



TOP 1

Stadtmarketing - Aktivitäten des Tourismusbüros, der Werbe- und Stadtgemeinschaft Schwabach e. V. und des Verkehrsvereins Schwabach e. V.

Dieser Sachvortrag bezieht sich ausschließlich auf das Tourismusbüro. Die Sachvorträge der Werbe- und Stadtgemeinschaft Schwabach e. V. und des Verkehrsvereins Schwabach e. V. erfolgen mündlich.

I. Zusammenfassung

Der Tourismus in Schwabach entwickelt sich weiterhin positiv. Die Gästeankünfte und Übernachtungen in den gewerblichen Übernachtungsbetrieben haben sich in den letzten 5 Jahren verdreifacht. Die Anzahl der vermittelten Stadtrundgänge und Führungen durch die Goldbox stieg im selben Zeitraum von 266 (2007) auf 437 (2011). Auch die Besuche von Busgruppen konnten von 11 auf 39 Busgruppen gesteigert werden. Das Tourismusbüro konnte 2012 zudem den Projektauftrag „Installierung eines Fußgängerleitsystems“ abschließen und auf die ersten beiden, erfolgreich verlaufenen Kinderkirchweihen zurückblicken.

II. Sachvortrag

Der vorliegende Sachvortrag bezieht sich auf die Maßnahmen des städtischen Tourismusbüros.

Im Wirtschaftsausschuss wurde in der Vergangenheit bereits mehrmals ausführlich über das Thema „Tourismus“ referiert. Erstmals wurde 2005 ein umfassender Bericht, der alle Facetten dieses umfänglichen Bereichs, auch in Schwabach, aufgreift, dem Wirtschaftsausschuss vorgelegt. Eine Fortschreibung dieses Berichtes wurde am 14.05.2007 im Kulturausschuss und im Wirtschaftsausschuss am 02.06.2008, 05.10.2009 sowie letztmalig am 04.10.2011 vorgelegt.

Der vorliegende Tourismusbericht gibt einen Rückblick auf die Arbeitsschwerpunkte des Tourismusbüros 2. Halbjahr 2011 und 1. Halbjahr 2012.

1. Statistik

1.1. Amtliche Fremdenverkehrsstatistik

Jahr	Gästeankünfte	Gästeübernachtungen	angebotene Gästebetten	Anzahl Beherbergungsbetriebe	Durchschnittliche Aufenthaltsdauer in Tagen	Bettenauslastung
2007	15006	22800	254	8	1,5	25,1
2008	16176	25018	251	8	1,5	27,8
2009	28404	43365	429	8	1,5	31,8
2010	43495	63941	428	8	1,5	41,3
2011	44804	68528	431	8	1,7	44,2

(Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik)

In der ersten Hälfte des vergangenen Jahrzehntes lag die Zahl der Gästeankünfte bei jährlich rund 14.000. Mit der Eröffnung des Holiday-Inns 2008 und der Aufnahme des Hauses 2009 in die amtliche Statistik, stiegen die Gästeankünfte 2009 auf knapp 30.000 und 2010 erstmals auf über 40.000. Der positive Trend setzte sich 2011 fort und wird sich auch 2012 aller Voraussicht nach fortsetzen, denn bis Juni 2012 haben 24.473 Gäste in Schwabach übernachtet. Ähnlich erfreulich hat sich die Zahl der Gästeübernachtungen vor allem in den letzten vier Jahren entwickelt. Zwischen 2008 und 2011 hat sich die Zahl der Übernachtungen knapp verdreifacht.

Erfreulich ist auch die Erhöhung der Bettenauslastung auf durchschnittlich über 40% seit Jahr 2010. Sie ist der Indikator für die Wirtschaftlichkeit eines Hotels und liegt in Schwabach seit 2010 deutlich über dem Schwellenwert von 32%, der als Richtwert für die Wirtschaftlichkeit eines Übernachtungsbetriebes gilt.

Auch die durchschnittliche Aufenthaltsdauer hat sich 2011 erstmals von 1,5 Tagen auf 1,7 Tage gesteigert, entgegen aller Trends. Sie ist Indikator, dass es sich bei den Gästen in Schwabach weiterhin überwiegend um Geschäftsreisende handelt.

Die Anzahl der angebotenen Betten hat sich durch die Eröffnung des Holiday Inns von 251 auf 428 erhöht. In diesem Haus ist es erstmals möglich, Busgruppen mit +/- 50 Personen gemeinsam unterzubringen.

Die Anzahl der Betriebe ist durch die Schließung des Löwenhofes gleich geblieben. Die Schließung des „Schwarzen Bären“ schlägt sich erst 2012 in der Statistik nieder.

Neben den acht gewerblichen Übernachtungsbetrieben haben Gäste zudem die Möglichkeit in zehn privaten Unterkünften, die über das Tourismus-Büro angeboten werden, in Schwabach zu übernachten. Unterkünfte mit weniger als acht Betten werden statistisch nicht erfasst.

Im Gespräch zeigen sich die Vermieter jedoch sehr zufrieden mit der Auslastung ihrer Wohnungen/Zimmer. Aber auch hier wurde deutlich, dass es sich bei den Gästen überwiegend um Geschäftsreisende (zum Großteil Monteure) und nur selten um Städtetouristen und Erholungsreisende handelt.

1.2. Statistik Tourismusbüro

1.2.1. Schriftlich beantwortete Anfragen

Im Tourismusbüro wird eine Kundendatei geführt, die die Zahl derjenigen erfasst, auf deren Anfrage schriftlich geantwortet wird. Darüber hinaus lassen sich anhand dieser Dateien Aussagen treffen über das Quellgebiet und das jeweilige Interesse des Nachfragenden. Außerdem werden die Adressen für Mailing-Aktionen des Tourismus-Büros genutzt.

Jahr	Telefon	Schriftlich	Telefax	E-Mail	Coupon	Insgesamt
2007	111	16	2	67		196
2008	148	47	9	74	52	330
2009	110	26	3	62		201
2010	163	27	3	65	47	305
2011	127	16	1	69	40	253

(Quelle: eigene Erhebung)

Die meisten Gäste fragen nach wie vor telefonisch wegen Prospektmaterials an. Aber auch per E-Mail werden viele Anfragen gestellt, die vom Tourismus-Büro postalisch beantwortet werden. Die Zahl der Anfragen schwankt jährlich, so dass sich hier kein klarer Trend erkennen lässt.

Über die unzähligen Auskünfte verschiedenster Art, die tagtäglich telefonisch und per E-Mail vom Tourismus-Büro gegeben werden, wird keine Statistik geführt.

1.2.2. Quellgebiet der Interessenten nach Postleitzahlen

Touristische Anfragen kommen überwiegend aus dem Inland, in geringem Umfang auch aus dem Ausland.

Die Anfragen kommen vor allem aus den Postleitzahlenbereich 5, 6, 7, 8 und mit einem Schwerpunkt aus 9.

	0...	1...	2...	3...	4...	5...	6...	7...	8...	9...	Ausland	Gesamt
2007	9	14	11	8	14	13	15	15	22	57	18	196
2008	18	7	15	19	24	19	22	21	26	134	25	330
2009	5	9	7	7	10	19	20	15	22	78	9	201
2010	9	12	15	16	17	23	17	21	37	124	14	305
2011	8	7	8	9	10	17	22	18	35	94	25	253

(Quelle: eigene Erhebung)

2. Stadtrundgänge

2.1. Statistik Stadtrundgänge

Zu Beginn der professionellen Vermarktung der Stadtrundgänge im Jahr 2002 wurden vom Tourismusbüro insgesamt 62 Rundgänge vermittelt, diese Zahl konnte bis 2011 auf 437 erhöht werden. Mit dieser Versiebenfachung der vermittelten Rundgänge ging auch eine Vergrößerung des Angebotes einher.

Der Stadtrundgang „Schwabach zum Kennenlernen“ wurde 2002 von den ersten, durch das Tourismus-Büro ausgebildeten, Rundgangsleitern erarbeitet und stellt seit knapp 10 Jahren das Standard-Angebot dar. Dieser Rundgang ist zum einen von Gruppen zu jedem Zeitpunkt buchbar und wird in den Monaten Mai bis Oktober jeden Sonntag um 14 Uhr für Einzelpersonen angeboten.

Seit der Schließung der Goldschläger-Werkstatt in der Südlichen Mauerstraße Anfang 2006 und die Aufnahme des Goldschlägers in das Stadtmuseum werden die gesamten Führungen durch das Tourismus-Büro zwischen Gast, Stadtmuseum und zwischenzeitlich bis zu zwei Goldschlägern und einer Goldexperten koordiniert. Die Zahl der gebuchten Goldschlägerführungen stieg von 69 (2006) auf 237 im Jahr 2011.

	Gruppen- rundgän- ge	Sonntags- rundgänge	Mittwochs- rundgänge	Felsenkeller	Goldschläger	Offene Führungen Goldschläger	Gesamt Gruppen
2002	47	15					62
2003	62	23					85
2004	82	22					104
2005	84	23					107
2006	93	24			69	24	210
2007	88	26	7	13	99	33	266
2008	89	26	5	18	116	33	287
2009	82	23	6	13	131	36	291
2010	108	25	6	25	195	36	395
2011	120	25	6	14	201	36	437

(Quelle: eigene Erhebung)

Die Gesamtzahl der Teilnehmer konnte zwischen 2008 und 2011 von rund 5.000 auf knapp 8.000 gesteigert werden, wobei zwischen 2010 und 2011 ein leichter Rückgang von 49 Personen zu verzeichnen ist. D.h. es kommen jährlich mehr Gruppen, aber die Gruppen werden insgesamt kleiner. Es bleibt abzuwarten, ob sich diese Entwicklung 2012 fortsetzt.

	Teilnehmer Stadtrundgänge	Teilnehmer Goldbox	Gesamt Teilnehmer
2008	2990	2134	5124
2009	2399	3300	5699
2010	3572	4333	7905
2011	3454	4402	7856

Seit 2007 bietet das Tourismusbüro den Rundgang „Geschichte der Hugenotten und ein Blick in Schwabachs Unterwelt – Die Felsenkeller“ in Zusammenarbeit mit Klaus Huber an. Auch dieser Rundgang wird zu festen Terminen für Einzelreisende (März bis Oktober, jeder 4. Samstag im Monat) und für Gruppen zu gewünschten Terminen vermittelt.

Als letzte Neuerung hat das Tourismus-Büro mit Beginn der Rundgangs-Saison 2011 den Rundgang: „Von Nadlern, Goldschlägern und Brauern – Schwabacher Handwerk und Gewerbe im Wandel der Zeit“ auf den Markt gebracht, der von Geschichte Für Alle e.V. erarbeitet wurde. Auch dieser Rundgang ist für Gruppen frei buchbar und wird von Mai bis Oktober für Einzelreisende jeden Samstag um 14 Uhr angeboten. Abgerundet wird das Angebot für Gäste mit einer kurzen Rathausführung, die nur auf

Wunsch durchgeführt und einem Tagesprogramm, das sich „Schwabach goldrichtig“ nennt und neben einem Stadtrundgang, einer Führung durch die Goldbox auch ein Drei-Gänge-Goldmenü beinhaltet und ein paar goldene Überraschungen bietet.

Ab der Saison 2013 bietet das Tourismus-Büro „Vergolden im Handumdrehen“ an, einen zweistündigen Kurs, in dem mit Transfer-Gold gearbeitet wird. Das Angebot richtet sich an kleine Gruppen zwischen 10 und 20 Personen und lässt sich mit den anderen Angeboten gut kombinieren.

Die genannten Angebote werden von derzeit 12 Rundgangsleiterinnen und -leitern durchgeführt, die in einem mehrstufigen Prozess ausgebildet und jährlich weitergebildet werden. Für Anfang 2013 ist ein neues Ausbildungsseminar in Planung.

Neben der zeitintensiven Vermittlung zwischen Gast und Rundgangsleiter bzw. Gast, Museum und Goldschläger ist das Tourismus-Büro auch mit der gesamten Abrechnung der Stadtrundgänge beschäftigt.

Ebenso zeigt es sich für die Vermarktung dieser Angebote mit eigenen Flyern, die jedes Jahr neu erscheinen, verantwortlich.

2.2. Qualitätssicherung

Um die Qualität der Stadtrundgänge sicherzustellen, werden die Leiter der Gruppen seit Juni 2009 gebeten, einen standardisierten Fragebogen auszufüllen und an das Tourismusbüro zurück zu senden. Im Laufe der Jahre sind 143 Bögen zurück gesendet worden.

Die 10 gestellten Fragen können von den Besuchern mit sehr gut (1), gut(2), mäßig(3) und schlecht (4) bewertet werden.

Die ermittelten Mittelwerte zeigen deutlich die Zufriedenheit der Gäste.

Frage	Mittelwert
Begrüßung durch den Stadtführer/ -führerin	1,28
Menge der enthaltenen Informationen	1,34
Roter Faden während der Führung	1,50
Spannung/Kurzweiligkeit bei Erklärungen	1,53
Wahl der Standorte	1,41
Einbeziehung der Teilnehmer	1,46
Eingehen auf Fragen der Teilnehmer	1,29
Wissen des Stadtführers/ -führerin	1,27
Aussprache bzw. Verständlichkeit	1,28
Freundlichkeit des Stadtführers/ der -führerin	1,08
Gesamtnote	1,40

(Quelle: eigene Erhebung: Stand 17.10.2012)

2.3. Jüdisches Museum Franken

Nachdem die Stadt Schwabach dem Jüdischen Museum Franken 2007 beigetreten ist, wurden den örtlichen Stadtrundgangsleitern von Seiten der Museumsleiterin Frau Eisenstein angeboten, sich für das Thema „Judentum“ weiterzubilden und damit die Berechtigung zu erwerben, in der Synagoge und der Laubhütte Führungen im Namen des Jüdischen

Museums durchzuführen. Die Ausbildung war mehrstufig, die abschließenden Prüfungen standen im Frühjahr 2010 an. Die Vermittlung der Rundgänge läuft ausschließlich über das Jüdische Museum Franken, vermarktet wird der Rundgang jedoch auch über das Tourismusbüro und rundet das Angebot an Führungen ab.

3. Großveranstaltungen

3.1. goldschläger Nacht 2012

Die Goldschläger Nacht wurde vom Kulturrat unter Mithilfe des Tourismusbüros, maßgeblich von Frau Edler, organisiert. Die Beteiligung von Seiten des Einzelhandels und der Gastronomie ist insgesamt als gut zu beurteilen.

3.2. Kinderkirchweih

Die erste Schwabacher Kinderkirchweih wurde 2011 unter Federführung von Frau Schwarz gemeinsam mit der Werbe- und Stadtgemeinschaft Schwabach e.V. konzipiert und durchgeführt. Wie 2011 waren auch 2012 zudem das Gewerbeamt und ausgewählte Schausteller involviert. Beide Veranstaltungen hatten einen sehr guten Zuspruch. Zielgruppe sind Familien mit Kindern. Neben einer verstärkten Werbung sind das Mitmach-Zelt und die Ausrichtung der Fahrgeschäfte auf die genannte Zielgruppe die grundlegenden Veränderungen zum Frühlingsfest.

Die Eröffnung der Kinderkirchweih durch einen Umzug, der von den städtischen Kindergärten bestritten wird, und die offizielle Eröffnung durch den oder die jährlich neu zu wählende Kiki (Kinderkirchweih-Meisterin) sind bereits fester Bestandteil der Veranstaltung.

Bei der Auswahl der Schaustellerbetriebe wird verstärkt darauf zu achten sein, dass es zu keinen Doppelungen im Angebot kommt und so auf dem wenigen Platz ein breites Angebot sowohl bei den Schausteller- als auch bei den Imbiss-Betrieben erreicht wird.

Als Neuerung für 2013 ist für den späten Nachmittag am Montag ein Familienkonzert geplant für das die Familienband Donikkl („So ein schöner Tag“) angefragt ist.

Die Vorbereitungszeit für die Veranstaltung ist erheblich und kann nur durch personelle Unterstützung der Projektleiterin mit einer Auszubildenden/ einem Praktikantin geleistet werden. Sie geht zu Lasten der verbleibenden Zeit für den Tourismus-Bereich.

Die nächste Kinderkirchweih findet vom 19. – 23. April 2013 statt.

4. Marketing: Messen, Promotions-Aktionen; Anzeigen

4.1. Prospekte

Für die diversen Marketing-Aktivitäten benötigt das Tourismusbüro unterschiedliches Informationsmaterial.

Das Tourismus-Büro hat die Einführung des neuen Corporate Design zum Anlass genommen, sein gesamtes Prospektmaterial zu überarbeiten und zusammenzufassen.

Zwischenzeitlich gibt das Tourismus-Büro 3 Broschüren heraus:

- **Veranstaltungen** (wird jährlich aktualisiert, Auflage 20 000 Stück)
- **Ausschlafen und Einkehren** (Hotel- und Restaurantführer),
- **Entdecken und Erleben** (Freizeitführer, in dem der Prospekt 60 Minuten für 600 Jahre integriert ist, sowie das Führungsangebot, das Stadtmuseum und seine Angebote, das Jüdische Museum Franken in Schwabach, Beschreibung der Blattgoldherstellung und die Bezugsadressen für Blattgold, weitere Freizeit- und Sportmöglichkeiten sowie Wandern und Laufen und Angebote rund um Rad).

Ergänzt wird dieses Standard-Angebot, das die Bedürfnisse der Gäste abdeckt, durch die Broschüre „Einkaufen und Genießen“, einem Einkaufsführer mit Stadtplan und detaillierten Parkmöglichkeiten sowie einem kostenlosen Stadtplan mit aktuellem Straßenverzeichnis.

Für alle Prospekte werden vom Tourismus-Büro die notwendige Daten erhoben, Texte

geschrieben, ein Grafiker für die Umsetzung gesucht, Fotos beauftragt und ausgewählt und die Druckaufträge erteilt.

Des Weiteren verwendet das Tourismus-Büro das vorhandene Informationsmaterial des Stadtmuseums und Informationen zu aktuellen Veranstaltungen für seine Marketing-Aktivitäten.

4.2. Messen

4.2.1. Freizeit, Garten und Touristik Messe

Das Tourismusbüro ist seit 2008 jährlich mit einem eigenen Stand auf der Freizeit, Garten und Touristik Messe in Nürnberg vertreten. Seit 2010 präsentierte sich die Stadt mit dem Goldmobil der Werbe- und Stadtgemeinschaft auf der auf fünf statt acht Tage dauernden Messe. Neben dem neusten touristischen Informationsmaterial präsentiert sich Schwabach jeweils mit einem Handwerk, dass einen direkten Bezug zum Thema Gold hat. Es waren in der Vergangenheit ein Goldschläger, ein Holzschnitzer, der die Figuren anschließend vergoldete, und verschiedene Vergolderinnen vertreten, mit dem Ziel die Aufmerksamkeit der Besucher auf Schwabach und die Blattgold-Tradition zu lenken. Das Publikumsinteresse ist als gut zu bewerten.

Auffällig war der große Bekanntheitsgrad Schwabach als Goldschläger-Stadt.

Der Messeauftritt wird von Frau Chalawsky in Abstimmung mit Frau Schwarz vorbereitet.

Der Messeauftritt ermöglicht insbesondere die Stammgästepflege, neue Kontakte ergeben sich nur selten.

Personell und finanziell ist diese Messe nach wie vor ein Kraftakt für das Tourismus-Büro. Die Standbesetzung wurde von den Mitarbeiterinnen des Tourismusbüro und der

Wirtschaftsförderung sowie von Mitgliedern der Werbe- und Stadtgemeinschaft Schwabach e.V. und verschiedenen Rundgangsleitern gewährleistet.

Die nächste Freizeit, Garten und Touristik Messe findet vom 27. Februar bis 3. März statt.

4.2.2. RDA Workshop Köln

Der RDA Workshop ist die größte Messe für Busreiseveranstalter im deutschsprachigen Raum. Die beiden Mitarbeiterinnen des Tourismus-Büros waren 2011 erstmals auf dieser Messe mit einem Vertreter der örtlichen Gastronomie unter dem Dach der Städteregion Nürnberg. Auch die Städteregion Nürnberg war seit Jahren erstmals wieder auf dieser Messe präsent.

Für den ersten Besuch dieser Fachbesucher-Messe waren die geführten Gespräche sehr vielversprechend, sodass der RDA 2012 wieder gemeinsam besucht wurde. Kosten-Nutzen stehen aus Sicht des Tourismus-Büros in einem vertretbaren Verhältnis zueinander, um so mehr, da sich die Zahl der Buchungen durch Busgruppen in Schwabach seit 2011 merklich erhöht hat.

	Anzahl der gebuchten Angebote von Busgruppen
2008	11
2009	12
2010	6
2011	25
2012	39

So erfreulich die positive Entwicklung der Busgruppen ist, um so deutlicher wird, dass die Infrastruktur, insbesondere die Anzahl der ausgewiesenen Busparkplätze, an ihre Kapazitätsgrenze stößt.

Zurzeit existieren in Schwabach zwei Busparkplätze, einer am Museum und einer auf dem Markgrafen-Parkplatz. Der zweite Platz am Markgrafen-Parkplatz wurde durch die Ausweitung der Feuerzufahrt ersatzlos gestrichen.

Wenn dieses Segment weiter wachsen soll, müssen zwingend weitere Busparkplätze in Innenstadtnähe ausgewiesen werden, aus Sicht des Tourismus-Büros notfalls auch auf Kosten von PKW-Stellplätzen.

4.3. Mailings

Das Tourismus-Büro versucht zunehmend durch Mailing-Aktionen auf seine Angebote aufmerksam zu machen. Im September 2011 wurden zum Beispiel 450 Busreiseveranstalter bayernweit angemalt.

Auch die seit 10 Jahren im Tourismusbüro gesammelten Adressen von Empfängern von Informationsmaterial und Buchern von Stadtrundgängen sind sehr wertvoll für das Versenden von neuen Angeboten, Einladungen zu Veranstaltungen usw.

4.4. Anzeigen

Das Tourismus-Büro inseriert sowohl in regionalen als auch überregional erscheinenden Publikationen.

5. Kooperationen

Das Tourismusbüro kooperiert auf unterschiedlichen Ebenen mit den verschiedensten Organisationen und Institutionen, um eine noch effektivere Arbeit leisten zu können.

5.1. Werbe- und Stadtgemeinschaft Schwabach e.V.

Auf lokaler Ebene gibt es außerhalb der Stadtverwaltung eine enge Zusammenarbeit mit der Werbe- und Stadtgemeinschaft. Seit Ende 2007 gehört Frau Schwarz dem Vorstand der Werbe- und Stadtgemeinschaft an. Neben einem regelmäßigen Informationsaustausch kommt es immer wieder auch zu projektbezogener Zusammenarbeit.

5.2. Verkehrsverein Schwabach e.V.

Das Tourismus-Büro arbeitet seit vielen Jahren mit dem Verkehrsverein zusammen, vor allem unterstützt das Tourismus-Büro den Verkehrsverein bei der Vermarktung seiner Veranstaltungen.

5.3. Tourismusverband Franken

Auf regionaler Ebene kooperiert das Tourismusbüro mit dem Tourismusverband Franken. Neben der Zusammenarbeit bei Publikationen (z.B. Franken - kulinarisch) greift das Tourismus-Büro auch auf den Pressedienst und die Weiterbildungsmöglichkeiten des Tourismusverbandes zurück.

5.4. Städteregion Nürnberg

Schwabach ist seit Ende der 90er Jahre Mitglied des Gebietsausschusses Städteregion Nürnberg.

Hier hat sich eine intensive Zusammenarbeit zwischen den Tourismuseinrichtungen der Städte Nürnberg, Fürth, Erlangen und Schwabach entwickelt.

Aus Sicht des Tourismus-Büros Schwabach ist eine Kooperation mit Nürnberg und den anderen Nachbarstädten mehr als sinnvoll. Schwabach hat durch diese Kooperation die Möglichkeit, sich in einem Umfang und in einer Qualität zu präsentieren sowie auf den touristischen Markt zu positionieren, der alleine nicht möglich, sprich finanzierbar, wäre. Bisher läuft die Zusammenarbeit unter dem Motto: größtmögliches gemeinsames Auftreten nach außen ohne die Individualität der einzelnen Stadt aufzugeben. Vermarktet werden die vier Städte unter dem Begriff: Städteregion Nürnberg, Fürth, Erlangen und Schwabach. In der Vergangenheit sind bereits mehrere gemeinsame Projekte angestoßen worden.

Seit 2005 erscheint ein gemeinsamer Prospekt mit Bausteinen für Pauschalangebote für Einzelreisende aus den vier Städten. In diesem präsentieren sich die Gasthöfe „Goldener Stern“ und „Weißes Lamm“ neben den Schwabacher Sehenswürdigkeiten wie der Goldschlägerwerkstatt und dem Stadtmuseum.

Ebenfalls seit 2005 erscheint ein gemeinsames Hotelverzeichnis.

Durch die gemeinsamen Prospekte ist Informationsmaterial über Schwabach mit einem vergleichsweise geringen Aufwand auf allen Messen, die die Stadt Nürnberg besucht, präsent.

2012 werden von Nürnberg folgende Messen besucht:

Ferien Wien, CMT Stuttgart, Reisen Hamburg, Reise/Camping Essen, ITB Berlin

5.5. Fränkisches Seenland

Die Zusammenarbeit mit den Tourismusstellen im Seenland entwickelt sich weiterhin positiv. So werden alle Tourismusstellen mehrmals jährlich mit Informationsmaterial der Stadt Schwabach beliefert, zur Weitergabe an die Gäste. Darüber erhalten die Übernachtungsbetriebe (gewerbliche wie auch private) im Landkreis Roth jährlich das aktuelle Informationsmaterial über Schwabach.

Auch hat sich die Zusammenarbeit mit dem Tourismus- Leiter des Landkreises Roth, Herrn Gruber, intensiviert. Seit Jahren wirbt die Stadt Schwabach z. B. in dem Gruppenprospekt des Landkreises für ihre Angebote.

6. Sonderprojekte

6.1. Fußgängerleitsystem

Das Fußgänger-Leitsystem, bestehend aus 14 Stelen und 10 Masten, wurde im ersten Halbjahr 2012 aufgestellt. Es ermöglicht Fußgängern Veranstaltungsorte und Sehenswürdigkeiten innerhalb der Altstadt anhand einer Karte (eigens für das Leitsystem gestaltet) und Entfernungsmetern sowie Richtungsangaben zu finden. Des Weiteren sind Parkplätze, öffentliche Toiletten und Taxi-Stände ausgeschildert.

Das Leitsystem wurde ergänzt durch ein Werbeschild am Altstadthof. Angepasst an das Corporate Design wurde ebenfalls die Briefkastenanlage und Informationstafel vor dem Rathaus.

Mit der Installation der Schilder konnte das Projekt abgeschlossen werden.

6.2. Kinderkirchweih

Siehe Punkt 3.2.

7. Personelle Situation

Das Tourismus-Büro ist momentan mit zwei Personen, namentlich Frau Chalawsky und Frau Schwarz, besetzt.

Frau Chalawsky hat seit 2006 eine Vollzeitstelle, die zu 50% dem Tourismus-Büro und zu 50% der Wirtschaftsförderung zugeordnet ist.

Frau Schwarz arbeitet seit 2006 auf einer Vollzeit-Planstelle in Teilzeit mit 26 Stunden pro Woche.