



Bericht
Tourist Information
2007–2009

Inhaltsverzeichnis

- 1. Übernachtungstourismus** Seite 3
 - 1.1 Gewerbliche Übernachtungen
 - 1.2 Alle Übernachtungen
 - 1.3 Wohnmobilstellplatz
 - 1.4 Pauschalangebote
 - 1.4.1 Kinder übernachten kostenlos
 - 1.4.2 Hotel statt Luftmatratze
 - 1.5 Zimmervermittlung

- 2. Tagestourismus** Seite 4

- 3. Touristische Angebote** Seite 5
 - 3.1 Stadtführungen
 - 3.2 Stadt-Schau-Spiel "Die Türmerin"
 - 3.3 Blaserturm und Mehlsack

- 4. Kartenvorverkauf** Seite 6

- 5. Marketing** Seite 7
 - 5.1 Prospekte
 - 5.2 www.ravensburg.de
 - 5.3 Newsletter
 - 5.4 Innenmarketing
 - 5.5 Presse-und Öffentlichkeitsarbeit

- 6. Tourist Information (TI)** Seite 8
 - 6.1 Gästeaufkommen
 - 6.2 Shop
 - 6.3 Qualitätsmanagement

- 7. Ausblick** Seite 9

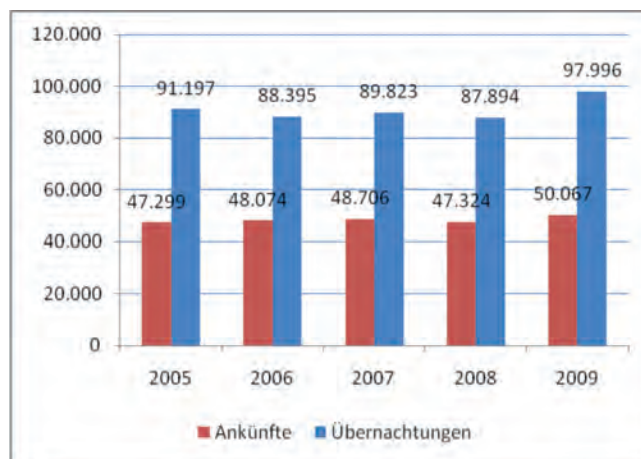
Tourist Information

1. Übernachtungstourismus

1.1 Gewerbliche Übernachtungen

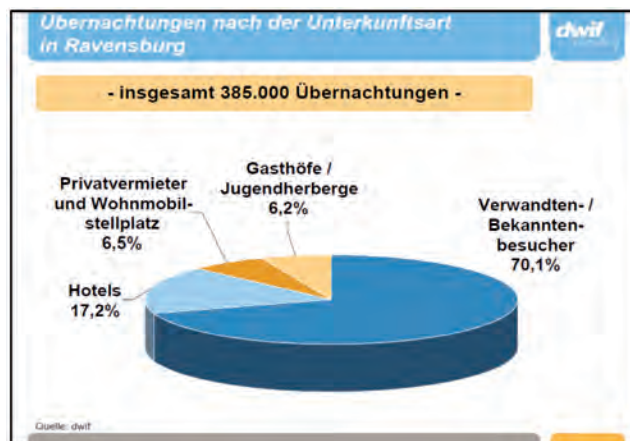
Die gewerblichen Übernachtungen (d.h. Übernachtungen in Betrieben ab neun Betten) liegen in Ravensburg seit rund zehn Jahren bei 90.000. Der Anstieg auf knapp 98.000 in 2009 liegt vor allem in der geänderten Abfrage des Statistischen Landesamtes, welches erstmalig Ferienwohnungen sowie den Wohnmobilstellplatz in die Statistik einfließen lässt. Weiterhin begünstigen verschiedene Angebote der Hoteliers und der TI die Nachfrage.

Der Anteil ausländischer Gäste liegt in Ravensburg mit 21,6 % über dem Landesdurchschnitt von 17,4 %. Über 50 % kommen aus der Schweiz, Italien und Österreich; durch die Geschäftsübernachtungen sind sämtliche Nationen vertreten.



1.2 Alle Übernachtungen

Um die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus verlässlich ermitteln zu können, hat die TI in 2008 das dwif, dwif-Consulting GmbH München, beauftragt, den Wirtschaftsfaktor Tourismus in Ravensburg zu berechnen. Dazu wurden zu den gewerblichen Betrieben, erfasst durch das Statistische Landesamt, sämtliche Übernachtungen, die Übernachtungen von Privatvermietern und Verwandten-/Bekanntebesuche einbezogen.



1.3 Wohnmobilstellplatz

Der im Herbst 2000 in der Mühlbruckstraße eingerichtete Wohnmobilstellplatz erreichte in 2009 2.951 Übernachtungen, davon 1.069 aus dem Ausland. Stärkster ausländischer Markt ist Italien, gefolgt von der Schweiz.

1.4 Pauschalangebote

Die Mehrzahl derer die in der Ravensburger Hotellerie übernachten, sind Geschäftsreisende. Die damit verbundene geringere Auslastung an Wochenenden und der Urlaubszeit kann zum Teil mit Pauschalangeboten ausgeglichen werden.

1.4.1 Kinder übernachten kostenlos

Das Angebot, welches im Jahr 2000 von der Ravensburger Hotellerie, dem Ravensburger Spieleland und der Tourist Information entwickelt wurde, erfreut sich nach wie vor großer Beliebtheit. Sieben Hotels bieten kostenlose Übernachtungen für Kinder unter 18 Jahren. Das Spieleland und die TI vermarkten das Angebot in den Medien und auf Messen. In 2009 waren knapp 5.000 Übernachtungen zu verzeichnen.

1.4.2 Hotel statt Luftmatratze

Ein neues Produkt ist das Angebot "Hotel statt Luftmatratze". Ravensburger Einwohner haben über das Wochenende die Möglichkeit, ihren Besuch kostengünstig im Hotel unterzubringen, und sind zum Frühstück eingeladen. Die TI reagiert mit diesem Produkt auf den hohen Anteil der Verwandten- und Bekanntenbesuche; die Hoteliers konnten in 2009 über 500 Übernachtungen verbuchen.

1.5 Zimmervermittlung

Dreizehn Hotels und Gästhöfe sind an das Online-Buchungssystem "DIRS" angebunden. Per "DIRS" haben die Gäste die Möglichkeit, ihre Unterkunft selbst über www.ravensburg.de oder die jeweilige Hotel-Homepage zu buchen. Auch die Tourist Information vermittelt über dieses Buchungssystem die Hotelzimmer. 2007 bis 2009 wurden die Ravensburger Hotels über 600 Mal per DIRS gebucht.

Bei den Privatunterkünften gibt es einen Online-Belegungsplan, in welchem die Ferienwohnungen oder Privatzimmer online abgerufen werden können. 27 Betriebe beteiligen sich, pro Jahr werden die Seiten rund 10.000 Mal aufgerufen. Außerhalb der Öffnungszeiten gibt es die Informationssäule Webtis am Eingang der TI, um sich über Ravensburg sowie die Übernachtungsmöglichkeiten zu informieren.

2. Tagestourismus

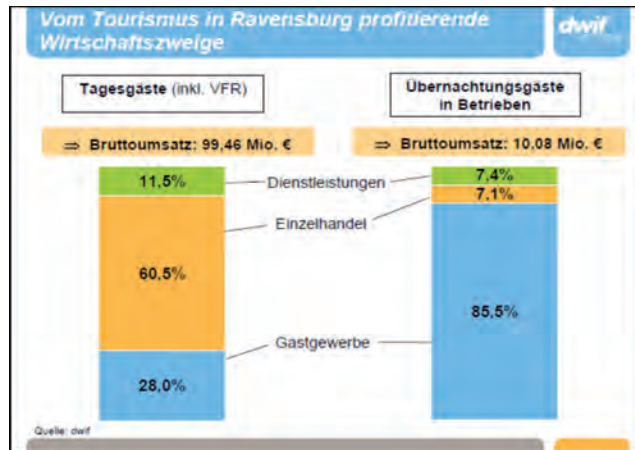
Der Tagestourismus ist in Ravensburg höher gewichtet als der Übernachtungstourismus. Das Schaubild verdeutlicht anschaulich diesen Aspekt. Hierbei wird der Tagestourismus nach dem dwif definiert als jedes Verlassen des Wohnumfeldes, mit dem keine Übernachtung verbunden ist und das

- nicht als Fahrt von oder zur Schule, zum Arbeitsplatz zur Berufsausübung vorgenommen wird,
- nicht als Einkaufsfahrt zur Deckung des täglichen Bedarfs dient (z.B. Lebensmittel) und



- nicht einer gewissen Routine oder Regelmäßigkeit unterliegt (z.B. regelmäßig Vereinsaktivitäten im Nachbarort, Krankenhausbesuche, Arztbesuche, Behördengänge, Gottesdienstbesuche).

Wirtschaftlich schlägt der vom dwif errechnete Bruttoumsatz der Tagesgäste mit 99,46 Millionen Euro pro Jahr zu Buche. Die Verteilung ist je Wirtschaftszweig unterschiedlich: Einzelhandel 60,5 %, Gastgewerbe 28 % und Dienstleistungen 11,5 %. Bei den Übernachtungsgästen liegt der Bruttoumsatz bei 10,08 Millionen Euro und wird mit 85,54 % hauptsächlich im Gastgewerbe umgesetzt.



3. Touristische Angebote

Das neue Museumsviertel mit seinen bald vier Museen – Museum Humpis-Quartier, Museum Ravensburger, Kunstmuseum und Sparkassenmuseum - ist ein wichtiger Bestandteil des touristischen Angebotes in Ravensburg. Stadtführungen, die Ravensburger Türme und verschiedene Freizeitangebote ergänzen das Angebot.

3.1 Stadtführungen

Die TI bietet Stadtführungen für Individualgäste und für Gruppen. Im Programm sind die klassische Stadtführung "Ravensburger Stadtgeschichte", "Ravensburger Frauen", die Kinderstadtführung "Ravensburg für die Kleinen ganz groß" sowie das Stadt-Schau-Spiel "Die Türmerin". Zur Hauptsaison gibt's von Juli bis Oktober jeden Sonntag um 11 Uhr Themenführungen. In 2009 fanden 601 Führungen statt, an denen über 10.000 Personen teilgenommen haben.

Art der Stadtführung	Führungen öffentlich	Führungen gebucht	Gesamt 2009
Stadtgeschichte	80	347	427
Ravensburger Frauen	2	18	20
Ravensburg für die Kleinen ganz groß	7	35	42
"Die Türmerin"	21	79	100
Themenführungen	8	4	12
Gesamt	118	483	601

3.2 Stadt-Schau-Spiel "Die Türmerin"



"Die Türmerin" ist eine Erlebnisführung durch das Ravensburg des 18. Jahrhunderts mit der Türmerin Regina Nabholz, gespielt von zwei Schauspielerinnen. Das Drehbuch verfasste Beate Falk vom Stadtarchiv aufgrund historischer Recherchen. Auch die Kleidung wurde entsprechend geschneidert. "Die Türmerin" ist sehr authentisch und sicher nicht zuletzt aus diesem Grunde sehr erfolgreich. Vom Start im Juli 2008 bis 2009 haben bereits 185 Führungen stattgefunden. Auszug:

„... Da steht er auf einem Schemel, ganz in Schwarz gekleidet, bricht den Stab über dem verurteilten Verbrecher und ruft mit lauter Stimme: „Tod durch den Strang, Gott sei Deiner Seele gnädig“. Dann fängt auch das Armesünder-Glöcklein auf dem Obertor zu läuten an. Der helle, durchdringende Ton, ich sag's Euch, geht durch Mark und Bein. Ja, und dann geht's zur Richtstätte über die Schussen, die ich Euch auf dem Bild gezeigt habe. Da ist die ganze Stadt auf den Beinen. Oh je, da fällt mir rasch ein, dass ich für die Frau Bürgermeisterin Fische zu besorgen habe. Wenn Ihr mir kurz nachfolgen wollt. ...“

3.3. Blaserurm und Mehlsack

Von April bis Oktober sind die Türme täglich geöffnet: Blaserurm, Montag bis Freitag 14-17 Uhr und Sa. 10-15 Uhr, Mehlsack, Samstag und Sonntag 10-15 Uhr. In 2009 besuchten über 17.000 Personen die Türme, dabei konnten die Turmbesteigungen auf den Mehlsack durch die neue Samstag-Öffnung fast verdoppelt werden.

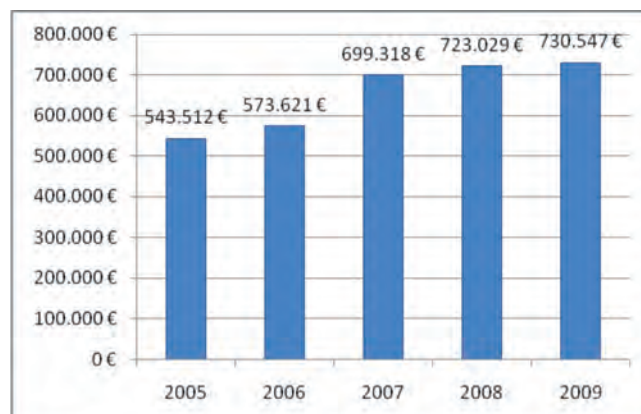
Neue Innengestaltung des Blaserurms

Rund 12.000 Gäste besteigen den Blaserurm jährlich - das gab der TI den Impuls, die Geschichte(n) der Türme zugänglich zu machen. In Zusammenarbeit mit dem Stadtarchiv Ravensburg, Beate Falk und Dr. Andreas Schmauder, sowie Prof. Markus Rathgeb von der Dualen Hochschule, Studiengang Mediendesign, haben Studierende grafische Ideen erarbeitet, aus denen im Jahr 2008 eine Diplomarbeit folgte. Für die grafische Umsetzung sorgten 2010 Xenia Steiner, Absolventin der Dualen Hochschule, und Markus Fischinger, Gestalter aus Ravensburg.



4. Kartenvorverkauf

Die TI verkauft Eintrittskarten für Veranstaltungen in Ravensburg und der Umgebung. Durch aktiven Verkauf gelangte der Umsatz in 2007 an die 700.000 Euro-Marke. 2008 folgte eine Steigerung um 3,5 %. Mit der Beschaffung der bundesweiten Ticketsoftware Reservix in 2009 wurde das professionelle Ticketing weiter ausgebaut. Ziel ist, weitere Steigerungen zu erwirtschaften und die führende Position als die Kartenvorverkaufsstelle in Ravensburg auszubauen.



5. Marketing

5.1 Prospekte

Die TI bringt in Kooperation mit verschiedenen Partnern, Hoteliers, Ravensburger Spieleland oder dem Stadtarchiv, pro Jahr sechs Prospekte heraus:

- Gastgeberverzeichnis 2009/2010, Auflage 25.000
- Ravensburg erleben, Auflage dt./ engl./ franz./ ital. 140.000/ 5.000 /3.000/ 3.000
- Kurzurlaub in Ravensburg, Auflage 6.000
- Stadtführungen und Turmbesteigungen, Auflage 6.400
- Ravensburger Stadtrallye, Auflage 12.000
- Hotel statt Luftmatratze, Auflage 6.300
- Historische Stadtrundgänge, Auflage 6.000



2009 haben über 2.400 Gäste Prospekte bestellt. Darüber hinaus legt die TI viel Wert darauf, die Tagesgäste zu informieren: über die große Prospektwand in der TI selbst, die Boxen vor der TI, Rathaus, Bahnhof, in den Parkhäusern, bei Gastgebern und dem Einzelhandel. Am Bodensee, Allgäu und Oberschwaben erfolgen in der Saison wöchentliche Lieferungen an die Leistungsträger. Busse werden in Ravensburg besonders willkommen geheißen: Ende 2009 wurde die Zufahrt zu den Busparkplätzen beschildert und alle Standorte mit Stadtplantafeln und Infoboxen bestückt. Busfahrer erhalten in der TI ein Willkommenspaket mit Verzehrsgutschein. Im Messegeschäft kooperiert die TI mit dem Ravensburger Spieleland, der Mainau und dem Bodensee Tourismus und ist so in folgenden Quellmärkten vertreten: Stuttgart, St. Gallen, Chur, Zürich, Bern, München und Mailand.

5.2 www.ravensburg.de

Der touristische Auftritt ist in den gesamtstädtischen Auftritt unter www.ravensburg.de eingebunden. Sämtliche Angebote, seien es Übernachtungen, Sehenswürdigkeiten, Stadtführungen sind aufgeführt, alle Prospekte stehen zum Download bereit. Eine Webcam sowie der Stadtfilm runden das Angebot ab. In 2009 wurden über 50.000 Klicks auf die Tourismuseiten gezählt. Künftig möchte die TI auch im Bereich Social Media einsteigen.

5.3 Newsletter

Seit Dezember 2006 gibt es den Newsletter der TI, seit Februar 2010 erscheint er im neuen Layout. Er besteht aus einem ausgewogenen Mix an Ravensburger Highlights und wird an über 3.000 E-Mail-Adressen gesendet. Hiervon sind rund 75 % Gäste, 15 % Hoteliers, Tourist Informationen sowie Ausflugsziele und 10 % Politik, Stadt Ravensburg, Stadtführer. Über die Homepage ist eine Anmeldung jederzeit möglich. Die Öffnungsrate des Newsletters ist mit über 30 %, verglichen mit branchengleichen Newslettern, sehr gut.

5.4 Innenmarketing

Innenmarketing stellt nicht den Gast, sondern die örtlichen Leistungsträger und Multiplikatoren in den Vordergrund. Nur in Gemeinschaft kann ein gutes Produkt entstehen. Die TI arbeitet neue Produkte in Arbeitsgruppen aus, bietet Informationsveranstaltungen dazu an und versucht nicht zuletzt, die Multiplikatoren vom Bodensee, Allgäu und Oberschwaben durch einen jährlichen Touristikertag über Ravensburg zu informieren.

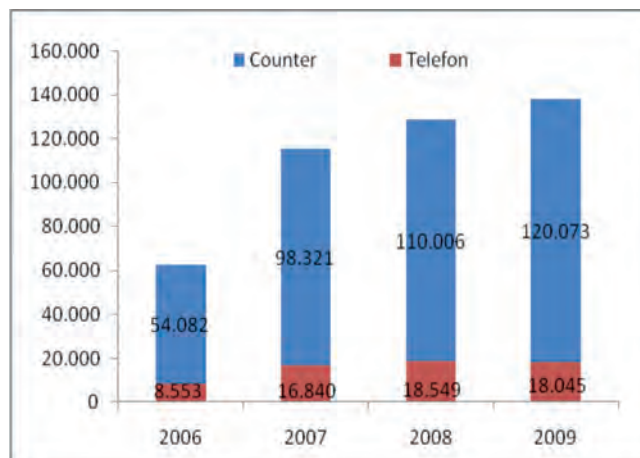
5.5 Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Mit einer konsequenten Presse- und Öffentlichkeitsarbeit wurden in 2009 über 50 Artikel in den Lokalzeitungen und der überregionalen Presse abgedruckt. Hinzu kommt die Pflege in Veranstaltungskalendern, z.B. in Stadtlandfluss, der Schwäbischen Zeitung und dem Ravensburger Stadtmagazin. Die guten überregionalen Kontakte der Tourismusverbände Oberschwaben und Bodensee bieten über Pressereisen den Zugang zu bundesweiten Medien.

6. Die Tourist Information

6.1 Gästeaufkommen

Die TI Ravensburg ist ganzjährig, 45,5 Stunden pro Woche von Montag bis Freitag, 9.00 – 17.30 Uhr und Samstag, 10.00 – 13.00 Uhr, geöffnet. Pro Tag verzeichnet die TI über 450 Kundenkontakte, pro Jahr rund 140.000. E-Mails, Faxe und Briefe werden derzeit noch nicht erfasst. Die Kundenzahlen werden seit Juli 2006 erfasst und steigen jährlich:



6.2 Shop

Im Shop werden über 80 verschiedene Artikel angeboten. Die beliebtesten in 2009 waren die Ravensburger Tassen, der Ravensburger Wein und das Buch "Historische Stadtrundgänge". Durch den Verkauf von Shopartikeln und Gutscheinen konnte in 2009 ein Umsatz von rund 160.000 Euro erzielt werden.

6.3 Qualitätsmanagement

Die TI trägt seit 2001 das Gütesiegel "Anerkannte Tourismus Informationsstelle" des Deutschen Tourismusverband. Zudem war sie in 2002 einer der ersten Betriebe Baden-Württembergs, die mit Zertifikat „Q-Servicequalität Baden-Württemberg“ ausgezeichnet wurde. Beispiele für die Umsetzung des Qualitätsmanagements sind die Prüfung der Stadtführer anhand von Leitfäden, Dienstkleidung, Sprachkurse für das Team der TI sowie das Stadt-Schau-Spiel "Die Türmerin".



7. Ausblick

Ravensburg ist vor allem im Tagestourismus gut aufgestellt und wird seine Position im Städtetourismus durch den vielfältigen Mix aus Historie, Handel, Kultur und Spiel weiter ausbauen können. Dabei wird das Museumsviertel eine tragende Rolle spielen. Wichtig, neben den Investitionen in das Produkt gleichsam, ist die Bereitstellung der Infrastruktur für die Gäste: Beschilderung zu den Sehenswürdigkeiten, öffentliche Toiletten und ausreichend Sitzmöglichkeiten im öffentlichen Raum sind Beispiele, die es in Ravensburg noch zu verbessern gilt.

Im Übernachtungsangebot liegt Ravensburg entsprechend seiner Einwohnerzahl unter dem Durchschnitt ähnlicher Städte. Die Bettenauslastung ist Ravensburg mit rund 38 % über dem Landesdurchschnitt von 33 %. Die Zahlen sind jedoch nur begrenzt vergleichbar. Eine Richtung kann die Gästeachfrage in der TI geben: Ganzjährig werden Zimmer im günstigeren Preissegment, bis rund 80 Euro das Doppelzimmer, nachgefragt, zu Messezeiten in Friedrichshafen bestehen Engpässe, und Busgruppen können aufgrund fehlender Kapazität oft nicht in Ravensburg untergebracht werden.

Touristisch sehr positiv war die Entscheidung, die Jugendherberge zu sanieren. Es entstehen 135 Betten in Zwei- bis Sechsbettzimmern, in denen Schulklassen und auch Familien, die preisgünstig übernachten möchten, ein stimmiges Angebot finden.

