

Fremdenverkehrsgesellschaft „Romantisches Wertheim“ mbH (FVG)

1. Daten der Gesellschaft

Die Gründung der Fremdenverkehrsgesellschaft „Romantisches Wertheim“ mbH (FVG) im Jahre 1984 erfolgte auf Beschluss des Gemeinderates der Stadt Wertheim, um die Förderung des Tourismus privatwirtschaftlich zu organisieren und die am Tourismus beteiligten Interessengruppen einzubinden.

Die Aufgaben der Gesellschaft sind:

- Förderung des Fremdenverkehrs
- Steigerung des Tagestourismus
- Erhöhung des Bekanntheitsgrades und des Freizeitwertes

Hierfür setzt die FVG alle erforderlichen Marketingmaßnahmen und -mittel ein.

1.1 Gesellschafter und Aufsichtsrat

Gesellschafter im Jahr 2010	Stammeinlage i. H. von
Stadt Wertheim	23.400,00 Euro
IG HoGa	1.300,00 Euro
FVV Wertheim	1.300,00 Euro
Verein Stadtmarketing	1.300,00 Euro
Stadt Freudenberg	1.300,00 Euro
Markt Kreuzwertheim	1.300,00 Euro
Stadt Kulsheim	1.300,00 Euro
Aufsichtsrat im Jahr 2010	Oberbürgermeister Stefan Mikulicz Dr. Andrea Braun, CDU Dr. Franz Kohout, CDU Heinz Ott, CDU Johann Vogeltanz, FBW Michael Althaus, FDP Brigitte Kohout, SPD Otto Hoh, IG HoGa Kurt Schuon, FVV Wertheim Werner Thomann, Verein Stadtmarketing Bürgermeister Heinz Hofmann, Freudenberg Bürgermeister Horst Fuhrmann, Kreuzwertheim Bürgermeister Günther Kuhn, Kulsheim
Geschäftsführerin	Kathleen Nitschel
Beratend für die Stadt Wertheim	Finanzbürgermeister Wolfgang Stein

1.2. Geschäftsstellen der Gesellschaft

Die Fremdenverkehrsgesellschaft unterhält zwei Geschäftsstellen in Wertheim. Hauptgeschäftsstelle ist die Tourist-Information in der Innenstadt. Die zweite Geschäftsstelle ist das Tourist Information Center (TIC) im zehn Kilometer entfernten Designer Outlet Center „Wertheim Village“.

Im Counterbereich der Tourist-Information in der Innenstadt waren bis Ende August 2010 zwei Vollzeitkräfte sowie eine Teilzeitkraft tätig. Zusätzlich wurden während der Hauptsaison für den Zeitraum von April bis August zwei auf 400-Euro-Basis Beschäftigte für den Wochenenddienst eingestellt. Neben der Information potenzieller Gäste und Touristen über die Ferienregion Wertheim werden an den Countern insbesondere Zimmervermittlungen, Vermittlung von Stadtführungen, Buchungen und Bearbeitung von Gruppen- und Pauschalangeboten sowie die Bearbeitung der Anlegevorgänge von Flusskreuzfahrtschiffen vorgenommen. Zwei weitere Vollzeitkräfte waren mit der Planung und Umsetzung touristischer Projekte sowie der Vermarktung der Ferienregion beauftragt.

In der seit November 2003 eingerichteten Geschäftsstelle im „Wertheim Village“, dem Tourist-Information-Center (TIC) waren von Januar bis August drei Vollzeitkräfte sowie eine auf 400-Euro-Basis Beschäftigte tätig.

Bedingt durch das Ausscheiden zweier langjähriger Innenstadtbüro-Mitarbeiter aus dem Berufsleben (Eintritt in die Passivphase der Altersteilzeit im letzten Quartal 2010) und vor dem Hintergrund, dass diese beiden Personalstellen haushaltsbedingt nicht wieder besetzt werden konnten, wurde eine Umstrukturierung des Personaleinsatzes der FVG-Mitarbeiter zum 1. September 2010 vorgenommen.

Ab diesen Zeitpunkt wurden die drei Vollzeitkräfte des TIC im Innenstadtbüro eingesetzt. Alle Verträge mit geringfügig Beschäftigten wurden aufgekündigt. Dies bedeutet, dass die Tourist-Information seit dem 1. September 2010 im Counterbereich mit vier Vollzeitkräften und einer Teilzeitkraft besetzt ist. Für die Vermarktung der Ferienregion Wertheim steht seit diesem Zeitpunkt noch eine Vollzeitkraft zur Verfügung.

Die Tourist-Information in der Innenstadt steht ihren Gästen von April bis Oktober an sieben Tagen in der Woche mit ihren Dienstleistungen zur Verfügung. In der Nebensaison von November bis März ist das Büro von Montag bis Freitag geöffnet. Ein Außenterminal sowie ein Broschürenautomat ermöglichen es dem Touristen jedoch, sich auch außerhalb der Öffnungszeiten über die Ferienregion Wertheim mit all ihren Attraktionen und Unterkunftsmöglichkeiten zu informieren.

Das Tourist-Information-Center im „Wertheim Village“ wird seit 1. September 2010 von Mitarbeitern der Firma Value Retail (Betreiberfirma des „Wertheim Village“) besetzt. Betrieben wird das TIC weiterhin von der Fremdenverkehrsgesellschaft „Romantisches Wertheim“. Vertraglich wurde jedoch vereinbart, dass die Rezeption des „Wertheim Village“ in das TIC verlagert wird. Für die teilweise Überlassung der Räumlichkeiten übernimmt Value Retail die bislang durch die FVG angebotenen Dienstleistungen.

Das TIC steht den Besuchern des Designer Outlet Centers ganzjährig an sechs Tagen in der Woche zur Verfügung. Mehr als zehn Stunden täglich werden die Besucher des „Wertheim Village“ über das „Wertheim Village“ und die Ferienregion Wertheim informiert.

Bis zum 31. Dezember 2010 konnten allein im TIC 793.227 Besucher registriert werden. Im Jahr 2010 nahmen 180.407 Besucher des „Wertheim Village“ die Dienstleistungen des TIC in Anspruch. Ein Jahr zuvor waren es noch 172.850.

Sowohl die Tourist-Information in der Innenstadt als auch das TIC im „Wertheim Village“ öffneten im Jahr 2010 zusätzlich an drei verkaufsoffenen Sonntagen und verlängerten ihre Öffnungszeiten zu Sonderveranstaltungen wie z. B. diverse „Late Night Shopping“-Veranstaltungen.

2. Rückblick auf das Tourismusjahr

2.1. Außenmarketing

Wie bereits in den vergangenen Jahren präsentierte sich die Fremdenverkehrsgesellschaft „Romantisches Wertheim“ auch im Jahr 2010 gemeinsam mit den Partnerstädten der Arbeitsgemeinschaft „Mainfränkischer Odenwald“ (seit 2010 nur noch bestehend aus den Städten Buchen, Walldürn und Wertheim) auf den Touristikmessen „Dresdner Reisemarkt“ und „Freizeit“ in Nürnberg.

Mit der Touristikgemeinschaft „Liebliches Taubertal“ bewarb die FVG die Ferienregion Wertheim auf der CMT in Stuttgart (größte Publikumsmesse Europas), auf dem ADFC-Radreisemarkt in Frankfurt sowie auf der Tourismusmeile der Stadt Freudenberg anlässlich des Nibelungenzuges, der alle zehn Jahre von Freudenberg ausgehend nach Worms veranstaltet wird.

Auf der Internationalen Tourismusbörse (ITB) in Berlin, die als größte und bedeutendste Fachbesuchermesse der Welt gilt, vermarktete die FVG Ihre Angebote gegenüber Veranstaltern für Busreisen und insbesondere für Schiffskreuzfahrten in terminierten Fachbesuchergesprächen.

Weiterhin präsentierte sich die FVG gemeinsam mit der Stadt Wertheim im Rahmen der „Wertheimer Wirtschaftswoche“.

Auf der Kooperation zwischen FVG und dem Freizeit- und Caravaning-Center „Expocamp“ basierend, wurde die Ferienregion Wertheim zum wiederholten Mal im Rahmen des Expocamp-Messeauftritts auf der bedeutenden Caravanmesse „Caravan Salon International“ in Düsseldorf mit beworben.

Im Bereich der Anzeigenwerbung wurden dem Budget entsprechend zielgruppengerecht Anzeigen und redaktionelle Beiträge geschaltet. Bei der Bewerbung im Ausland konzentrierte sich die FVG wie in den Vorjahren auf den belgischen und den niederländischen Markt und intensivierte die Bewerbung in enger Zusammenarbeit mit der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT).

Zusätzlich wurden im Jahr 2010 sechs Pressereisen mit der Touristikgemeinschaft „Liebliches Taubertal“ durchgeführt, die umfangreiche Medienberichte u. a. in der Bild am Sonntag, im Darmstädter Echo oder dem Magazin des Deutschen Campingclubs mit sich brachten.

Gemeinsam mit „Wertheim Village“ wurden zudem Reiseveranstalter aus Singapur betreut und ein zwanzigminütiger Imagefilm über Wertheim und das „Wertheim Village“ mit dem chinesischen TV-Sender „Phoenix TV China“ gedreht. Der Film wurde im Rahmen der bei Chinesen bekannten Sendereihe „Images of Europe“ ausgestrahlt, die für ihre hohen Einschaltquoten bekannt ist.

Eine Bewerbung der Stadt Wertheim bei der Sendereihe ARD-Musikantendampfer führte zum ganztägigen Dreh in der Main-Tauber-Stadt und mehrfachen Ausstrahlung im ARD und mehreren dritten Fernsehprogrammen. Außerdem bewarb der SWR in zwei Filmen zum 30-jährigen Jubiläum des „Radweges Liebliches Taubertal – Der Klassiker“ jeweils auch die Stadt Wertheim.

Im Bereich Außenmarketing veranstaltete die FVG in 2010 erstmals ein Programm mit dem Titel „Urlaub für Daheimgebliebene“. Jeweils an einem Termin in den Pfingstferien und in den Sommerferien organisierte die FVG einen kompletten Urlaubstag in Wertheim speziell für Familien aus der Region, um einen Anreiz für Tagesausflüge in der näheren Umgebung zu geben und damit den Tagestourismus in Wertheim zu stärken. Nach verhaltener Teilnahme in den Pfingstferien, wurden bei der Wiederholung im Sommer über 200 Teilnehmer gezählt, insbesondere aus dem Raum um Marktheidenfeld, Miltenberg und Aschaffenburg. Aufgrund der sehr guten Resonanz – sowohl quantitativ als insbesondere auch qualitativ – wird das Programm auch in 2011 fortgesetzt werden.

Die Werbemittel für Marketingmaßnahmen wurden modifiziert zum Einsatz gebracht.

2.2. Gruppen- und Pauschalprogramme

Folgende Pauschalprogramme wurden 2010 angeboten:

- Drei Tage – ein Kulturerlebnis
- Main-Tauber-Fränkischer Radachter
- Radeln im Lieblichen Taubertal
- Kanutour auf der Tauber
- 1000 Jahre an einem Tag
- Mit dem Planwagen ins Kloster
- Alte Mauern und modernes Design
- Wandern ohne Gepäck
- Wertheim – die außergewöhnliche Einkaufsstadt
- Fröhlicher Dreiklang
- Vom Glas zum Wein
- Ritteressen – altfränkische Gelage
- Geführte Radtouren zwischen Wertheim und Freudenberg
(speziell für Kreuzfahrtpassagiere)

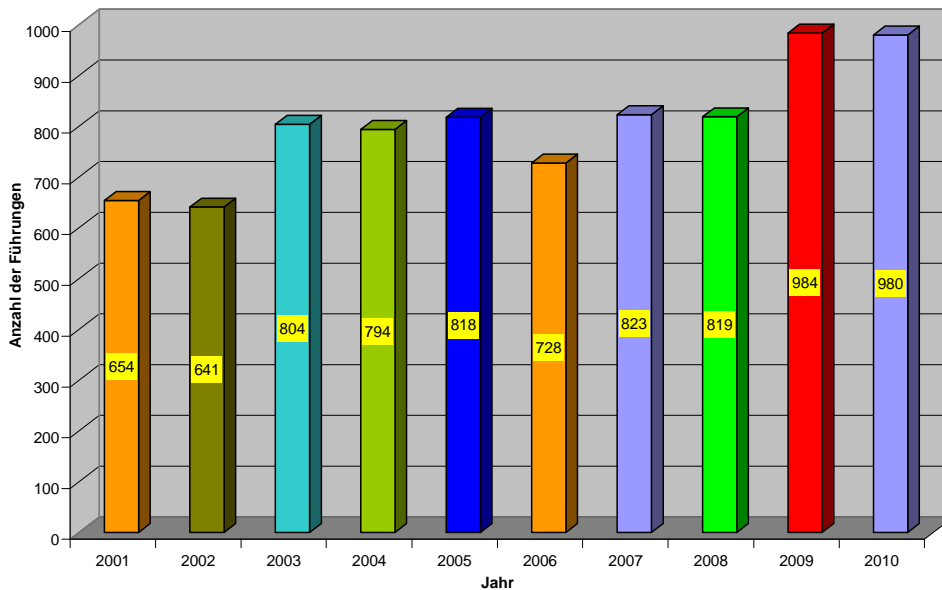
Für den holländischen Quellmarkt wurde gemeinsam mit der Touristikgemeinschaft „Liebliches Taubertal“ die Erlebnispauschale „2 Tage Liebliches Taubertal“ mit Wertheim als Übernachtungsort angeboten.

2.2.1. Generierte Umsätze durch Gruppen- und Pauschalprogramme

	2005 Euro	2006 Euro	2007 Euro	2008 Euro	2009 Euro	2010 Euro
Radelspaß /Radachter	18.042	13.000	20.308	26.330	14.740	17.600
Radeln im Taubertal						10.110
Gruppenprogramme	32.142	34.110	30.559	30.795	19.080	39.873

2.2.2. Stadtführungen

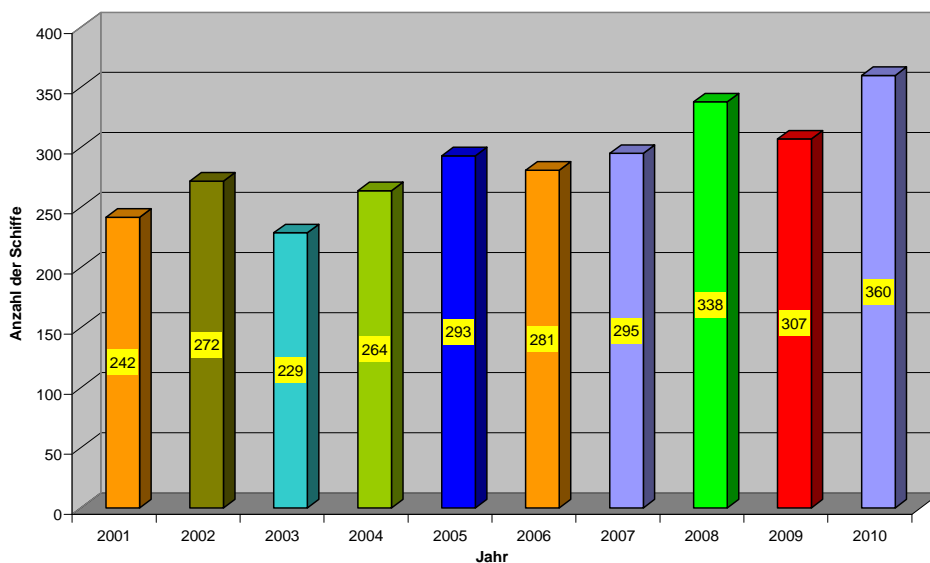
Vergleich Stadtführungen 2001 bis 2010



Im Jahr 2006 wurde bei der Anzahl der gebuchten Stadtführungen ein massiver Rückgang verzeichnet. Dieser begründete sich mit der Übernahme fast aller englischsprachigen Stadtführungen für die in Wertheim anlegenden Kreuzfahrtschiffe durch ein privates Stadtführerunternehmen. Es handelte sich hierbei um ca. 250 Führungen. Trotzdem gelang es der FVG im Jahr 2007, die Anzahl der gebuchten Stadtführungen auf 823 Führungen ansteigen zu lassen. Bereits 2009 konnte ein neuer Höchststand von 984 Führungen erreicht werden, der im Jahr 2010 mit 980 Führungen aufrecht erhalten wurde.

2.3. Schiffstourismus

Vergleich Liegeplatzbelegungen 2001 bis 2010



Im Jahr 2010 legten 360 Kreuzfahrtschiffe in Wertheim an. Damit konnte das bisher beste Ergebnis aus dem Jahr 2008 mit 338 Anlegevorgängen um 22 Anlegungen übertroffen werden. Dies ist gleichzusetzen mit einem Anstieg um 6,5%.

2.3.1. Generierte Umsätze durch Anlegevorgänge

	2005 Euro	2006 Euro	2007 Euro	2008 Euro	2009 Euro	2010 Euro
Schiffsverkehr	44.498	43.600	45.408	50.654	44.842	72.056

2.4. Beherbergung

Für die Stadt Wertheim und ihre Ortschaften ermittelte das Statistische Landesamt Baden-Württemberg folgende Daten (berücksichtigt wurden ausschließlich gewerbliche Betriebe ab 9 Betten):

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Schlafgelegenheiten	2230	2247	2273	2581	2506	2751
Ankünfte	49.136	52.586	58.716	63.831	65.048	62.420
Übernachtungen	97.966	103.627	121.988	126.953	126.914	121.376
Bettenauslastung (%)	18,1	19,1	20,2	19,2	19,4	17,5
Aufenthaltsdauer (Tage)	2,0	2,0	2,1	2,0	2,0	1,9

2.5. Veranstaltungen

Altstadtfest

Letztmalig zeigte sich die FVG im Jahr 2010 für das „Wertheimer Altstadtfest“ verantwortlich, bevor die Organisation zukünftig an die Stadtverwaltung Wertheim übergeht. Zum 43. Mal feierten Tausende aus Nah und Fern das traditionelle Altstadtfest im historischen Ambiente der Main-Tauber-Stadt.

Weinfest

In Übereinstimmung mit der mitorganisierenden Winzergemeinschaft GWF, hier speziell der Tauberfränkische Bocksbeutelkeller in Reicholzheim (TBK), wurde das Wertheimer Weinfest in 2010 nicht mehr durchgeführt. Nachdem in den zurückliegenden Jahren die Besucheranzahl nicht zufriedenstellend war und das Ergebnis in keinem Verhältnis zum Aufwand stand, haben sich die Veranstalter gegen die Fortführung des Wertheimer Weinfestes ausgesprochen.

Ab dem Jahr 2011 tritt die FVG demnach nicht mehr als Veranstalter diverser Festivitäten auf sondern konzentriert sich auf die Hauptaufgabe einer Fremdenverkehrsgesellschaft, der Vermarktung der Urlaubsdestination einhergehend mit der Förderung des Fremdenverkehrs.

2.6. Zusammenfassung

Das Jahr 2010 – für den Tourismus in Wertheim ein Jahr der Gegensätze, ein Jahr mit Höhen und Tiefen.

Auch wenn die Pressemitteilungen des Bundesamtes für Statistik und des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg durchweg von positiven Zahlen im Bereich der Ankünfte und Übernachtungen berichten und es damit sicher scheint, dass die krisenbedingte Schwäche des Vorjahres überwunden ist, muss die Urlauberdestination Wertheim erstmals seit Jahren eine Negativentwicklung bei den Ankünften und Übernachtungen hinnehmen.

Strotzte Wertheim noch im Krisenjahr 2009 selbstsicher mit einem Anstieg der Ankunftsahlen um 1,9 % der Negativentwicklung der touristischen Zahlen auf landes- aber auch auf Bundesebene, scheint der Tourismus in Wertheim im Jahr 2010 mit 62.420 Ankünften (Rückgang der Ankunftsahlen um 4%) und 121.376 Übernachtungen (Rückgang der Übernachtungszahlen um 4,4%) gebrandmarkt.

Auch direkte Konkurrenzstädte wie Miltenberg hatten in 2010 mit dieser Entwicklung zu kämpfen. Mit 30.255 Ankünften gingen diese gegenüber dem Vorjahr um 6,5 % zurück. Bei den Übernachtungen (58.218) ist ebenfalls ein Rückgang i. H. von 1,9 % zu verzeichnen.

Bei genauerer Betrachtung der Bundes- und Landesstatistiken wird jedoch offensichtlich, dass von der positiven Entwicklung des Tourismus in Deutschland (Ankünfte + 5,4 %, Übernachtungen + 3,2 %) insbesondere die Metropolen wie Berlin, Hamburg, München oder Frankfurt profitierten. Zuwächse zwischen 8 % und 12 % wurden hier verzeichnet. Diese Metropolen – aber auch andere Großstädte – profitieren von den starken Zuwächsen der nach der Wirtschaftskrise wieder reisenden ausländischen Gäste (Ankünfte + 11 %, Übernachtungen + 10 %), vom sich wieder positiv entwickelnden Geschäftsreiseturismus (+ 7 %), aber auch vom Trend zum Städtetourismus. Hinzu kommt, dass sowohl ausländische Reisende, Geschäftsreisende als auch Städtereisende überwiegend von der Saison unabhängig reisen.

Ländlichere Gegenden hingegen, die – wie Wertheim – insbesondere touristische Angebote im Bereich des Tagestourismus sowie des Fahrrad- und Wandertourismus vorhalten, sind stark saison- und wetterabhängig. Ein wesentlicher Grund für die negative Entwicklung der Ankünfte und Übernachtungen im Jahr 2010 ist demnach auch das schlechte Wetter in der Saison gewesen. Ein viel zu kalter und verregener Sommer mit nur ca. drei Wochen Sonnenwetter, die wiederum überdurchschnittlich heiß waren, hatten zurückgehende Besucherzahlen in Wertheim zur Folge.

Betrachtet man die zurückliegenden Jahre 2006 bis 2010 kann trotz der Negativzahlen im Jahr 2010 von einer sehr positiven Entwicklung des Übernachtungstourismus in Wertheim gesprochen werden. Allein in dem genannten Zeitraum konnten die Ankünfte der Übernachtungsgäste von 52.586 in 2006 um 18,7 % auf 62.420 in 2010 gesteigert werden. Parallel dazu sind die Übernachtungen um 17,1 % (2006: 103.627, 2010: 121.376) gestiegen.

Sehr positiv ist die Entwicklung im Bereich der Pauschalprogramme einzustufen. Nach Umsatzeinrücken in 2009 konnten in 2010 die Umsätze durch verkaufte Pauschalen deutlich gesteigert werden. Durch die Einführung neuer Gruppenangebote und bessere Verkaufszahlen bei bestehenden Programmen, konnten die Umsatzzahlen in 2010 gegenüber dem Vorjahr fast verdoppelt werden.

Im Bereich des Schiffstourismus wurde in 2010 mit 360 Schiffen eine neue Höchstmarke erreicht. Mit 53 Anlegevorgängen mehr gegenüber dem Vorjahr konnte eine Steigerung von 17,3 % erreicht werden. Das bisherige Spitzenergebnis aus dem Jahr 2008 (338 Schiffe) wurde mit zusätzlichen 22 Anlegevorgängen (+ 6,5 %) übertroffen.

Es wird davon ausgegangen, dass die in den vergangenen Jahren geschätzte Anzahl an Tagesbesuchern (Schiffsreisende, Busreisende, Wohnmobilisten, Radfahrer, Individualtouristen) von 400.000 Besuchern auch im Jahr 2010 annähernd erreicht wurde. Aufgrund des wenig attraktiven Wetters in der Saison 2010 war eine Steigerung des Tagestourismus zwar nicht möglich, die über 50 zusätzlichen Kreuzfahrtschiffe mit rund 7.000 zusätzlichen Passagieren sowie die konstant gebliebene Anzahl von 980 Stadtführungen in 2010 (2009: 984 Führungen) sprechen jedoch für einen zahlenmäßig konstant gebliebenen Tagestourismus.

Abschließend ist festzuhalten, dass das Tourismusjahr 2010 in Wertheim trotz rückläufiger Ankunfts- und Übernachtungszahlen im Bereich des gewerblichen Übernachtungstourismus (Einrichtungen ab 9 Betten) insgesamt positiv zu bewerten ist. Ein konstant gebliebener Tagestourismus, starke Umsatzzuwächse im Bereich des Schiffstourismus und Zuwächse bei den Umsätzen im Pauschalprogrammbereich sprechen für die erfolgreiche touristische Vermarktung der Ferienregion Wertheim.

Der Tourismus in Wertheim ist ein bedeutender Wirtschaftsfaktor für die Stadt Wertheim, auf den es zu setzen gilt und der weiter ausgebaut und gefördert werden muss.