

Jahresbericht 2020

Tourismus

Tourist-Information Friedrichshafen
Bahnhofplatz 2, 88046 Friedrichshafen
Tel. +49 (0) 7541 203 55444
tourist-info@friedrichshafen.de
www.tourismus.friedrichshafen.de

1	Vorwort	1
2	Tourismusstatistik	2
	2.1 Basisdaten des Kalenderjahres 2020	2
	2.2 Monatsvergleich Friedrichshafen	3
	2.3 Herkunftsstatistik	4
	2.4 5-Jahresvergleich Friedrichshafen	5
	2.5 Ankünfte und Übernachtungen in Friedrichshafen im Vergleich mit umliegenden Gemeinden	6
3	Zimmervermittlung – Tagungen	7
	3.1 Kennzahlen der betreuten Tagungen und Kongresse	7
	3.2 Vermittelte Zimmer an Tagungsteilnehmer	7
4	Zimmervermittlung – Messe	8
	4.1 Kennzahlen der betreuten Messen	8
	4.2 Vermittelte Zimmer an Messebesucher und Aussteller	8
5	Stadtführungen	9
	5.1 Öffentliche Stadtführungen „Führung durch die Zeppelinstadt	9
	5.2 Stadtführungen – Angebot für Gruppen	9
	5.3 Öffentliche Themenführungen	10-11
6	Marketing und Öffentlichkeitsarbeit	12
	6.1 Printmedien	12
	6.2 Messen und Veranstaltungen	13
	6.3 Journalistenreisen und Reiseveranstalterbesuche	13
	6.4 Onlinemarketing	14
	6.5 Öffentlichkeitsarbeit	14
7	Binnenmarketing	15
8	Internes	16
	8.1 Personal	16
	8.2 Besucher	17
	8.3 Finanzen	
9	Ausblick 2021	18

Abkürzungen

TI Tourist-Information

1 Vorwort

Das Jahr 2020 war bedingt durch die Corona-Pandemie ein außergewöhnliches Jahr und ist in keiner Weise mit den Vorjahren vergleichbar.

Nach dem besten Jahr folgt das schlechteste Jahr seit langem. Von März bis Mitte Juni und ab November waren touristische Übernachtungen und Veranstaltungen nicht erlaubt. Somit kann keinerlei Rückschlüsse auf Veränderungen zum Vorjahr, die nicht von der Corona-Pandemie herrühren, getroffen werden.

Der Tourismus in Friedrichshafen ist zwar nicht von einer bestimmten Zielgruppe abhängig, trotzdem oder vielleicht auch gerade deswegen sind die Zahlen in Friedrichshafen im Vergleich zu den anderen Orten in der Region am stärksten eingebrochen. Durch den Ausfall von Tagungen, Messen und Dienstreisen sowie Gruppenreisen sind viele Reisegründe weggefallen. Die Individualreisenden konnten dies in den wenigen geöffneten Monaten nicht ausgleichen.

Die Tourist-Informationen Friedrichshafen und Ailingen waren vorübergehend geschlossen. Während des ersten Lockdowns waren die Mitarbeitenden zum Teil freigestellt oder für Einlasskontrollen oder ähnliche Aufgaben eingeteilt. Das verbliebene Personal war vorrangig damit beschäftigt bereits gebuchte Unterkünfte zu stornieren, die immer wieder neuen Regelungen für die Partner aufzubereiten und verunsicherte Gäste zu informieren.

Ein großer Erfolg war die erste gemeinsame Teilnahme der beiden Tourist-Informationen Friedrichshafen und Ailingen am Wettbewerb familien-ferien in Baden-Württemberg. Sowohl die Stadt Friedrichshafen, als auch das Zeppelin Museum, die Häfler Bäder sowie drei Gastgeber aus Ailingen wurden im Herbst mit dem Prädikat ausgezeichnet.

Unser Dank gilt all jenen, die uns und unsere Leistungsträger inklusive der Übernachtungsbetriebe in dieser Zeit unterstützt haben. Allen voran der Stadtverwaltung und der Verwaltungsspitze für die stets fachliche und tatkräftige Unterstützung.

2 Tourismusstatistik

Nachdem der Tourismus in Friedrichshafen im Jahr 2019 noch Zuwächse bei den Ankünften und Übernachtungen verbuchen konnte, stellt sich die Situation im Jahr 2020 vollkommen anders da. Bei einer ungefähr gleichbleibenden Anzahl von Betrieben gingen die Ankünfte um 44,5% und die Übernachtungen um 35,2% zurück.

2.1 Basisdaten des Kalenderjahres 2020

	geöffnete Betriebe	angebotene Betten	Ankünfte	Übernachtungen	Auslastung Betten
Hotellerie (Hotel, Hotel garni, Gasthöfe, Pensionen)	41	3.293	174.300	414.776	37%
Erholungs- und Ferienheime, Schulungsheime, Jugendherberge*	3	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
Ferienhäuser und Ferienwohnungen	4	91	749	5.850	28,1%
Campingplätze	3	1.048	13.774	46.471	22,9%
Gesamt	51	4.432	188.823	467.097	29%

* In jeder Kategorie nur ein oder zwei Betriebe. Die Daten unterliegen daher der statistischen Geheimhaltung, da sonst Rückschlüsse möglich wären

	geöffnete Betriebe	angebotene Betten	Ankünfte	Übernachtungen	Auslastung Betten %
Ferienwohnungen und Ferienzimmer	134	897	k.A.	k.A	k.A.

Die Betriebe über 10 Betten sind in dieser Zahl vermutlich auch nochmal enthalten.
Statistische Auswertungen zu den Ankünften, Übernachtungen oder Auslastung sind nicht möglich.

2.2 Monatsvergleich Friedrichshafen

Mit Zuwächsen im Januar und Februar hat das Jahr 2020 sehr gut begonnen. Durch das Beherbergungsverbot von März bis Anfang/Mitte Juni sind die Zahlen um bis zu 97% zurückgegangen.

Die Monate Juli bis September waren wiederum äußerst zufriedenstellend. Zwar wurden auch in diesen Monaten deutlich weniger Ankünfte verbucht, die Zahl der Übernachtungen hingegen war fast gleich und im September wuchsen diese sogar um ca. 10%.

Dies bedeutet, dass die Gäste im Schnitt länger geblieben sind. Deutlich zu sehen ist dies an der Aufenthaltsdauer. Diese erhöhte sich im Jahresmittel auf von 2,27 Tage im Jahr 2019 auf 2,55 Tage im Jahr 2020.

Monat	Insgesamt					
	Ankünfte			Übernachtungen		
	2020	2019	Entwicklung zum Vorjahr %	2020	2019	Entwicklung zum Vorjahr %
Januar	17.421	15.857	9,86	34.758	33.910	2,50
Februar	18.873	17.195	9,76	38.548	34.003	13,37
März	7.335	22.053	-66,74	15.889	44.641	-64,41
April	813	28.586	-97,16	1.768	60.050	-97,06
Mai	3.329	31.619	-89,47	6.753	63.621	-89,39
Juni	18.547	33.619	-44,83	42.920	70.712	-39,30
Juli	30.819	37.695	-18,24	79.092	80.156	-1,33
August	33.537	38.683	-13,30	92.616	91.479	1,24
September	28.469	32.513	-12,44	79.301	71.854	10,36
Oktober	17.760	28.485	-37,65	47.112	60.952	-22,71
November	2.368	21.392	-88,93	5.543	43.714	-87,32
Dezember	1.833	18.833	-90,3	4.101	36.506	-88,8
ges.	181.104	326.530	-44,5	448.401	691.598	-35,2

Endgültige Zahlen des statistischen LA Stuttgart abzüglich der in FN separat erfassten Daten JUHE und Camping*

2.3 Herkunftsstatistik

Am deutlichsten war der Rückgang bei Gästen aus dem Ausland auf Grund von Reisewarnungen und –beschränkungen. Selbst bei den Gästen aus der Schweiz (Ankünfte: - 54,6% / Übernachtungen: - 54,4 %) und Österreich (Ankünfte: - 58,2% / Übernachtungen: - 57 %) konnten die Werte aus dem Vorjahr nicht erreicht werden.

	Ankünfte			Übernachtungen		
	2020	2019	Entwicklung zum Vorjahr %	2020	2019	Entwicklung zum Vorjahr %
Bundesrepublik Deutschland	171.925	288.200	- 40,3	441.784	627.062	- 29,5
Europa zusammen	23.756	62.017	- 61,7	47.450	119.944	- 60,4
Afrika zusammen	53	337	- 84,3	278	2.462	- 88,7
Amerika/Kanada zusammen	931	5.434	- 82,9	8.381	27.207	- 69,2
Asien zusammen	622	5.847	- 89,4	1.512	14.221	- 89,4
Australien und Ozeanien zusammen	47	521	- 91,0	166	1.184	- 86,0
Ausland zusammen	25.460	74.230	- 65,7	57.902	165.278	- 65,0
Ohne Angaben	51	74	- 31,1	115	260	- 55,8
Herkunftsländer insgesamt	197.385	362.430	- 45,5	499.686	792.340	- 36,9

2.4 5-Jahresvergleich Friedrichshafen

Monat	2020		2019		2018 (*)		2017 (*)		2016	
	Ankünfte	Übernach- tungen	Ankünfte	Übernach- tungen	Ankünfte	Übernach- tungen	Ankünfte	Übernach- tungen	Ankünfte	Übernach- tungen
Januar	17.682	35.437	16.183	34.671	15.610	33.566	15.635	32.853	12.829	27.277
Februar	19.323	39.349	17.613	34.791	18.000	36.991	15.096	31.683	16.503	33.657
März	7.531	16.357	23.166	46.614	23.184	49.563	21.998	45.272	22.386	48.282
April	813	1.768	32.268	70.015	28.559	61.131	30.124	68.532	26.141	54.508
Mai	3.724	7.980	35.428	73.796	36.307	80.542	32.345	70.916	31.181	77.233
Juni	20.559	48.979	38.775	86.922	35.752	79.637	37.113	82.796	31.716	72.335
Juli	34.860	92.713	43.876	97.136	42.256	97.881	41.005	92.760	40.900	93.375
August	38.167	108.318	45.176	111.459	42.597	109.879	40.073	104.786	40.699	107.889
September	31.715	89.559	37.400	85.089	37.045	83.196	34.312	78.590	33.926	81.495
Oktober	18.754	49.352	31.101	68.235	30.344	68.824	28.565	67.204	30.063	68.215
November	2.424	5.773	22.136	45.974	21.109	44.213	20.550	42.783	18.958	38.899
Dezember	1.833	4.101	19.308	37.638	18.375	36.846	18.978	37.243	18.124	35.406
gesamt	197.385	499.686	362.430	792.340	349.138	782.269	335.794	755.418	323.426	738.571
Veränderung gegenüber Vorjahr %	-45,5	-36,9	3,8	1,3	4,0	3,6	3,8	2,3	4,8	5,4
Aufenthaltsdauer in Tagen Ø		2,53		2,19		2,24		2,25		2,28

(*) FAKUMA-Jahre

Endgültige Zahlen des statistischen LA Stuttgart inklusive JUHE und Camping

2.5 Ankünfte und Übernachtungen in Friedrichshafen im Vergleich mit umliegenden Gemeinden

Gemeinde	2020				2019			
	Ankünfte	Entwicklung zum Vorjahr %	Übernachtungen	Entwicklung zum Vorjahr %	Ankünfte	Entwicklung zum Vorjahr %	Übernachtungen	Entwicklung zum Vorjahr %
Friedrichshafen	197.385	-45,54	499.686	-36,94	362.430	3,81	792.340	1,29
Konstanz	270.306	-37,64	694.981	-27,10	433.461	1,15	953.278	2,83
Radolfzell	64.475	-33,79	267.922	-25,11	97.381	9,00	357.776	3,80
Ravensburg	45.210	-15,35	102.550	0,13	53.406	-3,37	102.418	-2,70
Überlingen	83.040	-37,94	353.341	-28,05	133.816	-6,44	491.066	-4,83
Kressbronn	64.666	-23,74	237.715	-12,42	84.794	-7,85	271.419	-7,03
Immenstaad	52.473	-24,02	271.783	-13,89	69.064	-5,19	315.640	-3,90
Meersburg	51.360	-36,36	152.552	-27,98	80.708	-1,56	211.826	-2,99
Hagnau	35.289	-30,40	158.007	-19,50	50.705	1,50	196.294	-4,11
Uhdlingen-Mühlhofen	45.018	-30,71	162.227	-17,00	64.975	-3,72	195.455	-5,03
Langenargen	27.798	-35,92	129.428	-22,70	43.380	-5,66	167.439	-4,10
Landkreis Bodensee	698.128	-36,14	2.425.784	-24,55	1.093.287	-1,37	3.215.284	-2,92
Baden-Württemberg	11.899.898	-48,87	34.215.763	-40,17	23.274.159	3,76	57.187.271	4,25

Friedrichshafen muss im Vergleich zu den anderen Orten die größten Verluste hinnehmen, liegt aber immer noch besser als der Landesdurchschnitt.

3 Zimmervermittlung – Tagungen

Die Abteilung Tagungen und Rahmenprogramme der Tourist-Information Friedrichshafen betreut Teilnehmer von Tagungen und Kongressen, bietet einen Zimmervermittlungsservice und arrangiert individuelle Rahmenprogramme für Veranstaltungsteilnehmer.

Im Jahr 2020 wurden nur 3 von 16 geplanten Tagungen und Kongressen durchgeführt und von der Tourist-Information betreut. Zimmerbuchungen und Kontingente für die anderen Veranstaltungen mussten wieder storniert werden.

3.1 Kennzahlen der betreuten Tagungen und Kongresse

Veranstaltung	Datum	Veranstaltungsort
VDI Kunststoffe in der Medizintechnik	15.-17. September	Graf-Zeppelin Haus
DWA Landesverband	07.-09. Oktober	Graf-Zeppelin Haus
FDP - Gremiensitzung	16.-17. Oktober	Messe Friedrichshafen

3.2 Vermittelte Zimmer an Tagungsteilnehmer

	2020	2019	Entwicklung	Entwicklung
			zum Vorjahr	zum Vorjahr
			%	absolut
Anzahl der betreuten Veranstaltungen	3	16	-81,3%	-13
Ankünfte	87	1.666	-94,8%	-1.579
Übernachtungen	113	3.409	-96,7%	-3.296
Anzahl Ankünfte Ø	29	104		
Aufenthaltsdauer Ø	1,3	2		

4 Zimmervermittlung – Messe

Die Messe Friedrichshafen GmbH zählt zu Deutschlands führenden Messegesellschaften und gilt als Europas Marktführer in Sachen Freizeit. Mit bedeutenden internationalen Leitmessen, zu denen Messen wie Eurobike, AERO und Fakuma zählen, trägt die Messe FN zu einer positiven Image-Werbung der Stadt Friedrichshafen weltweit bei und schafft eine hohe Kaufkraft in der Region.

Die Abteilung Zimmervermittlung Messe der Tourist-Information Friedrichshafen bietet einen Zimmervermittlungsservice für Messebesucher und Aussteller. Für die Messen RDA, AERO, Eurobike und Fakuma werden dafür Zimmerkontingente in und um Friedrichshafen eingeholt und Buchungen getätigt, die dann wieder storniert werden mussten.

Im Jahr 2020 wurden nur 5 von 27 geplanten Messen durchgeführt.

4.1 Kennzahlen der betreuten Messen

Veranstaltung	Datum	Veranstaltungsort
Motorradwelt Bodensee	24.01. - 26.01.2020	Messe Friedrichshafen
MyCake	01.02. - 02.02.2020	Messe Friedrichshafen
Fruchtwelt Bodensee	14.02. - 16.02.2020	Messe Friedrichshafen
Pferd Bodensee	28.02. - 01.03.2020	Messe Friedrichshafen
INTERBOOT	18.09. - 20.09. und 25.09. - 27.09.2020	Messe Friedrichshafen

4.2 Vermittelte Zimmer an Messebesucher und Aussteller

	2020	2019	Entwicklung zum Vorjahr %	Entwicklung zum Vorjahr absolut
Anzahl der betreuten Veranstaltungen	5	16	-68,75	-11
Ankünfte*	118	1.666	-92,92	-1548
Übernachtungen	212	3.409	-93,78	-3197
Anzahl Ankünfte Ø	23,6	104,1		
Aufenthaltsdauer Ø	1,8	2,0		

* zzgl. 6 Kinder

5 Stadtführungen

Friedrichshafen bietet sowohl öffentliche Stadtführungen ohne Voranmeldung als auch Gruppenführungen an. Die Gruppengröße beträgt maximal 25 Personen. Auf Grund der Verordnungen musste die Gruppengröße reduziert und die persönlichen Daten der Teilnehmer zur Kontaktverfolgung erfasst werden. Darüber hinaus wurden Faceshields für die Gästeführer angeschafft.

Als Alternative zum Stadtrundgang gibt es den internetbasierten Audioguide Friedrichshafen. Dieser kann kostenlos und zeitunabhängig von den Gästen mit Hilfe des eigenen Smartphones genutzt werden. Der Audioguide steht in deutscher und englischer Sprache zur Verfügung, in beiden Sprachen gibt es auch jeweils eine Variante für Kinder.

5.1 Öffentliche Stadtführung „Führung durch die Zeppelinstadt“

	2020	2019	Entwicklung zum Vorjahr %	Entwicklung zum Vorjahr absolut
Stadtführungen Dienstag				
Durchgeführt	9	12	-25,00	-3
Teilnehmer	87	59	47,46	28
Stadtführungen Samstag				
Durchgeführt	19	38	-50,00	-19
Teilnehmer	158	214	-26,17	-56
Stadtführungen Sonntag				
Durchgeführt	0	2	-100,00	-2
Teilnehmer	0	23	-100,00	-23
Gesamt				
Durchgeführt	28	52	-46,15	4
Teilnehmer	245	296	-17,23	-13

5.2 Stadtführungen – Angebote für Gruppen

	2020	2019	Entwicklung zum Vorjahr %	Entwicklung zum Vorjahr absolut
zu Fuß	28	135	-79,26	-107
mit dem eigenen Bus	0	1	-100,00	-1
Stadtführungen kombiniert mit dem eigenen Bus	0	16	-100,00	-16
Busbegleitung	2	36	-94,44	-34
Themenführungen	1	26	-96,15	-25
Gesamt				
Durchgeführt	31	214	-85,51	-183

5.3 Öffentliche Themenführungen

	2020	2019	Entwicklung zum Vorjahr %	Entwicklung zum Vorjahr absolut
Stadtführungen englisch				
Durchgeführt	0	5	-100,00	-5
Teilnehmer	0	6	-100,00	-6
Führung Schlosskirche				
Durchgeführt	0	7	-100,00	-7
Teilnehmer	0	72	-100,00	-72
Geschichte Bodenseeschifffahrt				
Durchgeführt	4	3	33,33	1
Teilnehmer	19	10	90,00	9
Schlosskirchenführung Advent				
Durchgeführt	0	4	-100,00	-4
Teilnehmer	0	33	-100,00	-33
Schiffsrundfahrt Seeschwalbe				
Durchgeführt	0	20	-100,00	-20
Teilnehmer	0	270	-100,00	-270
Wildkräuterführung				
Durchgeführt	3	7	-57,14	-4
Teilnehmer	25	55	-54,55	-30
Schlosskirche / Mönch NEU				
Durchgeführt	1	0		
Teilnehmer	10	0		
Schlosskirche / Weinprobe NEU				
Durchgeführt	2	0		
Teilnehmer	9	0		
Wanderung Königsweg mit Fisch NEU				
Durchgeführt	2	0		
Teilnehmer	20	0		
FN mit dem Rad NEU				
Durchgeführt	2	0		
Teilnehmer	4	0		

Schlosskirche / Mönch		NEU		
durchgeführte Stadtführungen	1	0		
Teilnehmer	10	0		
Schlosskirche / Weinprobe		NEU		
durchgeführte Stadtführungen	2	0		
Teilnehmer	9	0		
Wanderung Königsweg mit Fisch		NEU		
durchgeführte Stadtführungen	2	0		
Teilnehmer	20	0		
FN mit dem Rad		NEU		
durchgeführte Stadtführungen	2	0		
Teilnehmer	4	0		
Gesamt				
durchgeführte Stadtführungen	14	48	-70,83	-34
Teilnehmer	87	451	-80,71	-364
durchschnittliche Teilnehmerzahl	6	9	-33,86	-3

6 Marketing und Öffentlichkeitsarbeit

6.1 Printmedien

Bezeichnung	Auflage	erschienen im	Art der Publikation
Hafennächte 2021 (Gastgeber-verzeichnis)	10.000 deutsch	November	Auflistung der Beherbergungsbetriebe in Friedrichshafen inklusive Ailingen.
Hafenguide 2021	15.000 deutsch	Dezember	Der Hafenguide ist ein Stadtführer mit Informationen zu Sehenswürdigkeiten, Freizeitangeboten, Veranstaltungen und Restaurants.
	1.500 englisch		
Hafenkultur 2021	10.000 deutsch	Juli	Magazin mit Reportagen rund um die Themen Genuss und Kulinarik in Friedrichshafen.
Gästekarten 2021	12.000 deutsch	Januar	Flyer mit einer Auflistung der Leistungen, die mit der Gästekarte ermäßigt sind.
Faltstadtplan	50.000 deutsch	Juli	Faltplan mit Straßen- und Hotelverzeichnis sowie einem Stadtrundgang und Informationen zum Parken in der Innenstadt .
Innenstadtplan	2.000 Blöcke je 50 Blatt	Juli	Plan der Innenstadt im Blockformat mit dem Stadtrundgang in vier verschiedenen Sprachen. (deutsch, englisch, französisch, italienisch)
Radguide	15.000 deutsch	Juli	Der Radguide beinhaltet 9 der schönsten Radtouren um Friedrichshafen, den Bodensee und im Umland für Fahrrad, E-Bike und Mountainbike
Wanderguide	10.000 deutsch	Dezember	Kompakte Broschüre mit den schönsten Wanderungen um Friedrichshafen, Nordic Walking Strecken und Outdoor Fitness Möglichkeiten.
Sales Guide	500 deutsch englisch nur als pdf	Juni	Gruppenplaner mit Infos zu Sehenswürdigkeiten, Führungen, Gruppenhotels und Tourenvorschlägen.
Themenbroschüre 2020 „Jahr der Pioniere“	12.000 deutsch	März	Broschüre zum Jahresthema Pioniere: Graf-Zeppelin, Claude Dornier, Zeppelin NT mit Führungen und Hotelangeboten.
Urlaubstagebuch Friedrichshafen/Ailingen	2.500	Juli	Urlaubstagebuch für Kinder, Finanzierung über Verkehrsverein Ailingen e.V., Verkauf an Gastgeber zu Refinanzierung pro Stück 0,50 €

Auf Grund der Pandemie wurden vom Hafenguide und von den Hafennächten deutlich weniger Exemplare gedruckt als 2019.

6.2 Messen und Veranstaltungen

Messe	Datum	Partner	Besucher	Bemerkung
CMT Stuttgart	11. - 19. Januar	DBT	Rund 260.000	Weltgrößte Publikumsmesse für Tourismus, wichtige Leitmesse für Destination Bodensee, Tagesausflüge, Kurzurlaube, Wochenendtrips
Grüne Woche Berlin*	17.-26. Januar	DBT	Rund 400.000	landwirtschaftliche Erzeugnisse

Alle weiteren geplanten Veranstaltungen wurden abgesagt.

* Tourist-Information Ailingen

6.3 Journalistenreisen und Reiseveranstalterbesuche

Medium	Zeitraum	Partner	Anzahl Bericht/ Klicks	Thema
Interview France Info Radio	Juni	IBT		
familien-ferien* Bloggerbericht für ff-Magazin 2021	Mai	TMBW		Urlaub auf dem Obsthof
Foodwerk.ch *	September	DBT		Apfelwochen, Genuss und Kulinarik am Bodensee

* Tourist-Information Ailingen

6.4 Onlinemarketing

Im Bereich Online-Marketing ist die Tourist-Information mit dem städtischen Tourismusportal sowie auf Instagram unter #visitfriedrichshafen mit ca. 4.000 Abonnenten und Facebook unter @visitfriedrichshafen mit ca. 600 Abonnenten aktiv.

Website:

- Ziel ist es, auf der Tourismus-Website der TI alle wichtigen Informationen für die Gäste zu bündeln
- Neue Seite „Aktuelle Urlaubshinweise und Corona-Informationen“ mit allen wichtigen Informationen
 - o zu den touristischen Leistungsträgern in der Destination, der Gastronomie und Geschäfte in Friedrichshafen
 - o zu geltenden Kontaktbeschränkungen, Abstands- und Hygieneregeln
- Friedrichshafen 360 Grad
Virtuelle Tour durch Friedrichshafen mit 360 Grad Ansichten auf der Website.

Social-Media:

- Die Kanäle wurden vorübergehend durch eine Marketing-Agentur in Ravensburg betreut.
- Seitens der TI wurde inhaltlicher Input für die Postings weitergegeben.
- „Willkommen-zurück“-Kampagne mit dem Ziel, die Reiselust wieder zu wecken. Ebenso wurden Informationen zu Wiedereröffnungen der TI, der Museen, der Gastronomie und der Beherbergungsbetriebe geteilt.
- Ab September hat die Tourist-Information die Pflege wieder selber übernommen.
- Instagram Adventskalender 2020 mit 24 Gewinn-Gutscheine zur Unterstützung und Promotion der Häfler Leistungsträger von 1.12. – 24.12.2020.

Maßnahmen mit Partner

- Internationale Bodensee Tourismus GmbH
Teilnahme von Friedrichshafener Beherbergungsbetrieben an der Bodensee „EinheimischenKampagne #Urlaubzuhaus“ bei der „exklusive“ Übernachtungsangebote in der kompletten Vierländerregion Bodensee angeboten wurden.
- Deutsche Bodensee Tourismus GmbH
Teilnahme von Friedrichshafener Leistungsträgern an der Gutschein Kampagne #zusammenhalten mit der Möglichkeit, ein Restaurant, eine Unterkunft oder ein Ausflugsziel der Wahl durch einen Gutscheinkauf zu unterstützen. Der Gutscheinkauf wurde direkt mit dem ausgewählten Betrieb abgewickelt und die Zustellung erfolgt per Post oder elektronisch.
- Tourismus Marketing Baden-Württemberg GmbH
Aufbau des Informationsportals „wirhaltenzusammen“ auf Basis der touristischen Datenbank toubiz, die ein halbes Jahr früher als geplant freigeschalten wurde.

6.5 Öffentlichkeitsarbeit

Pressemitteilungen:

Über Pressemitteilungen wurden Führung und weitere eigene Veranstaltungen beworben.

7 Binnenmarketing

Die Anzahl der Partnerbetriebe im Umkreis von rund 60 km für die Zimmervermittlung zu Messen, Kongressen und Tagungen blieb konstant bei 175 Beherbergungsbetrieben.

In der Stadt selbst bestehen Kooperationsverträge mit Anzahl Hotels sowie 136 Vermietern von Ferienwohnungen- und zimmern.

Durch das Reservierungssystem Tomas sind Anbindungen an große Online-Buchungsportale (z.B. booking, airbnb, holidu u.a.) möglich. Die wöchentlichen Rundmails an die Gastgeber wurden durch einen B2B Newsletter ersetzt.

Zusätzlich gab es tägliche Infomails an die Gastgeber mit aktuell geöffneten Ausflugszielen um den ganzen Bodensee mit entsprechenden Hygiene-Maßnahmen. Für die Beschaffung von Mund-Nasen-Schutz für Gastgeber wurde eine Sammelbestellung aufgegeben. Darüber hinaus wurden Plakate für Gastgeber in deutscher und englischer Sprache sowie Plakate mit Hygienemaßnahmen für die Gastronomie gestaltet.

7.1 Klassifizierung von Unterkünften

Für den Gast sind Sterne Symbole bei der Auswahl einer Ferienunterkunft und eine zuverlässige Orientierung. Deshalb werden in Friedrichshafen Ferienwohnungen und Privatzimmer nach den Kriterien des Deutschen Tourismusverbands e.V. (DTV) klassifiziert. Die Klassifizierung ist drei Jahre gültig. Nur vom DTV geschultes Personal ist berechtigt Klassifizierungen durchzuführen. Bei den Tourist-Informationen Friedrichshafen und Ailingen sind drei Mitarbeiterinnen geschult. Im Jahr 2020 wurden bei 9 Gastgebern Neu- und Nachklassifizierungen vorgenommen.

Die Klassifizierung von Hotels wird vom DEHOGA durchgeführt und ist ebenfalls 3 Jahre gültig.

Sterneverteilung Gesamt

	Hotels	Ferien- wohnungen	Ferien- zimmer	Gesamt
1-Sterne-Objekte		0	0	0
2-Sterne-Objekte		1	0	1
3-Sterne-Objekte	8	13	2	23
4-Sterne-Objekte	8	26	0	34
5-Sterne-Objekte		8	0	8
Gesamt	16	61	2	79

8 Internes

Die Tourist-Informationen waren von 16. März bis 11. Mai 2020 geschlossen. Die Mitarbeitenden der TI wurden daraufhin freigestellt, freiwillig bei Einlasskontrollen vor dem Rathaus oder Krankenhaus eingesetzt und arbeiteten zum Teil auch mit Home-Office-Zugang von zu Hause aus. Für die anschließende Öffnung wurden Hygienemaßnahmen sowie eine Mittagspause zur Desinfektion der Oberflächen und kontaktarme Schichtwechsel eingeführt. Am 16. Dezember 2020 erfolgte die erneute Schließung.

8.1 Personal

Drei Mitarbeitende waren in Vollzeit beschäftigt, alle anderen in Teilzeit. Ohne die Studierenden oder Auszubildenden stehen der TI 7,5 Stellen ganzjährig und zusätzlich 0,5 Stellen von April bis Oktober zur Verfügung. Eine Stelle war ab März 2020 nicht besetzt. Der TI Ailingen stehen 1,27 Stellen zur Verfügung. Ein Teil der Stellen ist auf Grund von Elternzeit oder Langzeitkrankheit befristet. Die praktischen Semester der Studierenden sind von April bis September.

Team Friedrichshafen

Name	Funktion	
Jennifer Brosy	Leitung Tourist-Information bis Mitte Dezember	100%
Melanie Raßmann	Leitung Tourist-Information ab Mitte Dezember in Elternzeitvertretung bis voraussichtlich Ende März 2022	
Pauline Schulz	Marketing, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bis Januar	100%
Katharina Rapillo	Marketing, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ab Januar (nach Elternzeit)	40%
Petra Manz	Marketing, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	50%
Teresa Auer	Marketing, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bis März	100%
Anja Rieser	Tagungen und Rahmenprogramme, Stadtführungen, Veranstaltungen und Gruppenreisen	75%
Sabine Hofmann	Counter, Stadtführungen, Gruppenreisen	75%
Ingrid Wackler	Counter, Telefonzentrale, Prospektanfragen, Gruppenreisen	50%
Anne Ruffing	Counter, Telefonzentrale, Prospektanfragen	75%
Tamara Breil	Zimmervermittlung Messe	100%
Anna Fehringer	Zimmervermittlung Messe bis Mitte Dezember	100%
Kathrin Mutter	3. Ausbildungsjahr DHBW bis September	100%
Vanessa Rösch	2. Ausbildungsjahr DHBW	100%
Katharina Ammann	1. Ausbildungsjahr DHBW	100%
Natalie Hochstuhl	3. Ausbildungsjahr Kauffrau für Tourismus & Freizeit bis August	100%
Maja Niemann	1. Ausbildungsjahr DHBW ab Oktober	100%
Kathrin Dick	In Elternzeit	
Sonja König	Counter (Saisonkraft von April bis Oktober)	50%

Team Ailingen

Name	Funktion	
Melanie Raßmann	Leitung Tourist-Information bis Mitte Dezember	77,2 %
Anna Fehringer	Leitung Tourist-Information ab Mitte Dezember als Vertretung von Frau Raßmann bis voraussichtlich Ende März 2022	
Martha Neurohr	Gästekbetreuung, Zimmerbuchung Messe	30%
Carmen Eisele	Gästekbetreuung, Ailingen Ferienspiele	20%
Vanessa Hug	2. Ausbildungsjahr DHBW	100%

8.2 Besucher

Der Besucherfrequenzzähler im Eingangsbereich der Tourist-Information zählt die eintretenden Besucher in die Tourist-Information und gibt Information über die jährliche, monatliche, wöchentliche, tägliche und stündliche Frequentierung während der Öffnungszeiten der Tourist-Information. Der besucherstärkste Monat war der August.

	2020	2019	Entwicklung zum Vorjahr %	Entwicklung zum Vorjahr absolut
Januar	1.138	992	14,72	146
Februar	952	1.015	-6,21	-63
März	605	1.408	-57,03	-803
April	0	3.153	-100,00	-3.153
Mai	880	4.582	-80,79	-3.702
Juni	2.593	4.751	-45,42	-2.158
Juli	4.371	5.476	-20,18	-1.105
August	4.897	7.938	-38,31	-3.041
September	5.355	5.348	0,13	7
Oktober	2.191	2.511	-12,74	-320
November	470	775	-39,35	-305
Dezember	353	709	-50,21	-356
Gesamt	23.805	38.658	-38,42	-14.853

2019: keine Zählung im September durch technischen Defekt

2020: 16.03.-11.05. und ab 16.12. wegen Corona geschlossen

8.3 Finanzen

Kostenstelle 575000090 / 3E Tourismus	Berichtsjahr 2020			Vorjahr	2019		
	Plan	Ist	Differenz		Plan	Ist	Differenz
Erträge aus Verkauf	4.000,00 €	13.110,35 €	9.110,35 €	5.000,00 €	14.029,81 €	9.029,81 €	
Sonstige privatrechtl. Leistungsentgelte (Service-Entgelt, Erstattung vom sonst. Öffentl. Bereich)	70.000,00 €	64.579,76 €	-5.420,24 €	155.000,00 €	85.683,51 €	-69.316,49 €	
Erträge von übrigen Bereichen (Klassifizierungen)	60.000,00 €	0,00 €	-60.000,00 €	60.000,00 €	0,00 €	-60.000,00 €	
empf. Schadensersatzleitungen u.ä.	3.000,00 €	1.295,73 €	-1.704,27 €	17.000,00 €	1.982,60 €	-15.017,40 €	
	0,00 €	5.000,00 €	5.000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	
Summe Erträge	137.000,00 €	83.985,84 €	-53.014,16 €	237.000,00 €	101.695,92 €	-135.304,08 €	
Personalaufwendungen	-619.000,00 €	-470.459,99 €	148.540,01 €	-473.280,00 €	-502.579,51 €	-29.299,51 €	
Besondere Aufwendungen für Beschäftigte	-4.250,00 €	-1.464,16 €	2.785,84 €	-4.000,00 €	-7.323,56 €	-3.323,56 €	
gebäudebezogene Aufwendungen (Energie)	-2.870,00 €	-1.637,13 €	1.232,87 €	-15.000,00 €	-876,88 €	14.123,12 €	
Besondere Verwaltungs- und Betriebsaufwendungen	-134.630,00 €	-97.562,37 €	37.067,63 €	-89.300,00 €	-95.769,22 €	-6.469,22 €	
Zuschüsse an übrige Bereiche (Provisionen)	-50.000,00 €	-32.701,51 €	17.298,49 €	-80.000,00 €	-48.004,00 €	31.996,00 €	
Geschäftsaufwendungen	-42.080,00 €	-41.616,67 €	463,33 €	-32.400,00 €	-52.699,66 €	-20.299,66 €	
Sonstige Aufwendungen (hohe Positionen extra ausweisen)	-8.260,00 €	-11.693,55 €	-3.433,55 €	-33.830,00 €	-7.235,22 €	26.594,78 €	
Leistungen an städt. Baubetriebe + Aufw.-aus ILV-Feuerw	-15.100,00 €	-1.104,46 €	13.995,54 €	-12.100,00 €	-23.125,81 €	-11.025,81 €	
Abschreibungen für	-6.820,00 €	-10.154,10 €	-3.334,10 €	-19.000,00 €	-6.993,47 €	12.006,53 €	
Innere Verrechnungen	0,00 €	-355.950,62 €	-355.950,62 €	-155.250,00 €	-446.524,84 €	-291.274,84 €	
Summe Aufwendungen	-883.010,00 €	-1.024.344,56 €	-141.334,56 €	-914.160,00 €	-1.191.132,17 €	-276.972,17 €	
Summe ErgHH	-746.010,00 €	-940.358,72 €	-194.348,72 €	-677.160,00 €	-1.089.436,25 €	-412.276,25 €	
Einzahlungen investiv	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	
Auszahlungen investiv	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	
Baumaßnahmen	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	
bewegliches Sachvermögen	-36.000,00 €	-21.009,14 €	-14.990,86 €	-56.002,72 €	-20.002,72 €	-36.000,00 €	
Zuschüsse	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	
Summe ErgHH und FinanzHH	-782.010,00 €	-961.367,86 €	-179.357,86 €	-733.162,72 €	-1.109.438,97 €	-376.276,25 €	

9 Ausblick 2021

Trotz der Umstände wurde für das Jahr 2021 vieles geplant. Was davon durchführbar ist wird sich erst im Laufe des Jahres zeigen.

Im Marketingplan kompakt sind die Maßnahmen und Projekte für das laufende Jahr zusammengefasst.

Große Projekte werden sein

- Einführung der Echt Bodensee Card (ISEK-Projekt)
- Erarbeitung eines Konzepts für nachhaltigen Tourismus in Zusammenarbeit mit der DBT
- Umgestaltung des Counterbereichs der TI
- Beschaffung von Viscopen
- Neugestaltung und Ersatzbeschaffung von Schaukästen im Stadtgebiet

Ein weiteres ISEK-Projekt ist die Erstellung einer Tourismuskonzeption. Auch dies ist im Marketingplan entsprechend verankert. Im Gegensatz zu den ursprünglichen Planungen wird die Tourist-Information zunächst ein eigenes Konzept erstellen, da aktuell noch keine detaillierte Übernachtungsstatistik verfügbar ist und die Zahlen durch die Pandemie nicht verglichen werden können.

Sollte die Echt Bodensee Card eingeführt werden und damit verbunden auch ein Meldewesen, werden ab 2023 genauere Zahlen vorliegen, so dass das Tourismuskonzept dann professionell begleitet überarbeitet werden kann.