>



GESCHÄFTSBERICHT

2023

27. JUNI 2023

Stadtradeln

Im Rahmen der Stadtradeln-Aktion beteiligte sich der NZT auch 2023 wieder mit einer geführten Radtour durch die Vereinsregion. Die angebotene Tour führte Ende Juni hinauf ins Obere Zabergäu - mit zufriedenen Teilnehmern und Abschlusseinkehr in der Herzogskelter in Güglingen.



JULI 2023

Buchungsplattform regiondo

Im Juli lud der NZT interessierte Gästeführer zu einer regiondo-Infoveranstaltung nach Brackenheim ein, mit dem Ziel, Gästeführungen online buchbar zu machen.



SOMMER 2023

Newsletter Kooperation Weinbau

Nach der erfolgreichen Cross-Marketing Kampagne im Vorjahr war der NZT im Frühjahrs-Newsletter der WG Cleeborn-Güglingen sowie im Sommer-Newsletter der Weingärtner Lauffen mit dabei und warb für eine Reise in die Weinregion.



AUGUST 2023

Radblogger Genussradeln

Der neu ausgezeichnete Württemberg Weinradweg wurde Anfang August von Sebastian Canvas vom Portal @offthepath erkundet. Der Rad- und Reiseblogger war im Auftrag der TMBW und der Weinwege Württemberg auch im Zabergäu unterwegs und teilte schöne Posts auf seinen Kanälen. Die Strecke führte von Kürnbach nach Neipperg, wo Canvas in Kooperation mit dem NZT im Flämmle übernachtete.



<https://www.off-the-path.com/reiseziele/europa/deutschland/baden-wuerttemberg/gravelbike-tour-karlsruhe-stuttgart/>

GESCHÄFTSBERICHT

2023

26./ 27. August 2023

Meiningers Weinreisen

In Kooperation mit der TMBW hat der Tourismusverein eine Anzeige im renommierten Jahresmagazin „Meiningers Weinreisen“ gebucht – Erscheinungstermin Januar 2024. Um Content für dieses Advertorial zu erstellen, war die Journalistin, Sophia Langhäuser, am 26./27. August mit einem genussvollen Programm in den Weinsüden.Weinorten unterwegs:

- Kellerwalk bei Rolf Willy in Nordheim
- Planwagenfahrt der WG Cleeborn-Güglingen
- Besuch Weinfest Weingut Blatt in Brackenheim-Hausen
- Besuch „Wein im Park“ Lauffen a. N.
- Übernachtung beim Gästehaus Kraft in Lauffen a. N.
- Besuch Hölderlinhaus Lauffen a.N.



24. SEPTEMBER 2023

Regionaltag Güglingen

Im Herbst war die Region Heilbronn-Franken beim „Regionaltag“ zu Gast in Güglingen. Der NZT beteiligte sich bei bestem Wetter als Unteranschließer am Stand des HeilbronnerLands, um vor Ort den Verein mit sämtlichen Angeboten zu präsentieren. Begleitend dazu erschien im Magazin „Pro Region“ ein Interview mit Frau Hübl zum regionalen Tourismus.



OKTOBER 2023

Urkundenverleih Weinsüden.Winzer

Mit dem neuen Siegel „Weinsüden Winzer“ prämiert die TMBW Betriebe, die für herausragende Weinerlebnisse stehen. Die Urkunden für die ausgezeichneten Weingüter wurden vom NZT persönlich übergeben.

Weinsüden.Winzer im NZT:

- Weinkonvent Dürrenzimmern, Brackenheim
- Weingut Seybold, Lauffen a. N.
- Weingärtner Cleeborn-Güglingen, Cleeborn
- Privatkellerei Rolf Willy, Nordheim
- Weingärtner Stromberg-Zabergäu, Brackenheim



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 termin- und preisbezogenen Informationen, zum anderen Printmedien zu allen touristischen Schwerpunktthemen. Einen Überblick aller herausgegebenen Printmedien und die Möglichkeit zum pdf-Download ist unter <https://www.neckar-zaber-tourismus.de/service/prospektbestellung> zu finden.



Die **Imagebroschüre** des NZT wurde zu Beginn des Berichtsjahrs in der **englischen Fassung** überarbeitet und neu gedruckt. Die Neuauflage ist neben den fremdsprachigen Besuchern vor allem für Firmen mit internationalen Geschäftsreisenden gedacht.



Erstes Ergebnis der Strategieentwicklung im HeilbronnerLand war ein **gemeinsames Gastgeberverzeichnis** für den gesamten Landkreis. Das bisherige NZT-Unterkunftsverzeichnis sowie das der touristischen Partner entfallen. Den kostenpflichtigen Eintrag im neuen GGV hat der NZT für seine Mitgliedsbetriebe übernommen. Für einen größeren Eintrag bzw. eine Veröffentlichung als Nichtmitglied, konnten die Betriebe kostenpflichtig eine entsprechende Anzeige buchen.

Das Gemeinschaftsverzeichnis ist nach Betriebssparten und alphabetisch nach Ortschaften sortiert, der Innenteil ist für alle Tourismusorganisationen (NZT, Weinsberger Tal, HMG, Bad Wimpfen etc) identisch. Der 8-seitige individuelle Umschlag ist beim NZT entsprechend dem Vereins-CI gestaltet, informiert über die Region und bewirbt ferner zwei Pauschalangebote.

2.3 Anzeigenwerbung und Online-Marketing

Gemeinsam mit den Dachorganisationen und der TMBW kooperiert der NZT seit Jahren in den Bereichen Anzeigenwerbung und Online-Marketing. Nicht nur die Veränderungen im Verbraucherverhalten, sondern auch Faktoren wie verbesserte Messbarkeit, größere Reichweite, präzisere Zielgruppenansprache und eine kostengünstigere Struktur motivieren den NZT zu verstärkten Aktivitäten im Online-Bereich. Ähnlich wie bei Print-Kampagnen wurden auch digitale Kampagnen oft in Zusammenarbeit mit Partnern und Kommunen durchgeführt.

Einträge und Anzeigenwerbung des NZT 2023

Anzeigen Printmedium	Typ	Thema
KST Besenkalender 2023	Flyer/Broschüre	Wein in Brackenheim
Meininger Weinreisen	Jahresmagazin	Weinsüden.Weinorte

GESCHÄFTSBERICHT

2023

Online-Kampagnen	Typ	Thema
Jungwandern	Blogger-/Influencer-Reise	Kulinarische Wanderrouen
KST „dein Hügelmoment“	Social Media Marketing	Weingenuß, Planwagenfahrten
TMBW „Rad-/Weinlandschaft Baden-Württemberg“	Blogger-/Influencer-Reise	Württembergischer Weinradweg
Social Media Adwords	Facebook Ads	verschiedene Themen
Nussbaum Medien	Online-Kampagne	Pauschalangebote
Newsletter Kooperation WG CG, WG Lauffen	Newsletterwerbung	Weinpauschalen

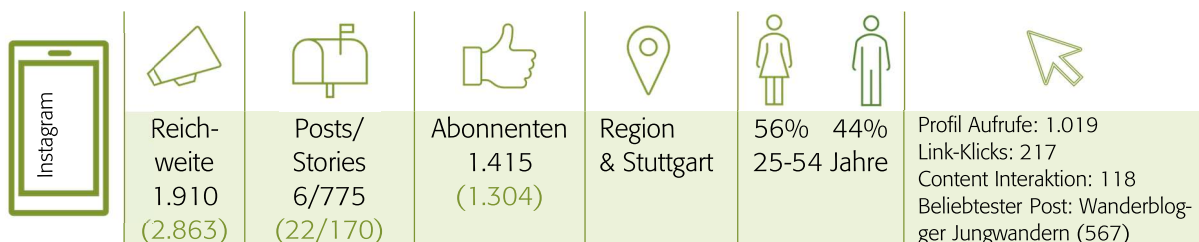
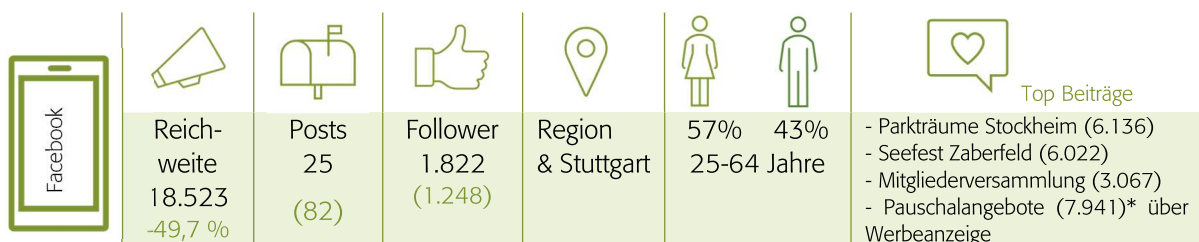
Sonstiges	Typ	Thema
Regionaltag Ludwigsburg	Prospektauslage	Radfahren, Wandern, outdoor
Displaywerbung	Bildschirmanzeige	Gruppenangebote

2.4 Social Media

Die wachsende Bedeutung von Social Media prägt immer mehr die Sichtbarkeit und Attraktivität einer Tourismusregion. Durch gezielte Präsenz auf Instagram und Facebook postet der NZT nicht nur Imagefotos, sondern berichtet über spannende Vereinsaktivitäten und bietet vor allem Veranstaltungstipps für's Wochenende. Letztere wurden 2023 in ca. 700 Stories den über 1.400 Abonnenten präsentiert.

Bei aller Aktivität ist zu bedenken, dass touristischer Content nicht nur von Tourismusvereinen produziert wird – diesen Job übernehmen mittlerweile die Gäste. User Generated Content (UGC), also von Nutzern erstellte Inhalte, wie Bewertungen, Fotos, Videos und Erfahrungen, die online geteilt werden, werden für die touristische Arbeit zunehmend wichtiger und müssen beim Online-Marketing berücksichtigt werden.

Insights Facebook und Instagram 2023 (2022)



2.5 Innenmarketing

Genauso wichtig wie die Beziehung zu den Besuchern ist die Beziehung zu den Partnern vor Ort. Dieses Marketing nach innen soll die positiven Seiten des Tourismus stärker herausstellen, seine Bedeutung als Wirtschafts- und Standortfaktor sowie den Stellenwert des Tourismus für die Bevölkerung aufzeigen.



Ein wichtiges Ziel, das auch die TMBW mit der Kampagne „Du bist Tourismus“ aufgegriffen und ausgearbeitet hat. Dabei leistet der **Tourismus als Querschnittsbranche** einen wesentlichen Beitrag zur erfolgreichen Tourismusedwicklung zur Stärkung des Tourismusbewusstseins vor Ort. Weitere Infos dazu: <https://www.du-bist-tourismus.de/kommunalkongress>

Auch der NZT kommuniziert seit Jahren auf vielfältige Weise „nach innen“, um das touristische Wir-Gefühl zu stärken.

- *Berichte und Pressearbeit*

Regelmäßige Beiträge über aktuelle Themen erscheinen in der Heilbronner Stimme und den Amtsblättern. Zusätzlich wurde die Pressearbeit für die zahlreichen **Führungstermine** der Gästeführer übernommen und wöchentlich alle angebotenen Termine formuliert und veröffentlicht. Zum touristischen Jahresgespräch und zur Mitgliederversammlung erfolgten Berichte in der Heilbronner Stimme, im Rahmen des Regionaltags in Güglingen wurde ein Interview über den NZT herausgebracht. Ganz plakativ informieren seit Ende des Jahrs zwei Bauzaunbanner die Bevölkerung über den Bau der neuen Tourist-Info.

- *Newsletter*

Fast 700 Zabergäu-Fans und potentielle Gäste erhalten den Newsletter des NZT. Das direkte Info-Medium macht die Arbeit der Geschäftsstelle transparent, berichtet über aktuelle Projekte und Aktivitäten des NZT und gibt Informationen zu Mitgliedern, Partnern sowie Veranstaltungshinweise. Die eindeutige Öffnungsrate betrug 2023 im Durchschnitt erfreuliche 50 Prozent. Dass der Newsletter nicht nur geöffnet, sondern auch gelesen wird, zeigt die durchschnittliche Klickraten von 12,6 Prozent.

GESCHÄFTSBERICHT

2023

- *Veranstaltungskalender*

Immer was los! Eine Übersicht aller Gästeführungen, Weinfeste oder Kulturveranstaltung von Zaberfeld bis ins Neckartal liefert der monatliche Veranstaltungskalender des NZT. Die Termine gehen 12 mal im Jahr an rund 460 Abonnenten per Mailing raus. Viele Unterkunftsbetriebe nutzen die Übersicht als Aushang für ihre Gäste. Den Monatsmagazinen der Region dient der Kalender als bequeme Datenquelle für eigene Terminankündigungen.

- *Kooperationen und Aktionen*

Die angebotenen Touren des Stadtradelns, der Kartenvorverkauf von regionalen Events, die regi-ondo-Kooperation zu Natur&Wein, das Posten von Weinpauschalen in den WG-Newslettern oder die Präsenz beim Regionaltag in Güglingen– der NZT platziert die vielen Angebote der Region auf unterschiedlichste Art und Weise.

ORTHOPÄDISCH
CHIRURGISCHE
PARTNERSCHAFT

Sprechzeiten
Mo-Do 8-12 Uhr & 14-18 Uhr
Notfälle
Mo-Do 8-18 Uhr & Fr 8-17 Uhr

Wir bitten Sie stets einen Termin zu vereinbaren und auch bei
Akut- und Notfallfällen und Akutfällen vorher anzurufen.

Südstraße 291 74348 Lauffen a.N. • Maulbronner Str. 15 74336 Brackenheim
Tel. 07133 – 901 84 0
info@praxis.lauffen.brackenheim.de • www.praxis.lauffen.brackenheim.de

WIR ORGANISIEREN
Programme für Gruppen
(Klein- und Busgruppen)
Ferienreisen & Urlaub im Zabergäu

UND UM DIE THEMEN
Wein & Genuss
Kunst & Kultur
Wandern & Radeln

Prospekt bestellen
(kostenlos)

07133 901 84 0
Tel. 07133 933525

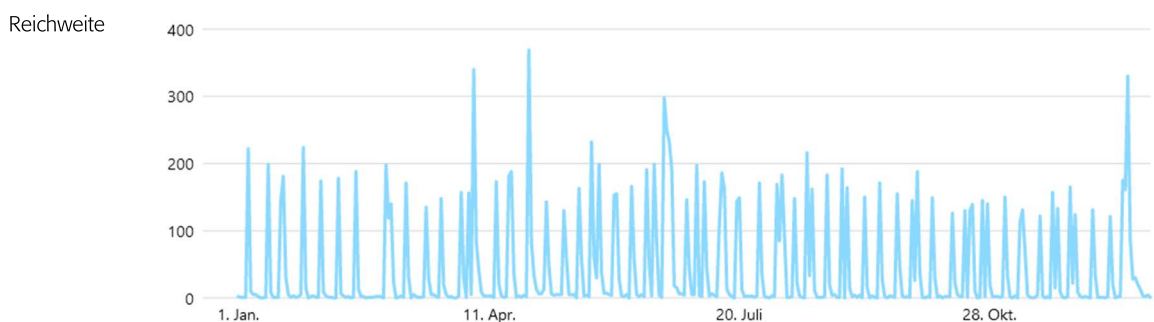
„Wir organisieren das Rahmenprogramm für Ihre Gruppe und sind nur wenige Minuten von hier entfernt“

Seit September werden Patienten des Gesundheitszentrum Brackenheim per Bildschirmanzeige über den Service in der Tourist-Info vor Ort informiert.

- *Social Media als Innenmarketinginstrument*

Interessierte Gäste, doch vor allem Follower aus der Region verfolgen und „ liken “ die zahlreichen Social-Media-Aktivitäten des NZT. Die 2022 ins Leben gerufenen Wochenend-Stories sind mit fast 800 Posts im Berichtsjahr ein voller Erfolg. Neben dem klassischen Veranstaltungskalender werden jeden Freitag auf Instagram alle anstehenden Events und Führungen beworben – zur Freude der vielen Fans im Netz, wie der „Reichweiten-Ausschlag“ zum Wochenende zeigt.

Jahresverteilung der Instagram-Reichweite 2023



Quelle: Instagram

Jahr

- Gremienberichte

In verschiedenen Gremien, wie der jährlichen Mitgliederversammlung oder den Gemeinderatssitzungen, berichtet der NZT über seine Arbeit und präsentiert den Geschäftsbericht. Beim Gästeführertreffen in Lauffen wurde die Arbeit des NZT, insbesondere seine Aktivitäten im Gruppenmarketing und bei der Gästeführerarbeit vorgestellt. Zur Produktschulung und Einbindung der Mitgliedsbetriebe, finden die zahlreiche Treffen und Sitzungen bevorzugt bei den Leistungsträgern vor Ort statt.

3. Zahlen und Statistik

3.1 Daten der amtlichen Statistik

„Rekordverdächtige Übernachtungszahlen, starke Nachfrage aus dem Inland und anhaltender Aufwärtstrend nach der Pandemie – der Tourismus in Baden-Württemberg boomt. Das Jahr 2023 übertraf mit 57,5 Millionen Übernachtungen nicht nur die Rekordzahlen aus 2019, sondern begeisterte auch mit einem Zuwachs von 10,1% gegenüber dem Vorjahr.“

Der anhaltende Erfolg des baden-württembergischen Tourismus lässt sich insbesondere auf die starke Nachfrage der inländischen Gäste zurückführen. Mit einem Plus von 13,8% gegenüber 2022 buchten sie 2023 deutlich mehr Übernachtungen im Land. Die Monate Mai und September erwiesen sich als besonders beliebt, mit Zuwächsen von 5,5% bzw. 5,2% im Vergleich zum Vorjahr. Während die Anzahl der ausländischen Gäste im Vergleich zu 2022 deutlich anstieg (+14,7% bei Ankünften und +15,2% bei Übernachtungen), liegt sie im Vergleich zu 2019 noch immer 4,8% unter dem Vorkrisenniveau. Die Schweiz bleibt das wichtigste Herkunftsland, gefolgt von den Niederlanden und Frankreich.

Während der Südliche Schwarzwald weiterhin das nachfragestärkste Reisegebiet bleibt, verzeichnen Regionen wie Württembergisches Allgäu-Oberschwaben (+7,1%), Bodensee (+5,6%) und Mittlerer Schwarzwald (+3,6%) Zuwächse über dem Niveau von 2019.

43 von 44 Stadt- und Landkreisen verzeichneten 2023 mehr Übernachtungen als im Vorjahr. 19 Kreise übertrafen sogar die Zahlen aus 2019. Herausragend sind der Landkreis Freiburg im Breisgau (+16,5%), der Alb-Donau-Kreis (+15,1%) sowie die Stadtkreise Heilbronn (+13,7%), Ulm (+13,1%) und Mannheim (+11,7%).“ (<https://www.insidebw.de/baden-wuerttemberg-tourismus-knackt-2023-alle-rekorde>).

Amtliche Statistik der Neckar-Zaber Region 2023



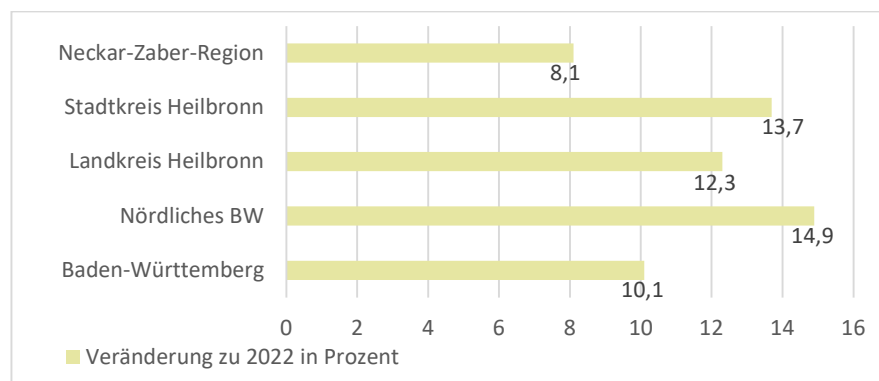
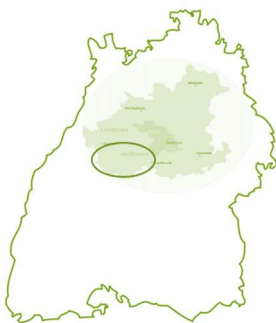
GESCHÄFTSBERICHT

2023

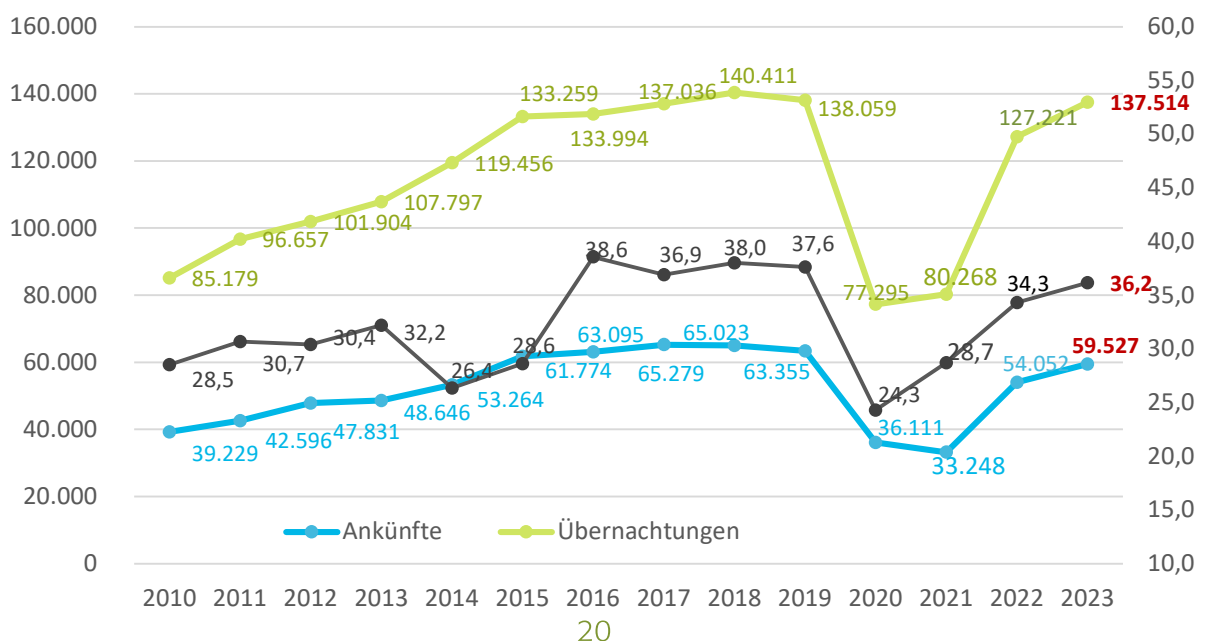
Auch die Neckar-Zaber-Region kann auf ein erfolgreiches Tourismusjahr 2023 blicken. Die Zahl der Gästeankünfte ist 2023 im Vergleich zum Vorjahr um 10 % gestiegen. Insgesamt reisten im vergangenen Jahr 59.527 Personen ins Zabergräu (2022: 54.052). Die Zahl der Übernachtungen hat ebenfalls um 8,1% zugelegt. 2023 wurden insgesamt 137.514 Übernachtungen gezählt, gegenüber 127.221 im Jahr 2022. Damit steuern die Übernachtungszahlen das Vorpandemieniveau an und auch die Anzahl der gewerblichen Betriebe und Betten entwickelt sich mit einer Auslastung von 36 % positiv weiter.

Zweistellige Zuwachszahlen sind auch im touristischen Umfeld der Region zu finden. Die Übernachtungszahlen im nördlichen Baden-Württemberg streiften mit insgesamt 9.772.579 Übernachtungen an der 10 Millionen Marke und verzeichneten damit einen beeindruckenden Zuwachs von 14,9 % gegenüber dem Vorjahr.

Veränderungen der Übernachtungszahlen 2023 im Vergleich zum Vorjahr



Ankünfte, Übernachtungen und Auslastung in der Neckar-Zaber-Region 2011-2023



GESCHÄFTSBERICHT

2023

Ankünfte und Übernachtungen in der Neckar-Zaber-Region nach Kommunen 2018-2023

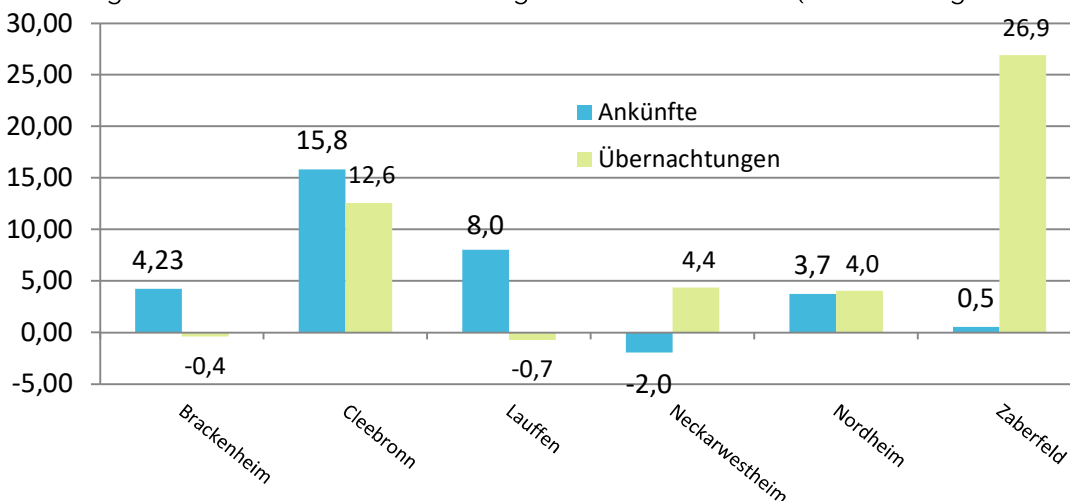
Ort	Jahr	Betriebe	Betten	Ankünfte	Übernachtungen	Aufenthaltsdauer	Auslastung
Brackenheim	2018	3	69	6.070	12.314	2	41,2
	2019	3	87	6.345	13.246	2,1	45,6
	2020	3	87	4.710	10.488	2,2	32,4
	2021	4	99	4.652	10.904	2,3	32,3
	2022	3	87	5.773	13.842	2,4	43,7
	2023	3	95	6.017	13.787	2,3	44,3
Cleebronn	2018	5	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
	2022	5	392	28.038	40.772	1,5	29,8
	2023	5	454	32.475	45.896	1,4	29,6
Güglingen	2023	1					
Lauffen	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
	2022	7	188	9.086	21.605	2,4	32,1
	2023	7	189	9.816	21.447	2,2	31,5
Neckarwestheim	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
	2022	6	180	3.924	26.645	6,8	40,7
	2023	6	178	3.847	27.807	7,2	41,8
Nordheim	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
	2022	4	90	3.215	10.212	3,2	29,9
	2023	4	90	3.335	10.624	3,2	35,6
Zaberfeld	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					
	2022	3	204	4.016	14.145	3,5	29,3
	2023	4	242	4.037	17.953	4,4	34,1
GEAMT	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
	2022	28	1.141	54.052	127.221	3,3	34,3
	2023	30	1.248	59.527	137.514	3,45	36,15

GESCHÄFTSBERICHT

2023

Der Blick auf die einzelnen Kommunen spiegelt die Unterkunftscharakteristik der Städte und Gemeinden wider. Einen erfreulichen Zuwachs verzeichnet erneut die Gemeinde Cleebronn mit einem deutlichen Anstieg sowohl bei den Ankünften als auch bei den Übernachtungen. Dies ist vor allem auf die Aktivitäten im Natur-Resort des Erlebnisparks Tripsdrill zurückzuführen. Mit fast 46.000 Übernachtungen im Bezug auf eine Einwohnerzahl von rund 3.250 erreicht Cleebronn inzwischen eine beachtliche Tourismusintensität. Dass es sich in der Michaelsberg-Kommune in erster Linie um Tripsdrill-Besucher und folglich um touristisch motivierte Übernachtungsgäste handelt, zeigt die geringe Aufenthaltsdauer von 1,4 Tagen. Im Gegensatz dazu bleiben die (Geschäfts)reisenden mit einer Aufenthaltsdauer von 7,2 Tagen am längsten in Neckarwestheim. Der positive Ausschlag in Zaberfeld begründet sich u.a. auf die Neueröffnung des Seehotels, das als gewerblicher Betrieb in der amtlichen Statistik Berücksichtigung findet.






Veränderung der Ankünfte und Übernachtungen nach Kommunen (in % im Vergleich zu 2022)



3.2 Daten der Geschäftsstelle

Besucherzahlen und Anfragen der Tourist-Info 2023

Nach der Durststrecke in den Pandemie Jahren, stiegen die Besucherzahlen in der Tourist-Information im Berichtsjahr um 12 Prozent auf 1.600 Gäste an. Das Niveau vor der Pandemie ist jedoch noch lange nicht erreicht. Die Zahl der Anfragen im Rondell ging um 13 % auf 1.156 zurück.

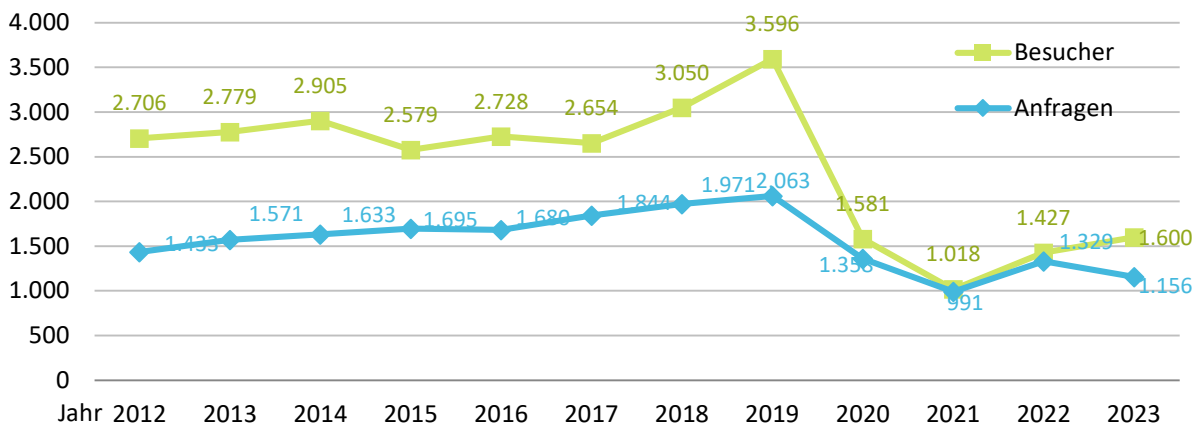
Kontakte	Anfragemedium	Beliebteste Besuchszeit	Prospektanfragen
 <p>1.600 Besucher 1.156 Anfragen</p> <hr/> <p>2.756 Kontakte</p>	 62 %  37 %	 <p>10-12 Uhr 14-17 Uhr</p>	 <p>401 Prospektsendungen</p>

GESCHÄFTSBERICHT

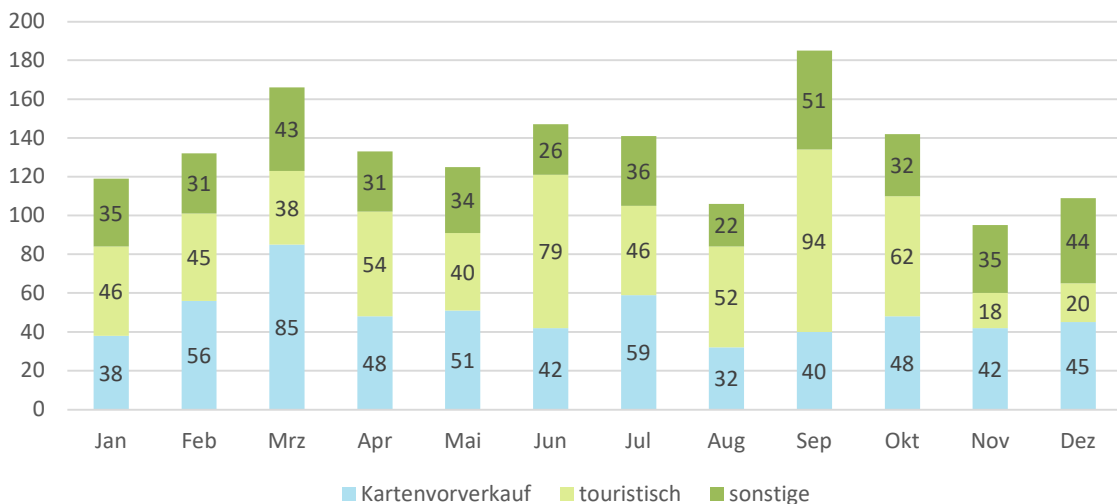
2023

Wie in der Vergangenheit auch, kam die Hälfte der Besucher in den späten Morgenstunden und am Nachmittag. Um Kontakt mit der Tourist-Information aufzunehmen, griffen 62 Prozent der Anfrager zum Telefon, 37 Prozent kontaktierten die Tourist-Info per E-Mail oder Internet.

Entwicklung der Anfragen und Besucher 2012-2023



Besucher im Jahresverlauf 2023



Über 2.500 Prospekte wurden 2023 an gut 400 Prospektanfrager per Post versandt. Die bestellten Broschüren zum Radfahren und Wandern sowie Wein und Genuss spiegeln dabei die Schwerpunktthemen der Region wider.

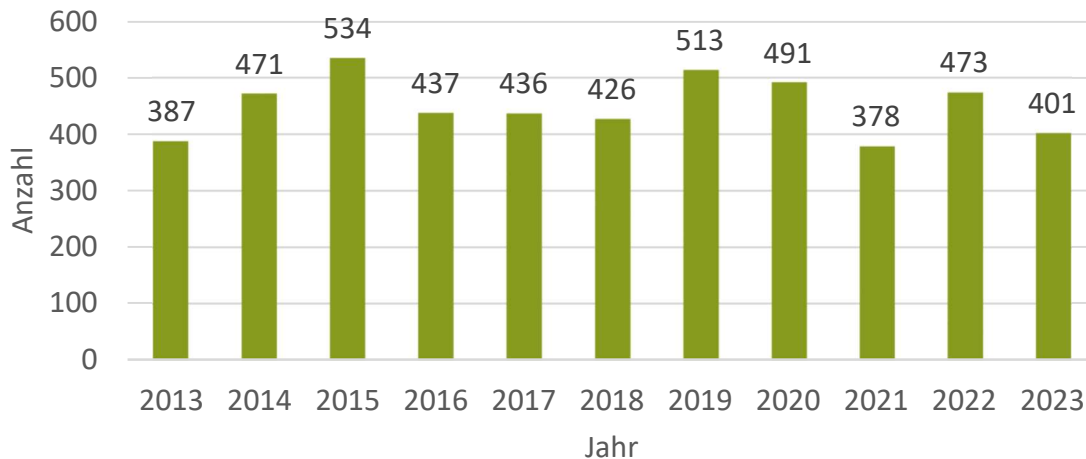
Nach einer starken Dominanz der Corona Jahre auf die regionalen Anfragen kamen 39 % (2022 50 %) aus dem **Postleitzahlgebiet** sieben, gefolgt von Prospektwünschen aus den PLZ-Gebieten sechs (15,5 %) und neun (10,5 %).

Trotz einem deutlichen Anfrageschwerpunkt aus der direkten Umgebung, haben sich die Quellmärkte für Prospektanfragen im Berichtsjahr weiter „auf die Fläche“ verteilt.

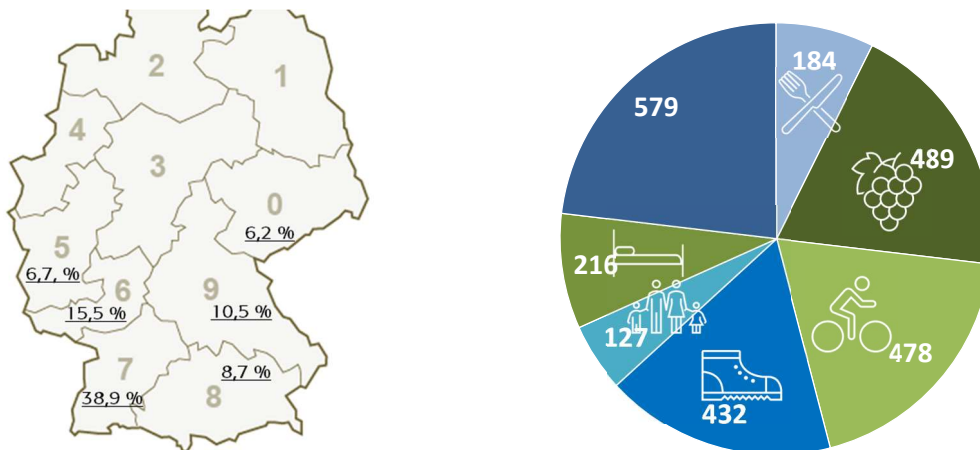
GESCHÄFTSBERICHT

2023

Prospektbestellungen 2013-2023



Prospektversand 2023 nach Postleitzahlgebiet und Prospektart



Internetbesucher

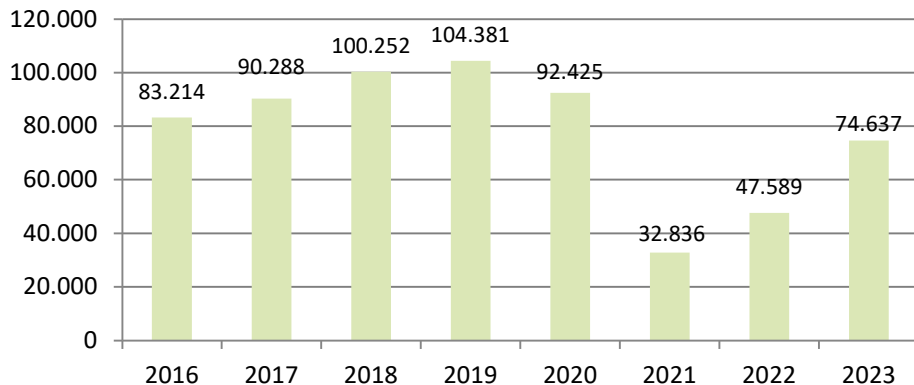
Seit 1. Juli 2023 hat Google die Analytics Software, mit der auch die Nutzerdaten der Neckar-Zaber Website erfasst werden, auf Google Analytics 4 umgestellt. Die alten Zugriffsdaten wurden rechtzeitig gesichert und zu den neuen Daten summiert. Nach den schwachen Coronajahren konnte die Zahl der Website-Nutzer 2023 um 57 % auf 74.637 gesteigert werden. Die Zahl der Sitzungen betrug im Berichtsjahr 58.469.

Durch die Umstellung auf die landesweite Datenbank mein.toubiz erfolgt nicht nur eine höhere Reichweite der Daten, die mein.toubiz Inhalte werden auch an die Open Data Schnittstelle der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) geschickt. Mit dem DZT Knowledge Graph werden alle touristischen Daten dann deutschlandweit standardisiert bereitgestellt, ausgezeichnet, dynamisch verknüpft und im Open Data Format zur Verfügung gestellt.

GESCHÄFTSBERICHT

2023

Anzahl der Nutzer 2016-2023



Anteil der Zugriffsgeräte 2023

Mobil	71%
Desktop	26%
Tablet	3%

Buchung von Gruppenangeboten

Planwagenfahrt, Stadtführungen, geführte Weinwanderung, Busrundfahrt oder ganze Tagesausflügen für Gruppen? Der Neckar-Zaber Region hat abwechslungsreiche Angebote für alle Gruppengrößen und ist ein beliebtes Ziel für Busreisen, Vereins- und Firmenausflüge.

Wurden in den Pandemie Jahren erwartungsgemäß weniger Busreisen unternommen, stieg die Nachfrage der Gruppen im Berichtsjahr mit 32 Buchungen deutlich an, sie liegt jedoch noch weit unter dem Niveau von 2019. Mit rund 30 Teilnehmern bleibt die Gruppengröße weiterhin konstant. Im Schnitt buchten die Gruppen zwei Programmpunkte pro Aufenthalt.

Verschiedene Bausteine und Tagesprogramme für Gruppen sind unter <https://www.neckar-zaber-tourismus.de/erlebnisse/gruppenerlebnisse> zu finden.

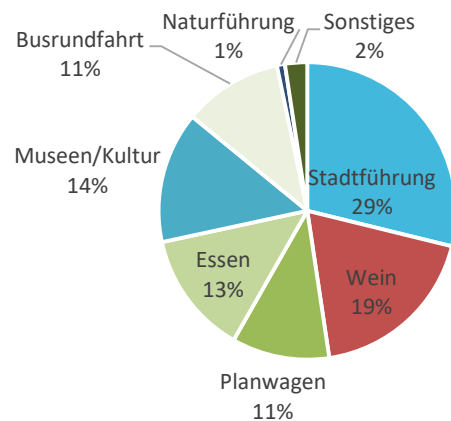
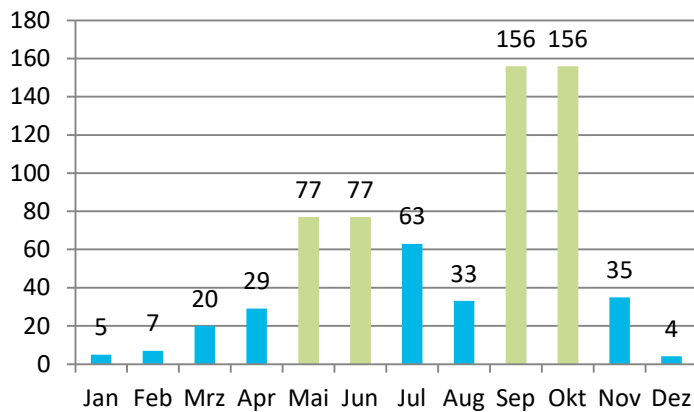
Entwicklung der Gruppenbuchungen 2013-2023

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	227	19	18	1,6
2021	13	297	20	23	1,5
2022	18	601	42	33	2,3
2023	32	992	69	31	2,1

GESCHÄFTSBERICHT

2023

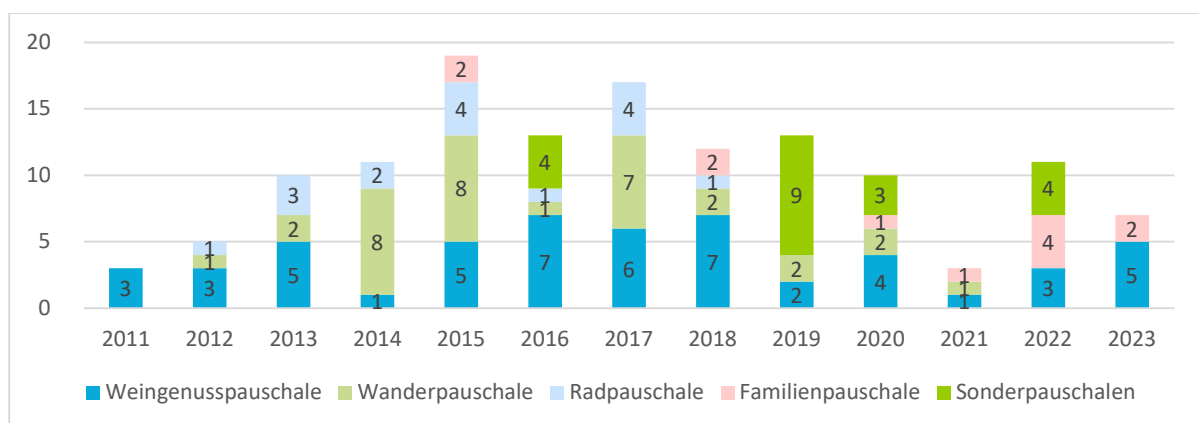
Verteilung der Gruppenbuchungen der letzten 13 Jahre nach Monaten und Programmpunkten



Buchung von Individual- und Tagespauschalen

Als Reiseveranstalter hat der Neckar-Zaber-Tourismus seit über zehn Jahren rechtlich die Möglichkeit, gebündelte Tagesprogramme und Übernachtungspauschalen anzubieten. Beliebtes Angebot sind die attraktiven Tagesprogramme für Busreisegruppen. Arrangements wie „Spargel und Wein“ oder „Stadt Land Lust“ wurden im Berichtsjahr gerne gebucht. Bei den Individualpauschalen wurden v.a. die Wein- und Familienpauschalen nachgefragt.

Individualpauschalen mit Übernachtungen 2011-2023



4. Jahresrechnung 2023

Im Vorfeld zur Mitgliederversammlung wurde der Jahresabschluss und entsprechend der finale Haushalt für das Berichtsjahr erstellt. Der Jahresabschluss per 31.12.2023 wurde von den Kassenprüfern Bürgermeisterin Diana Danner aus Zaberfeld und Herrn Jürgen Arnold, Weingärtner Stromberg-Zabergäu am 6. März 2024 in den Räumen der Geschäftsstelle überprüft.

GESCHÄFTSBERICHT

2023

EINNAHMEN	Ansatz 2023	IST 2023	Ansatz 2024
Mitgliedsbeiträge	176.090,00 €	176.107,61 €	176.090,00 €
davon Mitgliedsbeiträge Kommunen	150.000,00 €	150.000,00 €	150.000,00 €
Tripsdrill	4.090,00 €	4.090,00 €	4.090,00 €
Mitgliedsbeiträge Leistungsträger	22.000,00 €	22.017,61 €	22.000,00 €
Verkaufserlöse	1.400,00 €	3.591,67 €	3.300,00 €
davon Rad-/Wanderkarten, Bücher	500,00 €	799,15 €	700,00 €
Kartenvorverkauf Reservix	800,00 €	2.632,87 €	2.500,00 €
Kartenvorverkauf Sonstige Veranstaltungen	100,00 €	159,65 €	100,00 €
Sonstige Einnahmen	450,00 €	374,25 €	450,00 €
davon Portospende	400,00 €	343,65 €	400,00 €
Portogebühren	50,00 €	30,60 €	50,00 €
Tagesprogramme Gruppen/Pauschalen	15.000,00 €	11.913,00 €	15.000,00 €
Tagesprogramme Gruppen	5.000,00 €	3.467,00 €	5.000,00 €
Pauschalen	10.000,00 €	8.446,00 €	10.000,00 €
Einnahmen gesamt	192.940,00 €	191.986,53 €	194.840,00 €
AUSGABEN	Ansatz 2023	IST 2023	Ansatz 2024
Sachkosten	27.400,00 €	18.657,71 €	25.400,00 €
davon Geräte, Ausstattung	5.000,00 €	1.064,04 €	2.500,00 €
Dienstleistung, Reparatur, Betreuung	2.000,00 €	444,70 €	1.000,00 €
Kopierer (Miete, Wartung)	2.000,00 €	1.527,38 €	2.000,00 €
Aus- und Fortbildung	1.000,00 €	1.453,23 €	1.500,00 €
Artikel/Aufwendungen Wiederverkauf	1.500,00 €	816,82 €	1.500,00 €
Aufw. Personalabrechnung (KVBW)	3.000,00 €	3.701,84 €	3.700,00 €
Sach- und Personenvers.	1.600,00 €	1.661,90 €	1.800,00 €
Abgaben/Steuern/Berater	2.000,00 €	169,40 €	2.000,00 €
Bürobedarf	1.000,00 €	580,42 €	1.000,00 €
Bücher/Zeitschriften	800,00 €	801,70 €	900,00 €
Post-/Fernmeldegebühren, DSL	2.500,00 €	2.383,59 €	2.500,00 €
Dienstreisen	1.500,00 €	1.239,44 €	1.500,00 €
Sonstiges	3.500,00 €	2.813,25 €	3.500,00 €
Werbung+Marketing	39.500,00 €	23.209,85 €	39.500,00 €
davon Online-Marketing	5.000,00 €	1.997,05 €	5.000,00 €
Internet Hosting/Fortschreibung	10.000,00 €	4.754,05 €	6.000,00 €
Messen	5.500,00 €	6.479,60 €	5.500,00 €
Besondere Aktionen (Lauschtour, Aktionstag)	8.000,00 €	187,97 €	8.000,00 €
Anzeigenschaltung	2.000,00 €	1.722,53 €	2.000,00 €
Printmedien	7.000,00 €	6.809,65 €	11.000,00 €
Sonstiges	2.000,00 €	1.259,00 €	2.000,00 €
Tagesprogramme Gruppen/Pauschalen	13.500,00 €	10.021,07 €	13.500,00 €
HNV-Gästeticket	0,00 €	17,66 €	50,00 €
Tagesprogramme Gruppen	4.500,00 €	2.373,99 €	4.500,00 €
Pauschalen	9.000,00 €	7.629,42 €	9.000,00 €
Personalkosten	137.000,00 €	140.099,90 €	160.000,00 €
Sonderausgaben genehmigter Zuschuss Neue TI	0,00 €	0,00 €	40.000,00 €
Ausgaben gesamt	217.400,00 €	191.988,53 €	278.400,00 €
Saldo	-24.460,00 €	-2,00 €	-83.560,00 €
Rücklagen aus Vorjahr	70.324,76 €	70.324,76 €	70.322,76 €
Übertrag in Folgejahr	45.864,76 €	70.322,76 €	-13.237,24 €