

Anlage Nr. 02

Klausurtagung Remstal Gartenschau 2019 am 19.03.2016

Die Gartenschauprojekte in Weinstadt aus touristischer Sicht

Gartenschauen schaffen neu gestaltete Grünflächen, neue Freiräume und Erholungswerte für die Bürger und erhöhen die Lebensqualität. Sie lassen Verbindendes, Bleibendes entstehen, renovieren und stiften eine neue Identität mit der Stadt. Die Gartenschau ist sowohl für die Weinstädter Bürger als auch für den Tourismus in Weinstadt von Bedeutung. Neben kurzfristig messbaren wirtschaftlichen Aspekten als Erfolgsfaktoren der lokalen Entwicklung, wie z.B. die Anzahl der Arbeitsplätze treten die Stärkung regionaler Kultur und Identität oder der Erhalt von Natur und Landschaft als langfristig wirkende Erfolgsfaktoren touristischer Entwicklung oft in den Hintergrund. Die Remstal Gartenschau stellt nun eine große Chance dar, die Tourismusentwicklung durch ein attraktives Angebot nachhaltig zu fördern.

1. Bedeutung des Tourismus für Weinstadt – Daten und Fakten

1.1 Tagestourismus:

Durchschnittliche Ausgaben in der Region Stuttgart pro Tagesgast: 31 EUR¹

Besucher der Tourist Information Remstal- Route in Endersbach²:

2009: 2900	Ø pro Monat: 242
2010: 4200	Ø pro Monat: 350
2011: 4600	Ø pro Monat: 383
2012: 4300	Ø pro Monat: 358
2013: 4000	Ø pro Monat: 333
2014: 3800	Ø pro Monat: 317
2015: 3600	Ø pro Monat: 300

1.2 Übernachtungstourismus³ (erfasst sind alle Betriebe ab 10 Betten):

Weinstadt:

2014: 28.438 Übernachtungen (+ 5,5 % zum Vorjahr), die Auslastung der Schlafgelegenheiten beträgt 26,7% (+ 1,2 % zum Vorjahr), die durchschnittliche Aufenthaltsdauer beträgt 1,8 Tage

Rems-Murr-Kreis:

2014: 701.918 Übernachtungen (+ 3,6 % zum Vorjahr), die Auslastung der Schlafgelegenheiten beträgt 31,6% (+ 0,9 % zum Vorjahr), die durchschnittliche Aufenthaltsdauer beträgt 2,1 Tage

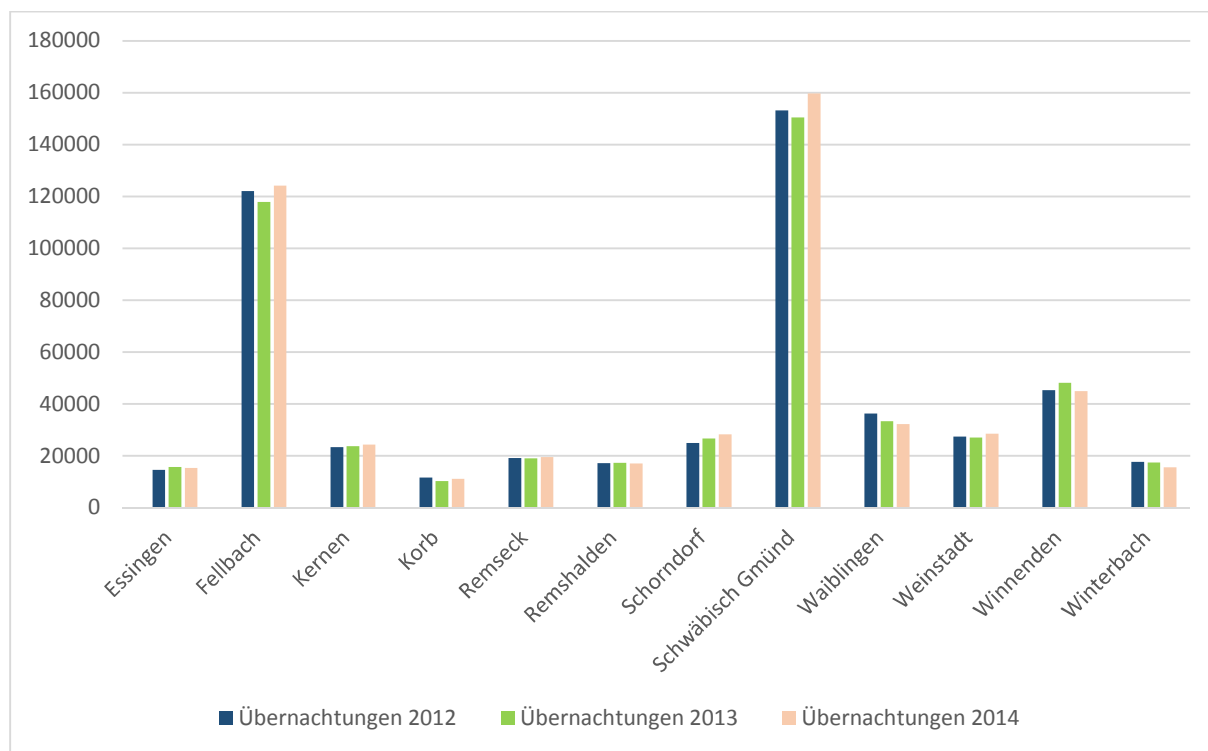
¹ Quelle: Strategiepapier Regio Stuttgart Marketing- und Tourismus e.V.

² Quelle: Tourismusverein Remstal-Route

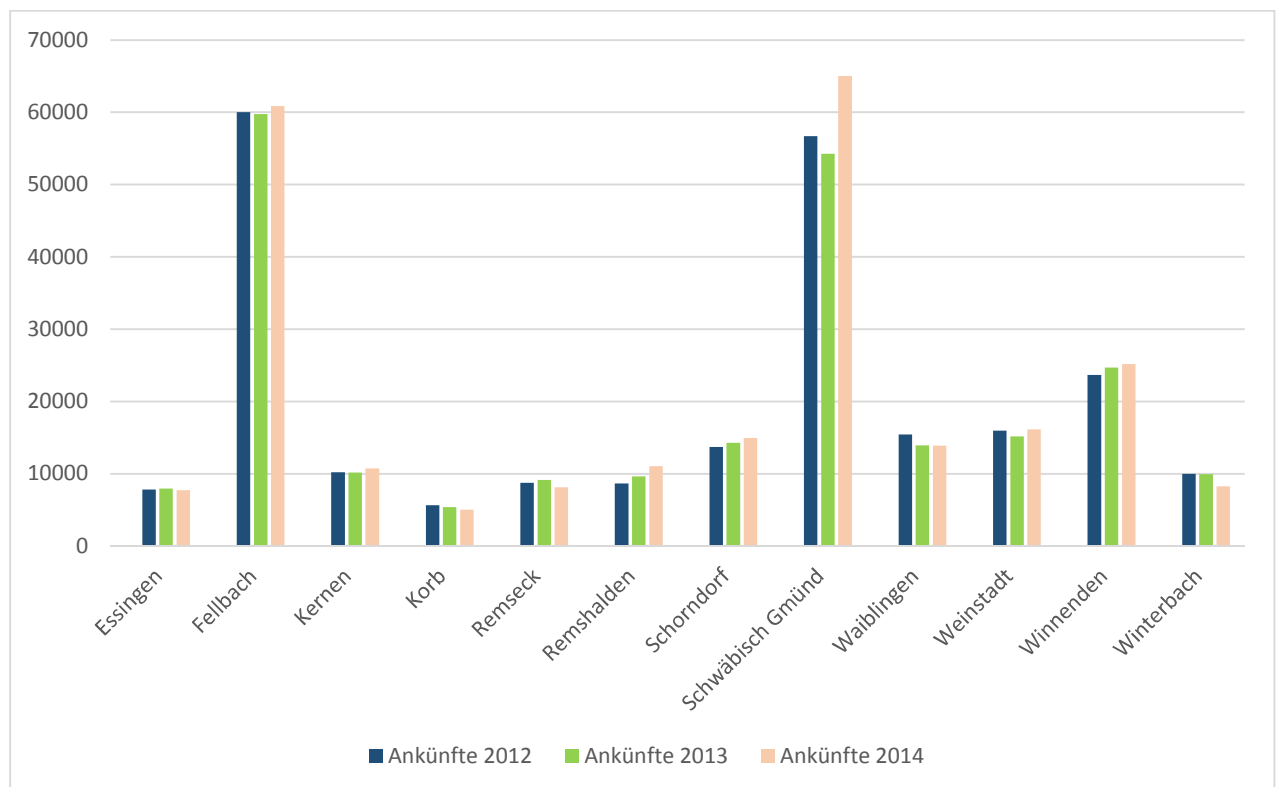
³ Quelle: Statistisches Landesamt

Übernachtungen Remstal 2012 bis 2014

	2012	2013	2014	Veränderung zum Vorjahr
Essingen	14.502	15688	15264	-2,7%
Fellbach	122.027	117914	124152	5,3%
Kernen	23.256	23730	24277	2,3%
Korb	11.566	10226	11042	8,0%
Remseck	19.122	18939	19433	2,6%
Remshalden	17.143	17211	16977	-1,4%
Schorndorf	24.954	26595	28306	6,4%
Schwäbisch Gmünd	153.216	150479	159693	6,1%
Waiblingen	36.237	33321	32190	-3,4%
Weinstadt	27.393	26.965	28.438	5,5%
Winnenden	45.254	48076	44898	-6,6%
Winterbach	17.681	17419	15481	-11,1%
Kommunen gesamt	512.351	506.563	520.151	2,7%



Ankünfte im Remstal 2012 bis 2014				
	2012	2013	2014	Veränderung zum Vorjahr
Essingen	7.807	7962	7727	-3,0%
Fellbach	60.004	59760	60845	1,8%
Kernen	10.205	10159	10732	5,6%
Korb	5.624	5369	5004	-6,8%
Remseck	8.724	9152	8113	-11,4%
Remshalden	8.661	9625	11064	15,0%
Schorndorf	13.679	14269	14930	4,6%
Schwäbisch Gmünd	56.687	54264	65026	19,8%
Waiblingen	15.428	13902	13871	-0,2%
Weinstadt	15.948	15.161	16.114	6,3%
Winnenden	23.664	24670	25171	2,0%
Winterbach	9.968	9944	8248	-17,1%
Kommunen gesamt	236.399	234.237	246.845	5,4%



2. Gartenschauprojekte in Weinstadt aus touristischer Sicht

2.1 Projekte an der Rems

Zwei der drei Projekte an der Rems (Häckermühle und Steinbruch) liegen direkt am Remstal-Radweg, die Verbindung zur Birkelspitze wäre durch eine Brücke für Fußgänger und Radfahrer gewährleistet. Die Orte ergänzen sich optimal und machen die Rems für die Besucher erlebbar.

Im Hinblick auf touristische Infrastruktur sind Bewirtung bzw. Rastmöglichkeiten entlang des Remstal-Radwegs sehr wichtig und sinnvoll, dies wurde auch von den Bürgern beim Weinstädter Ideengarten mit großer Mehrheit befürwortet (z.B. Außenbewirtung an der Häckermühle oder ein Biergarten an der Birkelspitze). Es gibt ergänzend an anderen Standorten entlang der Rems auch Angebote aus der Bürgerschaft und von Vereinen, unterstützend bei Bewirtungsangeboten mitzuwirken (z.B. DLRG, Christus Zentrum, Freebikers).

Von den Projekten an der Rems wird der Steinbruch Beutelstein von den Teilnehmern der Bürgerbeteiligung als wichtigstes Projekt betrachtet. Mit dem teilweise unter Naturschutz stehenden Steinbruch hat Weinstadt ein Alleinstellungsmerkmal, welches für die Allgemeinheit erlebbar und zugänglich gemacht werden sollte. Derzeit liegt Beutelstein versteckt hinter Gestrüpp und wartet auf eine Belebung. Mit seiner Lage als „Herzstück“ der Rems-Projekte, direkt am Bootsanleger und damit an der interkommunalen Kanuroute sowie am Remstal-Radweg ist der Steinbruch der ideale Standort für Wohnmobil-Stellplätze. Bei guter Anbindung an die Infrastruktur (B29 und Einkaufszentrum Kalkofen), gleichzeitig ruhiger Lage und den möglichen Freizeitaktivitäten verbunden mit einer attraktiven Landschaft hat der Steinbruch aus touristischer Sicht hohes Potential, welches im Rahmen einer naturnahen Entwicklung genutzt werden sollte.

2.2 Weinstädter Höhepunkte

Das Thema „Wandern“ liegt im Trend und wird auch eine große Bedeutung im Rahmen der Remstal Gartenschau haben. Momentan wird eine gemeinsame, interkommunale Wanderkonzeption erarbeitet, so dass alle Wanderwege, die die einzelnen Kommunen ausgewählt haben, bis 2019 einheitlich beschildert sein werden. In diesem Zusammenhang sollen auch die „Weinstädter Höhepunkte“ aufgewertet und erneuert werden, als attraktives Ziel für Wanderer, an dem sie gerne verweilen.

Hierbei sind die Weinstädter Höhepunkte nicht separat zu betrachten, sondern vielmehr als Teil eines interkommunalen Konzepts, Aussichtspunkte als gut erkennbare Landmarken mit Blick ins Remstal und Sichtkontakt untereinander. Auch liegen die Aussichtspunkte teilweise an interkommunalen Wegen, wie z.B. dem Remstal -Höhenweg (Aussichtspunkte Karlstein und Skulpturenallee) oder an einem gerade entstehenden interkommunalen Wanderweg mit Kernen (Aussichtspunkte Karlstein, Schüttenhüttle, Burgruine Kappelberg). Auch vor diesem Hintergrund ist eine Aufwertung aus touristischer Sicht notwendig.

Das Wandern durch die Weinberge und die Inszenierung der Kulturlandschaft Weinberg u.a. durch attraktive Aussichtspunkte ist ein wichtiger Bestandteil der Remstal Gartenschau, da das Thema „Wein“ eines der Alleinstellungsmerkmale unserer Stadt ist. In diesem Zusammenhang wäre auch eine temporäre Bewirtung an einigen Aussichtspunkten wünschenswert.

2.3 Bürgerpark

Der Bürgerpark ist das Herz der Gartenschau, durch den Bürgerpark wird eine nachhaltige Aufenthaltsqualität geschaffen. Der Bürgerpark ist mit großem Abstand das favorisierte Gartenschau-Projekt der Teilnehmer der Bürgerbeteiligung. Ein zentraler Ort im Park, an dem Veranstaltungen stattfinden können, wäre für das Veranstaltungsjahr 2019 von Bedeutung.

3. Exkurs Wohnmobil-Tourismus – Zahlen, Daten und Fakten

3.1 Marktentwicklungen im Wohnmobil-Tourismus

Der Gesamtmarkt der Reisemobilisten in Deutschland hat schon heute eine relevante Größe und wächst weiter. Bereits zum 5. Mal in Folge erreichen die Neuzulassungen von Reisemobilen in Deutschland eine Rekordzahl:

2015: 28.000

2014: 25.746

2013: 24.809

2012: 24.062

2011: 21.791⁴

Der Caravaning Industrie Verband e.V. (CIVD) gibt die Zahl der in Deutschland zugelassenen Wohnmobile aktuell mit etwa 440.000 an. Das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BmWi) geht in seiner Studie aus dem Jahr 2010 von einer Anzahl von 11,7 Millionen Übernachtungen der Reisemobilisten aus. Zusätzlich zu den 20,8 Millionen Tagesaufügen der Reisemobilisten addiert sich der Gesamtumsatz in Deutschland damit auf 1,335 Milliarden Euro.

Megatrends wie der demographische Wandel oder langfristige touristische Markttrends wie die Entwicklung hin zu Urlaub im eigenen Land lassen erahnen, dass auch zukünftig von einer nachhaltig positiven Entwicklung auszugehen ist. Deutschland ist generell die favorisierte Urlaubsdestination für Wohnmobilisten, außerdem unternehmen Sie gerne zusätzliche Kurzreisen innerhalb ihres Heimatlandes (rund 83% der Wohnmobil-Besitzer planen im kommenden Jahr einen Urlaub in Deutschland (2012 waren es noch 74%).⁵

Auch die Gebühren auf professionell geführten Stellplätzen entwickeln sich nach oben. Das Gros der Premium- Stellplätze liegt in 2016 bei 8 bis 15 Euro pro Nacht und Mobil zzgl. Strom, Frischwasser, etc.⁶

⁴ Quelle: Präsentation Irma GmbH, Nürnberg anlässlich der CMT 2016

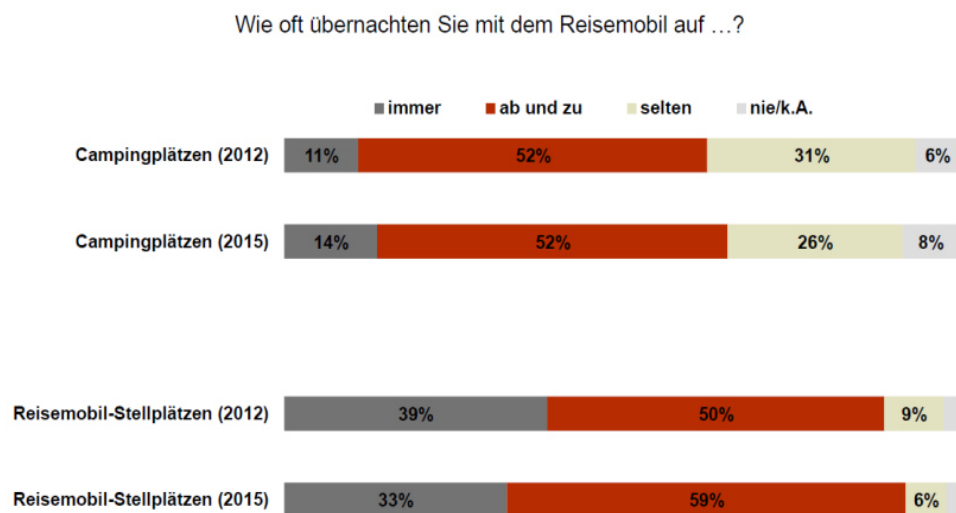
⁵ Quelle: Studie Fachzeitschrift Pro Mobil

⁶ Quelle: s.o.

3.2 Die Zielgruppe der Wohnmobilisten

Die „Reise-“ oder „Wohnmobilisten“ – in Abgrenzung zur Gruppe der „Caravaner“ – zeichnen sich durch einen großen Drang nach Individualismus, Flexibilität und Unabhängigkeit aus. Bei ihnen ist „der Weg das Ziel“, sie streben nach hoher Mobilität und suchen sich gerne Destinationen außerhalb überlaufener Ziele des Massentourismus. Stellplätze werden primär als „Ver- und Entsorgungsstationen“ angesehen. Hier gibt es in Einstellung und Verhalten ganz eindeutige Unterschiede zu den Caravanern: Diese campen häufig schon sehr lange, sind eher an ihrem Urlaubsziel „sesshaft“ und richten sich dort ein gemütliches zu Hause in angenehmer Nachbarschaft ein.

Reisemobil-Stellplätze werden von Wohnmobilisten u.a. aufgrund der Flexibilität, die diese bieten, häufiger aufgesucht als Campingplätze⁷.

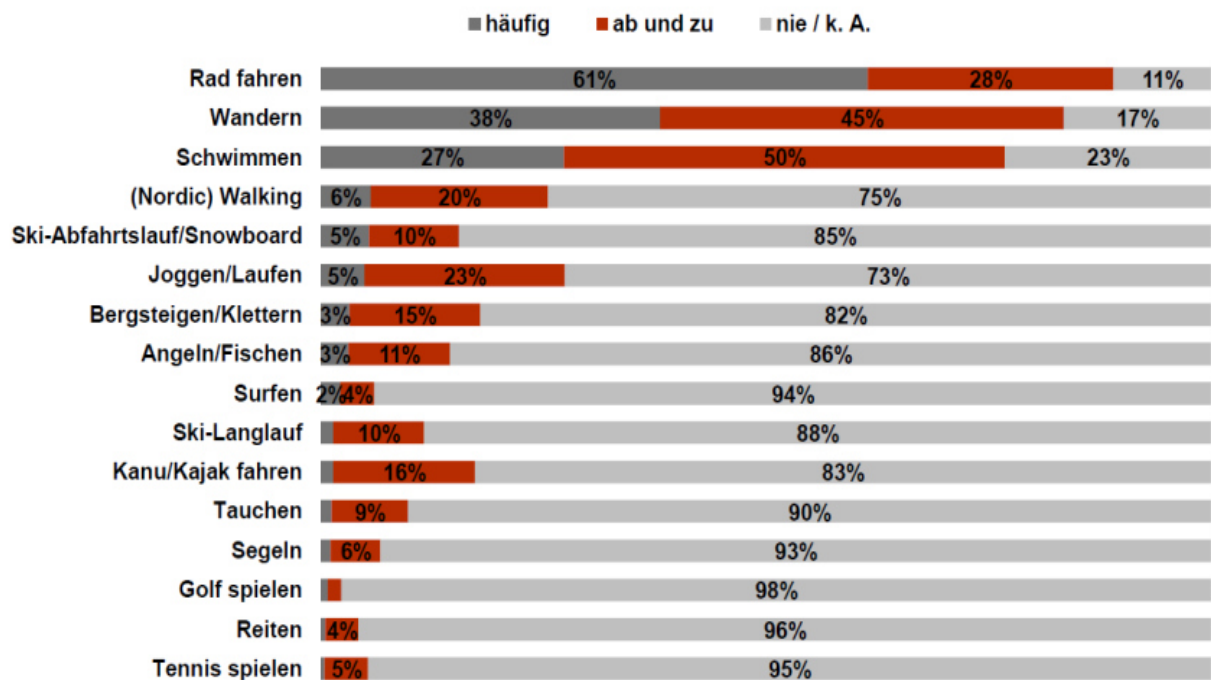


Reisemobilisten sind häufig neu in diesem Tourismussegment. Sie suchen die aktive Beschäftigung, gehen Wandern oder Radfahren, Einkaufen oder Bummeln oder besuchen regionale Attraktionen. Insgesamt zeichnen sie sich „durch eine hohe Dynamik und Außenorientiertheit sowie hohes Interesse an den Landschaften“ aus.⁸

⁷ Quelle: Studie Fachzeitschrift Pro Mobil

⁸ Vgl. Widmann T. (2006): Wohnmobiltourismus in Deutschland am Beispiel der Destination Mosel

Radfahren, wandern und schwimmen sind die beliebtesten Aktivitäten im Urlaub mit dem Reisemobil⁹:



Sie sind vergleichsweise kaufkräftig und eher mittleren bis höheren Alters. Die wichtigsten soziodemographischen Merkmale verteilen sich unter deutschen Reisemobilisten nach Erkenntnissen des BMWi¹⁰ folgendermaßen:

1. Die wichtigsten Altersgruppen

- 40-49 Jahre: 24 %
- 50-59 Jahre: 35 %
- 60 bis 69 Jahre 28 %

2. Anzahl Reisende pro Wohnmobil

- 2 Erwachsene: 74 %
- 3 Personen: 10 %

3. Monatliches Nettoeinkommen

- < 2.000 Euro: 24 %
- 2.000-3.000 Euro: 32 %
- > 3.000 Euro: 33 %

⁹ Quelle: Studie Fachzeitschrift Pro Mobil

¹⁰ Quelle: Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, Studie: der Campingmarkt in Deutschland 2009/2010

Die Reisemobilisten sind also insgesamt eine attraktive und einkommensstarke touristische Zielgruppe mit hoher Reiseaktivität, die gerne regionale und lokale gastronomische Einrichtungen, sowie Einkaufs- und Freizeitangebote nutzt.

3.3 Lage und Anbindung von Stellplätzen als wichtiger Erfolgsfaktor

Hauptmotiv eines Wohnmobilstellplatzes ist die touristische Nutzung, daher ist die „ereignisnahe Lage“ das Schlüsselwort für einen Stellplatz. Die richtige Lage beeinflusst wesentlich die Akzeptanz seitens der mobilen Gäste und trägt somit zum Erfolg des Wohnmobilstellplatzes bei.

Doch was kennzeichnet eine attraktive Lage und Anbindung?

- Ungehinderte Zufahrt 24 Stunden täglich, auch für Fahrzeuge über 7,5 Tonnen und über 3 Meter Höhe
- Komfortable Erreichbarkeit über das Straßennetz
- Natur- oder Wassernähe
- Innenstadt- und Zentrumsnähe (keine Industrienutzung)
- Nähe zu Sehenswürdigkeiten und touristischen Attraktionen
- Gute Anbindung an öffentliche Verkehrsmittel
- Anschluss an Rad-, Wasser- und Wanderwegenetze
- Kurze Fußwege zu allen touristischen Angebote

Der Steinbruch Beutelstein wäre die perfekte Lage für einen Wohnmobilstellplatz. Die sehr gute Erreichbarkeit durch die Anbindung an die B29 bei gleichzeitig ruhiger Lage, die idyllische Lage an der Rems, am Remstal-Radweg sowie an der Kanuroute sowie die gute Anbindung an das Einkaufszentrum Kalkofen machen den Steinbruch zu einem attraktiven Standort.

3.4 Vorteile eines Wohnmobilstellplatzes aus kommunaler Sicht

Geldwerte Vorteile

- Steigerung der Besucher in öffentlichen Einrichtungen, in der Gastronomie und an örtlichen Veranstaltungen, Wertschöpfung für die örtliche Wirtschaft
- Es ergibt sich eine erhebliche Kaufkraft (49,00 EUR pro Person und Tag lt. Studie „Reisemobil- Tourismus 2011 in Deutschland“¹¹)

¹¹Vgl. Stellplatzconsulting Dammertz und Bader: wissenschaftliche Studie zum Reisemobil-Tourismus 2011 in Deutschland

Nutzen

**Durchschnittliche Ausgaben
pro Tag und Person nach Bereichen** Insgesamt rund 49,00 €



Stellplatzconsulting Dammertz u. Bader © 2016

Weitere Vorteile:

- Steigerung des Bekanntheitsgrades der Stadt
- Imagegewinn
- Steigerung der Übernachtungszahlen
- Steigerung der Attraktivität als Ziel für Kurz- und Mehrtagesreisen
- Geordnete Nächtigungen von Reisemobilen (vermeidet Wildcampen)