

## Lagebericht 2008

Die TMG Touristik- und Marketinggesellschaft mbH Schwäbisch Hall wurde am 1.1.2008 zum Eigenbetrieb Touristik und Marketing Schwäbisch Hall und Frau Leonberger zur Geschäftsführerin bestellt.

Im Zuge der Umwandlung gab der Eigenbetrieb den Bereich der Vermietung und Verpachtung von städtischen und hospitalischen Gastronomiebetrieben an die GWG ab. Die Vermietung und der Betrieb von Neubausaal, Hospitalkirche, Marktzentrum Steinbach und der Tagungsräume Am Markt 9 wird weiterhin von der TM wahrgenommen.

Die TM versteht sich in erster Linie als Dienstleister.

Die Aktivitäten der Abteilung Citymanagement fokussieren sich auf eine Steigerung der Innenstadtattraktivität und die Stärkung des innerstädtischen Handels. Neben der Geschäftsbesorgung für „Schwäbisch Hall aktiv“ wurden hier die verkaufsoffenen Wochenenden Haller Frühling, Haller Herbst, die Shopping Night, der Weihnachtsmarkt in der Gelbinger Gasse und das Projekt „Sinneswelten“: im Juni/Juli organisiert., ein neuer Gastroführer erstellt und der Einkaufsführer neu aufgelegt.

Die Abteilung Touristik kann auf ein sehr erfolgreiches Jahr 2008 zurückblicken. Im Kartenkontor wurden 67.000 Karten verkauft, bei den Pauschal- und Gruppenreisen wurden 3.205 Übernachtungen und ein Umsatz von 326.598 € erzielt (+15% vgl mit 2007). Mit 193.213 Übernachtungen wurde das beste Ergebnis aller Zeiten erzielt. Allerdings wurden nur 1.531 Führungen vermittelt (1638 in 2007), ein Zeichen der sich schon abzeichnenden wirtschaftlichen Rezession.

Die hier organisierten großen Stadtfeste Kuchen- und Brunnenfest, Jakobimarkt und Sommernachtfest hatten witterungsbedingt weniger Besucher, nur der Freundschaftstag konnte von wirklich schönem Wetter profitieren.

Neben der Erstellung und dem Vertrieb von Werbematerial, Anzeigenschaltungen, der Betreuung von Reisejournalistinnen und -journalisten waren wir auf 3 Touristikmessen präsent.

Die seit 1.1.2007 bestehende Mitgliedschaft bei der Regio Stuttgart e.V. macht sich positiv bemerkbar im Sinne einer überregionalen Tourismus- und Imagewerbung.

Als Querschnittsaufgabe aller Abteilungen der TM wurde das Jahresleitthema „Schwäbisch Hall swingt“ erfolgreich umgesetzt mit einer Vielzahl an Veranstaltungen, darunter das Internationale Jugendmusikfestival Ende Mai und der Eurotreff Musik Mitte September. Es konnte eine gute, auch überregionale Presseberichterstattung wahrgenommen werden.

Das Jahresleitthema 2009 „Bildungfindetstadt“ ist aus touristischer Sicht schwer vermarktbar.

Schwäbisch Hall, 20.10.2009

Robert Spoden  
Stellvertretender Betriebsleiter