

Tourismus Wertheim GmbH (TWG)

1. Daten der Gesellschaft

Die Tourismus Wertheim GmbH besteht seit über 30 Jahren. Die Gründung 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 Hauptaufgaben der GmbH sind der Auf- und Ausbau des Tourismus in der Ferienregion Wertheim, Erhöhung des Bekanntheitsgrades und des Freizeitwertes. Hierfür setzt die Gesellschaft alle erforderlichen Marketingmaßnahmen und –mittel ein.

1.1. Gesellschafter und Aufsichtsrat

Gesellschafter im Jahr 2014 (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 Külsheim	(1.300,00 Euro)
Aufsichtsräte im Jahr 2015	OB Stefan Mikulicz	
	Heinz Ott, CDU	
	Johann Vogeltanz, FBW	
	Stefan Kempf, CDU (ab Juni 2014)	
	Egon Schäfer, CDU	
	Axel Wältz, CDU	
	Mirco Göbel, SPD	
	Johann Vogeltanz, FBW	
	Birgit Väth, Bündnis 90/Grüne-Fraktion	
	Otto Hoh, IG HoGa	
	Kurt Schuon, FVV Wertheim	
	Werner Thomann, Verein Stadtmarketing	
BM Heinz Hofmann, Freudenberg		
1. BM Klaus Thoma, Kreuzwertheim		
BM Thomas Schreglmann, Külsheim		
Geschäftsführerin:	Christiane Förster	
Beratend für die Stadt Wertheim:	Finanzbürgermeister Wolfgang Stein	

1.2. Geschäftsstellen der Gesellschaft

Die Tourismus Wertheim GmbH unterhält zwei Geschäftsstellen in der Großen Kreisstadt Wertheim. Hauptgeschäftsstelle ist die Tourist-Information in der Innenstadt. Die zweite Geschäftsstelle ist das Tourist Information Center (TIC) im zehn Kilometer entfernten Chic Outlet Shopping „Wertheim Village“.

Neben allgemeinen Informationen für die Gäste und Touristen über die Stadt und die Ferienregion Wertheim, werden in der Tourist-Info alle touristisch relevanten Vorgänge von der Zimmervermittlung über das Managen von sämtlichen Arten von Stadtführungen, Entwicklung von neuen Pauschalen und Angeboten sowie deren Buchung und Bearbeitung, sämtliche Aufgabenbereiche im Segment Flusskreuzfahrt- und Personenschiffahrtstourismus bis hin zur Organisation von Veranstaltungen und Verkauf von touristischen Produkten erledigt.

Die Tourist-Information in der Innenstadt steht Gästen von April bis Oktober an sieben Tagen in der Woche zur Verfügung. In der Nebensaison von November bis März ist das Büro von Montag bis Freitag geöffnet. Ein Informations-Außenterminal ermöglicht rund um die Uhr, auch außerhalb der Öffnungszeiten der Geschäftsstelle, alle notwendigen Informationen über die Ferienregion Wertheim abzurufen.

In der Saison besuchten zwischen 4.000 und in der Spitze im Monat August mit ca. 5.000 Gästen die Tourist-Information am Spitzenturm. Im Schnitt lag die Besucherzahl im Zeitraum April bis Oktober bei 4.340 monatlich.

Das Tourist Information Center im „Wertheim Village“ wurde seit 2010 durch Mitarbeiter der Firma Value Retail besetzt. Seit Oktober 2014 ist die Tourismus Wertheim GmbH wieder nahezu täglich mit eigenem Personal vor Ort.

Das TIC steht den Besuchern des Chic 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 2015 haben laut Auskunft des Wertheim Village ca. 201.356 Gäste die Tourist-Info im „Wertheim Village“ besucht, im Jahr 2014 nahmen 200.502 Besucher die Dienstleistungen des TIC in Anspruch. Ein Jahr zuvor waren es noch 184.000.

Sowohl die Tourist-Information in der Innenstadt als auch das TIC im „Wertheim Village“ öffneten im Jahr 2015 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

Die Tourismus Wertheim GmbH präsentierte sich auch im Jahr 2015 gemeinsam mit den Partnerstädten der Arbeitsgemeinschaft „Main Fränkischer 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 TWG die Ferienregion Wertheim auf der „CMT“ in Stuttgart (größte Publikumsmesse Europas), der „Vakantiebeurs“ in Utrecht, dem „Frankfurter Radreisemarkt“, der „F.R.E.E. München“ und die „Reisen“ Hamburg. In Eigenregie war die TWG in Zusammenarbeit mit Wertheim Village, dem Odenwald und Räuberland auf verschiedenen Busworkshops vertreten.

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

Im Bereich der Anzeigenwerbung wurden zielgruppengerecht Anzeigen und redaktionelle Beiträge geschaltet. Bei der Bewerbung im Ausland konzentrierte sich die TWG, wie in den Vorjahren, auf den belgischen, niederländischen und Schweizer Markt.

Verschiedene Pressereisen mit dem Tourismusverband „Liebliches Taubertal“ wurden durchgeführt.

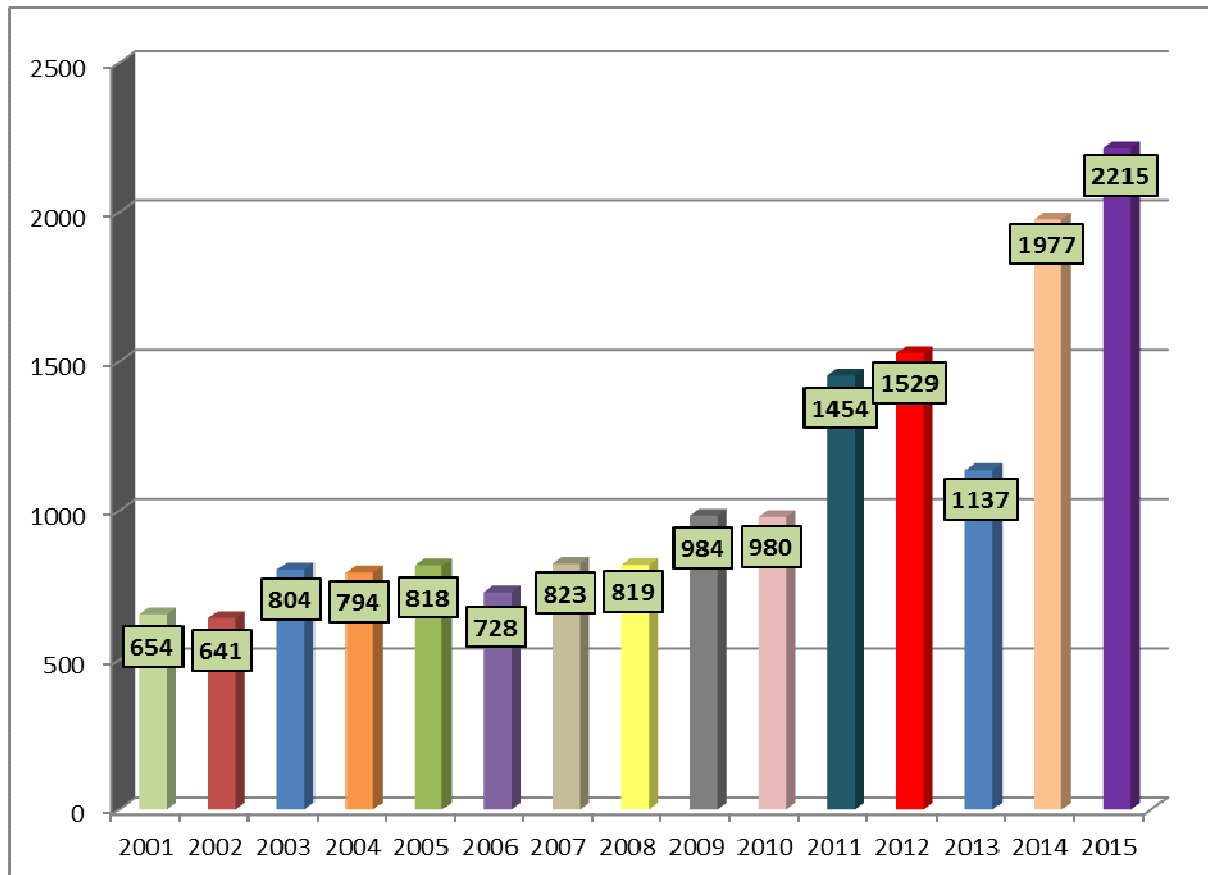
2.2. Gruppen- und Pauschalprogramme

Folgende Pauschalprogramme wurden 2015 angeboten:

- Drei Tage – ein Kulturerlebnis
- Main-Tauber-Fränkischer-Radachter
- Radeln im Lieblichen Taubertal – der Rad-Klassiker
- Mit dem E-Bike durchs Main- und Taubertal
- Mit dem E-Bike über Berg und Tal
- 1000 Jahre an einem Tag
- Burg Wertheim erleben
- Stauferburgen auf engstem Raum erleben
- Lustwandeln im Hofgarten
- Kinder entdecken Wertheim
- Mit dem Planwagen ins Kloster
- WeinGeschichte & Kultur
- Herzlich Willkommen in der WeinStadt Wertheim
- WeinGeschichten rund um den Kaffelstein
- Alte Mauern & modernes Design
- Shoppen & Genießen
- Aktivgenuss in Wertheim
- Wertheim mit Träumen aus Stoff und Garn
- Fluch und Segen der Wasserkraft

2.2.1. Stadtführungen

Vergleich Stadtführungen 2001-2015



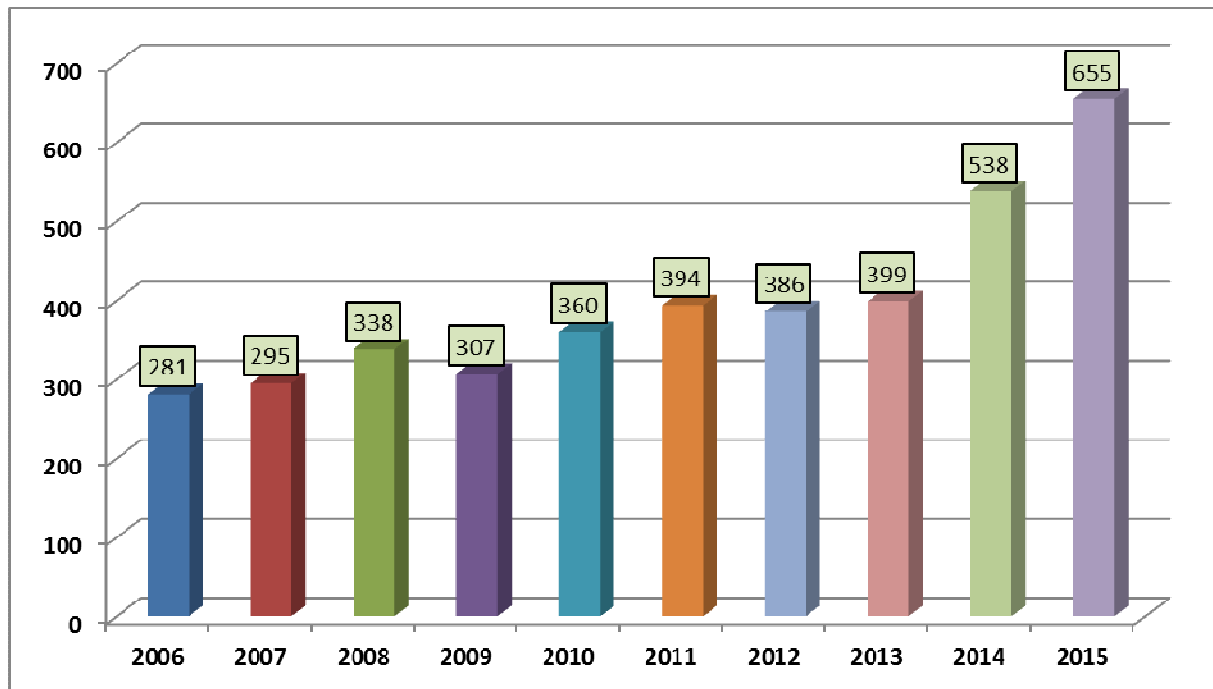
Die Anzahl der durchgeführten Stadtführungen steigt kontinuierlich. In diesem Jahr kann die Tourismus Wertheim GmbH jedoch das beste Ergebnis ihrer Geschichte mit 2.215 Führungen verzeichnen. Maßgeblich schlägt der Schiffstourismus mit 1.396 Führungen ins Kontor.

2.2.2 Jüdische Schiffsführungen

Seit Einführung der jüdischen Führungen, insbesondere für die in Wertheim anlandenden Reedereien, ist die Nachfrage deutlich gestiegen. Waren es im Jahr 2014 noch 180 Führungen, so wurde dieses Angebot im Jahr 2015 schon 266 Mal in Anspruch genommen.

2.3. Schiffstourismus

Vergleich Liegeplatzbelegungen 2006-2015



Im Jahr 2015 legten 655 Kreuzfahrtschiffe in Wertheim an, gegenüber 2014 ein Zuwachs von 117 Anlandungen. Für das Jahr 2016 liegen der TWG - mit Stand vom Februar 2016 - 459 Reservierungen vor.

Gewinn durch Anlegevorgänge

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
--	------	------	------	------	------	------	------	------

Schiffsverkehr	50.654	44.842	62.483	69.476	65.933	65.101	98.786	164.491
In Euro								

2.4. Beherbergung

Für die Stadt Wertheim und ihre Ortschaften ermittelte das Statistische Landesamt Baden-Württemberg folgende Daten für die Anzahl der Schlafgelegenheiten, Ankunfts- und Übernachtungszahlen sowie Bettenauslastung und Aufenthaltsdauer (berücksichtigt sind ausschließlich gewerbliche Betriebe ab 10 Betten):

Jahr	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Schlafgelegenheit	2.581	2.506	2.751	2.785	2.691	2.589	2.580
Ankünfte	63.831	65.048	62.420	61.464	62.558	59.017	61.591
Übernachtungen	126.953	126.914	121.376	123.983	126.133	107.891	121.358
Bettenauslastung (%)	19,2	19,4	17,5	17,6	19,3	16,6	19,1
Aufenthaltsdauer (Tage)	2,0	2,0	1,9	2,0	2,0	1,8	2,0

(Noch nicht alle Zahlen vom Statistischen Landesamt für 2015 vorhanden)

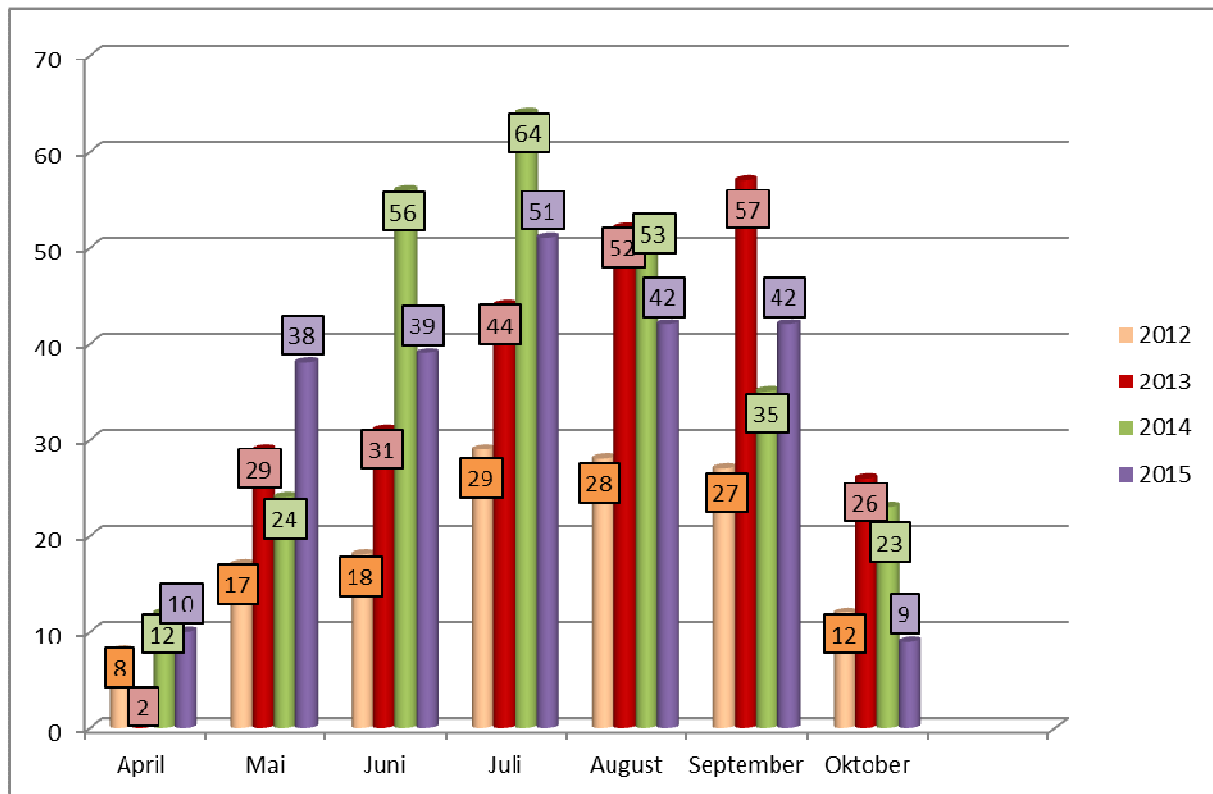
2.5. Geckobahn

Die Geckobahn, die Stadt- und Burgbahn, hat sich zu einem Publikumsmagneten und somit zu einer touristischen Attraktion entwickelt. Ein Angebot nicht nur für ältere und gehbehinderte Menschen, sondern ein Erlebnis für Jung und Alt. Seit Juli 2012 werden mit der Bahn auch Stadtführungen angeboten. Die Fahrtroute erstreckt sich neben dem Altstadtgebiet auch auf die Tauberseite zur Stadthalle und zu den Ursprüngen Wertheims nach Kreuzwertheim. Bei 52 Fahrten wurden ca. 1.600 Personen die Stadt präsentiert.

2.5.1. Glühweinbähnchen

In der Weihnachtszeit ist erneut das Glühweinbähnchen durch das weihnachtlich geschmückte Wertheim gefahren. Während der Fahrt wurde regionaler fränkischer Glühwein und Plätzchen gereicht. Geschichten, Sagen und Märchen rund um Wertheim ließen die Fahrt zu einem besonderen Erlebnis werden. Ein Angebot für die ganze Familie, für Firmen und sonstige Gruppierungen.

2.6. E-Bike-Verleih



Seit April 2012 verfügt die TWG über zehn E-Bikes, die von den Stadtwerke Wertheim GmbH zur Verfügung gestellt wurden. Im Jahr 2014 wurden zusätzlich weitere vier E-Bikes angeschafft. Im Ergebnis wurden 231-mal Räder ausgeliehen, hier ist ein leichter Rückgang zu verzeichnen der vor allem den heißen Temperaturen im Juni und Juli angerechnet werden muss.

2.7 Entwicklung Besucherzahlen Homepage

Die Zugriffe auf die Homepage der Tourismus Wertheim GmbH steigen kontinuierlich, der Wert 2015 liegt mit Ausnahme des Monats Mai deutlich über den Vorjahreszugriffen.

Dies zeigt erneut wie wichtig eine Online-Plattform für die Ferienregion Wertheim und die damit verbundenen Produkte ist.

3. Einführung Online Buchungssystem

Der stete Wandel im Umgang der Kunden mit dem Internet und die steigenden Zahlen für das Buchungsverhalten online, waren Gründe für die Tourismus Wertheim GmbH im Jahr 2014 die Weichen für ein Online Buchungssystem zu stellen. Nach Vorstellung verschiedener Unternehmen und Produkte, entschied man sich Mitte des Jahres für die Firma feratel media technologies GmbH aus Messkirch.

Alle Mitgliedsbetriebe der Tourismus Wertheim GmbH wurden über diese Thematik in mehreren Sitzungen ausführlich informiert. Zwischenzeitlich wurden sämtliche Daten der einzelnen Betriebe durch die Tourismus Wertheim GmbH ins das System eingepflegt. Leider gibt es zur Zeit nur eine überschaubare Anzahl an Betrieben, die sich auf diesen unverzichtbaren Weg begeben, dennoch ist die TWG bestrebt, dass die generierten Zahlen der jetzigen Teilnehmer die noch vorhandene Zögerer überzeugen werden.

4. Veranstaltungen

4.1. Weinfest „Schöpple“

Zum 3. Mal fand vom 3. bis 5. Juli am Neuplatz in der Altstadt von Wertheim das Weinfest der etwas anderen Art statt. Das vielfältige Weinangebot der ausschließlich Wertheimer Winzerbetriebe, die Speisen, die Tabakauswahl des Hauses Falkum aus Miltenberg, die stilvolle Platzgestaltung mit cremefarbenen Pagodenzelten, Loungemöbeln zum Relaxen ließen das Fest zu einer außergewöhnlichen Veranstaltung für Jung und Alt werden. Gäste und Aussteller waren vom Ambiente mit dem Lichterzauber am Abend begeistert. Die Veranstaltung war ein Höhepunkt im Kalenderjahr 2015. Eine Wiederholung ist für 2016 geplant.

5. Neuheiten

5.1. Route der Genüsse

Publizierung und Internetauftritt eines Genussführers mit dem Titel „Route der Genüsse“ durch die Region.

Nach 1,5 jähriger Vorbereitungsarbeit startete im November 2015 ein Regionen und Bundesländer übergreifendes Projekt: die „Route der Genüsse“. Unter der Initiative und Federführung der Tourismus Wertheim GmbH haben sich zum Auftakt des Projekts rund 65 Genussanbieter von Mainaschaff über Wertheim bis Randersacker und von Wertheim bis Rothenburg ob der Tauber zusammengeschlossen. Die Betriebe präsentieren sich in einem gemeinsamen Booklet und Internetauftritt. Tourismusverbände flankieren das Projekt.

Entlang der Route reihen sich Anbieter exquisiter Produkte wie Perlen aneinander. Zu ihnen gehören einige der besten Winzer Deutschlands, die Produzenten von Edelobstbränden und Rumerzeugnissen, edlen Tabaken und Rauchwaren, Ölen, Gewürzen und Backwaren. Gastronomische Betriebe, teilweise mit Sternen dekoriert, exklusive Shoppinghighlights sowie gestaltende Künstler, Sänger und florales Design.

Die „Route der Genüsse“ ist ein Zusammenschluss der Genussbetriebe in der Region mit dem Ziel, Vielfalt, Qualität und Besonderheiten der regionalen Produkte aufzuzeigen. Mit diesem Projekt soll die Region noch stärker als Genussregion verankert werden.

5.2. Aufnahme in die Romantische Straße

Durch den intensiven Einsatz der Tourismus Wertheim GmbH in Zusammenarbeit mit der Stadt Wertheim konnte nach dem 3. Anlauf die Aufnahme in eine der ältesten und bedeutendsten Ferienstraßen erreicht werden.

Zum 1. Januar 2016 ist die Große Kreisstadt Wertheim der 29. Gesellschafter der Romantischen Straße. Der neue Routenverlauf führt über Würzburg, Holzkirchen, den Weinort Dertingen, Bettingen mit dem Chic Outlet Shopping Wertheim Village, Urphar und Eichel mit seinen Wehrkirchen bis Wertheim und von dort durch das Liebliche Taubertal – Kloster Bronnbach, Burg Gamburg bis nach Füssen.

Publizierungen in verschiedensten Fremdsprachen, Internetauftritte sowie Messeaktivitäten im In- und Ausland versprechen einen touristischen Mehrgewinn.

5.3. Umgestaltung Infopavillon am Mainvorplatz

Der am Mainvorplatz gelegene Infopavillon wurde durch die Tourismus Wertheim GmbH umgestaltet und aufgewertet. Er dient den ankommenden Touristen nun als Informationsplattform bzgl. Ausflügen, Veranstaltungen und Besichtigungsmöglichkeiten in Wertheim und Umgebung. Fertiggestellt wurde dieser im Oktober 2015.

6. Zusammenfassung

Insgesamt lässt sich für das Tourismusjahr 2015 eine positive Bilanz ziehen. Erneut war das Interesse an Deutschland generell und im Speziellen an Baden-Württemberg und Bayern ungebrochen groß.

Der dynamische touristische Trend spiegelte sich ebenfalls im Lieblichen Taubertal und in der Ferienregion Wertheim wieder. Dies ist nicht nur erfreulich, sondern für die Belebung der Innenstadt und den Erhalt einer durchmischten Einzelhandelsstruktur ein wichtiger Beitrag und Frequenzbringer. Diese besondere Bedeutung wird umso anschaulicher, wenn man sich Städte ins Gedächtnis ruft, die den Segen einer attraktiven Stadt mit vielen Sehenswürdigkeiten, einer reichen Kulturvielfalt und einer lebenswerten und intakten Naturlandschaft nicht aufweisen können. Noch nie waren in der Geschichte der Tourismus Wertheim GmbH so viele Stadtführungen und Schiffsanlandungen zu verzeichnen. Dieses Ergebnis ist zugleich Bestätigung und Ansporn mit demselben Engagement weiterzuarbeiten und dabei die Gesellschafter noch stärker mit ins Boot zu nehmen.

Die Schwerpunkte des touristischen Handelns bildeten in 2015:

- ✓ Aufnahme der Stadt Wertheim in die Ferienstraße „Romantische Straße“ ab 1.1.2016 als 29. Gesellschafter
- ✓ Produktentwicklung „Route der Genüsse“
- ✓ Umsetzung eines Online-Buchungssystems insbesondere zum
 - Ausbau des Herbst- und Wintertourismus durch die Entwicklung von Pauschalen und flankierenden Werbemaßnahmen.
 - Ausbau und Weiterentwicklung des Segments Aktivurlaub (Rad- und Wandertourismus)
 - Ausbau des Shopping- und Kulturtourismus
- ✓ Intensivierung der Bearbeitung des Segments Gruppentouristik, Reiseveranstalter und Auslandsmarketing gemeinsam mit Wertheim Village und weiteren Tourismusorganisationen
- ✓ Vertiefung der Vernetzung zwischen Wertheim Village und der Innenstadt/TWG, Umgestaltung des Tourismus-Informationscenters in Wertheim Village
- ✓ Erweiterung Souvenirbereich
- ✓ Umgestaltung Infopavillion am Mainvorplatz