

Positionspapier und
Orientierungsrahmen

Natur. Nah.

Schönbuch & Heckengäu

Positionspapier und Orientierungsrahmen	
Einführung	3
1. Rollenverständnis und zentrale Aufgaben	5
2. Positionierung, Profilierung und Priorisierung	6
3. Zielgruppen	7
4. Regionale Kommunikation und Marketing	8
5. Touristische Infrastruktur und Angebote	11
6. Digitalisierung (Exkurs)	11

Ende 2019 wurde den für Tourismus zuständigen Mitarbeiter*innen aus den Kommunen des Landkreises Böblingen eine erste touristische Basisanalyse für die Freizeitregion Schönbuch-Heckengäu vorgestellt. Im Austausch mit den Kolleg*innen aus dem Landkreis wurden Themen identifiziert und priorisiert, die für die freizeittouristische Entwicklung der Region Relevanz haben. Eine Arbeitsgruppe sollte die Entwicklung einer Tourismusstrategie begleiten.

Die erste Welle der Coronapandemie und der erste Lockdown machten den Projektablauf und weitere Planungen zunichte. Mit großer Wucht trafen die Schließungen und Verordnungen dieser und der weiteren Wellen die Leistungsträger*innen der Freizeit- und Tourismusbranche, führten zu großer Unsicherheit und Zukunftsängsten und ließen viel Raum für Spekulationen, welche Auswirkungen für den Freizeitsektor zu erwarten waren. In dieser Situation ruhte der Auftrag des Landkreises Böblingen zur Weiterführung der Tourismusanalyse.

Mussten die Leistungsträger*innen in einer Art Schockstarre verharren, konnten die Bewohner*innen der Region Schönbuch-Heckengäu vom Aufbau der touristischen Freizeitinfrastruktur der letzten Jahre während des Lockdowns profitieren. Wander- und Radwege wurden so stark wie nie frequentiert, die Nachfrage nach Flyern und die Informationsabrufe übers Internet stiegen massiv. Die Bewegungsangebote in der Natur kamen den Menschen der Region zugute und die Bedeutung und der Wert von Naherholung wurde deutlich und schärfte das Bewusstsein für die Qualität von Freizeitangeboten. Prognosen deuten darauf hin, dass die Fokussierung auf wohnortnahe Erholung anhält, da sie den Menschen guttut und ihnen Sicherheit vermittelt.

Die Prognosen sehen aber auch schwere Zeiten für den Städte- und Kongresstourismus und damit für viele Leistungsträger*innen. Die Region Stuttgart reagiert mit einer Anpassung ihrer Marketingstrategie, die Stadt und Umland enger aneinanderbindet. Die Landschaftsräume Schönbuch-Heckengäu rücken damit als Nachbarregionen näher an die Stadt.

Für den Landkreis Böblingen im gut erreichbaren Umfeld des Großraums Stuttgart und als Teil der Metropolregion bietet die Pflege und Weiterentwicklung der Freizeitinfrastruktur Chancen, von denen er sowohl als Wirtschafts- wie auch als Wohn- und Lebensraum profitieren kann.

Der Tourismus im Landratsamt Böblingen ist mit einem Stellenäquivalent einer 1,0 Vollzeitstelle ausgestattet. Das Stundenvolumen wurde bislang überwiegend auf Teilzeitstellen aufgeteilt. Während sich das Tätigkeitsspektrum stetig weiterentwickelt hat und neben neuen Aufgaben auch die Bestandspflege hinzukam, blieb der Stellenumfang konstant. Um das Arbeitsvolumen zu bewältigen, sind in der Regel Praktikantenstellen ausgeschrieben und es werden Aufträge an externe Dienstleister vergeben.

Zur Tourismusanalyse wurden 2021 neue Absprachen getroffen, um der Dynamik der Situation gerecht zu werden. Entstanden ist ein pragmatisches Positions- und Orientierungspapier, das für die Mitarbeitenden einen verbindlichen Rahmen ihres Aufgabenspektrums absteckt und den Partner*innen einen Ein- und Überblick zu den Tätigkeitsfeldern gibt. Diese Positionierung soll dazu beitragen, die Arbeit der Tourismusinitiative zu bewerten und ihr das Gewicht zu geben, das sie für eine erfolgreiche Weichenstellung für die zukünftige Entwicklung des Tourismus im Landkreis Böblingen benötigt – gerade in diesen Zeiten.



1. Rollenverständnis und zentrale Aufgaben

Die Freizeitregion Schönbuch-Heckengäu umfasst den Landkreis Böblingen und versteht sich als Naherholungsgebiet für Bewohner*innen und Besucher*innen aus dem Großraum Stuttgart, Karlsruhe und Tübingen.

Neben den Ausläufern des Glemswaldes und der Schönbuchlichtung prägen die beiden großen Kulturlandschaftsräume Schönbuch und Heckengäu den Verwaltungsraum maßgeblich und wurden daher zum Namensgeber der Freizeitregion. Im Zusammenhang mit Naherholung und Freizeitangeboten schaffen Landschaftsräume im Gegensatz zu Verwaltungseinheiten bei Besuchern positivere Assoziationen und Bilder, helfen aber auch bei der geografischen Orientierung. Der Schutzstatus Naturpark fördert die Popularität und unterstützt die touristische Vermarktung. Der Landschaftsraum Schönbuch ist Teil des Naturparks Schönbuch, der daher höhere Bekanntheit genießt, die auf die gesamte Freizeitregion und damit auch auf das Heckengäu ausstrahlt.

- Die Tourismusinitiative Schönbuch-Heckengäu versteht sich als touristische Koordinierungsstelle und Impulsgeber für die Region und als zentrale Informationsstelle für Gäste, sie repräsentiert die Freizeitregion nach außen. Sie ist Netzwerkerin und Vermittlerin zwischen den Kommunen, Partner*innen und Behörden, die für eine touristische Entwicklung relevant sind.

- Die Tourismusinitiative Schönbuch-Heckengäu im Landratsamt Böblingen setzt sich für die Verbesserung des Freizeitwertes und die Sensibilisierung und Information zur Regionalkultur und regionalen Kulturlandschaft im gesamten Landkreis ein.

- Sie entwickelt und fördert unter dem Label „Natur. Nah. Schönbuch & Heckengäu“ einen sanften Tourismus und nachhaltige freizeittouristische Angebote, die wertschätzend für Mensch und Natur Erholung und Freizeiterlebnisse bieten.

- Der Schwerpunkt ihrer freizeittouristischen Aufgaben liegt auf der Entwicklung, dem Ausbau und der Pflege bewegungsorientierter Naturerlebnisse und auf Angeboten, die die Kulturlandschaft und die Kulturgüter der Städte und Gemeinden erlebbar machen. Dazu gehört auch die regionale Genussskultur mit heimischen Produkten.



2.

Positionierung, Profilierung und Priorisierung

Die Freizeitregion Schönbuch-Heckengäu positioniert sich als attraktive Natur- und Kulturlandschaft in der Nachbarschaft und in guter Erreichbarkeit des Großraums Stuttgart/Tübingen und profiliert sich über drei zentrale Themen und folgendes Ranking:

- **Bewegungsorientierte Naturerlebnisse**

Wandern, Spazieren, Radeln

- **Regionale Genusserlebnisse**

Regionale Küche und regionale Produkte

- **Regionale Kulturerlebnisse**

Kunst und Kultur in Städten und Kommunen und in der Natur (SCULPTOURA, LandArt)

- **Der Landkreis Böblingen ist eher Freizeitregion als klassische Tourismusregion.** Die Region Schönbuch-Heckengäu erschließt sich ihren Bewohner*innen und Besucher*innen insbesondere durch eine Vielzahl attraktiver und gut beschilter Wander- und Spazierwege. Sie eignen sich für individuelle Touren ebenso wie sie von den Naturführer*innen in Schönbuch und Heckengäu für Führungen genutzt werden, um Gäste mit dem Besonderen im Alltäglichen der Landschaftsräume bekannt zu machen und für die Bedeutung der Landschaftsräume zu sensibilisieren.

- **Der Fokus der touristischen Entwicklung liegt darauf, sich als Wander- und Ausflugsregion zu profilieren,** die mit (ergänzender) Infrastruktur und Services – auch barrierearme – Erlebnisse in der Natur ermöglicht und



vor Ort Wertschöpfung generiert. Die Anbieter*innen regionaler kulinarischer Genüsse – vom Direktvermarkter bis zur Gastronomie – werden als wichtige touristische Leistungsträger*innen und Partner*innen gesehen, ebenso wie Künstler*innen, die durch kreative Inszenierungen in der Landschaft die Attraktivität und Anziehungskraft der Region erhöhen.

- **Der Landkreis Böblingen betont in Zukunft noch deutlicher seine Zugehörigkeit zum Naturpark Schönbuch,** um von dessen positiver Ausstrahlung profitieren zu können.

- **Städte und Kommunen sind Ankerpunkte in den Landschaftsräumen,** häufig als Ausgangs- oder Endpunkte von Freizeitaktivitäten, als Anbieter*innen von touristischer Infrastruktur und Sehenswürdigkeiten und mit eigener (kulturgeschichtlicher) Identität. Sie setzen Akzente und vervollständigen das Bild der Kulturlandschaft.

- **Die Themen Natur, Genuss und Kultur entsprechen der Themensetzung der Tourismusstrategie der Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg (TMBW).** Schaufensterprodukte werden über die Regio Stuttgart Marketing- und Tourismus GmbH (RSM) platziert.

- **Die neue Ausrichtung der Region Stuttgart** greift die Positionierung als Naherholungsgebiet des Umlands auf und **bemüht sich, Stadt und Land enger zu vernetzen und das Miteinander erlebbar zu machen.** Eine Chance, neben den Bewohner*innen des Großraums auch den Gästen der Stadt die Umlandregionen zu erschließen.

3.

Zielgruppen

Alle Gäste sind in der Freizeitregion Schönbuch-Heckengäu herzlich willkommen.

Besonders wohl fühlen sich hier die Menschen, die einfach und schnell aus dem Alltag herauskommen möchten, sich dann aber die Zeit nehmen, Region, Natur und Kultur als Wanderer oder Spaziergänger oder auch per Rad zu erleben.

DAS ANGEBOTSPORTFOLIO

- richtet sich überwiegend an bewegungsaffine und naturorientierte Menschen und Familien;
- findet zunehmend Erweiterung durch Angebote für Familien und Menschen mit Handicap;
- möchte sportlich ambitionierte jüngere Menschen aus dem Verdichtungsraum erreichen;
- bietet Entspannungs- und Erlebnisangebote für Übernachtungsgäste, die privat oder geschäftlich reisen;
- behält die Bedürfnisse der zunehmenden Zahl von Wohnmobilst*innen im Auge.



Neue Marketingstrategie Region Stuttgart

Die Region Stuttgart richtet seit 2020 ihre Marketingstrategie neu aus und bemüht sich Stadt und Umland enger zu verbinden. Dadurch eröffnen sich neue Chancen, über die oben genannten Ursprungszielgruppen hinaus auch Kurzurlauber*innen und Stadtbesucher*innen in die Freizeitregion Schönbuch-Heckengäu zu lenken.

- „Erlebnisfinder“ als relevantes Element der neuen Strategie: In dem Erlebnisportal werden alle auf „bookingkit“ angebotenen Erlebnisse in der Region Stuttgart dargestellt und nach Themen geclustert unter dem Namen „Erlebnisfinder“ auf der Website der Stuttgart-Marketing GmbH ausgespielt. Ziel ist es, das Erlebnisportal zu der Buchungsplattform für Erlebnisse in der Region Stuttgart zu machen. Der dazugehörige Blog „Mein Erlebnis“ ist im Frühjahr 2021 gestartet.

- Die Tourismusinitiative Schönbuch-Heckengäu unterstützt die Anbieter*innen im Landkreis Böblingen bei der Nutzung dieser neuen Vertriebschiene.

- **Der Landkreis Böblingen versteht sich als Schnittstelle zur Region Stuttgart und zum Naturpark Schönbuch, die (potenzielle) Betreiber*innen von Systemen und mögliche Kooperationspartner*innen für Gemeinschaftsmodelle (zum Beispiel Online-Buchungen) sind.**



4.

Regionale Kommunikation und Marketing

- Der Landkreis Böblingen fokussiert sich auf das regionale Marketing im Kreisgebiet und Umgebung, pflegt gute Kontakte zur regionalen Presse und betreibt klassische Öffentlichkeitsarbeit über Pressemitteilungen und Pressekonferenzen, die über die zentrale Stelle für Öffentlichkeitsarbeit im Landratsamt bedient und gesteuert wird.

- Der seit 2007 betriebene Schönbuch-Heckengäu-Facebook-Kanal wurde 2020 in den Facebook-Auftritt des Landkreises integriert. Damit liegt auch die Betreuung des Facebook- und Instagram-Kanals (inklusive Social-Media-Marketing) in Händen der Zentralstelle und des dortigen Social-Media-Managers. Die Tourismusinitiative Schönbuch-Heckengäu gibt relevanten Content weiter, der dort aufbereitet und eingepflegt wird. Dieses „Outsourcen“ entlastet die Tourismusinitiative um den Preis, dass touristische Inhalte in den umfangreichen Meldungen des Landratsamtes keinen Anspruch auf Priorisierung haben und Gefahr laufen, unterzugehen. Da der erforderliche Zeitaufwand für die tägliche Pflege und Aktualisierung in der Tourismusinitiative nicht leistbar war, wurde dieser pragmatische zentrale Ansatz gewählt.

- Die nationale und internationale Kommunikation für die Region Stuttgart liegt bei der Regio Stuttgart Marketing- und Tourismus GmbH, der Landkreis Böblingen (und die Kommunen) arbeiten dieser Ebene (mit Schaufensterprodukten) zu.

Die Marketingaktivitäten sind also gesplittet und in unterschiedlichen Zuständigkeiten. Die Tourismusinitiative verfügt über ein Marketingbudget für Anzeigenschaltungen und anlassbezogene Marketingaktivitäten:

MESSEN UND AUSSTELLUNGEN

- Die Tourismusinitiative präsentiert die Freizeitregion Schönbuch-Heckengäu an ausgewählten Events und Aktionen und kleinen wie größeren Messen in der Region und im Großraum und beteiligt sich an Anzeigenschaltungen von Events mit Landkreisbezug.
- Die Teilnahme an der CMT Stuttgart als Partner der Regio Stuttgart Marketing- und Tourismus GmbH ist seit Jahren gesetzt und wird auf breiter Front auch von den Leistungsträger*innen unterstützt.
- Die CMT-Teilnahme bleibt auch in Zukunft ein wichtiger Marketingbaustein, der die Region enger zusammenführt und stärkt.



PRINTMEDIEN

Printmedien ergänzen die digitale Präsenz. Von der Entwicklung und Auflage eigener größerer Printprodukte wird abgesehen, weil sie zu viel Ressourcen verbrauchen und eine zu geringe Aktualitätsdauer haben. In der Regel sind nur hochwertige Printprodukte für den Markt und zur Erschließung neuer Interessentengruppen relevant, Herstellungs- und Vertriebsaufwand aber sind beträchtlich. Diese Produkte gehören zum Portfolio:

- Flyer zu Wanderungen und Radwegen finden weiterhin guten Absatz über touristische, kommunale und private Verteilstellen in der Region und bleiben Bestandteil des Marketingmix.
- Plakate und Anzeigen dienen als „Eyecatcher“ und erste Infoquelle, die in der Regel auf Websites oder Social-Media-Kanälen für tiefer gehende Informationen verweisen. Sie stehen meist im Zusammenhang mit Events und lokalen oder regionalen Aktionen, Messen oder Veranstaltungen. Eine Unterstützung der Veranstalter und das „Flaggezeigen“ durch Anzeigen stärkt Kooperationsprojekte und Partnerschaften.
- „Außergewöhnliche“ Printmedien, wie Infolyer für Hotels, die als „Appetizer“ das Interesse von Übernachtungsgästen auf die Freizeitregion Schönbuch-Heckengäu lenken.

WEBSITE UND PFLEGE DIGITALER PORTALE

- Die Pflege und Aktualisierung der Website gehört zu den Basisaufgaben der Tourismusinitiative Schönbuch-Heckengäu.
- Daneben ist das Anlegen von GPS-Tracks für Wanderungen und Radtouren und deren Präsenz und Pflege (!) auf gängigen Navigations-Apps wie „outdooractive“, „komoot“ und zunehmend in Baden-Württemberg in der „mein.toubiz“-Datenbank unabdingbar.

Es empfiehlt sich

- ✓ zu prüfen, ob die Entwicklung einer zentralen Info-Plattform für die Region – auf der Website von Schönbuch-Heckengäu – eine tragfähige zukünftige Gemeinschaftsaufgabe unter Führung der Tourismusinitiative sein kann und ein (mehrfach angedachtes) gemeinsames Printmedium ersetzen kann und
- ✓ wie und in welcher Form ein Onlinebuchungssystem als Partnermodell in der Region unterstützt werden kann.

www.schoenbuch-heckengaeu.de

Die Potenziale des Tourismus für die Lebensqualität der Bürger*innen und für die Wirtschaft werden in der Region (noch) unterschätzt.



Fast alle Touristiker der Freizeitregion Schönbuch-Heckengäu teilen die Einschätzung, dass die Bedeutung von Tourismus als Wirtschafts- und Standortfaktor unterschätzt und zu wenig (an)erkannt wird. **Dabei steht die Verbesserung von Naherholungsangeboten zur Steigerung der Wohnumfeldqualität in direktem Zusammenhang mit der Suche nach (und dem Halten von) Fachkräften und ist wichtiger „weicher Standortfaktor“ für die Wirtschaft.**

Kultur- und naturtouristische Angebote tragen außerdem zur regionalen Wertschöpfung, Lebensqualität und Zufriedenheit der Wohnbevölkerung bei und können einen wichtigen Beitrag zum Erhalt der Kulturlandschaft leisten. Sie können als Teil der Gesundheitsprophylaxe gesehen werden, fördern Naturverbundenheit und -sensibilität für Umweltthemen und unterstützen viele weitere gesellschaftlich relevante Aufgaben.

Die Coronapandemie hat der Bedeutung der Naherholung zusätzlich Gewicht gegeben.

Daneben ist die Einstellung der Bevölkerung zum Freizeitwert und ihre Identifikation mit der Region wichtiger Faktor für die Außenwirkung und damit für den Erfolg der Freizeitregion Schönbuch-Heckengäu.

- Die Tourismusinitiative Schönbuch-Heckengäu macht zukünftig ihre Aufgaben und das Arbeitsfeld landkreisweit und vor allem in den politischen Gremien stärker bekannt.

Dazu empfehlen sich folgende Optionen:

- ✓ Ein regelmäßiger Runder-Tisch-Tourismus für die Kommunen.
(1 x jährliches Format zum Informationsaustausch)
- ✓ Ein Arbeitskreis Tourismus aus Mitgliedern der Kreistagsfraktionen.
(1 x jährliches Format zum Informationsaustausch)
- ✓ Ein jährlicher Bericht im Kreistag, zum Beispiel mit vertonter PowerPoint-Präsentation, die auch in Gemeindegremien gezeigt werden kann.
- ✓ Die Einrichtung einer Lenkungsgruppe (Tourismusexperten aus der Region) mit regelmäßigem Austausch (2 Treffen pro Jahr: 1 x Präsenztreffen, 1 x virtuelles Treffen), um Einfluss auf die Steuerung der Tourismusentwicklung zu nehmen und eine engere Verbindung zur Region zu erreichen.
- ✓ Die Intensivierung und Pflege von Partnerschaften zur Industrie- und Handelskammer (IHK), zu Wirtschaftsbetrieben und -förderern, Obst- und Gartenbauvereinen, zum Deutschen Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA), Händlerverbänden etc.
(Partnerschaften für Wege, Kooperationsimpulse, Verbundenheit und Wertschätzung der Region)

5.

Touristische Infrastruktur und Angebote

- **Der Landkreis Böblingen setzt auf die Pflege und Weiterentwicklung der touristischen Produkte von Schönbuch-Heckengäu, die zu den zentralen Themenlinien Wandern, Radeln, Genuss und Kultur passen.** Diese Ausrichtung entspricht der Themensetzung der Region Stuttgart und der TMBW und passt zur neuen Tourismusstrategie der Region Stuttgart. Die Strahlkraft einiger Landkreis-Angebote reicht in die Region Stuttgart.
- **Der Landkreis Böblingen unterstützt die stärkere Wahrnehmung der Städte in Schönbuch und Heckengäu** und die Präsentation ihrer Freizeitangebote.
- **Der Landkreis Böblingen** pflegt seinen freizeittouristischen Bestand und **orientiert sich bei der Neu- und Weiterentwicklung von Produkten an den genannten Themenlinien und am Grundsatz einer nachhaltigen Entwicklung.** Er beobachtet den Markt, reagiert auf Trends und veränderte Nutzungsgewohnheiten und ist offen, neue Angebote zu entwickeln, wenn sie den Bedürfnissen des Marktes und seinen Zielgruppen entsprechen.
- Der Landkreis Böblingen unterstützt die Entwicklung von qualitätsorientierten Freizeitangeboten im gesamten Kreisgebiet, wenn die touristischen Voraussetzungen gegeben und die lokale Unterstützung gesichert ist und sie zu den Themenlinien passen.
- Der Landkreis Böblingen sieht in der Nutzung moderner Besucherlenkungsmaßnahmen (über Navigations-Apps etc.) zukünftig Lösungsansätze, um Hotspots zu entlasten und Besucher*innen in die Fläche zu führen. Er kann in seiner Vernetzungsfunktion Infoveranstaltungen und Kooperationsvereinbarungen zu diesem Thema unterstützen.

6.

Digitalisierung (Exkurs)

Digitalisierung ist auch im Tourismus ein großes und zukunftsweisendes Thema. Sie umfasst die allgemeine wie themenspezifische Kommunikation ebenso wie die digitale Infrastruktur, den Auf- und Ausbau eines Datenmanagements oder die internen Arbeitsabläufe.

Auf Landesebene unterstützt und berät die TMBW und auf Regionsebene die Stuttgart-Marketing GmbH die Kommunen bei den dazu anstehenden Aufgaben. Sie bieten Informations- und Weiterbildungsangebote und sind für die Kommunen und Leistungsträger*innen direkte und kompetente Ansprechpartnerinnen.

Damit gehören spezifische Digitalisierungsaufgaben explizit nicht zu den Landkreisaufgaben. Auch die Kommunen sehen hier kein Tätigkeitsfeld des Landkreises Böblingen.

Es bleibt vielmehr Aufgabe des Landkreises, seine Partnerschaften auf die Relevanz des Themas hinzuweisen. Er sieht Digitalisierungsschwerpunkte beim Aufbau einer regionalen Bilddatenbank und von Systemen, die eine Onlinebuchbarkeit von Angeboten verbessern, und setzt sich dafür ein, hier Verbesserungen zu erreichen.





neuland⁺

**Tourismus-, Standort- und
Regionalentwicklung**

Gerda Peuling
peuling@neulandplus.de
www.neulandplus.de
Dezember 2021



**Landratsamt Böblingen
Tourismus**

Parkstraße 16
71034 Böblingen
tourismus@lrabb.de
www.schoenbuch-heckengaeu.de