

1. Marktforschungsnewsletter der Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg 2017

Amtliche Beherbergungsstatistik: Erneute jährliche Höchstwerte an Gästeankünften und Übernachtungen in 2016, durchwachsener Jahresauftakt 2017

Mit einem Ergebnis von knapp 21,0 Mio. Ankünften in Beherbergungsbetrieben mit zehn und mehr Betten sowie auf Campingplätzen ab zehn Stellplätzen und mehr als 52,0 Mio. Übernachtungen kann Baden-Württemberg auf ein erfolgreiches Tourismusjahr 2016 zurückblicken. Gegenüber dem Jahr 2015 besuchten 3,0 Prozent mehr Gäste das Bundesland und tätigten während ihrer Aufenthalte 2,5 Prozent mehr Übernachtungen. Die Gästeankünfte lagen dabei nur im Mai und Juni nicht über dem Niveau des Vorjahres; die Übernachtungen verfehlten den Vorjahreswert lediglich im Juni. Für den Baden-Württemberg-Tourismus ist es das sechste Rekordjahr in Folge – seit 2011 erreicht sowohl die Anzahl der Gästeankünfte als auch die der Übernachtungen in der gewerblichen Beherbergungsbranche des Landes jährlich neue Spitzenwerte. Die Zahl der Gästeankünfte stieg in diesem Zeitraum um 17,7 Prozent, das Übernachtungsaufkommen wuchs um 14,3 Prozent.

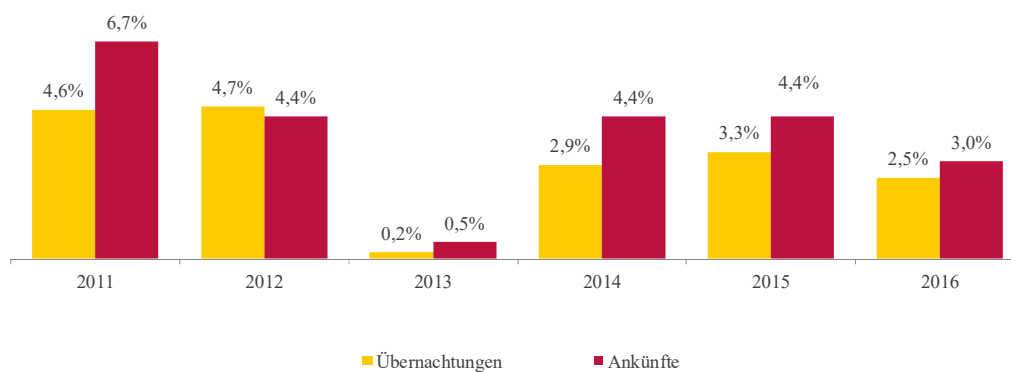


Abb. 1: Veränderung der Übernachtungen und Ankünfte in Beherbergungsbetrieben ≥ 10 Betten inkl. Campingplätzen 2011-2016 im Vergleich zum Vorjahr (Veränderung gegenüber dem Vorjahreszeitraum in Prozent); Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, 2017

Mit Zuwachsraten von 2,9 Prozent mehr Gästen und 2,5 Prozent mehr Übernachtungen hat sich der Deutschlandtourismus ähnlich wie der Baden-Württemberg-Tourismus 2016 etwas weniger stark entwickelt als 2015 (+3,7 bzw. +2,9 Prozent), dennoch setzt er sein langfristiges Wachstum fort. Am erfolgreichsten verlief das Tourismusjahr 2016 für Hamburg, Schleswig-Holstein und Niedersachsen, die jeweils die höchsten Steigerungsraten an Gästeankünften und Übernachtungen erzielen konnten. Baden-Würt-

temberg liegt mit seinen Wachstumsraten im Bundesschnitt. Hinsichtlich des Übernachtungswachstums ordnet sich das Reiseland auf Rang acht, bezogen auf die Zuwächse an Gästeankünften auf Rang sechs der Bundesländer ein.

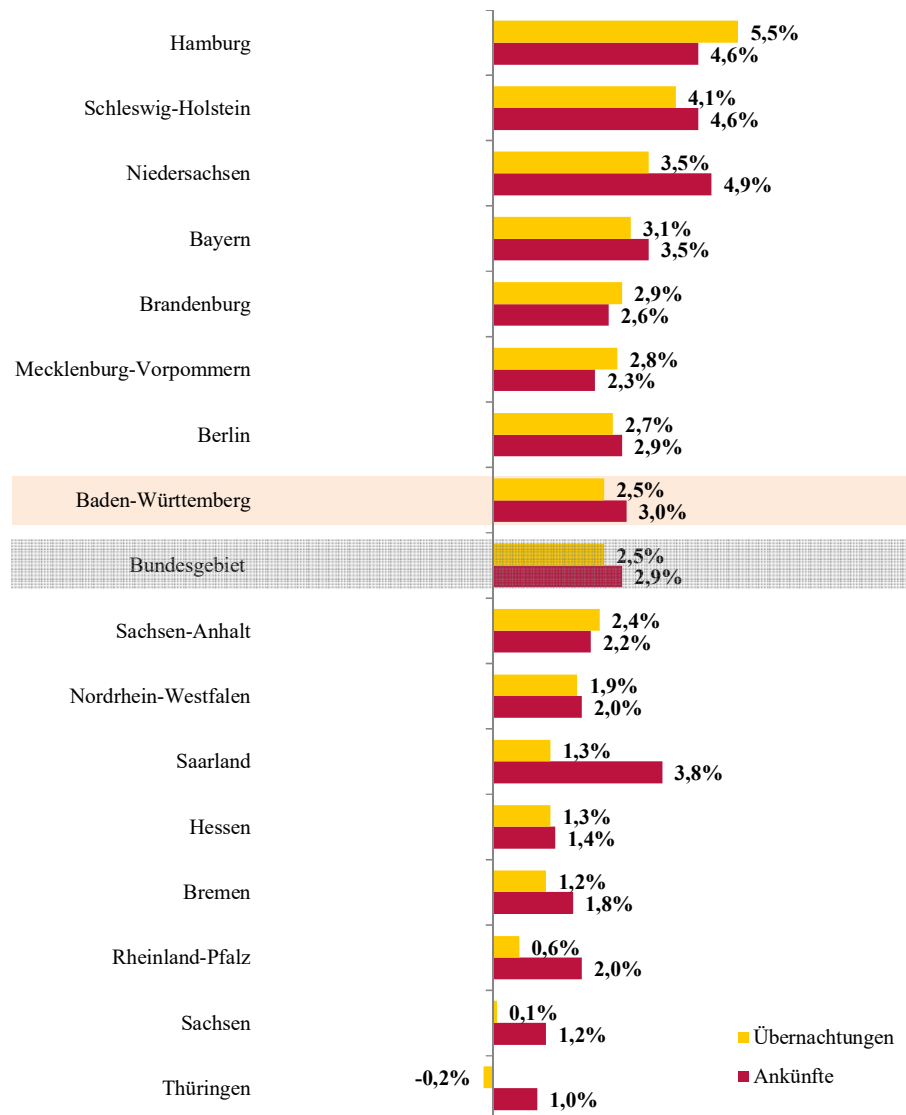


Abb. 2: Übernachtungen und Ankünfte in Beherbergungsbetrieben ≥ 10 Betten inkl. Campingplätzen 2016 (Veränderung gegenüber dem Vorjahreszeitraum in Prozent); Quelle: Statistisches Bundesamt, 2017

Die neuesten Zahlen der amtlichen Beherbergungsstatistik zeigen einen durchwachsenden Jahresauftakt 2017. So konnte Baden-Württemberg im 1. Quartal 1,6 Prozent mehr Gästeankünfte als im Vorjahr verzeichnen, die Übernachtungen hingegen bleiben 1,3 Prozent hinter dem Vorjahresniveau zurück. Der Januar verlief dabei überaus erfreulich (+7,0 Prozent Ankünfte, +3,4 Prozent Übernachtungen), während das Statistische Landesamt im Februar deutliche Einbußen im Vergleich zum Vorjahr bilanzierte

(-3,7 Prozent Ankünfte, -4,5 Prozent Übernachtungen). Im März besuchten nach vorläufigen Zahlen zwar mehr Gäste Baden-Württemberg als im selben Monat des Vorjahres (+2,1 Prozent), die Übernachtungen gingen jedoch zurück (-2,2 Prozent). Hierbei ist zu beachten, dass das Osterfest 2016 in den März, 2017 dagegen in den April fiel. Deutschlandweit gingen die Übernachtungszahlen im 1. Quartal 2017 im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum um rund 1 Prozent zurück.

Die unterjährige Entwicklung der Gäste- und Übernachtungszahlen in den baden-württembergischen Reisegebieten ließ bereits eine positive Jahresbilanz erwarten: Alle sieben Regionen können sich über steigende Tourismuszahlen gegenüber dem Vorjahr freuen. Der Hegau kommt dabei mit 8,8 Prozent mehr Übernachtungen sowie 7,7 Prozent zusätzlichen Gästeankünften gegenüber dem Jahr 2015 auf das beste Ergebnis. Auch in den Regionen Bodensee und Schwäbische Alb hat sich das touristische Aufkommen in den gewerblichen Betrieben im Vergleich zum Landesmittel überdurchschnittlich gut entwickelt. Das Württembergische Allgäu-Oberschwaben sticht insbesondere durch seinen hohen Zuwachs an Gästen heraus (+5,4 Prozent). Die Entwicklung im Schwarzwald, der Region Stuttgart und im Nördlichen Baden-Württemberg fällt im Landesvergleich etwas moderater aber dennoch positiv aus.

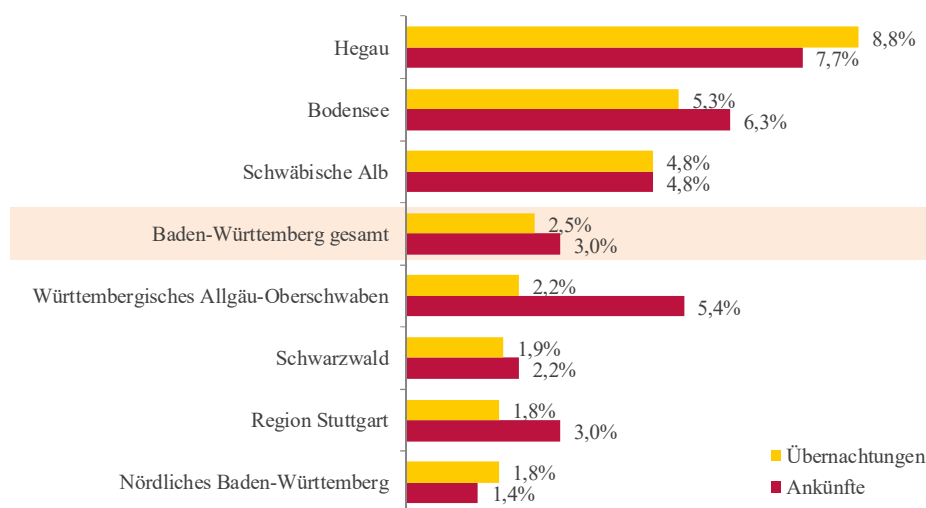


Abb. 3: Übernachtungen und Ankünfte in Beherbergungsbetrieben ≥ 10 Betten inkl. Campingplätzen 2016 (Veränderung zum Vorjahreszeitraum in Prozent); Quelle: Statistisches Bundesamt, 2017

Das Wachstum der Gäste- und Übernachtungszahlen im Jahr 2016 resultierte hauptsächlich aus einer im Vergleich zu 2015 deutlich höheren inländischen Nachfrage. So stieg die Zahl der Gästeankünfte von Inländern gegenüber dem Vorjahr um 3,4 Prozent auf knapp 16,1 Mio., die der Übernachtungen um 3,0 Prozent auf 40,8 Mio. Bereits

unterjährig zeichnete sich ab, dass – entgegen dem Trend der vergangenen Jahre – der Inlandstourismus gegenüber der Nachfrage aus den ausländischen Quellmärkten am Jahresende die anteilig höheren Gäste- und Übernachtungszuwächse verzeichnen würde. Während das Volumen der Gästeankünfte aus dem Ausland um 1,4 Prozent auf 4,9 Mio. stieg, entsprach die Anzahl der Übernachtungen von Ausländern mit 11,2 Mio. nahezu dem Niveau des Vorjahres (+0,7 Prozent). Auch für Deutschland insgesamt meldet das Statistische Bundesamt, anders als in den Jahren zuvor, höhere Zuwachsraten im Inlands- als im Auslandstourismus (+2,8 Prozent Übernachtungen aus dem Inland, +1,4 Prozent Übernachtungen aus dem Ausland), wengleich die ausländische Nachfrage trotz schwieriger weltwirtschaftlicher Rahmenbedingungen, der Brexit-Thematik oder auch der nach wie vor angespannten Sicherheitslage weiter wächst.

Aus den europäischen Auslandsmärkten konnte Baden-Württemberg im Jahr 2016 insgesamt ein Wachstum generieren (+3,3 Prozent Ankünfte, +2,1 Prozent Übernachtungen). Unter den Märkten mit einem Marktanteil an allen ausländischen Gästeankünften bzw. Übernachtungen in Baden-Württemberg von mindestens drei Prozent verzeichneten die Schweiz, die Niederlande, Frankreich, Österreich und Belgien alleamt Zuwächse. Lediglich die Gäste- und Übernachtungszahlen aus dem Vereinigten Königreich und aus Italien waren rückläufig. Bezogen auf den italienischen Markt war diese Entwicklung auch für Deutschland insgesamt zu beobachten, die Nachfrage aus dem Vereinigten Königreich hingegen stagnierte (Ankünfte) deutschlandweit bzw. nahm leicht zu (Übernachtungen). Der russische Markt – ehemals ein Top-10 Auslandsmarkt Baden-Württembergs – verliert mit einem Rückgang sowohl der Ankünfte (-12,3 Prozent) als auch der Übernachtungen (-15,2 Prozent) weiterhin an Marktanteilen. Die Schweiz bleibt mit mehr als doppelt so hohen Marktanteilen gegenüber den zweitplatzierten Niederlanden wichtigster ausländischer Quellmarkt (25,8 Prozent Marktanteil an allen Ankünften von Ausländern, 21,9 Prozent Marktanteil an allen Übernachtungen von Ausländern).

Deutliche Nachfragerückgänge musste Baden-Württemberg aus dem asiatischen Quellmarkt hinnehmen (-7,8 Prozent Übernachtungen), darunter die beiden wichtigen Märkte China und die Arabischen Golfstaaten. Aus dem bedeutendsten außereuropäischen Quellmarkt Baden-Württembergs – den USA – kamen 2016 zwar weniger Gäste (-4,1 Prozent), die Zahl der Übernachtungen stieg jedoch deutlich an (+6,3 Prozent).

GfK/IMT DestinationMonitor: Übernachtungsvolumen aus dem Inland insgesamt bei über 68 Mio., Aufenthalt in der Natur zweithäufigste Aktivität der Urlaubsgäste

In Ergänzung zur amtlichen Tourismusstatistik nutzt die Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg seit 2012 Marktforschungsdaten aus dem GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland. Die Studie erfasst die privaten und geschäftlichen Reisen der Inländer unabhängig von der gewählten Unterkunftsart ab einer Distanz von 50 km zwischen dem Wohnort des Reisenden und dem Zielort der Reise. Die Daten sind repräsentativ für die Reisen der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 0 Jahren (74,0 Mio. Personen).

Die Hochrechnungen des GfK/IMT DestinationMonitors Deutschland ergeben für das Jahr 2016 knapp 19,5 Mio. Reisen und rund 68,6 Mio. Übernachtungen durch inländische Übernachtungsgäste in Baden-Württemberg. Darin enthalten sind sowohl geschäftliche Reisen / Übernachtungen als auch private Reisen / Übernachtungen (reine Urlaubsreisen, Verwandten- und Bekanntenbesuche sowie sonstige Privatreisen, wie zum Beispiel Reisen mit Gesundheitsanlass). Im Vergleich zum Jahr 2015 ergibt sich ein Rückgang der Anzahl der Reisen um 2,3 Prozent, das Übernachtungsaufkommen liegt 5,1 Prozent unterhalb des Vorjahresniveaus.

Den höchsten Rückgang an Übernachtungen durch Privatreisen verzeichnet das Segment der Verwandten- und Bekanntenbesuche (-8,6 Prozent bzw. -2,7 Mio.). Hier liegt ein Ansatzpunkt für die Erklärung der abweichenden Entwicklung der von der amtlichen Beherbergungsstatistik ausgewiesenen Ergebniskennzahlen (+3,4 Prozent Ankünfte, +3,0 Prozent Übernachtungen durch inländische Gäste) zu denen des GfK/IMT DestinationMonitors. Letzterer umfasst neben der touristischen Inlandsnachfrage in gewerblichen Unterkunftsbetrieben auch das Reise- und Übernachtungsaufkommen in privaten Unterkunftsbetrieben (z. B. Ferienwohnungsbetriebe mit weniger als zehn Betten) sowie in Privatwohnungen (bei Verwandten / Freunden / Bekannten; im eigenen Appartement / Ferienwohnung / Ferienhaus; in einer Privatunterkunft gegen Entgelt). Beim Segment der Verwandten- und Bekanntenbesucher ist davon auszugehen, dass diese mehrheitlich privat übernachten – die Entwicklung dieses Segmentes findet in den statistischen Zahlen somit überwiegend keine Berücksichtigung. Insgesamt fanden im Jahr 2016 rund 42 Prozent der von inländischen Gästen in Baden-Württemberg verbrachten Übernachtungen in Privatwohnungen und damit außerhalb der amtlichen Beherbergungsstatistik statt.

Der Marktanteil Baden-Württembergs an allen Übernachtungen von Inländern in Deutschland ist entsprechend dieser Entwicklung leicht rückläufig und liegt derzeit bei 9,8 Prozent. Hinter Bayern und Niedersachsen sowie nahezu gleichauf mit Nordrhein-Westfalen weist Baden-Württemberg unter den Bundesländern die vierthöchste Anzahl an Übernachtungen aus dem Inland auf.

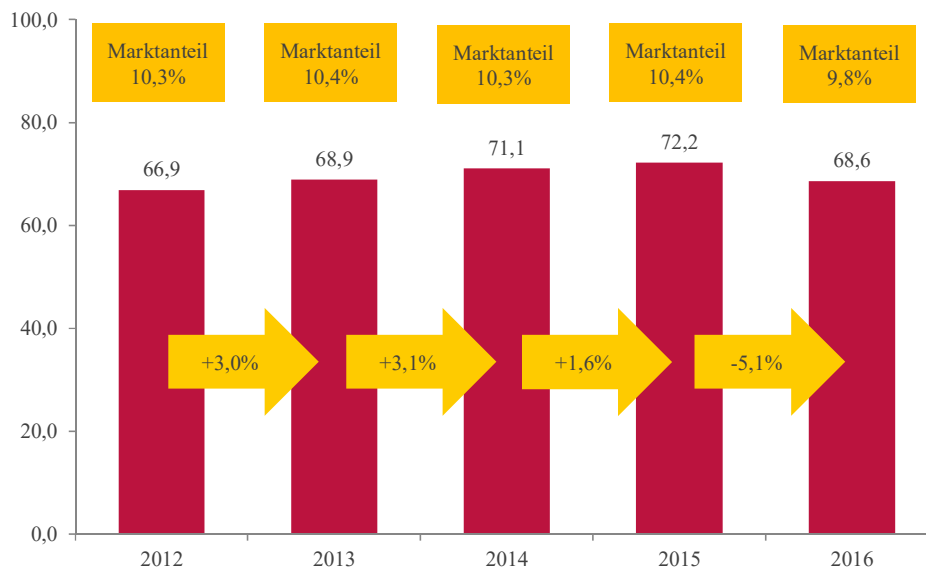


Abb. 4: Zeitlicher Verlauf, Veränderungsraten und Marktanteile der inländischen Übernachtungen (Absolutes Volumen in Mio., Veränderung zum Vorjahreszeitraum in Prozent, Anteil der Übernachtungen an Deutschland in Prozent); Abweichungen sind rundungsbedingt; Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland, 2013-2017; Statistisches Bundesamt, 2013-2017

Trotz des Volumenrückgangs bleiben die Verwandten- und Bekanntenbesuche mit einem Anteil von 42 Prozent an allen inländischen Übernachtungen auch 2016 das übernachtungsstärkste Segment im Inlandstourismus in Baden-Württemberg. Die Anzahl der urlaubsbedingten Übernachtungen von Inländern in Baden-Württemberg lag 2016 bei 20,2 Mio. und damit minimal über dem Niveau des Vorjahres (+0,8 Prozent). Deutschlandweit wuchs der inländische Urlaubsreisemarkt bezogen auf die Übernachtungen um 3,3 Prozent, so dass Baden-Württemberg zwar leicht an Marktanteilen einbüßt, mit 7,6 Prozent den fünften Rang hinter Bayern, Schleswig-Holstein, Niedersachsen und Mecklenburg-Vorpommern aber halten kann.

Komplettiert wurde der private Übernachtungstourismus durch 8,1 Mio. Übernachtungen durch sonstige Privatreisen, worunter u. a. die etwa 6,5 Mio. Übernachtungen in den Vorsorge- und Rehabilitationskliniken des Landes fallen. Geschäftliche Übernachtungen machten mit einem Volumen von knapp 11,4 Mio. rund 17 Prozent des Über-

nachtungsaufkommens durch Inländer aus. Ihr Aufkommen ging gegenüber dem Vorjahr um 10,5 Prozent (-1,3 Mio.) zurück – eine Entwicklung, die es in den kommenden Berichtszeiträumen zu beobachten gilt.

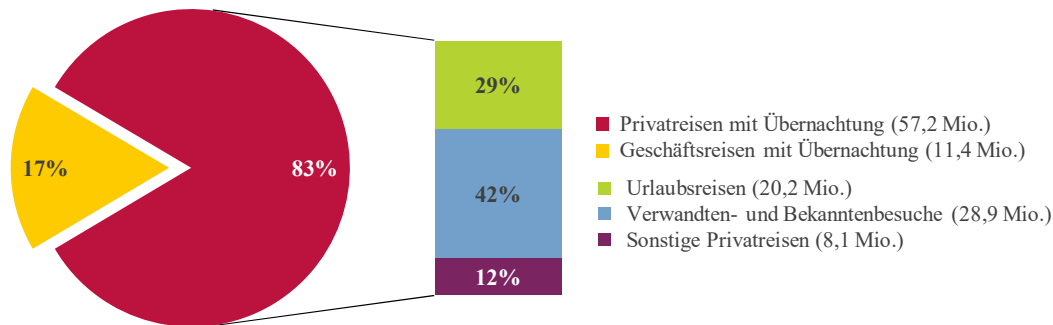


Abb. 5: Anlässe inländischer Übernachtungen in Baden-Württemberg 2016 (Absolutes Volumen in Mio., Anteilswerte in Prozent); Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland, 2017; Statistisches Bundesamt, 2017

Neben den Übernachtungsreisen erfasst der GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland die Tagesreisen der Deutschen ab einer Reisedistanz von 50 km zwischen dem Wohnort des Reisenden und dem Zielort der Reise. Für Baden-Württemberg wurden im Jahr 2016 knapp 68,4 Mio. Tagesreisen ab 50 km erfasst, davon rund 58,2 Mio. private Tagesausflüge und etwa 10,1 Mio. Tagesgeschäftsreisen. In der Gesamtschau von Übernachtungs- und Tagestourismus haben inländische Reisende im Jahr 2016 rund 136,9 Mio. touristische Aufenthaltstage in Baden-Württemberg verbracht.

Natur-Urlaubsreisen in Baden-Württemberg

Bei nahezu jeder zweiten der knapp 4,6 Mio. Urlaubsreisen, die Baden-Württemberg im vergangenen Jahr aus dem Inland empfangen hat, wurde der Aktivität „Aufenthalt in der Natur“ nachgegangen. Nach dem „Besuch von kulturellen / historischen Sehenswürdigkeiten“, der bei 56 Prozent der Urlaube auf der Reiseagenda steht, ist der „Aufenthalt in der Natur“ (49 Prozent) damit die zweithäufigste Aktivität im Bündel der von den baden-württembergischen Urlaubsgästen insgesamt ausgeübten Aktivitäten. Deutschlandweit liegt der Anteil der Natur-Aktivität bei 55 Prozent; die Baden-Württemberg-Gäste halten sich daher vergleichsweise etwas seltener in der Natur auf als der durchschnittliche Deutschland-Urlauber.

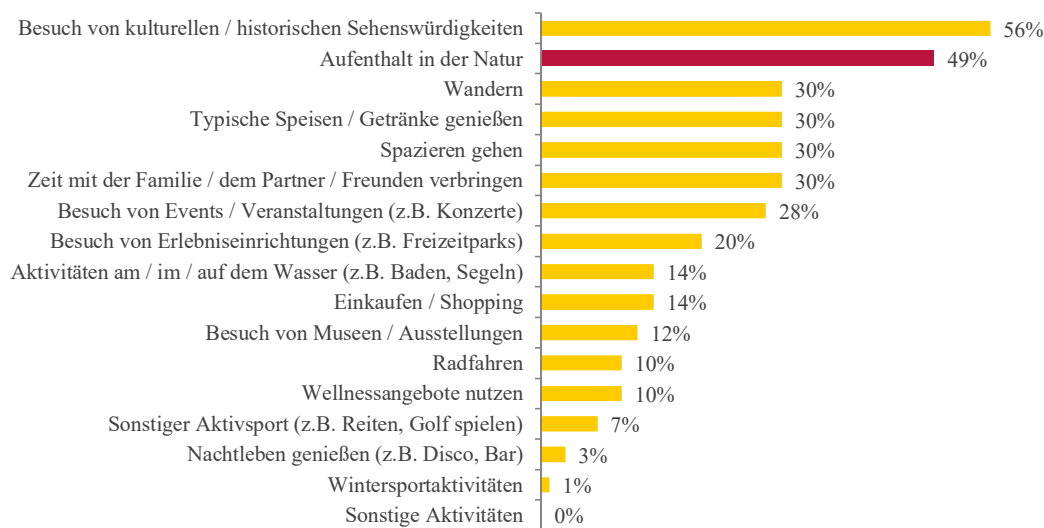


Abb. 6: Aktivitäten inländischer Urlaubsgäste in Baden-Württemberg 2016 (Anteilswerte in Prozent, Mehrfachantworten möglich); Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland, 2017

Absolut betrachtet wurden durch den GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland für Baden-Württemberg im Jahr 2016 knapp 2,2 Mio. Urlaubsreisen von Inländern mit Naturbezug ermittelt. Dies entspricht einem Marktanteil von rund 7 Prozent an allen Natur-Urlaubsreisen von Inländern in Deutschland sowie einem sechsten Rang im Vergleich der Bundesländer. Das dahinterliegende Übernachtungsaufkommen beläuft sich auf etwas mehr als 12,4 Mio. Eine Sonderauswertung des GfK/IMT DestinationMonitors Deutschland 2016 wirft einen Blick auf das Reiseverhalten und die Soziodemografie der Natur-Urlaubsreisenden in Baden-Württemberg.

Reiseorganisation, Information, Buchung

62 Prozent der inländischen Natur-Urlaubsreisenden in Baden-Württemberg buchen einzelne Leistungsbestandteile ihrer Reise wie die Unterkunft oder das Transportmittel für die Anreise vor Reiseantritt. Eine Baustein- oder Pauschalreise wird nur bei etwa jeder fünften Reise gebucht (19 Prozent). Der Anteil der Nicht-Vorabbucher liegt bei 20 Prozent. Die am häufigsten vor der Buchung genutzte Informationsquelle ist das Internet, womit beispielsweise Websites der Urlaubsregionen oder Reiseforen gemeint sind (40 Prozent). Bei etwa jeder fünften Reise wird zum Zweck der Informationsgewinnung u. a. auf Empfehlungen von Bekannten bzw. Verwandten zurückgegriffen. Die wichtigste Anlaufstelle der Natur-Urlaubsreisenden für die Durchführung von Vorabbuchungen ist mit deutlichen Abstand der Leistungsträger (67 Prozent), gefolgt vom Reiseportal im Internet (17 Prozent) und dem Reisebüro bzw. Reiseveranstalter (11 Prozent). 42 Prozent der vorabgebuchten Leistungen werden dabei weniger als zwei Monate vor Reiseantritt gebucht; ein mit 38 Prozent ähnlich hoher Anteil an Leistungen hingehen mittel- bis langfristig (4 Monate oder länger vor Reisebeginn).

Reisedauer, Hauptverkehrsmittel zur Anreise, Unterkunft

39 Prozent der Natur-Urlaubsreisen nach Baden-Württemberg werden als Kurz-Urlaubsreise mit einer Dauer von ein bis drei Nächten unternommen, weitere 47 Prozent der Reisen haben eine Dauer von vier bis neun Nächten. Die Natur-Urlaubsreisenden verweilen damit etwas länger am Zielort ihrer Reise als der durchschnittliche Baden-Württemberg-Urlauber (57 bzw. 34 Prozent). Die Monate April bis September (66 Prozent) sind als Reisezeitraum deutlich beliebter als die Herbst- und Wintermonate. Häufigstes Anreisemittel ist der PKW (79 Prozent), vor der nur selten genutzten Bahn (8 Prozent) und dem Bus (5 Prozent). Bei knapp jeder zweiten Reise (47 Prozent) wird das Hotel als Unterkunft gewählt. Im Durchschnitt aller Urlaubsreisen wird diese Unterkunftsart etwas häufiger in Anspruch genommen (54 Prozent). Überdurchschnittlich fällt dagegen die Nutzung von gemieteten Ferienwohnungen und Ferienhäusern durch die Natur-Urlaubsreisenden aus. Sie nehmen diese Unterkunftsform bei 26 Prozent der Reisen in Anspruch, der durchschnittliche Baden-Württemberg-Urlauber lediglich bei 17 Prozent. Deutlich seltener fällt die Wahl auf Pensionen, die private Unterkunft bei Verwandten oder Bekannten bzw. in der eigenen Immobilie und die Unterkunft in Wohnwagen / Wohnmobil / Zelt (jeweils 7 Prozent). Klassifizierbare Unterkünfte werden mehrheitlich im 3-Sternebereich (48 Prozent), aber auch im 4- und 5-Sternebereich (35 Prozent) gebucht. In Unterkünften mit buchbarer Verpflegung wird vorzugsweise nur Frühstück gebucht (53 Prozent), seltener Halbpension (37 Prozent).



Reisebegleitung, Hauptreiseanlass, Aktivitäten, Qualitätseinschätzung

Bei knapp über der Hälfte der Urlaubsreisen mit Naturbezug nach Baden-Württemberg besteht die Reisegruppe aus zwei Personen, bei weiteren 44 Prozent der Reisen aus drei bzw. vier Personen. Kinder unter 14 Jahre sind bei etwa drei von zehn Reisen unter den Reisenden (29 Prozent). Knapp jede vierte Reise wird als Familienreise unternommen (mindestens eine begleitende Person aus dem Haushalt für ein Kind unter 14 Jahre ist Reiseteilnehmer). 29 Prozent der Urlaubsreisen, in deren Zuge der Aktivität „Aufenthalt in der Natur“ nachgegangen wird, werden mit dem Hauptreiseanlass „Urlaub auf dem Land / Urlaub in den Bergen“ unternommen. Zweit- und drittbedeutendster Reiseanlass ist die „Städtereise“ und der „Sport- und Aktivurlaub (auch Wintersport)“ (16 bzw. 15 Prozent). Rund drei Viertel der Natur-Urlauber besuchen während ihres Aufenthaltes kulturelle bzw. historische Sehenswürdigkeiten. Im Vergleich zum durchschnittlichen Baden-Württemberg-Urlauber (56 Prozent) haben sie ein deutlich überdurchschnittliches Interesse an dieser Aktivität. Ebenfalls beliebte Aktivitäten sind das „Wandern“ (49 Prozent) und „Spazieren gehen“ (46 Prozent), das „Genießen typischer Speisen und Getränke“ (44 Prozent) und das „Verbringen von Zeit mit der Familie / dem Partner / Freunden“ (35 Prozent). Auch diesen Aktivitäten gehen die Natur-Urlauber im Vergleich zum durchschnittlichen Urlaubsgast häufiger nach. Sieben von zehn Natur-Urlaubern in Baden-Württemberg beurteilen ihren Aufenthalt mit „sehr gut“, ein ähnlich hoher Anteil (72 Prozent) würde das besuchte Reiseziel zudem „ganz bestimmt“ weiterempfehlen. 39 Prozent der Reisenden sehen zudem Anlässe, das Reiseziel „ganz bestimmt“ erneut zu besuchen. Die Zufriedenheit und Weiterempfehlungsbereitschaft der Natur-Reisenden fällt damit etwas höher aus als die der Urlaubsgäste in Baden-Württemberg insgesamt, ihre Bindung an das besuchte Reiseziel hingegen etwas geringer.



Alter, Bildung und Einkommen, Quellmärkte

Das Durchschnittsalter des typischen inländischen Natur-Urlaubers in Baden-Württemberg liegt bei 50,4 Jahren. Knapp jeder zweite Besucher ist im Besitz eines höheren Bildungsabschlusses (Abitur, Hochschulabschluss). 73 Prozent der Reisenden verfügen über ein mittleres bis hohes Haushaltsnettoeinkommen bei einem Anteil von Ein- und Zwei-Personenhaushalten von 65 Prozent. Die wichtigsten Quellmärkte für Urlaubsreisen mit Naturbezug in Baden-Württemberg sind das eigene Bundesland (34 Prozent), Nordrhein-Westfalen (20 Prozent) sowie die Nachbarländer Bayern (12 Prozent)

und Rheinland-Pfalz (9 Prozent). Im Vergleich zu allen Übernachtungsgästen kommen bei den Natur-Urlaubsreisenden deutlich mehr Gäste aus Nordrhein-Westfalen, dafür weniger aus Bayern, was für die Zielgruppenansprache beim Themenmarketing von Bedeutung ist.

Quellen:

GfK SE Shopper [Hg.] (2017). GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland für Baden-Württemberg.

Statistisches Bundesamt [Hg.] (2017). Monatserhebung im Tourismus.

Statistisches Landesamt Baden-Württemberg [Hg.] (2017a). Statistischer Bericht: Beherbergung im Reiseverkehr Baden-Württembergs im Kalenderjahr 2016.

Statistisches Landesamt Baden-Württemberg [Hg.] (2017b). Statistischer Bericht: Tourismus Baden-Württembergs im Dezember 2016.

Statistisches Landesamt Baden-Württemberg [Hg.] (2017c). Sonderauswertungen für die TMBW zu Auslandsmärkten.

Bildnachweis: Icon made by Freepik from www.flaticon.com

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
