Heilbronn Marketing GmbH

Kirchbrunnenstraße 3

74072 Heilbronn

Sara Furtwängler

Stellv. Leitung Stabsstelle Marketing

Pressesprecherin

Tel. +49 7131 56 46 47

Fax. +49 7131 56 37 58

furtwaengler@heilbronn-marketing.de

www.heilbronn.de

Pressemitteilung

Seite 1

11. Februar 2021

Heilbronn Marketing GmbH nimmt 2021 weiter regionalen Tourismus in den Blick

**Das Motto bleibt „Urlaub in Heilbronnien“**

**Nur 184.323 Übernachtungen konnten 2020 in Heilbronn gezählt werden. Das waren nicht einmal halb so viele wie im Vorjahr (418.527), das als Jahr der Bundesgartenschau allerdings auch als Rekordjahr in die Geschichte eingegangen ist. Und dennoch: die gerade veröffentlichten Statistiken des Landes zeigen, in welcher schwierigen Lage sich der Tourismus befindet. Auch im Jahr 2021 ist für den Städtetourismus noch kaum Besserung in Sicht. Für die Heilbronn Marketing GmbH (HMG) liegt der Fokus 2021 wieder auf dem regionalen Tourismus. Urlaub in Heilbronnien heißt das Motto.**

**Rückblick 2020**

Landesweit ist bei den Übernachtungen ein Rückgang um rund 40 Prozent zu verzeichnen. Heilbronn ist hier mit einem Rückgang um fast 55 Prozent überproportional betroffen, was aber mit den besonders hohen Zahlen im BUGA-Jahr zu erklären ist. „Der erhoffte Aufwind durch die Bundesgartenschau 2019, den wir für die touristische Vermarktung der Stadt nutzen wollten, blieb aus“, berichtet HMG-Geschäftsführer Steffen Schoch. Der Tourismus sei, wie in den meisten anderen Städten Deutschlands auch, fast komplett zum Erliegen gekommen. Um fast 87 Prozent sei die Teilnehmerzahl bei Heilbronner Stadtführungen gesunken, von 30.375 im BUGA-Jahr auf nur noch 3939 Teilnehmer 2020. Im Lockdown des Frühjahrs und im Herbst/Winter hätten gar keine Führungen stattfinden können.

Und dennoch hat das touristische Jahr für Heilbronn auch positive Aspekte gehabt. Angelehnt an die städtische #wirfürHN-Kampagne hat eine Fokussierung auf den regionalen Tourismus stattgefunden. Unter dem Stichwort „Urlaub in Heilbronnien“ hat die HMG die Bevölkerung der Stadt und der Region eingeladen, die eigenen Region als touristische Destination kennen zu lernen. „Mit kostenfreien Stadtführungen, Segway-Fahrten, Kanutouren und Angeboten der Kulturinstitute oder der experimenta, ist es gelungen, den touristischen touristischen Blick auf die Heimat zu schärfen“, freut sich Schoch.

**Neue Produkte**

Auch in diesem Jahr soll der Fokus auf dem regionalen Tourismus liegen. Gleich drei Tourismus-Aktionstage im April, im Juni und im August zu den Schwerpunkthemen Parks und Grünanlagen, Neckar und Wein sollen die Schokoladenseiten der Stadt präsentieren. Eng werde man auch in diesem Jahr mit der Weinbranche kooperieren. Ein Weingut-Hopping sei in Planung, verrät Schoch. Auch neue Wein-Produkte, wie eine Schnupper-Weinlese oder eine Planwagenfahrt durch die Weinberge seien im Programm für 2021. Außerdem würden Pauschalen zu aktuellen Ausstellungen der Kunsthalle Vogelmann und der experimenta angeboten. Ein Schmankerl für alle Fans des Sightseeing-Busses, der voraussichtlich im April in die Saison startet: Es soll eine Tour in Heilbronner Mundart geben.

Bis das normale Programm wieder starten kann, gibt es auf heilbronn.de/tourismus unter Stadtführungen auch ein breites virtuelles Angebot, um die Stadt und ihre Geschichte kennenzulernen. Virtuelle Führungen und Panoramatouren machen Lust auf das, was spätestens im Sommer hoffentlich wieder vor Ort erlebbar sein wird.

Das ganze Jahr über wird das Team der HMG den Kontakt zu bundesweiten Reiseveranstaltern, Paketern und der Busbranche suchen. Auch mit Reisebüros, Hotels, touristischen Einrichtungen und Institutionen der Region ist der Vertrieb in regem Austausch: „Ziel ist es, nach dem Lockdown möglichst schnell wieder gemeinsam den Markt zu bearbeiten“, erklärt der HMG-Touristiker Hans-Joachim Kurz.

**Offener Brief an Tourismusbeauftragten des Bundes und an das Ministerium**

Gemeinsam im Verbund „Städtekreis Tourismusmarketing Baden-Württemberg“ hat sich Heilbronn auch an einem offenen Brief an den für Tourismus zuständigen Minister Guido Wolf und den Tourismusbeauftragten des Bundes, den Parlamentarischen Staatssekretär und MdB Thomas Bareiß, beteiligt. Acht Städte (Heidelberg, Mannheim, Pforzheim, Baden-Baden, Karlsruhe, Ulm, Freiburg und Heilbronn) fordern hierin Unterstützung für die touristische Vermarktung der baden-württembergischen kreisfreien Städte und beklagen, dass die zugesagten Mittel bislang an die regionalen Organisationen des Landes und damit an die jeweiligen Regionen gehen. Die von der Krise besonders stark betroffenen Städte hingegen gingen bislang leer aus. (Brief siehe Anlage)

Alle Infos zu den touristischen Angeboten der Heilbronn Marketing GmbH sowie die aktuellen Broschüren zum Download gibt es unter [www.heilbronn.de/tourismus](http://www.heilbronn.de/tourismus).