



Peterstor – Informationsstelle für Tourismus, Natur und Kultur

Endbericht

Oktober 2006

Gemeinde Zwiefalten

Inhaltsverzeichnis

Einleitung.....	4
1 Informationsstelle für Tourismus, Natur und Kultur im Peterstor	5
1.1 Daten und Erfahrungen	6
1.2 Tätigkeitsbericht der Infostelle Peterstor	12
1.3 Weiterführung der Infostelle im Peterstor	16
2 Ausgangslage in Zwiefalten	20
3 Stärken-Schwächen Analyse	22
3.1 Natur und Landschaft	22
3.2 Besucherlenkung	23
3.3 Kultur, Geschichte und lokale Wirtschaft.....	24
3.4 Regionale Produktvermarktung.....	26
3.5 Freizeitangebot.....	27
3.5.1 Wandern, Radfahren und Natur erleben	27
3.5.2 Lehrpfade / Informationstafeln zur Landschaftsinterpretation.....	28
3.5.3 Führungen, self-guided Angebote.....	29
3.5.4 Besuchermagnet Wimsener Höhle	29
3.5.5 Sport.....	30
3.6 Kulturelles Angebot und Veranstaltungen	31
3.6.1 Märkte und Feste.....	31
3.6.2 Veranstaltungen	31
3.6.3 Kulturelle Freizeitangebote	32
3.7 Ausflugsziele in der Umgebung	32
3.8 Gastronomie und Beherbergung.....	34
3.9 Touristische Infrastruktur	35
3.10 Ortsbild und allgemeine Infrastruktur.....	36
3.11 Verkehr, Erreichbarkeit und Beschilderung	37
3.12 Innen- und Außenmarketing: Kooperation, Kommunikation, Information	38
3.12.1 Interne Kommunikation der Tourismusakteure.....	38
3.12.2 Außenmarketing	38
3.13 GeoPark-Infostelle Zwiefalten	40
3.14 Zukünftiges Biosphärengebiet Schwäbische Alb	41
3.15 Bewertung der Stärken und Schwächen.....	42
4 Übergeordnete Entwicklungsziele	43
5 Maßnahmenvorschläge zur Weiterentwicklung des Tourismus in Zwiefalten	44
5.1 Innenmarketing.....	44
5.2 Außenmarketing	45
5.3 Ideen für neue touristische Produkte.....	46
5.3.1 Produkt Themenführung	47
5.3.2 Produkt Natur- und Landschaftsführung	48
5.3.3 Produkte „Zum Anfassen und Mitmachen“	48
5.4 Besucherlenkung.....	49
5.5 Regionale Produktvermarktung.....	50
5.6 Freizeitangebot.....	50
5.7 Gastronomie und Beherbergung.....	52

5.8	Ortsbild, allgemeine Infrastruktur	53
5.9	GeoPark Schwäbische Alb	54
5.10	Biosphärengebiet Schwäbische Alb	55
5.11	Zusammenfassung der wichtigsten Maßnahmen	56

Verzeichnis der Abbildungen und Anhänge

Abbildung 1:	Eindrücke der Informationsstelle im Peterstor	5
Abbildung 2:	Umsatz und Besucherentwicklung in der Informationsstelle	7
Abbildung 3:	Nutzung der Beratungs- und Verkaufstheke	14
Abbildung 4:	Übernachtungen in der Gemeinde Zwiefalten seit 1984	20
Anhang 1:	Programm der geplanten Best-Practice Tour	59
Anhang 2:	Befragungsformular und Auswertung der Gästebefragung	60
Anhang 3:	Zwiefalten Quiz zur Tour de Ländle	64
Anhang 4:	Naturräumliche Gliederung	65
Anhang 5:	Schutzgebiete	69
Anhang 6:	Landschaftsanalyse Zwiefalten	69
Anhang 7:	Partneranalyse Zwiefalten	70
Anhang 8:	Ex-ante Bewertung von Projekten und Attraktionen in der Gemeinde Zwiefalten	71
Anhang 10:	Protokolle Beirat	89
Anhang 11:	Vorschlag Lehrpfad.....	108
Anhang 12:	Broschüre des Historischen Rundweges Rastatt	109
Anhang 13:	Klassifizierung im Gastgewerbe.....	110
Anhang 14:	„Die Nette Toilette“ – Best-Practice Beispiel aus Radolfzell	111
Anhang 15:	Best-Practice Beispiel für ein GeoPark Wochenend-Arrangement.....	112

Einleitung

Die Weiterentwicklung eines naturnahen Tourismus im Landkreis Reutlingen zählt zu den Zielen von PLENUM¹. Mithilfe dieser Förderung wurden in den letzten Jahren zahlreiche Projekte im Bereich eines umwelt- und sozialverträglichen Tourismus realisiert. Innerhalb der Projekte steht die Verknüpfung des Tourismus mit dem Naturschutz, der Land- und Forstwirtschaft sowie der Gastronomie im Vordergrund.

Der „sanfte Tourismus“ zielt auf eine touristische Entwicklung, die den Nutzen aller Beteiligten erhöht und den Schaden, wie bspw. ökologische und soziokulturelle Belastungen, minimiert. In Zwiefalten entwickeln sich seit einiger Zeit touristische Angebote im Bereich des sanften Tourismus.

Mit der Realisierung einer Informationsstelle für Tourismus, Natur und Kultur im zentral gelegenen Peterstor wurde im Mai 2005 ein Informations- und Orientierungspunkt für Besucher an einem der touristischen Magnetpunkte des Landkreises Reutlingen geschaffen. Zwiefalten nimmt darüber hinaus die Funktion als „südliches Tor zum Landkreis Reutlingen“ wahr. Die Aufgabenschwerpunkte lagen im strukturellen Aufbau und im Betrieb der Informationsstelle im Peterstor sowie in der Vernetzung innerhalb der „Tourismuslandschaft“. Dabei wurde sehr viel Wert auf die Lenkung der Besucher hin zu Angeboten des sanften Tourismus sowie auf den Verkauf von regionalen Produkten im Sinne der Direktvermarktung gelegt. Die Projektlaufzeit betrug insgesamt ein Jahr und verteilt sich für 2005 und 2006 auf jeweils sechs Monate in der touristischen Saison. 2006 wurde die Stelle der Leitung um zwei weitere Wochen bis Mitte Oktober verlängert.

Die erste Projektphase begann im Mai 2005 mit dem Aufbau der Informationsstelle im Peterstor. Nach der allgemeinen Einrichtung sowie der Auswahl des Angebotes regionaler Waren wurde diese am 15. Mai 2005 offiziell eröffnet. Insgesamt nahmen bis Mitte Oktober 2005 ca. 6.000 Besucher das neu geschaffene Informations-, Beratungs- und Verkaufsangebot der Informationsstelle wahr. Im Folgejahr 2006 stieg die Besucherzahl um 40 Prozent auf 8.350 Besucher deutlich an. Parallel dazu wurden der Projektbeirat sowie der Arbeitskreis Tourismus eingerichtet, die der Stärkung der Kommunikation und dem Ausbau der Kooperation aller am Tourismus direkt und indirekt Beteiligten dient. Die Gremien sollen eine endogene Entwicklung sowie die Partizipation der Bevölkerung fördern.

In der Konzepterstellung lag ein weiterer Aufgabenschwerpunkt im Rahmen der Arbeit der Informationsstelle. Der vorliegende Endbericht verbindet die Erfahrungen aus der Projektphase mit verschiedenen Analysen über die Stärken und Schwächen des Tourismus und der Infrastruktur vor Ort, die als Grundlage für die angeschlossenen Empfehlungen und Maßnahmen hinsichtlich der weiteren touristische Entwicklung mit dem Hauptziel – einen zukunftsfähigen Tourismus in Zwiefalten zu schaffen - dienen.

Zwiefalten im Oktober 2006

¹ Projektes des Landes zur **Erhaltung** und Entwicklung von **Natur** und **Umwelt**

1 Informationsstelle für Tourismus, Natur und Kultur im Peterstor

Das Peterstor liegt an der ehemaligen Klostermauer direkt vor dem Eingang zum Barockmünster. Der Hauptteil der Besucher (Geschätzte Besucherzahl von 150.000 bis 400.000 jährlich) geht durch das Peterstor von den Parkplätzen zur Hauptattraktion von Zwiefalten. Die **Orientierung der Besucher** im Ort erfolgt optisch anhand des Münsters und der ehemaligen Klosteranlage. Über Hinweisschilder werden die Besucher auf die Parkplätze geleitet.

Die Einrichtung der **Informationsstelle** im Peterstor direkt am Münster ist optimal gelegen, um die Besucher des Ortes anzusprechen. Die Touristinformation im Rathaus befindet sich in der Nähe des Münsters. Die Hauptbesucherströme in Zwiefalten führen jedoch nicht am Rathaus vorbei. Auf Grund dieser Tatsache und auch der Öffnungszeiten wurde und wird die Touristinformation im Rathaus im Vergleich zur Informationsstelle im Peterstor wenig frequentiert.

Die **Gesamtbesucherzahl der Informationsstelle** im Peterstor lag 2006 bei **8.350** Besuchern. Damit wurde im Vergleich zum Vorjahr eine **Steigerung um 40%** erreicht. Auch der Tagesdurchschnitt der Besucher von 95 konnte zu 2005 um 16 Besucher täglich gesteigert werden.

Abbildung 1: Eindrücke der Informationsstelle im Peterstor



Eingangsbereich der Infostelle



Vorraum



Beratungs- und Verkaufraum



Regionales Regal



Fenster



Beratungs- und Verkaufstheke

1.1 Daten und Erfahrungen

Personalbesetzung

- Eine Leiterin der Infostelle (75 % Stelle BAT IVb, jetzt TVÖD 9)
(Wochenarbeitszeit seit Mai 2006: 29,25 h)
- Zwei Mitarbeiterinnen (teilen sich eine 400 € Stelle)
(Monatsarbeitszeit für beide Mitarbeiterinnen zusammen:
44 Stunden, dies entspricht 7 Arbeitstagen)
- 2005 zusätzlich eine Praktikantin für drei Monate (unentgeltliche Beschäftigung)
- 2006 eine Praktikantin für einen Monat (unentgeltliche Beschäftigung)

Die Mitarbeiterinnen konnten eigenverantwortlich den Betrieb der Informationsstelle (Beratung, Verkauf) übernehmen. Zusätzlich erhielten Sie weitere Aufgaben, die bei geringerer Frequentierung erledigt werden konnten. Die Praktikantin arbeitete hauptsächlich der Leiterin zu (Recherchetätigkeiten, Mithilfe in der Informationsstelle, Zuarbeit zur touristischen Bestandsanalyse in Zwiefalten etc.). Grundsätzlich verlangt die Arbeitsgestaltung in der Infostelle im Peterstor eine hohe Flexibilität.

Bei der vorhandenen Personalbesetzung wurden durch den erforderlichen Einsatz der Leiterin der Infostelle im Bereich der Beratung und des Verkaufs ihre Personalkapazitäten gebunden.

Räumlichkeiten und technische Vernetzung

Der Vorraum (ca. 9,5 m²) ist dem Verkaufsraum (ca. 17,8 m²) mit Verkaufstheke vorgelagert. Vom Durchgangsbereich des Peterstores ist der Verkaufsraum nicht einsehbar. Das Büro (21,5 m²) ist ebenfalls über den Vorraum erreichbar. Hier befindet sich der Back-Office-Bereich mit Arbeitsplatz und Lagerraum. Die vorhandene räumliche Trennung des Arbeitsplatzes mit Computer und dem Verkaufsraum ist suboptimal.

Es ist keine technische Vernetzung mit dem Bürgermeisteramt gegeben, Telefon- und Internetanschluss in der Informationsstelle sind extern.

Öffnungszeiten der Infostelle

Die Infostelle im Peterstor ist von Donnerstag bis Sonntag jeweils von 10.00 Uhr bis 12.30 Uhr und von 13.30 bis 17.00 Uhr geöffnet. Insgesamt beträgt die wöchentliche Öffnungszeit 24 Stunden. In der Zeit von Montag bis Mittwoch werden die Gäste durch einen Aushang im Fenster an das Rathaus verwiesen. Feiertage außerhalb dieser Wochentage (u. a. Pfingstmontag) bleiben unberücksichtigt.

Vergleich der Jahre 2005 und 2006

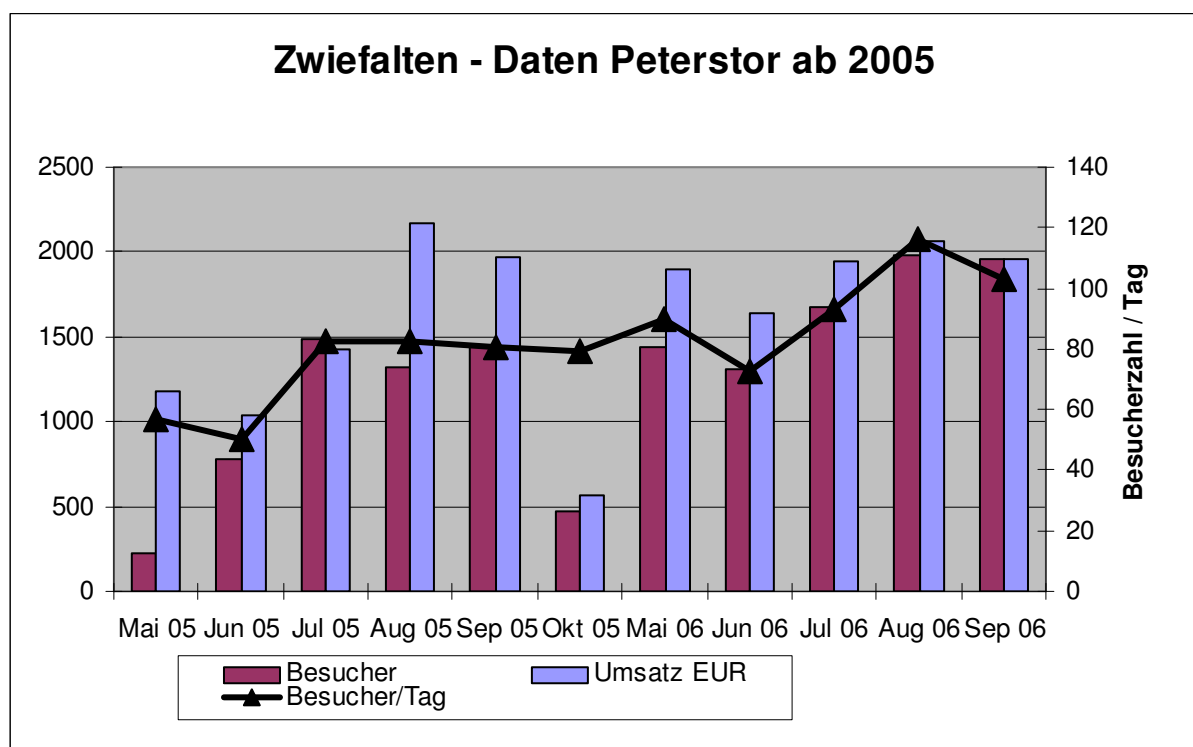
Die wichtigsten Daten der einzelnen Projektphasen in den Jahren 2005 und 2006 werden im Folgenden aufgezeigt:

	<u>1. Projektphase 2005</u>	<u>2. Projektphase 2006</u>
Öffnungszeiten	15. Mai bis 9. Oktober	1. Mai bis 1. Oktober
Öffnungstage insgesamt	75,5	88
Gesamtbesucherzahl	6.000	8.350
Durchschnitt Besucherzahl pro Tag	78,9	95
Gesamtumsatz in der TI Peterstor	8.650 €	9.615 €

Zur Messung des Erfolges der Informationsstelle im Peterstor ist die Besucherzahl von höchster Bedeutung. Die Gesamtbesucherzahl und damit auch die durchschnittliche Besucherzahl pro Tag sind 2006 gegenüber dem Vorjahr sehr deutlich angestiegen. Eine **Etablierung der Informationsstelle** bei den Gästen wurde somit eindeutig erreicht und zeugt vom Erfolg dieser Einrichtung. In Zukunft ist die Frequentierung laut Einschätzung von Frau Reil auch weiter ausbaufähig.

Die Analyse der monatlichen Verteilung der Besucherzahl (hier: durchschnittliche Besucherzahl pro Tag) zeigt die **saisonalen Schwerpunkte** in den Monaten Mai, in den Ferienmonaten Juli, August, September sowie im Oktober. Diese Erkenntnisse decken sich auch mit der touristischen Saison von Mai bis Oktober auf der Schwäbischen Alb.

Abbildung 2: Umsatz und Besucherentwicklung in der Informationsstelle



Die Umsatzzahlen haben sich 2006 weiter stabil entwickelt. Auswirkungen übten die Fußballweltmeisterschaft (deutschlandweiter Rückgang des Inlandtourismus im Juni) und die Wetterlage (Hitze im Juni; kalt und regnerisch im ersten Teil der Schulferien in Baden-Württemberg) indirekt auf die Gästestruktur (Urlauber, Wanderer) und damit auch auf den Umsatz aus. Es ist davon auszugehen, dass der Umsatz in den Sommer- und Ferienmonaten zukünftig weiter ausbaufähig ist.

Besucherfrequentierung an den einzelnen Öffnungstagen

	<u>1. Projektphase 2005</u>	<u>2. Projektphase 2006</u>
Donnerstag	67 Besucher pro Tag	79 Besucher pro Tag
Freitag	60 Besucher pro Tag	69 Besucher pro Tag
Samstag	85 Besucher pro Tag	97 Besucher pro Tag
Sonntag	94 Besucher pro Tag	132 Besucher pro Tag
Durchschnittliche Gesamtbesucherzahl:	78,9	94,9

Der Schwerpunkt der Frequentierung der Infostelle am Peterstor liegt eindeutig am Wochenende. Gerade in der Ferienzeit sind auch der Donnerstag und der Freitag gut frequentiert. Auf den Donnerstag fallen darüber hinaus auch einige Feiertage.

Besucher- und Nachfragestrukturen

Der **Informationsbedarf der Besucher** aus der ersten Projektphase hat sich 2006 weiter bestätigt. Detailliert gliedert er sich wie folgt:

Interessenschwerpunkte Zwiefalten:

- Geschichte des Klosters mit dem Münster
- kulturelle Veranstaltungen
- Wander- und Radtourenvorschläge
- Ausflugs- und Freizeitmöglichkeiten
- Geologische Erscheinungen im GeoPark Schwäbische Alb
- Museen
- Gastronomie und Beherbergung
- Münsterklinik / Unternehmen im Ort
- ÖPNV - Verbindungen

Die Gäste hatten sehr **großes Interesse an regionalen Auskünften**. Dabei informierten sich die Befragten hauptsächlich über das touristische Angebot der Schwäbischen Alb und über das in Oberschwaben. Folgendes war von Interesse:

- Radtourenvorschläge bspw. Öko-Regio-Tour, Radwandern
- Wandervorschläge
- Ausflugs- und Freizeitmöglichkeiten bspw. Aktivitäten mit Kindern
- Auskunft zu Landschaftsräumen

- Gastronomie und Beherbergung
- Kulturelle Veranstaltungen etc.

Räumlich gliedern sich die Schwerpunkte wie folgt:

Zwiefalten, Großes Lautertal, Landkreis Reutlingen, Schwäbische Alb, Oberschwaben, entlang der Donau

Die Gäste in der Infostelle Peterstor zeichnen sich durch einen vielfältigen Informationsbedarf aus. Das Informationsangebot im Peterstor ist auch im Vergleich zu anderen Touristinformationen sehr breit gefächert. Die Rückmeldung durch die Gäste zum vielfältigen Informationsangebot ist durchweg sehr positiv.

Zusammen mit der hohen Besucherfrequentierung besitzt die Infostelle im Peterstor eine **sehr hohe Bedeutung für die Region Schwäbische Alb, den Landkreis Reutlingen, das Lautertal und für Oberschwaben.**

Die Interessenschwerpunkte zu Zwiefalten liegen eindeutig beim Münster mit der ehemaligen Klosteranlage sowie weiteren Sehenswürdigkeiten und Freizeitmöglichkeiten in der näheren Umgebung. Spontane Anfragen zur Gastronomie und Beherbergung in Zwiefalten haben 2006 weiter zugenommen.

Auch 2006 kann die Aussage zur **Besucherstruktur** aus der ersten Projektphase bestätigt werden. Dominierend sind die Tagesausflügler, das Urlaubssegment ist demgegenüber unterrepräsentiert. Weiter gibt es die Gruppe der Durchreisenden, die in der Gästebefragung (s. Anhang 2) ein ebenso hohes Gewicht wie die Gruppe der Urlauber hatte. Hauptsächlich während der Ferienzeit ist Zwiefalten Ziel von Urlaubern aus der näheren und weiteren Umgebung. In Zwiefalten selbst dominiert der Kurzurlaub (Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer beträgt 1,8 Tage).

Wie die Gästebefragung bestätigt, können die Ballungsräume Südwestdeutschlands als ein sehr wichtiges **Quellgebiet für Tagesgäste** angesehen werden. Jeder zehnte Besucher kam aus dem Ausland.

Aus der Besucherstruktur lassen sich im Folgenden Zielgruppen für die zukünftige Angebotsgestaltung sowie Marketingaktivitäten ableiten:

Definition der Zielgruppen

Gruppenreisende:

- Busunternehmen
- Vereinsfahrten
- Betriebsausflüge

Individualreisende:

- Familien mit Kindern
- Generation 50 +
- Wanderer
- Radler (Donauradweg, Lautertal)
- Kulturreisende

Kundenzufriedenheit

Die Ergebnisse der Gästebefragung bestätigen die **sehr hohe Kundenzufriedenheit** mit der Informationsstelle im Peterstor hinsichtlich der professionellen Beratung, des vielfältigen Informationsangebotes und des Produktsortiments (regionale Produkte, Therapieartikel aus der Münsterklinik, Auswahl an touristischer Literatur).

Produktsortiment

Das **Sortiment** in der Infostelle besteht aus folgenden Artikeln:

- Postkarten
- Landkarten, touristische Themenbroschüren und Bücher zur Region
- Literatur zur Meditation
- ausgewählte Lebensmittel des Vereins Regionales Regal
- Lebensmittelprodukte der Sponsoren ALB-GOLD und Zwiefalter Klosterbräu, sowie Merchandising Artikel von Zwiefalter Klosterbräu
- Artikel, die im Rahmen der Therapie in der Münsterklinik von Patienten gefertigt wurden
- Produkte aus Albwacholder (Holzartikel, Ätherische Öle, Seifen)
- Klosterlikör
- Steine und Ketten
- Souvenirs (Schafe, Stocknägeln etc.)

Folgenden **Anteil am Umsatz** besitzen die einzelnen Produktgruppen:

	2005	2006
Postkarten	10%	10%
Landkarten, Bücher, Merchandisingartikel	38%	32%
Regionales Regal	18%	16%
ALB-GOLD	1,5%	1,5%
Zwiefalter Klosterbräu	10%	8%
Münsterklinik	15%	15%
Albwacholderprodukte	2%	5%
Klosterlikör	3%	4%
Steine und Ketten	2,5%	5%
Sonstige	0%	3,5%

Die Erfahrungen zeigen, dass bei den Besuchern hauptsächlich das touristische Informationsmittel (Landkarten, Broschüren, Bücher) neben Postkarten gefragt sind. Regionale Produkte, wie die hochwertigen Lebensmittel und die Albwacholderprodukte folgen. Insgesamt ist die Kaufentscheidung seitens der Gäste stark preisabhängig. Das Angebot von Artikeln aus der Therapie der Münsterklinik wird sehr gern angenommen.

Zu 2006 haben sich geringfügige Verschiebungen innerhalb des Umsatzes der Produktgruppen ergeben. Der Anteil der verkauften Albwacholderprodukte und von Steinen und Ketten ist im Vergleich zum Vorjahr um ca. 100% gestiegen. Informationsmittel (Landkarten, Bücher, Merchandisingartikel) haben anteilig abgenommen².

² Hierfür ist u. a. die veränderte Gästestruktur (weniger Urlauber) im Juni, Juli und Anfang August verantwortlich.

1.2 Tätigkeitsbericht der Infostelle Peterstor

Die **Aufgabenschwerpunkte der Infostelle im Peterstor** lagen im strukturellen Aufbau und im Betrieb (Beratung, Verkauf usw.) sowie in der Vernetzung innerhalb der „Tourismuslandschaft“. Weiter stand der Ausbau der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie der Marketingaktivitäten auf der Agenda. Mit der Erstellung des Konzeptes zum Tourismus in Zwiefalten und zur Fortführung der Infostelle wurde eine wichtige Basis für die zukünftige nachhaltige touristische Entwicklung in Zwiefalten geschaffen.

Überblick über die Aktivitäten 2005

- Struktureller Aufbau, Betrieb der Informationsstelle und Integration in die bereits bestehenden touristischen Informationsstrukturen des Bürgermeisteramtes
- konzeptionelle Arbeit: Analyse von Stärken und Schwächen des Tourismus
- Gründung des Beirates zum Peterstor
2005 drei Sitzungen des Beirates (Protokolle s. Anhang)
- Einrichtung des Arbeitskreises Tourismus Zwiefalten
2005 zwei Sitzungen des Arbeitskreises (Protokolle s. Anhang)
- Erfassung von Gruppenangeboten in Zwiefalten
Veröffentlichung in einem Flyer, Verteilung der Broschüren u.a. auf der Fachmesse für Bustouristik RDA in Köln über den TVSA
- Mailing an Busreiseveranstalter mit Einzugsgebiet Zwiefalten
- Erstellung von Postkarten mit Zwiefalter Motiven
- Öffentlichkeitsarbeit und Vernetzung mit bestehenden touristischen Einrichtungen
- Aufbau der Zusammenarbeit mit touristischen Leistungsträgern, Kirchengemeinden, Naturschutz, Tourismusverbänden etc.

Überblick über die Aktivitäten 2006

Die **Sensibilisierung der touristischen Leistungsträger für die Notwendigkeit der Klassifizierung** ihrer Betriebe wurde auf Grund der im Vorjahr festgestellten Engpässe der qualitativen und quantitativen Angebote vorgenommen. In verschiedenen Gremien wurden die Möglichkeiten und Vorteile der Klassifizierung vorgestellt und mit den touristischen Leistungsträgern diskutiert. Darüber hinaus wurde eine **Best-Practice Tour** der touristischer Leistungsträger (Gastronomen, Beherbergung) zu interessanten Beispielen der Gastronomie und Beherbergung in Oberschwaben am 11. Juli 2006 mit dem Ziel der Schärfung des Blickes der Gastronomen und Hoteliers hinsichtlich der Möglichkeiten und Chancen, ihr quantitatives und qualitatives Angebot zu erweitern und zu verbessern, geplant (Programmpunkte s. Anhang 1). Diese konnte jedoch auf Grund mangelnden Interesses nicht realisiert werden.

In der Informationsstelle im Peterstor wurde seit Mai 2006 eine Gästebefragung (s. Anhang 2) durchgeführt. Ziele sind die Erfassung der Gästemotive allgemein sowie der Kundenzufriedenheit mit dem Service und dem Angebot der Infostelle im Peterstor. Die Gästebefragung dient somit als Grundlage für weitere Planungen hinsichtlich der Fortführung

der Infostelle sowie der Definition von Zielgruppen, welche für die zukünftige Angebotsgestaltung benötigt werden.

Weitere Arbeitsschwerpunkte 2006

- Erstellung eines Flyers im praktischen Handtaschenformat zum Thema „Zwiefalten Erleben – Sehenswürdigkeiten und Freizeitmöglichkeiten auf einen Blick“ (Der Inhalt ist u.a. aus den Diskussionen und Anregungen im Arbeitskreis entstanden.)
- Erstellung von ausgewählten Wanderwegebeschreibungen in Zusammenarbeit mit Herrn Weckenmann von der Ortsgruppe des Schwäbischen Albvereins Zwiefalten. (s. Internetauftritt der Gemeinde)
- Erstellung von Flyern zur Bewerbung des Zwiefalter Höhenfreibades und des Jugendzeltplatzes
- Mailing an Touristinformationen und Tourismusorganisationen mit unserem touristischen Angebot
- Informationsstand auf Tour de Ländle Veranstaltung in Zwiefalten
- Gestaltung eines Quiz anlässlich der Tour de Ländle (s. Anhang 3) in Zusammenarbeit mit der Presseabteilung der Münsterklinik mit anschließenden Mailing an über 100 Gewinner (gezielte Bewerbung von Zwiefalten, Treffpunkt Münsterklinik, Barockkonzert). Ziel: Erwerb von Adressen für Werbezwecke
- Verteilung von Informationsmaterial zu Zwiefalten über den Stand der Stadt Münsingen am Ersten Schwäbischen Alb Tag am 12. September in Marbach
- Organisation einer Botanischen Exkursion im Steinbruch Gauingen mit Oberstudienrat Herdtfelder von der FH Nürtingen

Allgemein

- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (Pressevorstellung Flyer, Anzeigenschaltung (u.a. Neugestaltung) in unterschiedlichen Printmedien, Erstellung von Mailinglisten für Serienbriefe)
- Ausbau der Vernetzung der Infostelle
- Sitzungen von Beirat und Arbeitskreis
- Optimierung des Warenangebotes in der Informationsstelle
- Fertigstellung und Vorstellung des touristischen Konzeptes

Inhaltliche Überarbeitung der Tourismuseiten des Zwiefalter Internetauftritts

- Vier neue Wanderbeschreibungen von Rundwanderwegen um Zwiefalten als pdf zum Herunterladen
- Gruppen- und Freizeitangebotsflyer als pdf zum Herunterladen
- Hinweis auf konkrete Angebote (Münsterführungen, Museen etc.)

Nicht realisierte Projektleistungen

Im Rahmen des Projektes konnten nicht alle geforderten Projektleistungen umgesetzt werden. Im Folgenden werden die Gründe dafür detailliert benannt.

Erhebung einer Vermittlungsgebühr an Gastronomie und Beherbergung

Die geplante Vermittlungsgebühr konnte aus folgenden Gründen nicht umgesetzt werden:

- In der Informationsstelle werden die touristischen Betriebe allgemein beworben. Nur bei genauer Eingrenzung des Kundenwunsches ist eine spezielle Empfehlung möglich (Bspw. Nachfrage nach Hotel).
- Keine Nachvollziehbarkeit seitens der Infostelle „wohin geht der Gast“.
- Anreisende Busgruppen buchen Ihre Mahlzeiten im Voraus. Diese Wahl treffen Sie zum größten Teil eigenständig und nach vorheriger schriftlicher oder mündlicher Anfrage.
- Die meisten Gastronomiebetriebe sind in Zwiefalten direkt an der Hauptverkehrsstrasse gelegen, für die Gäste besteht so ein relativ transparentes Angebot.
- Um eine Vermittlungsgebühr einzuführen, wären schriftliche Verträge mit den einzelnen Leistungsträgern abzuschließen. Es kann jedoch davon ausgegangen werden, dass nicht alle zur Abgabe dieser Gebühr bereit sind.

Kartenverkauf für verschiedene Veranstaltungen in der Infostelle

Der geplante Verkauf von Karten für Veranstaltungen konnte aus folgenden Gründen nicht umgesetzt werden (v. a. war der Vorverkauf für Münsterkonzerte geplant):

- Die katholische Kirchengemeinde verkauft die Karten weiterhin in Eigenregie, eine Einigung über die Integration der Infostelle konnte nicht erzielt werden.
- Eine Nachfrage nach Karten für Münsterkonzerte ist hauptsächlich am Vortag (Samstag) und am Tag des Konzertes vorhanden.
- Der Verkauf von Dauerkarten für das Höhenfreibad ist nach wie vor im Rathaus angesiedelt.
- Die begrenzten Räumlichkeiten hinter der Verkaufstheke in der Infostelle.

Abbildung 3: Nutzung der Beratungs- und Verkaufstheke



Erstellung von Pauschalangeboten

Definition Pauschalen: „Eine Pauschale umfasst mindestens 2 touristische Dienstleistungen, die über die normale touristische Dienstleistung hinausgehen.“

Bei Erstellung von Pauschalangeboten gilt der Träger bzw. Veranstalter³ als Reiseveranstalter. Die rechtlichen Vorschriften (Sicherungsscheine, Reiseversicherung, Haftpflicht, Rechtliche Absicherung über allgemeine Geschäftsbedingungen etc.) würden damit für die Gemeinde Zwiefalten zum Tragen kommen. Der Kostenaufwand zur rechtlichen Absicherung und zum intensiven Personaleinsatz ist im Rahmen der Arbeit der Informationsstelle nicht leistbar gewesen und auch in Zukunft nicht zu empfehlen.

Die Gründe im Überblick:

- Kostenaufwand (rechtliche Absicherung, Buchungsprogramm, etc.)
- hoher Personaleinsatz (Aufbau der Pauschalen, Durchführung, Abrechnung)
- Intensiver Personaleinsatz steht im Gegensatz zur nicht-kontinuierlichen Besetzung der Informationsstelle.
- Es besteht keine Garantie, dass Pakete tatsächlich gebucht werden.
- Der Aufwand zum Aufbau eines solchen Systems innerhalb einer „kleinen Einheit“ wie der Touristinformation in Zwiefalten rechnet sich nicht.

Die Erkenntnisse zum Thema Pauschalangebote resultieren v. a. aus dem Erfahrungsaustausch mit regionalen Touristinformationen und Tourismusorganisationen.⁴

Bereits 2005 kam es deswegen zur **Zusammenstellung von Gruppenangeboten** in einem Flyer, welcher auch als pdf im Internetauftritt der Gemeinde Zwiefalten abrufbar ist. Dieses Informationsmaterial konnte gezielt in die Marketingaktivitäten der Informationsstelle Peterstor eingesetzt werden.

³ Wer Ansprechpartner bzw. Zahlungsempfänger ist, gilt als Reiseveranstalter.

⁴ So hat der Tourismusverband Schwäbische Alb seine Wanderpauschalen an eine Incoming-Agentur abgegeben, da „die Provision Arbeitskosten sowie -aufwand nicht decken konnte und zudem ein hoher Kostenaufwand für die Sicherungsscheine entstand“. In Bad Urach gibt es Pauschalen nur im Zusammenhang mit Übernachtungen (Wertschöpfung), die Buchungen erfolgen über ein professionelles Buchungsprogramm.

1.3 Weiterführung der Infostelle im Peterstor

In der Projektphase konnte der strukturelle Aufbau der Informationsstelle im Peterstor sowie die Vernetzung mit den bestehenden touristischen Einrichtungen erfolgreich beendet werden. Die Grundinvestitionen und damit die Hauptaufgaben wurden innerhalb des vorhandenen Zeitraumes getätigt, die Markteinführung und die Etablierung der Informationsstelle sind erfolgreich gelungen.

Eine Fortführung der Informationsstelle im Peterstor wird aus folgenden Gründen empfohlen:

- vorhandener Bedarf laut der sich positiv entwickelnden Besucherzahlen und der kontinuierlich hohen Frequenz an Münsterbesuchern
- hohe Kundenzufriedenheit mit der Informationsstelle
- Aufbau und Stärkung eines positiven Image der Kommune Zwiefalten
- die Fortführung der Informationsstelle entspricht einer relativ geringen Zukunftsinvestition
- eine aktive Informationsstelle im Peterstor stellt die touristische Basisinfrastruktur für eine zukünftige anhaltende nachhaltige touristische Entwicklung in Zwiefalten und der Region

Zur erfolgreichen Fortführung sind **fortlaufendes politisches Engagement** sowie der **Rückhalt bei verschiedenen Interessengruppen** unabdingbar. Herr Baader äußerte sich in der Beiratssitzung vom Juni 2006, „dass der Touristinformation im Peterstor in Zukunft ein noch höherer Stellenwert beigemessen werden muss.“

Finanzierungsmöglichkeiten

Die weitere Finanzierung der Informationsstelle im Peterstor konnte bis zum Projektschluss nicht eindeutig geklärt werden. Der Umsatz bzw. der Gewinn aus den Verkaufsaktivitäten kann nur einen begrenzten Teil zur Finanzierung beitragen.

Folgende Vorschläge zur Finanzierung wurden im Laufe der Projektzeit diskutiert:

- Umwidmung der Ausgaben für Tourismus im Haushaltsplan der Gemeinde
- Beteiligung von beworbenen Kommunen
- Funktionsübernahme im Biosphärengebiet Schwäbische Alb
- Integration der Übernachtungsbetriebe, die statistisch erfasst werden, durch Einnahmen über eine Gebührenerhebung „pro Übernachtung“ (bspw. 1 € pro Übernachtungen)
- Parkplatzvermarktung und Widmung eines Teils der Einnahmen für die Infostelle
- Integration von ehrenamtlichen Helfern in das Personalkonzept

FAZIT

Aktivitäten, wie der Handel von regionalen Produkten oder die Funktion als Vorverkaufsstelle etc. dienen der Attraktivitätssteigerung einer Touristinformation. Ein nennenswerter Beitrag zur Deckung der laufenden Kosten ist jedoch nicht zu erwarten.

Personalbesetzung

Für die zukünftige Personalbesetzung in der Informationsstelle im Peterstor sind verschiedene Modelle denkbar. Unabhängig von der gewählten Besetzungsform ist eine Vernetzung des Personals mit dem Bürgermeisteramt wichtig. Die folgenden Arbeitsmodelle beziehen sich auf eine Beibehaltung der Öffnungszeiten von 24 Stunden pro Woche.

Modell I - ganzjährig

75% Kraft als Leiterin (Universitätsabschluss)

Eine 400 € Kraft zur Unterstützung während der Öffnungszeiten

	<u>Leiterin (75 % Kraft)</u>	<u>400 € Kraft</u>
Entlohnung	TVÖD 9 <i>Zuschläge nach TVÖD an Wochenenden und Feiertag</i>	Stundenlohn brutto 9,00 €
Einsatzzeit	Ganzjährig	6 Monate
Kosten insgesamt		2.400 € + 30% Pauschale
Stundeneinsatz:	29,25 Stunden / Woche	44 h / Monat (ca. 7 Tage)
Aufgabenteilung:		
Saison	Betreiben der Info Begleitung der Tourismusentwicklung	Betreiben der Info, u. a. an zwei Wochenenden pro Monat
Winter	Vorbereitung der Saison Umsetzung Konzept, etc.	frei

Modell II – ganzjährig

75% Kraft als Leiterin (touristische Berufsausbildung)

Eine 400 € Kraft zur Unterstützung während der Öffnungszeiten

	<u>Leiterin (75 % Kraft)</u>	<u>400 € Kraft</u>
Entlohnung	Einstufung in TVÖD <i>Zuschläge nach TVÖD nicht vergessen (Wochenende, Feiertag)</i>	Stundenlohn brutto 9,00 €
Einsatzzeit	Ganzjährig	6 Monate
Kosten insg.		2.400 € + 30% Pauschale
Stundeneinsatz:	29 Stunden /Woche	44 h / Monat (ca. 7 Tage)
Aufgabenteilung:		
Saison	Betreiben der Info Kontaktpflege zu Leistungsträgern	Betreiben der Info, u. a. an Zwei Wochenenden pro Monat
Winter	Vorbereitung der Saison Entlastung der Tourismuskraft im Rathaus	frei
Aufgaben des Rathauses	Für Weiterentwicklung des Tourismus zuständig	

Modell III – Saison

Drei 400 € Kräfte zum Betrieb der Informationsstelle während der Öffnungszeiten

Drei 400 € Kräfte

Entlohnung	Stundenlohn brutto 9,00 € <i>Zuschläge nach TVÖD nicht vergessen (Wochenende, Feiertag)</i>
Einsatzzeit	6 Monate
Kosten insg.	7.200 € + 30% Pauschale
Stundeneinsatz:	<u>132 h / Monat (ca. 20 Tage)</u>
Aufgabenteilung:	
Saison	Betreiben der Info (Beratung, Verkauf, Einkauf)
Aufgaben des Rathauses	BM übernimmt den Bereich Tourismus wieder voll. Abrechnungen / Controlling etc. erfolgen über die Kämmerei
Evtl. Beratertätigkeit	vorherige Leiterin der Infostelle (Werkvertrag)

Modell IV – außerhalb des Rathauses

Übernahme des Betriebes des Ladens durch Privatperson

(keine Gewährleistung des Artikelsortiments, wie regionale Produkte etc.)

Verpflichtung zur Beratung der Gäste

- Kurs / Weiterbildung zur Beratungstätigkeit der Infostelle durch das Rathaus
- Finanzieller Ausgleich für diese Beratung durch die Gemeinde
- Versorgung mit Infomaterial durch das Rathaus

Räumlichkeiten und technische Vernetzung

Ein Umbau der Räumlichkeiten zur effektiveren Arbeitsgestaltung ist sehr empfehlenswert. Die Integration des Arbeitsplatzes in die Verkaufstheke und die Vergrößerung des Thekenbereiches wären durch einen Wanddurchbruch vom Vorraum zum Verkaufsraum hin lösbar. Die Theke sollte dann in den Vorraum untergebracht werden und durch den Wanddurchbruch zum Verkaufsraum hin ums Eck erweitert werden. Somit wäre gleichzeitig eine bessere Transparenz für die Besucher geschaffen. Bei den Umbauarbeiten sollten die Heizbarkeit des Arbeitsplatzes sowie die Abschließbarkeit der Räumlichkeiten beachtet werden. Eine Beibehaltung des Back-Office-Bereiches im Büro wird empfohlen.

Die technische Vernetzung der Informationsstelle im Peterstor mit dem Rathaus sollte in Abhängigkeit der Personalbesetzung (v. a. Modell I und II) realisiert werden.

Öffnungszeiten der Informationsstelle

Die wöchentlichen Öffnungszeiten haben sich bisher bewährt und sollten auch in Zukunft unbedingt beibehalten und evtl. sogar ausgeweitet werden.

In der touristischen Saison auf der Schwäbischen Alb von Mai bis Oktober sollte die Informationsstelle im Peterstor geöffnet sein. Die bisherigen Erfahrungen zeigen, dass eine Ausweitung der Öffnungszeiten in den Oktober hinein sehr sinnvoll ist, da gerade zu dieser Zeit sehr viele Gruppenreisen (Busreisen, Wandervereine etc.) in der Region unternommen werden und die Besucherzahlen im Herbst stabil sind.

Produktsortiment

Das bisherige Produktsortiment hat sich größtenteils bewährt. Postkarten, touristische Literatur, das Regionale Regal, Therapieartikel der Münsterklinik sowie regional erzeugte Aromaöle und Seifen fanden guten Absatz in der Infostelle. Esoterische Steine waren v. a. bei den Kleinen beliebt. Die Ergänzung um Merchandisingartikel ist in Zukunft weiter ausbaufähig. Hier wären Artikel zur Meditation, Devotionalien und Souvenirs mit Bezug zu Zwiefalten empfehlenswert.

Bei der Auswahl neuer Artikel sollte die Preissensibilität der Gäste beachtet werden.

Fortlaufende Datenerhebung

Wichtig für die Erfolgskontrolle und die Zukunftsplanung ist eine fortlaufende Datenerhebung der Besucherzahlen. Die Zählung erfolgte bisher über eine Strichliste. Auf diese Weise lassen sich die Gesamtbesucherzahl, die Besucher pro Tag und die Verteilung der Besucher auf die Wochentage darstellen. Neben dieser quantitativen Messung können auch zeitweise Gästebefragungen (z. B. zur Kundenzufriedenheit usw.) zur Erfassung der Qualität der Informationsstelle dienen.

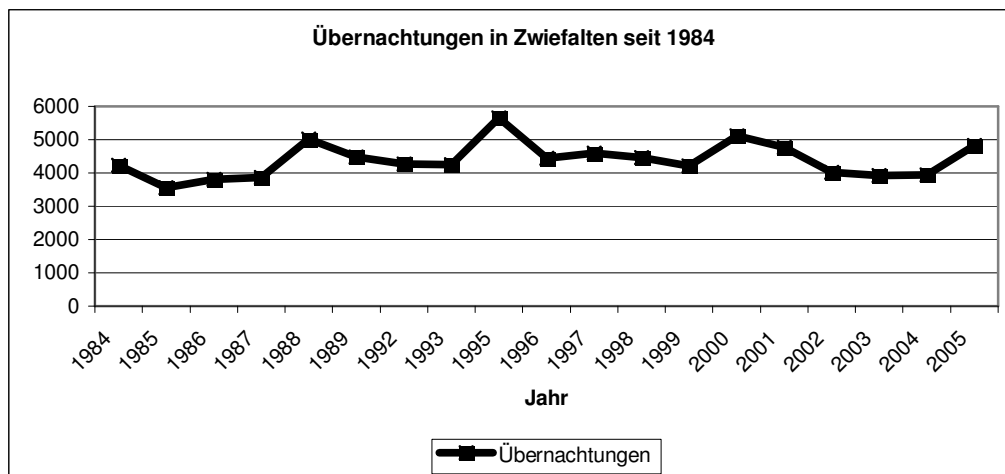
2 Ausgangslage in Zwiefalten

Zwiefalten ist in einer attraktiven Natur- und Kulturlandschaft am Fuße der Schwäbischen Alb gelegen. Die touristische Hauptattraktion ist das überregional bekannte Barockmünster des ehemaligen Benediktinerklosters, das zu den Sehenswürdigkeiten der Ferienstraße „Oberschwäbische Barockstraße“ zählt. Mit der Wimsener Höhle, der einzigen per Kahn befahrenen Höhle Deutschlands, gibt es einen weiteren einzigartigen Anziehungspunkt in unmittelbarer Nähe. Zum weiteren touristischen Angebot zählen die Brauerei Zwiefalter Klosterbräu, das Höhenfreibad Zwiefalten, das Peterstor- und das Psychiatriemuseum und v. a. das gepflegte Wander- und Radwegenetz. In jüngster Zeit haben sich mit der AlbhofTour, den Albguides und den Wanderreitern auch in Zwiefalten sanfte Tourismusformen entwickelt.

Die Gästestruktur in Zwiefalten wird eindeutig von den Tagesgästen dominiert. Ihre Anzahl wird auf jährlich 150.000 bis 400.000 geschätzt. Demgegenüber sind die Übernachtungszahlen 2005 von 4.830 sowie die Aufenthaltsdauer mit 1,7 Tagen im Jahr 2005 von untergeordneter Bedeutung. Zwiefalten ist heute ein beliebtes Ausflugsziel und besitzt mit seinen landschaftlichen und kulturellen Besonderheiten und den vielfältigen Ausflugszielen in der Umgebung hohes Potential, um zukünftig die Ferienerholung (hier v. a. den Kurzurlaub) auszubauen.

Die folgende Nachfrageanalyse im Übernachtungsbereich spiegelt die tatsächlichen Werte aufgrund der statistischen Erfassung⁵ nur bedingt wider.

Abbildung 4: Übernachtungen in der Gemeinde Zwiefalten seit 1984



Quellen: Statistische Berichte - Handel und Gastgewerbe vom Statistischen Landesamt Baden-Württemberg 1965-1987, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg

Der Höchststand der Übernachtungszahlen mit 5.661 wurde 1995 erreicht. Der Übernachtungsrückgang wurde nach 2001 mit der anschließenden Stagnationsphase 2005

⁵ Die Statistik ist nur bedingt aussagefähig, da nur gewerbliche Betriebe mit mehr als acht Betten direkt erfasst werden, die Meldemoral gering ist und die Anzahl der gemeldeten gewerblichen Betriebe in Zwiefalten gering ist.

zum ersten Mal wieder durchbrochen. Dabei fand eine Steigerung zum Vorjahr um 23 % auf 4.829 Übernachtungen statt⁶. Diese Entwicklung deckt sich überdurchschnittlich mit dem positiven Trend im baden-württembergischen Übernachtungstourismus. Im Vergleich dazu stieg die Übernachtungszahl in Münsingen im Vergleichszeitraum um 14%.

Die **Aufenthaltsdauer** unterliegt bis auf wenige Ausnahmen (Mitte der 80er Jahre lag der Höchststand bei 2,6 Tagen) relativ geringen Schwankungen und hat sich auf einen Wert zwischen 1,6 und 1,8 eingependelt. Im Vergleich dazu lag die Aufenthaltsdauer im gesamten Reisegebiet Schwäbische Alb 2005 bei 1,9 Tagen und in den staatlich anerkannten Erholungsorten Baden-Württembergs bei 2,1 Tagen. In Münsingen lag die Aufenthaltsdauer 2005 bei 3 Tagen höher als in Zwiefalten.

Ebenfalls nur geringen Schwankungen unterliegt die **Bettenauslastung**, die sich seit den 90er Jahren um die 18% Marke bewegt. Damit liegt die Bettenauslastung weit unter der Rentabilitätsgrenze. Hingegen lag die Bettenauslastung im Reisegebiet Schwäbische Alb 2005 bei 29,7% um fast 12% höher. Auch in Münsingen liegt die Auslastung bei 25%.

Nach Einbeziehung von Übernachtungsdaten der Privatvermieter zur Berechnung der Gesamtübernachtungszahl kam Heintzler⁷ für das Jahr 1997 auf einen Gesamtwert von 12.600 Übernachtungen. Dies entspricht einem 2,7-fach höheren Wert der statistisch erfassten Daten (1997: 4.604 Übernachtungen). Nach den Erfahrungen und Gesprächen mit Privatvermietern im Rahmen der Projektarbeit, kann jedoch davon ausgegangen werden, dass für das Jahr 2005 die Gesamtzahl der Übernachtungen unter dem 2,7-fachen Wert der statistisch erfassten Übernachtungen von 4.829 liegt. Die Bettenkapazität im Ort unterlag seit 1997 kaum Veränderungen.

⁶ 2005 wurde gegenüber 2004 ein Betrieb mehr statistisch erfasst.

⁷ Heintzler 1999, Weiterentwicklung von Tourismus und Naherholung in Zwiefalten. S. 28f.

3 Stärken-Schwächen Analyse

Die Stärken-Schwächen-Analyse des Tourismus in der Gemeinde Zwiefalten basiert auf den Ergebnissen der durchgeführten Bestandsanalyse, von Einzelgesprächen, der Diskussionen im Arbeitskreis Tourismus und im Beirat zum Projekt Peterstor. Weiter wurde touristisches Informationsmaterial (Broschüren, Landkarten etc.) zur Auswertung hinzugezogen.

Ziel der Stärken-Schwächen-Analyse ist es, zum einen vorhandene und versteckte Potentiale aufzuzeigen und deren Einbindung in das touristische Angebot zu prüfen und zum anderen Schwächen darzustellen, die eine touristische Entwicklung behindern.

3.1 Natur und Landschaft

Zwiefalten liegt am südlichen Rand, der sich der Donau zuneigenden Schwäbischen Alb, in einer Höhenlage von 530 m ü.N.N. im Aachtal und 770 m ü.N.N. auf der Albhochfläche.

Der **Naturraum** und das **Relief** sind mit der Flächenalb, dem Zwiefalter Aachtalsystem und dem Oberschwäbischen Molassesystem sehr abwechslungsreich gegliedert. (Weitere Ausführungen s. Anhang 4)

Geologisch ist das Gebiet Zwiefaltens ebenfalls sehr vielfältig. Auf der Flächenalb finden sich geschichtete Bankkalke, Massenkalk und Zementmergel. Obere und Untere Süßwassermolasse sowie hangende Bankkalke befinden sich im Bereich des Oberen Molassebeckens. Eine geologische Besonderheit ist das Vorkommen des Travertins – einem bei Gauingen abgebauten porösen Kalkstein mit vielzähligen Pflanzenresten. Dieser Naturstein wird bevorzugt für Fassadenverkleidungen verwendet.

Eine **klimatische Besonderheit** in Zwiefalten ist die hohe Sonnenscheindauer mit täglich ca. 8 Stunden im Mittel. Im Winterhalbjahr spielt die Nebelbildung eine große Rolle. Das gesamte Gemeindegebiet ist bioklimatisch der Schonstufe zuzuordnen. Dabei unterscheidet sich eine reizmilde Zone auf der Flächenalb von der reizschwachen Zone in den übrigen Lagen.

Die **Vegetation** ist sehr artenreich, neben den für die Schwäbische Alb typischen Wacholderheiden gibt es Buchenwälder und Fichtenbestände. Märzenbecher, verschiedene Orchideenarten sowie Küchenschellen sind beispielhaft für die interessante Flora. Auch die **Tierwelt** profitiert von der Vielseitigkeit der Lebensräume. Neben einer vielfältigen Insektenwelt gibt es den Blauschwarzen Eisvogel, den Wanderfalken und Brutvogelarten, wie Graureiher und Wasseramsel sowie Forellen.

In der Gemeinde befindet sich mit dem Bannwald ein sehr interessantes **Naturschutzgebiet**. Dieses wurde 1938 eingerichtet und zählt damit zu den ältesten Naturschutzgebieten in Baden-Württemberg. (Zur Verteilung der Schutzgebiete s. Anhang 5)

Zusammenfassend ist festzustellen, dass die Natur und Landschaft Zwiefaltens durch ihre Vielfältigkeit und ihren Abwechslungsreichtum ein hohes Potential für die touristische Nutzung und für die Profilierung eines touristischen Images durch die Landschaft bietet. In Zwiefalten wird dieses Potential zu wenig bewusst eingesetzt. Themen wie Relief, Geologie, Flussläufe, Flora und Fauna oder der Herbst mit Nebel und Blätterfärbung bieten sich für die Gestaltung des touristischen Angebotes an.

3.2 Besucherlenkung

Die Steuerung touristischer Besucherströme ist von hoher Bedeutung für die Minimierung negativer Einflüsse auf die Umwelt.

Die Besucherlenkung wird mittels der Raum- und Landschaftsplanung sowie durch Einzelmaßnahmen mit Objektbezug durchgeführt:

Harte Maßnahmen: Ge- und Verbote etc.,

Ablenkung: Wegerückbau etc.,

Anziehung: Schutzhütten, Grillstellen etc.,

Informations- und Bildungsarbeit: Infotafeln, Lehrpfade, Multiplikatoren-schulung etc.

Für die Gemeinde Zwiefalten gibt es derzeit **kein Konzept zur Besucherlenkung**. Die Strukturen der Gästeströme sind im Laufe der Zeit gewachsen. Es gibt einige Maßnahmen, die, wenn auch **unbewusst**, bereits jetzt zur Besucherlenkung beitragen. So stellt das Rad- und Wanderwegenetz einen Anziehungspunkt für die Besucher dar. Mit der Ausweisung von Rundwegen und der Einrichtung von Grillplätzen werden bestimmte Strecken bevorzugt aufgesucht.

Laut Aussage des Naturschutzbeauftragten sind die frequentierten Wanderwege und damit die Naturlandschaft durch die Besucher nicht überlastet. Auch die Grillstellen befinden sich an Orten, wo es keine Überlagerung mit dem Naturschutzrichtlinien gibt. Die Nutzung des Wanderweges nach Wimsen durch die Radfahrer (Strecke von der Fischzucht bis zur Wimsener Mühle) ist bei einem höheren Aufkommen jedoch einzuschränken.

Derzeit sind keine Ausschlussgebiete ausgewiesen. Bei weiteren Störungen vorhandener Orchideen-Biotope (Frauenschu) sollte die Einführung solcher Maßnahmen geprüft werden.

Zu den sanften Maßnahmen einer Besucherlenkung zählt insbesondere die **Informations- und Bildungsarbeit**. Ein Lehrpfad existiert auf dem Gemeindegebiet nicht. Hinweisschilder und Infotafeln gibt es kaum. Indirekt tragen der Schwäbische Albverein, die Albguides, die AlbhofTour und auch der Verein der Wanderreiter zur Information der Gäste über die Besonderheiten der Natur und den Naturschutz und damit zur Besucherlenkung bei.

Stärken und Schwächen – Natur und Landschaft, Besucherlenkung

Stärken

- Qualität der Naturlandschaft (NSG, LSG)
- Abwechslungsreiche Naturlandschaft (landschaftliche Reizvielfalt)
- Hoher Erholungswert
- Geologie: Höhlen, Felsformationen, Flusssystem, Steinbrüche,
- Bekanntheit der Wimsener Höhle
- Relief (Aussichtspunkte)
- hohe Sonnenscheindauer
- eines der ältesten NSG Baden-Württembergs
- ausbaufähiges Potential zur Inwertsetzung durch touristische Angebote, wie Führungen, Touren

Schwächen

- fehlendes Konzept zur Besucherlenkung
- unzureichende Einbindung des Natur- und Landschaftspotentials in die touristische Angebotsgestaltung und die Imageprofilierung
- fehlende Inwertsetzung durch Lehrpfade, Informationstafeln

3.3 Kultur, Geschichte und lokale Wirtschaft

Auf dem Gebiet der Gemeinde Zwiefalten gibt es zahlreiche **geschichtliche und kulturelle Zeugnisse** aus verschiedenen Epochen. Die prägende Ära des Benediktinerklosters (1089 – 1802) mit der ehemaligen Klosteranlage und dem bekannten Barockmünster im Ortszentrum und weiteren Zeugnissen, wie Sühnekreuzen, Bildstöcken, dem Galgenberg ist in Zwiefalten allgegenwärtig. Mitte des 18. Jahrhunderts wurde der Umbau des romanischen Klosters in ein barockes Bauwerk vollzogen. Das Münster zählt heute zu den bedeutendsten Bauten des Spätbarocks in Deutschland. Es prägt das Ortsbild und ist auch in der Umgebung weithin sichtbar.

Weiter befinden sich sichtbare Reste von ehemaligen Burgen und Wehranlagen aus dem Mittelalter mit dem Schlossberg in Baach, dem Schlossberg in Sonderbuch und der Sigeburg nordöstlich von Upflamör. Die Heuneburg bei Upflamör sowie Grabhügel auf der Zwiefalter Alb stammen aus dem Frühmittelalter.

Der heutige Gasthof zur Post wurde 1662 erbaut und 1853 zur Poststation der Königlichen Württembergischen Post. Über den Postweg, der Zwiefalten von Nord nach Süd durchquerte ist wenig bekannt. Das Beherbergungsgewerbe insgesamt spielt heute in der lokalen Wirtschaftsstruktur eher eine untergeordnete Rolle.

Die Entwicklung der lokalen Wirtschaft in Zwiefalten hängt eng mit den örtlichen Gegebenheiten und der kulturellen und geschichtlichen Entwicklung zusammen. Zu den größten Arbeitgebern im Ort zählen heute neben diversen Handwerks- und Einzelhandelsbetrieben die Brauerei Zwiefalter Klosterbräu (traditionelle Braukunst der Mönche) und die Münsterklinik (seit 1812 nach der Säkularisierung in der ehemaligen

Klosteranlage untergebracht), welche zu den ältesten psychiatrischen Einrichtungen in Baden-Württemberg zählt.

Die **Landwirtschaft**, mit einem Flächenanteil von 38,5% am Gemeindegebiet, ist ein optisch dominierender Wirtschaftszweig. Neben ihrer Produktionsfunktion übernimmt sie ganz wesentliche Funktionen der Landschaftspflege und trägt zum Erhalt historisch gewachsener Landschaftsbilder und damit auch zur Bereitstellung von Naherholungsflächen bei. Bedingt durch den Strukturwandel in der Landwirtschaft kann der Tourismus als eine neue Einnahmequelle dienen.

Der Waldanteil am Gemeindegebiet beträgt 53,8%. Eine Besonderheit ist die Bewirtschaftung des Gemeinschaftswaldes der ehemaligen Reichsabtei. Damals gab es Brennholzrechte, die heute so genannte Holzgerechtigkeiten verwalten.

Das **Wasser der Zwiefalter Aach** spielte in mehrer Hinsicht eine wichtige wirtschaftliche Rolle. Traditionell entwickelte sich hier das Mühlenhandwerk (Stromerzeugung, Sägewerk, Getreidemühle). Weiter wurden die Albhochflächen durch das Pumpwerk an der Zwiefalter Aach mit Wasser versorgt. Durch die Qualität des Wassers besteht die Möglichkeit zur Fischzucht (Forellen).

Die Tradition der **Backhäuser** ist in Zwiefalten sehr gut erhalten. Jeder Teilort besitzt ein Backhaus. In einigen wird das Brotbacken regelmäßig betrieben.

Zwiefalten besitzt mit dem Peterstormuseum und dem Ersten Württembergischen Psychiatriemuseum zwei kleinere **Museen**, die sich mit den Themen Brauchtum und Volksfrömmigkeit sowie mit der Entwicklung des Psychiatriewesens beschäftigen. Ein **historischer Rundweg** mit Möglichkeiten zu Führungen (Themenwege: Kapellen, Ortskern, Baugeschichte etc.) wird angeboten. Die Brauerei und die Fischzucht mit Hammerschmiede bieten **Führungen** durch ihre laufende Produktion an.

Eine Vielzahl kultureller, geschichtlicher und wirtschaftlicher Besonderheiten ist in Zwiefalten vorhanden. Mit den Museen, dem historischen Rundweg und den Besichtigungen von Produktionsprozessen gibt es bereits gute Angebote für die Gäste. Eine Erschließung und damit eine umfangreiche Einbindung weiterer Potentiale in das touristische Angebot steht noch aus.

Stärken und Schwächen – Kultur, Geschichte und regionale Wirtschaft

Stärken

- Barockmünster mit Klosteranlage
- Zeugnisse der Siedlungsgeschichte (Heuneburg, Mühlen etc.)
- Brauerei: Image, Besichtigung
- Fischzucht: Besichtigung
- Psychatriemuseum, Peterstormuseum
- Historischer Rundweg
- Backhäuser

Schwächen

- unzureichende touristische Inwertsetzung der Besiedlungszeugnisse insbesondere in den Teilorten (bspw. Heuneburg) und von Zeugnissen der Klostersgeschichte über das Münster hinaus (bspw. Bedeutung Wasserversorgung Alb)
- fehlende Informationstafeln
- externe Kommunikation der Angebote

3.4 Regionale Produktvermarktung

Insbesondere im ländlichen Raum besteht eine enge Beziehung zwischen Tourismus und Landwirtschaft. Die von der Landwirtschaft geprägte und gepflegte Kulturlandschaft ist Grundlage und Potential für den Tourismus. Die **Direktvermarktung** regionaler landwirtschaftlicher Erzeugnisse durch die touristischen Akteure (Gastronomen, Beherbergungsbetriebe) ist wichtiger Bestandteil regionaler Wirtschaftskreisläufe und bietet die Möglichkeit zur Angebotsprofilierung (regional erzeugte, qualitativ hochwertige Lebensmittel). Indirekt trägt die Direktvermarktung zur Erhaltung bzw. Weiterentwicklung der Kulturlandschaft bei. In Zwiefalten gibt es bereits gute Ansätze dieses Potential der Direktvermarktung auszuschöpfen.

Im ländlich geprägten Zwiefalten erfolgt die Direktvermarktung über Hofläden sowie Gartenwirtschaften von Mitgliedern der **AlbhofTour** oder über den **Verein Regionales Regal** in der Touristinformation Peterstor und in der Fischzucht Zwiefalten. Diese Angebote bestehen für Einheimische und Gäste gleichermaßen. Somit ist Zwiefalten mit vier Betrieben in der AlbhofTour und mit drei Betrieben im Regionalen Regal stark in Zusammenschlüssen zur Direktvermarktung vertreten.

Mit der AlbhofTour im Landkreis Reutlingen wurde ein touristisches Angebot für Besucher und Einheimische geschaffen. So können Höfe besichtigt werden und in Hofläden sowie in Gartenwirtschaften erfolgt der Verkauf von eigenen Erzeugnissen. Mittlerweile kann man auf einigen Höfen übernachten und seit 2005 gibt es Pauschalangebote für Mehrtagestouren. Es werden jährlich mehrere Aktionstage, durchgeführt. Ziel ist es, neben dem Erlebnis, das Bewusstsein für den Kauf hochwertiger Lebensmittel bei Einheimischen und Gästen zu schärfen und langfristig Stammkundenbeziehungen aufzubauen.

Weiter beteiligen sich drei weitere Gastronomen Zwiefaltens am „Seele lächle Teller“ – einer Initiative der Tourismusgemeinschaft Oberschwaben. Täglich gibt es ein Gericht aus regionalen Produkten auf einer Extra-Speisekarte. Über die neue Öko-Regio-Tour Oberschwäbische Donau werden die teilnehmenden Betriebe zusätzlich beworben. Seit der Einführung im Frühjahr gibt es positive Rückmeldungen seitens der Gastronomen. Die

Nutzung regionaler Produkte in der Zwiefalter Gastronomie ist darüber hinaus weiter ausbaufähig. Insbesondere die Transparenz des Angebotes für den Gast ist wie beim „Seele lächle Teller“ von hoher Bedeutung.

Stärken und Schwächen – Regionale Produktvermarktung

Stärken

- Albhof tour: Hofläden, Gartenwirtschaften,
- Gastronomen nutzen regionale Produkte „Seele lächle Teller“
- Regionales Regal in der Touristinformation und der Fischzucht
- Nähe der Gastronomen zu Erzeugern
- hohes Potential zum Einsatz weiterer regionaler Lebensmittel in der Gastronomie
- Hohes Potential zur Verknüpfung mit Anbietern regionaler Produkte

Schwächen

- zu wenig Transparenz für den Gast bei Nutzung regionaler Produkte in der Gastronomie
- unzureichende Vermarktung regionaler Produkte in der Gastronomie
- hohes Besucheraufkommen bleibt für die Direktvermarktung größtenteils ungenutzt (neue Ansätze: Touristinformation, Fischzucht Zwiefalten)

3.5 Freizeitangebot

3.5.1 Wandern, Radfahren und Natur erleben

Gut ausgebaut ist das **Wander- und Radwegenetz**. Um Zwiefalten gibt es elf ausgewiesene Rundwanderwege (5,5 bis 16,5 km) und es bestehen sehr gute Anbindungen an überregionale Wanderwege, wie den:

Schwäbische Alb-Südrand-Weg (HW 2),

Schwarzwald-Schwäbische Alb-Allgäu Weg (HW 5)

Schwäbische Alb-Oberschwaben-Weg (HW 7)

Burgenweg Reutlingen - Zwiefalten

Es sind fünf Fahrradrundwege um Zwiefalten ausgewiesen (Strecken von 18 bis 34 km). Mit dem Anschluss an den internationalen **Donauradweg** nach Zwiefaltendorf und dem **Zwiefalter Albradweg** (Reutlingen –Donau) ist eine Anbindung an das überregionale Radwegenetz vorhanden.

Weiter führt die südliche Route der **Albhof tour** im Gemeindegebiet zu vier verschiedenen teilnehmenden Betrieben in die Teilorte Hochberg, Baach und Sonderbuch.

Seit September 2005 führt die **Öko-Regio-Tour** Nr. 8 „Oberschwäbische Donau“ auf ihrer Nordroute nach Zwiefalten und weiter zur Wimsener Höhle.

Das gut ausgebaute Wander- und Radwegenetz ist von hoher Bedeutung für den Tourismus in Zwiefalten.

Die Kommunikation der Rundwander- und Radwege um Zwiefalten erfolgt über den Ortsplan Zwiefalten (Maßstab 1:25.000). Die örtlichen Informationstafeln wurden 2006 erneuert und visualisieren diese Tourenvorschläge. Über den aktuellen Internetauftritt der Gemeinde wird der Donau- und Albradweg beworben, 2006 wurden weiter vier Wanderwegbeschreibungen von ausgewählten Rundwanderwegen zum Herunterladen im Internet bereitgestellt.

Im Faltblatt Gästeinformation 2005 / 2006 werden sieben Wandervorschläge aufgezählt. In weiteren Faltblättern „Wanderbegleiter rund um Zwiefalten“, „Radwandertipps“, „Zwiefalter Alb-Radweg, die Route zur Donau“ werden weitere Tourenvorschläge angeboten. Diese Informationsschriften sind jedoch ohne Kartenausschnitt und decken sich nur zum Teil mit den Tourangeboten des Ortsplanes.

Die Ausschilderung des Wegenetzes durch den Schwäbischen Albverein ist gut. Seit Sommer 2005 sind die Rundtouren der Gemeinde, welche mit Nummern gekennzeichnet sind, beschildert.

Ein Beispiel für mangelhafte Ausschilderung stellt der Weg nach Wimsen dar. Vom Münster Zwiefalten ausgehend, gibt es aktuell keine Hinweisschilder zum Fußweg nach Wimsen. Hier wurde der morsche Mast mit der Beschilderung vor einiger Zeit entfernt.

In Zwiefalten gibt es einige Wanderparkplätze im Dobeltal, Gossenzugen, Loretto und an der Rentalhalle.

Verteilt über das Wegenetz befinden sich einige Rastplätze, die mit Grillstelle oder auch mit Spielmöglichkeiten ausgestattet sind. Die Grillstelle auf dem Weg nach Wimsen ist am meisten frequentiert. Positives Beispiel für einen Rastplatz ist der Dorfplatz in Gossenzugen. Er ist beliebter Treffpunkt mit Spielplatz und Kneippanlage in der Zwiefalter Aach. Der Spielplatz vor dem Sportlerheim im Dobeltal hingegen ist wenig einladend gestaltet.

Die vorhandenen Ruhebänke entlang des Wegenetzes sind zum Teil renovierungsbedürftig. An den hochfrequentierten Strecken stehen abschnittsweise zu wenige Ruhebänke zur Verfügung.

Im Gegensatz zum gut ausgebauten Radwegenetz existieren nur wenige Abstellplätze für Fahrräder an relevanten Punkten. Diese Einrichtungen können dazu dienen, die Radler zum Verweilen einzuladen.

3.5.2 Lehrpfade / Informationstafeln zur Landschaftsinterpretation

Informationstafeln und Lehrpfade zur Natur- und Kulturlandschaft und zu Besonderheiten der Region erhöhen die Attraktivität und den Informationsfluss für den Gast. Hinweise zum Naturschutz können so auch den Besucher vor Ort erreichen und das Verständnis erhöhen. In und um Zwiefalten gibt es sehr viele interessante Themen (Besiedlung, Klostersgeschichte, Handwerk, Landschaftsinterpretation etc.) die per Infotafel kommuniziert werden könnten.

Lediglich einige solitäre Informationstafeln sind vorhanden, so z. B. an der Heuneburg in Upflamör. Es existiert kein Angebot an Lehrpfaden. Die in Planung stehenden Themenwege (Historischer Rundweg und Mühlenweg) sollen an den entsprechenden Stellen mit Informationstafeln versehen werden.

3.5.3 Führungen, self-guided Angebote

Die **Ortsgruppe des Schwäbischer Albvereins Zwiefalten** bietet Wanderungen und Radtouren an. Pro Monat finden ca. zwei Veranstaltungen statt. Das Programm wird per Handzettel, im Veranstaltungskalender des Zwiefalter Internetauftrittes sowie im Mitteilungsblatt und in der lokalen Tagespresse beworben. Dieses Angebot wird derzeit durch Gäste nur wenig angenommen.

Unter dem Motto „Entdeckungen auf der Mittleren Schwäbischen Alb“ bieten die **Albguides** als ausgebildete Landschaftsführer spezielle Tages- und Halbtagestouren an. 2005 stehen 38 Wanderungen, vier Radtouren und drei Bustouren auf dem Programm, die auch individuell gebucht werden können. Für Zwiefalten und Umgebung gibt es 2005 jeweils nur einen festen Termin für die Touren „Erlebniswanderung mit Bauernvesper und Höhlenfahrt“ und „Entdeckung der Zwiefalter Alb“.

Es existiert die Bereitschaft **weitere Naturführungen** für interessierte Besucher anzubieten. Der Schwäbische Albverein, das Forstamt Münsingen oder weitere fachkundige Personen aus der Region würden hierbei die Führungen übernehmen. Wichtig ist es, dieses Angebot in Zukunft zu kommunizieren, zu integrieren und auszuweiten, um die Nachfrage bei den Gästen zu stimulieren.

Angebote für sogenannte **self-guided Touren** gibt es um Zwiefalten derzeit mit den Vorschlägen auf dem Ortsplan, der Öko-Regio-Tour mit Plan und der Albhoftour mit Buch und Karte sowie über die Wanderwegbeschreibungen im Internet.

3.5.4 Besuchermagnet Wimsener Höhle

Die **Wimsener Höhle** oder Friedrichshöhle ist ein Besuchermagnet der Zwiefalter Alb und liegt ca. vier km vom Ortskern Zwiefalten entfernt auf der Gemarkung des Nachbarortes Hayingen. Die Höhle, in der die Zwiefalter Aach entspringt, kann auf einer Länge von 70 m per Kahn befahren werden. Sie ist damit die einzige mit Kahn befahrbare Höhle Deutschlands.

Dieses Angebot besteht in der Saison von April bis Oktober. Die jährlichen Besucherzahlen für den Weiler Wimsen liegen bei 70.000 bis 80.000. Im Jahr 2004 nutzten 35.000 Gäste die Möglichkeit zur Höhlenbesichtigung (IKU Institut 2005, S. 6). Das Ausflugsziel nach Wimsen wird oft mit einem Besuch in Zwiefalten verbunden. Wanderung vom Ortskern Zwiefalten entlang der Zwiefalter Aach durch Gossenzugen (Kneippanlage, Spielplatz) und mit Grillplatz im Waldstück sind sehr beliebt.

Direkt nebenan befindet sich eine Einkehrmöglichkeit im Gasthaus Friedrichshöhle, weiter ist in der restaurierten Wimsener Mühle die Integration eines Museums in Planung. Hochwertige kulturelle Veranstaltungen finden seit dem Sommer 2006 in der Wimsener Mühle statt.

Die unzureichende Beschilderung der Höhle für den Autoverkehr (Brücke zum Weiler Wimsen) wurde mit dem Pächterwechsel 2006 beseitigt. Der Einstieg zum Fußweg nach Wimsen ist vom Münster ausgehend für die Gäste in Zwiefalten weiter nicht eindeutig beschildert.

3.5.5 Sport

Die Sportmöglichkeiten in Zwiefalten beziehen sich hauptsächlich auf **Aktivitäten im Freien**. So bildet das Wander- und Radwegenetz in der abwechslungsreiche Natur- und Kulturlandschaft das Hauptpotential. Sogenannte Indoor-Angebote gibt es kaum. Deshalb ist die sportliche Freizeitgestaltung zu jeder Zeit stark **wetterabhängig**.

Die Sporteinrichtungen sind kommunal oder in Besitz von Vereinen und für Gäste offen. Kommuniziert wird dieses Angebot mit einer Aufzählung im Faltblatt Gästeinfo. Die Nutzung einiger Einrichtungen für Gäste ist nicht transparent und sollte durch präzise Angaben, wie z. B. Bedingungen, Anmeldezeitraum, Gebühren ergänzt werden.

Folgende Angebote bestehen in Zwiefalten:

- **Höhenfreibad**, Badesaison von Mai bis September
Zwei große beheizte Becken und Kinderplanschbecken
- **Freizeitgelände** mit Abenteuerspielplatz und Grillplatz direkt am Freibad.
- **Reitanlagen** am Bühlhof oberhalb des Freibades.
Reitunterricht für Kinder, Anfänger und Fortgeschrittene;
auch Ausflüge möglich, jedoch kein Pferdeverleih
- **Wanderreiten** des Vereines „Mittlere Schwäbische Alb zu Pferd“
Zwei Wanderreitstationen befinden sich in Mörsingen und in Upflamör
- **Tennisanlagen** in Gauingen mit 4 Sandplätzen
- **Schießanlage** des Schützenvereins Zwiefalten, zwischen Zwiefalten und Baach
- **Rad- und Wanderwegenetz**, Wanderungen Schwäbischer Albverein, Albhoftour, Albguides
- **Kneippanlage** in der Zwiefalter Aach am Dorfplatz in Gossenzugen

Im **Winter** bietet sich Möglichkeiten zum Wandern und Spazieren im Raureif. Ein Wintersportangebot gibt es aufgrund der veränderten klimatischen Bedingungen nicht mehr.

Es gibt **kein Wellnessangebot** vor Ort. Es bestehen jedoch Angebote für Massagen.

Die Freizeitgestaltung für Feriengäste gewinnt durch die **Sportangebote in der näheren Umgebung Zwiefaltens** an Attraktivität. Diese können fehlende Strukturen vor Ort gut ergänzen, so wird mit **Minigolf** im Lautertal, **Kanufahren** auf der Lauter oder der Donau,

Thermalbädern in Bad Urach, Biberach, Bad Buchau und Bad Saulgau ein abwechslungsreiches Angebot geboten.

3.6 Kulturelles Angebot und Veranstaltungen

3.6.1 Märkte und Feste

Ein Höhepunkt ist der **Weihnachtsmarkt** in Zwiefalten, der einmal jährlich am Samstag vor dem ersten Advent stattfindet. Alle verkauften Waren werden von Privatpersonen und Vereinen selbst hergestellt, womit ein besonderes Flair entsteht.

Die **Fasnachtsumzüge** des Karnevalsvereins Rälle, das **Schwimmbadfest** des Vereins der Schwimmbadfreunde (2005: 4.500 Besucher), das **Brauereihoffest** sowie weitere **Veranstaltung der Vereine** (Dorffeste) haben hauptsächlich ein regionales Einzugsgebiet.

Es gibt keinen Markt und über die Region hinaus bekannten Feste.

3.6.2 Veranstaltungen

Im Zwiefalter Münster finden **Wallfahrten** statt, feierliche **Festgottesdienste** werden traditionell u. a. mit Prozessionen begangen.

Von der katholischen Kirchengemeinde werden jährlich ca. sechs **Münsterkonzerte** veranstaltet. Das Münster bietet Platz für bis zu 700 Konzertbesucher. Der Vorverkauf der Eintrittskarten findet über das Münsterpfarramt statt. Die Konzerte sind nur zum Teil gut besucht. Die Kommunikation des Konzertangebotes erfolgt über Faltblätter, Plakate und die Homepage der Gemeinde.

Aller zwei Monate bietet die **Kulturinitiative der Münsterklinik** kulturelle Veranstaltungen an. Gäste sind herzlich willkommen. Bis jetzt wird dieses Angebot von Besuchern nicht häufig wahrgenommen. Bekannt gemacht werden diese Veranstaltungen über Tageszeitungen, Mitteilungsblätter, Aushänge sowie klinikintern.

Ein **spezielles Abend-Unterhaltungsangebot** für Gäste fehlt vollständig.

Insgesamt lässt sich feststellen, dass die **Bekanntmachung** der aufgeführten Veranstaltungen auf lokaler und in geringem Maße auf regionaler Ebene geschieht. Weiter wird im Jahresveranstaltungsplan nicht zwischen dem Angebot für Gäste und Einheimische unterschieden.

3.6.3 Kulturelle Freizeitangebote

Das **Barockmünster Zwiefalten** ist mit seiner Lage an der Oberschwäbischen Barockstraße **überregional bekannt**. Von der katholischen Kirchgemeinde werden **Münsterführungen** nach Voranmeldung für Gruppen angeboten. Im Jahr 2004 fanden ca. 300 Führungen statt. Für Individualreisende gibt es kein Angebot im Rahmen fester Führungstermine. Eine speziell für Kinder geeignete Münsterführung wird zur Zeit erarbeitet.

Im **Peterstor- und Psychatriemuseum** werden Führungen auch außerhalb der Öffnungszeiten angeboten. Das Psychatriemuseum ist v. a. auf Fachpublikum (Aus- und Weiterbildung, verwandte Einrichtungen) sowie Schulen und Tagesausflügler ausgerichtet. In den Museen gibt es Dauer- und Wechsausstellungen. Die durch den Geschichtsverein organisierten **Dauerausstellung im Rathaus** können zu den üblichen Geschäftszeiten des Rathauses besichtigt werden.

Die Zwiefalter Klosterbräu bietet ebenfalls nach Voranmeldung für Gruppen verschiedene **Brauereibesichtigungen** an. Das Angebot wird über den Internetauftritt der Brauerei kommuniziert. Für Individualreisende besteht keine Besichtigungsmöglichkeit außerhalb des einmal jährlich stattfindenden „Tages der offenen Tür“. Professionelle Führungen mit der Möglichkeit zur Verkostung und Vesper werden seit Dezember 2004 angeboten. Im Zeitraum Dezember 2004 bis Oktober 2005 fanden 100 Führungen statt.

Im Rahmen des **Geoparks Schwäbische Alb** gibt es im Steinbruch im Teilort Gauingen **Kreativ-Seminare** zu den Themen Steinbildhauerei, Schmuckgestaltung, Malerei, Zeichnen und Aquarellieren. Die verschiedenen Kurse werden jährlich für zwei Wochen im August angeboten. Die Anmeldung erfolgt über die Touristinformation Zwiefalten.

In den Sommerferien veranstaltet die Kolpingfamilie das **Kinderferienprogramm** „Hits für Kids“. Dieses steht auch für Gäste offen. Es werden drei Veranstaltungen pro Woche angeboten.

In Planung befinden sich der **historische Rundweg** und der **Mühlenweg** an der Aach.

3.7 Ausflugsziele in der Umgebung

In der Umgebung von Zwiefalten gibt es viele attraktive Ausflugsziele, die bequem mit dem PKW erreichbar sind. Die Anbindung mit dem ÖPNV ist demgegenüber schlecht.

- ALB-GOLD in Trochtelfingen (20 km)
- Bad Urach (40 km): Altstadt, Thermalbad, Freizeitbad
- Blaubeuren (42 km): Blautopf, Hammerschmiede, Kloster
- Reutlingen (50 km), Tübingen (60 km)
- Ulm (50 km): Ulmer Münster, Altstadt, Museen
- Bauten der Oberschwäbische Barockstraße: Kloster Obermarchtal (12 km), Riedlingen an der Donau (12 km), Schloss Mochental (17 km)
- Kloster Heiligkreuztal (15 km)
- Lautertal (10 km): Burgen, Ruinen, Kanu fahren

- Bussen (15 km): Wallfahrtsort „heiliger Berg Oberschwabens“
- Federsee (28 km): Federseesteg, Naturschutzzentrum, Wackelwald

Weiter sind die Landschaften Oberes Donautal (45 km), Bodensee (70 km); die zahlreichen Höhlen (Bären- und Nebelhöhle (37 km); die Freilichtmuseen (Bachritterburg Kanzach 27 km), Heuneburg Hundersingen (23 km), das Bauernmuseum Ödenwaldstetten (20 km) und die Schlösser und Burgen (Schloss Lichtenstein (35 km), Burg Teck Burg (60 km), Hohenzollern (50 km), Schloss Sigmaringen (34 km) lohnende Ausflugsziele.

Stärken und Schwächen – Freizeitgestaltung

Stärken

- Überregional bekannte Bedeutung des Münsters Zwiefalten / Barockstraße und der Wimsener Höhle
- hohe Bedeutung des Rad- und Wanderwegenetzes mit Anbindung an überregionales Wegesystem
- Führungen Münster, Museen, Brauerei
- Höhenfreibad
- Münsterkonzerte
- Weihnachtsmarkt / Fastnachtsumzüge
- AlbhofTour, Öko-Regio-Tour
- Albguides
- Freizeitmöglichkeiten in näherer Umgebung: Sport, Wellness
- Kneippanlage in Gossenzugen
- hohes Engagement der Vereine
- dörfliche Festkultur
- Kinderferienprogramm

Schwächen

- einseitiger Fokus der Tagesausflügler auf das Münster und die Wimsener Höhle
- hohe Wetterabhängigkeit / kurze Saison
- kein Schlechtwetterangebot
- kein spezielles Abend-Unterhaltungsangebot für Gäste
- unzureichende Vernetzung und Kommunikation bestehender Angebote
- mangelhafte Ausschilderung mit Informationstafeln zur Orientierung und zur Landschaftsinterpretation
- kaum themenbezogene Wander- und Radwanderwege
- unzureichendes Informationsangebot für „self-guided“ Touren
- geringe Bekanntheit der Sportmöglichkeiten für Gäste im Ort
- Spielplatzangebot
- kein Wellnessangebot
- zu wenig Märkte / Feste mit überregionaler Bedeutung

3.8 Gastronomie und Beherbergung

Gastronomie

Das gastronomische Angebot in Zwiefalten ist vielfältig. Es gibt Gasthöfe, Restaurants, Cafes und Gartenwirtschaften. Das Angebot entspricht der unteren und mittleren Preisklasse und ist größtenteils von der Schwäbischen Küche geprägt. Regionale Spezialitäten ebenso wie kulinarische Aktionen werden angeboten.

Einige der gastronomischen Einrichtungen in unmittelbarer Nähe zum Münster sind größtenteils auf Tagesgäste eingestellt. Bei diesen Betrieben spielt der Aufbau von Kundenbeziehungen eine untergeordnete Rolle.

Die Gartenwirtschaften mit ihrem Angebot regionaler Produkte stellen eine Bereicherung des gastronomischen Angebotes dar. In einigen Ortsteilen existiert darüber hinaus eine intakte lokale Wirtshauskultur.

Größtenteils kann ein Investitionsstau in der Zwiefalter Gastronomie festgestellt werden.

Beherbergung

Das Beherbergungsangebot der Gemeinde Zwiefalten bilden zwei Gasthöfe, zwei Pensionen, ein Ferienhaus (eh. Schullandheim des Landkreises Biberach im Ortsteil Upflamör), die Radlerherberge, mehrere Anbieter von Ferienwohnungen und Privatzimmern sowie ein Jugendzeltplatz (VIABONO⁸ Zertifizierung angestrebt). Das Segment Urlaub auf dem Bauernhof gibt es nur in der Form der Übernachtung der Wanderreiter (S. Kapitel).

Die gewerblichen Betriebe sind klein strukturiert, in vier Betrieben werden aktuell 71 Betten angeboten (Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Daten von 2005). Das Bettenangebot besteht aus einfachen Pensionen und einem einfachen Hotel. Inclusive der Privatanbieter stehen in Zwiefalten aktuell insgesamt 213 Betten zur Verfügung. Das geringe gewerbliche Bettenangebot bedingt einen Engpass in der Bettenkapazität zur Unterbringung von Gruppen.

Bei den meisten Gasthöfen gibt es seit langer Zeit einen Investitionsstau. Dies spiegelt sich v. a. in der Qualität und in der Ausstattung der Zimmer wieder. Die zukünftige Wettbewerbsfähigkeit dieser Betriebe ist ohne die notwendigen Investitionen nicht sichergestellt. Ausnahme bildet hier die 2001 eröffnete Radlerherberge.

Keine der Unterkünfte in Zwiefalten ist klassifiziert. Dies stellt für die Transparenz des Angebotes und für die Behauptung in der derzeitigen und zukünftigen Wettbewerbssituation ein großes Problem dar.

⁸ VIABONO-Gütesiegel = einheitliches Umweltgütesiegel in Deutschland

Zusatzangebote der einzelnen Leistungsträger (Übernachtung plus Radverleih, Gepäcktransport) sowie kombinierte Angebote (Kurzwochenende mit Menü, Rad- und Wandervorschläge inklusive Informationsmaterial etc.) fehlen. Weiter gibt es kein barrierefreies Angebot.

Stärken und Schwächen – Gastronomie und Beherbergung

Stärken

- vielfältiges Gastronomisches Angebot
- Regionale Küche und Aktionen
- Gartenwirtschaften
- intakte dörfliche Wirtshauskultur
- neue Übernachtungsmöglichkeiten:
Radlerherberge, Wanderreiten

Schwächen

- fehlende Klassifizierung
- Qualität und Kapazität des gewerblichen Bettenangebotes
- Investitionsstau
- „One-Shot-Prinzip“
- fehlende Übernachtungsmöglichkeiten auf Bauernhöfen
- fehlendes Zusatzangebot
- Tagesausflugsziel beeinflusst Bettenangebot indirekt
- Barrierefreie Angebote fehlen

3.9 Touristische Infrastruktur

Ergänzend zur **Touristinformation** im Rathaus wurde im Mai 2005 die **Informationsstelle für Tourismus, Natur und Kultur** im zentral am Münster gelegenen Peterstor eingerichtet. Hier stehen neben der Information für Gäste typische touristische Artikel, regionale Produkte, wie Lebensmittel und Albwacholderprodukte zum Verkauf. Sie ist in der Saison jeweils donnerstags bis sonntags von 10.00 – 12.30 Uhr und 13.30 bis 17.00 Uhr geöffnet. (ausführliche Betrachtung siehe Teil I)

Zu den übrigen Zeiten von Montag bis Mittwoch bzw. außerhalb der Saison von Oktober – Mai steht die Touristinformation zu den üblichen Öffnungszeiten des Rathauses für Gäste zur Verfügung. Auf diese Weise ist ein tägliches Angebot in der Saison gewährleistet.

Die **Beschilderung der Touristinformationen** ist momentan unzureichend. So ist die neu eingerichtete Informationsstelle im Peterstor z. B. im Gegenzug zur Touristinformation im Rathaus nicht beschildert.

3.10 Ortsbild und allgemeine Infrastruktur

Das **Barockmünster und die ehemalige Klosteranlage mit Parkanlage** bilden den Ortskern von Zwiefalten. Weitere historischen Gebäude sowie bauhistorische Attraktionen, die aus der Klosterzeit stammen, sind die Friedhofskapelle, das Peterstor, die ehemalige Pfarrkirche, der Wasserturm des Klosters.

Der **Ortskern um das Münster** wirkt nicht sehr einladend. Im Rahmen der geplanten Ortskernsanierung bestehen Änderungspläne für diesen Bereich. Das Peterstor – Eingangstor zum Münster – ist äußerlich momentan in einem unattraktiven Zustand. Die Farbe und der Putz blättern in Bodennähe ab, an den Wänden gibt es Schmierereien. Die Figuren im Durchgangsbereich sind von Spinnweben umsäumt. Weiter wirkt der Eingang steril. Hier würden gepflegte Blumenarrangements Abhilfe schaffen.

Die **öffentlichen Plätze** im Ort besitzen eine geringe Aufenthaltsqualität und laden aufgrund ihrer Gestaltung (wenig Blumen, wenig Spielplätze) nicht zum Verweilen ein.

Entlang der Radwege sind einige **Ortseingänge** als Lagerplätze sehr unattraktiv gestaltet

Der Durchgangsverkehr ist mit der **Bundesstraße 312** (Reutlingen – Biberach), welche mitten durch den Ort führt, sehr hoch und führt zu einer hohen Lärmbelastung. Die **Ortsdurchfahrt** insgesamt wirkt durch die breite Strasse, fehlendes Grün und die hohe Versiegelung unattraktiv. Auch hier gibt es Planungen zur Ortskernsanierung.

Weiter wirken die **Schaukästen** vor dem Münster (Anstrich) und die **Anschlagtafel** am Rathaus unattraktiv und bedürfen einer grundsätzlichen Erneuerung.

Auch die Attraktivität der **Anlage vor dem Münstereingang** (Anstrich der Bänke, Blumenarrangements) kann durch einfache Mittel gesteigert werden.

Am Münstervorplatz befindet sich die **öffentliche WC-Anlage**, deren Benutzung kostenpflichtig ist. Aufgrund der hohen Besucherzahlen des Münsters wird das WC von den Gästen sehr stark frequentiert. Das WC selbst bedarf einer Sanierung, das Gebäude wirkt wenig einladend und die Anlagen sind nicht mehr auf dem neuesten Stand. Hierzu gingen viele Beschwerden in der Informationsstelle Peterstor ein.

Stärken und Schwächen – Ortsbild, allgemeine Infrastruktur

Stärken

- Münster und Klosteranlage
- Park der Münsterklinik
- fertige Planung für Ortskernsanierung

Schwächen

- Gestaltung des Ortskerns, der Ortsdurchfahrt, der Ortseingänge
- äußerer Zustand historischer Gebäude
- Zustand der Schaukästen, Anschlagtafeln
- Zustand des öffentlichen WC

3.11 Verkehr, Erreichbarkeit und Beschilderung

Die Verkehrsanbindung der Gemeinde Zwiefalten über das **Straßennetz** ist gut. Die Bundesstraße B 312 von Reutlingen nach Biberach führt direkt durch den Ort. Über zahlreiche Landes- und Gemeindestraßen ist der Ort ebenfalls gut erreichbar. So bestehen gute Verbindungen in alle Himmelsrichtungen nach Reutlingen, Tübingen, Stuttgart, Bad Urach, Metzingen, Ulm, Sigmaringen und an den Bodensee.

Die Anbindung durch **öffentliche Verkehrsmittel** ist demgegenüber unzureichend. Zwiefalten besitzt keinen Bahnanschluss. Die Strecke Ulm – Sigmaringen ist ab der Bahnstation Riedlingen und die Strecke nach Stuttgart ist über Reutlingen erreichbar. An Sonn- und Feiertagen (Mai – Oktober) fährt der Lautertal-Freizeit Bus, der 20 Fahrräder transportieren kann, bis zum Münsinger Bahnhof, von wo aus weitere Anschlüsse bestehen.

Die Verbindungen mit dem Bus sind ab dem späten Nachmittag, am Wochenende und während der Schulferienzeit unzureichend. Ein großes Problem ist die verwirrende Gestaltung der Fahrpläne, so werden z. B. Ausnahmeregelungen unverständlich dargestellt.

Das vorhandene **Taxiunternehmen** und der seit Juli 2005 bestehende private **Rufbus** für acht Personen können die Schwächen des ÖPNV-Systems nicht in vollem Maße kompensieren.

Das **Parkplatzangebot** für Busse und PKW in unmittelbarer Nähe zur Hauptattraktion (Dobeltal, Rentalhalle, entlang der Klostermauer) ist ausreichend. Der Hauptparkplatz im Dobeltal ist gut beschildert. Am Peterstor gibt es eine Haltesstelle zum Aussteigen, einige Busfahrer nutzen diesen Platz jedoch teilweise als Parkplatz. Das Parkplatzangebot wird durch weitere Parkplätze für Wanderer und an Freizeiteinrichtungen sehr gut ergänzt.

Die **Beschilderung** im Ort ist weitgehend gut. Einige Schilder sind aufgrund ihres Zustandes erneuerungsbedürftig. An neun verschiedenen Standorten dienen Informationstafeln zur Orientierung. Das Symbol der Barockstraße an Beschilderung der Bundesstraße ist veraltet (vgl. Zustand im Nachbarlandkreis).

Stärken und Schwächen – Verkehr, Erreichbarkeit, Beschilderung

Stärken	Schwächen
- Straßennetz	- ÖPNV Anbindung, Fahrplangestaltung
- Lautertal-Freizeit Bus	- tlw. Beschilderung (Zustand)
- Parkplatzangebot	

3.12 Innen- und Außenmarketing: Kooperation, Kommunikation, Information

3.12.1 Interne Kommunikation der Tourismusakteure

Die Tourismusakteure in Zwiefalten besitzen verschiedene Kommunikations- und Kooperationsnetzwerke. Folgende Strukturen sind vorhanden:

Bürgermeisteramt: verantwortlich für die kommunale Tourismusedwicklung;
seit Mai 2005 in der Saison (sechs Monate) touristische Fachkraft in der Touristinformatio
Peterstor; **Beirat Informationsstelle Peterstor**

Verein zur Förderung des Gewerbes in Zwiefalten - FGZ Abteilung Tourismus:
Zusammenschluss von gewerblichen Tourismusakteuren
Seit Juli 2005 neu eingerichteter **Arbeitskreis Tourismus** in Zwiefalten:
Plattform zur Kommunikation aller direkt und indirekt am Tourismus Beteiligten

Die Kommunikation und Kooperation im Bereich Tourismus war nicht optimal. Mit der Schaffung des Arbeitskreises und der Informationsstelle im Peterstor besteht eine große Chance, die interne Kommunikation zu verbessern und die Kooperation auszubauen. Eine kontinuierliche Arbeit durch die Tourismusfachkraft wäre wünschenswert.

3.12.2 Außenmarketing

Zwiefalten präsentiert sich seinen Gästen über eine Imagebroschüre (Ortsprospekt) und diversen Informationen, wie einem aktuellen Gäste- und Unterkunftsverzeichnis, durch Vorschläge zur Freizeitgestaltung (Wandern, Radeln, Höhenfreibad). Im Juli 2005 wurde eine Broschüre zur Tagesgestaltung für Gruppen herausgegeben. Eine weitere Broschüre zu „Sehenswürdigkeiten und Freizeitmöglichkeiten in Zwiefalten“ wurde im Juli 2006 aufgelegt, diese gibt einen Gesamtüberblick über das touristische Angebot und ist für Individualtouristen und Gruppenreisende gleichermaßen geeignet.

Die unterschiedlichen Materialien, welche vor 2005 erstellt wurden, weisen **keine einheitliche Darstellung** auf. Sie sind zum Teil nicht auf dem neuesten Stand und die Handzettel zur Freizeitgestaltung sind inhaltlich und optisch nicht zeitgemäß. Die neu erstellten Gruppen- und Freizeitbroschüren mit der Verwendung des Zwiefalter Logos, könnten als Gestaltungsgrundlage für die Zukunft dienen, um einen Wiedererkennungseffekt durch **Corporate Design** zu erreichen. Das bereits vorhandene Logo mit dem geschwungenen „Z“ bietet hohes Potential für die Schaffung eines prägnanten und einheitlichen Auftrittes der Gemeinde.

Die wenigen touristischen Prospekte verweisen auf das Gastronomie- und Beherbergungsangebot und sprechen hier v. a. die Zielgruppe der Wanderer und Radler an. Nur im Gruppen- und Freizeitprospekt sind verschiedene Angebote (Gläserne Produktion, Münster und Museen, Gastronomie etc.) zielgruppengerecht zusammengestellt.

Verbesserungsmöglichkeiten bestehen in der zielgruppenspezifischen Ansprache (z. B. Familien) und der Benennung bereits bestehender konkreter Angebote in Zwiefalten (AlbhofTour, Albguides etc.), wie sie in den neu erstellten Broschüren bereits umgesetzt wurden.

Auf der Homepage und im Mitteilungsblatt der Gemeinde werden die Veranstaltungen angekündigt. Eine Trennung für Gäste und Einheimische erfolgt nicht. Ein thematischer Jahreskalender (hier v. a. Kultur) und ansprechende Monatsaushänge würden die Kommunikation des Angebotes verbessern.

Wichtig ist die **Verteilung der Informationsmaterialien** an touristischen Orten mit dem Ziel die Informationen breit zu streuen. Auf touristischen **Messen** ist die Gemeinde Zwiefalten nicht direkt vertreten. Der Tourismusverband Schwäbische Alb TVSA nahm im August 2005 die Gruppenangebote auf die Fachmesse der Bustouristik RDA in Köln mit.

Im Sommer 2006 wurde ein Mailing an Tourismusorganisationen und Touristinformationen in der näheren und weiteren Umgebung mit den neu geschaffenen Informationsmaterialien verschickt. Darüber hinaus wurde die Vernetzung zu bestehenden touristischen Einrichtungen ausgebaut, um das touristische Angebot Zwiefaltens transparent zu machen und Kooperationen aufzunehmen. Dies betrifft u. a. die Mitnahme von Informationsmaterial durch Partner auf verschiedene Veranstaltungen, wie bspw. den Ersten Schwäbischen Alb Tag am 12. September 2006.

Ein wichtiges Medium im Rahmen der Tourismusvermarktung stellt das **Internet** dar. Der Tourismusteil im Internetauftritt der Gemeinde besitzt Schwächen bei der Navigation und bei der Darstellung konkreter Angebote und sollte insgesamt übersichtlicher gestaltet werden. 2006 wurden deshalb die touristischen Angebote Zwiefaltens konkretisiert und das neu geschaffene Informationsmaterial (Broschüren und Wanderwegbeschreibungen) zum Herunterladen zur Verfügung gestellt.

Fremdsprachige Informationsmittel über Zwiefalten liegen nicht vor.

Stärken und Schwächen – Kooperation, Kommunikation, Information

Stärken

- neuer Arbeitskreis Tourismus Zwiefalten bietet Potential für endogene Entwicklung
- Initiierung des Projektes Peterstor
- Informationsmöglichkeit am Wochenende
- Zwiefalter Logo „Z“ bietet hohes Potential für das Corporate Design

Schwächen

- Kooperation unter den Akteuren
- tlw. Informationsmaterialien (Veranstaltungskalender, Freizeitvorschläge)
- fehlende Zielgruppenansprache
- Internetauftritt
- Corporate Design der Broschüren
- kein mehrsprachiges Informationsmaterial
- Informationsstreuung

3.13 GeoPark-Infostelle Zwiefalten

Zwiefalten ist bestrebt im GeoPark Schwäbische Alb eine GeoPark Infostelle einzurichten. Diese Infostellen werden an geologisch herausragenden Punkten innerhalb eines GeoParkes eröffnet. Das Potential für eine GeoPark-Infostelle in der Werkhalle des Gauinger Steinbruchs wird seitens der Tourismusfachleute der Region als sehr hoch eingestuft.

Was ist ein Geopark?

Die Schwäbische Alb erhielt aufgrund ihrer Bedeutung und Einzigartigkeit die Anerkennung als Nationaler (2003), Europäischer und Globaler Geopark (2004) der UNESCO. Der GeoPark ist ein Gütesiegel und keine Schutzgebietskategorie. Er erschließt erdgeschichtliche, archäologische und / oder geschichtliche Besonderheiten von Landschaften im Rahmen von Konzepten zur Nutzung für touristische und pädagogische Zwecke sowie zur nachhaltigen Wirtschaftsentwicklung. Die Vernetzung und die Weiterentwicklung qualitativ hochwertiger Angebote (Schauhöhlen, Geopfade, Klopflätze etc.) stehen im Vordergrund.

Die Besonderheit der Schwäbischen Alb

Das Jura der Schwäbischen Alb mit weltweit bedeutenden Fundstellen von Fossilien und geologischen Aufschlüssen ist das Alleinstellungsmerkmal dieses GeoParks. Die Bedeutung der Schwäbischen Alb zieht sich durch die Geschichte:

Höhlen als Lebensräume für Tiere der Eiszeit und für Menschen in der Steinzeit

Nutzung geologischer Rohstoffe (Eisenerzverhüttung der Kelten)

aktuelle Kalktuffentstehung

Zwiefalten als zukünftige GeoPark-Infostelle

Die geplante GeoPark-Infostelle auf dem Gelände des Gauinger Steinbruchs in Zwiefalten soll in das dort vorgesehene Dokumentationszentrum integriert werden, in welchem über die traditionsreiche Nutzung und Verwendung von Rohstoffen (Stein, Wasser) in der Geschichte der Alb informiert wird. Angedacht sind archäologische, historische und industrielle Bildungsangebote, eventuell mit besonderer pädagogischer Ausrichtung für Schulklassen, Jugendgruppen. Der Steinbruch mit Werkhalle wird regional vernetzt mit dem Zwiefalter Münster (als Beispiel für den Natursteineinsatz an historischen Gebäuden), der Wimsener Mühle bzw. Höhle, der Touristinformation im Peterstor und dem im Münsinger Bahnhof 2006 eingerichteten Tourismus- und Umweltzentrum.

Der Auftrag zur Erarbeitung eines Konzeptes für diese Infostelle wurde im Sommer 2005 vergeben. Ein wichtiger Partner für das geplante Doku-Zentrum mit Geoparkinfostelle wurde im Industrieverband Steine und Erden gefunden.

Was sind die geologischen Besonderheiten in und um Zwiefalten:

traditioneller Steinabbau in den Steinbrüchen Gauingen und Sonderbuch, Besonderheit des Gauinger Travertins (beliebte Fassadenverkleidung)

Aufschlüsse (Massenkalk), Felsformationen, Terrassierung

Wimsener Höhle als Karstphänomen (Oberflächenversickerung, Ausfällung von Kalk: Tropfstein, Höhlenbildung)

Zwiefalten besitzt mit den Kreativkursen im Steinbruch Gauingen (Steinbildhauen, Malerei und Zeichnen, Schmuck Gestaltung sowie Rahmenprogramm) seit neun Jahren ein erfolgreiches Geo-Tourismus Produkt im GeoPark Schwäbische Alb.

3.14 Zukünftiges Biosphärengebiet Schwäbische Alb

Biosphärengebiete dienen dem Schutz einer einzigartigen Natur- und Kulturlandschaft. In Deutschland gibt es derzeit 14 von der UNESCO anerkannte Biosphärengebiete. In Baden-Württemberg ist das geplante Biosphärengebiet mit dem einzigartigen Kerngebiet des ehemaligen Münsinger Truppenübungsplatzes, das erste seiner Art.

Der Schutz einer typischen und einzigartigen Landschaft und ihrer Ökosysteme ist ebenso entscheidend wie beispielhafte und ressourcenschonende Wirtschaftsweisen in Industrie und Handwerk [...] in Dienstleistungsbranchen, im Fremdenverkehr, in der Landwirtschaft und bei öffentlichen Nahverkehr – kurz in allen nur denkbaren Bereichen. Das Projekt Biosphärengebiet ist also nicht nur ein Naturschutzprojekt, sondern vor allem eine Entwicklungschance für die Region. Mit dem Projekt soll auch der Tourismus gestärkt werden, in dem die Schwäbische Alb als erstes Biosphärengebiet Baden-Württembergs international bekannt wird.⁹

Auf einer Fläche von momentan 85.000 ha¹⁰ wird das Biosphärengebiet Schwäbische Alb entstehen. Die Gemeinde Zwiefalten wird nach dem vorläufigen Stand im Südwesten des zukünftigen Biosphärengebietes liegen. Die Regionalentwicklung in Biosphärengebieten bietet in verschiedensten Bereichen, so auch im Tourismus neue Möglichkeiten und Chancen. Nach Auskunft der Verantwortlichen soll dem Weiler Wimsen - in unmittelbarer Nähe zu Zwiefalten – eine zentrale Rolle im touristischen Bereich im Rahmen des Biosphärengebietes zugeteilt werden. Die Vernetzung und Bündelung touristischer Angebote unter dem Dach des geplanten Biosphärengebietes eröffnet dem Zwiefalter Tourismus neue Perspektiven v. a. innerhalb der touristischen Vermarktung auf überregionaler, nationaler und internationaler Ebene.

⁹ Quelle: Auszug aus dem Infoblatt Nr. 1 zum Biosphärengebiet Schwäbische Alb

¹⁰ Stand: 30.09.2006

3.15 Bewertung der Stärken und Schwächen

Die vorliegende Stärken und Schwächen Analyse des Tourismus in Zwiefalten zeigt ein vielfältige Stärken und Potentiale für dessen Weiterentwicklung auf.

Im Bereich des **sanften Tourismus** gibt es mit den Albguides, der AlbhofTour und dem Wanderreiten sehr gute Angebote, die im Sinne der Profilierung touristischer Aktivitäten in Zwiefalten noch besser herausgestellt und vernetzt werden müssen.

Die Kopplung der touristischen Angebote im geplanten Biosphärengebiet Schwäbische Alb und im GeoPark Schwäbische Alb bieten große Chancen für die Vermarktung

Die Themenfelder **Natur und Landschaft, Geschichte, Kultur und lokale Wirtschaft** bieten aufgrund ihrer Besonderheiten hohes Potential zur Einbindung in die touristische Angebotsgestaltung.

Demgegenüber konzentrieren sich die **Schwächen** zum Teil auf die **touristische Infrastruktur** (Beherbergung, ÖPNV-Anbindung), die unzureichende **Gestaltung von konkreten, zielgruppenspezifischen Angeboten** und die **Vernetzung** bestehender Angebote.

Regionaltypische Aspekte im Sinne von Natur- und Landschaft, Kultur, Geschichte und weiteren Besonderheiten werden kaum für die Profilierung herausgestellt. Hier sollten Alleinstellungsmerkmale gezielt eingesetzt werden.

Folgende **Alleinstellungsmerkmale** wurden herausgearbeitet:

Natur und Landschaft

- Geologie: Wimsener Höhle und Steinbruch Gauingen mit Travertinvorkommen
- Flora: Märzenbecherblüte, Wacholderheiden, Orchideenarten
- Fauna: Forellen, Graureiher, Blauschwarzer Eisvogel
- Abwechslungsreiches Relief mit Albhochflächen und eingeschnittenen Flusstälern

Kultur, Baugeschichte

- Münster, Klosteranlage, weitere historische Gebäude

Geschichte

- Klostersgeschichte, Weiterentwicklung des Ortes
- Heuneburg, ehemalige Burg- und Wehranlagen

regionale Wirtschaft

- Brauerei
- Prägung der Kulturlandschaft durch die Landwirtschaft
- Mühlen, Backhäuser, Pumpwerk

4 Übergeordnete Entwicklungsziele

Hauptziel = Schaffung eines zukunftsfähigen Tourismus in Zwiefalten

Nutzung der hohen Besucherfrequentierung des Zwiefalter Münsters

Der Fokus des Besucher muss weiter über das überregional bekannte Münster hinaus geschärft werden. Die bereits bestehende Frequenz der Gäste zusammen mit den landschaftlichen und kulturellen Besonderheiten bietet ein sehr hohes Potential für den Tourismus in und um Zwiefalten. Eine zentral gelegene Informationsstelle im Peterstor bietet dem Gast die nötige Transparenz und ist damit unersetzlich.

Umsetzung einer nachhaltigen und langfristigen touristischen Entwicklung

Dafür sind die Partizipation und das Engagement der Bevölkerung von höchster Bedeutung. Über Multiplikatoren aus allen gesellschaftlichen Bereichen muss ein positives Image des Tourismus in der Gesamtbevölkerung gefördert werden.

Nutzung des hohen Potentials der Alleinstellungsmerkmale für die Erweiterung des touristischen Profils von Zwiefalten

Zur Schärfung des touristischen Profils der Gemeinde müssen die Alleinstellungsmerkmale im gesamten Marketing, in der Produktgestaltung sowie in der Kommunikation insgesamt gezielt eingesetzt werden. Zur Koordination und Umsetzung ist eine „aktive“ Touristinformation im Peterstor geeignet.

Erhöhung der Aufenthaltsdauer der Übernachtungsgäste im Ort

Zwiefalten und Umgebung besitzt attraktive Bedingungen für den Kurzurlaub und die Ferienerholung. Eine bessere Vernetzung und der Ausbau der Kommunikation bestehender Angebote auf lokaler und regionaler Ebene können dem Gast Transparenz über das touristische Angebot liefern. In Kombination mit einem guten Gastgeber ist das Image Zwiefaltens als Kurzurlaubs- und Urlaubsziel zu stärken.

Sicherung der zukünftigen Wettbewerbsfähigkeit der touristischen Dienstleister

Dazu ist die Anpassung des eigenen Angebotes an die vorhandenen Wettbewerbsbedingungen und die Bereitschaft „neue Wege zu gehen“ nötig. Es ist anzunehmen, dass auch in Zukunft der Wettbewerb in der Branche weiter zunehmen wird.

5 Maßnahmenvorschläge zur Weiterentwicklung des Tourismus in Zwiefalten

5.1 Innenmarketing

Eine langfristige und nachhaltige Entwicklung des Tourismus in Zwiefalten erfordert zum einen funktionierende **Kommunikations- und Kooperationsstrukturen** und zum anderen fortlaufendes politisches Engagement und die Unterstützung durch relevante Interessengruppen. Die Stärken-Schwächen Analyse zeigt die verschiedenen internen Kommunikations- und Kooperationsstrukturen (Kapitel 3.12.1) auf. Die interne Kommunikation der Tourismusakteure wurde durch die Schaffung des Beirats zur Informationsstelle Peterstor und die Einrichtung des Arbeitskreises Tourismus im Jahr 2005 erheblich gestärkt.

Stärkung des Arbeitskreises Tourismus

Dem Arbeitskreis Tourismus sollte in Zukunft mehr Bedeutung zugemessen werden. Eine Fusion mit dem Beirat ist empfehlenswert, um die Kräfte in einem Gremium zu bündeln.

- optimale Diskussionsplattform für den nachhaltigen Tourismus und die Partizipation der einheimischen Bevölkerung
- Engagement der Mitglieder aus den verschiedensten Bereichen (Gastronomie, Beherbergung, Landwirtschaft, Naturschutz, Vereine etc.)
- Zielsetzung und gemeinsame Ausarbeitung
- Multiplikatoren die zur positiven Innendarstellung des Tourismus innerhalb der lokalen Bevölkerung beitragen
- politisches Engagement erforderlich

Vermittlung eines positiven Images des Tourismus

Die Arbeit der Informationsstelle hat gezeigt, dass dem Tourismus in der Bevölkerung kein durchgängig positives Image zugeschrieben wird. Der gezielten **Bewusstseinsbildung in der Bevölkerung** und der **Innendarstellung des Tourismus** ist in Zukunft ein höherer Stellenwert beizumessen. Das erforderliche Engagement kann durch Personen des öffentlichen Lebens sowie weiteren Multiplikatoren, wie bspw. Mitglieder des Arbeitskreises Tourismus generiert werden. **Zukünftig müssen die Akteure aus den verschiedensten Bereichen ihre Zusammenarbeit ausbauen und gemeinsam das Ziel „Schaffung eines zukunftsfähigen Tourismus in Zwiefalten“ verfolgen.**

Die Transparenz der touristischen Arbeit (PR in Tageszeitungen und Amtsblatt, Veröffentlichung von Protokollen, öffentliche Sitzungen) die bereits erfolgreich im Rahmen der Informationsstelle Peterstor realisiert wurde, sowie die Bewusstseinsbildung hin zu einem nachhaltigen Tourismus kann das positive Image des Tourismus innerhalb der Bevölkerung Zwiefaltens stärken und ausbauen. Somit kann ein ausreichender Rückhalt sowie zukünftiges Engagement innerhalb der Bevölkerung für die Weiterentwicklung des Tourismus generiert werden.

Einzelne Maßnahmen des Innenmarketings:

- Kontinuierliche **Presse- und Öffentlichkeitsarbeit** zur Schaffung von Transparenz der touristischen Arbeit seitens der Gemeinde Zwiefalten, der FGZ Fachgruppe Tourismus, der touristischen Leistungsträger. Die Information über Aktivitäten, Aktionen und Erfolge des Tourismus kann in Tageszeitungen und im Amtsblatt erfolgen.
- **Stärkung des Arbeitskreises Tourismus**
- **Verbesserung der Kommunikation** unter den einzelnen touristischen Akteuren
- **Tourismus-Fachkraft** in der Informationsstelle im Peterstor
Koordination, Impulsgeber, Weiterentwicklung des Tourismus

5.2 Außenmarketing

Für das Außenmarketing ist ein einheitlicher Auftritt des Tourismusortes von hoher Bedeutung. In der vorliegenden Analyse wurde die Schwäche des Informationsmaterials hinsichtlich der fehlenden Zielgruppenansprache und des fehlenden Corporate Designs herausgearbeitet. Der Schaffung eines prägnanten und einheitlichen Auftritts der Gemeinde Zwiefalten sollte höchste Priorität beigemessen werden.

Das Internet nimmt im Rahmen der heutigen Kommunikation und damit auch in der Tourismusvermarktung eine stets wachsende Rolle ein. Die vorhandene Präsentation kann sich mit den aktuellen Anforderungen nicht mehr messen.

Einzelne Maßnahmen des Außenmarketings:

- Nutzung des vorhandenen Zwiefalten Logos mit dem geschwungenen „Z“ im Rahmen eines **Corporate Design** bei der Neuauflage und der Neugestaltung aller Broschüren, bei der Gestaltung von Anzeigen sowie bei der Neugestaltung des Internetauftrittes der Gemeinde. Das Logo könnte auch für andere Bereiche über den Tourismus hinaus Verwendung finden.
- **Zielgruppenspezifische Ausrichtung** der Informationsmaterialien
- Mögliche **neue Informationsmaterialien** könnten sein:
Veranstaltungskalender speziell für Gäste mit monatlichem Aushang
spezieller Kulturkalender mit monatlichen Aushang
- Die **Neugestaltung des Internetauftrittes** der Gemeinde und im speziellen der Tourismusteil sollten in kürzester Zeit realisiert werden. Wichtig bei der Gestaltung sind ein ansprechendes Layout, eine übersichtliche Navigation und Seitengliederung, die Darstellung konkreter touristischer Angebote und die Einbeziehung von Bildmaterial.
- Eine **breite Informationsstreuung** des touristischen Informationsmaterials in relevanten Einrichtungen (Touristinformationen, Tourismusorganisationen, Incoming Agenturen) ist empfehlenswert. So können neue Informationsmaterialien in einem Mailing über die bestehenden Mailinglisten versandt werden und im Internet als pdf zum Herunterladen zur Verfügung gestellt werden.
- Die **Kooperation mit Tourismusgemeinschaften** ist auf Grund des Bekanntheitsgrades dieser Dachmarken und der größeren Marktdurchdringung empfehlenswert. Auf diese Weise können weitere Multiplikatoreffekte erzielt werden. Dies betrifft die Gebiete:
- Auftritt bei Messen und Veranstaltungen

- Anzeigen in Themenmagazinen
- Teilnahme an Jubiläen und Aktionen (bspw. Aktionstage des Geoparks)
- Beteiligung an Mailings (bspw. Gruppenunternehmen des TVSA)
- Präsenz im Internetauftritt etc.
- **Kontinuierliche Presse- und Öffentlichkeitsarbeit** zu Aktionen, Veranstaltungen, neuen touristischen Produkten und redaktionelle Beiträge in lokalen Medien (Mitteilungsblatt, Wochenblätter) und Regionalen Medien (Reutlinger Generalanzeiger, Schwäbische Zeitung, Albbote) und die Medien der Ballungszentren
- Die **Schaltung von Anzeigen** sollte je nach Werbemittel gut abgewogen werden, da hohe Kosten entstehen können. Eine professionelle Gestaltung ist empfehlenswert.
- Die **Informationsstelle im Peterstor** trägt zur Prägung eines positiven Images der Gemeinde über den Tourismus hinaus bei.

5.3 Ideen für neue touristische Produkte

Die in der Stärken und Schwächen Analyse herausgearbeiteten Alleinstellungsmerkmale Zwiefaltens bieten sich für die Gestaltung neuer touristischer Produkte an. Die Gästestruktur in Zwiefalten wird eindeutig von den Tagesgästen dominiert. Diese lassen sich in Gruppenreisende und Individualreisende untergliedern. Für diese Zielgruppen ist es von hoher Bedeutung, neue Produkte in Ergänzung der bereits etablierten Angebote (Besichtigung des Münsters, der Museen, der Brauerei etc.) zu gestalten. Die vorhandenen Besichtigungsmöglichkeiten im Rahmen von Führungen sind momentan nur für Gruppen auf Voranmeldung möglich, Individualreisende werden dabei nicht berücksichtigt.

Führungen bieten ein hohes Wertschöpfungspotential für den Tagestourismus in Zwiefalten. Die Nutzung der etablierten Angebote verdeutlicht das vorhandene Nachfragepotential.

Für die Schaffung neuer Produkte ist folgendes zu beachten:

- Erweiterung der thematischen Führungen durch Einbindung der Alleinstellungsmerkmale Zwiefaltens (Geschichte, Kultur, Handwerk)
- breiteres Angebot für Tagesgäste
- Wertschöpfungspotential
- Einführung von festen Terminen für das gesamte Angebot an Führungen (wöchentlich, monatlich oder im Rahmen eines Veranstaltungsprogramms)
- Neues Angebot für Individualreisende und Tagesausflügler
- Fokussierung der Nachfrage auf den speziellen Termin
- Einführung von Veranstaltungen „Geschichte live erleben“ zum Mitmachen
- Integration der Vermarktung von regionalen Produkten in die Angebotsgestaltung, i. S. v. kleinen Kostproben (Brot, Bier, Apfelsaft, Käse etc.) und Hinweis auf bzw. Besuch von Direktvermarktern
- Integration von Naturschutz

Folgende **Alleinstellungsmerkmale** Zwiefaltens bieten sehr hohes Potential für die touristische Inwertsetzung:

Natur und Landschaft

- Geologie: Wimsener Höhle und Steinbruch Gauingen mit Travertinvorkommen
- Flora: Märzenbecherblüte, Wacholderheiden, Orchideenarten
- Fauna: Forellen, Graureiher, Blauschwarzer Eisvogel
- Abwechslungsreiches Relief mit Albhochflächen und eingeschnittenen Flusstälern

Kultur, Baugeschichte

- Münster, Klosteranlage, weitere historische Gebäude

Geschichte

- Klostersgeschichte, Zeugnisse der Klosterzeit bspw. Fasnetfiguren (Klosterrälle
- Weiterentwicklung des Ortes
- Heuneburg, ehemalige Burg- und Wehranlagen

Regionale Wirtschaft

- Brauerei
- Prägung der Kulturlandschaft durch die Landwirtschaft
- Handwerk: Mühlen, Backhäuser
- Pumpwerk und dessen Bedeutung für die Wasserversorgung der Albhochflächen

5.3.1 Produkt Themenführung

Mönchswanderung

Entlang der Zeugnisse aus der Zeit des Klosters (Sühnekreuze, Galgenberg etc.) führt der Mönch (in entsprechender Kleidung) des Zwiefalter Klosters die Besucher und unterhält diese mit Anekdoten aus „seinem Lebensalltag“ und im Bezug zur Entwicklung des Klosters.

- Darsteller des Mönches ist ein Person aus Zwiefalten oder ein Schauspieler
- Unterwegs können kleine regionale Köstlichkeiten (Getränke, Kostproben, wie bspw. Brot aus Backhäusern) probiert werden, die in einem Leiterwagen mitgeführt werden. Oder man besucht im Anschluss die Brauerei und erhält ein Freigetränk.
- Die Route könnte vom Ortskern zu einer Anhöhe führen (Ausblick).
- Feste Termine in der Saison (Juni – Oktober) bspw. ein mal monatlich bzw. auf Voranmeldung für Gruppen.
- Der Preis für die Führung sollte bei einer Dauer von bis zu 1,5 Stunden für Erwachsene um die 5 € liegen.

Zur Vorbereitung einer solchen Tour sind nötig:

- Suche nach geeigneten Personen für die Mönchswanderung in Zwiefalten und Integration in die Entwicklung des Produktes
- Ausarbeitung der Wanderroute und interessanter Texte zu den einzelnen Stationen und den persönlichen Anekdoten des Mönches durch die zukünftigen Gästeführer
- Zielgruppenorientierung der Touren z. B. für Schulklassen wäre möglich
- Festlegung des Führungspreises für eine Mindestteilnehmerzahl

- Werbung für die Führung in regionalen Medien, bei den Tourismusorganisationen etc.
- Erste Tour für Multiplikatoren

Handwerker

Das Konzept der Mönchswanderung ist auf eine Führung durch einen Handwerker übertragbar. Schwerpunkte dieser Führung können sein:

- Entwicklung des Handwerks rund um das Benediktinerkloster
- Einblick in das Leben eines Handwerkers
- Besuch von erhaltenen Zeugnissen, wie Mühlen, Hammerwerk usw.

5.3.2 Produkt Natur- und Landschaftsführung

Für Naturführungen besteht mit den **Albguides** ein bewährtes und vernetztes Angebot in der Region. Mit seiner abwechslungsreichen Naturlandschaft und den damit verbundenen Alleinstellungsmerkmalen besitzt Zwiefalten und Umgebung Potential für die Erweiterung des touristischen Angebotes im Bereich der Naturführungen. Führungen können auch vom **Schwäbischen Albverein**, dem **NABU** und weiteren **Privatpersonen** übernommen und stärker als bisher beworben werden.

Führungen zur Geologie

Der Steinbruch Gauingen mit seinem Travertinvorkommen

- Abriss Geologie der Schwäbischen Alb
- Was ist der Travertin für ein Gestein?
- Wo wurde er in Zwiefalten eingesetzt?

Die Wimsener Höhle und die Sinterterrassen im Hasenbach

- Karstphänomene allgemein und auf der Schwäbischen Alb (Formen, Wasserproblematik und Auswirkungen auf die Vegetation)
- Die Entstehung der Wimsener Höhle, die Quelhöhle der Zwiefalter Aach

Führungen zu Flora und Fauna

- Entdeckung der Lebensräume der Graureiher, Blauschwarzen Eisvögel und der Forellen
- Felsen und Höhlen in der Wimsener Klamm und im Dobeltal (Vegetation, Lebensräume)
- Märzenbecherblüte, Orchideenblüte – Touren zur Blütezeit
- Wacholderheidenwanderung

5.3.3 Produkte „Zum Anfassen und Mitmachen“

Hier handelt es sich um ein Veranstaltungsprogramm, welches für Besucher zum Mitmachen einlädt. Diese Angebote sind bspw. in der Ferienzeit mit Übernachtungen kombinierbar. Das Kinderferienprogramm der Kolpingjugend bietet hierzu interessante Ideen, wie bspw. Töpferkurse.

Backen im Backhaus

Die Tradition des gemeinschaftlichen Backens in Backhäusern wird heute in einigen Teilorten der Gemeinde aktiv betrieben. Die Sonderbäcker haben für das Backhaus des Teilortes ein Angebot für Gruppen entwickelt. Die Werbebroschüre wird derzeit entwickelt. Die Einstellung des transparenten Angebotes auf die Internetseite der Gemeinde zum Herunterladen ist empfehlenswert.

Dieses Angebot lässt sich mit der Werbung für die landwirtschaftliche Direktvermarktung sehr gut kombinieren und stellt als Aktivangebot eine wichtige Ergänzung im Rahmen der Gruppenangebote in Zwiefalten dar. Es ist sowohl für Tagesausflüge (z. B. Betriebsausflüge) und auch als Aktivität während eines längeren Aufenthaltes geeignet.

5.4 Besucherlenkung

Der Besucherlenkung kommt in sensiblen Räumen bei Überbeanspruchung durch Erholungssuchende eine hohe Bedeutung zur Minimierung der negativen Einflüsse zu. Die Stärken-Schwächen-Analyse zeigte in Zwiefalten **zum Zeitpunkt der Bestandsaufnahme keine Konflikte** dieser Art auf. Die Situation sollte in Zukunft weiter gemessen werden und bei Bedarf die bisher gewachsenen Besucherströme durch eine bewusste Steuerung beeinflusst werden. Bspw. ist die Nutzung des Wanderweges nach Wimsen durch Radfahrer (Strecke von der Fischzucht bis zur Wimsener Mühle) ebenso wie die Orchideen-Biotop (Frauenschu) im Dobeltal und nahe der Heuneburg bei einem höheren Besucheraufkommen zukünftig einzuschränken. Hierzu wären *harte Maßnahmen* (Ge- und Verbote) sowie *Maßnahmen zur Ablenkung* (Wegerückbau) geeignet.

Die Umsetzung so genannter *sanfter Maßnahmen* ist im Rahmen der **Informations- und Bildungsarbeit** empfehlenswert und kurzfristig umsetzbar. Die Einrichtung von Hinweisschildern und Informationstafeln an gut frequentierten Wegen, wie bspw. dem Fußweg nach Wimsen, wäre zur Information der Gäste über die Besonderheiten der Natur sehr geeignet. Evtl. lassen sich für diese Beschilderung einzelne Sponsoren gewinnen.

Einen **Lehrpfad** auf dem Gemeindegebiet einzurichten ist auf Grund der veränderten Förderstrukturen eher weniger zu empfehlen. Ein Vorschlag für einen Naturlehrpfad wurde vom Naturschutzbeauftragten Herrn Franz im Zusammenarbeit mit der Informationsstelle im Peterstor erarbeitet (s. Routenvorschlag Anhang 11).

Zur Entzerrung der Besucherströme auf dem Fußweg nach Wimsen könnte nahe des Beregnungsplatzes des Forstamtes ein weiterer Grillplatz eingerichtet werden. Die Integration des angrenzenden Natursees durch Freilegung der verwachsenen Zugänge und dem Aufbau von Ruhebänken wäre hierfür geeignet.

5.5 Regionale Produktvermarktung

Die bereits **starke Integration Zwiefalter Betriebe in die Direktvermarktung regionaler Produkte** (Verkaufsstellen regionaler Produkte, AlbhofTour Betriebe, Verein Regionales Regal) sollte weiter ausgebaut werden. Im Rahmen der Bestandaufnahme für die Gruppenangebote haben fünf verschiedene landwirtschaftliche Betriebe dem Einblick in Ihre Gläserne Produktion zugestimmt.

Eine **gezielte Nutzung des hohen Besucheraufkommens in Zwiefalten** wird durch die Möglichkeit der Direktvermarktung in der Informationsstelle Peterstor und im Hofladen der Fischzucht Illing am beliebten Wanderweg nach Wimsen bereits an den **touristischen Magnetpunkten** vor Ort realisiert. In der Informationsstelle ist ein besserer Verweis auf die Möglichkeit zum Direkteinkauf beim Erzeuger (Anbau, Herstellung, Vermarktung) bspw. durch ansprechende Informationstafeln im Rahmen einer Miniausstellung möglich.

In der **Gastronomie** sind die **Angebotsprofilierung** über regionale Produkte und die **Transparenz** dieses qualitativ hochwertigen Angebotes für den Gast im Rahmen der Vermarktung zukünftig ausbaufähig.

Die Landwirte können durch die Einbeziehung in den Tourismus eine weitere Erwerbsquelle erschließen oder bereits ausbauen. Bisher fehlt in Zwiefalten das Segment „**Urlaub auf dem Bauernhof**“.

Im Rahmen des neuen **Biosphärengebietes Schwäbische Alb** entstehen über die vorhandenen Förderprogramme des Landkreises Reutlingen hinaus neue Chancen zur Stärkung der regionalen Produktvermarktung.

5.6 Freizeitangebot

Die **Attraktivität des Wegenetzes** könnte an hochfrequentierten Wegen durch weitere Ruhebänke und Informationstafeln zu Besonderheiten der Natur- und Kulturlandschaft in Zwiefalten gesteigert werden.

Für die zahlreichen Radtouristen sollten an relevanten Punkten, wie bspw. dem Münster **Fahrradabstellplätze** mit geeigneten Fahrradständern eingerichtet werden.

Im Zentrum Zwiefaltens gibt es kein attraktives **Spielplatzangebot**. Die Grünfläche vor dem Rathaus in unmittelbarer Nähe zum Münster würde sich sehr dafür eignen, den Ortskern lebendig zu gestalten. Der Erfolg der Kneippanlage in Gossenzugen zeigt, dass eine weitere **Kneippanlage** direkt an der Treppe zur Zwiefalter Aach im Rahmen der Ortskernsanierung empfehlenswert ist. Diese Maßnahmen dienen neben der **Attraktivitätssteigerung im Ortskern** auch dazu die Aufenthaltsdauer der Gäste zu erhöhen

Bisher ist die **Ausschilderung der Wanderwege** in unmittelbarer Nähe des Münsters unzureichend. So sollte bspw. der Einstieg zum Fußweg nach Wimsen im Informationsbereich vor dem Münster (Schaukästen) kommuniziert werden.

Der **Ausbau von self-guided Touren**, die man auf eigene Faust unternehmen kann, sollte vorangetrieben werden. Der **Historische Rundweg** und der geplante **Mühlenweg** eignen sich hervorragend dafür. Eine Beschilderung der Route (mit Informationstafeln oder Standortnummern, die in einer Broschüre erläutert werden s. Anhang 12) ist für die Begehung auf eigene Faust am Wichtigsten. Zur Finanzierung der Broschüre ist eine Schutzgebühr von bspw. 0,50 € vertretbar.

Wie die Erfahrungen aus der Informationsstelle im Peterstor zeigen, ist die Transparenz für die bereits laufenden Gruppenführungen auf dem historischen Rundweg zu verbessern. Dies betrifft zum einen die Veröffentlichung fixierter Routenvorschläge und zum anderen die Preisstaffelung.

Eine stärkere **Außenvermarktung** der verschiedenen Angebote (Touren des Schwäbischen Albvereins, der AlbGuides usw. z. B. durch Bewerbung im Internetauftritt) sowie die **Integration von regionalspezifischen Themen zur Natur- und Kulturgeschichte** im Rahmen der touristischen Inwertsetzung, wie Sie von der Informationsstelle Peterstor während der Projektzeit bereits in Angriff genommen wurden, ist von höchster Priorität.

Während der Badesaison ist die **gezielte Bewerbung des Höhenfreibades mit Freizeitgelände** über ein Banner (an Brauerei) denkbar. Die Aktualisierung der Broschüre zum Höhenfreibad, wie Sie erstmals 2006 gestaltet wurde und deren gezielte Streuung (touristische Einrichtungen, Gastronomie im regionalen Einzugsgebiet) würden die Vermarktung des Freibades fördern. Diese Maßnahmen sind mit einem geringen Kostenaufwand evtl. auch über Sponsoring realisierbar.

Notwendig ist auch eine **Verbesserung der Transparenz über die Möglichkeiten der Nutzung von Sporteinrichtungen für Gäste**. Hier sind die Bedingungen (Nutzungszeitraum, Gebühren etc.) über einfache Flyer zu den einzelnen Angeboten zu kommunizieren, deren Verteilung an die Touristinformation, die Beherbergungsbetriebe etc. im Sinne einer breiten Marktstreuung erfolgen sollte.

So hat bspw. der Schützenverein Zwiefalten 2006 der Informationsstelle im Peterstor einen Aushang zum Bogenschießen (Angebot, Uhrzeit, Kosten) zur Verfügung gestellt.

In Zwiefalten gibt es sehr **interessante und vielseitige kulturelle Veranstaltungen**. Diese sollten zum Teil durch eine gezielte Bewerbung über den Internetauftritt (Aktuelles auf der Startseite) beworben werden. Die Veranstaltungen, wie bspw. die Münsterkonzerte, bieten **hohes Potential zur Kombination mit weiteren touristischen Produkten**, wie Natur-, Brauerei und Münsterführungen sowie für einen kleinen Markt mit regionalen Erzeugern. Für Beherbergungsbetriebe besteht hier auch die Möglichkeit zu eigenen **Arrangements für Wochenendangebote**.

Über einen **Jahresveranstaltungskalender für gästerelevante Veranstaltungen, Feste und kulturelle Freizeitangebote** und über ansprechende Monatsaushänge kann die Vermarktung weiter ausgebaut werden. So sollte dieser Anfang des Jahres fertig gestellt

sein und an regionale touristische Einrichtungen (Touristinformationen, Tourismusorganisationen, Beherbergungsbetriebe der Region) per Post und per Email versandt werden.

5.7 Gastronomie und Beherbergung

Die Bestandsanalyse im Gastronomie- und Beherbergungssektor hat gezeigt, dass ein gravierender Investitionsstau in den eingesessenen touristischen Betrieben vorliegt. Viele der gastronomischen Einrichtungen beziehen ihr Hauptgeschäft aus den Tagesbesuchern. Der Übernachtungssektor ist von einem geringen gewerblichen Bettenangebot geprägt.

Die **Qualität und Kapazität des gewerblichen Bettenangebotes** ist im Hinblick auf die Sicherung der zukünftigen Wettbewerbsfähigkeit dringend zu verbessern. Das eigene Qualitätsmanagement kann dies mit Hilfe der **Klassifizierung der Unterkünfte** anstreben.

Für den einzelnen Betrieb ermöglicht eine Klassifizierung:

- Einschätzung des eigenen Produktes
- Konkrete Vorschläge zur Verbesserung des eigenen Angebotes
- Anreize zur Qualitätssteigerung
- Wettbewerbsvorteil gegenüber der Konkurrenz
- Wirksames Werbeargument
- Transparenz und Vergleichbarkeit des Produktes für den Gast
(weitere Informationen siehe Anhang 13)

Für den **Ausbau der gewerblichen Übernachtungskapazitäten** kann zukünftig auch die Gewinnung eines externen Investors angestrebt werden. Potential besteht auch im Aufbau des Übernachtungssegments „Urlaub auf dem Bauernhof“.

Privatanbieter bieten über das gewerbliche Bettenangebot hinaus attraktive Ferienwohnungen. Deren Auslastung kann zukünftig weiter gesteigert werden. Eine attraktive Gestaltung im Rahmen der Vermarktung auf den Seiten des Internetauftrittes der Gemeinde, mit detaillierter Beschreibung und aktuellen Fotos ist ebenso wie die Überarbeitung der Übernachtungsbroschüre mit Anzeigen empfehlenswert.

Darüber hinaus bietet sich neben dem vorhandenen Jugendzeltplatz am Zwiefalter Höhenfreibad die **Einrichtung von Wohnmobilstellplätzen** an. Zur Realisierung ist neben den Versorgungs- und Entsorgungsstationen die Betreuung (Anmeldung und Abmeldung, Wartung, Zugang zum Freibad) zu klären.

Die einzelnen Leistungsträger könnten ihr eigenes Angebot durch **Zusatzangebote** (Übernachtung plus Radverleih, Gepäcktransport oder Kurzwochenende mit Menü, Rad- und Wandervorschläge inklusive Informationsmaterial, Eintritt zum Münsterkonzert etc.) kombinieren und attraktiver gestalten. Auf diese Weise wäre die Aufenthaltsdauer der Gäste gerade in der Zwischensaison positiv zu beeinflussen.

5.8 Ortsbild, allgemeine Infrastruktur

Der **Umsetzung der Ortskernsanierung** muss **höchste Priorität** eingeräumt werden, um einen attraktiven Ortskern um das Zentrum mit dem Münster und der ehemaligen Klosteranlage mit Park zu schaffen.

Aus Sicht der Gäste zählen im Besonderen folgende Bereiche dazu:

- **Sanierung der öffentlichen WC Anlage vor dem Münster¹¹**
- **Peterstor** – als Eingangstor zum Münster
- **öffentliche Plätze** im Ort - hier gilt es die Aufenthaltsqualität zu erhöhen
- Gestaltung der **Hauptstraße**
- **Ortseingänge entlang der Radwege**

Unabhängig von den Großinvestitionen werden folgende Maßnahmen empfohlen:

- Gezielte Gestaltung durch attraktive Blumenarrangements
- Neuer Anstrich der Sitzbänke bspw. vor dem Münster
- Anbringung neuer Schaukästen vor dem Münster
- Erneuerung der Anschlagtafel des Rathauses im Sonderbacher Tor
- Aufwertung des ehemaligen Kiosks an der Hauptstraße nahe dem Café Meyer

Weiter kann die Attraktivität der **Grünanlage zwischen dem Münster und dem Rathaus** bspw. durch die Integration eines Spielplatzes und einer Kneippanlage an der Treppe zur Zwiefalter Aach gesteigert werden. Im Rahmen dessen wird auch der Ortskern an dieser Stelle belebt.

Der momentan nicht öffentlich zugängliche **Dekanatsgarten** könnte für die Besucher geöffnet werden. An dieser Stelle bietet sich die Einrichtung eines Kräutergartens (Hildegard von Bingen hatte Verbindungen zu einem der Äbte in Zwiefalten) an.

¹¹ Alternatives Konzept der netten Toilette siehe Anhang 14

5.9 GeoPark Schwäbische Alb

Die Gemeinde Zwiefalten ist seit Anfang an im GeoPark Schwäbische Alb engagiert. Die geologischen Alleinstellungsmerkmale mit dem Gauinger Steinbruch, der Wimsener Höhle und den zahlreichen Felsformationen in unmittelbarer Umgebung bieten **sehr hohes Potential für eine touristische Inwertsetzung**. Die seit 1997 für zwei Wochen im Sommer erfolgreich durchgeführten Kreativkurse (Steinbildhauerei, Zeichnen, Schmuckgestaltung) im Gauinger Steinbruch bestätigen dies.

Momentan wird ein **Konzept für die Einrichtung einer GeoPark-Infostelle in der Werkhalle des Gauinger Steinbruchs** erarbeitet, in welchem über die traditionsreiche Nutzung und Verwendung von Rohstoffen (Stein und Wasser) in der Geschichte der Schwäbischen Alb informiert werden soll.

Die GeoPark Infostelle in Gauingen kann jedoch **keinen Ersatz für die Informationsstelle im Peterstor** leisten, welche mit ihrer Magnetfunktion die hohe Besucherfrequenz des Münsters zur Bewerbung des touristischen Angebots vor Ort und in der Region nutzt. Im Gegenteil **die zentral gelegene Informationsstelle im Peterstor kann einen großen Beitrag zur Vermarktung der GeoPark Infostelle leisten**.

Das Angebot von **Naturführungen in Kombination mit geologischen Themen** bietet hohes Potential zur Wertschöpfung. Das hohe Interesse an der im Rahmen der Kreativkurse 2006 durchgeführten Botanischen Exkursion im Steinbruch Gauingen verdeutlicht den hohen Bedarf für Gäste einerseits und für Einheimische andererseits.

Mögliche Themen für Führungen:

Der Steinbruch Gauingen mit seinem Travertinvorkommen

- Abriss Geologie der Schwäbischen Alb
- Was ist der Travertin für ein Gestein?
- Wo wurde er in Zwiefalten eingesetzt?

Die Wimsener Höhle und die Sinterterrassen im Hasenbach

- Karstphänomene allgemein und auf der Schwäbischen Alb (Formen, Wasserproblematik und Auswirkungen auf die Vegetation)
- Die Entstehung der Wimsener Höhle, die Quelhöhle der Zwiefalter Aach

Die Geo-Führungen sollten zielgruppengerecht (u. a. für Schulklassen) aufbereitet werden und auf Voranmeldung sowie zu festen Terminen, wie bspw. den Aktionstagen des GeoParks oder im Rahmen der Kreativkurse, angeboten werden.

Weiter wäre ein **Themenwanderweg zur Geologie** mit einzelnen Informationstafeln oder einer Broschüre zum nachlesen der einzelnen Stationen empfehlenswert.

Vorschlag: vom Gauinger Steinbruch nach Wimsen und über Zwiefalten oder Gossenzugen zurück zum Ausgangspunkt. Diese Touren lassen sich mit den ausgeschilderten Rundwanderwegen gut kombinieren.

Auch für das Beherbergungsgewerbe bietet sich die Möglichkeit von kombinierten Wochenend-Arrangements wie Sie bspw. vom Gasthof Rose in Hayingen-Ehestetten (s. Anhang 15) angeboten werden.

5.10 Biosphärengebiet Schwäbische Alb

Das Biosphärengebiet Schwäbische Alb steht am Anfang seiner Entwicklung. Ähnlich wie im GeoPark sollte sich die Gemeinde Zwiefalten von Beginn an stark in diesem Zusammenschluss engagieren, um auch in Zukunft u. a. an der touristischen Entwicklung des Biosphärengebietes zu partizipieren. Wichtig ist es dabei, dass eigene **touristische Angebot innerhalb des touristischen Profils des Biosphärengebietes zu positionieren und optimal zu vernetzen**.

Naturnahe Tourismusprojekte und –produkte werden in diesem Zusammenhang in der Region noch mehr an Bedeutung gewinnen. Für die einzelnen Akteure ist **bereits jetzt mit dem Ausbau sanfter Tourismusangebote zu beginnen**, denn es ist zu erwarten, dass im Rahmen des Biosphärengebietes zukünftig die Anzahl naturinteressierter Gäste aus dem In- und Ausland zunehmen wird.

Darüber hinaus wäre die Übernahme von Funktionen im Biosphärengebiet denkbar. So könnte Zwiefalten – das südliche Tor des Landkreises Reutlingen – mit der **Informationsstelle im Peterstor** auch eine explizite **Informationsfunktion des Biosphärengebietes** für Gäste übernehmen und die Strukturen in der Touristinformation ausweiten.

Vorteile der Integration der Informationsstelle im Peterstor in das Netzwerkes der Informationszentren im zukünftigen Biosphärengebiet sind:

- die Lage an einem etablierten Besuchermagnet mit jährlich bis zu 400.000 Besuchern
- die besucherfreundlichen Öffnungszeiten am Wochenende
- die breite und umfassende Information der Gäste

5.11 Zusammenfassung der wichtigsten Maßnahmen

Bereich	Einzelmaßnahme	Priorität	Umsetzung	Investitionshöhe
		Hoch (1) Mittel (2)	Kurzfristig Mittelfristig Langfristig	Gering Mittel Hoch
<i>Innenmarketing</i>	Verbesserung der Kooperationen und der Kommunikation durch aktiven Arbeitskreis Tourismus	1	Kurzfristig	Gering
	Vermittlung eines positiven Images des Tourismus seitens der Politik und seitens geeigneter Multiplikatoren	1	Langfristig	Gering
	Verfolgung des gemeinsamen Zieles „Schaffung eines zukunftsfähigen Tourismus in Zwiefalten“	1	Mittel- Langfristig	Gering
	Kontinuierliche Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	1	Kurzfristig	Gering
	Weiterführung einer aktiven touristischen Informationsstelle im Peterstor	1	Kurzfristig	Mittel
<i>Außenmarketing</i>	Weiterführung des Corporate Design	1	Kurzfristig	Gering
	Neugestaltung des Internetauftritts	1	Kurzfristig	Gering
	Zielgruppenspezifische Ausrichtung von Angeboten, Informationsmaterial	1	Kurzfristig	Gering
	Kooperation mit Tourismusgemeinschaften, Multiplikatoren etc.	1	Kurzfristig	Gering
	Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	1	Kurzfristig	Gering
	Weiterführung einer aktiven touristischen Informationsstelle im Peterstor	1	Kurzfristig	Mittel
<i>Besucherlenkung</i>	Monitoring der Besucherströme	2	Mittelfristig	Gering
	Bei Überbeanspruchung von Räumen aktive Einflussnahme über geeignete Maßnahmen	1	Mittelfristig	Mittel
	Hinweis- und Informationstafeln	2	Mittelfristig	Gering - Mittel
<i>Regionale Produktvermarktung</i>	Ausbau der Angebotsprofilierung innerhalb der Gastronomie	1	Mittelfristig	Gering
	Gezielte Nutzung des hohen Besucheraufkommens in Zwiefalten	1	Mittelfristig	Gering - Mittel
	Angebot: Urlaub auf dem Bauernhof	2	Mittelfristig	Mittel
	Kooperationen im Rahmen des geplanten Biosphärengebietes	1	Langfristig	Gering - Mittel

<i>Freizeitangebot</i>	Attraktivitätssteigerung des Wegenetzes durch Ruhebänke, Informationstafeln	2	Mittelfristig	Mittel
	Verbesserung der Wanderwegeaus-schilderung in unmittelbarer Nähe des Münsters	1	Kurzfristig	Gering
	Attraktivitätssteigerung im Ortskern	1	Langfristig	Mittel - Hoch
	Ausbau der Fahrradabstellplätze	2	Mittelfristig	Mittel
	Attraktives Spielplatzangebot: Ortskern	2	Mittelfristig	Mittel
	Kneippanlage am Rathaus	2	Mittelfristig	Mittel
	Ausbau der self-guided Touren: Historischer Rundweg, Mühlenweg (Beschilderung, Broschüre)	1	Kurz- Mittelfristig	Gering - Mittel
	Angebot fester Führungstermine (Münster, Historischer Rundweg etc.)	1	Kurz- Mittelfristig	Gering
	Aufbau neuer thematischer Führungen (Mönchstour, Geologie etc.)	1	Kurz- Mittelfristig	Gering
	Ausbau naturnaher Tourismusprodukte Im Hinblick auf das Biosphärengebiet	1	Mittelfristig	Gering - Mittel
	Ausweitung der Bewerbung des Höhenfreibades mit Freizeitgelände	1	Kurzfristig	Gering
	Nutzung des Besucheraufkommens (bspw. bei Münsterkonzerten) zur Kombination mit anderen Angeboten (regionaler Markt, Naturführungen, Menüs etc.)	1	Kurzfristig	Gering
	<i>Gastronomie & Beherbergung</i>	Steigerung der Qualität im Beherbergungssektor	1	Kurz- Mittelfristig
Klassifizierung der Übernachtungsbetriebe		1	Kurzfristig	Gering
Erhöhung der gewerblichen Bettenkapazitäten		1	Mittel- Langfristig	Mittel - Hoch
Errichtung von Wohnmobilstellplätzen am Höhenfreibad, Regelung der Betreuung		1	Kurz- Mittelfristig	Gering – Mittel
Nutzung von Veranstaltungen etc. für Wochenendarrangements durch die Beherbergungsbetriebe		1	Kurz – Mittelfristig	Gering
Ausbau der Verwendung regionaler Produkte in der Gastronomie sowie der Transparenz für den Gast		1	Kurz – Mittelfristig	Gering - Mittel
Verbesserte Bewerbung der Angebote von Privatvermietern		1	Kurz- Mittelfristig	Gering

<i>Ortsbild, allg. Infrastruktur</i>	Umsetzung der Ortskernsanierung zur Attraktivitätssteigerung	1	Mittel- Langfristig	Hoch
	Sanierung der öffentlichen WC Anlage	1	Mittelfristig	Mittel - Hoch
	Sanierung des Peterstores	1	Mittelfristig	Mittel - Hoch
	Attraktivere Gestaltung öffentlicher Plätze im Ort (bspw. Spielplatz)	2	Mittelfristig	Mittel
	Gestaltung der Hauptstraße	2	Mittelfristig	Mittel - Hoch
	Gestaltung durch Blumenarrangements	2	Kurzfristig	Gering
	Neue Schaukästen vor dem Münster	2	Kurzfristig	Gering
	Anstrich der Sitzbänke	2	Kurzfristig	Gering
<i>Geopark</i>	Engagierte Mitarbeit	1	Kurzfristig	Gering
	Errichtung GeoPark Infostelle im Steinbruch Gauingen	2	Langfristig	Mittel - Hoch
	Einführung Naturführungen mit geologischen Themen	1	Kurz – Mittelfristig	Gering
<i>Biosphärenreservat</i>	Engagement	1	Kurzfristig	Gering
	Kommunikation und Kooperation von Leistungsträgern aus den verschiedensten Bereichen während des Aufbaus des Biosphärengebietes (Strukturen, Produkte, Angebote)	1	Mittel - Langfristig	Gering
	Integration der Informationsstelle im Peterstor in das zukünftige Touristinformations-Netzwerk	1	Mittelfristig	Gering
	Positionierung des eigenen touristischen Angebotes in die Strukturen des Biosphärengebietes	1	Mittelfristig	Gering
	Ausbau naturnaher Tourismusprodukte	1	Mittelfristig	Gering - Mittel

Anhang 1: Programm der geplanten Best-Practice Tour

Geplante Besichtigungstour von interessanten Beispielen der Gastronomie und Beherbergung in Oberschwaben am Dienstag den 11. Juli 2006

Programm

Abfahrt in Zwiefalten am Rathaus um 11.00 Uhr.

Besichtigung der Knopf & Knopf Themengastronomie mit Hotel in Warthausen
www.knopfundknopf.de

Besichtigung des Mayerhofs in Ochsenhausen Mittelbuch:
Bauernhof mit 8 Ferienwohnungen *****
www.mayer-hof.de

Besichtigung des Landgasthofs zur Linde in Steinhausen
traditionsreicher Landgasthof mit gehobener regionaler Küche
www.zur-linde-steinhausen.de

Erwartete Rückankunft gegen 17.00 Uhr.

Anhang 2: Befragungsformular und Auswertung der Gästebefragung

Gästebefragung

Touristinformation Peterstor / Zwiefalten

Lieber Gast,

wir sind laufend bestrebt, die Qualität unseres Services in der Touristinformation zu verbessern. Wir wären Ihnen dankbar, wenn Sie sich wenige Minuten Zeit nehmen und uns Ihre Eindrücke mitteilen.

Vielen Dank für Ihre Mithilfe!

1. Zweck Ihres Aufenthaltes

Urlaub
Tagesausflug
Durchreise

Andere: _____

2. Reiseorganisation

Individual
In der Gruppe

3. Welche touristischen Angebote interessieren Sie in Zwiefalten? (mehrere Nennungen)

Zwiefalter Münster	<input type="checkbox"/>	Wandern, Spaziergehen	<input type="checkbox"/>
Museen	<input type="checkbox"/>	Radfahren	<input type="checkbox"/>
Wimsener Höhle	<input type="checkbox"/>	Einkehr	<input type="checkbox"/>
Zwiefalter Höhenfreibad	<input type="checkbox"/>	Übernachtung	<input type="checkbox"/>
		Albhoftour	<input type="checkbox"/>

SONSTIGE: _____

4. Welche Informationen haben Sie in der Touristinformation Zwiefalten gerade erhalten? (mehrere Nennungen)

Zum Ort Welche?: _____
Zwiefalten
Regional Schwäbische Alb
Oberschwaben
Sonstige: _____

5. Welches Informationen interessieren Sie darüber hinaus?

Nennung 1 _____
Nennung 2 _____
Nennung 3 _____

6. Sind Sie mit dem Warenangebot der Touristinformation zufrieden

Ja
Nein Warum? _____

7. Wo befindet sich Ihr ständiger Wohnsitz?

In Deutschland, PLZ: _____

Im Ausland, Land: _____

Auswertung der Gästebefragung in der Touristinformation Peterstor

Die Befragung von 100 Gästen wurde in den Monaten Mai bis September durchgeführt. Dabei wurden die Gäste in der Touristinformation direkt angesprochen.

Mithilfe der erfassten Daten können für die weitere touristische Planung Aussagen zu Zielgruppen, dem Bekanntheitsgrad der Sehenswürdigkeiten und touristischen Angebote sowie zur Zufriedenheit und damit auch zur Weiterentwicklung der Touristinformation im Peterstor getroffen werden.

1. Zweck des Aufenthaltes?

Tagesausflug	48%
Durchreise	26%
Urlaub	25%
Besuch	1%

2. Art der Reiseorganisation?

Individualreisende	90%
Reise in der Gruppe	10%

3. Interesse an touristischen Angeboten in Zwiefalten? (Mehrfachnennung möglich)

Münster Zwiefalten	87%
Wimsener Höhle	46%
Wandern, Spazieren	46%
Einkehr	20%
Museen	17 %
Radfahren	9%
Übernachtung	6%
Freibad	3%
AlbhofTour	3%

4. Welche Informationen haben Sie in der Touristinformation Peterstor erhalten?

(Mehrfachnennung möglich)

Zu Zwiefalten direkt	53%
Regional	65% - wurde nochmals untergliedert in SA und OS
Schwäbische Alb	Davon 77%
Oberschwaben	Davon 23%

6. Zufriedenheit mit dem Warenangebot in der Touristinformation?

Ja	98%
Nein	2 % Anmerkung (Wein fehlte in der Auswahl)

7. Ständiger Wohnsitz?

Die Postleitzahlenbereiche wurden auf die erste Ziffer in der Auswertung beschränkt.

PLZ 7	39%
PLZ 8	16 %
PLZ 6	9 %
PLZ 9	6 %
PLZ 3	6%
PLZ 4	6%
PLZ 5	3 %
PLZ 1	3 %
PLZ 2	2 %
Schweiz	3 %
Kanada	3 %
Österreich	2 %
Philippinen	2 %

Anhand der Befragungsergebnisse lassen sich folgende Schlussfolgerungen ziehen:

Die **Gästestruktur** wird zur Hälfte eindeutig von den Tagesausflüglern bestimmt. Die Durchreisenden und die Urlauber stellen jeweils ein Viertel der Zwiefalter Gäste.

Die Ballungsräume Südwestdeutschlands können als ein sehr wichtiges **Quellgebiet für Tagesgäste** in Zwiefalten und in der Region angesehen werden. Wie es auch durch die Verteilung der ständigen Wohnsitze in den Postleitzahlengebieten 7 und 8 mit 55% der Gäste bestätigt wird. Aus dem Ausland kamen 10% der Befragten.

Die **Durchreisenden** besitzen ein ebenso hohes Gewicht wie die **Urlauber**.

Auf Grund der vorhandenen Besucherstruktur sind die **Öffnungszeiten der Informationsstelle** während der touristischen Saison an jedem Tag empfehlenswert. Die bisherigen Öffnungszeiten von Donnerstag bis Sonntag sind Kernzeiten.

Das **Interesse an den abgefragten touristischen Angeboten** ergibt sich u. a. aus dem Aufenthaltzweck (Urlauber und Tagesgäste besuchen Sehenswürdigkeiten und kehren ein, Durchreisende wissen evtl. weniger über die Sehenswürdigkeiten in Zwiefalten) und aus dem vorhandenen touristischen Image der Gemeinde Zwiefalten, dies bezieht sich wiederum hauptsächlich auf den **unterschiedlichen Bekanntheitsgrad der einzelnen Angebote**. Zwiefalten verbindet der Gast eindeutig mit dem schon von weitem sichtbaren Münster, dem Wandern und Spazieren Gehen in einer abwechslungsreichen Landschaft, der Wimsener Höhle in der Nähe und mit der Einkehr in gastronomische Einrichtungen. Danach folgen die Museen, das Radfahren und die Übernachtungsmöglichkeiten. Das Interesse am Freibadbesuch und an der Albhoftour war bei den Befragten sehr gering.

Eine **Steigerung des Bekanntheitsgrades touristischer Angebote** (Museen, Radlerparadies Zwiefalter Alb, Freibad, AlbhofTour und weiterer sanfter Tourismusangebote

sowie der Einkehr- und Übernachtungsmöglichkeiten) muss zukünftig über die Möglichkeiten des Innen- und Außenmarketings gezielt in Angriff genommen werden.

Sehr viele Gäste planen ihren Aufenthalt in Zwiefalten **individuell**, diese Reisenden werden momentan bei den vorhandenen touristischen Führungen nicht berücksichtigt. Zukünftig sollte das touristische Angebot auf diese nicht zu unterschätzende Interessensgruppe u. a. durch feste Führungstermine abgestimmt werden. Weiter ist der Tagesablauf dieser Gäste im Vergleich zu Busreisenden nicht annähernd so stringent durchgeplant, auf diese Weise kann der Aufenthalt in Zwiefalten durchaus verlängert werden.

Das vergleichsweise geringe **Interesse an Übernachtungsmöglichkeiten**, weist auf das vorhandene Image Zwiefaltens als Ausflugsziel hin. Die Bekanntheit der guten Übernachtungsmöglichkeiten im Ort muss in Zukunft weiter gefördert werden. Zwiefalten besitzt enorm hohes touristisches Potential für Kurzurlaub und darüber hinaus.

Das breite **Informationsangebot** im Peterstor wurde von den Gästen sehr gut angenommen. Sie informierten sich direkt über **Zwiefalten** zu den **Themen**:

- Geschichte des Klosters mit dem Münster
- über kulturelle Veranstaltungen bspw. Münsterkonzerte
- Wandervorschläge
- Lorettohof
- Geologische Erscheinungen im GeoPark Schwäbische Alb
- Museen
- Gastronomie und Beherbergung
- Öffnungszeiten etc.

Die Gäste hatten sehr **großes Interesse an regionalen Auskünften**. Dabei informierten sich die Befragten hauptsächlich über das touristische Angebot der Schwäbischen Alb und über das in Oberschwaben. Folgendes war von Interesse:

- Öko-Regio-Tour
- Archäologische Ausgrabungen
- Zeltplätze
- Aktivitäten mit Kindern
- Wandervorschläge
- Auskunft zu Landschaften
- Gastronomie und Beherbergung
- Radwandern etc.

Die Touristinformation im Peterstor – mit ihrer hohen Frequenz und dem breiten Informationsangebot - besitzt eine hohe regionale Bedeutung weit über die Grenzen Zwiefaltens hinaus.

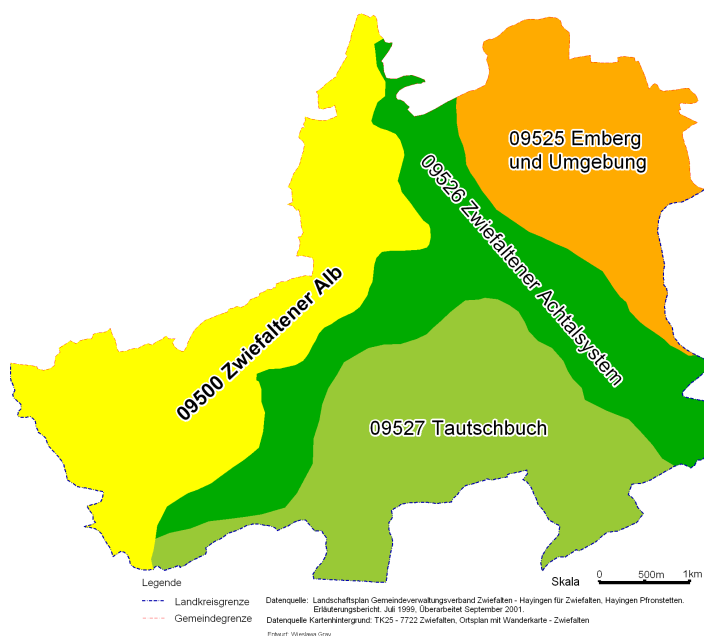
Die Befragten waren zu fast 100% mit dem vorhandenen breiten Warenangebot zufrieden. Die Mischung aus regionalen Produkten (Lebensmittel, Seifen, Albwacholderprodukte, Aromaöle etc.), Artikeln aus der Therapie in der Münsterklinik fand in Zusammenhang mit dem touristischen Sortiment (Bücher, Landkarten) und weiteren Souvenirartikeln fand guten Anklang bei den Besuchern im Peterstor.

Anhang 3: Zwiefalten Quiz zur Tour de Ländle

Anhang 4: Naturräumliche Gliederung

Das Gebiet der Gemeinde Zwiefalten im südlichen Bereich wird der naturräumlichen Haupteinheit „Mittlere Flächenalb“ zugeordnet, wobei der südöstliche Randbereich zum „Oberschwäbischen Molassebecken“ zählt. Die weitere Einteilung erfolgt in vier Untereinheiten. Der westliche Teil wird der Untereinheit „Zwiefaltener Alb“ zugeordnet. Von Nordosten weiter nach Südosten schließen sich die Einheiten „Emerberg und Umgebung“ sowie „Zwiefaltener Aachtal“ an. Im Süden gehört ein Teil der Zwiefaltener Gemarkung zur Untereinheit „Tautschbuch“.

Naturräumliche Gliederung der Gemeinde Zwiefalten



Relief

Flächenalb (Naturräumliche Einheiten: 09500 - Zwiefaltener Alb, 09526 - Zwiefaltener Aachtalsystem)

09500- Zwiefaltener Alb

Die Zwiefaltener Alb bildet die Übergangslandschaft der mittleren Alb, die keinen ausgesprochenen Flächencharakter, noch die kuppige Formenwelt der weit angrenzenden Gebiete hat. Schwach reliefierte Hochflächen sind nur nördlich von Gauingen vorhanden. Häufig treten Dolinen auf, vor allem in Fortsetzung des Geisinger Tals, auch größere Trockenrasenflächen sind anzutreffen.

09526 Zwiefaltener Aachtalsystem

In die tertiären Kalkhochflächen ist das Zwiefaltener Aachtal und Tobeltal 180-200 m tief eingeschnitten. Es wechseln der Wiesentalboden mit teils gestuften, mittelsteilen

Ackerhängen (durch Hecken gegliedert) und teils steileren Ackerhängen ab. Im Tobeltal treten schluchtartige Verengungen mit Felswänden auf.

Oberschwäbisches Molassebecken (Naturräumliche Einheiten: 09525-Emerberg und Umgebung , 09527-Tautschbuch)

0925 Emerberg und Umgebung

Durch die tektonisch bedingte Annäherung von Donau und Großer Lauter ist der Hochberg vom Emerberggrücken abgelöst worden. Jeweils bedingt durch die Ausprägung von Geologie und Böden ändert sich der Bewuchs. Bei Sonderbuch und am Hochberg tritt eine starke Entwaldung zutage, im zentralen Teil, am Emerberg ist ein ausgeprägter Buchenwald vorhanden. Die Quellmulden sind zum Teil alt besiedelt, die flacheren Hänge der Kirchberger Schichten (feinsandige Tone) sind von Fließschutterden überzogen. Auf diesen Hängen liegen die Ackergewanne.

09527 Tautschbuch

Mit einem 150 m hohen Erosionsbogen grenzt der Süßwasserkalkkrücken des Tautschbuchs (734 m) zum Riedlinger Donaubecken ab, womit die Alb hier zwischen Langenau und Zwiefaltendorf eine markante Südgrenze erhält. Der größte Teil dieser Untereinheit zeigt sich als abgeschlossenes Buchenwaldsystem.

Geologie

Flächenalb

Geschichtete Bankkalke und Massenkalke im Wechsel; Massenkalke sind häufiger als die geschichteten Bankkalke anzutreffen, auch grobkristalline Kalke und Dolomite sind zu finden.

Zementmergel; nördlich von Upflamör und Gauingen und im Tal der Zwiefaltener Aach; es handelt sich um graues Mergelgestein mit Mergelkalkbänken. Zementmergel treten im Gelände deutlich als flachgeböschte Senken in Erscheinung; der Pflanzenwuchs ist meist karg; Ödflächen liegen vorwiegend im Gebiet der Zementmergel.

Oberschwäbisches Molassebecken

Obere Süßwassermolasse (OSM); Hochflächen um Sonderbuch, Upflamör, Hochberg, Mörsingen sowie der Tautschbuch – feinsandige Tone, Mergel mit mehr oder weniger starkem Sandgehalt und Kalken (Gesteine der OSM vorwiegend kalkig).

Als Besonderheit gibt es den Gauinger Travertin – einen porösen Kalkstein mit vielzähligen Pflanzenresten. Dieser Naturstein wird bevorzugt, für Fassadenverkleidungen verwendet.

Untere Süßwassermolasse (USM); Hochflächen - wenige Vorkommen nördlich von Sonderbuch, Talhänge der Zwiefaltener Aach zwischen Baach und Attenhöfen – wechselfolge bunte Mergel und Sandsteine

Hangende Bankkalke; an den Talhängen der Zwiefaltener Aach und des Kesselbachs sowie in den Trockentälern – eine regelmäßig gebankte Folge von weißgrauen Kalksteinen.

Liegende Bankkalke und Zementmergel; im Tobeltal und im Oberlauf der Zwiefaltener Aach ab Gossenzugen.

Grimmelfinger Schichten und Kirchberger Schichten; zwischen Baach und Attenhöfen, wo die Talhänge durch Verwerfungen stark zergliedert sind – Grimmelfinger Schichten bestehen vorwiegend aus kalkfreien Sanden und Kiesen „Graupensande“ und Kirchberger Schichten sind überwiegend feinsandige Tone.

Verwerfungen/Störungen

Das Gebiet der Gemeinde ist von zahlreichen Verwerfungen durchzogen. Sie führen teilweise zu abrupten Veränderungen im geologischen Untergrund und sind stellenweise auch als Geländestufen zu beobachten. Besonderes markant ist die Gauinger Störung, die von Norden nach Süden entlang der Linie Guckental-Lämmerstein westlich von Gauingen-Silberhalde durchzieht. Auch um Zwiefalten treten zahlreiche Verwerfungen auf, die als Zwiefaltener Bruchfeld bezeichnet werden. Die nordost-südwestlich verlaufende, von Granheim kommende Lauterstörung teilt sich bei Oberwilzingen in eine nördliche Störung bei Sonderbuch und eine südliche Störung bei Baach. Zwischen Baach und Attenhöfen stehen die Schichten in unterschiedlichen Höhenlagen an, was auf Verwerfungen hindeutet. Auf Grund von Verwerfungen ist auch die Hochfläche um Upflamör über die heutige Geländeroberfläche des nördlich und westlich anschließenden Gebietes herausgehoben.

Klima

Die Gemeinde Zwiefalten liegt im Bereich der **Alb-Hochfläche** auf einer Höhenlage von ca. 630 bis ca. 760 m üNN. Die Jahresmitteltemperatur liegt bei **6,5°C – 7°C** und ist der Wärmestufe „kühl“ zuzuordnen. Im **Zwiefaltener Aachtal**, erhöht sich die Durchschnittstemperatur bei absinkender Höhenlage bis ca. 528 m üNN auf **7°C – 7,5°C**, dieser Bereich zählt bereits zur Wärmestufe „mäßig kühl“.

Hauptwindrichtungen (Messung Hayingen) sind SW-W-NW-NO/N. Die Windverteilung entspricht der an anderen repräsentativen Stellen in Baden-Württemberg. Windstille Tage gibt es kaum (0,2%). Auf den Hochflächen dominieren mittlere Geschwindigkeiten von 3,5 – 3,5 m/s in 10 m über Grund. Einzelne Hochpunkte erreichen hier mittlere Geschwindigkeiten von 3,5 – 4,0 m/s in 10 m über Grund, sie liegen aber zumeist in Waldflächen. In den Tälern sinkt die Windgeschwindigkeit bis auf unter 2,5 m/s in 10 m über Grund.

Im Durchschnitt fällt im Bereich der Gemeinde Zwiefalten ca. **750 bis ca. 800 mm Niederschlag** pro Jahr. Das Maximum liegt im Juni mit ca. 100 mm, das Minimum im Dezember bis März mit ca. 40 mm. Die Niederschläge nehmen von Nordwesten nach Südosten ab.

Die Gemeinde Zwiefalten ist ein Gebiet mit hoher **Sonnenscheindauer**. Dies gilt insbesondere im Sommer und reicht bis in den Oktober. Mit **7,8 bis 8 Stunden** mittlerer täglicher Sonnenscheindauer ist der südwestliche Teil der Schwäbische Alb, in dem das Gebiet der Gemeinde liegt, der zweithöchsten Kategorie in Baden-Württemberg zuzurechnen. Auch im Winterhalbjahr sind die Werte mit 1,6 – 1,8 Stunden pro Tag

gegenüber dem übrigen Baden-Württemberg deutlich positiv zu bewerten und werden nur von den Hochlagen des Schwarzwaldes und des Allgäus übertroffen.

Nebelbildung spielt vor allem im Winterhalbjahr eine Rolle. Im Jahresdurchschnitt werden in Nachbarort Hayingen 76,3 Tage mit Nebel gezählt. Diese Werte sind auf den Gesamttraum der Gemeinde Zwiefalten übertragbar.

Bioklimazonen

Insbesondere unter dem Gesichtspunkt der Erholung und Erholungsnutzung dienen medizin-meteorologische bzw. bioklimatische Untersuchungen der Ausweisung von Zonen mit Schonklima, Reizklima oder mit Belastungsfaktoren.

Das gesamte Gebiet der Gemeinde ist der Schonstufe zuzuordnen. Dabei ist die Mittlere Flächenalb mit der Einstufung in „reizmild“ einer höheren Reizzone zuzuordnen als das Zwiefaltener Achtal mit den angrenzenden Höhen – hier ist mit der Stufe „reizschwach“ bereits der Übergang zum Schonbereich „schonend“ ablesbar.

Vegetation

Das Spektrum der im Gemeindegebiet vorhandenen Pflanzengesellschaften ist sehr reich. Grundsätzlich bietet jede Fläche Lebensraum für bestimmte Tier und Pflanzenarten. Die Wahrzeichen der Schwäbischen Alb, Wacholderheiden mit Magerrasengesellschaften sind Zeugen einer jahrhundertealten Landnutzung, sie sind wie viele der im Gemeindegebiet anzutreffenden Pflanzenkomplexe durch menschliche Nutzung entstanden. Vor allem die landbaulich minderwertigen Flächen weisen eine reichhaltige Flora auf und gehören damit zu den wichtigsten Regenerationsflächen.

In dem Waldartenspektrum neben aus Fichte bestehenden Aufforstungen, finden sich an steilen Hängen auch artenreiche Mischbestände. In Buchenwäldern blühen im Frühjahr zahlreiche Schabockskräuter und Buschwindröschen. Etliche der Ortsränder weisen noch einen Streuobstbestand auf. Es handelt sich um hochstämmige Apfel- und Birnensorten. Streuobstwiesen sind artenreiche Lebensräume, die insbesondere bei einem hohen Anteil alter Bäume vielen Tier- und Pflanzenarten Rückzugsmöglichkeiten bieten. Weitere schutzwürdige Biotoptypen sind Feldgehölze, Hecken, Alleen und Einzelbäume. Außerdem sind Fluthahnenfuß-Fließwasserrasen und Trocken- sowie Halbtrockenrasen mit verschiedenen Kräutern, Moosen und Flechten vorhanden. (Quelle: Landschaftsplan, S. 26-28)

Tierwelt

Aufgrund der Vielseitigkeit der Lebensräume bietet das Gemeindegebiet vielen Tiergruppen Lebensräume mit unterschiedlichsten Ansprüchen. Eine besonders reichhaltige Insektenflora weisen die Halbtrocken- und Wacholderrasen auf. Hier sind seltene Arten wie der vom Aussterben bedrohte Schmetterlingshaft und der Schwalbenschwanz vorzufinden. Verbreitet sind Sandlaufkäfer und Erdbienen in den sandigen Kalkmergelböden anzutreffen. Die Steinriegel sind z.B. Lebensraum des sehr seltenen Feld-Grashüpfers. Die Südhangwälder beherbergen vielzählige Insekten. Als besondere Rarität gibt es hier den Blauschwarzen Eisvogel. Es gibt auch eine große Zahl von Brutvogelarten. So nisten zum Beispiel im

Glastal Graureiher und Wasseramsel. Auf den Wachholderheiden kommt gelegentlich der Neuntöter vor und an steilen Felsen der tiefeingeschnittenen Täler wurde Brutvorkommen des Wanderfalken nachgewiesen. (Quelle: Landschaftsplan, S. 28)

Anhang 5: Schutzgebiete

Von der Gesamtfläche des Kreises Reutlingen mit 109.414 ha sind 24 % ausgewiesene Landschafts- und Naturschutzgebiete. In der Gemeinde Zwiefalten sind etwa 33,5 % der Gesamtfläche (4.544 ha) als Landschafts- und Naturschutzgebiet ausgewiesen. Es gibt:

- 1 Naturschutzgebiet
- 14 Landschaftsschutzgebiete
- 1 Bannwald
- 21 Naturdenkmale
- 277 Biotop
- 123 Waldbiotop

Anhang 6: Landschaftsanalyse Zwiefalten

Hohes Potential bietet der Bereich „Naturerlebnis“ in der abwechslungsreichen Landschaft Zwiefaltens. Die vorhandenen Höhenunterschiede bieten Aussichtsöglichkeiten und sind visuell anziehend. Der häufige Wechsel zwischen Wald-, Wasser- und landwirtschaftlichen Flächen erhöht die landschaftliche Reizvielfalt und eignet sich für die aktive Erholung (Wandern, Spaziergehen, Radfahren).

Thematisch sind folgende Bereiche touristisch zu besetzen (Erläuterungen siehe Anhang 1):

- Wasser (Quelle der Zwiefalter Aach, klares Wasser, Flussläufe, Kneippanlage)
- Geologie und Relief (Wimsener Höhle, Steinbrüche, Dolinen, Trockentäler, Flusstäler, steile Felswände – insgesamt eine vielfältige Topographie)
- Klima (gesundes Reiz- und Schonklima, hoher Sonnenstundenanteil, reizvoller Nebel im Herbst)
- Vegetation (Buchenwälder, Wacholderheiden, Märzenbecherblüte, etc.)

Anhang 7: Partneranalyse Zwiefalten

Bestandsaufnahme von Partnern aus dem Raum Zwiefalten für die jetzige und zukünftige Zusammenarbeit im Tourismus:

Ortsebene:

- FGZ
- Gastronomie- und Beherbergungsbetriebe sowie Privatvermieter
- Schwäbischer Albverein
- Katholische und evangelische Kirchgemeinden
- Zwiefalter Vereine, wie Kolping Familie, Narrenzunft Rälle etc.
- Bauerngemeinschaft
- Albhof tour
- Wanderreiter

Region:

- Gemeinden / Landkreis
- Pfronstetten
- Hayingen
- Riedlingen
- Landkreis Reutlingen

Tourismusverbände:

- Tourismusverband Schwäbische Alb,
- Fremdenverkehrsgemeinschaft Schwäbische Alb und Albvorland im Landkreis Reutlingen e. V. (Mythos Schwalb)
- Fremdenverkehrsgemeinschaft Großes Lautertal Zwiefalter Alb
- Tourismusgemeinschaft Oberschwaben
- Internationale Bodensee GmbH (Barockstraße)
- NABU: Öko-Regio-Tour, Albguides

Sponsoren:

- ALB-GOLD
- Zwiefalter Klosterbräu

Anhang 8: Ex-ante Bewertung von Projekten und Attraktionen in der Gemeinde Zwiefalten

Projekt / Attraktion	Beschreibung / Bewertung	Potential	Vorschläge
Albguides	ein aktiver Albguide im Ort Annahme der „festen“ Touren durch Gäste ausbaufähig gute Resonanz insgesamt	Ja	Ausarbeitung weiterer (Wander-) Touren in und um Zwiefalten u. a. zu geologischen Themen
Albhoftour	vier Betriebe in Zwiefalten bei individueller Touren-gestaltung Unklarheit über Angebot der einzelnen Höfe plus: neue Pauschalangebote	Ja	
Brauerei	Anziehungspunkt Nr. 3 hoher Bekanntheitsgrad, Interesse an Besichtigungen, Klosterbrauereigaststätte	ja	feste Führungstermine
Biosphärenreservat	Anschluss an das Biosphärengebiet (Kern eh. Truppenübungsplatz Münsingen)	Ja	Integration der Infostelle Aufbau naturnaher Tourismusformen
Camping / Jugendzeltplatz	günstiges Übernachtungssegment Nähe zum Freibad, Natur, Freizeitgelände 5 Wohnmobilstellplätze geplant	Ja	bessere Bewerbung
Fastnacht	Umzüge regionaler Bekanntheitsgrad	Ja	Thema Brauchtum: Schwäbische Fastnacht Eignung für Übernachtungs-Wochenendangebot
Heuneburg	wichtiges Besiedlungszeugnis wenig Reste sichtbar	Ja	Vernetzung zur großen Heuneburg (Hundersingen)
Historischer Rundweg	In Planung Inwertsetzung regionaler (Bau-) Geschichte, Kultur Nutzung des Potentials um die Klosteranlage	Ja	Führungen, Themenführungen (Mönch), Möglichkeit zur „self-guided tour“ (Karte, Beschreibung)
Höhenfreibad	attraktive Lage, beheizt, hohe Wetterabhängigkeit Nähe zum Campingplatz	Ja	Bessere Bewerbung
Geopark Infostelle	In Planung	Ja	regionaltypische Geo-

	Ausbau der Werkhalle im Gauinger Steinbruch Anziehung neuer Zielgruppen touristische Profilergänzung		Angebote: Klopfhänge, Spezialführungen (Schulklassen) verschiedene Nutzungsmöglichkeiten der Werkhalle (Ausstellung, Seminare, etc.)
Konzerte	Organisatoren: Katholische und evangelische Kirchgemeinden, Kulturinitiative der Münsterklinik	Ja	Bündelung der Angebote im Konzertführer / Veranstaltungskalender Bessere Vermarktung Eignung für Übernachtungs-Wochenendangebot
Museen	Psychiatriemuseum vier Nachmittage geöffnet, Peterstormuseum sonn- und feiertags nachmittags geöffnet, Führungen nach Voranmeldung außerhalb der Öffnungszeiten Themen: Entwicklung des Psychiatriewesens, Brauchtum, Geschichte	Ja	Bessere Bewerbung
Mühlenweg	In Planung Inwertsetzung der Themen Wasser, Handwerk	Ja	Konzeption als „self-guided Tour“ mit Flyer (Karte, Beschreibung)
Münster Zwiefalten / Klosteranlage	Anziehungspunkt Nr. 1 Teil der Oberschwäbischen Barockstraße Münsterführungen	Ja	feste Führungstermine Angebot von Spezialtouren (Kinder, spezielle Themen)
Öko-Regio Tour	Start September 2005 gute Vernetzung zur Donau Themenbezogenheit	Ja	
Steinbruch-Seminare	gute Annahme Kreativ-Urlaub in authentischer Umgebung, Vermarktung im Rahmen des Geoparks	Ja	bessere Bewerbung evtl. zeitliche Ausdehnung des Seminarangebotes
Touristinformation Peterstor	gute Annahme, optimale Lage Vernetzung ausbaufähig	Ja	
Wander- & Radwege	guter Zustand, gute überregionale Anbindung fehlender Themenbezug	Ja	Infotafeln Wanderwegbeschreibung (Self-guided Tour)
Wanderreiten	geführte Wanderreittouren mit Übernachtung (Ross u. Reiter)	Ja	Erweiterung um Planwagenfahrten (siehe

	steigender Bekanntheitsgrad innerhalb der Zielgruppe Vermarktung über das Internet gute Annahme		Kutscher von Lichtenstein)
Weihnachtsmarkt	Samstag vor dem ersten Advent hohe Besucherzahl	Neutral	Eignung für Übernachtungs- Wochenendangebot
Wimsener Höhle	Anziehungspunkt Nr. 2 Einzig per Kahn befahrbare Höhle Deutschlands	Ja	Vernetzung mit geplantem Museum Wimsener Mühle und Mühlenwanderweg

Anhang 9: Protokolle Arbeitskreis

Protokoll

1. Treffen Arbeitskreis Tourismus Zwiefalten

18.07.2005 Rathaus Zwiefalten

Anwesende:

Herr Bruno Auchter	Kolping / Gemeinderat
Herr Rainer Bendel	Regionales Regal
Herr Joachim Dr. Kieferle	NABU
Herr Wolfgang Feldhahn	Gasthof Post
Herr Klaus Franz	Kreisforstamt
Herr Brigitte Griesinger	Landfrauenverband
Herr Franz Hermanutz	Narrenzunft
Herr Jörg Illing	IP Fischzucht Zwiefalten
Herr Josef Ott	Kolpingsfamilie, Vertreter des Gemeinderates
Herr Franz Petermann	Münsterkonzerte
Frau Anke Raisle	KG - Praxis
Herr Franz Schmid	Narrenzunft
Herr Ansgar Schwarz	Narrenzunft
Frau Walburg Speidel	Nat. Geopark SA
Frau Maria Titter	Tourismus
Frau Andrea Traub	AHT St. Josefgut
Herr Siegbert Vöhringer	Wanderreiten
Frau Christine Vöhringer	Wanderreiten
Frau Monika Waidmann	Wanderreiten
Herr Balthasar Waidmann	Wanderreiten
Herr Harry Weber	Interessierter Bürger
Herr Günter Weber	Loretto
Herr Helmut Wiker	FGZ
Herr Hubertus-Jörg Riedlinger	Bürgermeister / Geschichtsverein
Frau Ines Hillert	Touristinformation Peterstor

Entschuldigt:

Dekan Zeller	Katholische Kirchengemeinde
Pfarrer Albeck	Evangelische Kirchengemeinde
Herr Nagel	PLENUM

Top 1 Begrüßung und Vorstellungsrunde

Begrüßung und Vorstellungsrunde.

Situationsbeschreibung des Tourismus in Zwiefalten:

Rückgang der Übernachtungen im Vergleich zu früher

Wichtig touristisches Profil Zwiefaltens mit seiner Landschaft, Kultur und Geologie herauszuarbeiten.

Zusammenarbeit mit touristischen Partnern über Verwaltungsgrenzen hinaus (Barockstraße, Öko-Regio-Tour etc.)

Zwiefalten versteht sich als Bindeglied zwischen Schwäbischer Alb und Oberschwaben.

Produkte: Steinbildhauerkurse, Historischer Rundweg, Museen, Wimsener Mühle (Museum in Planung)

Probleme:

Beherbergungssituation (Qualität, Quantität, Unterbringung von Busgruppen) steht im Gegensatz zu touristischen Highlights.

Fehlende Klassifizierung als Standard

Optik im Ort

Pluspunkte: Anbindung an Radwege, Freizeitbus sonn- und feiertags, Vernetzung verschiedener touristischer Aktivitäten im Landkreis Reutlingen Bsp. Albhoftour

Ziele:

Wertschöpfung durch Tourismus

Anstreben eines umweltverträglichen Tourismus

Touristisches Profil Zwiefaltens in der Region zu schärfen

Top 2 Vorstellung Peterstor

Besucherzahlen

Insgesamt: 1.817

Tagesdurchschnitt: 62

Mai bis Juni (6 Wochen): 51

Juli (Ferienzeit): 73

Umsatz pro Besucher: ca. 1,84 €

Welche Produkte laufen:

Postkarten

Bücher / Landkarten

Regionales Regal

Therapieartikel Münsterklinik

Was bereits geschieht:

Eröffnung Infostelle zum Pfingstsonntag

Kontakt zu touristischen Partnern der Region

Beirat, Hauptaufgabe Beratung (Kataloge für 2006)

Postkartenerstellung

Erstellung Flyer Gruppenangebote in und um Zwiefalten für 2006

Top 3 Diskussion

Herr Wiker empfiehlt aufgrund der vielen Aufgaben sich gezielt Punkt für Punkt zu erarbeiten und auch im Hinblick auf die personelle Teilzeitbesetzung des Peterstores die Interessen zu konzentrieren bzw. zu kanalisieren.

Die Umsatzzahlen pro Besucher sowie die Besucherzahlen selbst erscheinen ihm zu gering, um nach Ablauf der Projektphase (Zuschüsse) 2006 die Tragfähigkeit der Touristinformation zu gewährleisten. Forderung nach Wirtschaftlichkeitsrechnung!

Herr Auchter weist im Hinblick auf den Verkauf im Peterstor auf die begrenzten Räumlichkeiten im Verkaufsraum hin. Die Aufgaben der Informationsstelle gehen über den Verkauf von Produkten hinaus (Konzepte, Vermarktung). Es findet u. a. eine Aufarbeitung diverser Sachen, wie z. B. die Erstellung aktueller Postkarten, statt.

Herr Ott bittet die Anwesenden um konkrete Vorschläge zur Verbesserung und genaues Aufzeigen der Defizite, damit diese aufgearbeitet werden können. Ziel der Stelle u. a. ist es, Schwächen aufzuzeigen und Anregungen für einzelne Bereiche geben.

Verweis von Herrn Riedlinger - geplant sind:

Vermittlungsprovision bei den Konzertkarten,

Beteiligung der Infostelle an Umsatz Gastronomie durch Vermittlung

Frage der Konkurrenz von AK und FGZ wird wie folgt beantwortet:

Arbeitskreis und FGZ sollen sich ergänzen,

Aufgabe AK ist Ideen sammeln und größerer Rahmen von Beteiligten

(Naturschutz, Vereine, Kirchgemeinde etc.)

Frage Hochrechnung der Tagesgäste ab 150.000 im Jahr, kann diese stimmen, keine konkrete Antwort, viele Besucher v. a. Busse spiegeln jedoch nicht Besucherzahlen im Peterstor wieder.

Frau Tittor sieht die Unterstützung der Arbeit der FGZ durch die Stelle im Peterstor sehr positiv, wo ein langfristiges touristisches Konzept entwickelt wird (Stärken-Schwächen etc.).

Weiter weist sie auf die Dringlichkeit der Erneuerung der Infotafeln im Ort hin.

Die FGZ plant ein gemeinsames Treffen mit Frau Hillert in der nächsten Zeit.

Herr Petermann sieht die Einrichtung der Infostelle als große Chance für Zwiefalten. Die Beurteilung der Arbeit sollte nicht nur am Umsatz gemessen werden, da es weitere wichtige Aufgaben gibt. Die Ergebnisse werden nur mittel- und langfristig (ca. 10 Jahre) gemessen werden können. Für wichtig erachtet er die Strukturierung des Angebotes nach Zielgruppen, Pauschalangebote und die Erneuerung des Internetauftrittes, da dieses Medium in der Vermarktung etc. einen hohen Stellenwert besitzt.

Der Verkauf von Konzertkarten der Münsterkonzerte in der Infostelle wird noch im kleineren Kreis besprochen werden. Die Vernetzung aller kulturellen Angebote (Kulturinitiative Münsterklinik, Veranstaltungen im Kapitelsaal) ist wichtig.

Frau Speidel stellte den Geopark Schwäbische Alb, mit seiner einzigartigen Geologie, vor. Der Geopark versteht sich als Dachmarke bzw. Gütesiegel und wird von der UNESCO anerkannt. Die Vermarktung findet überregional bzw. weltweit im Verbund statt. Geplant sind 23 Geopark-Infostellen auf der Schwäbischen Alb, eine davon soll in Gauingen entstehen. Thematisch soll hier der Natursteineabbau dargestellt werden. Dazu gibt bereits Gespräche mit dem Industrieverband Steine und Erden. Das Potential einer Geopark-Infostelle in Zwiefalten wird von Frau Speidel sehr positiv eingeschätzt, zudem steigt das Interesse am Geopark allgemein.

Herr Riedlinger verwies auf das bereits in Auftrag gegebene Konzept für die Geopark-Infostelle in Zwiefalten, deren Antragsteller der Geschichtsverein und der Industrieverband Steine und Erden sind. Zukünftig soll auch die Wimsener Mühle das Label des Geoparks erhalten.

Unter dem Motto „Steine erzählen Erdgeschichte“ werden laut Frau Tittor die Hauptzielgruppen, Schulklassen und Kinder, optimal angesprochen. Die Realisierung der Programmgestaltung (bspw. Klopfkurse) wäre einfach zu gewährleisten, indem Hammer und Schutzbrille zur Verfügung gestellt werden. Problematisch sieht sie die Sicherungspflicht im Steinbruchgelände.

Der Umbau könnte laut Herrn Riedlinger etappenweise geschehen, wobei die Nebenräume schneller ausgebaut und einer Nutzung zugeführt werden könnten.

Frau Raisle von der KG Praxis schlug vor Wellness-Kurse (Wohlfühlmassage etc.) für Gäste anzubieten.

Die Öko-Regio-Tour „Kulturlandschaften entdecken und genießen“ wurde von Herrn Dr. Kieferle vorgestellt. Die Tour entstand in Zusammenarbeit mit dem baden-württembergischen Ministerium Ländlicher Raum und dem NABU. Ziel ist es, Bewusstsein zu schaffen für die Vielfalt der unser Land prägenden Kulturlandschaften und für die ökologischen Leistungen der Landwirtschaft, die diese Landschaften pflegt und gestaltet. Im Rahmen der neuen Öko-Region-Tour, die u.a. nach Wimsen über Zwiefalten führt, konnten 4 Gastronomen (Gasthof Post, Gasthaus Felsen, Fischzucht Illing, Gaststätte Friedrichshöhle) zur Teilnahme am „Seele lächle Teller“ gewonnen werden. Die neue Route, welche die Donauradler ins Landesinnere (Zwiefalten / Wimsen, Federsee, Mengen) führen soll, wird im September offiziell eröffnet.

Herr Vöhringer stellte das Wanderreiten auf der mittleren Schwäbischen Alb vor. In Zwiefalten gibt es 2 Stationen bei Familie Waidmann in Mörsingen und bei Familie Vöhringer in Uplamör. Gruppen von 3 – 20 Reitern unternehmen 2-3tätige Ritte innerhalb des Landkreises Reutlingen. Die Landschaft wird sehr positiv durch die Reiter bewertet, hier v.a. der Bannwald unterhalb der Heuneburg.

Übernachtet wird im Heu oder in Zimmern. Die Vermarktung erfolgt hauptsächlich über das Internet, durch Herrn Wolf und den Verein selbst.

Es gibt die Idee im Herbst eine Reiterralley bei Uplamör auf einer Strecke von 15 km durchzuführen.

Aus Sicht des Naturschutzes sieht Herr Franz keine Einwände bei der Nutzung durch die Wanderreiter, insofern dies in kleinen Gruppen geschieht.

Frau Traub von der Albhoftour spricht von der Notwendigkeit der besseren Vernetzung der einzelnen (touristischen) Angebote. Gegenseitige Werbung und die Verlinkung im Internetauftritt der Gemeinde sind wichtig. Die Angebotserstellung sollte aus Sicht des Gastes / zielgruppenspezifisch erfolgen.

Herr Feldhahn vom Gasthof Post bestätigt die positive Annahme des Seele-lächle-Tellers durch die Gäste. Auch zuvor hatte er schon regionale Zutaten in seiner Küche, jedoch erst durch die Kommunikation / Vermarktung werden die Gäste informiert und nutzen das Angebot.

Herr Illing berichtete von den Planungen der Fischzucht Zwiefalten in der alten Hammerschmiede. Ziel ist es, einheimische Fischarten zu züchten, weiterzuverarbeiten und direkt vor Ort zu vermarkten. Es soll eine Gastronomie sowie ein regionaler Markt entstehen. Später sollen Führungen durch die alte Hammerschmiede stattfinden. Für 2006 ist die Fertigstellung von Ferienwohnungen geplant.

Der Naturschutzbeauftragte Herr Franz wies auf das hohe Potential für einen umweltschonenden Tourismus in Zwiefalten hin. Ziel der touristischen Aktivitäten sollte die Erhaltung und die Nutzung von Natur und Landschaft sein. Im Rahmen einer Gesamtkonzeption könnte das Forstamt Führungen und Veranstaltungen durchführen.

Herr Schmid von der Narrenzunft Rälle verwies auf die Defizite des derzeitigen Internetauftrittes. Bei der Überarbeitung sollten alle Angebote besser herausgestellt und vernetzt werden. Das Internet ist ein wichtiges Vermarktungsmedium, wo Tagesprogramme, Links etc. nutzerfreundlich gestaltet werden müssen. Eine Großveranstaltung der Narrenzunft wird im Jahre 2009 mit dem Ringtreffen in Zwiefalten stattfinden.

Herr Hermanutz bezeichnete die Besucherzahlen der Informationsstelle als positiven Anfang.

Herr Bendel vom regionalen Regal und der Albhoftour sieht die Entwicklungen mit der Informationsstelle positiv.

Zum Thema Ortsbildverschönerung schlug Frau Hillert einen freiwilligen Arbeitseinsatz am Peterstor und am Vorplatz des Münsters vor. Mit der Gestaltung durch Blumenkübel am Eingang des Peterstores, dem Entfernen von Spinnweben und dem Streichen der Sitzbänke etc. könnte der Gesamteindruck auf dem kleinen Lösungsweg verbessert werden. Vorbilder für die Gestaltung durch Blumen kann man z. B. in der Nachbarstadt Hayingen finden.

Herr Feldhahn wies in diesem Zusammenhang auf die Belastungen durch den Schwerlastverkehr hin. Eine Tempo 30 Zone für LKW wäre wünschenswert.

Top 4 Aufgabe für nächste Sitzung:

Wo sehen Sie Stärken und Schwächen für den Tourismus in Zwiefalten?
Wo sehen Sie Potential für den Tourismus in Zwiefalten?

Protokoll

2. Treffen Arbeitskreis Tourismus Zwiefalten

14.09.2005 Rathaus Zwiefalten

Anwesende:

Herr Bruno Auchter	Kolping / Gemeinderat
Herr Rainer Bendel	Regionales Regal
Herr Joachim Dr. Kieferle	NABU
Herr Klaus Franz	Kreisforstamt
Herr Jörg Illing	IP Fischzucht Zwiefalten
Herr Klaus Kaepeller	Gemeinderat
Herr Josef Ott	Kolpingsfamilie, Vertreter des Gemeinderates
Frau Maria Tittor	FGZ Tourismus
Herr Hans Weckenmann	Schwäbischer Albverein
Frau Sieglinde Caspar	Architekturbüro
Frau Cornelia Bayer	Katholische Kirchgemeinde
Herr Josef Dorfner	AK Tourismus Zwiefalten
Frau Susanne Betz	interessierte Bürgerin
Herr Gottfried Göggel	Kreislandwirtschaftsamt
Herr Hubertus-Jörg Riedlinger	Bürgermeister / Geschichtsverein
Frau Ines Hillert	Touristinformation Peterstor

Entschuldigt:

Dekan Zeller	Katholische Kirchgemeinde
Pfarrer Albeck	Evangelische Kirchgemeinde
Herr Feldhahn	Gasthof Post
Herr Nagel	PLENUM
Herr Aßfalg	Münsterklinik
Frau Speidel	Nat. Geopark SA

Top 1 Begrüßung und Stand Gauinger Projekt

Zum Projekt im Gauinger Steinbruch, welches u. a. vom Regionen Aktiv gefördert wird, wurde der Auftrag zur Konzepterstellung erteilt. Von allen Tourismusverbänden wird das Projekt aufgrund des hohen Potentials unterstützt.

Ende September / Anfang Oktober wird es eine Anhörung zum Projekt in Gauingen geben. Die Mitglieder des Arbeitskreises Tourismus sind dazu recht herzlich eingeladen.

Top 2 Diskussion der Schwächen und Stärken und des Potentials des Tourismus in Zwiefalten

Natur und Landschaft

Hohes Potential wird in der Topographie / dem Relief, den Wasserläufen und im Waldbestand gesehen.

Der Herbst gilt mit seiner Laubverfärbung und dem Nebel als „schönste Jahreszeit“.

Für die Zwiefalter Aach gibt es momentan keine besondere Naturschutzregelung (vglw. zur Lauter) im Bezug auf das Kanufahren. Auf der Höhe Fischer Baustoffhandel bis Zwiefaltendorf ist eine Befahrung per Kanu möglich.

Die Inwertsetzung des Natursees am Fußweg zwischen Zwiefalten und Gossenzugen (Zugang schaffen, Ruhebänke mit Blick zum See würde die Attraktivität des Fußweges erhöhen. Hier wird jedoch Widerstand seitens des NABU erwartet

Kultur, Geschichte, Regionale Wirtschaft

Bis jetzt wurden geschichtliche, kulturelle und regionaltypische Themen zu gering in den Tourismus eingebunden. Hohes Potential wird in allen Teilbereichen gesehen
Das Thema Kirche und Religion wird auf der Angebotsseite nicht konsequent genug angegangen.

Mit dem für 2006 geplanten historischen Rundweg sollen diese Bereiche aufgearbeitet werden. Herr Ott bemerkte, dass seitens der Baacher Interesse besteht, einige Tafeln in Baach mitzufinanzieren.

Regionale Produktvermarktung

Die regionale Produktvermarktung über den Tourismus ist ausbaufähig. Mit den regionalen Regalen in der Touristinformation und ab September 2005 auch in der Fischzucht Illing gibt es diesbezüglich gute Ansätze.

Die regionale Produktvermarktung über die Gastronomie hängt laut Herrn Aierstock an der Preisfrage. Der Mehrpreis wäre über die Vermarktung (Informationen zur Herkunft) zu erzielen, zumal das Bewusstsein und die Sensibilisierung der Gäste diesbezüglich ansteigt, wie Beispiele anderenorts bestätigen.

Das Konzept der Albhof tour wird einigen nicht ganz deutlich. Eine deutlichere Herausstellung der Höfe, die einen Hofladen betreiben und derer die man nur besichtigen kann, wurde empfohlen.

Wandern, Radfahren, Natur erleben

Es besteht ein gut ausgebautes Wanderwegenetz. Die neue Beschilderung der 11 Rundwanderwege und der 5 Radwege um Zwiefalten, die bereits über den Ortsplan kommuniziert werden, ist im Sommer 2005 geschehen. Über das neue Angebot bestehen Informationsdefizite v.a. bei den Einheimischen. Um dies zu ändern, werden Artikel in der Presse veröffentlicht.

Das Radwegenetz wird als gut eingeschätzt. Der Nutzungskonflikt durch Mountainbiker wurde angesprochen. Früher gab es bereits ein Konzept zur Ausweisung spezieller Routen. Probleme entstehen jedoch bei der Nutzung von Privatwäldern (Haftung).

Führungen, self-guided Angebote

Es gibt keinen Lehrpfad bzw. keine thematischen Wander- und Radwege. Als Ergänzung zu den vorhandenen Rundwegen wurde ein Wanderführer (Beschreibung der Wanderwege) vorgeschlagen.

Die AlbhofTour und die Öko-Regio Tour binden Zwiefalten auf Ihren Routen thematisch ein.

Freizeitangebot

Münsterführungen mit festen Terminen in der Saison sind wünschenswert, um auch den spontanen Tagesgästen die Besichtigung des Münsters zu ermöglichen. Ein Problem wird hier bei geringer Nachfrage gesehen.

Idee: In Anlaufphase Angebot von einigen regelmäßigen festen Terminen in der Saison.

Das Ferienprogramm der Kolpingjugend wird sehr gut von den Einheimischen angenommen. Wie könnte man das Programm besser an die (Ferien-) Gäste vermitteln? Die persönliche Ansprache der Feriengäste durch die Vermieter zum Hinweis auf die Angebote wurde neben ansprechend gestalteten Plakaten vorgeschlagen.

Das Höhenfreibad Zwiefalten sollte noch besser beworben werden. Gerade für Gruppenausflüge von Schülern, Jugendlichen etc. eignet es sich.

Idee: Ein Werbebanner auf der Höhe der Brauerei anzubringen.

Im Winter besteht das Loipenangebot am Bühlhof aufgrund des Klimas und der veränderten Flächennutzung (Landwirtschaft) nicht mehr. Hier kann auf das Loipennetz von Hayingen verwiesen werden. Das Wandern in Raureif und Nebel bietet eine besondere Attraktion im Winterhalbjahr.

Grundsätzlich gibt es kaum Schlechtwetterangebote in Zwiefalten, dafür muss auf die umliegenden Attraktionen verwiesen werden. Für Gruppen bietet sich im Ort z. B. die Nutzung der Kegelbahn an. *Idee:* Gestaltung einer Checkliste zu Freizeitaktivitäten „Gutes Wetter / Schlechtes Wetter“ als Plakat (Aushang bei touristischen Leistungsträgern) und als Faltblatt sowie Veröffentlichung im Internet.

Hier ist ebenso eine persönliche Beratung der Gäste durch die Vermieter empfehlenswert.

Alle Veranstaltungen der Gemeinde Zwiefalten sind momentan im Veranstaltungskalender im Internet einzusehen.

Idee: Überarbeitung des Jahresterminkalenders hinsichtlich des Layouts und Extra-Aufstellung von für Gäste geeignete Veranstaltungen. Geplant sind ein Veranstaltungskalender für Gäste und ein Konzertführer Zwiefalten.

Eine weitere Idee ist die Einbindung der Musikvereine für kurze Ständchen vor dem Münster zu festen Zeiten (Bsp. Jeder 2. Sonntag im Sommerhalbjahr). Hier besteht ein deutliches Interesse (wie bei den Hochzeiten im Münster zu erkennen ist).

Gastronomie / Beherbergung

In Zwiefalten fehlt den touristischen Dienstleistern eine Klassifizierung (Qualitätsstandards).

Die Vermarktung der Forelle ist in der Gastronomie noch zu wenig präsent. Die neue Fischzucht wird das Thema besetzen.

Herr Riedlinger verwies auf die geplante Exkursion für Gastronomen und Beherbergungsbetriebe zu Best-practice-Beispielen in Oberschwaben.

Die Möglichkeiten des Jugendzeltplatzes sind weiter auszuschöpfen. Für den Ausbau von Wohnmobilstellplätzen wird hohes Potential gesehen (Bsp. Bad Buchau). Weiter sind Campingurlauber durchaus eine anspruchsvolle Zielgruppe.

Im Bereich der Beherbergung ist kein barrierefreies Angebot in Zwiefalten bekannt.

Beschilderung

Der Fußweg nach Wimsen ist vom Zentrum (Peterstor / Münster) nicht mehr beschildert. Vorschlag: Metallpfosten mit Beschilderung in der Nähe des Peterstores aufstellen.

Anregung Zwiefalten mit Gastronomie und Beherbergungsbetrieben besser am stark frequentierten Donauradweg auszuschildern und Hinweis mit ansprechender Werbetafel versehen.

Ortsbild und allgemeine Infrastruktur

Das Peterstor ist als Eingangstor zum Münster in einem schlechten Zustand. *Idee:* neuer Anstrich der Fassade und Verschönerung mit Blumenarrangements.

Alle Biergärten im Hauptort liegen an stark befahrenen B 312. *Idee:* bei Öffnung des Dekanatsgartens könnte ein Biergarten integriert werden.

Der Ortskern wirkt momentan wenig lebendig, wie der geringe Aufenthaltswert der öffentlichen Plätze zeigt. *Idee:* Kneippanlage bei bestehenden Treppen vor dem Rathaus zu integrieren (Einsetzen einer Platte, um das gewünschte Niveau zu erreichen).

Die Idee den Dekanatsgarten für Besucher zu öffnen besteht. Hier würde sich eine Nutzung als Kräutergarten (Abt hatte Verbindung zu Hildegard von Bingen) oder als Biergarten (Verbindung zur Brauerei) anbieten.

Die Parkplätze um das Münster inklusive Dobeltal sind ausreichend. Ein Problem stellen die an der Bushaltestelle parkenden Busse dar. Am Wochenende steht auch der Parkplatz vom Penny zur Verfügung. Eine Parkraumbewirtschaftung wurde vorgeschlagen.

Verkehr / Erreichbarkeit / ÖPNV

Zwiefalten ist mit dem PKW über die B312 gut zu erreichen. Ein großes Problem stellen die ÖPNV-Verbindungen dar. Die Fahrpläne sind unübersichtlich und die Verbindungen in den Abendstunden und am Wochenende sind schlecht.

Ausnahme ist der an Sonn- und Feiertagen verkehrende Lautertal-Freizeit-Bus mit Möglichkeit zum Fahrradtransport.

Innen- und Außenmarketing

Die Homepage der Gemeinde und der Tourismusteil soll verbessert werden, da ein informativer und gut gestaltetes Internetauftritt einen sehr hohen Beitrag zur Vermarktung leistet. Idee zur besonderen Gestaltung: „mit Mönch auf Tor zielen, je Treffer fliegt eine Putte durch das Bild und dann erscheinen fünf Treffer für Zwiefalten (Argumente für den Besuch des Ortes)“

Die Vernetzung der Gemeinde über das Internet ist über die Tourismusverbände gegeben.

Positiv ist das hohe Interesse vieler Beteiligter im Tourismus und das Engagement der Gemeinde Zwiefalten zu bewerten.

Auf einen Blick:

Prägende Faktoren für das touristische Image von Zwiefalten

Wandern, Radfahren

Geschichte, Kultur, Religion

Wasser, Geologie, Fischreichtum

Themenvorschläge zur Vermarktung:

Münster und Klostersgeschichte (Alleinstellungsmerkmal)

Brauerei

Wimsener Höhle (Alleinstellungsmerkmal)

Potential der Natur- und Kulturlandschaft

Chancen / Potentiale:

Geopark

Einbindung in das Gebiet des Biosphärenreservats

Zusammenarbeit mit Nachbargemeinden

Einführung von Qualitätsstandards (bspw. VIABONO)

Einbindung von Handwerk, Forst- und Landwirtschaft in das touristische Angebot

Probleme allgemein:

Geringer Bekanntheitsgrad der Schwäbischen Alb in Deutschland

Mehrsprachige Informationsmaterialien (regional und lokal)

Gastfreundschaft im Ort

Fehlende finanzielle Mittel

Vernetzung

Bündelung von Angeboten

Grundsätzlich ist zu klären: Wer will was und für Wen?

Herr Dr. Göggel schlug eine Angebotsgestaltung (Essen, Übernachtung, Abendprogramm inklusive Gut- und Schlechtwetteralternativen) für Busreiseunternehmen vor. Die Probleme in Zwiefalten bestehen jedoch genau bei den Themen Unterbringung von Gruppen (qualitativ und quantitativ) und dem fehlenden Abendprogramm. Die touristischen Dienstleister im Ort

sind auf Tagesgäste und einige Feriengäste ausgerichtet. Eine Zusammenarbeit mit den Nachbargemeinden würde eigene Defizite ausgleichen, die höhere Wertschöpfung würde dann aber auch dort betrieben werden.

Im Sommer 2005 wurde deshalb ein Gruppenflyer für 2006 erstellt, der Angebote zu Führungen und Besichtigungen in und um Zwiefalten sowie die Gastronomie bewirbt.

Anmerkung: In das Protokoll wurden die Einschätzung zu Stärken und Schwächen des Tourismus in Zwiefalten, die und von Teilnehmern des Arbeitskreises per Email zugegangen sind, eingearbeitet.

Protokoll

3. Treffen Arbeitskreis Tourismus Zwiefalten

21.06.2006 Rathaus Zwiefalten

Anwesende:

Herr Bendel	Regionales Regal
Frau Tittor	FGZ Tourismus
Herr Schmid	Narrenzunft Rälle
Herr Riedlinger	Bürgermeister / Geschichtsverein
Frau Hillert	Touristinformation Peterstor

Entschuldigt:

Dekan Zeller	Katholische Kirchgemeinde
Pfarrer Albeck	Evangelische Kirchgemeinde
Herr Feldhahn	Gasthof Post
Herr Nagel	PLENUM
Frau Speidel	Nat. Geopark SA
Herr Auchter	Kolping / Gemeinderat
Herr Ott	Kolpingsfamilie, Vertreter des Gemeinderates
Herr Schütz	Fremdenverkehrsgemeinschaft (Mythos Schwalb)

Top 1 Begrüßung und aktuelle Daten

Vorstellung der Übernachtungszahlen für das Jahr 2005:

Die absoluten Übernachtungszahlen 2005 bei (Betrieben ab 9 Betten) sind im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 895 Übernachtungen auf insgesamt 4.829 angestiegen. Die Steigerungsrate liegt bei 22,7%, die Übernachtungszahl entspricht in etwa denen des Jahres 2001.

Die Gesamtbettenzahl aller gemeldeten Betten in Zwiefalten beträgt 213 Betten.

Top 2 Arbeitsschwerpunkte 2006 und Rückblick 2005

Am 11. Juli ist eine Best-Practice Tour der touristischer Leistungsträger (Gastronomen, Beherbergung) zu interessanten Beispielen der Gastronomie und Beherbergung in Oberschwaben geplant. Ziel ist dabei die Schärfung des Blickes der Gastronomen und Hoteliers hinsichtlich der Möglichkeiten und Chancen, ihr quantitatives und qualitatives Angebot zu erweitern und zu verbessern.

Im Peterstor wird eine Gästebefragung über die Reisemotive und die Zufriedenheit mit der Infostelle im Peterstor seit Mai durchgeführt.

Ziele sind die Erfassung der Gästemotive allgemein und der Kundenzufriedenheit mit dem Service und dem Angebot der Infostelle im Peterstor. Die Gästebefragung dient somit als Grundlage für weitere Planungen hinsichtlich der Fortführung der Infostelle sowie der Erstellung von zielgruppenspezifischen Angeboten.

Weitere Arbeitsschwerpunkte 2006:

- Sensibilisierung der Leistungsträger für die Zertifizierung ihrer Betriebe
- Erstellung neuer Werbemittel
- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- Ausbau der Vernetzung der Infostelle
- Fertigstellung und Vorstellung des touristischen Konzeptes
- Treffen von Beirat und Arbeitskreis

Kurzer Rückblick über die Aktivitäten 2005:

- Aufbau, Betrieb der Informationsstelle und Integration in die bereits bestehenden touristischen Informationsstrukturen des Bürgermeisteramtes
- konzeptionellen Arbeit Analyse von Stärken und Schwächen des Tourismus
- Gründung des Beirates zum Peterstor

2005 drei Treffen des Beirates

- Einrichtung des Arbeitskreises Tourismus Zwiefalten

2005 zwei Treffen des Arbeitskreises

- Erfassung von Gruppenangeboten in Zwiefalten

Veröffentlichung in einer Broschüre und Verteilung

- Erstellung von Postkarten mit Zwiefalter Motiven
- Öffentlichkeitsarbeit und Vernetzung mit bestehenden touristischen Einrichtungen
- Zusammenarbeit mit touristischen Leistungsträgern, Kirchgemeinden, Naturschutz, Tourismusverbänden etc.

Top 3 Vorstellung der Alleinstellungsmerkmale und des touristischen Produktes Themenführung

Folgende Alleinstellungsmerkmale Zwiefaltens bieten sehr hohes Potential für die touristische Inwertsetzung:

Natur und Landschaft

- Geologie: Wimsener Höhle und Steinbruch Gauingen mit Travertinvorkommen
- Flora: Märzenbecherblüte, Wacholderheiden, Orchideenarten
- Fauna: Forellen, Graureiher, Blauschwarzer Eisvogel
- Abwechslungsreiches Relief mit Albhochflächen und eingeschnittenen Flusstälern

Kultur, Baugeschichte

- Münster, Klosteranlage, weitere historische Gebäude

Geschichte

- Klostersgeschichte, Zeugnisse der Klosterzeit
- Weiterentwicklung des Ortes (Städtebau etc.)
- Heuneburg, ehemalige Burg- und Wehranlagen

Regionale Wirtschaft

- Brauerei
- Prägung der Kulturlandschaft durch die Landwirtschaft
- Handwerk: Mühlen, Backhäuser
- Pumpwerk und dessen Bedeutung für die Wasserversorgung der Albhochflächen

Die Gästestruktur in Zwiefalten wird eindeutig von den Tagesgästen dominiert. Diese untergliedern sich in Gruppenreisende und Individualreisende. Die vorhandenen Besichtigungsmöglichkeiten (Münster, Brauerei) im Rahmen von Führungen sind momentan nur für Gruppen auf Voranmeldung möglich, Individualreisende werden dabei nicht berücksichtigt.

Führungen bieten ein hohes Wertschöpfungspotential für den Tagestourismus in Zwiefalten. Die Durchführung der Führungen durch Einheimische ist wünschenswert.

Die Einführung von regelmäßigen Terminen (bspw. täglich 11.00 Uhr in der Saison oder jeden 2. Freitag im Monat um 11.00 Uhr) ist von hoher Bedeutung, da sich die Tagestouristen und natürlich die Urlauber auf ein festes Angebot verlassen können.

Vorschläge für neue Themenführungen:

Mönchswanderung

Entlang der Zeugnisse aus der Zeit des Klosters (Sühnekreuze, Galgenberg etc.) führt der Mönch (in entsprechender Kleidung) des Zwiefalter Klosters die Besucher und unterhält diese mit Anekdoten aus „seinem Lebensalltag“ und im Bezug zur Entwicklung des Klosters.

Handwerker

Das Handwerk spielte zur Zeit des Klosters in den umliegenden Orten eine sehr hohe Rolle. Es gibt auch hier einige Zeugnisse aus dieser Epoche, die im Rahmen einer Themenführung einbezogen werden können.

Naturführungen

Mit seiner abwechslungsreichen Naturlandschaft und den damit verbundenen Alleinstellungsmerkmalen (s.o.) besitzt Zwiefalten und Umgebung Potential für die Erweiterung des touristischen Angebotes im Bereich der Naturführungen. Momentan gibt es ein Tourenangebot durch die AlbGuides.

Anmerkung:

Ziel dieses Treffens des Arbeitskreises war es, den Mitgliedern das Potential für Themenführungen in Zwiefalten vorzustellen und Interessenten für die Durchführung dieser Führungen zu finden.

Top 4 Anregungen und Diskussion

Stand des Historischen Rundweges:

Der Historische Rundweg Zwiefalten ist auf Voranmeldung für Gruppen erlebbar. Es gibt mehrere Tourenvorschläge für den Rundweg, die Führungen werden vom Herrn Baumeister durchgeführt.

Die Ausstattung der Gebäude mit Tafeln und damit die Möglichkeit zur individuellen Begehung ist vom Geschichtsverein für die Zukunft geplant.

Vorschlag: Touren auf dem Historischen Rundweg an festen Terminen anbieten.

Wanderroutenvorschlag:

Ein neuer Wandervorschlag über den Schlossberg zur Freiheit wurde von Frau Tittor unterbreitet.

Internetauftritt:

Herr Schmid hat den Internetauftritt der Gemeinde Zwiefalten und speziell den Tourismusteil genauer durchgeschaut. Seine Anregungen:

- Fokus des gesamten Internetauftrittes der Gemeinde auf den Bereich Tourismus lenken (v. a. Startseite)
- Viele touristische Links (Tourismusverbände, Fahrplan, Gemeinden etc.) sind ohne direkten Gegenlink auf die Zwiefalter Seite
- pdf-Dateien von Prospekten oder Informationen zum Herunterladen bereitstellen (Vorteil direkte Information des Gastes und Einsparung von Portokosten)
- konkrete Beschreibung von Angeboten: Öffnungszeiten, Eintrittspreise etc.
- Einstellung von mehr Bildmaterial

Der Internetauftritt der Gemeinde wird demnächst neu gestaltet. Der Auftrag für diese Tätigkeit wurde laut Herrn Riedlinger noch nicht vergeben.

Wohnmobilstellplätze:

Herr Bendel verwies auf die Erschließung neuer Zielgruppen durch die Ausweisung von Stellplätzen für Wohnmobile am Höhenfreibad. Nach Aussage von Herrn Riedlinger ist die fehlende Versorgungsstation noch das einzige Hindernis für die Wohnmobilstellplätze. Es wird derzeit geprüft, wann die Investition kommen kann. Die Finanzierung muss im Haushalt abgesichert werden.

Weiter wurde die Infobox an der Kläranlage angesprochen. Diese wird laut Herrn Riedlingern in die Nähe der Radlerherberge versetzt werden.

Wanderwegbeschreibungen für die attraktiven Rundwege, welche auch im Internet veröffentlicht werden können, wurden gefordert.

Anhang 10: Protokolle Beirat

Protokoll

1. Treffen Beirat „Peterstor“ 18.05.2005 Rathaus Zwiefalten

Anwesende:

Herr Baader	Zwiefalter Klosterbräu
Herr Mey	Albgold
Herr Assfalg	Münsterklinik
Herr Ott	Vertreter des Gemeinderates
Herr Aierstock	Kreisbauernverband / Kirche
Herr Riedlinger	Bürgermeister / Geschichtsverein
Frau Hillert	Touristinformation Peterstor

Entschuldigt:

Dekan Zeller	Katholische Kirchengemeinde
Pfarrer Albeck	Evangelische Kirchengemeinde
Herr Schäfer	Geschichtsverein
Herr Nagel	PLENUM
Herr Fischer	FGZ

Top 1 Begrüßung und Organisation / Aufgaben und Konstituierung des Beirats

Jede Organisation / Verein soll durch einen Ansprechpartner im Beirat vertreten sein. Zur Erweiterung des Beirats wurden folgende Vertreter vorgeschlagen: Hr. Bendel vom Regionalen Regal, Hr. Schütz von der FG Mythos Schwäbische Alb, Hr. Singer als Leiter der Touristinformation Münsingen und ein Vertreter des Arbeitskreises Tourismus in Pfronstetten.

Die Aufgaben des Beirats sind: Einbeziehung relevanter Vereine und Interessengruppen in die Arbeit der Touristinformation, Sammlung von Ideen und Diskussion über Ziele.

Top 2 Stellenbeschreibung Peterstor

Frau Hillert stellte zunächst die Aufgaben der am Pfingstsonntag, dem 15.05.2005, eröffneten "Informationsstelle für Tourismus, Natur und Kultur" vor:

- Beratung der Besucher
- Bewerbung von Tourismusattraktionen / Exkursionen etc.
- Verkauf von Schriften, Büchern etc. zur Landschaft, Geschichte und Kultur
- Informations- und Verkaufsstelle für landwirtschaftliche Produkte in Direktvermarktung

Top 3 Zukünftige Arbeitsschwerpunkte

Der Fokus für die nächste Zeit liegt in der Entwicklung von Angebotspauschalen. Dabei sollen einzelne Module (Münsterführung, Museumsbesuch, historischer Rundweg, Brauereibesichtigung, Besuche bei Direktvermarktern, Wimsener Höhle, Veranstaltungen etc.) erarbeitet und als Tagespauschalen kombiniert werden. Die Pauschalen sollen interessante Ausflugsziele in einem Umkreis von 30 km mit einbeziehen.

Zur Fachmesse RDA des Internationalen Bustouristik Verbandes vom 2. - 4. August 2005 in Köln sollen diese Angebote zusammen mit dem Ortsprospekt dem Vertreter des Tourismusverbandes „Mythos Schwäbische Alb“ zum Messeauftritt mitgegeben werden.

Für die Tagespauschalen wurde sich aufgrund der unzureichenden Anzahl von Übernachtungsquartieren (z. B. für Busgruppen) und der zum Teil qualitativen Defizite der Übernachtungsmöglichkeiten entschieden.

Zur Behebung dieser Probleme wurden folgende Vorschläge unterbreitet:

- Einbeziehung des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbandes (Beratung, Weiterbildung)
- Durchführung einer Exkursion mit Vertretern der Gastronomie zu Best-practice Beispielen in der Umgebung
- Hilfestellung seitens der Gemeinde bei der Suche nach Fördermöglichkeiten

Weitere Vorschläge betrafen:

- das Aufräumen entlang der Radwege (Eingangsbereiche des Ortes Fa. Schwarz, Bauhof)
- die Überarbeitung des touristischen Teils des Internetauftritts der Gemeinde
- die Erstellung eines Veranstaltungskalenders für Zwiefalten
- die Erstellung eines Konzertführers für Zwiefalten (Zusammenfassung der Münsterkonzerte und der Konzerte der evangelischen Kirche sowie der Klinik)

Top 4 Diskussion

Langfristig müssen die öffentlichen Toilettenanlagen am Peterstor erneuert werden.

Herr Assfalg unterbreitete den Vorschlag, den Park zwischen Prälaturbau und Peterstor zu öffnen bzw. die dortige Mauer zu entfernen. Die Anlage wäre aufgrund der veränderten Anforderungen der Klinikstation und der Tatsache, dass die Mauer keine historische Bausubstanz darstellt, eine Bereicherung für den Ortskern.

Laut Herrn Ott ist die historische Bausubstanz der Außenmauer am Peterstor im Vergleich zur heutigen Höhe niedriger gewesen.

Am Bühlhof wird an Stelle der heutigen Wohneinheit eine Krankenstation für depressive ältere Menschen mit traumatischen Erlebnissen zu therapeutischen Zwecken entstehen. Dies stellt laut Herrn Assfalg keinen Widerspruch zur im Flächennutzungsplan ausgewiesenen touristischen Nutzung dar. Der Umbau erfolgt so, dass eine spätere Umnutzung (z. B. als Hotel) einfach zu realisieren ist. Herr Riedlinger schlug vor, einen Wettbewerb zur touristischen Nutzung des Bühlhofs ausschreiben zu lassen.

Das nächste Treffen des Beirats findet am 20. Juli 2005 um 19.00 Uhr im Sitzungssaal des Rathauses Zwiefalten statt.

Protokoll

2. Treffen Beirat „Peterstor“

20. Juli 2005 Rathaus Zwiefalten

Anwesende:

Herr Baader	Zwiefalter Klosterbräu
Herr Mey	Albgold
Frau Klöpfer	Pfronstetten / Huldstetten
Herr Klöpfer	Pfronstetten / Huldstetten
Herr Ott	Gemeinderat
Herr Riedlinger	Bürgermeister / Geschichtsverein
Frau Tittor	FGZ
Frau Hillert	Touristinformation Peterstor

Entschuldigt:

Dekan Zeller	Katholische Kirchengemeinde
Pfarrer Albeck	Evangelische Kirchengemeinde
Herr Schäfer	Geschichtsverein
Herr Nagel	PLENUM
Herr Abfalg	Münsterklinik
Herr Aierstock	Kreisbauernverband

Top 1 Begrüßung und aktueller Stand im Peterstor

Vorstellung der einzelnen Daten (bis 18. Juli 2005):

Insgesamt: 1.817 Besucher

Tagesdurchschnitt: 62 Besucher

Umsatz insgesamt: 3.350 Euro

Umsatz pro Besucher: 1,84 Euro

Folgende Produkte werden nachgefragt:

Postkarten, Landkarten, Bücher, Regionales Regal, Artikel der Münsterklinik

Aktuelle Arbeiten:

Eröffnung der Informationsstelle

Kontaktaufnahme zu touristischen Partnern der Region

Öffentlichkeitsarbeit (Kataloge 2006, etc.)

Erstellung von aktuellen Postkarten

Erstellung Faltblatt Gruppenangebote in und um Zwiefalten 2006

Einrichtung Arbeitskreis Tourismus Zwiefalten

Konzentration der Arbeit bis Oktober auf das Konzept

Personal:

Teilung der 400 Euro Stelle: Frau Pivon-Gritzmüller, Frau Goller

Praktikantin Frau Gray für 3 Monate

Top 2 Vorschläge / Diskussion

Zusammenarbeit mit dem katholischen Pfarramt.

Bis jetzt steht die Entscheidung aus, ob im Peterstor Konzertkarten für das Münster (Kontingente im Vorverkauf mit Provision) verkauft werden dürfen. Die Nachfrage nach Münsterführungen ist hoch. Feste Führungstermine in der Saison und damit gezielte Führungen sind wünschenswert.

Einwände seitens der Kirchgemeinde gibt es über die Fülle der Besucher insgesamt, die Kapazitätsgrenzen für Führungen scheinen erreicht. Herr Baader bemerkte, das Münster bietet weitere interessante Punkte: wie Turmbesteigung und Spezialführungen (Gruft, Kinderführung).

Vorschlag: Gespräch von Herrn Riedlinger mit Herrn Petermann und Dekan Zeller zur Klärung: Konzertkartenvorverkauf, Führungen, Zusammenarbeit im Tourismus.

Das Erscheinungsbild des Peterstores ist schlecht. Herr Riedlinger führte bereits Gespräche zum Anstrich des Tores mit Herrn Tress von der Münsterklinik.

Blumenschmuck könnte das Gesamtbild verbessern.

Problem der nichtvorhandenen Klassifizierung im Gastgewerbe Zwiefaltens. Standards im Bereich der Quartiere zu Schaffen ist von oberster Priorität. Die Konzentration der touristischen Dienstleister liegt auf dem Tagestourismus, weiter sind hohe Investitionen erforderlich womit die derzeitige Situation zu erklären ist.

Vorschlag: Exkursion zu Best-practice-Beispielen mit den Gastronomen.

Klassifizierungsmöglichkeiten bestehen auch auf Gemeindeebene, z. B. über das einheitliche Umweltgütesiegel VIABONO. Hier gibt es die Möglichkeit Dozenten für Vorträge zu gewinnen.

Bis jetzt sind kaum Reklamationen im Peterstor eingegangen. Die wenigen beziehen sich auf das öffentliche WC. Herr Ott forderte ein Qualitätsmanagement in Form einer Statistik einzuführen.

Die Zusammenarbeit mit der Nachbargemeinde Pfronstetten soll im Bereich des Tourismus weiter ausgebaut werden. Ein gemeinsamer historischer Rundweg steht in der Diskussion. Herr Klöpfer berichtete von der Einrichtung des Arbeitskreises Tourismus in Pfronstetten seit März 2005. Pfronstetten „steht in den Anfängen“. Es gibt keine Übernachtungsmöglichkeiten außer dem Georgenhof, der sehr gut ausgelastet ist. Die Anknüpfung der Wanderwege nach Zwiefalten und eine einheitliche Markierung gehören zur aktuellen Aufgabenstellung.

Zum Thema fehlende Übernachtungseinrichtungen für Gruppen schlug Herr Baader Kooperationen mit den Nachbarort Hayingen und dem Georgenhof vor. Reserven und Potential sieht er für naturverbundene Gäste bspw. in Wanderheimen.

Die nächste Sitzung des Beirates findet Ende Oktober statt.

Protokoll

3. Treffen Beirat „Peterstor“

24. Oktober 2005 Rathaus Zwiefalten

Anwesende:

Herr Bendel	Regionales Regal
Herr Ott	Gemeinderat
Herr Riedlinger	Bürgermeister / Geschichtsverein
Frau Tittor	FGZ
Frau Hillert	Touristinformation Peterstor

Entschuldigt:

Dekan Zeller	Katholische Kirchengemeinde
Pfarrer Albeck	Evangelische Kirchengemeinde
Herr Baader	Zwiefalter Klosterbräu
Herr Schäfer	Geschichtsverein
Herr Nagel	PLENUM
Herr Aierstock	Kreisbauernverband
Herr Mey	ALB-GOLD

Top 1 Begrüßung und Bilanz der Informationsstelle

Das Angebot der Informationsstelle nahmen in der ersten Projektphase 2005

ca. 6.000 Besucher wahr. Seit Mai konnten die Besucherzahlen gesteigert werden (Mai / Juni: 55 pro Tag; Juli / August: 82 pro Tag; Sept. / Okt.: 87 pro Tag).

In den fünf Monaten wurde ein **Umsatz von 8.670 €** erreicht. Dabei wurden ca. 66% des Umsatzes mit Merchandisingartikeln und ca. 34% mit Lebensmitteln erreicht. Die anteilige Verteilung gliedert sich wie folgt:

- Postkarten	10%
- Landkarten, Bücher, Alles (Schäfchen...)	40%
- Regionales Regal	20%
- Zwiefalter Klosterbräu	10%
- Münsterklinik	15%
- Sonstige	5%

Top 2 Tätigkeitsbericht 2005

Aufgaben der ersten Projektphase:

- Aufbau und Betrieb der Informationsstelle im Peterstor
- Arbeitsfokus: Information und Beratung der Gäste sowie Verkauf
- Zusammenarbeit mit Leistungsträgern, Kirchengemeinden, Naturschutz, Tourismusverbände und Touristinformationen
- Recherche und Erstellung von Tagesangeboten für Gruppen in Zwiefalten; Rundschreiben an Busunternehmen
- Erstellung von aktuellen Postkarten
- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, u. a. Bekanntmachung der neuen Informationsstelle
- Einrichtung eines Arbeitskreises Tourismus in Zwiefalten; zwei Treffen 2005
- Beirat zum Projekt Peterstor; drei Treffen 2005
- Konzeptionelle Arbeit: 2005 Fokus auf Bestandsanalyse des Tourismus in Zwiefalten (Stärken-Schwäche-Analyse); Vorarbeiten für Gesamtkonzept 2006

Top 3 kurze Vorstellung der Ergebnisse

Zwiefalten besitzt viele Stärken und Potentiale für eine Weiterentwicklung des Tourismus. Themen, wie Landschaft, Natur, Kultur, Geschichte und Wirtschaft, sollten vermehrt in das touristische Angebot eingebunden werden. Gute Ansätze zeigt auch die regionale Produktvermarktung im Tourismus mit Gartenwirtschaften, Hofläden, Aktionen, Regionalem Regal (Touristinformation, neue Fischzucht) und mit drei „Seele lächle“ Wirten im Ort. Das bestehende Wander- und Radwegenetz in der abwechslungsreichen Landschaft zählt zu den großen Stärken. (Weitere Ausführungen siehe Zwischenbericht.)

Alleinstellungsmerkmale:

Natur und Landschaft

- Geologie: Wimsener Höhle und Steinbruch Gauingen mit Travertinvorkommen
- Flora: Märzenbecherblüte, Wacholderheiden, Orchideenarten
- Fauna: Forellen, Graureiher, Blauschwarzer Eisvogel
- Abwechslungsreiches Relief mit Albhochflächen und eingeschnittenen Flusstälern

Kultur, Baugeschichte

- Münster, Klosteranlage, weitere historische Gebäude

Geschichte

- Klostersgeschichte, Weiterentwicklung des Ortes
- Heuneburg, ehemalige Burg- und Wehranlagen

regionale Wirtschaft

- Brauerei
- Prägung der Kulturlandschaft durch die Landwirtschaft
- Mühlen, Backhäuser, Pumpwerk

Top 4 Diskussion

Aufgrund der Schwächen der statistischen Erfassung im Beherbergungsgewerbe (2004: drei gewerbliche Betriebe mit 64 Betten gemeldet, demgegenüber steht Gesamtbettenzahl inklusive Privatquartiere mit 210 Betten im Ort) kann die tatsächliche Zahl der Übernachtungen (2004: ca. 4.000) inklusive der Privatquartiere höher geschätzt werden.
Vorschlag: interne Erfassung aller Übernachtungen für 2005

Eine Einbindung der Backhäuser (Hochberg, Baach, Upflamör, Sonderbuch) in das touristische Angebot (v.a. Übernachtungsgäste, Gruppen auf Voranmeldung) ist empfehlenswert.

Im Rahmen der Vermarktung empfiehlt sich die Erarbeitung von Tagesvorschlägen nach Zielgruppen. Über einzelne Führungen und Tagesbegleitung (bspw. Albguides) kann eine Wertschöpfung erzielt werden. Wichtig ist hier die Zusammenarbeit und der Ausbau der Vernetzung mit den Sponsoren und den bestehenden touristischen Anbietern (Albhoftour, Albguides, Wanderreiten, Öko-Regio-Tour, Münsterführungen, Führungen historischer Rundweg, Mühlenwanderung).

Kritik an einem fehlenden innerörtlichen Orientierungssystem (Beschilderung: Parkplätze, Touristinformation, Museen, historischer Klosterpark, Freibad, WC etc.) wurde geäußert. Planungen hierfür bestehen bereits im Rahmen der Ortskernsanierung.
Vorschlag: Vorzug dieser Maßnahme

Die Zusammenarbeit mit Kath. Kirchengemeinde sollte verbessert werden.

Der Beirat soll auch im Winterhalbjahr tagen, um „Weichen für die zweite Projektphase 2006“ zu stellen.

Protokoll

4. Treffen Beirat „Peterstor“

7. Juni 2006 Rathaus Zwiefalten

Anwesende:

Herr Baader	Zwiefalter Klosterbräu
Herr Aßfalg	Münsterklinik
Herr Auchter	Gemeinderat, i. V. für Herrn Ott
Herr Riedlinger	Bürgermeister / Geschichtsverein
Frau Tittor	FGZ
Herr Bendel	Regionales Regal
Herr Keller	FGZ
Frau Hillert	Touristinformation Peterstor

Entschuldigt:

Dekan Zeller	Katholische Kirchengemeinde
Pfarrer Albeck	Evangelische Kirchengemeinde
Herr Mey	Albgold
Herr Nagel	PLENUM
Herr Aierstock	Bauernverband

Top 1 Begrüßung – kurzer Rückblick 2005

Begrüßung und Vorstellung des neuen Vorsitzenden der FGZ, Herrn Maximilian Keller in der Runde.

Kurzer Rückblick über die Aktivitäten 2005:

- Aufbau, Betrieb der Informationsstelle und Integration in die bereits bestehenden touristischen Informationsstrukturen des Bürgermeisteramtes
 - konzeptionellen Arbeit Analyse von Stärken und Schwächen des Tourismus
 - Gründung des Beirates zum Peterstor
- 2005 drei Treffen des Beirates
- Einrichtung des Arbeitskreises Tourismus Zwiefalten
- 2005 zwei Treffen des Arbeitskreises
- Erfassung von Gruppenangeboten in Zwiefalten
- Veröffentlichung in einer Broschüre und Verteilung
- Erstellung von Postkarten mit Zwiefalter Motiven
 - Öffentlichkeitsarbeit und Vernetzung mit bestehenden touristischen Einrichtungen
 - Zusammenarbeit mit touristischen Leistungsträgern, Kirchengemeinden, Naturschutz, Tourismusverbänden etc.

Top 2 Status Quo der Informationsstelle

Aktuelle Daten:

Eröffnung 2006 am 1. Mai

Öffnungszeiten:

von Donnerstag bis Sonntag (24 h in der Woche); Feiertage außerhalb dieser Wochentage sind nicht berücksichtigt

jeweils von 10.00 – 12.30 und von 13.30 bis 17.00 Uhr (6 h pro Tag)

Personalbesetzung:

Eine 75% Stelle als Leiterin (Wochenarbeitszeit 29 h)

2006 von April bis September

400 Euro für 2 Teilzeitkräfte (insg. 6 Arbeitstage pro Monat)

ab Mai 2006

Räumlichkeiten im Peterstor:

Räumliche Trennung der Arbeitsbereiche Laden und des Arbeitsplatzes (Computer)

Vernetzung mit dem Bürgermeisteramt:

Es gibt keine technische Vernetzung mit dem Intranet des Bürgermeisteramtes, Telefon- und Internetanschluss sind extern. Im Mai 2005 wurde diese Lösung auf Grund der Kostenstruktur gewählt.

Zusammenarbeit mit der Katholischen Kirchengemeinde:

In der Zusammenarbeit mit der katholischen Kirchengemeinde konnte noch kein Ergebnis über den Verkauf von Münsterkonzertkarten im Peterstor erzielt werden. Die Informationsstelle sieht sich als potentielle zusätzliche Verkaufsstelle über die eine höhere Auslastung der Konzerte erreicht werden kann.

Einnahmen und Besucherzahlen seit 2005:

Die durchschnittliche Besucherzahl von 78 Gästen pro Tag im Jahr 2005 wurde im Mai 2006 mit durchschnittlich 90 Besuchern deutlich überschritten. Seit Öffnung der Informationsstelle ist insgesamt ein klarer Anstieg der durchschnittlichen Besucherzahl pro Tag erkennbar. Die Einnahmen für Mai 2006 liegen auf der Höhe der Einnahmen in den Sommer- und Ferienmonaten Juli bis September 2005.

Bei den Einnahmen und den Besucherzahlen wird eine weiter steigende Tendenz für die Sommersaison 2006 erwartet.

Die vorliegende Abrechnung zum Geschäftsjahr 2005 wurde kurz besprochen. Herr Auchter sah ein Anbetracht des Geschäftsergebnisses eine Verbesserung der Einnahmesituation als dringend anzustrebendes Ziel an.

Top 3 Diskussion

Finanzierungsmöglichkeiten über die Projektlaufzeit hinaus

Die in der Projektphase 2005 und 2006 eingeworbenen Zahlungen von Sponsoren und von PLENUM stehen nicht mehr zur Verfügung. Deshalb müssen neue Finanzierungswege der Infostelle gesucht werden. Wer vom Peterstor profitiert, sollte finanziell mit eingebunden werden.

Eine Vermittlungsprovision ist als Instrument der Geldbeschaffung aus folgenden Gründen nicht umsetzbar:

- Kein Nachvollziehbarkeit: Wohin geht der Gast mit meiner Empfehlung?
- Kein Kontrollinstrument, der eine zahlt, der andere nicht.

Grundsätzlich sollte ein Instrument gefunden werden, wie diejenigen finanziell beteiligt werden, die von der Infostelle im Peterstor profitieren.

Idee: Verpflichtung der Beherbergungsbetriebe: Übernachtungsbetriebe pro Übernachtung mit bspw. 0,50 € zu beteiligen. Die Gastronomie würde hier jedoch außen vor bleiben.

Weitere Vorschläge für Finanzierungsmöglichkeiten:

- Biosphärengebiet – evtl. Funktionsübernahme
- Parkplatzvermarktung
- Einnahmen über bessere Auslastung des Jugendzeltplatzes
- Ausweitung Seminarangebot ähnlich den Steinbildhauerkursen
- Umlage von Einnahmen, die dem Tourismusbereich des Rathauses zugeordnet sind
- Konzentrierung und Erweiterung des Angebots auf Waren, die guten Absatz finden

Forderung nach Ausweitung der Öffnungszeiten in der Infostelle:

Die Analyse der besucherstärksten Wochentage im Peterstor ergab, eine hohe Frequentierung am Wochenende. Gerade in der Ferienzeit sind auch der Donnerstag und der Freitag gut frequentiert. Die durchschnittlichen Besucherzahlen verteilen sich für 2005 auf die Wochentage folgendermaßen:

Donnerstag: durchschnittlich 67 Besucher pro Tag (Anmerkung: mehrere Feiertage)

Freitag: durchschnittlich 60 Besucher pro Tag

Samstag: durchschnittlich 85 Besucher pro Tag

Sonntag: durchschnittlich 94 Besucher pro Tag

Die Öffnung der Informationsstelle an Feiertagen, die nicht auf einen der bisherigen Öffnungstage fällt, wurde angeregt. Alle Anwesenden waren sich einig, dass die Öffnungszeiten der Informationsstelle ab 2007 ausgeweitet werden sollten.

Personaleinsatz

Für den Ausbau der Öffnungszeiten im Peterstor wurde die Integration des Personals vom Bürgermeisteramt vorgeschlagen. Auf diese Weise könnten evtl. mit dem Dienstag und dem Mittwoch zwei weitere Öffnungstage gewonnen werden.

Zur Zeit ist das Peterstor mit dem Rathaus (Intranet, Telefon) nicht vernetzt. Für die Beschäftigung von Mitarbeitern aus dem Rathaus ist diese Vernetzung herzustellen. Problem: Arbeitsunterbrechung, flexiblere Arbeitsgestaltung (abhängig vom Besucheraufkommen), neue Aufgabenbereiche (Verkauf etc.).

Weiter wäre der Einsatz von Hilfskräften und Ehrenamtlichen vorstellbar. Ein großes Ziel des vergrößerten Personaleinsatzes ist die Entlastung der Leiterin der Infostelle im Bereich des Verkaufs und der Beratung, um Sie für wichtige Aufgabenbereiche, wie die touristische Weiterentwicklung und Vermarktung, freizustellen.

Alle Anwesenden waren sich einig, dass die Grundstruktur des Personals für die Weiterführung der Infostelle 2007 anders angelegt werden sollte.

Umbau der Räumlichkeiten im Peterstor:

Ziel ist die Integration des Arbeitsplatzes in die Verkaufstheke, um so die Arbeit in der Informationsstelle effizienter zu gestalten. Der momentane Wechsel zwischen dem Arbeitsplatz im Büro und dem Verkaufsraum ist ebenso wie der geringe Platz hinter der Verkaufstheke ungeeignet.

Bei der anschließenden Begehung der Räume wurde ein Wanddurchbruch vom Verkaufsraum zum Vorraum befürwortet. Zur genaueren Planung sollen weitere Fachleute hinzugezogen werden. Herr Riedlinger wird dabei Gespräche mit Herrn Keppler vom Architekturbüro Keppler in Münsingen und mit Herrn Rinauer aus Zwiefalten, der evtl. die Durchbrucharbeiten übernehmen könnte, durchführen.

Die Gestaltungsmöglichkeiten und die Kosten der Umsetzung sind so zu ermitteln.

Qualitätssteigerung im touristischen Angebot

In der Untersuchung der Stärken und Schwächen von 2005 wurde u. a. eine Schwäche im Angebot einiger touristischer Dienstleister vor Ort festgestellt. Dies bezieht sich auf die Qualität und die Quantität der Angebote ebenso wie auf die fehlende Klassifizierung im Gastgewerbe.

Herr Riedlinger sieht die zentralste Aufgabe des Peterstor mit darin, die Gäste auf Zwiefalten/die Zwiefalter Alb und die Region und seine touristischen Vorzüge aufmerksam zu machen, um sie für einen – wenn auch nur kurzzeitigen - Urlaub hier zu gewinnen. Hier träfe der Bedarf oft auf ein recht eingeschränktes qualitativ und –was Gruppen- oder Busreisen anbelangt – auch quantitativ adäquates Angebot – von lobenswerten abgesehen. Diesen Zustand gelte es dringend zu verbessern.

Er erinnert daran, dass in 2004 die Gemeinde eine Vortragsveranstaltung mit Fr. Franke zu den heute geltenden Qualitätsanforderungen und Trends durchführte. Leider stießen die Anregungen nicht auf große Resonanz.

Zu diesem Thema würde vom Bürgermeisteramt mit den Gastronomen und Beherbergungsbetrieben im Juli eine Best-Practice Tour zu ausgewählten Betrieben in Oberschwaben durchgeführt.

Auch bei allen positiven Auswirkungen der Arbeit des Peterstores für weitere Gewerbetreibende, wie v.a. den Einzelhandel oder die Freqüentierung des Bades muss das Ziel der Qualitäts- und auch Quantitätsverbesserungen im Gastronomie- und im

Beherbergungsbereich zwingend verfolgt werden. Das Prädikat des Staatl. anerkannten Erholungsortes muss auch in dieser Hinsicht in Zwiefalten gerechtfertigt sein. Eine Sensibilisierung der Betriebe für die Klassifizierung findet bereits statt. Herr Baader verwies in diesem Zusammenhang auf eine realistische Einschätzung der Investitionsfähigkeit der Betriebe. Er befürwortet eine Sensibilisierung für die Schaffung neuer Unterkünfte.

Zusammenarbeit mit der Katholischen Kirchengemeinde

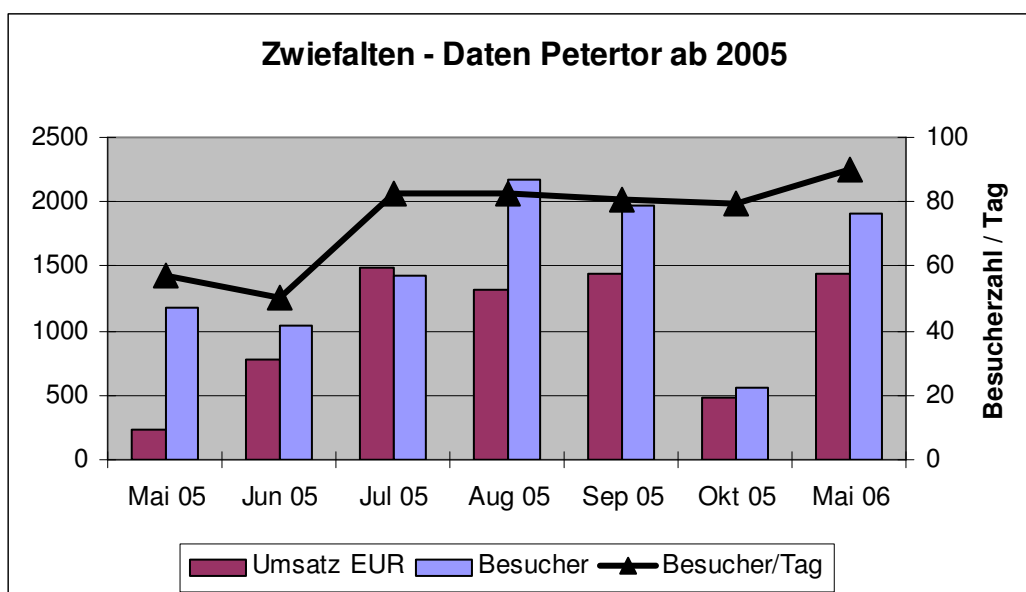
Die Informationsstelle ist bestrebt, die Zusammenarbeit mit der Katholischen Kirchengemeinde auszubauen.

Zukunft des Peterstores:

Die Informationsstelle im Peterstor wird als wichtige Einrichtung im Sinne einer zentralen Informationsstelle für Zwiefalten, die Region und das Biosphärengebiet und als Motor für die weitere touristische Entwicklung in Zwiefalten betrachtet. Der Informationsstelle im Peterstor muss laut Herrn Baader zukünftig ein noch größerer Stellenwert eingeräumt werden. Ein neues Personalkonzept zur Erweiterung der Öffnungszeiten und grundlegende Investitionen, wie bspw. der Umbau der Räumlichkeiten sowie die Vernetzung mit dem Intranet des Rathauses sind dafür notwendig. Die finanziellen Gegebenheiten erfordern ein Vorgehen „Schritt für Schritt“. Die qualitative Verbesserung der touristischen Angebote im Ort zählt dazu.

Alle Beteiligten waren sich einig, dass die Fortführung der Infostelle der richtige Weg in die Zukunft des Tourismus ist.

Anhang



Protokoll

5. Treffen Beirat „Peterstor“

9. Oktober 2006 Rathaus Zwiefalten

Anwesende:

Herr Mey	Alb-Gold
Herr Ott	Gemeinderat / Kolping
Herr Riedlinger	Bürgermeister / Geschichtsverein
Frau Tittor	FGZ
Herr Bendel	Regionales Regal
Frau Reil	Touristinformation Peterstor

Entschuldigt:

Dekan Zeller	Katholische Kirchengemeinde
Pfarrer Albeck	Evangelische Kirchengemeinde
Herr Nagel	PLENUM
Herr Aierstock	Bauernverband

Top 1 – Begrüßung und Bilanz und Erfahrungsbericht

Nach dem Ende der Projektlaufzeit kann eine **positive Bilanz** der Informationsstelle im Peterstor gezogen werden. Die etablierte Infostelle konnte die Besucherzahlen im Vergleich zum Vorjahr um 40 % auf 8.350 Besucher steigern. Diese Zahlen sind nach Einschätzung von Frau Reil weiter steigerungsfähig. Unter den Gästen herrscht eine hohe Kundenzufriedenheit bzgl. des Informationsangebotes, der Beratung und des hochwertigen v. a. regionalen Verkaufssortiments, wie die Gästebefragung und die Beratungsgespräche ergaben.

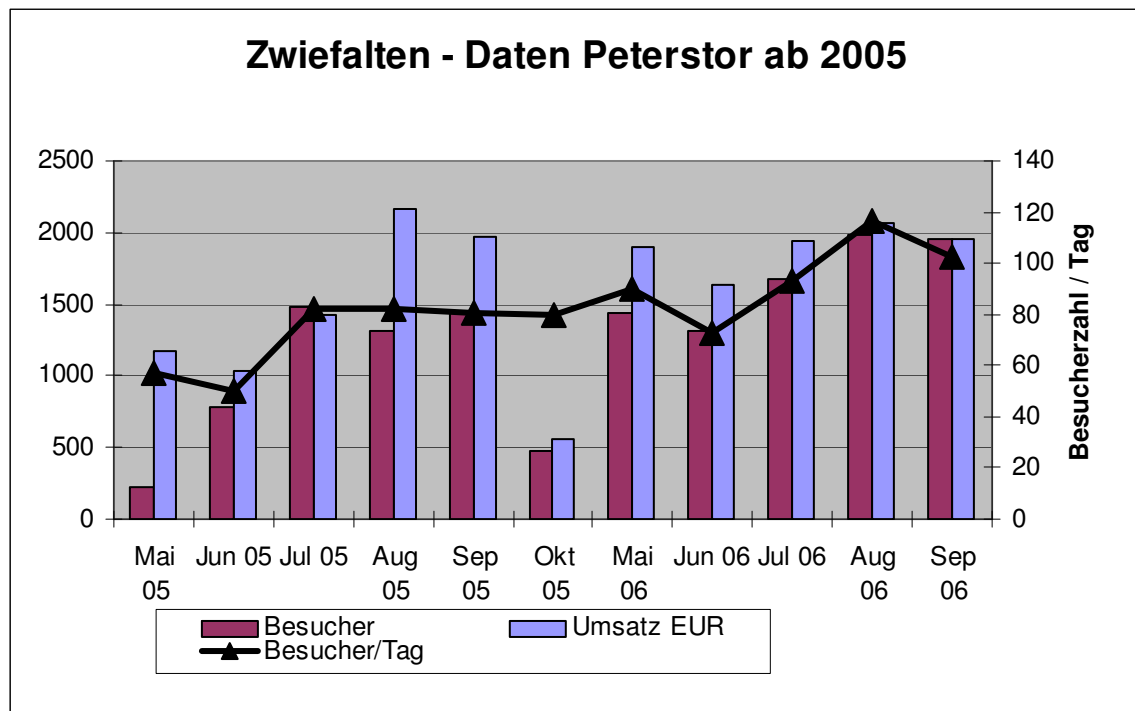
Weiter stiegen die Übernachtungszahlen in Zwiefalten im Jahr 2005 um 23%. Im Vergleich dazu lag der Zuwachs in Münsingen im Vergleichszeitraum bei 14%.

Vergleich der Jahre 2005 und 2006

	<u>1. Projektphase 2005</u>	<u>2. Projektphase 2006</u>
Öffnungszeiten	15. Mai bis 9. Oktober	1. Mai bis 1. Oktober
Gesamtbesucherzahl	6.000	8.350
Durchschnitt Besucherzahl pro Tag	79	95
Gesamtumsatz in der TI Peterstor	8.650 €	9.615 €

Im Zusammenhang mit der Einrichtung der Informationsstelle ist ein positiver Effekt in der touristischen Entwicklung Zwiefaltens deutlich erkennbar.

Der Umsatz im Peterstor entwickelte sich 2006 stabil und weist im Vergleich zur Einführungsphase 2005 geringere Schwankungen auf.



Nach Einschätzung von Frau Reil ist der Umsatz zukünftig in einem gewissen Rahmen steigerungsfähig. Folgende Gründe wirkten sich 2006 auf den Umsatz aus:

- Fußball WM (deutschlandweiter Rückgang des Inlandtourismus im Juni, Juli)
- Wetterlage (Hitze im Juni; kalt und regnerisch im ersten Teil der Schulferien in Baden-Württemberg)
- Veränderte Gästestruktur (Urlauber, Wanderer fehlten in dieser Zeit)

Produktsortiment

Das bewährte Sortiment aus 2005 wurde auch 2006 mit entsprechenden Anpassungen übernommen. Die touristischen Informationsmittel (Landkarten, Broschüren, Bücher) sind neben den Postkarten, dem Regionalen Regal und den Artikeln aus der Münsterklinik gefragt. Im Verkauf von Albwacholderprodukten und von esoterischen Steinen und Ketten konnte der Umsatz um über 100% gesteigert werden. Die Kaufentscheidung ist wie auch 2005 stark preisabhängig.

Ergebnisse Gästebefragung

Wie die Gästebefragung und die Beratungsgespräche bestätigen besitzt die Informationsstelle im Peterstor auf Grund ihrer breiten Informationsmöglichkeiten und der zentralen Lage hohe Bedeutung für die Region Schwäbische Alb, den Landkreis Reutlingen, das Lautertal und für Oberschwaben. Tagesausflügler dominieren die Gästestruktur eindeutig. Das Gewicht von Urlaubern und Durchreisenden ist ausgeglichen und liegt jeweils bei 25%. Die Ballungsräume Südwestdeutschlands bilden das wichtigste Quellgebiet für die Gäste Zwiefaltens. Von den Befragten kam jeder zehnte Besucher aus dem Ausland. der touristischen Angebote weiter gefördert werden.

Definition der Zielgruppen

Gruppenreisende:

- Busunternehmen
- Vereinsfahrten
- Betriebsausflüge

Individualreisende:

- Familien mit Kindern
- Generation 50 +
- Wanderer
- Radler (Donauradweg, Lautertal)
- Kulturreisende

Das touristische Image Zwiefaltens wird eindeutig durch das Münster (87%) geprägt. Danach folgen die Wimsener Höhle sowie Wandern und Spazieren (je 46%), Einkehren (20%), Museen (17%), Radfahren (9%), Übernachtung (6%), Freibad und AlbhofTour (je 3%). Das Interesse und v. a. der Bekanntheitsgrad der touristischen Angebote bei den Gästen lässt auf das vorhandene Image Zwiefaltens als Ausflugsziel schließen. Zukünftig sollte daher die Steigerung des Bekanntheitsgrades der touristischen Angebote weiter gefördert werden.

Aktuelle Daten aus dem Beherbergungsbereich

Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer lag 2005 bei 1,8 Tagen (im Vergleich diese lag in den Erholungsorten Baden-Württembergs bei 2,1 Tagen). Die Bettenauslastung betrug 2005 18% (im Vergleich dazu lag diese auf der Schwäbischen Alb bei 29,7%).

Top 2 Tätigkeitsbericht der Infostelle Peterstor

Aufgabenschwerpunkte

- Struktureller Aufbau und im Betrieb (Beratung, Verkauf usw.)
- Vernetzung innerhalb der „Tourismuslandschaft“
- Ausbau der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Marketingaktivitäten
- Erstellung des Konzeptes = Basis für zukünftige nachhaltige touristische Entw.

Überblick über die Aktivitäten 2005

- Struktureller Aufbau, Betrieb der Informationsstelle und Integration in die bereits bestehenden touristischen Informationsstrukturen des Bürgermeisteramtes
- konzeptionelle Arbeit: Analyse von Stärken und Schwächen des Tourismus
- Gründung des Beirates zum Peterstor
2005 drei Sitzungen des Beirates (Protokolle s. Anhang)
- Einrichtung des Arbeitskreises Tourismus Zwiefalten
2005 zwei Sitzungen des Arbeitskreises (Protokolle s. Anhang)
- Erfassung von Gruppenangeboten in Zwiefalten
Veröffentlichung in einem Flyer, Verteilung der Broschüren u.a. auf der Fachmesse für Bustouristik RDA in Köln über den TVSA
- Mailing an Busreiseveranstalter mit Einzugsgebiet Zwiefalten
- Erstellung von Postkarten mit Zwiefalter Motiven

- Öffentlichkeitsarbeit und Vernetzung mit bestehenden touristischen Einrichtungen
- Aufbau der Zusammenarbeit mit touristischen Leistungsträgern, Kirchgemeinden, Naturschutz, Tourismusverbänden etc.

Überblick über die Aktivitäten 2006

Die **Sensibilisierung der touristischen Leistungsträger für die Notwendigkeit der Klassifizierung** ihrer Betriebe wurde auf Grund der im Vorjahr festgestellten Engpässe der qualitativen und quantitativen Angebote vorgenommen. In verschiedenen Gremien wurden die Möglichkeiten und Vorteile der Klassifizierung vorgestellt und mit den touristischen Leistungsträgern diskutiert. Darüber hinaus wurde eine **Best-Practice Tour** der touristischer Leistungsträger (Gastronomen, Beherbergung) zu interessanten Beispielen der Gastronomie und Beherbergung in Oberschwaben am 11. Juli 2006 mit dem Ziel der Schärfung des Blickes der Gastronomen und Hoteliers hinsichtlich der Möglichkeiten und Chancen, ihr quantitatives und qualitatives Angebot zu erweitern und zu verbessern, geplant. Diese konnte jedoch auf Grund mangelnden Interesses nicht realisiert werden.

In der Informationsstelle im Peterstor wurde seit Mai 2006 eine **Gästabefragung** durchgeführt. Ziele sind die Erfassung der **Reisemotive** allgemein sowie der **Kundenzufriedenheit** mit dem Service und dem Angebot der Infostelle im Peterstor.
= Grundlage für weitere Planungen (Fortführung der Infostelle, Zielgruppendef.)

Weitere Arbeitsschwerpunkte 2006

- Erstellung eines Flyers im praktischen Handtaschenformat zum Thema „**Zwiefalten Erleben** – Sehenswürdigkeiten und Freizeitmöglichkeiten auf einen Blick“ (Der Inhalt ist u.a. aus den Diskussionen und Anregungen im Arbeitskreis entstanden.)
- Erstellung von ausgewählten **Wanderwegebeschreibungen** in Zusammenarbeit mit Herrn Weckenmann von der Ortsgruppe des Schwäbischen Albvereins Zwiefalten. (s. Internetauftritt der Gemeinde)
- Erstellung von **Flyern** zur Bewerbung des Zwiefalter **Höhenfreibades** und des **Jugendzeltplatzes**
- **Mailing** an Touristinformationen und Tourismusorganisationen mit unserem touristischen Angebot
- **Informationsstand** auf Tour de Ländle Veranstaltung in Zwiefalten
- Gestaltung eines **Quiz** anlässlich der Tour de Ländle in Zusammenarbeit mit der Presseabteilung der Münsterklinik mit anschließenden **Mailing** an über 100 Gewinner (gezielte Bewerbung von Zwiefalten, Treffpunkt Münsterklinik, Barockkonzert).
Ziel: Erwerb von Adressen für Werbezwecke
- Verteilung von Informationsmaterial zu Zwiefalten über den Stand der Stadt Münsingen am Ersten Schwäbischen Alb Tag am 12. September in Marbach
- Organisation einer **Botanischen Exkursion** im Steinbruch Gauingen mit Oberstudienrat Herdtfelder von der FH Nürtingen (Presseartikel)

Allgemein

- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
(Pressevorstellung Flyer, Anzeigenschaltung (u.a. Neugestaltung) in unterschiedlichen Printmedien, Erstellung von Mailinglisten für Serienbriefe)
- Ausbau der Vernetzung der Infostelle
- Sitzungen von Beirat und Arbeitskreis

- Optimierung des Warenangebotes in der Informationsstelle
- Fertigstellung und Vorstellung des touristischen Konzeptes

Inhaltliche Überarbeitung der Tourismuseiten des Zwiefalter Internetauftritts

- Vier neue Wanderbeschreibungen von Rundwanderwegen um Zwiefalten als pdf zum Herunterladen
- Gruppen- und Freizeitangebotsflyer als pdf zum Herunterladen
- Hinweis auf konkrete Angebote (Münsterführungen, Museen etc.)

Top 3 - Weiterführung der Infostelle

Die Weiterführung einer aktiven Informationsstelle im Peterstor wird nach der erfolgreichen Markteinführung und Etablierung der Informationsstelle während des Projektzeitraumes 2005 und 2006 empfohlen. Folgende Gründe sprechen dafür:

- vorhandener Bedarf laut der sich positiv entwickelnden Besucherzahlen und der kontinuierlich hohen Frequenz an Münsterbesuchern
- hohe Kundenzufriedenheit mit der Informationsstelle
- Aufbau und Stärkung eines positiven Image der Kommune Zwiefalten
- die Fortführung der Informationsstelle entspricht einer relativ geringen Zukunftsinvestition
- eine aktive Informationsstelle im Peterstor stellt die touristische Basisinfrastruktur für eine zukünftige anhaltende nachhaltige touristische Entwicklung in Zwiefalten und der Region

Für die Weiterführung sind fortlaufendes politisches Engagement und der Rückhalt bei den verschiedenen Interessengruppen unabdingbar.

Die Klärung der **Finanzierungsmöglichkeiten** stellt momentan die größte Herausforderung dar. Folgende Vorschläge zur Finanzierung wurden im Laufe der Projektzeit diskutiert:

- Umwidmung der Ausgaben für Tourismus im Haushaltsplan der Gemeinde
- Beteiligung von beworbenen Kommunen
- Funktionsübernahme im Biosphärengebiet Schwäbische Alb
- Integration der Übernachtungsbetriebe, die statistisch erfasst werden, durch Einnahmen über eine Gebührenerhebung „pro Übernachtung“ (bspw. 1 € pro Übernachtungen)
- Parkplatzvermarktung und Widmung eines Teils der Einnahmen für die Infostelle
- Integration von ehrenamtlichen Helfern in das Personalkonzept

Nach Klärung der Finanzierung und des Personaleinsatzes werden folgende Empfehlungen im Rahmen einer Weiterführung der Informationsstelle anzupassen (ausführliche Darstellung im Konzept):

- Umbau der Räumlichkeiten, technische Vernetzung mit dem Rathaus
- Beibehaltung der Kernöffnungszeiten
- Anpassung des Produktsortiments
- Fortlaufende Datenerhebung
- Engagement im Biosphärengebiet und im GeoPark

Top 4 – Diskussion

Nach Einschätzung von Herrn Riedlinger wurde während der Projektlaufzeit sehr gute Arbeit in der Informationsstelle geleistet und das Projektziel voll und ganz erreicht. Für 2007 wird jedoch das Fördergeld wegfallen womit ein Finanzierungseingpass für die Informationsstelle im Peterstor nach jetzigen Maßstäben entsteht. Zukünftig ist die Einstellung einer Tourismusfachkraft nicht mehr möglich. Die Personalführung und die inhaltliche Führung wird wieder im Rathaus angesiedelt sein.

Eine solide finanzielle Basis muss geschaffen werden. Die Einbindung der Profiteure der Informationsstelle möchte Herr Riedlinger bspw. über eine freiwillige Umlage der touristischen Dienstleister vor Ort erreichen. Hierzu finden bereits Gespräche mit Herrn Maximilian Keller (1. Vorsitzender der FGZ) statt. Die Vermarktung der regionalen Produkte bzw. des Hofladenangebotes, die Einbindung der Münsterklinik und der Kirchengemeinde, Fördermöglichkeiten im Rahmen des geplanten Biosphärengebietes sowie punktuell ProjektSponsoring durch die Firma Alb-Gold werden für eine solide finanzielle Basis angestrebt.

Das Warenangebot sollte gestrafft und neu überdacht werden: Neben touristischen Artikeln wie Karten, Büchern und CD`s sollte die Palette z. B. um das attraktive Holzspielzeug der Münsterklinik erweitert werden. Die Reduzierung des Umfangs des „Regionalen Regals“ könnte durch eine verstärkte Bewerbung der Hofläden kompensiert werden. Ebenso ist die Bewerbung der kulturellen Veranstaltungen in der Gemeinde und in der Nachbarschaft denkbar. Eine Ausweitung der Bewerbung unserer Sehenswürdigkeiten über den Landkreis Reutlingen hinaus (Biberach, Sigmaringen, Alb-Donau-Kreis) wäre gegen eine finanzielle Beteiligung denkbar.

Laut Herrn Mey ist bei der Parkplatzbewirtschaftung größte Vorsicht geboten. Seine Erfahrungen aus dem Gruppengeschäft zeigen den negativen Effekt bzgl. der Kundenfreundlichkeit. Dies kann bis zum Ausbleiben des Busgeschäftes führen. Hinsichtlich des Produktsortiments sollten bei der Weiterführung des Verkaufs im Peterstor unbedingt Devotionalien verkauft werden können. Weiter sollte Priorität auf die Höhe der Marge gelegt werden. Eine Extra-Gebühr für den Verkauf der Produkte einzufordern ist unrealistisch. Für die Einrichtung von Stellplätzen für Reisemobile und eine Übernahme von Portalfunktionen der Informationsstelle im Landkreis und im Biosphärengebiet sieht Herr Mey großes Potential.

Zur Integration bisher nicht beteiligter Interessengruppen, wie bspw. der katholischen Kirchengemeinde sieht Herr Ott hohen Handlungsbedarf. Er schlägt ein Treffen mit dem Dekan, Vertretern des Kirchengemeinderates und der Gemeinde vor.

Der zu leistende Zuschuss durch die Fachgruppe Tourismus ist laut Frau Tittor von der Höhe und der Zeit begrenzt. Sie sieht große Chancen zur Generierung von finanziellen Mitteln in der Parkplatzvermarktung und verweist auf die Erfahrungen des Haupt- und Landesgestüttes Marbach. Durch die Informationsstelle im Peterstor hat sie „keine Übernachtung mehr erhalten.“

Über die Touristinformation wird das touristische Image Zwiefaltens vermarktet. Dies erfordert ein langfristiges Engagement, denn viele Effekte treten oft zeitverzögert auf. Hierbei

werden die Betriebe mittelbar beworben. Die Rückmeldung seitens der touristischen Dienstleister fehlt bisher. Herr Riedlinger fordert eine Beteiligung der FGZ, da touristische Dienstleister die Hauptprofiteure einer Touristinformatioin in Zwiefalten sind. Weiter verweist er auf Kernaufgaben einer Gemeinde. Der Bereich Tourismus bedeutet zusätzliches Engagement.

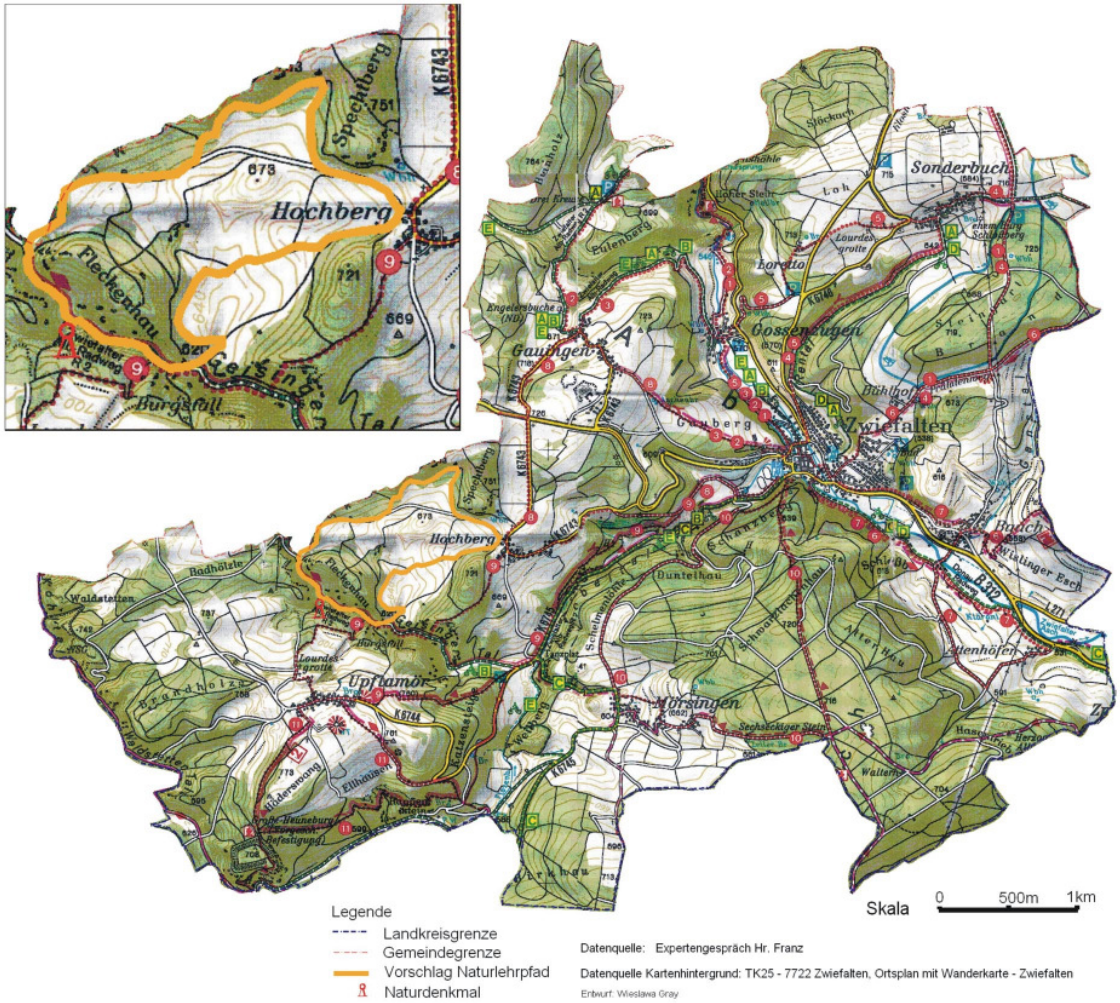
Auch Herr Mey vertritt die Meinung, dass ohne Investition der Akteure die Weiterführung der Touristinformatioin im Peterstor nicht möglich ist. Es stellt sich die zentrale strategische Frage, ob man eine aktive Informationsstelle, die den Tourismus voranbringt und zentralisiert oder den reinen Verkauf zur Verlustminimierung möchte.

Denkbar wäre eine Präsenz in der Informationsstelle im Peterstor am Wochenende. Das Rathaus würde zu den Öffnungszeiten während der Wochentage Ansprechpartner sein.

Herr Ott fordert die Entscheidung über die Informationsstelle im Peterstor so zeitnah wie möglich in den Gemeinderat zu bringen. Der Abschluss als Vergleichs- und Planungsgrundlage sowie die Zusammenstellung der Finanzierungsmöglichkeiten und des daraus resultierenden Personalkonzeptes sind dafür schnellstmöglich vorzubereiten. Herr Riedlinger wird dies veranlassen.

Anhang 11: Vorschlag Lehrpfad

Vorschlag für einen Naturlehrpfad in der Gemeinde Zwiefalten



Anhang 12: Broschüre des Historischen Rundweges Rastatt

Anhang 13: Klassifizierung im Gastgewerbe

Der Gast erhält eine bundesweite Vergleichbarkeit und eine größere Transparenz der Angebote. Das Qualitätsmanagement der einzelnen Betriebe sichert die zukünftige Wettbewerbsfähigkeit.

Für den einzelnen Betrieb ermöglicht eine Klassifizierung:

- Einschätzung des eigenen Produktes
- Konkrete Vorschläge zur Verbesserung des eigenen Angebotes
- Anreize zur Qualitätssteigerung
- Wettbewerbsvorteil gegenüber der Konkurrenz
- Wirksames Werbeargument

Handhabung der Klassifizierung nach Angebotssegmenten

DEHOGA – Gästehäuser, Gasthöfe und Pensionen

Die DEHOGA klassifiziert seit dem 1. Juli 2005 in der so genannten G-Klassifizierung Gästehäuser, Gasthöfe und Pensionen. Die Einstufung erfolgt vom einem bis zu vier Sternen. In diese Kategorie fallen konzessionierte Beherbergungsbetriebe mit nicht mehr als 20 Gästezimmern und die keinen Hotelcharakter aufweisen.

Die Klassifizierung gilt 3 Jahre.

Durchgeführt wird die Klassifizierung durch die GFT in Stuttgart

Kosten betragen für die Erstklassifizierung:

DEHOGA Mitglieder 375 € netto zuzüglich Marketingumlage von 9 € pro Zimmer

Nichtmitglieder 750 € netto zuzüglich Marketingumlage von 9 € pro Zimmer

Kosten für Wiederholung der Klassifizierung nach 3 Jahren:

DEHOGA Mitglieder 285 € netto zuzüglich Marketingumlage von 9 € pro Zimmer

Nichtmitglieder 570 € netto zuzüglich Marketingumlage von 9 € pro Zimmer

DTV – Ferienwohnungen und Privatzimmer

Der deutsche Tourismusverband bietet die Klassifizierung von Ferienwohnungen und Privatzimmern (hier bis acht Betten) an. Die Einstufung erfolgt von einem Stern bis zu fünf Sternen. Zusatzauszeichnung „Urlaub auf dem Bauernhof“ oder „Urlaub auf dem Lande“ sind möglich.

Die Klassifizierung gilt 3 Jahre.

Kosten: ca. 70 Euro

Weitere Möglichkeiten zur Klassifikation

Familienfreundliches Baden-Württemberg, Umweltsiegel Viabono, Wanderfreundliche Gastbetriebe etc.

Weitere Informationen unter www.klassifikation.de

Anhang 14: „Die Nette Toilette“ – Best-Practice Beispiel aus Radolfzell

Aktion "Nette Toilette" in Radolfzell

Seit dem Abbruch der öffentlichen Toilettenanlage in der Innenstadt bestand in diesem Bereich ein akuter Mangel an öffentlichen Toiletten. Deshalb hat die Stadt Radolfzell im Sommer 2004 das Projekt "Nette Toilette" eingeführt. Mehrere gastronomische Betriebe, öffentliche Einrichtungen und private Institutionen stellen ihre Toiletten zu ihren Öffnungszeiten der Allgemeinheit zur Benutzung zur Verfügung. Die Erfahrungen aus den vergangenen Jahren sind durchweg positiv. Das Angebot wird von Touristen aber auch von der Bevölkerung gerne genutzt und kommt sehr gut an.



Mit diesem Logo wird an den Eingangstüren auf die "Nette Toilette" aufmerksam gemacht!

Auf einem Flyer, erhältlich bei Tourist-Information, Bürgerbüro, Banken sowie über die Radolfzeller Homepage, sind die Einrichtungen mit einer „Netten Toilette“ mit Öffnungszeiten und Piktogrammen sowie der Kennzeichnung im Stadtplan übersichtlich dargestellt.

Quelle: www.radolfzell.de

Anhang 15: Best-Practice Beispiel für ein GeoPark Wochenend-Arrangement

Angebot des Biohotel-Gasthof Rose in Hayingen-Ehestetten:

GEOPARKKENNENLERTAGE

- Buchbar vom 1. April bis 31. Oktober – von Montag bis Donnerstag
- 3 Übernachtungen mit vitalem Vollwert-Frühstücksbuffet und mehrgängigem Abendmenü
- Besuch der Wimsener Höhle mit anschließendem Kaffee und Kuchen
- Wanderung mit einem Guide über die Alb
- Plus Kennenlern-Buch „Im Geopark Schwäbische Alb“ und Wanderkarte

Preis p. P. 199,00 € im Doppelzimmer

Preis p. P. 209,00 € im Einzelzimmer

Quelle: Hausprospekt