

10 Jahre Tourismus in Fürth

Wer immer noch behauptet in Fürth gäbe es keinen Tourismus, den strafen die Übernachtungsstatistiken Lügen. 226 513 Übernachtungen von Gästen wurden 2004 in den 24 Hotels und Gasthöfen registriert. Das ist ein Plus von 9,4 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Damit ist Fürth auch Spitze im Reigen der vier Nachbarstädte. Erlangen schnitt mit einem Plus von 9,2, die Nürnberger mit einem Plus von 2,8 Prozent und Schwabach mit einem leichten Plus von 3,4 Prozent ab. Als Städteregion Nürnberg haben die vier Städte mit einem Zuwachs von 4,4 Prozent abgeschlossen.

Die Übernachtungszahlen sind ein großer Erfolg für die Tourismusarbeit in Fürth. In den zehn Jahren seit Bestehen der Tourist-Information sind die Übernachtungen in Fürth um fast 70.000 gestiegen. (siehe Anlage 1)

Erfreulich auch die Statistik der Aktivitäten der Tourist-Information. So stieg die Zahl der Telefonberatungen von rund 4.000 auf 18.500 pro Jahr. Während 1996 „lediglich“ rund 6.000 Kunden bedient wurden, waren es im vergangenen Jahr rund 24.800. Ganz zu schweigen von der Zahl der Post-, e-mail- und Faxbearbeitung, die seither um ein zehnfaches stieg. (siehe Anlage 2)

Hier zeigt sich erneut, dass sich nach den drei Umzügen der „bisher“ letzte, direkt an den Bahnhofplatz, gelohnt hat. Das ist endlich der optimale Standort für die Tourist-Information als Welcome-Center der Stadt. Dazu kommt, dass die Straßenbeschilderung und die neue Fußgängerbeschilderung den Weg zur Tourist-Information leicht machen.

Was bedeutet Tourismus für Fürth?

Das Deutsche Wirtschaftswissenschaftliche Institut für Fremdenverkehr an der Universität München hat im Auftrag des Tourismusverbandes Frankens e.V. im Jahr 2001 eine Studie zur Struktur und ökonomischen Bedeutung des Tourismus in Franken verfasst. Die nachfolgenden Aussagen über die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus in Fürth basieren auf den Ergebnissen dieser Studie.

Übernachtet der Gast in einem gewerblichen Übernachtungsbetrieb gibt er in Franken pro Tag durchschnittlich 87,53 € aus. In Fürth, das im Jahr 2004 226.513 Übernachtungen aufweist, entsteht alleine durch diese Gäste ein Bruttoumsatz in Höhe von 19.826.682,89 €. Dabei geben sie davon im Schnitt 63 % im Gastgewerbe, 9% im Einzelhandel und 28% für sonstige Dienstleistungen aus.

Tagestouristen erzeugen durchschnittlich pro Tag einen Umsatz von 19,83 €. Allerdings lässt sich die Zahl der Tagesgäste, die nur mit einer aufwändigen Zählung annähernd zu ermitteln wäre, zum jetzigen Zeitpunkt nicht nennen. Laut Studie gibt der Tagestourist 46 % seiner Ausgaben im Einzelhandel, 40% im Gastgewerbe und 14% für andere Dienstleistungen aus.

Die getroffenen Aussagen zeigen sehr deutlich, dass durch den Tourismus nicht nur die Gastronomie profitiert, sondern eine Vielzahl von Gewerben. Entsprechende Wachstumschancen bestehen bei einer Steigerung der Zahl der Touristen. Dabei sind auch die Sekundäreffekte auf andere Dienstleistungen nicht zu unterschätzen.

Für die Kommune ergeben sich indirekt durch den Tourismus hauptsächlich Einnahmen in Form von Gewerbe- und Grundsteuer sowie Einkommenssteueranteile der im Tourismusumfeld Beschäftigten. (siehe Anlage 3 und 4)

Information im Laden und am Telefon

Nachgefragt werden, neben den üblichen Informationen über die Kleeblattstadt, vor allem nach Übernachtungsmöglichkeiten in Hotels, Gasthöfen und Privatzimmern. Touristen wie auch Bürger der Stadt erkundigen sich nach Sehenswürdigkeiten, Museen, Freizeitmöglichkeiten, Stadtführungen und sehr häufig nach den aktuellen Veranstaltungen wie Grafflmärkte, Michaelis-Kirchweih, Altstadtweihnacht oder Fürth-Festival.

Wie immer sind Informationen über Veranstaltungen im Großraum und der gesamten fränkischen Gegend gefragt. Das ganze Jahr über sind Wander- und Radkarten im Sortiment, sowie Tipps zu Baden und Wellness. Gerade in den Ferienzeiten wird vor allem sehr stark nach dem Playmobil-Funpark gefragt, aber auch nach dem Dinopark und nach kinder- und familienfreundlichen, günstigen Hotels.

Das Team der Tourist-Information ist für fast alle Fragen gewappnet, selbst wenn im Hochsommer ein Vacher Bürger per Telefon die Loipen und Skiabfahrten wissen will oder ein anderer sich nach Lebend-Futter für Spinnen erkundigt.

Das nach wie vor reichhaltige Angebot an Prospekten und Veranstaltungshinweisen aus dem Großraum und ganz Franken, wird von den Kunden sehr geschätzt. Dabei musste dieser hoch gelobte Service nach Streichung einer Stelle im vergangenen Jahr eingeschränkt werden. Dennoch sprechen die Zitate aus dem Gästebuch der TI Bände: „Ich freue mich sehr darüber, dass es die Tourist-Info Fürth gibt mit ihrem Angebot. Vielleicht sollte die große Nachbarstadt etwas davon übernehmen. Ich hoffe, dass sie noch lange in dieser Form und an dieser Stelle erhalten bleibt.“ „Ich nutze den Superservice und ihre vielfältigen Angebote, nicht nur über Nürnberg und Fürth ...“, „Ich bin begeistert – als „alte Fürtherin“ – die jahrelang in Westdeutschland lebte, diese Institution zu entdecken“, „Überrascht ein so kompetentes Team anzutreffen - endlich einmal etwas sehr Positives von Fürth“.

Im Internet

Der Auftritt im Internet ist für die touristische Arbeit unerlässlich. Im Moment werden die vom Presseamt der Stadt erstellten touristischen Seiten, von der Tourist-Information auf Aktualität, Werbewirksamkeit und Servicefreundlichkeit überarbeitet. Eine Mitarbeiterin hat einen Redaktionszugang, so dass die Tourist-Information Texte und Listen aktualisieren kann. Fotos und sonstige Änderungen müssen über das Presseamt genehmigt werden.

Zur Zeit erhält die Tourist-Information monatlich zwischen 300 und 500 e-Mail-Anfragen mit steigender Tendenz. Auch die Zimmer-Online-Anfragen nehmen zu.

Kostenlos im Internet surfen können Kunden der Tourist-Information seit März diesen Jahres. Die Idee für diesen Service, den die Tourist-Information in Zusammenarbeit mit der Computerfirma Cubex und der Agentur Hennig organisiert hat, hat sich als „Renner“ erwiesen.

Souvenir- und Bücherverkauf

Eine kleine Einnahmequelle hat die Tourist-Information durch den Verkauf von Souvenirs, Postkarten, Rad- und Wanderkarten, Stadtplänen, Büchern und Unkostenbeiträgen für Prospekte.

Der sehr zeitintensive Kartenvorverkauf für städtische Veranstaltungen musste wegen der Personaleinsparung in diesem Jahr eingestellt werden.

Zimmervermittlung

Die Zahl der Zimmerreservierungen hält sich relativ konstant. Der Trend der Bucher geht in Richtung Reservierung über Internet. Hier werden verstärkt Anbieter wie hrs (Hotelreservierungssystem) und ähnliche genutzt.

Auch überraschen die guten Zahlen der direkten Online-Reservierung über das gemeinsame Buchungssystem der Städtereion Nürnberg, das seit etwa einem Jahr geschaltet ist. So wurden ab März bis Ende 2004 über das Online-Reservierungssystem 34 Buchungen für Fürther Hotels vorgenommen, das bedeutet einen Umsatz von 8.383,00 €. Bis Juni diesen Jahr wurden 32 Buchungen von 5 Fürther Hotels (soviele beteiligen sich an der direkten Onlinereservierung) mit einem Umsatz von 10.334,00 € gebucht.

Mittlerweile kann dieser Online-Buchungslink auch über die Fürther Hotelseiten angeklickt werden.

Hotel-Route

Nach langen organisatorischen und finanziellen Problemen konnte Anfang des Jahres die Beschilderung zu den Hotels, die sogenannte Hotel-Route, installiert werden. Die Organisation, Abwicklung und Pflege lag und liegt in den Händen der Tourist-Information.

Stadtführungen

Seit 1996 gibt es ausgebildete Stadtführerinnen und Stadtführer in Fürth. Die Tourist-Information hat gemeinsam mit der ehemaligen Stadtheimatpflegerin, Barbara Ohm, dem Stadtarchivar, Dr. Helmut Richter, und der Leiterin der Tourist-Information, zehn Damen und Herren in einem halbjährigen Kursus, historisch und praktisch ausgebildet. Abschluss war eine schriftliche und praktische Prüfung.

Von 21 Führungen im Jahr 1998 hat sich die Zahl im ersten Halbjahr 2005 auf über 150 gebuchte bzw. 15 Regelführungen gesteigert. Im vergangenen Jahr nahmen insgesamt rund 2.100 Personen an Führungen teil. Dieses Jahr waren es bis Juni 2005 bereits über 3.000.

Die Bandbreite der Themen von der allgemeinen Altstadtführung, über Juden in Fürth, über Brunnen, durch den Stadtpark, Radtouren oder allerlei Amüsantes wurde im Laufe der Jahre immer größer.

Auch die Brauereiführung bei der Tucher-Bräu, die Besichtigung der Felsengänge der Grüner-Bräu und die „Cool-Tour for kids“ in Zusammenarbeit mit dem Jugendamt Fürth, kommen gut an.

Topthemen sind nach wie vor die jüdischen Führungen und der Spaziergang zur Michaelis-Kirchweih „Warum die Nürnberger nicht nach Fürth durften und andere Kuriositäten“.

Sollten sich die eingegangenen Anfragen nach Stadtführungen für dieses Jahr noch realisieren, ist die 500er Grenze erreichbar. Aber allein die stetige Tendenz der gebuchten Führungen nach oben ist höchst erfreulich und rechtfertigt die jetzt angestrebte Qualitätsoffensive der Tourist-Information, vor allem im Hinblick auf das Stadtjubiläum. Deshalb macht die Tourist-Information in Sachen Stadtpaziergänge eine Qualitätsoffensive.

Das bedeutet ein umfangreiches „Update“ der bisherigen Stadtführungskonzepte, ebenso eine methodisch-didaktische Neuarbeitung der Stadtführungen und des Umgangs mit dem Kunden und dem Thema.

Dies führt die Tourist-Information in bewährter Weise mit Barbara Ohm durch.

Im Vorfeld des Stadtjubiläums plant die Tourist-Information sogenannte „Eventführungen“, die sehr lebendig werden sollen. Dazu sollen Schauspieler engagiert werden. Die ersten Gespräche und Inhalte wurden bereits besprochen. Mehr wird hier nicht gesagt ... Überraschung muss sein.

Pauschalangebote

Als Partner in der Städteregion Nürnberg vermarktet die Tourist-Information Fürth ihre Pauschalen gemeinsam mit den Städten Nürnberg, Erlangen und Schwabach. Die gemeinsame Vermarktung hat sich als sehr positiv erwiesen.

2004 verkaufte die Tourist-Information 84 Pauschalen. Renner dabei war wie in den Jahren vorher, der „Comedy-Leckerbissen“, ein Angebot der Comödie Fürth mit einem Candlelight-Dinner und einer Eintrittskarte für eine Vorstellung. Auch das Kirchweihangebot „Kirchweih total“ mit einer Einkehr im „Alten Brathaus“ oder in Graubergers „Baggerslädla“, 6 Kirchweihaltern und einem Kirchweihkrug wurden gebucht.

Für 2006 denkt die Städteregion über noch weitere kreative Angebote zu den Trendthemen „Wellness“ und „Romantik“ nach.

Tagungs- und Kongressbetreuung

Auf dem Tagungs- und Kongresssektor tut sich im Moment sehr viel. Die enge Zusammenarbeit mit der Congress- und Tourismuszentrale Nürnberg, speziell der Arbeit des Income-Büros, erweist sich als positiv. Das gemeinsam erarbeitete, sehr aufwändige Kongresshandbuch, mit allen dazugehörigen Daten, lädt geradezu zum Tagen auch in der kleinen Nachbarstadt ein.

Im vergangenen Jahr bearbeitete die zuständige Mitarbeiterin 10 Tagungen bzw. Kongresse. 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, Kaffeerrunden bis zu Vorführungen. Bei großen Veranstaltungen, wie bei „Jugend musiziert“ ist ein Mitarbeiter bzw. eine Honorarkraft vor Ort, um touristische Informationen zu geben und gegebenenfalls Zimmer zu vermitteln. Dies wurde von den Organisatoren und den Gästen sehr positiv aufgenommen und ist als absolut imagefördernd einzustufen.

Das Stadtjubiläum wirft auch hier seine Schatten voraus. Über die Tourist-Information werden allein im Jahr 2007 jetzt schon 10 Tagungen und Kongresse betreut werden. Dazu gehören unter anderem die „Jahrestagung des bayerischen Journalistenverbandes“, die Mitgliederversammlung des „Tourismusverbandes Franken“, der „Deutsche Städtetag - Konferenz Tourismus“, der „Bayerische Städtetag“ oder die Jahreshauptversammlung des „Deutschen Alpenverbandes“. Die „Deutsche Gesellschaft für zerstörungsfreie Prüfung“ war bereits dieser Tage vor Ort und hat nicht nur die Stadthalle fest gebucht, sondern auch von der Tourist-Information sehr umfangreiche Vorschläge für das Begleitprogramm bekommen, und es sogar geschafft, zahlreiche Hotels dazu zu bewegen, bereits zwei Jahre im Voraus Übernachtungskontingente zur Verfügung zu stellen. Die Tourist-Information hat sich sehr über das Lob des Vorsitzenden gefreut, der in all den Jahren, die er Kongresse begleitet hat, „noch nie so gut vorbereitete Begleitprogramme bekommen habe.“

Exkurs

Wie wichtig Tagungs- und Kongressbetreuung ist und wie viel Umsatz durch solche Veranstaltungen in die Stadt kommen, soll am Beispiel des Bundeswettbewerbs „Jugend musiziert“ erläutert werden.

Dieser war in diesem Jahr der bislang teilnehmerstärkste Wettbewerb mit mehr als 1900 Teilnehmern. Zum 3. Mal war Fürth die Zentrale die Gesamtorganisation von „Jugend musiziert“. Allein im Organisationsteam waren über 30 Personen. Alle Teilnehmer – auch die, die in anderen Städten vorspielten – mussten sich in Fürth registrieren lassen. D.h. sie kommen mit ihren Begleitpersonen nach Fürth in die Stadthalle, informieren sich am dortigen Stand der Tourist-Information, gehen Essen oder kaufen ein.

Die Tourist-Information hat in der Stadthalle extra einen Stand mit einer Honorarkraft organisiert, um alle Nachfragen beantworten zu können. Konkret informierten sich 255 Personen (in 4 Tagen) persönlich, dazu kommen diejenigen, die nur Prospekte genommen haben. Zusätzlich war natürlich die Tourist-Information am Bahnhofplatz ebenfalls in dieser Zeit äußerst gut frequentiert, am ersten Samstag mit über 100 Besuchern in wenigen Stunden.

Insgesamt hat die Tourist-Information 1393 Übernachtungen gebucht. Interessant dabei sind die „Mitnahmeeffekte für Fürth“:

Weiterhin wurden von allen Juroren N-FÜ-ER
350 Übernachtungen in Fürth gebucht

195 Übernachtungen in Erlangen
165 Übernachtungen in Nürnberg

Für Fürth bedeutet das Umsatz für die Übernachtungen von **75.581 €**

Der Umsatz in der Gastronomie (vor allem im Stadtwappen und im Kulturforum) belief sich auf **7.200 €**. Dazu kommt, dass das JuMu-Organisationsteam das gesamte Catering für die Wertungsspiele Im Fürther Einzelhandel besorgt hat.

Weiterhin kamen Mieten für Stadthalle, Stadttheater, Sing- u. Musikschule in Höhe von **46.000 €** dazu.

Der städtische Zuschuss von **50.000 €** ist auf 2 Haushaltsjahre verteilt.

Bedeutung für Fürth

Der Bundeswettbewerb ist zwar nicht eine Veranstaltung für große Fürther Publikumsströme.

Aber um so mehr für das Renommee und Image der Stadt, für die Hotellerie, die Gastronomie und den Einzelhandel. Die 10-tägige Großveranstaltung ist für den Tourismus und Fremdenverkehr in Fürth eine Maßnahme, die in dieser Art ihresgleichen sucht. Vergleichbare Größenordnungen kommen höchstens noch 2 bis 3 Mal in Fürth vor.

Die Eröffnungsveranstaltung in Fürth mit der Bundesfamilienministerin, wie auch der gesamte Wettbewerb, strahlten in die ganze BRD (Tagesschau!) Es kommen Besucher aus ganz Deutschland nach Fürth und in die Region und das in beträchtlicher Zahl

Messebeteiligung

Nachdem sich die Tourist-Information aus finanziellen Gründen von der Beteiligung an der Regionalmesse „Freizeit, Garten und Touristik“ in Nürnberg verabschieden musste, vor allem weil der Co-Partner Landkreis Fürth ausgestiegen war, heißt es in diesem Jahr auch „Consumenta“ ade. Auch dieser sehr organisationsaufwändige Auftritt mit Infostand und neuntägigem Rahmenprogramm, fiel dem Rotstift zum Opfer. Die Tourist-Information hat diese Auftritte auf beiden Messen komplett organisiert und begleitet. Dies bedeutete mindestens zwei Monate im Voraus zusätzliche Arbeitsstunden und konnte nur dank des hohen Engagements der Mitarbeiter geleistet werden.

Nach der Streichung einer Stelle im vergangenen Jahr, kann die Tourist-Information diesen Aufwand rein personaltechnisch nicht mehr leisten.

Die Tourist-Information beteiligte sich in diesem Jahr lediglich personell und finanziell an einem kleinen Gemeinschaftsstand mit der CTZ Nürnberg bei der ITB Berlin, sowie nur finanziell an einem Auftritt auf der IMEX in Frankfurt.

Da Nürnberg als Mitglied in der „Arbeitsgemeinschaft Fränkischer Städte“ zusätzlich an Aktionen teilnimmt, sind Fürth und die anderen zwei Städte immer mit im Boot.

Für mehr Messeaktivitäten haben weder Fürth, noch die gesamte Städteregion die finanziellen und personellen Mittel. Außerdem zeigt sich, dass der Kunde mehr und mehr das Internet vor einem Besuch der Messe favorisiert.

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 zur touristischen Zusammenarbeit der vier Städte war. Dies ist bei den angespannten Haushalten nicht nur finanziell vorteilhaft, sondern vor allem imagefördernd für alle vier Städte. Gewiss ist das **ein** Grund für die steigenden Übernachtungszahlen in Fürth.

Anzeigen in Stadtplänen, Atlanten, Fachzeitschriften und Zeitungen sind im Moment nicht finanzierbar und müssen abgelehnt werden. Wenn überhaupt, so werben die vier Städte bei größeren Anzeigen in Tageszeitungen meist nur gemeinsam und projektbezogen.

Lediglich für die Deutsche Spielzeugstraße und im Golfführer wird noch Werbung geschaltet. Außerdem muss der übliche Telefonbucheintrag geschaltet werden.

Die Tourist-Information publiziert Fürther Veranstaltungen über den Tourismusverband Franken und die Bayerische Tourismus-Marketing GmbH (BayTM). Dazu gehört auch die Versendung der Fürther Prospekte in der fränkischen Region und an spezielle Kunden je nach Thema.

Auf Anfrage werden Journalisten und Reiseveranstalter betreut und regelmäßig mit Informationsmaterial bedient.

Städteregion Nürnberg

Fürth hat die Geschäftsführung der Städteregion Nürnberg innerhalb des Tourismusverbandes Franken seit 1999. Eike Söhnlein, als Geschäftsführerin, arbeitet im Marketingausschuss mit und koordiniert die gemeinsamen Kampagnen, wie Anzeigen und jetzt den neuen, monatlich erscheinenden Veranstaltungskalender. Sie organisiert auch die regelmäßigen Treffen der PR-Leute der vier Städte. Hier werden die Themen für den Veranstaltungskalender besprochen, kreative Ideen für die neuen Prospekte entwickelt und Organisatorisches besprochen. Außerdem ist Eike Söhnlein für den neuen Internetauftritt und dessen Aktualisierung zuständig.

Die gemeinsamen Produkte:

- Hotels 2005
- Stadt-Erlebnisse 2005 – Pauschalen und Imagewerbung
- Tipps & Touren 2005/06 – Führungsangebote für Gruppen
- Städteregion Nürnberg Card – VGN, Museen, Veranstaltungen, Souvenirs und sonstiges zu vergünstigten Preisen.
- Monatlicher Veranstaltungskalender
- Seit August ist ein neuer Internet-Auftritt der Städteregion mit immer aktuellen Veranstaltungen der vier Städte im Netz.

- In Arbeit: ein spezieller chinesischer Reiseführer über die Städteregion. China ist ein neuer und sehr wichtiger touristischer Markt. Durch die Kontakte zu wichtigen Reisveranstaltern hat die Städteregion die Möglichkeit dort einzusteigen.
- Geplant - Museumsprospekt für alle vier Städte.
- Nur Nürnberg/Fürth: touristischer Stadtplan und Kongresshandbuch

Innere Organisation

In der Tourist-Information arbeiten derzeit vier Festangestellte (zwei Vollzeit-, zwei 30-Stunden-Kräfte). Eine 20-Stunden-Stelle wurde 2005 gestrichen. Konsequenz daraus war die Einschränkung der Öffnungszeiten (Mo. – Fr. 10 bis 16 Uhr, Sa. 10 – 13 Uhr). Die Frequenz der Besucher und Telefonanrufer hat sich im Vergleich zum Vorjahr allerdings nicht gravierend verringert. (siehe Anlage 5)

Das bedeutet, dass der Arbeitsaufwand für weniger Mitarbeiter mehr geworden ist und mehr wird, durch die vorab beschriebene, steigende Inanspruchnahme der Serviceleistungen.

Um die Servicequalität und Arbeitseffektivität zu sichern, nicht zuletzt auch die Motivation der Mitarbeiter, hat sich die Tourist-Information Anfang des Jahres einer Organisationsberatung bzw. Coachings unterzogen. Es wurden neue Arbeitsprofile entwickelt, Verantwortlichkeiten und Vertretungen neu geregelt.

Servicequalität wird in der Tourist-Information seit Beginn an groß geschrieben. Einer ganz neuen Zertifizierung vom Tourismusverband Franken hat sich die TI unterzogen und alle dazu notwendigen Anforderungen und Auflagen erfüllt.

Außerdem wurde sie im Rahmen einer Qualitätsoffensive, die die Stadt Fürth gemeinsam mit der LGA initiiert hat, als eine der ersten Abteilungen ausgewählt, sich für das neue Premiumsiegel zu qualifizieren. Das bedeutet Kunden- und Mitarbeiterbefragung, Selbsteinschätzung, Mystery-Shopping und gezielte Auswertung und Verbesserung.

Projekte in Arbeit

1. Prospekte für 2006

Dazu gehören die Aktualisierungen

- der Hotel-, Gasthof- und Privatzimmerdaten
- der Pauschalangebote
- des touristischen Stadtplans
- des Stadtführungsprogramms
- des Kirchweihvorprospekts
- des Gastronomieführers (verbesserte Neuauflage in Zusammenhang mit dem Erlebnisführer)
- des Privatzimmerverzeichnisses (verbesserte Neuauflage in Zusammenhang mit dem Erlebnisführer)

- bzw. Neuauflage des Erlebnisführung mit vielen Infos, Fotos und wichtigen Tipps von A – Z für Touristen (wird in verschiedenen Sprachen erscheinen)

2. Eventführung mit Schauspielern

3. Touristische Unterrichtungsschilder an Autobahnen

4. Mitarbeit der Leiterin der Tourist-Information bei der Projektgruppe „Stadtjubiläum 2007“

**Fürth, im September 2005
Wirtschaftsreferat – Touristinformation**

H. Tüller

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized, cursive letters that appear to be 'H. Tüller'.