



Tourismus- entwicklung im Kirbachtal

Ein Konzept für eine nachhaltige
Tourismus- und Erholungsnutzung

Büro für Sport- und Tourismusedwicklung
Bietigheim-Bissingen

Tourismusentwicklung im Kirbachtal

*Ein Konzept für eine nachhaltige
Tourismus- und Erholungsnutzung*

Auftraggeber:

FMB FONTANIS
Mineralbrunnen GmbH
Auer Straße 70
D-76227 Karlsruhe

Auftragnehmer:

BÜRO FÜR SPORT- UND
TOURISMUSENTWICKLUNG
Dr. Sabine Dettling
Rilkestraße 6
D-74321 Bietigheim-Bissingen

unter Mitarbeit von:

Karolina Johnson

in beratender Funktion:

Prof. Dr. Gustav Schoder (em.)
Universität Stuttgart

Januar 2006

Inhaltsverzeichnis

Abbildungen	6
Tabellen	8
EINLEITUNG	9
1 RAHMENBEDINGUNGEN	10
1.1 Projektziele	10
1.2 Projektgruppe	10
1.3 Projektgebiet	10
1.4 Literaturbasis	13
2 FORSCHUNGSDESIGN UND METHODIK	14
2.1 Forschungsdesign	14
2.2 Erhebungsmethoden	15
TEIL I BESTANDSANALYSE UND BEURTEILUNG	19
1 DAS TOURISTISCHE ANGEBOT	20
1.1 Naturerlebnisräume	20
1.2 Kultur und Geschichte	26
1.3 Sport	41
2 DIE ANBIETER: LEISTUNGSTRÄGER	49
2.1 Beherbergungswesen und Gastronomie	49
2.2 Einzelhandel	55
2.3 Transport und Verkehr	55
3 DIE NACHFRAGER: DIE GÄSTE DES KIRBACHTALS	58
3.1 Herkunft der Gäste	58
3.2 Soziodemographische Merkmale	59
3.3 Urlaubshäufigkeit und Urlaubsdauer	59
3.4 Die Urlaubsmotive der Kirbachtal-Gäste	63
3.5 Entscheidungskriterien bei der Wahl des Urlaubsortes	67
3.6 Urlaubsziele	70
3.7 Erwartungen an Urlaubsunterkunft und Verpflegungsmöglichkeiten	70
3.8 Die sporttouristischen Aktivitäten der Kirbachtal-Gäste	72
3.9 Aktuelle Auslastung der Destination	74

4	DESTINATIONSMANAGEMENT UND MARKETING	75
4.1	Organisation und Verwaltung	75
4.2	Marketing	75
5	STÄRKEN-SCHWÄCHEN-ANALYSE	77
5.1	Die Stärken der Tourismusregion Kirbachtal	77
5.2	Die Schwächen der Tourismusregion Kirbachtal	79
5.3	Zusammenfassung	82
TEIL II	BEDARFSANALYSE	83
1	DAS TOURISTISCHE ANGEBOT	83
1.1	Ausbau bereits bestehender Angebote	84
1.2	Erarbeitung und Integration neuer touristischer Angebote	93
1.3	Optimierungen im Infrastrukturbereich	101
2	DIE ANBIETER: LEISTUNGSTRÄGER	103
2.1	Einstellungen der Anbieter zum künftigen Gästekreis	104
2.2	Sprachkenntnisse der Anbieter	104
2.3	Einstellungen der Anbieter zu Optimierung der Tourismus-Infrastruktur und Ausweitung des touristischen Angebots	104
2.4	Zur Zukunft der touristischen Leistungsträger	105
2.5	Beurteilung des Nachfragepotentials	105
2.6	Beherbergungswesen	106
2.7	Einzelhandel	106
2.8	Gastronomie	106
2.9	Transport und Verkehr	108
3	DIE NACHFRAGER: GÄSTEZIELGRUPPEN	109
3.1	... differenziert nach der Aufenthaltsdauer	109
3.2	... differenziert nach der Urlaubsmotivation	110
3.3	... differenziert nach soziodemographischen Merkmalen	110
4	DESTINATIONSMANAGEMENT UND MARKETING	111
4.1	Erfolgsfaktoren einer Tourismusdestination	112
4.2	Organisation und Verwaltung	112
4.3	Marketing	113
4.4	Maßnahmen der Aus- und Weiterbildung	118
4.5	Finanzierung	119

TEIL III	UMSETZUNGSEMPFEHLUNGEN	120
1	VORBEMERKUNGEN	120
2	DAS TOURISTISCHE ANGEBOT	121
2.1	Natur, Sport und Freizeit	122
2.2	Kultur und Geschichte	124
3	DIE ANBIETER: LEISTUNGSTRÄGER	126
4	DIE NACHFRAGER: GÄSTEZIELGRUPPEN	127
5	DESTINATIONSMANAGEMENT UND MARKETING	127
	LITERATUR	129