
Büro für Kreisentwicklung und
Kommunikation

Verwaltungsausschuss

21.3.2014

Öffentlich

TO Nr. 1

Tourismuskonzeption - Unterstützung der Professionalisierung touristischer Verbände auf Kreisgebiet

I. Beschlussantrag

1. Zur Weiterentwicklung des Tourismus und der Umsetzung der Tourismuskonzeption soll die Stärkung und Professionalisierung der touristischen Verbände auf Kreisgebiet erfolgen, um die Wertschöpfung und die Potenziale im Tourismus analog anderer touristischer Institutionen auf der Schwäbischen Alb realisieren zu können (siehe KT 2013/19).
 - a. Die geplante Professionalisierung der Touristikgemeinschaft Stauferland e. V. analog dem Vorgehen der Erlebnisregion Schwäbischer Albtrauf e. V. wird begrüßt.
 - b. Der Landkreis Göppingen wird Mitglied in der Touristikgemeinschaft Stauferland e. V. mit einem Sitz des Landrats im Vorstand.
 - c. Die Potenziale der staufischen Geschichte des Landkreises Göppingen werden mit den Partnern im Stauferland e. V. und der Erlebniswelt Welt-KulturReich (Schwäbische Alb Tourismusverband) in konkreten Produkten erlebbar gemacht.
 - d. Die enge Kooperation und Abstimmung zwischen den Tourismusverbänden „Stauferland e. V.“ und der „Erlebnisregion Schwäbischer Albtrauf e. V.“ werden als notwendig angesehen und sind für die finanzielle Unterstützung der beiden Verbände durch den Landkreis Göppingen Voraussetzung.
2. Um die Umsetzung der Tourismuskonzeption und die Professionalisierung der Touristikgemeinschaft Stauferland e. V. realisieren zu können, unterstützt der Landkreis Göppingen befristet für die Jahre 2014 bis 2016 bei Vorlage der Voraussetzungen, die in der Kooperationsvereinbarung festgehalten sind, den Verband mit einem jährlichen Zuschuss von 25.000 Euro als Initial- und Anschubfinanzierung.
3. Aufgrund der begonnenen Professionalisierung mit der Ausschreibung einer 50% Geschäftsführungsstelle stellt der Landkreis der Touristikgemeinschaft nach Unterzeichnung der Kooperationsvereinbarung und Besetzung der Stelle 12.500 Euro zur Verfügung.

Es wird erwartet, dass die Verantwortlichen des Vereins analog anderer touristischer Institutionen auf der Schwäbischen Alb Mitglieder und Sponsoren finden, die die Professionalisierung des Verbands finanziell und dauerhaft unterstützen.

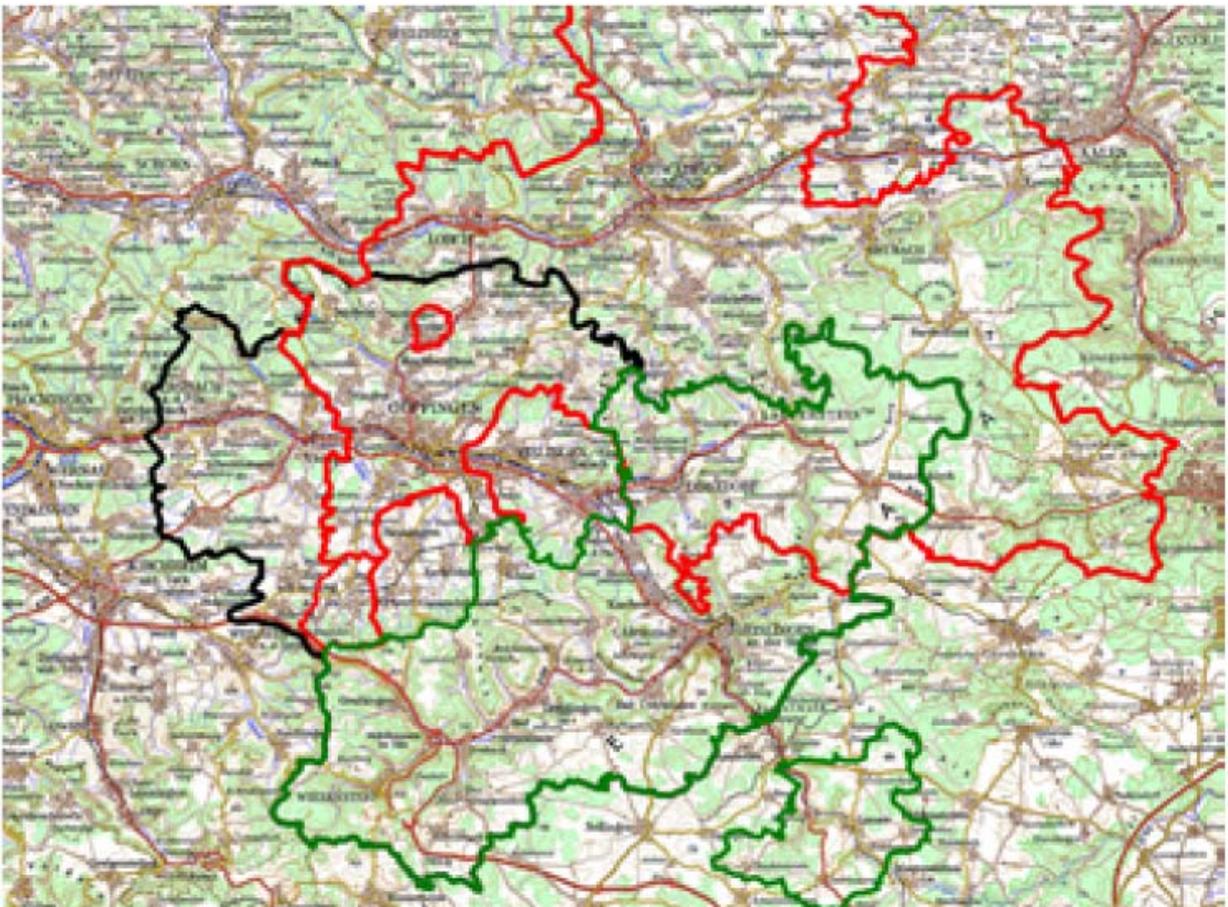
II. Sach- und Rechtslage, Begründung

Tourismuskonzeption

Im Beschluss zur Kreisentwicklung 2010 wurde der Tourismus im Landkreis Göppingen als Leuchtturmprojekt definiert. Nach erfolgter Ausschreibung wurde in den Jahren 2012f. in einem von FUTOUR Umwelt-, Tourismus- und Regionalberatung, München, moderierten Prozess die Tourismuskonzeption erarbeitet. Am 12. Juli 2013 erfolgte der einstimmige Beschluss des Kreistags (BU KT 2013/19) zur Tourismuskonzeption und der Professionalisierung der Erlebnisregion Schwäbischer Albtrauf e. V.

Organisation des Tourismus/touristische Verbände auf Kreisgebiet

In der Reflexion während des moderierten Prozesses mit FUTOUR hat sich die Betrachtung von zwei sog. Erlebnisräumen herauskristallisiert. Einerseits das „Stauferland“, andererseits das damalige „Helfensteiner Land“, heute die Erlebnisregion Schwäbischer Albtrauf e. V.



rot: aktueller Umriss Stauferland; grün: aktueller Umriss Helfensteiner Land

Zentrale Aufgabe der künftigen starken Organisationsstruktur im Tourismus ist es, herausragende vermarktbarere Produkte zu entwickeln, um mehr Gäste zu gewinnen, aber auch um den Angeboten im Landkreis innerhalb der Schwäbischen Alb entsprechendes Gewicht zu verleihen.

Für die Produktentwicklung sind eine Vielzahl von Themen, Leitlinien und konkreten Ideen im Bericht von FUTOUR (Anlage 1 der BU KT 2013/19) aufgelistet, die eine hervorragende Grundlage für beide Verbände sind. Die Abstimmung über deren Umsetzung wird über den Tourismusmanager des Landkreises gesteuert.

Gleiches gilt für den Masterplan Landschaftspark Albtrauf, den die Erlebnisregion Schwäbischer Albtrauf e. V. im Fokus hat sowie die Planungen, die im Rahmen einer Klausur aller Mitglieder der Erlebnisregion Schwäbischer Albtrauf e. V. am 21. Februar abgestimmt wurden.

Von Seiten der Touristikgemeinschaft Stauferland e. V. liegt ein strategisches Konzept vor (siehe Anlage 1).

Sowohl in der zur Begleitung des Prozesses mit FUTOUR eingesetzten Zentralen Arbeitsgruppe wie auch der Lenkungsgruppe wurde überlegt, aus den beiden Erlebnisräumen Stauferland und -damals noch- Helfensteiner Land einen gemeinsamen Erlebnisraum zu entwickeln.

Hierzu wurde im Ergebnis von FUTOUR festgehalten:

„Die beiden Modelle [einer oder zwei Erlebnisräume] inklusive Vor- und Nachteile ergaben kein eindeutiges Votum aus dem Teilnehmerkreis. **Aus Expertensicht und Berücksichtigung der aktuellen Entwicklungen im Helfensteiner Land schlagen wir die Stärkung und Unterstützung des Helfensteiner Lands beim Aufbau der Erlebnisregion Albtrauf durch den Landkreis vor. So entsteht eine schlagkräftige Organisation für die Tourismusangebote, die dann als professioneller Partner gemeinsam mit Stauferland in entsprechenden Kooperationen die Angebote im Landkreis positionieren kann.** [...]“ Bericht FUTOUR S. 81

Professionalisierung in den touristischen Verbänden

Die Unterstützung der Erlebnisregion Schwäbischer Albtrauf e. V. wurde nach Vorberatung im VA im Kreistag am 12. Juli 2013 mit dem Beschluss zur Tourismuskonzeption beschlossen (BU KT 2013/19). Der Weg hin zur Unterstützung der Touristikgemeinschaft Stauferland e. V. wurde in der damaligen BU bereits aufgezeigt.

Aus Sicht der Verwaltung ist die Professionalisierung in der Touristikgemeinschaft Stauferland e. V. nun der nächste richtige und konsequente Schritt, um die wirtschaftlichen Potenziale im Tourismus zu erschließen sowie die Zusammenarbeit zwischen den Verbänden zu stärken.

Die Entwicklung in der Touristikgemeinschaft Stauferland e. V. und der Stand der Diskussion bei den Mitgliedern wird durch den Vorsitzenden, Oberbürgermeister Guido Till, direkt in der Sitzung vorgetragen.

Um die umfangreiche Aufbau- und danach kontinuierliche Arbeit bewältigen zu können, benötigt die Touristikgemeinschaft Stauferland e. V. eine professionelle, hauptamtliche Geschäftsführung, die bereits zur Besetzung mit 50% einer Vollzeitstelle in EG 11 ausgeschrieben wurde. Zwischen dem Verband und dem Landkreis wird eine Kooperationsvereinbarung angestrebt, siehe Entwurf in Anlage 2.

In der **Erlebnisregion Schwäbischer Albtrauf e. V.** sind aktuell 25 Städte und Gemeinden aus dem Kreisgebiet Mitglieder. Allein seit letztem Jahr sind dem Verband folgende neue Städte und Gemeinden beigetreten: Süßen, Eislingen, Bad Boll, Gemeindeverwaltungsverband Bad Boll (Hattenhofen, Zell u. A., Aichelberg, Dürnau, Gammelshausen, Bad Boll), Heiningen und jüngst Salach.

Eine Geschäftsstelle mit adäquaten Räumlichkeiten wurde im Haus des Gastes in Bad Ditzenbach eingerichtet.

Eine Projektleiterstelle wurde zwischenzeitlich besetzt mit 100%, dazu eine Dauerpraktikantenstelle in Kooperation mit der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt in Geislingen aus dem Studiengang Tourismus- und Gesundheitsmanagement eingerichtet und besetzt. Die Geschäftsführung wird aktuell vom Leiter der Kurverwaltung in Bad Überkingen weiter übernommen, weitere Personen werden nach Bedarf für Projekte beschäftigt (z. B. aktuell bei der Vorbereitung der Zertifizierung für den Albtraufgänger als Qualitätswanderweg).

In der **Touristik Gemeinschaft Stauferland e. V.** sind aktuell 11 Städte und Gemeinden aus dem Kreisgebiet Mitglieder, darunter die Kreisstadt Göppingen.

Die Geschäftsstelle, bislang angesiedelt im Rathaus Schwäbisch Gmünd, wechselt mit dem Vorstandsvorsitz zur Stadt Göppingen und soll im Umfeld des i-Punkts in Göppingen eingerichtet werden.

Da die Touristik Gemeinschaft Stauferland e. V. über die Hälfte aus Mitgliedern (15) aus dem Ostalbkreis besteht, wird die finanzielle Unterstützung auf den Ostalbkreis und den Landkreis Göppingen aufgeteilt. Der Ostalbkreis unterstützt die Touristik Gemeinschaft Stauferland e. V. bereits und plant, diese finanzielle Unterstützung bis zu einem Betrag von 25.000 Euro aufzustocken. Die Beratung hierzu im Ostalbkreis ist für das erste Halbjahr 2014 geplant.

III. Handlungsalternativen

Ohne starke, schlagkräftige Tourismusorganisation sind die Ergebnisse der Tourismuskonzeption nicht umsetzbar. Das ist eindeutiges Ergebnis und Votum der Zentralen Arbeitsgruppe und der Lenkungsgruppe. Die Professionalisierung in der Geschäftsführung und die Initial- und Anschubfinanzierung der „Erlebnisregion Schwäbischer Albtrauf e. V.“ und der „Touristikgemeinschaft Stauferland e. V.“ durch den Landkreis sind bedeutende politische Signale für den Tourismus im Landkreis.

Der Tourismus ist ein bedeutender Wirtschaftsfaktor (siehe im Bericht von FUTOUR ab Seite 10ff.) im Landkreis Göppingen, die Tourismusförderung ein wichtiger Baustein der Wirtschaftsförderung.

IV. Finanzielle Auswirkungen / Folgekosten

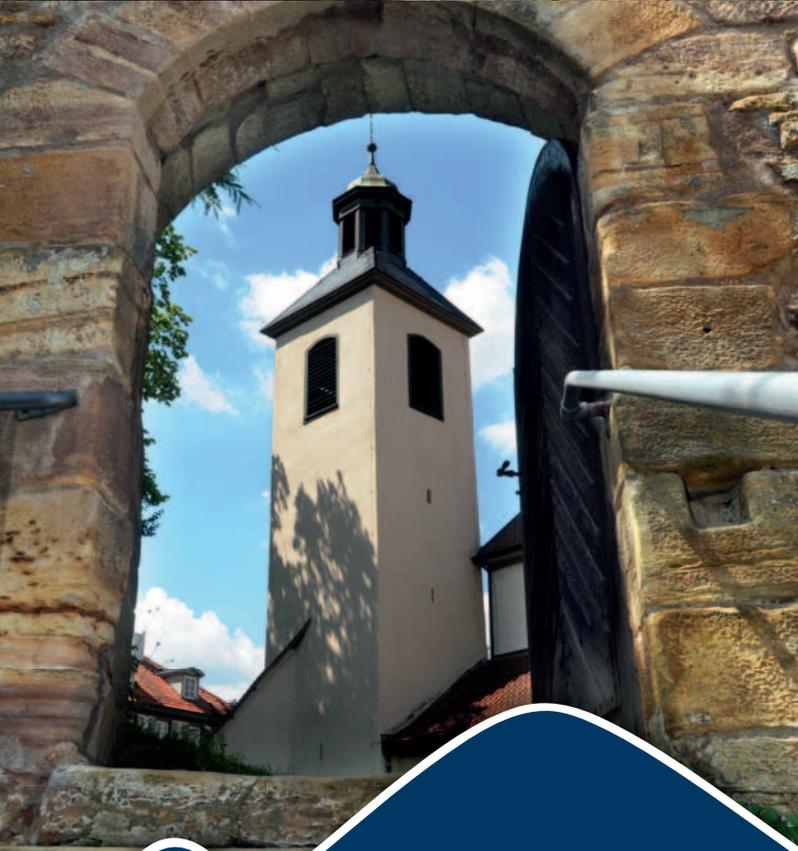
Bereits im KT am 12.7.2013 beschlossen: Für die Jahre 2013 bis 2015 jährlicher Zuschuss des Landkreises an die „Erlebnisregion Schwäbischer Albtrauf e. V.“ in Höhe von 50.000 Euro. Hierzu wurden Mittel im Sachkostenbudget Tourismusförderung umgewidmet.

Im Haushaltsplan 2014 wurden zusätzliche 20.000 Euro als Initial- und Anschubfinanzierung des Landkreises zur Professionalisierung der Touristikgemeinschaft Stauferland e. V. in der Produktgruppe 57 50 Tourismus eingeplant. Sollten vergleichbare Voraussetzungen analog der Kooperationsvereinbarung und der Professionalisierung in der Erlebnisregion Schwäbischer Albtrauf e. V. geschaffen sein, schlägt die Verwaltung eine Erhöhung des Ansatzes um 5.000 Euro auf 25.000 Euro vor.

Die Initial- und Anschubfinanzierung des Landkreises zur Professionalisierung der touristischen Verbände stellt nach Rechtsauffassung des Landkreises einen nicht steuerbaren echten Zuschuss aus strukturpolitischen Gründen dar. Diese Rechtsansicht wurde von dem um Stellungnahme gebetenem Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsbüro geteilt.

V. Zukunftsleitbild/Verwaltungsleitbild - Von den genannten Zielen sind berührt:

| Zukunfts- und Verwaltungsleitbild | Übereinstimmung/Konflikt | | | | |
|---|--|-------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| | 1 = Übereinstimmung, 5 = keine Übereinstimmung | | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Zukunft des Gesundheitswesens und des Tourismus | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Zukunft der landschaftsgebundenen Erholung | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Identifikation | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Außenwirkung | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |



STAUFERLAND

Markenbildung und touristische Weiterentwicklung

Strategisches Konzept 2014



Tourismusentwicklungskonzept

Stauferland 2020

Markenbildung und touristische Weiterentwicklung

1. **Das Stauferland: Ausflugsziel für die ganze Familie im Herzen des europäischen Mittelalters**
2. **Die TG Stauferland e.V. – eine historisch gewachsene Gemeinschaft**
3. **Eine Gemeinschaft im Aufbruch: Ziele und Konzepte
Erste Stufe, Workshop und Klausur März 2012**
4. **Eine Gemeinschaft im Aufbruch: Ziele und Konzepte
Zweite Stufe, Mobilität und Natur**
5. **Eine Gemeinschaft im Aufbruch: Ziele und Konzepte
Dritte Stufe, Weiterführung 2013/2014**
6. **Eine Gemeinschaft im Aufbruch: die nächsten Schritte
Zeitnahe Ziele**
7. **Eine Gemeinschaft im Aufbruch: die nächsten Schritte
Mittel- und langfristige Ziele**
8. **Die neue TG Stauferland: Anforderungen und Bedarf
Geschäftsführung und Geschäftsstelle**
9. **Die neue TG Stauferland: Anforderungen und Bedarf
Die Finanzierung**
10. **Die neue TG Stauferland: das Fazit
Detailkonzept und Überprüfung**



1. Das Stauferland: Ausflugsziel für die ganze Familie im Herzen des europäischen Mittelalters

Zwischen Fils und Rems, dem Schurwald und dem Kalten Feld liegt auf einer reizvollen Hochebene des schwäbischen Albvorlandes eine der schönsten Landschaften Baden-Württembergs: das Stauferland. Sein markantes Wahrzeichen sind die Dreikaiserberge, der Hohenstaufen, der Hohenrechberg und der Stuifen. Das Trio prägt weiterhin sichtbar das Landschaftsbild zwischen Schwäbisch Gmünd und Göppingen. Fernab vom Massentourismus findet man hier Natur und Kultur, Ruhe und Entspannung sowie unzählige Möglichkeiten für einen Aktivurlaub. Kurz: die richtige Umgebung für Familien, Kulturliebhaber, Wellnessfreunde, Sportbegeisterte und Feinschmecker.

Mountainbiken, Radwandern, Wandern, Wintersport, Shoppen und Bummeln in attraktiven und reizvollen Städten, Wellness und Erholung in traumhaften Badelandschaften, spannende Besuche in Weltunternehmen: Die Palette an Ausflugszielen und Freizeitmöglichkeiten für Groß und Klein scheint unerschöpflich. Und sie bietet vieles, was gerade Kinderherzen höher schlagen lässt: trutzige Burgen und Schlösser, die zu einer aufregenden Zeitreise ins Mittelalter einladen, Museen oder Meteoren und natürlich jede Menge Möglichkeiten, „Action“ zu erleben und sich mal nach Herzenslust auszutoben.

Neben kulinarischen Entdeckungen begleitet von sagenhaften Ausblicken auf die zauberhafte Landschaft, beispielsweise auf Burg Staufeneck, findet sich für jeden Geschmack ein einmaliges Erlebnis. Die kleinen – und vor allem auch die großen – Jungs kommen beispielsweise bei den weltweit bekannten Modellbahnen der Firma Märklin in Göppingen auf ihre Kosten, in Schwäbisch Gmünd lockt Europas größter Heilpflanzengarten der Weleda AG umwelt- und klimabewusste Kosmetikliebhaberinnen und –liebhaber mit Führungen und viele weitere Firmen und Einrichtungen bieten den Ausflüglern im Stauferland stets neue Einblicke und reizvolle Ziele. Die Museen, Galerien, Festivals, überregional bedeutsamen Ausstellungen und Konzerte und die kulturhistorisch einmaligen Zeugen des Mittelalters sind stets eine Reise wert.

Freilich: Vor allem die einzigartige Landschaft lässt immer wieder die Herzen der Naturfreunde höher schlagen. Im Stauferland steht das Wandern ganz vorne auf der Liste der Freizeitmöglichkeiten; dabei stehen zahlreiche traumhafte Wanderstrecken zur Verfügung. Eine Besonderheit dabei: Die Glaubenswege (Gesamtlänge 94 Kilometer) sind Wege für Geist und Seele. Sie verheißen Ruhe in der Natur, Bewegung und Besinnung. Auf insgesamt sieben Etappen- und 25 Rundwanderwegen erschließt sich dem Wanderer eine der reizvollsten Landschaften Baden-Württembergs.

Die Zweiradfreunde kommen ebenso auf ihre Kosten. Zahlreiche Touren locken Mountainbiker ebenso wie Rennradler und Familientourer. Legendar ist beispielsweise das „Kaisersträßle“ mit imposanten Landschaftsbildern. Und etwas gemütlicher kann man auf der ehemaligen Bahntrasse, der Klepperle- oder auch Josefstrecke in die Pedale treten.

Entlang den Rad- und Wandertouren locken immer wieder historische Stauferstätten und gemütliche Wirtschaften und Einkehrmöglichkeiten, zum Beispiel am Wäscher Schloss, der Wiege der Staufer. Und wenn das Wetter mal nicht zur Radtour einlädt, erwarten reizvolle und einladende Fachgeschäfte und Läden in den hübschen, historischen Innenstädte die Gäste zum gemütlichen Einkaufsbummel.

Die Gemeinden im Stauferland haben dabei durchweg spannende Angebote, historisch interessante Kirchen und Gebäude, zauberhafte Wanderwege und Aussichtspunkte, hochwertige und abwechslungsreiche Gastronomie und vieles mehr zu bieten.



2. Die TG Stauferland e.V. Eine historisch gewachsene Gemeinschaft

Diese Vielfalt der Region rund um den Hohenstaufen wird seit nunmehr über 35 Jahren von einer historisch gewachsenen Gemeinschaft präsentiert und im engen Schulterschluss der Kommunen vermarktet und nach außen getragen. Die Begeisterung und der Schwung des Stauferjahres 1977 zu den Feiern des 25jährigen Bestehens des Landes Baden-Württemberg wurde spontan von den Gemeinden des Stauferlands aufgegriffen und Seite an Seite weitergetragen: Es war die Geburtsstunde der Touristik Gemeinschaft Stauferland.

So entwickelte sich in den folgenden Jahren von der Basis – von den Kommunen und Stauferstätten aus – von unten nach oben ein solidarisch und subsidiär aufgebauter Zusammenschluss, der die Marke „Stauferland“ nachhaltige als interessante und vielseitige Destination im Markt der Tourismus- und Naherholungsangebote platzierte. Im Unterschied zu neuen Gebietskonstruktionen existieren im Stauferland in vielfältiger Art und Weise historisch gewachsene Kooperationsstrukturen.

Die Straße der Staufer wurde von den Partnern mit Leben gefüllt, bis heute entwickelte sich das touristische Angebot stetig weiter. So gibt es beispielsweise ein attraktives Radwegenetz mit eigenen Radtouren-Karten der TG, Wanderangebote, verschiedene Broschüren zu speziellen Themen, wie Kinder- und Freizeitangebote, die Touristik Gemeinschaft steht als Partner für Hotellerie und Gastronomie zur Verfügung, die Gäste und Besucher finden ein ausführliches Unterkunftsverzeichnis vor (heute selbstverständlich komplett durchsuchbar im Internet) und nicht zuletzt wird von der TG die komplette Region bei Messen und Veranstaltungen – an erster Stelle sei die CMT in Stuttgart genannt – hochwertig und kompetent präsentiert und vertreten.

Erstreckte sich zunächst die Gemeinschaft besonders mit Blick auf die Routenführung der Straße der Staufer auch noch auf den Landkreis Heidenheim wurde vor über vier Jahren die Struktur auf das Kerngebiet im Landkreis Göppingen und im Ostalbkreis konzentriert. Parallel zum Ausbau der klassischen touristischen Angebote wurde dabei auch die Marke „Staufer“ als Destinationsqualität gestärkt und neu definiert. Heute kooperieren rund 30 Stauferland-Kommunen zwischen Schwäbischem Wald und der Alb rund um den Hohenstaufen im Rahmen der Tourismusgemeinschaft Stauferland.



3. Eine Gemeinschaft im Aufbruch: Ziele und Konzepte Erste Stufe, Workshop und Klausur März 2012

Die rasanten Veränderungen der bundesdeutschen Gesellschaft im Zeitalter hoher Mobilität, eines durchgreifenden demographischen Wandels, eines neuen Freizeitverhaltens, weitreichender digitaler Möglichkeiten, veränderten Familienstrukturen und einer Neuausrichtung des Wertekatalogs in Beruf, Familie und Freizeit stellt inzwischen aber auch eine stark aufgestellte Touristikgemeinschaft vor neue Herausforderungen.

Die Mitglieder der TG Stauferland diskutieren deshalb seit Beginn des Jahres 2012 intensiv den weiteren Weg der Gemeinschaft. In einer Klausurtagung in Bad Boll am 27. März 2012 wurden diese ersten Ideen und Überlegungen in einem ersten Thesenpapier mit Zielen und Konzepten konkretisiert.

Die dort anvisierten Ziele eines ersten Umsetzungs-Steps wurden inzwischen realisiert:

- So erschien 2013 eine komplett überarbeitete, neue gemeinsame Radkarte des Stauferlands.
- Das Unterkunftsverzeichnis wurde in Gänze aktualisiert und in eine digitale Datenbank überführt; diese Daten werden jährlich auch in einer Printversion veröffentlicht.
- Der gemeinsame Internetauftritt wurde von Grund auf überarbeitet, modernisiert und im Sommer 2012 ans Netz gebracht.
- Die Idee eines gemeinsamen „Staufertags“ wurde zusammen mit den „Staatlichen Schlösser und Gärten“ umgesetzt und weiter ausgebaut. Derzeit sind die vier Stauferstätten Göppingen, Wäschenbeuren, Lorch und Schwäbisch Gmünd beteiligt. Ziel ist es, möglichst viele Kommunen zu beteiligen und dabei die Angebote in den einzelnen Mitgliedskommunen; gemeinsam zu vermarkten
- Sukzessive wurde die Zusammenarbeit mit neuen Touristikpartnern ausgebaut; das Stauferland ist inzwischen beispielsweise eine wichtige Destination der renommierten „Schwäbischen Landpartie“ mit spannenden, speziellen Tourenangeboten. Als weiterer neuer interessanter Bustouristikpartner im Portfolio der TG Stauferland konnte zum Beispiel auch der überregional bedeutsame Anbieter „Bottenschein-Reisen“ in Ehingen durch eine aktive Präsentation und Bewerbung gewonnen werden.



4. Eine Gemeinschaft im Aufbruch: Ziele und Konzepte Zweite Stufe, Mobilität und Natur

Ein wesentlicher Schwerpunkt der neuen Ausrichtung kommt dem Thema Mobilität in Stadt und Natur zu.

Die Städte Schwäbisch Gmünd und Göppingen sind beispielsweise inzwischen die beiden Säulen als Partner im Rahmen des ambitionierten Modellprojekts „Elektromobilität im Stauferland“, einem der bundesweit ersten Modellprojekten in Städten mittlerer Größe. Von den Spill-over Effekten dieses vom Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung im Rahmen der Modellregionen Elektromobilität geförderten Projekts profitiert die gesamte Region, die sich abermals als Innovationsmotor des Landes hervortut.

Im Rahmen eines Antrags für einer LEADER-Förderung kommt auch der TG Stauferland eine bedeutsame Rolle als Partner und Zielebene zu: Aufgrund der großen Vielfalt an Infrastruktur zwischen den Stauferland-Kommunen ist eine Vernetzung der unterschiedlichen Angebote unerlässlich um insbesondere als kleinere Gemeinde im Stauferland auch für die zunehmend alternde Bevölkerung weiterhin attraktiv zu bleiben. Deshalb gilt es sich für Strecken, die der klassische ÖPNV nicht oder nicht ausreichend bedienen kann, eine Ergänzung über innovative Mobilitätsangebote wie Bürgerbusse und Sammeltaxis zu etablieren. Hierfür bietet sich gleich aus mehreren Gründen der Einsatz von Elektrofahrzeugen an. So ist das Stauferland mit seinen beiden Mittelzentren Göppingen und Schwäbisch Gmünd zum einen bereits Modellregion für dieses spannende Zukunftsthema. Zum anderen sind solche fest definierten und vergleichsweise kurze Strecken ideal für den Einsatz der klimaschonenden Stromer.

Das ambitionierte Ziel einer kreis- und sogar regionenübergreifenden Verbindung der Bahnlinien im Fils- und Remstal mit Pedelecs und anderen Elektromobilen quer durch die Kommunen der TG Stauferland konnte als interessantes Konzept zwar in der Landesregierung platziert, aber mangels finanzieller Unterstützung von dieser Seite nicht aktuell umgesetzt werden. Gleichwohl wird derzeit an einem ersten Schritt einer Kooperation und einer elektromobilen touristischen Erschließung des Stauferlands von einzelnen Freizeit-Standorten aus gearbeitet.



5. Eine Gemeinschaft im Aufbruch: Ziele und Konzepte Dritte Stufe, Weiterführung 2013/2014

Mit Realisierung des ersten Umsetzungs-Schritts 2012/2013 wurden auch gleichzeitig die weiteren Schritte der Neuorientierung der TG Stauferland für die Jahre 2013/2014 formuliert.

Die Diskussion im Landkreis Göppingen über eine Neuausrichtung der Tourismusförderung und –struktur und einer damit verbundenen neuen Bedeutung der Tourismusgemeinschaften war auch für die TG Stauferland eine gute Gelegenheit, den gemeinsamen neuen Weg, die erarbeitete Konzeption für die historisch gewachsene Tourismusgemeinschaft und die überregional bedeutsame Marke „Stauferland“ nochmals zu stärken und in diesen Diskussionsprozesse einzubringen.

Die positive Entwicklung der Region Stauferland als attraktive Destination für Ausflüge, Naherholungssuchende, für Familien und aktive Freizeitsportler vor allem in der Region Stuttgart und in den angrenzenden Regionen des Südwestens soll mit den nächsten Umsetzungsschritten weiter ausgebaut und die Angebote und touristischen Ziele rund um den Hohenstaufen mit ihren Attraktionen weiter vermarktet und gefördert werden.

In einer Vorstandssitzung am 23. April 2013, in engen Beratungen der Mitgliedsgemeinden und in einer Mitgliederversammlung am 27. Juni 2013 wurden dazu weitere Weichen gestellt.

Nach den ersten beiden Umsetzungsschritten der Neukonzeption in den Jahren 2012 und 2013 geht die TG Stauferland damit in die dritte Stufe ihrer Neuausrichtung. Beschlossen wurden dabei 20 weitere Punkte, die sich wiederum in zwei Umsetzungsschritten für die nächsten Monate und Jahre gliedern.



6. Eine Gemeinschaft im Aufbruch: die nächsten Schritte Zeitnahe Ziele

- a. Anstoß für ein neues Marketingkonzept zum Markenkern „Staufer“ mit professioneller, externer Begleitung. Wie lassen sich die Themen „Staufer“, „Mittelalter“, „Kultur“ und „Geschichte“ als effektive touristische Magnete nicht nur für die „großen“ Stauferstätten, sondern auch für die kleineren Gemeinden effektiver platzieren und vermarkten
- b. Stärkere Präsenz und Sichtbarmachung der Vielfalt im Stauferland über die beiden Schwerpunkte Göppingen und Schwäbisch Gmünd hinaus. Erster Schritt: Eine neue ausführliche Imagebroschüre, die dem Gast einen schnellen, informativen Überblick über alle Kommunen und Angebote gibt.
- c. Ausbau des Produktangebots, Erweiterung des neuen Radkarten-Moduls, Auflage einer neuen Wanderkarte, kulinarischer Gästeführer
- d. Einstieg als Partner in weitere Zertifizierungs- und Klassifizierungsleistungen, zum Beispiel für Ferienwohnungen, Wanderwege ...
- e. Aktive Akquise von Neumitgliedern
- f. Neuausrichtung der Mitgliederstruktur mit einer schrittweisen Erweiterung auch auf Leistungsträger, zum Beispiel Hotels und Freizeiteinrichtungen
- g. Erstellung eines neuen gemeinsamen Marketingkonzepts mit Crossmarketing innerhalb der beteiligten Mitgliedskommunen: standardisierte Infostelen und Aufsteller mit einheitlicher Bestückung durch TG-Produkte. Ausbau der neuen TG-Staufelandvitrinen für Messen und Veranstaltungen mit weiteren Produkten und Angeboten aus der Region.
- h. Start eines gemeinsamen Pedelec-Systems an verschiedenen touristischen Punkten im Stauferland. Grundlast wird zeitnah von den beiden Hauptstandorten Gmünd und Göppingen getragen.
- i. Ausbau der Präsenz auf Messen und Veranstaltungen
- j. Ausbau des digitalen Auftritts im Netz, digitale Routenplanung für Rad- und Wanderangebote. Dazu wird die Kooperation mit Alpstein verstärkt und ausgebaut (Standardisierung!)
- k. Einrichtung eines regelmäßigen Newsletters
- l. Ausbau der Beratungsleistungen der Geschäftsstelle, zum Beispiel bei der Öffentlichkeitsarbeit, der Erstellung von Broschüren für die kleineren Mitgliedskommunen und bei Koordinationsleistungen für Veranstaltungen.
- m. Koordination, Abstimmung und Produktion weiterer einheitlicher Produkte, Bündelung von Angeboten zu neuen Touren und Paketen



7. Eine Gemeinschaft im Aufbruch: die nächsten Schritte Mittel- und langfristige Ziele

- n. Ausbau des Mobilitätskonzepts im Stauferland, Koordination von ÖNV-Angeboten, Herausgabe eines gemeinsamen Fahrplans für das Stauferland.
- o. Neupositionierung der Straße der Staufer, Ausbau der Vermarktung, Weiterentwicklung als EU-Projekt zu einer „Europäischen Straße der Staufer“ von Süddeutschland bis Südtalien.
- p. Erweiterung des Onlineangebots auf ein ausführliches und attraktives Gastronomieportal und –verzeichnis.
- q. Ausbau der Kooperation mit zusätzlichen Touristikeinrichtungen, wie Stuttgart Re-gio, Schwäbischer Wald, Remstal
- r. Erweiterung des Veranstaltungsportfolios über die Staufertage hinaus zu weiteren Veranstaltungen, die dezentral im gesamten Stauferland stattfinden, zum Beispiel koordinierte Herbstfeste, Sportveranstaltungen (Staufer-Triathlon?), Kulturtage und weiteres
- s. Kooperation mit weiteren externen Partnern zu Service- und Weiterbildungsangeboten für die Mitglieder, zum Beispiel in den Bereichen Hotellerie, Gastronomie, Kundenkontakte, digitale Medien.
- t. Eigene Stauferland-Produktpalette mit regionalen Erzeugnissen und Vermarktung in den Mitgliedskommunen und bei überregionalen Veranstaltungen.



8. Die neue TG Stauferland: Anforderungen und Bedarf Geschäftsführung und Geschäftsstelle

Für diese 20 weiteren Schritte zu einer neuen TG Stauferland müssen auch innerhalb der Touristikgemeinschaft neue Strukturen geschaffen werden.

Die Herausforderungen, die Menge der Aufgaben und die teilweise auch ambitionierten Ziele sind mit einer rein ehrenamtlichen Geschäftsführung – wie derzeit praktiziert – nicht zu stemmen und effektiv und schnell umzusetzen.

Deshalb wurde in einer Vorstandssitzung der TG Stauferland die Bestellung einer hauptamtlichen Geschäftsführerin bzw. eines hauptamtlichen Geschäftsführers und die Angliederung dieses zentralen Ansprechpartners an den i-Punkt der Stadt Göppingen beschlossen. Die Ausschreibung für diese Stelle ist bereits erfolgt. Im Frühjahr 2014 wird über die Stellenbesetzung entschieden.

9. Die neue TG Stauferland: Anforderungen und Bedarf Die Finanzierung

Eine hauptamtliche Geschäftsführung, ein Ausbau der Geschäftsstelle, neue Aufgaben und neue Zielsetzungen erfordern auch einen erhöhten Finanz- und Mittelbedarf, der mit den derzeitigen Haushaltsmitteln der TG Stauferland nicht zu leisten ist.

Im Rahmen der Neukonzeption der Touristikgemeinschaft rund um den Hohenstaufen wird deshalb auch der Finanzrahmen neu definiert.

Die Diskussionen in Vorstand und Mitgliederversammlung zielen dabei auf eine Neuausrichtung auf drei Standbeine: den Ausbau der Mitgliederstruktur, eine Erhöhung der Mitgliedsbeiträge und eine Unterstützung von Seiten der beiden beteiligten Landkreise Göppingen und Ostalb.

Die Erweiterung des Mitgliederkreises und eine Erhöhung der Beiträge könnte dabei als Zielkorridor eine Grundfinanzierung in Höhe von 70 000 Euro erbringen. In einer Fachausschusssitzung im Herbst 2013 wurden erste Ideen und Projekte für neue Einnahmequellen und eine Ausweitung des Mitgliederbereichs der TG Stauferland auf touristische Anbieter und Leistungserbringer auf den Weg gebracht.

Für die Übernahme von Beratungs-, Koordinations-, Präsentations- und Strukturleistungen der TG Stauferland für die beiden Landkreise und für die entsprechende Marketing- und Öffentlichkeitsarbeit wäre die TG auf eine Unterstützung in Höhe von jeweils 25 000 Euro pro Kreis angewiesen. Der Ostalbkreis signalisierte in diesem Zusammenhang bereits eine positive Haltung im Falle einer Zustimmung des Landkreises Göppingen.



10. Die neue TG Stauferland: das Fazit Detailkonzept und Überprüfung

Auf der Grundlage dieses vorliegenden Strategiepapiers wird derzeit diese konzeptionelle Grundlage in konkrete Projekte gegossen und nochmals eine Gewichtung der Prioritätenliste vorgenommen.

Der Fachausschuss soll mit einer internen, jährlichen Evaluation die Umsetzung des Neukonzepts begleiten.

Bei einer Beteiligung der Landkreise und einer Übertragung von touristischen Leistungen der Kreise auf die TG Stauferland sollte diese Überprüfung auch speziell auf diese Bereiche gerichtet sein. In enger Partnerschaft mit den Landkreisen wird die Kooperation und die Übernahme touristischer Dienstleistungen kontrolliert und begleitet.

Das Ziel der Neuausrichtung und der Weiterentwicklung der Touristengemeinschaft Stauferland lässt sich ganz im Sinne der drei Stauferlöwen und der Dreikaiserberge als Dreiklang zusammenfassen:

Die Vielfalt des Stauferlands erlebbar machen

Den Spaß am Stauferland wecken

Die Partner im Stauferland stärken

Entwurf der Kooperationsvereinbarung

Präambel

Für die Weiterentwicklung des Tourismus im Kreis Göppingen wurde auf der Basis der Erkenntnisse aus der Kreisentwicklung 2008ff. im Jahr 2012 ein Tourismusentwicklungskonzept erarbeitet. Mit den Partnern im Tourismus wurden die strategischen Ziele sowie deren Umsetzung in Leitlinien und Themen erarbeitet. Analog der Empfehlungen in der Konzeption und der vom Kreistag getroffenen Beschlüsse zur Organisation des Tourismus wird für die Umsetzung der Konzeption die Aufgabentrennung zwischen dem Landkreis der Touristikgemeinschaft Stauferland e. V. vereinbart. Beide Partner sehen im Landkreis Göppingen ausgehend von den Erkenntnissen im Kreisentwicklungsprozess und dem in 2012 erarbeiteten Tourismusentwicklungskonzept im Tourismus ein beachtliches Wirtschaftspotential.

Zwischen dem Landkreis Göppingen und der Touristikgemeinschaft Stauferland e. V. wird folgendes vereinbart.

§ 1 Leistungen Stauferland e. V.

Destinationsmanagement: Vermarktung der Region Stauferland in Zusammenarbeit mit den anderen Verbänden wie z. B. dem Schwäbische Alb Tourismusverband, der Stuttgart Regio Marketing GmbH, der Erlebnisregion Schwäbischer Albtrauf e. V. und den Staatlichen Schlösser und Gärten Baden-Württemberg.

Tourismusmarketing: Entwicklung und Umsetzung von Maßnahmen, um mehr Gäste in den Landkreis und die Region zu bringen wie z. B. buchbare Angebote und Pauschalen und der verstärkten Zusammenarbeit mit den Anbietern aus Gastronomie, Beherbergungsbetrieben und den regionalen Produzenten.

Nach gemeinsamer Umsetzungsplanung mit dem Landkreis realisiert der Verband die in seinem Zuständigkeitsbereich liegenden Themen und Projekte aus der Tourismuskonzeption. Die von der Touristikgemeinschaft erstellte Konzeption 2020 stellt für diese eine weitere wichtige Quelle für Themen und Projekte dar.

§ 2 Finanzielle Unterstützung durch den Landkreis Göppingen

Um die Umsetzung der Tourismuskonzeption sicherstellen wie auch die Professionalisierung der Touristikgemeinschaft Stauferland e. V. realisieren zu können, unterstützt der Landkreis Göppingen für die Jahre 2014 bis 2016 bei Vorliegen aller Voraussetzungen analog der Professionalisierung bei der Erlebnisregion Schwäbischer Albtrauf e. V. den Verband mit einem jährlichen Zuschuss von maximal 25.000 Euro als Initial- und Anschubfinanzierung.

Optimierungen in der Tourismusinfrastruktur sind in dieser Förderung nicht enthalten. Sie müssen detailliert beplant und für Finanzierungsfragen bzw. Zuschüsse mit dem Landkreis abgestimmt sein.

Es wird erwartet, dass die Verantwortlichen des Vereins analog anderer touristischer Institutionen auf der Schwäbischen Alb Mitglieder und Sponsoren finden, die die Professionalisierung des Verbands finanziell und dauerhaft unterstützen.

§ 3 Organisatorische Elemente der Kooperation

Der Landkreis Göppingen erhält einen Sitz mit Stimmrecht im Vorstand der Touristikgemeinschaft Stauferland e. V. Der Landrat entscheidet, ob er diesen Sitz selbst übernimmt oder ihn delegiert.

Die operative Abstimmung mit dem Verband ist im Büro für Kreisentwicklung und Kommunikation angesiedelt. Der Tourismusmanager des Landkreises stimmt mit den Verbänden die Umsetzungsplanung des Tourismusedwicklungskonzepts ab.

Die zur Erarbeitung der Tourismusedwicklungskonzeption eingerichtete Zentrale Arbeitsgruppe und Lenkungsgruppe werden in die operative Abstimmung und die Steuerung der Umsetzung eingebunden. Die Lenkungsgruppe tagt hierzu zweimal jährlich, die Einladung erfolgt über das Büro für Kreisentwicklung und Kommunikation.

Die Touristikgemeinschaft Stauferland e. V. berichtet einmal pro Kalenderjahr im Verwaltungsausschuss des Göppinger Kreistags über ihre Jahresplanung und die erreichten Schritte.

§ 4 Professionalisierung der Verbandsarbeit

Die Touristikgemeinschaft Stauferland e. V. richtet zur Professionalisierung der Arbeit und der Realisierung der Wertschöpfungspotenziale eine Geschäftsstelle in Göppingen ein. Darin enthalten sind:

- Räumlichkeiten
- Besetzung einer professionellen Geschäftsführung mit einer einschlägig qualifizierten Person gemäß der Stellenausschreibung. Die Besetzung einer 100% Stelle ist Ziel analog der Erlebnisregion Schwäbischer Albtrauf e. V.
- Einrichtung einer dauerhaften Praktikantenstelle für die Studierenden der Hochschule für Umwelt und Wirtschaft Geislingen-Nürtingen aus dem Studiengang Tourismus- und Gesundheitsmanagement oder einem vergleichbaren Studiengang einer anderen Hochschule.
- Beschäftigung weiterer Personen für Projektarbeit nach Bedarf

§ 5 Anpassung und Gültigkeit

Die Kooperationsvereinbarung kann auf Antrag eines Vertragspartners jederzeit aktualisiert und fortgeschrieben werden.

Die Kooperationsvereinbarung tritt am Tag nach der Unterzeichnung durch alle Vertragspartner in Kraft und gilt bis zum 31.12.2016. Rechtzeitig vor Ende der Vereinbarung, spätestens vor der Sommerpause 2016 wird eine Bilanz des Erreichten und das weitere Vorgehen im Verwaltungsausschuss vereinbart.

Sollten einzelne Bestimmungen ganz oder teilweise nicht rechtswirksam sein, so bleibt der Vertrag im Übrigen wirksam. Das Gleiche gilt, falls der Vertrag eine Regelungslücke aufweist. Anstelle der unwirksamen oder undurchführbaren Bestimmungen oder zur Ausfüllung der Lücke soll eine Bestimmung gelten, die die Partner vereinbart hätten, wenn sie die Unwirksamkeit der Bestimmung gekannt hätten und die dem Zweck des Vertrages am Nächsten kommt.

Edgar Wolff

Guido Till

Landrat

Vorsitzender