

Tourismus in Fürth

Jahresbericht 2006 mit einem kleinen Ausblick auf 2007

Das Jahr 2006 war in der Tourist-Information die Ruhe vor dem Sturm, zumindest was die Zahlen angeht. Neben einem leichten Minus von 5,1 Prozent bei den Übernachtungszahlen, gab es rund 200 weniger Führungsgäste, weniger Pauschalbuchungen, dafür aber mehr Kundenberatungen im Laden und am Telefon. Dementsprechend haben sich die Einnahmen durch Souvenirs, Postkarten und Bücher erhöht. Viel Zeit nahm 2006 die Vorbereitungen auf das Jubiläumsjahr in Anspruch, in Bezug auf die Vorbereitung von Tagungen, zusätzliche Pauschalangebote und Sonderseiten bzw. Anzeigen in zahlreichen touristischen Publikationen.

Mitten in einem Sturmtief befindet sich das Team der Tourist-Information mit den Vorbereitungen für die Tagungen im Mai und Juni, den Planungen der Stadtverführungen in Fürth, der Metropolregion Tourismusbörse am Stadtfest und den Redaktionsschlüssen von verschiedenen Prospekten...

Übernachtungen

Der unentwegte Anstieg der Übernachtungszahlen hat 2006 einen leichten Einbruch erlebt. 12.923 weniger Übernachtungen wurden registriert als im Vorjahr mit der Fürther Rekordzahl von 244.688 Übernachtungen. Dennoch sind die 231.765 Übernachtungen in der Bilanz der vergangenen elf Jahre seit Bestehen der Tourist-Information das zweitbeste Ergebnis. (siehe dazu Anlage 1)

Was ist passiert? Weniger Italiener (von 11 160 Übernachtungen auf 6 312), Österreicher (von 3983 auf 3086) Schweiz (von 2046 auf 1875) oder Japan (von 1859 auf 1579). Zwar gab es im Vergleich auch mehr Gästen aus Großbritannien und Nordirland (von 3745 auf 5079), China (von 4371 auf 4739) oder aus den USA (von 3630 auf 4643), aber das Minus von 5,1 Prozent im Vergleich zum Rekordvorjahr 2005 steht fest.

Gründe für den Rückgang der Übernachtungszahlen:

Nürnberg hat ihre Bettenkapazitäten (u.a. zwei neue Hotels in Zentrumsnähe) um über 500 Betten gesteigert. Und die sind gerade in Messezeiten harte Konkurrenten. Ein Faktor ist sicher auch das neue Nürnberger Messezentrum, dass Tagungs- und Kongresstouristen vermehrt nach Nürnberg gehen. Von der Fußballweltmeisterschaft hat Fürth nur wenig profitiert. Im Juni wiesen die Übernachtungszahlen ein Plus von 6 Prozent aus. Auch gegen Ende des Jahres waren die Übernachtungszahlen wieder deutlich im Plus.

Das Hotel Mercure mit 200 Betten hatte durch umfangreiche Umbauten nur einen Teil seiner Betten zur Verfügung und dadurch Verluste zu vermehren.

Service für Touristen und Bürger

Servicepersonal

In der Tourist-Information arbeiteten 2006 vier Festangestellte (zwei Vollzeit-, zwei 30-Stunden-Kräfte). Eine extra für das Jubiläumsjahr im April 2006 eingestellte 22 Stunden Kraft, eine ehemalige Mitarbeiterin, hat bereits im Oktober wieder gekündigt. Die Mitarbeiterin war leider nicht die gewünschte Unterstützung für die vielfältigen Festvorbereitungen.

Zum 1. September 2006 wurde in der Tourist-Information Fürth eine eigene Ausbildungsstelle im Bereich „Kaufmann/-frau für Tourismus und Freizeit“ geschaffen. Dieser Ausbildungsberuf wird erst seit 2005 angeboten und ist speziell für die Arbeit in Tourist Informationen, Freizeiteinrichtungen und Kurverwaltungen gedacht. Nach einem sehr intensiven Bewerbungsverfahren wurde in enger Zusammenarbeit mit der Aus- und Fortbildung und dem Personalrat aus 23 Bewerberinnen und Bewerbern Christina Littkemann ausgewählt.

Unterstützt wurde bzw. wird die Tourist-Information zusätzlich von sog. Ein-Euro-Jobbern und Berufspraktikanten, die allerdings nur wenige Monate bleiben und vornehmlich im Infobereich, im Postversand und in der Dateneingabe beschäftigt waren bzw. sind.

Ausblick auf 2007:

Dankenswerterweise hat das Personalamt der Tourist-Information ab Januar 2007 eine sehr engagierte Vollzeiterkraft, Lisa Manzke, für die ausgefallene Mitarbeiterin zu gewiesen, die bereits als Azubi in der TI gearbeitet hatte und jetzt den Informationsbereich sehr gut betreut und managt. Ohne sie als Vollzeiterkraft und die Ein-Euro-Jobber könnte die Tourist-Information den Arbeitsanfall nicht meistern.

Servicequalität

Servicequalität wird in der Tourist-Information seit Beginn an groß geschrieben. Die Tourist-Information hat sich einer neuen Zertifizierung des Tourismusverbandes Franken unterzogen und alle dazu notwendigen Anforderungen und Auflagen erfüllt. Im Laufe des Jahres wurden auch in der Fürther Tourist-Information mehrere sog. Mystery-Checks vorgenommen, bei der sie durchweg gute Noten erhielt.

Die TI hat sich im Rahmen einer Qualitätsoffensive, die die Stadt Fürth gemeinsam mit der LGA initiiert hat, als eine der ersten Abteilungen für das neue Premiumsiegel qualifiziert. Das bedeutete Kunden- und Mitarbeiterbefragung, Selbsteinschätzung, Mystery-Shopping und gezielte Auswertung und Verbesserung. Seit Juli vergangenen Jahres darf sie nun offiziell mit diesem Qualitätssiegel werben.

Beratung, Reservierung und Verkauf

Ein paar Zahlen zu den Kunden im Laden und zu den Anfragen am Telefon: Über 19.000 Anrufe haben die Mitarbeiterinnen im vergangenen Jahr getätigt und über 26.700 Besucher im Laden beraten. Auch die Email und Faxanfragen sind in die

Höhe geschneilt, vor allem auch im Vorgriff auf das Stadtjubiläum. (Siehe dazu Anlagen 2 und 3)

Nachgefragt wurden im vergangenen Jahr neben den üblichen Informationen über die Kleeblattstadt, Übernachtungsmöglichkeiten vor allem nach einer Broschüre zu Sehenswürdigkeiten, Museen, Freizeitmöglichkeiten etc. Mit dem Ende 2006 erschienenen City Guide hat die Tourist-Information gerade rechtzeitig zum Jubiläumsansturm diese „Prospektlücke“ geschlossen.

An Stadtführungen bestand lebhaftes Interesse und immer wieder die aktuellen Veranstaltungen wie Grafflmärkte, Michaelis-Kirchweih, Altstadtweihnacht oder Fürth-Festival. Ein Manko war hier, dass die Veranstaltungsprospekte erst viel zu spät erschienen. Selbst das Jubiläumsprogramm hätten die Gäste gerne früher in den Händen gehabt.

Nach wie vor sind Informationen über Veranstaltungen im Großraum und der gesamten fränkischen Gegend gefragt. Das ganze Jahr über sind Wander- und Radkarten im Sortiment. Verstärkt hat sich die Nachfrage nach Bade- und Wellness-Angeboten.

In den Ferienzeiten wurde vor allem sehr stark nach dem Playmobil-Funpark gefragt, aber auch nach dem mittlerweile geschlossenen Dinopark und nach kinder- und familienfreundlichen, günstigen Hotels.

Das nach wie vor reichhaltige Angebot an Prospekten und Veranstaltungshinweisen aus dem Großraum und ganz Franken, wird von den Kunden sehr geschätzt.

Selbstverständlich werden am Counter auch Zimmer und Stadtführungen gebucht.

Der Kauf von Souvenirs und Büchern ist leicht gestiegen von (13.700 € auf 16.000 €) und gerade zum Jahresende stellten die Damen in der Tourist-Information eine enorme Nachfrage nach Fürthpostkarten fest. Mittlerweile sind verschiedene Motive schon ausgegangen und das BMPA ist dabei für den „Nachschub“ zu sorgen. Bis Ende März 2007 hat die Tourist-Information bereits 8.200 € eingenommen.

Zimmervermittlung

Die Anzahl der von der Tourist-Information durchgeführten Zimmerreservierungen per Telefon, Fax oder am Counter ist 2006 zurückgegangen. Von 786 Reservierungen mit einem Umsatzvolumen von 52.812 € auf 487 mit einem Umsatzvolumen von 52.602 €. Das bedeutete 2006 waren zwar weniger Buchungen, aber es wurde mehr in anderen, vorwiegend guten Innenstadthotels gebucht.

Das veränderte Verhalten von Touristen und Kunden verlangt neue Angebote, vor allem im Hinblick auf das Internet. Mehr und mehr werden Reisen, Hotels und sonstige Dienstleistungen über das Netz gebucht und das auch außerhalb der allgemeinen Geschäftszeiten.

Der Erfolg des Nürnberger Online-Buchungssystems mit fast 6.500 Buchungen im vergangenen Jahr hat auch die Nachbarstädte hellhörig gemacht. 6 Fürther Hotels haben von dieser Möglichkeit über Nürnberg gebucht werden zu können Gebrauch gemacht. Rund 600 Buchungen, das sind 10 Prozent mit einem Umsatzvolumen von

über 35.000 €. Erlangen hat sich im vergangenen Juni mit acht Hotels an das System angeschlossen.

Ausblick auf 2007:

Die Tourist-Information Fürth hat ebenfalls investiert und wird ab April in das Hotel-Online-Booking Geschäft einsteigen. 13 Hotels machen mit. Diese sind dann rund um die Uhr über www.fuerth.de, über www.nuernberg.de und über www.staedteregion-nuernberg.de online buchbar. Die Tourist-Information erhält von allen Online-Buchungen 10 Prozent des Übernachtungswertes.

Internet

Der touristische Auftritt im Internet ist für die Arbeit der Tourist-Information unerlässlich. Die Hotel-Online-Buchung ist ein wichtiger Serviceschritt. Die touristischen Seiten werden im Moment zusammen mit der Agentur cubex und in Abstimmung mit dem für den städtischen Internetauftritt zuständigen Bürgermeister- und Presseamt überarbeitet und auf Aktualität, Werbewirksamkeit und Servicefreundlichkeit geprüft. Es fehlen vor allem noch „userfreundliche“ Buchungsmöglichkeiten für die Stadtführungen und Pauschalangebote.

Der kostenlose Internetzugang im Laden für die Kunden der Tourist-Information wird gut angenommen. An manchen Tagen stehen die Touristen Schlange und die Damen am Counter helfen dann und geben über ihren Internetzugang die gesuchte Auskunft.

Stadtführungen

Das Konzept der Fürther Stadtspaziergänge geht auf. 2006 wurden zehn verschiedene Spaziergänge angeboten. Dazu kommen zwei Kindertouren und die Führung durch die Felsengänge und die Brauereiführung.

Im Hinblick auf das Stadtjubiläum und vor allem auch im Zusammenhang mit ihrer Qualitätsoffensive hat die Tourist-Information 2006 nicht nur umfangreiches „Update“ der bisherigen Stadtführungskonzepte vorgenommen, sondern auch sechs Frauen und einen Herrn zu StadtführerInnen ausgebildet. Die Historikerin und ehemalige Stadtheimatspflegerin führte gemeinsam mit der Tourist-Information die mehr als ein Jahr dauernde Ausbildung in bewährter Qualität durch. Neben einer theoretischen und mündlichen Geschichtsprüfung, wurden die angehenden Gästeführer vor allem praktisch – methodisch und didaktisch geschult und wurden zu den verschiedenen neuen Führungen geprüft.

Im Vorfeld des Stadtjubiläums hat die Tourist-Information zusammen mit der Bühne Erholung und einem kleinem Team von Stadtführern eine sogenannte Event- oder inszenierte Führung entwickelt. Aus einem trockenen Konzept für eine Kneipenführung ist eine lebendige Kostümführung geworden, bei der nicht nur über Kneipen und Getränke erzählt, sondern Schauspieler in die Rollen von Menschen aus dem 17. bis 20. Jahrhundert schlüpfen. Ein Original aus dem 20. Jahrhundert erwacht ebenfalls zum Leben.

Die Testaufführung im vergangenen September ist sehr gut angekommen und lässt auf große Nachfrage hoffen. Die ersten Gruppenanfragen liegen schon auf dem Tisch. Die Kostüme werden gerade gefertigt (im vergangenen Jahr waren sie nur ausgeliehen) und das Konzept bekommt den letzten Schliff.

Ein paar Zahlen: Im Jahr 2006 verzeichnet die Tourist-Information mit „nur“ 3672 Führungsteilnehmern einen leichten Rückgang. 2005 waren es 3829 Interessierte. Grund: Es wurden zwar mehr Gruppenführungen gebucht, aber es kamen weniger Gäste zu den regelmäßigen Sonntagsspaziergängen.

Ausblick auf 2007:

Im Jubiläumsjahr ist alles anders. Bereits zur ersten Führung im Januar kamen 104 Menschen. Die Tourist-Information hat gleich reagiert und zusätzliche Führer eingesetzt. bzw. bietet einen zweiten Führungstermin an. So hat die Tourist-Information bis Ende März statt der geplanten 10 Führungen bereits 27 durchgeführt. Und bereits im März haben die Gästeführer 2700 Personen durch unsere Stadt geführt. Auch der Verein Geschichte für Alle hat wesentlich mehr Teilnehmer.

Neben den Stadtführungen betreut und organisiert die zuständige Mitarbeiterin, Karin Hirschmann-Schmidt, zusätzlich die Führungen für die Handwerks-Ausstellung des Hauses der Bayerischen Geschichte im Stadtmuseum. Gemeinsam mit dem kunstpädagogischen Zentrum und dem Haus der Bayerischen Geschichte wurde museumspädagogisches Konzept erarbeitet und die StadtführerInnen angeleitet. Die Nachfrage, vor allem nach den Führungen für Schulen, zieht gerade an.

Pauschalangebote

Als Partner in der Städtereion Nürnberg vermarktet die Tourist-Information Fürth seit einigen Jahren ihre Pauschalen gemeinsam mit den Städten Nürnberg, Erlangen und Schwabach. 2006 verkaufte die Tourist-Information 19 Pauschalen, für 56 Personen (8 davon Kinder) mit einem Umsatzvolumen von über 4200 €. Neben der Schnupperreise, wurden vor allem im Sommer mit Kindern das Angebot „Höchste Zeit für tiefe Preise“ und im Winter die Reise zum Christkind gebucht. Der Baustein, „Comedy-Leckerbissen“, ein Angebot der Comödie Fürth mit einem Candlelight-Dinner und einer Eintrittskarte für eine Vorstellung wurden lediglich vier Mal gebucht. Das Kirchweihangebot „Kirchweih total“ kam überhaupt nicht an. Das ist ebenfalls etwas weniger als im Vorjahr, indem die Tourist-Information 22 Pauschalen für 89 Personen (18 davon Kinder) mit einem Umsatzvolumen von 5.900 € gebucht hat. Grund: Es wurden wegen der WM weniger Sommerreisen gebucht.

Ausblick auf 2007: Bis März waren bereits 6 Pauschalen für 23 Personen mit einem Umsatz von 3100 € gebucht. Die Tourist-Information hofft mit der Theaterpauschale (Karten für eine Aufführung, Sekt in der Pause und ein Menü davor oder danach in der Schilderwach) Gäste nach Fürth zu locken.

Tagungs- und Kongressbetreuung

Auf dem Tagungs- und Kongresssektor tat sich 2006 wenig getan. Die zuständige Mitarbeiterin, Renate Schneider, bearbeitete fünf Tagungsanfragen. Zur Betreuung gehört unter anderem die Organisation und Abwicklung der Reservierung von

Hotelzimmern, die Zusammenstellung von individuellen Begleitprogrammen von der Stadtführung über die Reservierung von Sälen, Menüs, Kaffeerunden bis zu Vorführungen. Nur eine internationale Tagung in der Stadthalle wurde mit Kontingentverwaltung und Begleitprogramm von uns organisiert, alle anderen waren nur Anfragen.

Das Stadtjubiläum warf auch hier seine Schatten voraus. Bereits 2007 wurden 15 Tagungen, Kongresse und Großveranstaltungen für 2007 intensiv vorgeplant und organisiert. Dazu gehörten unter anderem die „Jahrestagung des bayerischen Journalistenverbandes“, die Mitgliederversammlung des „Tourismusverbandes Franken“, der „Deutsche Städtetag - Konferenz Tourismus“, der „Sparkassentag“, der „Bayerische Städtetag“ oder die Jahreshauptversammlung des „Deutschen Alpenverbandes“ und besonders interessant, aber sehr organisationsintensiv die große Jahrestag der „Deutsche Gesellschaft für zerstörungsfreie Prüfung“ (DGZFP).

Ausblick aus 2007:

Zu den 15 Tagungen, Kongresse und Veranstaltungen sind sechs weitere hinzugekommen, z. B. die Bayerischen Schwimmmeisterschaften im Juni und das Snooker Turnier Paul Hunter Classics im August in der Stadthalle.

Im Moment buchen die Mitarbeiterinnen die Hotelkontingente für mehrere Tagungen gleichzeitig: DGZFP (163 Buchungen – Umsatz 26.400 €), die BR-Veranstaltung Weiß-Blau-Geschichte (77 Buchungen – Umsatz 20.660) oder der Jahrtausendmarathon (27 Buchungen 850 €)

Messebeteiligung

Im Januar 2006 war die gesamte Städteregion Nürnberg an der großen Deutschlandpräsentation der Deutschen Zentrale für Tourismus an der Ferienmesse in Wien beteiligt. Besonderer Anlass war die Fußball-Weltmeisterschaft. Die Resonanz der Österreicher war eher verhalten.

Weiterhin beteiligte sich die Tourist-Information im März 2006 personell und finanziell an einem kleinen Gemeinschaftsstand zusammen mit Nürnberger Kongress- und Tourismuszentrale an der Internationalen Tourismusbörse in Berlin. 2007 ist die Städteregion erstmals gemeinsam an dem großen neuen Bayernauftritt als Anschließter aufgetreten.

Für weitere Messeaktivitäten haben weder Fürth, noch die gesamte Städteregion die finanziellen und personellen Mittel.

Marketingmaßnahmen, Werbung und PR

Touristisches Marketing für Fürth bedeutet mehr denn je, Vermarktung über die Städteregion Nürnberg. Gerade die jetzt aus der Taufe gehobene Metropolregion Nürnberg macht deutlich, wie richtig die Entscheidung zu der intensiven touristischen Zusammenarbeit der vier Städte war. Dies ist bei den angespannten Haushalten nicht nur finanziell vorteilhaft, sondern vor allem imagefördernd für alle vier Städte.

Marketing über die Städteregion Nürnberg

Die PR-Leute der vier Städte treffen sich nach wie vor regelmäßig unter der Koordination von Eike Söhnlein als Geschäftsführerin. Es werden gemeinsamen Kampagnen besprochen die Themen für den monatlich erscheinenden Veranstaltungskalender geklärt und Ideen für die neuen Prospekte entwickelt.

Die Werbung weltweit für Nürnberg und Fürth wird durch die Arbeit des gemeinsamen Income-Büros der Congress- und Tourismuszentrale und der TI geleistet. Hier gibt es nicht nur einen sog. „Sales Guide“, die ständig aktualisiert wird, sondern auch ein sehr aufwendig gestaltetes Kongresshandbuch mit CD, das 2007 neu aufgelegt wird. Mehr Werbung kann auch hier nicht geleistet werden.

Maßnahmen und Prospekte 2006:

- Hotels 2007
- Stadt-Erlebnisse 2007 – Pauschalen und Imagewerbung
- Tipps & Touren 2007/08 – Führungsangebote für Gruppen
- Städteregion Nürnberg Card – VGN, Museen, Veranstaltungen, Souvenirs und sonstiges zu vergünstigten Preisen
- Veranstaltungskalender der Städteregion Nürnberg, erscheint monatlich
- Internet-Auftritt der Städteregion Nürnberg mit immer aktuellen Veranstaltungen der vier Städte im Netz
- Gemeinsamer Auftritt auf der ITB und der Ferienmesse Wien
- Aktualisierung des chinesischen Reiseführers über die Städteregion. China ist ein neuer und wichtiger touristischer Markt.
- Neuauflage Junges Reisen – Angebot für junge Leute und Schulklassen
- Nur Nürnberg/Fürth: touristischer Stadtplan und Kongresshandbuch

Eigene Marketingmaßnahmen

Prospekte:

- Ein neues Produkt ist der neue „City Guide“, der Ende des Jahres in drei Sprachen erschienen ist.
- Neuauflage eines kostenlosen Stadtplanes
- Kirchweih-Vorprospekt
- Stadtspaziergänge

Anzeigen

- in der Broschüre der Deutsche Spielzeugstraße (Fürth ist hier Mitglied) – redaktioneller Beitrag
- im Golfführer (Sonderaktion)
- übliche Einträge in örtlichen und regionalen Telefonbücher
- Reisebeilage der Frankenreporter – Thema: Spaziergänge
- Radwanderkarte Nürnberg-Frankenalb

Mehr Anzeigen in Stadtplänen, Atlanten, Fachzeitschriften z.B. für Busunternehmer und Zeitungen können nicht geschaltet werden, da dafür kein Etat vorhanden ist.

Pressearbeit

Die Tourist-Information publiziert die Fürther Veranstaltungen über den Veranstaltungskalender und den Internetauftritt der Städtereion, den Tourismusverband Franken und die Bayerische Tourismus-Marketing GmbH (BayTM). Im vergangenen Jahr wurde die verstärkte Werbung für das Stadtjubiläum geplant. Erwähnt werden muss hier die gute Zusammenarbeit mit dem Tourismusverband Franken, der sämtliche Werbung und Texte zum Stadtjubiläum seinen Werbebroschüren und im Netz kostenlos schaltet.

Hotelbeschilderung

Um ortsunkundigen Autofahrern die Anfahrt zu den Hotels zu erleichtern hat die Tourist-Information in Absprache mit dem Straßenverkehrsamt eine Hotelroute erarbeitet und im vergangenen Jahr eingeführt. Dieses Hotelleitsystem wird gut angenommen.

Finanzen

Die Tourist-Information hat mit ihrem Budget versucht so gut wie möglich zu haushalten.

Große Werbemaßnahmen sind nicht möglich. Mit einem Haushaltsansatz von 46.000 € können lediglich die notwendigen Broschüren hergestellt werden. 2007 wurden jetzt einige Anzeigen bei der Bayerischen Tourismus Marketing GmbH oder in sonstigen touristischen Ferienmagazinen über den Etat des Stadtjubiläums abgewickelt, aber das reicht bei weitem nicht. Schon jetzt im März ist der Etat der TI erschöpft. Wegen der großen Nachfrage stehen bereits Nachdruck für den Fürth-Stadtplan und den City Guide an.

Seit 1.1.2007 ist die Tourist-Information bedingt durch die vermehrten Einnahmen Betrieb gewerblicher Art. Das bedeutet einen erhöhten zusätzlichen finanztechnischen Aufwand. Die für den Haushalt zuständige Mitarbeiterin, Petra Bauer, die sich „nebenbei“ um die Personalangelegenheiten und die Pauschalen kümmert, war über mehrere Monate intensiv damit beschäftigt, sich das notwendige Wissen zu dem geänderten Finanzsystem anzueignen.

Sponsoren

Die Tourist-Information hatte im Jahr 2006 genau 96 Sponsoren, die mit ihrem Sponsorbeitrag für Einnahmen in Höhe von insgesamt 19.000 € sorgten. Der Beitrag wurde in den elf Jahren seit Bestehen der Tourist-Information nicht erhöht. Lediglich bei der Euroumstellung wurden die Beiträge aufgerundet.

Die Sponsoren bekommen dafür sämtliche Prospekte der Tourist-Information und der Städtereion und auch Fürther Veranstaltungsprospekte zur Verfügung gestellt. Sie bekommen Sonderkonditionen bei Werbeeinträgen und werden bei einem sogenannten „Gastroggespräch“ über die wichtige Neuerungen auf dem touristischen Sektor bzw. sonstigen für sie relevanten städtischen Maßnahmen informiert.

Zusätzlich organisiert die TI jährlich einen sogenannten „Rezeptionistentag“, bei dem die Mitarbeiter aus Hotellerie und Gastronomie über interessante Sehenswürdigkeiten und Museen informiert werden. Im vergangenen Jahr wurde das Tucher Brauereimuseum besichtigt. 2007 wird auf Wunsch das Jüdische Thema mit

den alten Israelitischen Friedhof, der Synagoge und dem Jüdischen Museum behandelt.

Ausblick auf 2007

Projekte, die zur Zeit bearbeitet werden:

1. Organisation einer Tourismusbörse auf dem Stadtfest am 5. Mai mit dem Stadtmarketingverein Vision Fürth: Thema: Fürth stellt die Metropolregion vor. 19 Touristische Organisationen haben sich angemeldet. Die Aktion wird in Zusammenarbeit mit dem Arbeitskreis Tourismus der Europäischen Metropolregion Nürnberg durchgeführt.
2. Koordination der Stadtverführungen – ein Gemeinschaftsaktion mit Nürnberg vom 15. bis 17. Juni. Aus Fürth beteiligen sich 18 Organisationen mit insgesamt 39 Themen und 164 Führungen.
3. Ausarbeitung der Wirtshausführungen, die ebenfalls am 15. Juni beginnen
4. Organisation der Führungen in der Ausstellung

Für das Jubiläum erhoffen wir uns wieder eine höhere Übernachtungszahl. Die TI möchte nicht nur mit zusätzlichen Tagungen und Kongressen Gäste zu gewinnen, sondern nachhaltig das Jubiläum nutzen um auch nach 2007 Städtetouristen in die Kleeblattstadt zu locken. In diesem Zusammenhang sei nur ganz kurz auf ein stetig wachsendes Problem hingewiesen: Es fehlen Busparkplätze!

Mit der Eröffnung der Erlebnis- und Thermalbades „Fürthermare“ stehen die Chancen nicht schlecht Menschen, vor allem auch Tagesgäste nach Fürth zu ziehen.

Das ist insgesamt ein gemeinsames Anliegen der Städteregion, den Tagestourismus zu fördern. Das dürfte bei dem momentanen Interesse an der Kleeblattstadt kein Problem sein.

Fürth, im März 2007

Wirtschaftsreferat – Touristinformation

H. Tüller

