

\*\*\*\*Bewertung hinsichtlich

Handlungsfelder

Destination

Marketing

Kommunikation

Steuerung

Handlungsfelder	TOP	Themen	Aktivitäten	Akteure	Ertrag Sollwert					Aufwand Schätzung		***Übernehmen aus 2015-2016		
					Interkommunal/regional	Marketing		Destination		Finanzieller Aufwand	Arbeitsaufwand Touristik-stelle			
						Öffentlichkeit, Werbung	Innenmarketing	Gästezahlen	Qualität Destination					
	1.1	Ortsbild und Ästhetik	Grünanlagen/Bepflanzung	Bedarf	Verwaltung, SW					***	€€€	(SW)		
	1.2		Begrüßungstafeln	Bedarf	Verwaltung, StM, SW					***	€€€	(SW)		
	1.3		Ensembleschutz Gochsheim	(vorläufig k.Umsetzung)	Verwaltung, StM									
	2.1	Infrastruktur	Wanderwege	LEADER	Umsetzung und Fortführung LEADER Projekt 1 & 2	StM, Privat, Interkommunale Verwaltungszusammenarbeit	****	****	***	***	****	€€€€		
	2.2			KST-Weg ÖÖ	Umsetzung	StM, Private, sachgebietsübergreifende Zusammenarbeit (StM, OA, Forst), Regionale Zusammenarbeit (KST)	****	***	*	***	***	€		
	2.3		Innerörtliche Beschilderung	Fortführung	sachgebietsübergreifende Zusammenarbeit (StM, OA, SW)		**	***		**	€			
	2.4		Rastplätze	Umsetzung Parkplatz Gochsheim	sachgebietsübergreifende Zusammenarbeit (StM, SW)		***	**		***	€€			
	2.5		Weiteres	Hühnerbusch	Hühnerbusch, Oudoorfitnesspark, Kommunikation	sachgebietsübergreifende Zusammenarbeit (StM, Forst, SW)								
	2.6			Schlosscafé	Nachfolgeregelung	StM, Liegenschaften		****	***	***	***			
	2.7		Wohnmobilstellplatz	(vorläufig k.Umsetzung)	Verwaltung (StM, SW)									
	2.8		Kraichradweg	Umsetzung und Eröffnung	Interkommunale, Verwaltungs- und regionale Zusammenarbeit	****	***	**	*	***	€			
	3	Veranstaltungen und Feste *		Schlosserlebnistag 2017, Heidelberg Historic, Kerwe und Regionalmarkt zu Menzingen	StM, Privat		****	***	***	****	€€			
	4.1	Marketing	Messen und Märkte	Reisemarkt 2017, CMT 2017, MomenTour 2017, Eröffnung Kraichradweg, Heimattage Karlsruhe, Offerta 2017, Reisemarkt 2018, CMT 2018, Momentour 2018, Bundesgartenschau 2018, ...	StM, Privat	****	****	****	****		€€			
	4.2			Print	Gastgeberbroschüre	StM, Privat		****	***	***		€€		
	4.3		Online	Web	Aktualisierung	StM, Privat		****	****	***				
	4.4			Film	Imagefilm	StM								
	5	Presse und Mitteilungsblatt		Pressemitteilungen (zu Messeauftritte, Kraichradweg, LEADER-Projekt, Veranstaltungen), Anzeigen	StM	**	****	****	***					
	6.1	Dienstleister, privat	Schulungen / Qualitätsmaßnahmen	Weltgästepfuhertag und Workshop; Schulung Gastronomie, Klassifizierung DTV	StM, Privat			****		***	€€			
	6.2		Freizeitanbieter	Kommunikation, Messen und Märkte, Print, online, Wegweisung	StM, Privat		****	****	***	***	€			
	6.3		Beherbergungsbetriebe	Kommunikation, Print, online, Wegweisung	StM, Privat		*	**	**	***	€			
	6.4		Gastronomie	Kommunikation, Persönl. Beratung (Durchschnitt 1 Beratung je Betrieb), (Print, online, Wegweisung)	StM, Privat		**	***	*	**	€			
	7.1	(Tourismus) Verbandsarbeit**	KST	Sitzungen (Marketingausschuss, MitgliederVersammlung, Vorstandssitzungen), Leistungsträgertreffs, ExpertenTour	regionale Netzwerkarbeit und Zusammenarbeit	****	***	***	**					
	7.2		Vis-à-Vis	Sitzungen (MitgliederVersammlung)	Überregionale und bilaterale Netzwerkarbeit	****	**	**	**					
	7.3		LEADER	AG Kulturlandschaft Kraichgau	regionale Netzwerkarbeit	****	*	***						
	8	Politische Ebene		GR AG Sitzungen, GR Sitzungen	StM, GR			**						
	9.1	Verwaltungsebene	Kommunikation und Zusammenarbeit	StM (täglich), Team 2030 (ca. zweimonatig), Tourismusabstimmungsgespräch Hauptamt (monatlich), BGM (quartalsweise)	Verwaltung			**						
	9.2		mit Outcome	Ortsbild, KST-Wanderweg ÖÖ, Parkplatz Gochsheim	Verwaltung			****		***				

## Legende Bewertung

\* **ausgenommen Veranstaltungen der Museen (z.B. Familienbacktag etc.)**

\*\* **ausgenommen Verein Schlösser und Gärten**

\*\*\* **gemäß Übernahme aus 2015-2016**

\*\*\*\* Themenfestsetzung erfolgt aus der Fortführung der laufenden Aktivitäten. Bewertung der Effekte und Aufwendungen sind sgn Solwerte (Best-Outcome) und basiert auf quantitativen (gekennzeichnet in []) und qualitativen (fachl. Einschätzung) Aspekten; bewertet werden die Effekte und Aufwendungen für den Zeitraum 01.01.2017 bis 31.08.2018. Alle Themenbereiche sind Maßnahmen zur Förderung des Tourismus in Kraichtal.

*****	starker Effekt	€€€€€	hohe Aufwendungen
****	deutlicher Effekt	€€€€	deutliche Aufwendungen
***	Ertrag mit Aufwand ausgeglichen	€€€	Aufwendungen und Ertrag ausgeglichen
**	geringer Effekt	€€	geringer Aufwendungen
*	kaum effektiv	€	kaum Ausgaben
	Lücke bzw. Verlust bei Bedarf		k. Aufwendungen
	kein Effekt bei keinem Bedarf	Verlust	Verlust

	hoher Aufwand		Aufwand erhöhen
	deutlicher Aufwand		Aufwand gleichbleibend
	Aufwand und Ertrag ausgeglichen		Aufwand verringern
	geringer Aufwand		Aktivitäten einstellen
	kaum Aufwand (weniger als 4 Arbeitstage)		
	Thema intern abgestimmt, Bearbeitung vorläufig eingestellt		