

1. Marktforschungsnewsletter der Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg 2015

Amtliche Beherbergungsstatistik: Ergebnisse im 1. Quartal 2015 knüpfen an das Rekordergebnis des Jahres 2014 an

Auf das Rekordjahr 2013 folgte für Baden-Württemberg ein erneutes Rekordjahr mit Höchstwerten in der Tourismusstatistik für 2014! Mit 49,1 Mio. Übernachtungen konnten gegenüber dem Vorjahr nochmals +2,9 Prozent mehr Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben mit zehn und mehr Betten sowie auf Campingplätzen mit mehr als neun Stellplätzen verzeichnet werden – die Schallmauer der 50 Mio. Übernachtungen pro Jahr rückt damit langsam in Sichtweite! Im Vergleich der Bundesländer erreichte Baden-Württemberg nach Bayern (85,2 Mio. Übernachtungen) und vor Nordrhein-Westfalen (47,9 Mio. Übernachtungen) das zweitgrößte Übernachtungsvolumen. Auch die Anzahl der Gästeankünfte konnte im Jahr 2014 um +4,4 Prozent gegenüber 2013 auf 19,5 Mio. gesteigert werden.

Im Vergleich der Veränderungsraten der Übernachtungen belegte Baden-Württemberg Rang acht unter den Flächenbundesländern und liegt damit in etwa im Bundesschnitt (+3,0 Prozent). Die größten Steigerungsraten erreichten das Saarland (stark beeinflusst durch eine neu eröffnete Center-Park-Anlage), die Stadtstaaten Bremen und Berlin sowie Schleswig-Holstein. Einfluss auf die Platzierung Baden-Württembergs hatte auch, dass vorplatzierte Bundesländer wie Sachsen-Anhalt, Thüringen und Sachsen 2013 aufgrund der ungünstigen Wetterbedingungen und des Hochwassers Übernachtungsrückgänge zu verzeichnen hatten und durch einen „normalen“ Verlauf des Jahres 2014 vergleichsweise höhere Steigerungsraten erzielen konnten. Insgesamt konnten alle Bundesländer ihre Gäste- und Übernachtungszahlen gegenüber dem Vorjahr verbessern.

Der Aufwärtstrend für Baden-Württemberg setzte sich im ersten Quartal 2015 mit beachtlichen Steigerungsraten gegenüber dem Vorjahresquartal fort. So kamen in den ersten drei Monaten des Jahres etwas mehr als 3,6 Mio. Gäste (+5,4 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum) nach Baden-Württemberg und verbrachten dort knapp 9,1 Mio. Übernachtungen (+5,1 Prozent). Damit entwickelte sich der Baden-Württemberg-Tourismus besser als der Bundesschnitt: deutschlandweit stieg die Zahl der Gästeankünfte um +4,5 Prozent, die der Übernachtungen um +4,7 Prozent. Im Vergleich

der Bundesländer erreichte Baden-Württemberg mit seinen Wachstumsraten jeweils einen guten fünften Platz, unter den Flächenbundesländern jeweils den dritten Platz.

Entwicklung der Reisegebiete und der Städte

Nahezu alle Reisegebiete Baden-Württembergs können auf ein sehr erfolgreiches erstes Quartal 2015 zurückblicken. Der Bodensee (+8,8 Prozent), das Nördliche Baden-Württemberg (+7,8 Prozent) und der Hegau (+7,0 Prozent) konnten ihre Übernachtungszahlen am deutlichsten ausbauen. In der Entwicklung der Ankünfte erreichten der Bodensee (+7,2 Prozent), der Schwarzwald (+6,6 Prozent) und das Nördliche Baden-Württemberg (+5,9 Prozent) überdurchschnittliche Steigerungsraten. Ausgehend von den absoluten Gäste- und Übernachtungszahlen führt weiterhin der Schwarzwald mit etwas mehr als 1,3 Mio. Ankünften und knapp 3,7 Mio. Übernachtungen das Ranking der Reiseregionen an, gefolgt von der Region Stuttgart mit 0,9 Mio. Ankünften und knapp 1,9 Mio. Übernachtungen sowie dem Nördlichen Baden-Württemberg mit 0,7 Mio. Ankünften und rund 1,7 Mio. Übernachtungen.

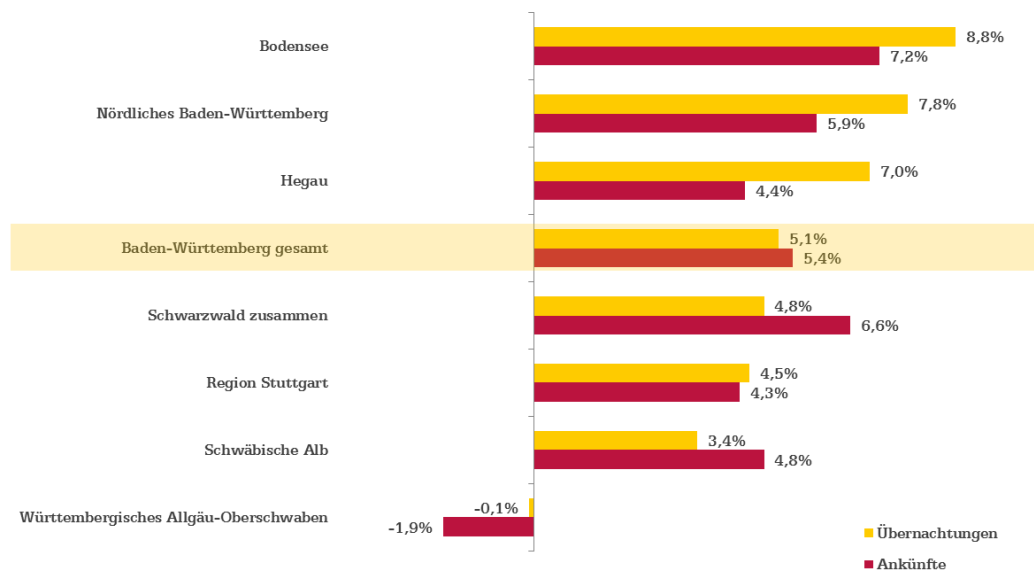


Abb. 1: Entwicklung der Übernachtungen und Ankünfte in Beherbergungsbetrieben ≥ 10 Betten inkl. Campingplätzen im 1. Quartal 2015 (Veränderung gegenüber dem Vorjahreszeitraum in %); Quelle: Statistisches Landesamt, 2015

Das Wachstum der Tourismuszahlen in Baden-Württemberg im ersten Quartal 2015 wurde in bedeutender Weise durch die neun Stadtkreise des Landes mitgetragen. Hierzu zählen neben der Landeshauptstadt Stuttgart die Städte Heilbronn, Baden-Baden, Karlsruhe, Heidelberg, Mannheim, Pforzheim, Freiburg im Breisgau und Ulm. Im

Durchschnitt konnten die Städte ihre Gästezahlen um +7,6 Prozent, ihre Übernachtungszahlen um +8,3 Prozent gegenüber dem ersten Quartal 2014 steigern. Beide Werte liegen deutlich über den Steigerungsraten für Baden-Württemberg insgesamt (+5,4 Prozent Ankünfte, +5,1 Prozent Übernachtungen). Die Stadtkreise haben sich in der Summe im ersten Quartal 2015 somit deutlich überdurchschnittlich entwickelt – ein Beleg für den deutschlandweiten Boom im Städtetourismus.

Der Blick auf die einzelnen Städte zeigt, dass nahezu alle Städte ihre Gäste- und Übernachtungszahlen gegenüber dem Vorjahreszeitraum verbessern konnten. Die höchsten Steigerungsraten bei den Gästezahlen, jeweils im zweistelligen Bereich, erreichten Ulm (+16,2 Prozent), Heilbronn (+13,3 Prozent), Heidelberg (+13,1 Prozent) und Freiburg (+12,3 Prozent). Spitzenreiter unter den Veränderungsraten der Übernachtungen sind mit beachtlichen Zuwächsen Heidelberg (+18,8 Prozent), Heilbronn (+16,0 Prozent), Freiburg im Breisgau (+13,4 Prozent) sowie Ulm (+13,1 Prozent). Ebenfalls positive Wachstumsraten erreichten Stuttgart, Karlsruhe, Baden-Baden und Pforzheim.

| | Ankünfte | | Übernachtungen | |
|----------------------|----------|----------|----------------|----------|
| Stuttgart | 412.876 | (+3,5%) | 776.547 | (+4,0%) |
| Karlsruhe | 130.981 | (+3,1%) | 237.700 | (+5,8%) |
| Freiburg im Breisgau | 130.868 | (+12,3%) | 244.101 | (+13,4%) |
| Heidelberg | 128.938 | (+13,1%) | 248.460 | (+18,8%) |
| Mannheim | 116.937 | (-2,0%) | 256.379 | (+0,0%) |
| Ulm | 78.725 | (+16,2%) | 128.551 | (+13,1%) |
| Baden-Baden | 69.546 | (+4,8%) | 168.374 | (+0,4%) |
| Heilbronn | 38.127 | (+13,3%) | 74.898 | (+16,0%) |
| Pforzheim | 25.262 | (+3,7%) | 52.977 | (+2,7%) |
| ∅ | | (+7,6%) | | (+8,3%) |

Abb. 2: Übernachtungen und Ankünfte in Beherbergungsbetrieben ≥ 10 Betten inkl. Campingplätzen im 1. Quartal 2015 (Absolutes Volumen, Veränderung gegenüber dem Vorjahreszeitraum in %);

Quelle: Statistisches Landesamt, 2015

Herkunft der baden-württembergischen Gäste

Rund 79 Prozent der Gästeankünfte und 80 Prozent der Übernachtungen, die im ersten Quartal 2015 in einem Beherbergungsbetrieb mit zehn und mehr Betten bzw. auf einem Campingplatz mit mehr als neun Stellplätzen in Baden-Württemberg getätigt wurden, wurden durch inländische Reisende generiert. Gäste aus Deutschland bleiben damit weiterhin die wichtigste Gästegruppe in Baden-Württemberg. Gegenüber dem Vorjahreszeitraum sind die Anteilswerte jedoch leicht rückläufig (80 Prozent der Gästeankünfte, 81 Prozent der Übernachtungen). Ursache hierfür ist, dass die Ankünfte und Übernachtungen durch ausländische Gäste im ersten Quartal 2015 gegenüber dem Vorjahresquartal deutlicher als die der Inländer gestiegen sind. So konnte die Zahl der ausländischen Gästeankünfte um beachtliche +11,8 Prozent, die der Übernachtungen um +10,9 Prozent gesteigert werden. In absoluten Zahlen ausgedrückt bedeutet dies knapp 0,8 Mio. Ankünfte (21 Prozent aller Ankünfte) und rund 1,8 Mio. Übernachtungen (20 Prozent aller Übernachtungen) durch ausländische Gäste in Baden-Württemberg im ersten Quartal 2015.

Mit knapp 161 Tsd. Ankünften (21 Prozent aller ausländischen Ankünfte) und rund 325 Tsd. Übernachtungen (18 Prozent aller ausländischen Übernachtungen) machen Gäste aus der Schweiz auch in den ersten drei Monaten des Jahres 2015 unter den ausländischen Besuchern Baden-Württembergs den größten Anteil aus. Wie im Vorjahreszeitraum folgen mit dem jeweils zweit- und drittgrößten Marktanteil Frankreich (10 Prozent Gästeanteil, 8 Prozent Übernachtungsanteil) und die Niederlande (10 bzw. 7 Prozent). Zu den weiteren wichtigen Quellmärkten zählen wie im ersten Quartal 2014 die USA, Italien, Österreich und Großbritannien mit einem Anteil an allen ausländischen Gästeankünften bzw. -übernachtungen von mind. 4 Prozent.

Das deutlichste Wachstum unter den sieben für Baden-Württemberg wichtigsten ausländischen Quellmärkten nach Ankünften bzw. Übernachtungen verzeichnet Italien mit einem Gästezuwachs von knapp +16 Prozent sowie einer Steigerung der Übernachtungen um +22 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Abbildung 3 zeigt die zehn Gemeinden Baden-Württembergs mit den meisten Übernachtungen aus dem italienischen Quellmarkt. Demnach kann die Stadt Stuttgart die meisten Übernachtungen von Italienern verbuchen (knapp 16 Prozent der Übernachtungen aus Italien insgesamt). Die höchsten Steigerungsraten aus diesem Quellmarkt erzielten Bad Bellingen und Filderstadt.

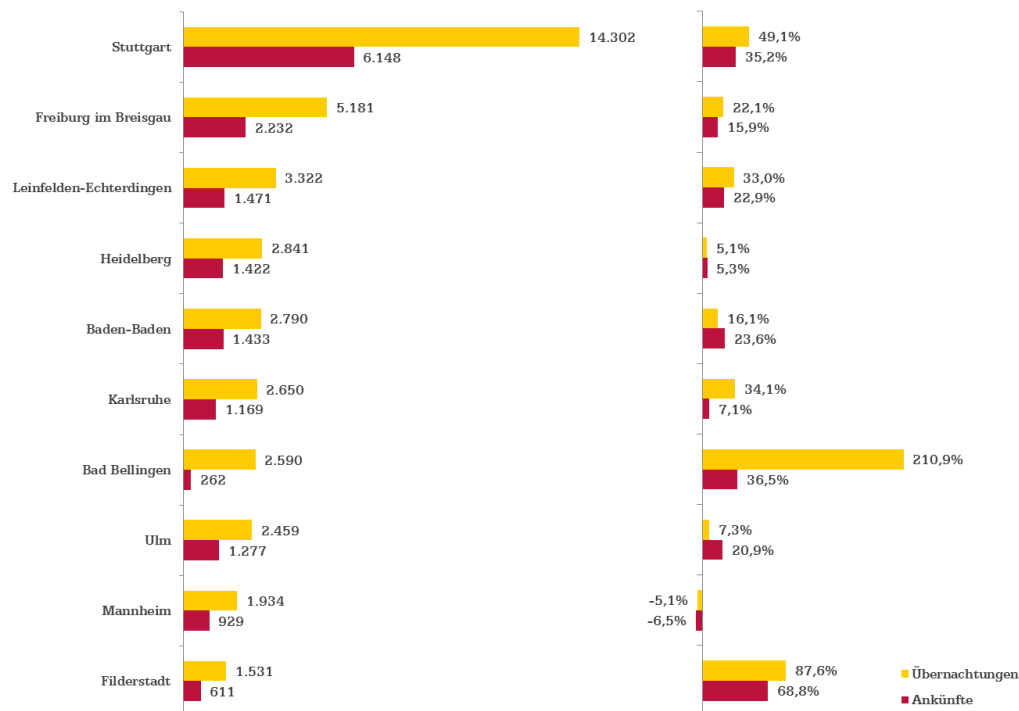


Abb. 3: Übernachtungen und Ankünfte aus dem Quellmarkt Italien in Beherbergungsbetrieben ≥ 10 Betten inkl. Campingplätzen in Top 10 Gemeinden mit höchstem Übernachtungsaufkommen aus dem Quellmarkt im 1. Quartal 2015 (Absolutes Volumen, Veränderung gegenüber dem Vorjahreszeitraum in %); Quelle: Statistisches Landesamt, 2015

Bemerkenswert hohe Wachstumsraten können im Quellmarkt China erzielt werden, der im ersten Quartal 2015 jeweils Rang neun unter den ausländischen Quellmärkten Baden-Württembergs nach Gästeankünften und Übernachtungen (jeweils knapp 4 Prozent der ausländischen Ankünfte bzw. Übernachtungen) einnahm. So konnten gegenüber dem ersten Quartal 2014 die Ankünfte chinesischer Gäste um +61 Prozent, die Übernachtungen um +51 Prozent ausgebaut werden – ein beachtlicher Zuwachs, der unter Beibehaltung zu einer zukünftig noch größeren Bedeutung des Marktes für Baden-Württemberg führen wird. Abbildung 4 zeigt die zehn baden-württembergischen Gemeinden, die im ersten Quartal 2015 die meisten Übernachtungen aus China verzeichnen konnten. Hinter Spitzenreiter Stuttgart mit knapp 15 Tsd. Übernachtungen verzeichnen Heidelberg, Sindelfingen und Freiburg im Breisgau die meisten Übernachtungen chinesischer Gäste.

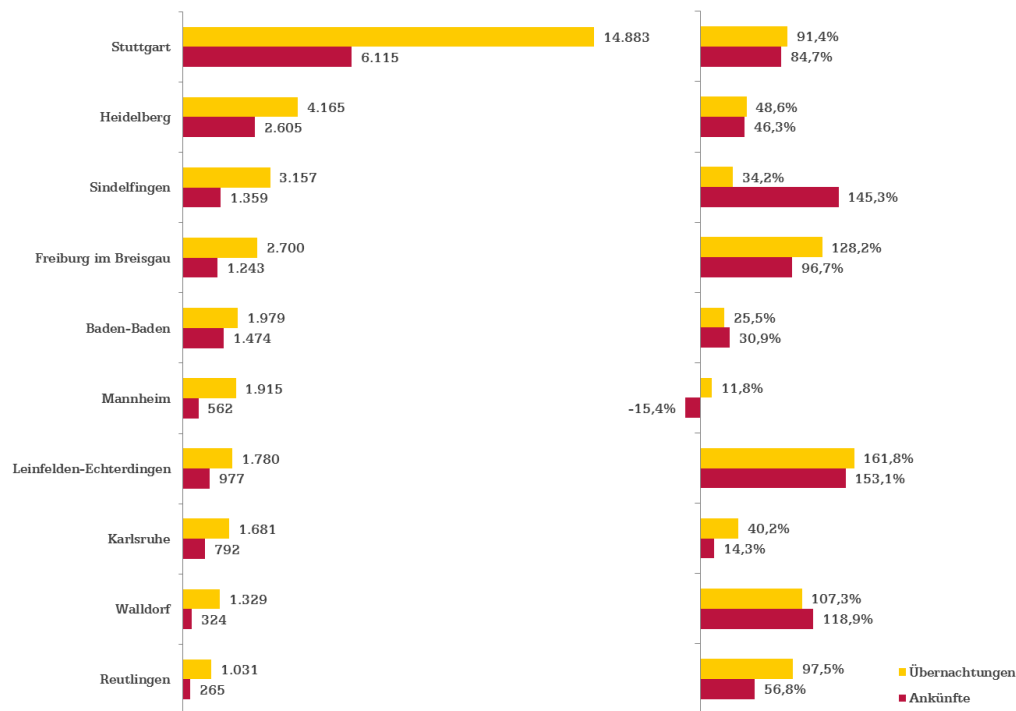


Abb. 4: Übernachtungen und Ankünfte aus dem Quellmarkt China einschließlich Hongkong in Beherbergungsbetrieben ≥ 10 Betten inkl. Campingplätzen in Top 10 Gemeinden mit höchstem Übernachtungsaufkommen aus dem Quellmarkt im 1. Quartal 2015 (Absolutes Volumen, Veränderung gegenüber dem Vorjahreszeitraum in %); Quelle: Statistisches Landesamt, 2015

GfK/IMT DestinationMonitor: Erstmalige Zeitreihenanalysen über drei Jahre zeigen positive Gesamtmarktentwicklung mit überdurchschnittlichem Wachstum des Urlaubsmarktes

In Ergänzung zur amtlichen Tourismusstatistik nutzt die Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg seit 2012 Marktforschungsdaten aus dem GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland. Die Studie bildet unabhängig von der Beherbergungsart sämtliche Reisen der Deutschen ab 50 km Reisedistanz ab und berücksichtigt damit z. B. auch Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben mit weniger als zehn Betten oder bei Verwandten und Bekannten. Die nachfolgenden Daten sind repräsentativ für das Reiseverhalten der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 0 Jahren (74,2 Mio. Personen). Ausgehend von den seit wenigen Wochen vorliegenden Ergebnissen für das Jahr 2014 und damit erstmals möglichen Zeitreihenbetrachtungen auf Jahresbasis, werden ausgewählte Entwicklungen, Strukturen und Merkmale des innerdeutschen Gesamtreiseaufkommens und im Speziellen des Urlaubsmarktes (Urlaubsreisen der Deutschen ab einer Übernachtung nach Baden-Württemberg) betrachtet.

Im Jahr 2014 wurden durch die Hochrechnungen des GfK/IMT DestinationMonitors Deutschland für Baden-Württemberg 18,8 Mio. Reisen durch inländische Übernachtungsgäste und rund 71,1 Mio. Übernachtungen ermittelt. Gegenüber dem Vorjahr bedeutet dies einen Zuwachs bei den Übernachtungen um +3,1 Prozent – der positive Trend in der Entwicklung der absoluten Übernachtungszahlen aus dem Jahr 2013 setzt sich somit fort.

Ein Vergleich mit der Bundesebene und die Betrachtung der Marktanteile ermöglicht eine Einordnung dieser Entwicklung: Mit einer Steigerung der Übernachtungen im betrachteten Zeitraum von 2012-2014 um rund +6,2 Prozent liegt Baden-Württemberg leicht über dem Bundesschnitt von +5,7 Prozent. Der nahezu gleichbleibende Marktanteil über die Jahre 2012-2014 von 10,3 bzw. 10,4 Prozent spricht dafür, dass andere Bundesländer ihre Übernachtungszahlen noch deutlicher steigern konnten, Baden-Württemberg sich jedoch in einem intensiven Wettbewerbsumfeld mit einem konstanten Marktanteil gut im innerdeutschen Reisemarkt behauptet hat. Wie in den beiden Vorjahren ist Baden-Württemberg auch 2014 nach Bayern und Niedersachsen das Bundesland mit den meisten Übernachtungen durch Inländer.

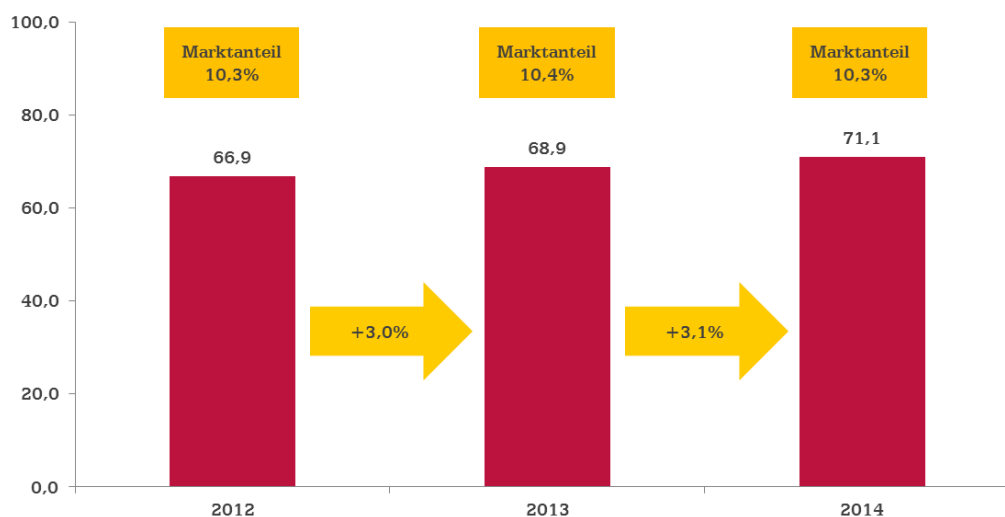


Abb. 5: Zeitlicher Verlauf, Veränderungsraten und Marktanteile der inländischen Übernachtungen (Ab-solutes Volumen in Mio., Veränderungsraten zum Vorjahreszeitraum in %, Anteil der Übernachtungen an Deutschland in %); Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland, 2013-2015; Statistisches Bundesamt, 2013-2015

Getragen wurde der Übernachtungszuwachs sowohl durch die privaten als auch die geschäftlich veranlassten Übernachtungen. So konnten die Übernachtungen in Folge von privaten Reisen – zu denen Urlaubsreisen, Verwandten- und Bekanntenbesuche

sowie sonstige Privatreisen (z. B. anlässlich einer Familienfeier oder eines Aufenthaltes in einer Vorsorge- und Rehaklinik) gehören – im Jahr 2014 gegenüber 2012 um +3,9 Prozent auf 60,3 Mio. gesteigert werden. Bei den geschäftlichen Übernachtungen beläuft sich das Wachstum im Zeitraum 2012-2014 sogar auf rund +21,5 Prozent, wenngleich gegenüber dem Jahr 2013 ein leichter Übernachtungsrückgang zu verzeichnen ist. Innerhalb des Privatreisesegments wurde das Wachstum fast ausschließlich vom Urlaubsreisemarkt getragen: Im Jahr 2014 wurden im Zuge von Urlaubsreisen rund 21,5 Mio. Übernachtungen in Baden-Württemberg generiert, dies entspricht einem Wachstum von +13,0 Prozent im Vergleich zum Jahr 2012. Der Übernachtungsrückgang im Jahr 2013 (18,2 Mio. Übernachtungen gegenüber 19,1 Mio. in 2012) konnte 2014 wieder wettgemacht und die Übernachtungszahlen im Urlaubsmarkt nochmals deutlich gesteigert werden.

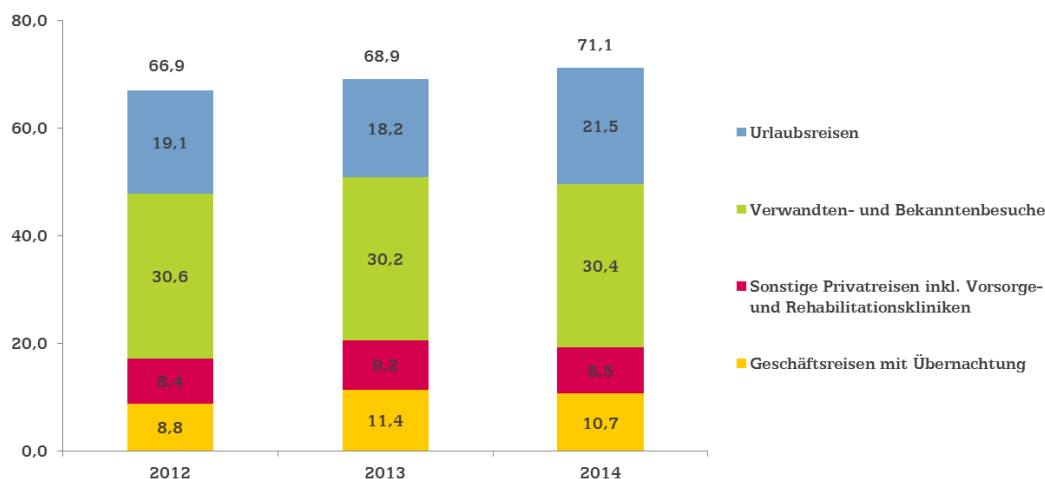


Abb. 6: Zeitlicher Verlauf der inländischen Übernachtungen nach Reiseanlass (Absolutes Volumen in Mio.); Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland, 2013-2015; Statistisches Bundesamt, 2013-2015

Derjenige Reiseanlass, der Baden-Württemberg 2014 wie auch in den beiden Vorjahren die meisten inländischen Übernachtungen brachte, ist der Verwandten- und Bekanntenbesuch mit 30,4 Mio. Übernachtungen (43 Prozent Anteil an allen inländischen Übernachtungen). Der Vergleich mit dem Bundesschnitt (40 Prozent) zeigt, dass der hohe Stellenwert dieses Segments nicht ungewöhnlich ist. Bei der Bewertung des Reiseanlasses ist immer zu berücksichtigen, dass nicht alle dieser Übernachtungen privat „auf dem Sofa“ stattfinden. Vielmehr können die Verwandten- und Bekanntenbesucher auch in Hotels oder Pensionen nächtigen. Der Urlaub ist der zweithäufigste Reiseanlass

der inländischen Besucher Baden-Württembergs und trägt mit 30 Prozent zum inländischen Gesamtübernachtungsaufkommen bei. Der Vergleichswert von 37 Prozent auf Bundesebene lässt erkennen, dass es Bundesländer gibt, in denen dem Urlaubsmarkt in Bezug auf das jeweilige touristische Gesamtaufkommen aus dem Inland eine noch stärkere Bedeutung zukommt. Hierzu zählen z. B. die typischen Urlaubsländer Schleswig-Holstein, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen und Bayern. Die Bedeutung der Sonstigen Privatreisen und der Geschäftsreisen ist in Baden-Württemberg im Vergleich zum Bundesschnitt wiederum leicht überdurchschnittlich.

Detailbetrachtung zum Urlaubsmarkt

Neben einer Abschätzung des gesamttouristischen Aufkommens aus dem Inland in Baden-Württemberg erlaubt der GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland einmal im Jahr eine Detailbetrachtung des Urlaubsreisemarktes. Die volumenmäßige Bedeutung inländischer Urlaubsreisen für Baden-Württemberg (30 Prozent des Übernachtungsaufkommens durch Inländer) sowie ihre Entwicklung von 2012 zu 2014 (+ 13,0 Prozent Übernachtungen) wurden bereits dargelegt. Für die Einordnung und Bewertung dieser Entwicklung ist der Marktanteil wichtig, den Baden-Württemberg mit diesem Übernachtungsaufkommen an sämtlichen inländischen Urlaubsübernachtungen in Deutschland erreicht: 8,4 Prozent Marktanteil im Jahr 2014 bedeuten, dass fast jede zwölfte Urlaubsübernachtung in Deutschland durch einen Inländer in Baden-Württemberg getätigt wurde. Gegenüber den Jahren 2012 und 2013 (8,0 bzw. 7,7 Prozent) konnte der Marktanteil leicht ausgebaut werden, woraus abzuleiten ist, dass sich der Urlaubsmarkt in Baden-Württemberg besser als im Durchschnitt aller Bundesländer entwickelt hat (+8,2 Prozent inländische Urlaubsübernachtungen seit 2012). Im Vergleich der Bundesländer nimmt Baden-Württemberg mit dem erreichten Marktanteils wert in allen drei betrachteten Jahren den fünften Rangplatz hinter den klassischen Urlaubsländern Bayern, Schleswig-Holstein, Niedersachsen und Mecklenburg-Vorpommern ein. Neben der überdurchschnittlichen Übernachtungsentwicklung unterstreichen auch das Halten des Marktanteils und des Rangplatzes gegenüber den Vorjahren die gute Positionierung Baden-Württembergs als innerdeutsches Urlaubsziel.

Für die Ausrichtung der touristischen Marketingarbeit ist es wichtig zu wissen, was die Urlauber vor Ort unternehmen. Auch hierzu liegen aktuelle Werte aus dem Jahr 2014 vor, mit der Möglichkeit, diese mit dem Bundesschnitt und auch mit den beiden zurückliegenden Jahren zu vergleichen. Die nachfolgende Abbildung zeigt, dass sich die Profilierung Baden-Württembergs über die Themen „Natur“ und „Kultur“ sehr

deutlich im Aktivitätsprofil der Baden-Württemberg-Urlauber widerspiegelt: mehr als jeder zweite Urlaubsgast besucht während seines Aufenthaltes kulturelle und / oder historische Sehenswürdigkeiten bzw. hält sich in der Natur auf (jeweils 54 Prozent). Beide Top-Aktivitäten der Baden-Württemberg-Urlauber liegen zwar leicht unter dem jeweiligen Durchschnitt aller Bundesländer, konnten jedoch gegenüber dem Beginn des Monitorings in 2012 z. T. deutlich ausgebaut werden (2012: 49 Prozent Kultur bzw. 43 Prozent Natur). Unter den naturnahen Aktivthemen erreicht das Wandern im Bundesvergleich überdurchschnittliche Werte: Knapp jeder dritte Urlauber (31 Prozent) im Jahr 2014 gab an, während seines Aufenthaltes gewandert zu sein (Deutschland: 29 Prozent).

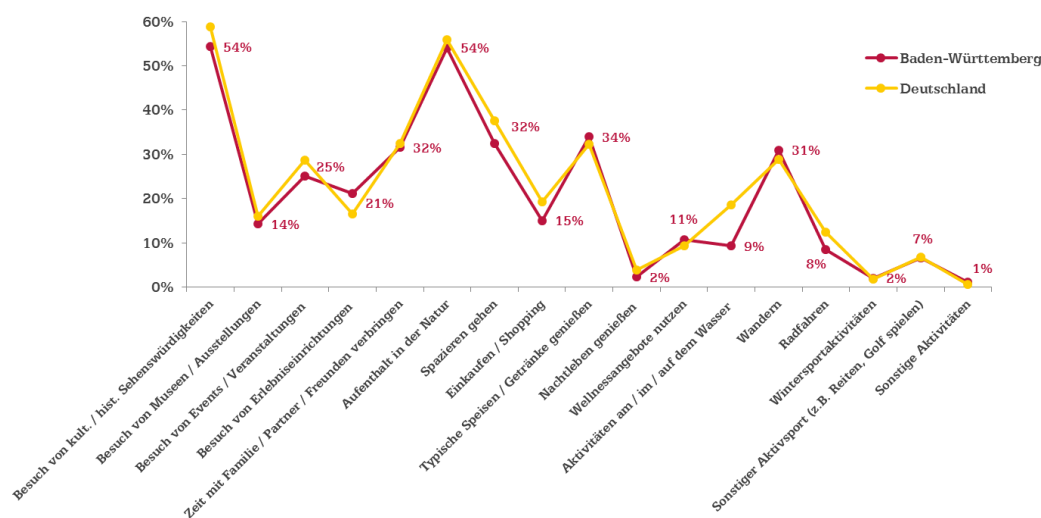


Abb. 7: Aktivitäten im Zuge inländischer Urlaubsreisen ab 1 Übernachtung 2014 (Anteile in %, Mehrfachantworten möglich); GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland, 2015

Ebenfalls überdurchschnittlich häufig im Vergleich zum Mittel aller Bundesländer gehen die Urlauber in Baden-Württemberg der Aktivität „Typische Speisen / Getränke genießen“ nach – eine Bestätigung für das Themenfeld „Genuss“ in der Marketingarbeit Baden-Württembergs. Im Vergleich der Bundesländer nimmt Baden-Württemberg mit dem erreichten Anteilswert von 34 Prozent nach Bayern und den nördlichen Bundesländern den fünften Platz ein. Zwar nur von rund jedem zehnten Urlauber ausgeübt, aber dennoch in Baden-Württemberg bedeutender als im Bundesschnitt, ist die Nutzung von Wellnessangeboten (11 Prozent, 9 Prozent deutschlandweit).

Eine ebenfalls herausstechende Aktivität, weil von den Baden-Württemberg-Urlaubern überdurchschnittlich häufig wahrgenommen, ist der Besuch von Erlebniseinrichtungen wie z. B. Freizeitparks. Mehr als jeder fünfte Urlaubsgast (21 Prozent) ging im Jahr 2014 dieser Aktivität nach, deutschlandweit waren es nur 17 Prozent der Urlauber. Im Ranking der Bundesländer bedeutet dies ein starker zweiter Platz. Auch das Spazieren gehen und das Verbringen von besonders viel Zeit mit der Familie, dem Partner bzw. mit Freunden (jeweils 32 Prozent) sind beliebte Aktivitäten der Urlaubsgäste Baden-Württembergs.

Quellen:

Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, 2014, 2015

Statistisches Bundesamt, 2013-2015

GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland, 2013-2015

Alle Rechte vorbehalten. Keine Teile des vorliegenden Newsletters dürfen ohne schriftliche Genehmigung des Herausgebers in irgendeiner Form reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Ihre Ansprechpartnerin: Tourismus Marketing Baden-Württemberg
Verena Albrecht
Tel. 0711/2 38 58-51
v.albrecht@tourismus-bw.de
