

# Geschäfts- bericht 2025



Ein Weihnachtsgruß als Vorwort für einen Geschäftsbericht?

Wir nennen es nachhaltig, denn die Grüße zum Jahresende fassen das Berichtsjahr 2025 treffend zusammen:

„...ein turbulentes Jahr liegt hinter uns:

mit neuem Logo, unserem Maskottchen Weinbert und vor allem mit der **neuen Tourist-Info** – verbunden mit Umzug, Technikumstellung und einer feierlichen Einweihung.

Gleichzeitig durften wir auch Bewährtes feiern:

**20 Jahre Neckar-Zaber-Tourismus e.V.** inkl. Jubiläumsradtour, Gewinnspiel, großem Presseecho und einem erfolgreichen Gemeinderatsaustausch im neuen Christophsblick.

Mit knapp **14.000 Euro Fördermitteln** konnten wir sowohl analoge Hingucker wie die Panoramakarte als auch digitale Angebote wie Lauschtour und zeigmalApp umsetzen und unterstützen.

Und der Blick nach vorn macht Lust: die **CMT** steht vor der Tür – erstmals gemeinsam mit der Tourimia –, die Projektstelle Weintourismuscluster Neckar-Zaber wird fortgesetzt und zum Jahresstart liegen die neuen Broschüren auf.

Wir wissen, unsere Tourismusarbeit ist nur möglich, durch das Engagement unserer Kommunen, Mitgliedsbetriebe, Gästeführer und Partner.

Dafür möchten wir Ihnen herzlich danken...“



# Inhaltsverzeichnis

<b>1. Der Verein .....</b>	<b>4</b>
1.1. Vereinsintern.....	4
1.2. Mitarbeiter und Geschäftsstelle.....	6
1.3. Neue Tourist-Information .....	8
<b>2. Kooperationen &amp; Zusammenarbeit.....</b>	<b>10</b>
2.1. Tourimia - das neue Dach wird sichtbar.....	10
2.2. Projektstelle: Wein-Tourismus-Cluster Neckar-Zaber .....	12
2.3. Regionale Zusammenarbeit und Sitzungen.....	12
<b>3. Aktionen und Marketingkampagnen .....</b>	<b>13</b>
3.1. Momente, Projekte und Meilensteine 2025.....	15
3.2. Website und Print .....	19
3.3. Innenmarketing .....	21
<b>4. Zahlen und Statistik.....</b>	<b>22</b>
4.1. Daten der amtlichen Statistik .....	22
4.2. Daten der Geschäftsstelle.....	28
<b>5. Jahresrechnung 2025 .....</b>	<b>33</b>
<b>6. Pressespiegel 2025.....</b>	<b>35</b>

# 1. Der Verein

Am 17.12.2004 gegründet und zum 01.01.2005 aktiv geworden, feierte der Verein im Berichtsjahr sein **20jähriges Jubiläum**. Seit zwei Jahrzehnten engagiert sich der Neckar-Zaber-Tourismus e.V. für die touristische Weiterentwicklung und Vermarktung der Region. Das Jubiläum war Anlass zu feiern, zu danken und mit frischen Ideen in die Zukunft zu blicken.

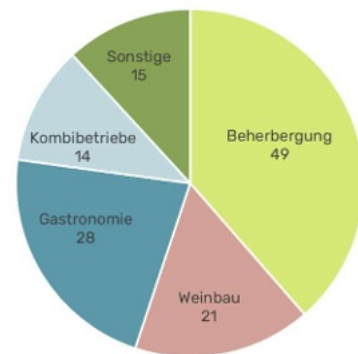
## 1.1. Vereinsintern

### Mitglieder

Viel Bewegung gab es im Berichtsjahr bei den Mitgliedern des Neckar-Zaber-Tourismus. Drei Neuanträge und elf Kündigungen gingen beim Verein ein. Acht der Austritte aufgrund von Betriebsaufgaben, drei ohne Angabe von Gründen. Vor allem im Bereich der Übernachtungen fallen durch Eigenbedarf/Verkauf/Pachtende rund 40 Gästebetten in der Region weg. Erfreulich ist, dass für die Herzogskelter in Güglingen eine Nachfolge gefunden wurde und so die sinkende Bettenzahl nicht noch höher ausfällt. Zum Jahresende 2025 hatte der NZT 127 Mitglieder.

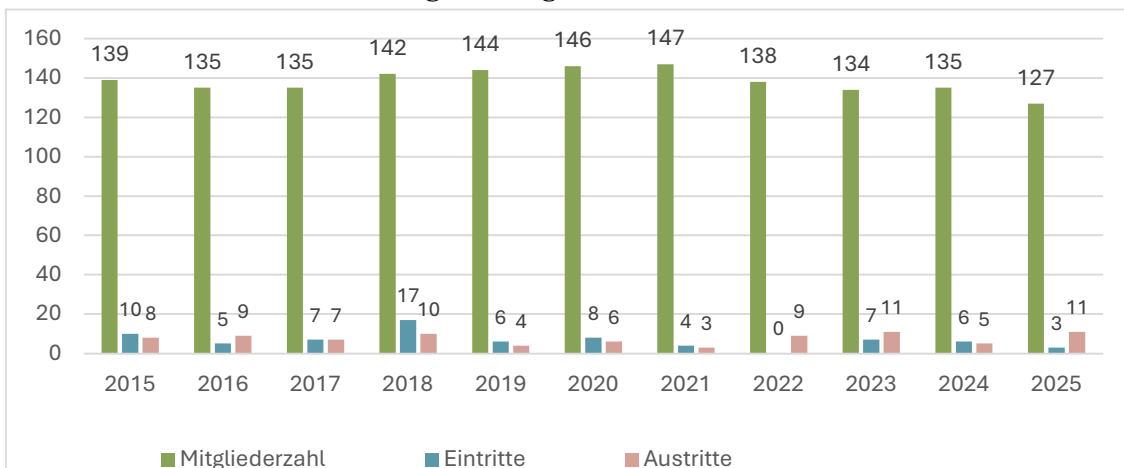
### Verteilung der Mitgliedsbetriebe nach Branchen

Analog dazu den letzten Jahren, fielen die meisten Betriebe im Verein in die Sparte „Beherbergung“ (49) gefolgt von „Gastronomie“ (28) und „Weinbau“ (21).



Angaben der Branchenzahlen ohne Kommunen

### Entwicklung der Mitgliederzahlen 2015-2025



## Vereinsorgane

Die **22. Mitgliederversammlung** des Neckar-Zaber-Tourismus fand am 9. April 2025 im wein & gut Frank in Brackenheim-Botenheim statt. Neben den Berichten des Vorsitzenden und der Geschäftsführung wurde BM Carmen Kieninger einstimmig als Nachfolgerin des ausscheidenden BMs Ulrich Heckmann in den Vorstand gewählt.

Als Gast eingeladen war Bernhard Mossandl, seit Juli 2024 Geschäftsführer der Dachorganisation Tourimia Tourismus GmbH. Ziel der Verbands-Neugründung ist die Bündelung touristischer Strukturen im nördlichen Baden-Württemberg. Unter dem Claim „Im Süden ganz oben“ übernimmt die TTG Marketingaufgaben, das Fördermanagement sowie den Betrieb eines Kompetenz- und Servicezentrums.

Vor der Mitgliederversammlung erhielten die Teilnehmenden bei einer Betriebsführung Einblicke in das Weingut und seine Geschäftsfelder. Zudem wurde das erfolgreiche Angebot „Yoga meets Wine“ vorgestellt



Betriebsführung wein &amp; gut Frank



v.l Bernhard Mossandl, Sabine Hübl, Volker Schiek

Der **Vorstand** traf sich im Berichtsjahr zu zwei Terminen.

Die Frühjahrssitzung fand Anfang März in Lauffen statt. Im **Weingut Wörthmann** beriet der Vorstand vor allem über die Anpassung der Mitgliedsbeiträge. Nach der einstimmigen Beitragserhöhung der Kommunen 2024 beschloss die Mitgliederversammlung erstmals seit neun Jahren eine moderate Erhöhung der Leistungsträgerbeiträge ab 2026. Weitere Themen waren der Umzug der Geschäftsstelle und die anstehende Mitgliederversammlung.

In der Herbstsitzung in der Herzogskelter in Güglingen stand der Haushalt für das kommende Jahr im Fokus.

→ Infos zur Zusammensetzung des Vorstands sowie eine Liste aller Mitglieder des Tourismusvereins: [Der Verein](#)



Vorstandssitzung im Weingut Wörthmann

### Kommunalpolitisch-touristisches Treffen

Nach 20jähriger Zusammenarbeit und vor allem, um das **touristische Bewusstsein in den Kommunen** weiter zu stärken, initiierte der Vorstand erstmals einen „Tourismustag für Gemeinderäte“. Ziel war es, die positiven Effekte des Tourismus für die Region sichtbar zu machen. Das kommunalpolitisch-touristische Treffen am neuen Weinausschank „Christophsblick“ auf dem Cleebronner Michaelsberg am 25. Juli erwies sich als voller Erfolg. Es bot Gemeinderäten, Bürgermeistern und Touristikern eine gelungene Plattform zum Austausch.



Erstes kommunalpolitisches Treffen mit den BürgermeisterInnen und Gemeinderäten der Mitgliedskommunen

### 1.2. Mitarbeiter und Geschäftsstelle

Mit Sabine Hübl, Hannah Markert, Alexandra Hornberger und Regine Sommerfeld konnte der Neckar-Zaber-Tourismus im Berichtsjahr die Konstanz im Team fortsetzen. Genau wie der Verein, feierte auch Frau Hübl ein Jubiläum. Seit zwei Jahrzehnten ist sie als Geschäftsführerin mit viel Herzblut Impulsgeberin, Netzwerkerin und Stimme für den regionalen Tourismus.



**Sabine Hübl**

- seit Juni 2005
- 51 %
- Leitung der Geschäftsstelle
- Produktentwicklung
- Marketingplanung und -umsetzung
- Vereinsaufgaben
- Kooperationen mit Partnern
- Leitung von Sitzungen & Vertretung in Gremien



**Hannah Markert**

- seit Januar 2024
- 100 %
- Stellvertretende Geschäftsführung
- Website & Digitalisierung
- Social Media & Newsletter
- Prospekterstellung
- Betreuung Praktikanten
- Organisation Gruppenprogramme
- Gästebetreuung, Anfragen & Kartenvorverkauf



**Alexandra Hornberger**

- seit Januar 2022
- 60 %
- Buchhaltung & Statistik
- Pauschalen & Tagesprogramme
- Mitgliederverwaltung
- Organisation Gruppenprogramme
- Gästebetreuung, Anfragen & Kartenvorverkauf



**Regine Sommerfeld**

- seit Januar 2008
- 41 %
- Veranstaltungskalender
- Pressearbeit Führungstermine
- Organisation Gruppenprogramme
- Messeorganisation
- Prospekterstellung und -verwaltung
- Gästebetreuung, Anfragen & Kartenvorverkauf

→ Weitere Infos zum Team/Arbeitsfelder/Arbeitstage: [Das Team](#)

Im Rahmen ihr Tourismusstudiums hat Maja Dimmler von der Hochschule Heilbronn das Team des NZT unterstützt. Im Praxissemester hat sie von Februar bis Juli viele Einblicke in die Arbeit eines Tourismusvereins erhalten. inkl. Jubiläumsradtour und Umzug.

Um die EDV-Betreuung auch über die umzugsbedingte Neueinrichtung hinaus zu gewährleisten, wurde stundenweise Personal aufgestockt. Seit Ende des Jahres sorgt **Max Himmelsbach** für zuverlässige Technik in der Tourist-Info.

### Digitale Kompetenzen erweitert

Vor allem die digitalen Themen standen im Fokus der Fortbildungsmaßnahmen beim NZT. Auf Einladung des Kraichgau-Stromberg-Tourismus erfuhr das Team der Geschäftsstelle beim KI-Workshop der gemeinsamen Website-Agentur destination.one mehr über KI-Tools für Websites.

Die Potenziale von KI im Bezug auf touristische Kommunikation, Projektmanagement, Content-Erstellung, Marketing und Organisation waren Inhalt des ersten „**KI im Tourismus**“-Barcamps Ende Mai in Heilbronn. Bei der Mitmach-Konferenz waren auch die Damen des NZT unter den 120 Teilnehmende aus Touristik, Technologie und Wissenschaft. Ebenso hatte der TMBW Data-Day mit „Daten intelligent nutzen – KI im Tourismus verstehen und anwenden“ die künstliche Intelligenz im Blick.

Input und Impuls zum Weintourismus lieferte die Teilnahme an der **Weinsüden B2B-Roadshow** „Württemberg-Edition“ im Remstal und der vom WTC veranstaltete Weintourismus Marketing Day im Weingut Willy in Nordheim.

### 1.3. Neue Tourist-Information

Nach dem Gemeinderatsbeschluss zum Neubau der Tourist-Info im Oktober 2021 war es im Berichtsjahr endlich soweit: Die **Touris-Info und Geschäftsstelle haben ihren neuen Standort bezogen**. Seit Ende Juli befinden sich die Räumlichkeiten am neu gestalteten Obertorplatz in der historischen Altstadt von Brackenheim. Mit der entstehenden Deutschen Weinwelt gegenüber und dem benachbarten Heuss Museum bildet sie ein neues touristisches Zentrum in Brackenheim.



Neue Tourist-Info und Geschäftsstelle des Neckar-Zaber-Tourismus e.V. am Obertorplatz

#### Umzug, Einzug, Feierlichkeiten

Das Thema Umzug hat das Team des NZT das ganze Berichtsjahr beschäftigt. Die Vorarbeiten umfassten umfangreiches Aussortieren (analog und digital), die Neukonzeption der kompletten EDV-Struktur sowie zahlreiche Abstimmungen mit IT, Stadt, Bauamt, Architekt und schließlich den Aus- und Einzug selbst.

Und auch in der sich dem Umzug anschließenden Fertigstellungsphase war der Neckar-Zaber-Tourismus Erstkontakt für alle Handwerker und Besucher.

Umzugstag in die neuen Räumlichkeiten war schließlich der 21. Juli.

Da die Fertigstellung des Obertorplatzes noch nicht abschlossen war, gelangten die Gäste anfangs über den Hintereingang in die Tourist-Info.

Gefeiert wurde gleich zweimal. Zum **Pre-Opening der Tourist-Info** fanden Stadtverwaltung, Gemeinderäte, Baubeteiligte und NZT-Vorstand am 29.7. zusammen.

Die **offizielle Eröffnung** war am 10. Oktober gemeinsam mit der Einweihung des neu gestalteten Obertorplatzes. Neben interessierten Bürgerinnen und Bürgern nutzten auch Mitgliedsbetriebe und Gästeführer die Gelegenheit, die neue Geschäftsstelle zu besichtigen.



Einweihung Obertorplatz und offizielle Eröffnung Tourist-Info

Um sich zukunftsfähig zu positionieren, setzt die neue Geschäftsstelle auf moderne und erlebnisorientierte Ausstellungselemente, die im Berichtsjahr konzipiert und umgesetzt wurden.

Gäste erfreuen sich an einer großformatigen Panorama-Reliefkarte im Innenraum, regionale Persönlichkeiten an der Glasscheibe werden über eine im Außenbereich installierte Kurbel-Hörstation zum Reden gebracht und eine doppelseitiger Schaufensterbildschirm informiert über Veranstaltungen und Angebote.



Neue Hörstation vor der Tourist-Info



Team-Exkursion zum Haus des Tourismus in Stuttgart

Wertvolle Impulse für die eigene Arbeit in der Tourist-Info erhielten die Mitarbeiterinnen des Neckar-Zaber-Tourismus bei einem Ausflug nach Stuttgart. Die Führung durch das frisch eröffnete **Haus des Tourismus** lieferte spannende Einblicke in den modernen Betrieb einer Tourist-Information.

## 2. Kooperationen & Zusammenarbeit

### 2.1. Tourimia - das neue Dach wird sichtbar

Gegründet 2024 als zweitgrößte Dach-DMO Baden-Württembergs, vereint die Tourimia Tourismus GmbH sechs Tourismusgemeinschaften sowie den Landkreis Rhein-Neckar. Mit Sitz im Kloster Bronnbach bündelt die TTG Kompetenzen, generiert Fördermittel über das Land und fungiert als sogenanntes Service- und Kompetenzzentrum für die TGs.

Inwiefern diese gemeinsame Entwicklung auch den Neckar-Zaber-Tourismus betrifft, zeigen die ersten bereits realisierten Projekte und Maßnahmen des neuen Dachverbands, die vor allem finanziellen und qualitativen Mehrwert für den N ZT brachten.



### Gemeinsame Marke, gemeinsame Bildsprache

„Im Süden ganz oben“ ist der Claim der neuen, gemeinsamen Wort-Bild-Marke, mit der sich die Tourimia und die angeschlossenen TGs seit 2025 präsentieren. Einstimmig haben sich auch Vorstand und Mitgliederversammlung des NZT für die Umsetzung des Corporate Designs des nördlichen Baden-Württembergs ausgesprochen.

Erster Schritt war die Beauftragung eines **neuen Logos für den NZT**, sprich Kommunikation-, Unternehmens- und Bildmarke. Sichtbar ist das neue Logo seit Sommer auf der Webseite des NZT, in den Social Media Kanälen und in der neuen Tourist-Info. Im Layout der Printmedien wird das neue Design nach und nach realisiert (s. S. 20).

### Neues Corporate Design für den Neckar-Zaber-Tourismus



Neue Kommunikationsmarke, Unternehmensmarke und Bildmarke des NZT

Eine einheitliche Bildsprache war Ziel eines Fotografenteams, welches das ganz Jahr über in Nord BW unterwegs waren. Zum Aufbau der **„Im Süden ganz oben-Bilddatenbank“** wurde auch im Zabergäu gedreht. Natur, Weinbau und Menschen wurden u.a. in Brackenheim, Clebronn, Nordheim und Lauffen eindrucksvoll in Foto und Video eingefangen.

Das Shooting-Material wird allen TGs sowie deren Mitgliedern und Leistungsträgern über das öffentliche Bildportal Canto zur Verfügung gestellt. [Canto](#) (Kraichgau-Stromberg-Tourismus) [Canto](#) (HeilbronnerLand).

### Digital- und Social Media-Strategie

Für die neue TTG-Website hat die Dachorganisation allen Touristikgemeinschaften die Möglichkeit geboten, eigene Subportale auf Basis der neuen Seite umzusetzen. Dies hat der NT gerne genutzt und seine **Website komplett erneuert** (s. S. 19).

Im Social-Media-Bereich nutzen die TGs künftig das von der Tourimia bereitgestellte System „Contentbird“ zur Planung, Erstellung und Vernetzung von Inhalten.

### Planung gemeinsamer CMT-Auftritt und Ausblick

Vom 18. bis 26. Januar 2025 war der NZT auf der CMT in Stuttgart letztmalig am Messtand des Heilbronner Landes vertreten. Ab 2026 präsentieren sich die Gesellschafter der TTG unter dem Dach „Im Süden ganz oben“ erstmals mit einem gemeinsamen Auftritt. Da der NZT wieder einen **eigenen Counter über mehrere Messtage** betreut, war der Tourismusverein diesbezüglich direkt im Austausch mit der Tourimia.

→ Gemeinsame Marketingmaßnahmen, Radanalyse und verstärkte Pressearbeit aber auch die Fortsetzung der Digitalstrategie sind für 2026 geplant.

Eine konkrete Maßnahme ist das bevorstehende **Fotoshooting im Zabergäu** in Zusammenarbeit mit der THL und den NZT Mitgliedskommunen.

## 2.2. Projektstelle: Wein-Tourismus-Cluster Neckar-Zaber

Die bei der Staatliche Lehr- und Versuchsanstalt für Wein- und Obstbau Weinsberg (LVWO) Weinsberg angesiedelte Projektstelle „Wein-Tourismus-Cluster Neckar-Zaber“ hat zum Ziel, die Region als attraktive Weintourismus-Destination zu stärken und Synergien zwischen regionalen Betrieben zu schaffen.



Nach einer ersten Bedarfsanalyse haben die gegründeten Projektgruppen aus Weinbau und Tourismus mit Laura Liebigut eine zentrale Produktidee entwickelt: den **Wineflight**  
– eine regionale Mini-Weinproben mit drei Weinen, Snacks und Verkostungsbogen zum einheitlichen Preis.

Thematisch ergänzt wird der Wineflight durch fünf neu konzipierte **Radrouten** entlang der am Wineflight teilnehmenden über zwanzig Weinbaubetriebe.

[Mehr zum Wineflight den Radtouren und Betrieben.](#)

Offizieller Start des Projekts war Mitte Mai. Mit der Kombination aus Radtour durch die Weinlandschaft, regionalem Genuss und Weingut-Besuch wurde die Wineflight-Idee erfolgreich der Öffentlichkeit vorgestellt. [Instagram](#).

In den folgenden Monaten wurden bereits geführte Radtouren auf den Wineflight-Routen angeboten. → 2026 werden die Touren über das Weintourismuscluster im beliebten Outdoorportal komoot beworben.

→ Beim „**Innovationspreis Tourismus**“ belegte das Projekt in der Kategorie „Clevere Strukturen“ den dritten Platz und wurde auf der CMT feierlich ausgezeichnet. [Innovationspreis Tourismus 2026: Wein-Tourismus-Cluster Neckar-Zaber](#)

## 2.3. Regionale Zusammenarbeit und Sitzungen

### Arbeitskreis Tourismus

Als interkommunaler Tourismusverein nimmt der NZT eine zentrale Koordinationsfunktion für vielfältige Interessen in der Region wahr. Ein bedeutendes Gremium innerhalb der Vereinsarbeit ist der seit mehr als 20 Jahren bestehende **Arbeitskreis Tourismus**.

Dieser Zusammenschluss vereint Tourismusverantwortliche aller Mitgliedskommunen sowie Vertreter des Erlebnispark Tripsdrill. Im Berichtsjahr kamen die Mitglieder zu vier Sitzungen zusammen. Unter der Leitung des NZT wurden dabei anstehende Projekte erörtert und aktuelle Entwicklungen vorgestellt. Um touristische Angebote und Betriebe besser kennenzulernen, finden die Treffen regelmäßig bei wechselnden Mitgliedsbetrieben statt.



Test der Lauschtour-App in Gügingen



Führung durch die Michaelskirche Cleeborn

### Zusammenarbeit THL und KST

Die enge Zusammenarbeit mit dem **HeilbronnerLand** war auch im Berichtsjahr ein wichtiger Baustein. Im Fokus standen dabei die geplante Erlebnisinszenierung am Württemberger Weinradweg, die CMT oder die Zukunft des Gastgeberverzeichnis. Im Rahmen der **Tourismusstammtische** wurden zudem strategische Themen vertieft, darunter die Werbemittelplanung anhand der Printkonzepte der Tourimia, die canto-Bilddatenbank oder die Social-Media-Strategie inklusive Redaktionspläne und Kooperation mit dem Dachverband.

Schwerpunkt mit dem **Kraichgau-Stromberg Tourismus e.V. (KST)** war die künftige Webausrichtung. Das bisherige, gemeinsame System wurde gekündigt. Beide Tourismusvereine wechselten erfolgreich auf ein Subportal der neuen „Im Süden ganz oben“ Seiten. Ergänzend zu den Werbeausschusssitzungen stand im November eine zweitägige **KST-Klausurtagung** an. Unter dem Leitthema „Wer bremst, verliert“ wurden für relevante touristische Trends erste Produkte entwickelt sowie das Zusammenspiel von Kooperation und eigenen Initiativen innerhalb der TTG diskutiert.

## 3. Aktionen und Marketingkampagnen

### Radaktion zum 20 jährigem Vereinsjubiläum

Wenn Kommunen, Betriebe und touristische Akteure seit 20 Jahren erfolgreich an einem Strang ziehen, lag es nahe, **mit einer Jubiläumsaktion die Region zusammenzubringen** und Bevölkerung und Leistungsträger einzubinden.

Am 6. Juli lud der NZT zur Jubiläumsradtour. An zehn Stationen hatten Radler von Neckarwestheim bis Zaberfeld die Möglichkeit, Stempel zu sammeln und beim Gewinnspiel mitzumachen. Das Angebot, an dem Schnecken-Maskottchen Weinbert seinen ersten öffentlichen Auftritt hatte, wurde gern genutzt. Über 20 Gewinner freuten sich im Nachgang über touristische Preise aus der Region.

Die am Nachmittag von Bürgermeister Csaszar angebotene Stadtradeltour inkl. Wineflight war ein weiterer, erfolgreicher Programmpunkt der Jubiläumsradaktion.

Öffnungszeiten der einzelnen Stempelstellen

**So funktioniert's!**

- Radelt auf eigene Faust zu den rechts aufgeführten Stempel-Stationen und lasst euch die Karte abstempeln
- Sobald ihr **mindestens 3 Stempel** gesammelt habt, könnt ihr an der Verlosung mit attraktiven Preisen teilnehmen - auch wenn ihr nicht gewinnt, habt ihr noch die Chance auf einen kleinen Trostpreis
- Bitte werft eure Stempelkarte **bis zum 06. Juli um 18:00 Uhr\*** mit ausgefülltem Namen sowie Anschrift und/oder E-Mail-Adresse in eine der Sammelboxen an den einzelnen Stationen ein oder gebt sie **bis zum 19. Juli** in der Tourist-Info in Brackenheim ab (Außerhalb der Öffnungszeiten einfach in den Briefkasten werfen)

Unser Maskottchen Weinbert wünscht viel Spaß beim Stempeln & Strampeln und viel Glück bei der Verlosung!

**STEMPEL-STATIONEN**

- Weinausschank am Mönchsbergsee, 74336 Brackenheim
- Weinausschank am Näser, 74389 Cleebromm
- Weinausschank „Im Bühn“, 74226 Nordheim
- Hölderlinhaus, Nordheimerstr. 5, 74348 Lauffen am Neckar (13 - 18 Uhr)
- Römermuseum, Marktstraße 18, 74363 Güglingen (10 - 18 Uhr)
- Theodor-Heuss-Museum, Oberbstr. 27, 74336 Brackenheim (11- 17 Uhr)
- Naturparkzentrum, Ehmselkinge 1, 74374 Zaberfeld (10-17 Uhr)
- Lauffener Brückenfest, Stand des Partnerschaftskomitees vor dem Rathaus, 74348 Lauffen am Neckar
- Musikfest Neckarwestheim, Musikerheim Musikverein, Liebansteiner Str. 26, 74382 Neckarwestheim
- Frosch- und Schneckenfest, Stand der Feuerwehr vor dem Rathaus (Rodbachstr. 15), 74397 Plaffenhofen

„Stempeln und Strampeln“ – Radaktion zum 20jährigen Vereinsjubiläum

## Aktionstag Tourismus

Besondere Sommerabende erlebten Besucher am 26. Juli 2025. Mit 12 Veranstaltungen nahm der NZT beim **landkreisweiten Aktionstag Tourismus** teil. Zum Thema „Nachts im Süden“ boten Gästeführer und Leistungsträger tolle, oft neu konzipierte, abendliche Führungen und Veranstaltungen an.



In Güglingen, Neckarwestheim und Lauffen wurde Geschichte bei Abendführungen lebendig,

Genießer kamen bei Weinerlebnis-Abenden in Brackenheim und Nordheim auf ihre Kosten und das Heuss Museum, Schloss Liebenstein sowie das Hölderlinhaus luden zum nächtlichen Entdecken ein.

## Förderprojekte 2025

Im Berichtsjahr konnte der Neckar-Zaber-Tourismus gleich drei Förderprojekte mit einem Gesamtvolumen von knapp **14.000 Euro** abrechnen.

### Lauschtour zur Kunst in Güglingen.

Gemeinsam mit der Stadt, dem NZT und der Bürgerstiftung Kunst für Güglingen ist seit dem Frühjahr eine smartphonegeführte Lauschtour online, die den Besucher unterhaltsam über die Kunstwerke in der Innenstadt informiert ([www.lauschtour.de](http://www.lauschtour.de)). Anschub erhielt das Projekt durch eine Förderung der **Kulturstiftung der Kreissparkasse Heilbronn**. Feierliche Startfreigabe der App war Mitte April im Rahmen des Güglinger Palmmarkts. Bis Mitte Dezember wurde die Tour 231 mal runtergeladen. Bei durchschnittlich 1,5-2 Zuhörern pro Download haben inzwischen über 400 Teilnehmer Güglingen und seine Kunstwerke per Lauschtour erlebt.

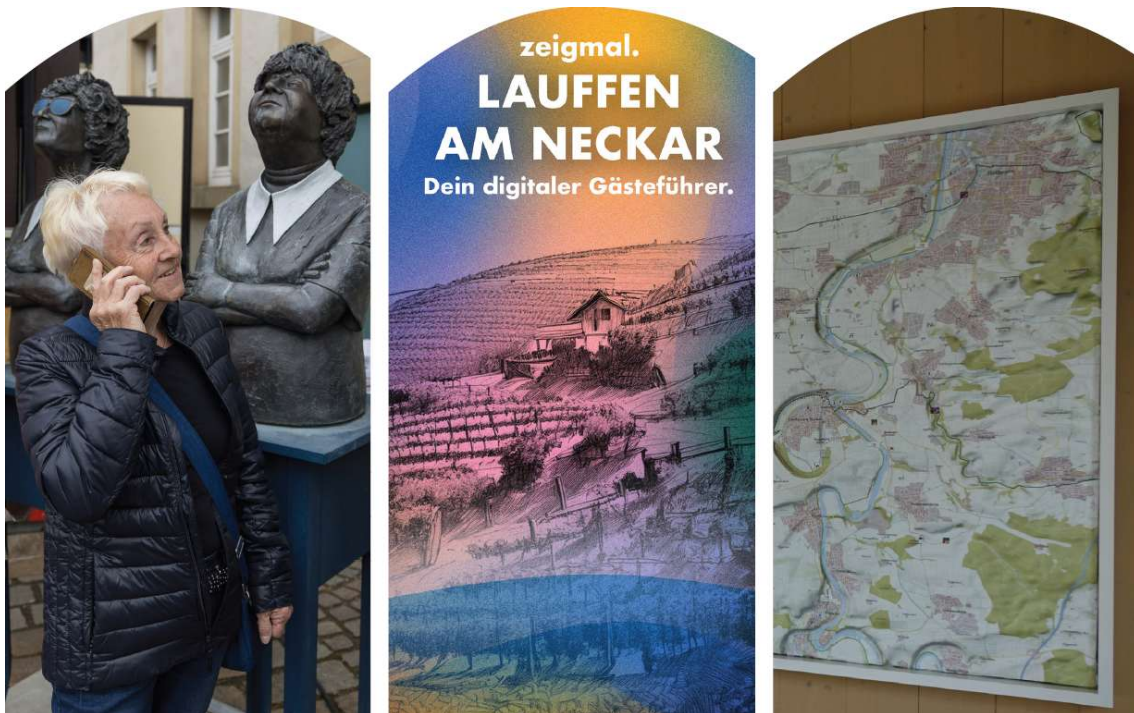
### Zeigmal steil

Über einen Förderantrag des **Regionalmanagement Neckarschleifen** wurden unter Federführung des NZT drei app-geführte Touren durch die Lauffener Steillagen konzipiert inkl. Audios, Hintergrundtexte und Augmented Reality. Ähnlich der Lauschtour ermöglicht es die zeigmal App, Einheimischen und Touristen die Kulturlandschaft der Steillagen interaktiv und unterhaltsam per Smartphone zu erkunden.

→ auch der Weinsüden Weinort Brackenheim kann inzwischen per zeigmal App entdeckt werden.

### Panoramakarte neue Tourist-Info

Anfang März traf der Zuwendungsbescheid des **Naturparks Stromberg Heuchelberg** ein und mit ihm die Förderung für die neue Panoramareliefkarte. Die großformatige 3D Karte ist schnell zum Herzstück der neuen Tourist-Info geworden und zeigt neben der topographischen Darstellung der Region auch die beliebtesten Rad- und Wanderwege. Die ergänzten QR-Codes führt die Besucher der Geschäftsstelle zu weiteren touristischen Angeboten.



Förderprojekte 2025: Lauschtour Güglingen, zeigmal-App Lauffen und Panoramakarte Tourist-Info (Foto links, Claudia Fy)

## 3.1. Momente, Projekte und Meilensteine 2025

**10./11. Jan: Praxis Gästeführerausbildung**

Nach Wochenendworkshop und regionalem Input im November, hatten die angehenden 19 Gästeführer Zeit, sich auf ihre erste Kurzführung vorzubereiten. Der Praktische Teil mit einer selbst gewählten Themenführung vor Ort bildete den Abschluss der erfolgreichen Gästeführerausbildung für die Neckar-Zaber-Region.

**Jan: Busmailing**

Den Jahresstart hatte der NZT genutzt und erstmals die beliebtesten Gruppenangebote der Region an einen Verteiler von Busreiseveranstaltern gesandt.

**18.–26 Jan: CMT Messe Stuttgart**

Vor der Fortsetzung am Tourimia-Stand, präsentierte sich der NZT ein letztes mal am Stand des HeilbronnerLands. Mit Weinbaubetrieben, Kommunen und der Württembergischen Weinkönigin Kim Weißflog rührte der NZT die Werbetrommel. Für ihr Engagement im Tourismus wurden Cathrin Seybold (Weingut Seybold, Lauffen), Enrico DeGennaro (Römermuseum Güglingen), Klaus Koch (Stadtführer in Lauffen) und Laura Liebegut (WTC) auf der Messe als **Tourismushelden** ausgezeichnet



**Frühjahr 2025**

**1./2. Februar**

Dass die Region beim Busreisepublikum beliebt ist, zeigt die Nachfrage beim Tag der Reise der Firma Müller Reisen in Massenbachhausen. Am den beiden Tagen vor Ort wanderten vor allem Informationen zum Radfahren, Wandern und Wein in die Taschen der Besucher.



**13. April: Auftakt für die Lauschtour**

Unter Beteiligung des Neckar-Zaber-Tourismus wurde die neue Lauschtour-App „Kunst in Güglingen“ am Palmmarkt offiziell vorgestellt. Mithilfe der App können Besucher smartphonegeführt Güglingens Innenstadt kennenlernen und erhalten spannende Infos zu bekannten und versteckten Kunstwerken.

**15. Mai: Start Wineflight Wein-Tourismus-Cluster**

Radeln und Genießen hieß es Mitte Mai, bei der Präsentation des „Wineflights“ des Wein-Tourismus-Cluster Neckar-Zaber. Entwickelt mit Akteuren aus Weinbau und Tourismus, verbindet das Format moderne Miniweinproben mit landschaftlich reizvollen Radtouren. Start war beim Weingut Blatt mit Frühstück und Präsentation der Touren durch Projektmanagerin Laura Liebegut, gefolgt von einer gemeinsamen Radrunde zu beteiligten Weingütern.





#### 4. Juni: Maskottchenvorstellung und Namenssuche

Unsere Follower haben gepostet: Weinbert heißt die kleine Schnecke, die ab sofort als Sympathiefigur die Region vertritt

**N** neckarzabertourismus Neuzugang im Neckar-Zaber-Team! 🍷  
Dürfen wir vorstellen? Neben einem neuen Logo haben wir nun auch ein Maskottchen – gemütlich, charmant und ein echter Genießer! 🍷  
Aber Moment... unser kleiner Star hat noch keinen Namen! 😊



#### Sommer- Pressetermine

Neues Logo, neues Maskottchen, neue Tourist-Info, 20 Jahre NZT und Betriebsjubiläum der Geschäftsführerin waren gute Gründe, die Presse einzuladen und lokal zu berichten (s. Pressespiegel ab S. 33)

### Sommer 2025

#### 6. Juli: Jubiläumsradtour

Eine besondere Radaktion gab es anlässlich des 20-jährigen Bestehens des Tourismusvereins. An verschiedenen Stempelstellen der Region (Feste, Ausschankhütten oder Museen) konnten Radler Stempel sammeln und gewinnen. Ein besonderer Programmpunkt war die Stadtradeltour mit BM Csaszar, die in der WG Stromberg-Zabergäu mit einem Wineflight endete.



#### 25. Juli: kommunalpolitisches Treffen

Ende Juli fand erstmals ein „Tourismustag für Gemeinderäte“ statt. Ziel war, das touristische Bewusstsein zu stärken und den regionalen Nutzen des Tourismus aufzuzeigen. Das Treffen im Weinausschank „Christophsblick“ war ein gelungener Austausch zwischen Gemeinderäten, Bürgermeistern und Touristikverantwortlichen.

#### 26. Juli: Aktionstag Tourismus „Nachts im Süden“

Mit insgesamt zwölf Programmpunkten beteiligte sich der NZT am landkreisweiten Aktionstag Tourismus. Unter dem Motto „Nachts im Süden“ gestalteten Gästeführer und Leistungsträger abwechslungsreiche, vielfach neu entwickelte Abendführungen und Veranstaltungen.



## 29. Juli: interne Eröffnung Tourist-Info

Ein feierliches Pre-Opening mit Planern und Handwerkern, Gemeinderat, Gästen aus Politik und Tourismus und natürlich den „Bewohnern“ (NZT, Heuss Museum und Bi-musterregion) fand Ende Juli in der neuen Geschäftsstelle statt.



## 30. Juli: Besuch Sommertour

Gleich einen Tag später war der NZT erneut Gastgeber. Staatssekretär Dr. Patrick Rapp (Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus des Landes Baden-Württemberg) besuchte in Rahmen seiner Sommertour die Deutsche Weinwelt und schaute in den gerade eröffneten Räumlichkeiten des NZT vorbei.



## Aug-Dez: Auslage Gruppenplaner Haus des Tourismus

Über ein Kooperationsangebot der Tourimia hatte der NZT im neu eröffneten Haus des Tourismus in Stuttgart ein Auslagefach angemietet. Fünf Monaten lag der Gruppenplaner an der „Im Süden ganz oben“-Stele im neue i-Punkt aus. Die ersten 50 Exemplare war schnell vergriffen und mussten nachgeliefert werden.



## 10. Oktober: Einweihung Obertorplatz und Tourist-Info

Mit einem tollen Rahmenprogramm wurde die Tourist-Info zusammen mit dem neu gestalteten Obertorplatz offiziell eingeweiht. Die vom NZT angebotenen Aktionen wie Führungen durch die Räumlichkeiten, das Glücksrad, der Selfie-Point oder die interaktive Mindmap wurden gerne genutzt.



## Herbst 2025

## 21. Oktober: Weintourismus Marketing Day

Beim Weintourismus-Marketing Day des Weintourismus-Clusters in der Privatkellerei Rolf Willy ist der NZT mit vor Ort. Der Tourismusverein präsentiert sich mit einem Infostand sowie einem Vortrag über den regionalen Weintourismus dem Publikum.



**31. Oktober: Flammendes Brackenheim**

Volles Haus hatte die NZT beim Brackensteiner Latenight-Shopping. Verlängerte Öffnungszeiten lockten zum verkaufsoffenen Abend viele Neugierige in die neuen Räumlichkeiten der Tourist-Info.

Nov/Dez 2025



**9. November: Präsentation zeigmal App**

Über das Regionalmanagement Neckarschleifen wurden durch den NZT drei app-geführte Touren durch die Lauffener Steillagen entwickelt – mit Audioinhalten, Hintergrundwissen und Augmented-Reality-Elementen. Offiziell vorgestellt hat der NZT die App und ihre Touren beim Tag der offenen Tür der Lauffener Stadtverwaltung.

**9. Dezember: „Silent go live“ neue Website**

Mit einem sogenannten „Silent Go-Live“ ging die neue Website des NZT bereits im Dezember in Betrieb. Technisch online, aber noch nicht in der Bewerbung, konnte letzte Fehler überarbeitet werden, bevor die Website auf der CMT 2026 der breiten Öffentlichkeit präsentiert wurde.



**3.2. Website und Print**

**Neue Website im Verbund „Im Süden ganz oben“**

Im Zuge der Neukonzeption der TTG Website [www.imsuedenganzoben.de](http://www.imsuedenganzoben.de) bot die Tourimia Tourismus GmbH allen Touristkgemeinschaften sowie weiteren touristischen Organisationen die Möglichkeit, eigene Subportale auf Basis der neuen Seite umzusetzen. Der bisherige NZT-Webauftritt wurde bereits seit Jahren als Subportal des KST geführt; aufgrund anstehender kostenintensiver Updates fiel die gemeinsame Entscheidung zugunsten der neuen Lösung daher nicht schwer.

Die neue Website des NZT ist nun **Teil der gemeinsamen Familie „Im Süden ganz oben“**. Die Subportale bleiben mit eigener Menüstruktur und lokaler redaktionellen Betreuung eigenständige Websites. Gleichzeitig profitiert die neue NZT-Seite durch den Zusammenschluss von einer zentralen Betreuung, der Nutzung der Canto Bilddatenbank, der Entwicklung neuer, digitaler Produkte oder von zukünftigen Projekten wie die für 2026 angedacht Online-Buchbarkeit.

Die technische Umsetzung übernahm die Agentur Conecto, die strategische und konzeptionelle Begleitung erfolgte durch Grafikagentur Pilum. Auf konzeptionelle Gespräche im Vorfeld folgte der Einpflegestart im September. Trotz straffem Zeitplan konnte der Tourismusverein das Projekt mit einem silent go live Mitte Dezember erfolgreich umsetzen.

Die neue Website ist nutzerfreundlich und übersichtlich aufgebaut. Das Design mit einer der bewusst gewählte Bildsprache verleiht eine moderne Ausstrahlung. Als Datenbasis dienen weiterhin die bereits erfassten Einträge der mein.toubiz-Datenbank. Schauen Sie selbst vorbei und lassen Sie sich inspirieren – wir freuen uns auf Feedback. [Neckar-Zaber-Tourismus](#)



### Neue Rad- und Wanderkarte im Design der Tourimia



Mit der neuen Rad- und Wanderkarte ist das erste Printmedium im Corporate Design der Tourimia erschienen – passend zur neuen Website und damit ein wichtiger Schritt hin zu einem einheitlichen Auftritt.

Die Karten gehört seit vielen Jahren zu den beliebtesten Broschüren im Portfolio des **Neckar-Zaber-Tourismus**. Da die bisherige Radkarte vergriffen war, wurde eine Neuauflage notwendig – mit bewährtem Inhalt und frischem Layout.

Erstmals zum Einsatz kam die neuen Rad- und Wanderkarten auf der **CMT** in Stuttgart. Dort fügten sie sich in die Prospektfamilie der anderen Tourismusgemeinschaften ein und ergänzte das gemeinsame Erscheinungsbild. Mit der Rad- und Wanderkarte wird zugleich ein weiterer inhaltlicher Schwerpunkt der Tourimia sichtbar: Neben den Themen **Wein & Kulinarik**, **Wohnmobil** und **„Ein schöner Tag“** bildet **Radfahren** den vierten zentralen Fokus der touristischen Vermarktung. Die neuen Karten sind bereits bei zahlreichen Leistungsträgern in der Region ausgelegt und stehen Gästen damit direkt vor Ort zur Verfügung.

Neben der Rad- und Wanderkarte bewirbt der Neckar-Zaber-Tourismus e.V. die Angebote der Region in 11 unterschiedlichen Druckerzeugnissen. Dazu zählen jährlich erscheinende Prospekte mit termin- und preisbezogenen Informationen, etwa die Pauschalangebote, Führungstermine und der Gruppenplaner, ergänzt durch Printmedien zu den weiteren Schwerpunktthemen der Region wie Besen- und Weinausschankübersicht, Wohnmobilyer sowie spezielle Formate wie das Malbuch und die Kinderkarte.

Einen Überblick aller Printmedien ist unter [Prospektbestellung](#) zu finden.

### 3.3. Innenmarketing

Oft unterschätzt, spielt das Innenmarketing im Destinationsmanagement eine zentrale Rolle. Die Akteure innerhalb der Region – von touristischen Leistungsträgern über Betriebe bis hin zu Verwaltung und Bevölkerung – werden informiert, eingebunden und für den Tourismus sensibilisiert. Nur so kann die Region erfolgreich nach außen positioniert werden.

Ein Großteil der Aktionen im Berichtsjahr, wie das kommunalpolitische Treffen, die Jubiläumsradtour oder die Eröffnung der Tourist-Info waren wichtig für dieses Marketing in die Region hinein. Sie ergänzen die über´s Jahr regelmäßig vom NZT durchgeführten Innenmarketingaktivitäten:

#### Berichte und Pressearbeit

Aktuelle Themen erscheinen regelmäßig in der Heilbronner Stimme sowie in den Amtsblättern. Zusätzlich übernimmt der NZT die Pressearbeit für die zahlreichen Gästeführungen: Die Termine werden wöchentlich zusammengestellt, redaktionell aufbereitet und veröffentlicht (siehe Pressespiegel).

#### Newsletter



Rund 760 Zabergäu-Fans und potenzielle Gäste erhalten den Newsletter des NZT – etwa 20 mehr als im Vorjahr. Er informiert über Projekte, Aktivitäten, Angebote von Mitgliedern und Veranstaltungen. Die durchschnittliche Öffnungsrate lag 2025 erneut bei erfreulichen 50 Prozent, die Klickrate wie im Vorjahr bei 9 Prozent.

## Veranstaltungskalender

Der Veranstaltungskalender ist das Herzstück der Website und wird laufend aktualisiert. Er bietet eine Übersicht über Gästeführungen, Weinfeste und Kulturveranstaltungen von Zaberfeld bis ins Neckartal. Zusätzlich werden die Termine zwölfmal im Jahr per Mailing an rund 460 Abonnenten versendet und auch von Gastgeberinnen sowie in der Tourist-Info genutzt.

## Social Media Marketing

Die Herkunft der Follower zeigt, dass die Social-Media-Kanäle nicht nur zur Außenkommunikation dienen, sondern auch innerhalb der Region eine wichtige Rolle spielen. Besonders über die Wochenend-Stories erhalten die Fans regelmäßig Einblicke in touristische Veranstaltungen und in die Arbeit des Neckar-Zaber-Tourismus.

## Gremienberichte

In Gremien wie der Mitgliederversammlung oder Gemeinderatssitzungen berichtet der NZT regelmäßig über seine Arbeit und stellt den Geschäftsbericht vor. Ebenso wurde beim kommunalpolitischen Treffen und beim Weintourismus Marketing-Day die Arbeit des Vereins präsentiert. Treffen mit Mitgliedsbetrieben finden häufig direkt bei den Leistungsträgern vor Ort statt.

# 4. Zahlen und Statistik

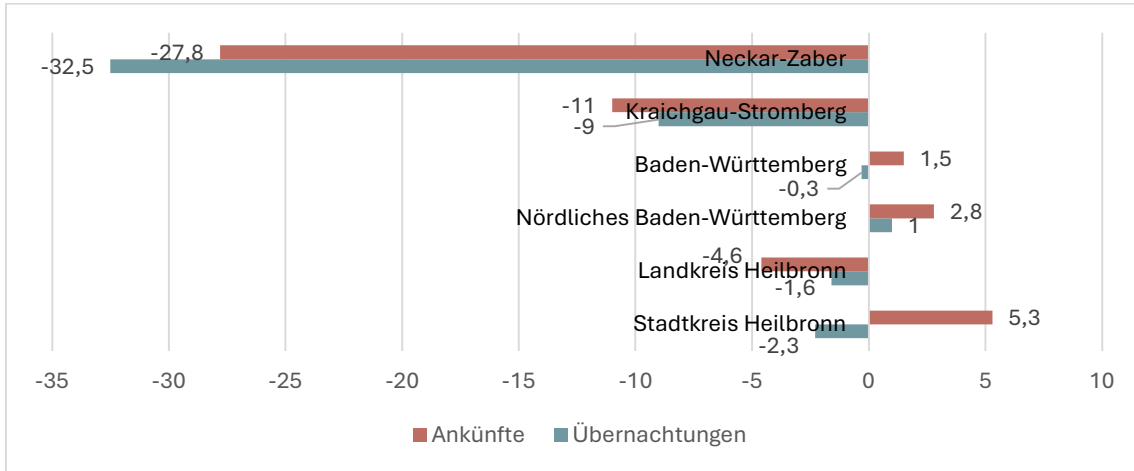
## 4.1. Daten der amtlichen Statistik

Der Tourismus in Baden-Württemberg entwickelte sich 2025 weiterhin positiv. Mit 24,1 Millionen Gästeankünften wurde das Vorjahresergebnis um 1,5 % übertroffen. Die Übernachtungen lagen bei 58,7 Millionen und damit nur 0,3 % unter dem Vorjahreswert. Insgesamt bewegt sich der Tourismus damit weiterhin auf hohem und stabilem Niveau.

Regional verzeichneten Schwarzwald, **Nördliches Baden-Württemberg** sowie Bodensee und Hegau ein Plus bei den Übernachtungen. Leichte Rückgänge gab es auf der Schwäbischen Alb, im württembergischen Allgäu-Oberschwaben und auch in der Region Stuttgart. Gewinner sind die **Campingplätze** mit einer Übernachtungsplus von 6,5 % (bundesweit +4,2 %).

Der wichtigste Quellmarkt für Baden-Württemberg bleibt Deutschland. **80 % der Übernachtungen stammen von Gästen aus dem Inland**, deren Zahl 2025 um 0,4 % zunahm. Besonders gefragt sind Kurzreisen und Wochenendaufenthalte, vor allem aus den angrenzenden Bundesländern. Das Auslandsgeschäft (20 % Anteil) lag mit -2,9 % unter dem Vorjahr. Gründe sind unter anderem der Sondereffekt der Fußball-EM 2024 sowie wirtschaftliche und globale Unsicherheiten. Besucher kamen 2025 vor allem aus der Schweiz, Niederlande, Frankreich, USA und Österreich.

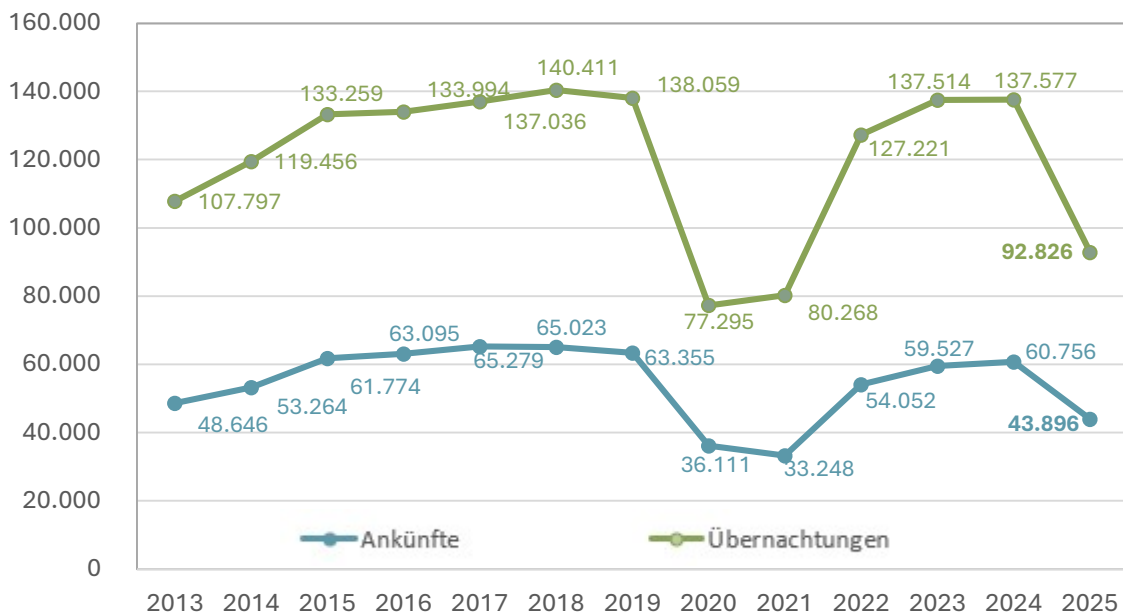
Prozentuale Veränderungen der Übernachtungszahlen 2025 im Vergleich zum Vorjahr



© Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Fellbach 2026 | Stand: 12.05.2026 / 16:30:25

Die Entwicklung der Ankunfts- und Übernachtungszahlen in der Neckar-Zaber-Region weicht deutlich vom übergeordneten Trend ab. Während sich die Übernachtungen im Landkreis, im nördlichen Baden-Württemberg sowie landesweit leicht negativ bis weitgehend stabil zeigen, verzeichnet die Region einen signifikanten Rückgang von rund 30 %. Dies deutet auf spezifische strukturelle Veränderungen innerhalb der Region hin und kann nicht allein durch allgemeine Marktentwicklungen erklärt werden.

Entwicklung der Ankünfte und Übernachtungen Neckar-Zaber-Region 2013-2025



Ein direkter Jahresvergleich bringt Klarheit:

Gemeinde	Jahresergebnis					
	Januar bis Dezember					
	Geöffnete Betriebe	Angebotene Schlafgelegenheiten	Ankünfte von Gästen		Übernachtungen von Gästen	
			Insgesamt	Wohnsitz außerhalb der BRD	Insgesamt	Wohnsitz außerhalb der BRD
Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	
<b>2025</b>						
Brackenheim, Stadt	3	87	.	.	.	.
Cleebronn	4	417	30.118	.	43.200	.
Güglingen, Stadt	1	.	.	.	.	.
Lauffen am Neckar, Stadt	7	182	8.450	778	15.098	1.387
Neckarwestheim	5	160	2.906	.	25.852	.
Nordheim	4	90	2.422	.	8.676	.
Pfaffenhofen	-	-	-	-	-	-
Zaberfeld	2	.	.	.	.	.
	<b>26</b>	<b>936</b>	<b>43.896</b>	<b>778</b>	<b>92.826</b>	<b>1.387</b>
<b>2024</b>						
Brackenheim, Stadt	3	87	5.933	.	13.335	.
Cleebronn	5	457	33.683	.	47.734	.
Güglingen, Stadt	1	.	.	.	.	.
Lauffen am Neckar, Stadt	7	187	9.001	1.001	18.645	2.432
Neckarwestheim	6	181	2.743	.	26.553	.
Nordheim	4	90	3.000	120	10.387	2.043
Pfaffenhofen	.	.	.	.	.	.
Zaberfeld	4	242	6.396	.	20.923	.
	<b>30</b>	<b>1.244</b>	<b>60.756</b>	<b>1.121</b>	<b>137.577</b>	<b>4.475</b>

© Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Fellbach 2026 | Stand: 12.05.2026 / 16:30:25

Belastbare Zahlen sind nur für die Neckar-Zaber-Kommunen möglich, die in beiden Jahren in der Statistik veröffentlicht sind. Dies ist in Cleebronn, Lauffen, Neckarwestheim und Nordheim der Fall. Andere Kommunen, etwa Brackenheim oder Zaberfeld, fallen 2025 durch einen Rückgang der Betriebs- und Bettenzahlen komplett aus der Statistik. Hier greift das Geheimhaltungsprinzip: *„Wenn in einer Gemeinde oder einer spezifischen Betriebsart nur 1-3 Hotels/Pensionen existieren, werden die Daten nicht veröffentlicht, da man sonst Rückschlüsse auf die Übernachtungszahlen einzelner Betriebe ziehen könnte.“*

Durch diese Entwicklung entsteht eine massive Verzerrung im Gesamtvergleich, da nicht mehr alle tatsächlich auftretenden Ankünfte und Übernachtungen in gewerblichen Betrieben in die bisherige Gesamtstatistik einfließen.

In den vergleichbaren Gemeinden zeigt sich 2025 ein Rückgang sowohl der Kapazitäten als auch der Nachfrage. Analog zum Rückgang der angebotenen Schlafgelegenheiten um rund 7 %, reduzieren sich die Ankünfte und Übernachtungen somit nur noch um etwa 9 % bzw. 10 %. Dies entspricht den Zahlen der Region Kraichgau-Stromberg und deutet auf ein allgemein herausforderndes Tourismusjahr 2025 hin.

#### Veränderung Ankünfte/Übernachtungen in den vergleichbaren Kommunen

	Cleebronn, Lauffen, Neckarwestheim, Nordheim			
JAHR	Geöffnete Betriebe	Schlafgelegenheiten	Ankünfte	Übernachtungen
2025	20	849	43.896	92.826
2024	22	915	48.427	103.319
<b>Veränderung in Prozent</b>		<b>-7,21%</b>	<b>-9,36%</b>	<b>-10,16%</b>

→ Die Region verliert (reduziert auf die vergleichbaren Kommunen) Übernachtungen und Ankünfte im einstelligen bis niedrig zweistelligen Prozentbereich. Vier Betriebe und ganze 308 Schlafgelegenheit verschwinden aus der amtlichen Statistik im Vergleich zum Vorjahr. Bei 300 Öffnungstage entspricht dies einer fehlenden Kapazität von 92.400 Übernachtungen.

Wohlwissend um die aktiven gewerblichen Betriebe, die aus Geheimhaltungsgründen nicht in der Statistik aufgeführt werden und die vielen Kleinbetriebe und Ferienwohnung in der Region, die ihre Daten nicht nach Stuttgart melden müssen, ist der Nachfrage- und Bettenrückgang in der Region ein strukturelles Singal, das weiter beobachtet werden sollte.

#### Monatliche Entwicklung der einzelnen Kommunen

Die monatliche Entwicklung der Ankünfte und Übernachtungen zeigt in allen Kommunen weiterhin eine Saisonalität mit einem Schwerpunkt in den Sommermonaten. Gleichzeitig ist in Cleebronn\* und Nordheim der Rückgang gegenüber dem Vorjahr auffällig. Während Lauffen eine stabile Entwicklung mit leicht rückläufigem Niveau aufweist, zeigt Neckarwestheim eine weitgehend konstante Auslastung ohne starke saisonale Schwankungen. Insgesamt unterstreichen die Unterschiede zwischen den Kommunen die verschiedenen touristischen Profile der Region – von freizeitorientierten, saisonabhängigen Verläufen wie etwa in Cleebronn bis hin zu stabileren, geschäftsreisegeprägten Strukturen wie sie in Neckarwestheim zu finden sind.

Amtliche Statistik 2025 nach Kommunen und Monaten

Gemeinde	Monat	Jahr	geöffnete Betriebe	angebotene Schlafgelegenheiten	Ankünfte		Übernachtungen	
					insgesamt	Auslandsgäste	insgesamt	Auslandsgäste
Anzahl								
Brackenheim	01-12	2025	3	87	.	.	.	.
<b>Brackenheim</b>	<b>JT</b>	<b>2025</b>						
Cleebronn	01	2025	3	359	.	.	.	.
Cleebronn	02	2025	3	359	.	.	.	.
Cleebronn	03	2025	3	359	.	.	.	.
Cleebronn	04	2025	4	417	2808	.	4089	.
Cleebronn	05	2025	4	417	3861	.	5416	.
Cleebronn	06	2025	4	417	3430	.	5054	.
Cleebronn	07	2025	4	417	3374	.	5123	.
Cleebronn	08	2025	4	417	.	.	.	.
Cleebronn	09	2025	4	417	.	.	.	.
Cleebronn	10	2025	4	417	3482	.	5306	.
Cleebronn	11	2025	4	416	1408	.	2200	.
Cleebronn	12	2025	4	417	.	.	.	.
<b>Cleebronn*</b>	<b>JT</b>	<b>2025</b>	<b>4</b>	<b>417</b>	<b>18 363</b>		<b>27 188</b>	<b>0</b>
Güglingen	01-12	2025	1	.	.	.	.	.
<b>Güglingen</b>	<b>JT</b>	<b>2025</b>	<b>1</b>					
Lauffen	01	2025	7	185	400	59	697	137
Lauffen	02	2025	7	183	348	43	669	76
Lauffen	03	2025	7	184	638	.	1074	.
Lauffen	04	2025	7	184	743	.	1192	.
Lauffen	05	2025	7	184	1058	102	1914	175
Lauffen	06	2025	7	183	1027	78	1566	143
Lauffen	07	2025	7	182	998	121	1638	.
Lauffen	08	2025	7	182	784	.	1287	.
Lauffen	09	2025	6	165	824	.	1576	.
Lauffen	10	2025	6	166	817	42	1801	.
Lauffen	11	2025	6	166	516	53	1019	.
Lauffen	12	2025	6	166	297	.	665	.
<b>Lauffen</b>	<b>JT</b>	<b>2025</b>	<b>7</b>	<b>182</b>	<b>8 450</b>	<b>498</b>	<b>15 098</b>	<b>531</b>
Neckarwestheim	01	2025	5	160	210	.	2249	.
Neckarwestheim	02	2025	5	160	130	.	2505	.
Neckarwestheim	03	2025	5	156	217	.	2531	.
Neckarwestheim	04	2025	5	156	212	.	2163	.
Neckarwestheim	05	2025	6	177	254	.	2019	.
Neckarwestheim	06	2025	5	160	213	.	1815	.
Neckarwestheim	07	2025	5	160	258	.	2322	.
Neckarwestheim	08	2025	5	160	246	.	1977	.
Neckarwestheim	09	2025	6	185	400	.	2276	.
Neckarwestheim	10	2025	5	142	303	.	2300	.
Neckarwestheim	11	2025	5	142	283	.	2243	.
Neckarwestheim	12	2025	5	142	180	.	1452	.
<b>Neckarwestheim</b>	<b>JT</b>	<b>2025</b>	<b>5</b>	<b>160</b>	<b>2 906</b>		<b>25 852</b>	

Gemeinde	Monat	Jahr	geöffnete Betriebe	angebotene Schlafgelegenheiten	Ankünfte		Übernachtungen	
					insgesamt	Auslandsgäste	insgesamt	Auslandsgäste
Anzahl								
Nordheim	01	2025	3	62	96	.	315	.
Nordheim	02	2025	3	62	119	.	487	.
Nordheim	03	2025	4	84	139	.	674	.
Nordheim	04	2025	4	84	222	.	763	.
Nordheim	05	2025	4	90	269	.	910	.
Nordheim	06	2025	4	90	237	.	901	.
Nordheim	07	2025	4	90	260	.	843	.
Nordheim	08	2025	4	90	286	.	884	.
Nordheim	09	2025	4	90	213	.	925	.
Nordheim	10	2025	4	84	268	.	853	.
Nordheim	11	2025	4	84	168	.	598	.
Nordheim	12	2025	4	84	145	.	523	.
<b>Nordheim</b>	<b>JT</b>	<b>2025</b>	<b>4</b>	<b>90</b>	<b>2 422</b>		<b>8 676</b>	
Pfaffenhofen	01-12	2025	.	.	.	.	.	.
<b>Pfaffenhofen</b>	<b>JT</b>	<b>2025</b>						
Zaberfeld	01	2025	4	224	284	0	618	0
Zaberfeld	02	2025	4	224	236	.	522	.
Zaberfeld	03	2025	3	92	220	.	536	.
Zaberfeld	04	2025	3	92	221	.	528	.
Zaberfeld	05	2025	3	92	260	.	566	.
Zaberfeld	06	2025	3	.	.	.	.	.
Zaberfeld	07	2025	2	.	.	.	.	.
Zaberfeld	08	2025	3	308	670	0	4067	0
Zaberfeld	09	2025	3	308	463	0	2333	0
Zaberfeld	10	2025	2	.	.	.	.	.
Zaberfeld	11	2025	2	.	.	.	.	.
Zaberfeld	12	2025	2	.	.	.	.	.
<b>Zaberfeld*</b>	<b>JT</b>	<b>2025</b>		<b>1 340</b>	<b>2 354</b>	<b>0</b>	<b>9 170</b>	<b>0</b>






\*Bei den Gemeinden Cleeborn und Zaberfeld ist eine Abweichung zur Jahresstatistik auffällig. In Cleeborn fließen deutlich weniger Werte in die monatlich aufsummierte Gesamtzahl ein, als in der finalen Jahresstatistik für Cleeborn ausgewiesen wird.

\*\*In Zaberfeld verhält sich die statistische Erfassung umgekehrt. Für die Gemeinde werden in der monatlichen Statistik noch die Werte von Januar-September aufgeführt. Die stattgefundenen Übernachtungen und Ankünfte finden in der Gesamtjahresstatistik aufgrund des Rückgangs der Betriebszahlen von vier auf zwei Betriebe jedoch keine Berücksichtigung mehr.

## 4.2. Daten der Geschäftsstelle

### Besucherzahlen und Anfragen der Tourist-Info 2025

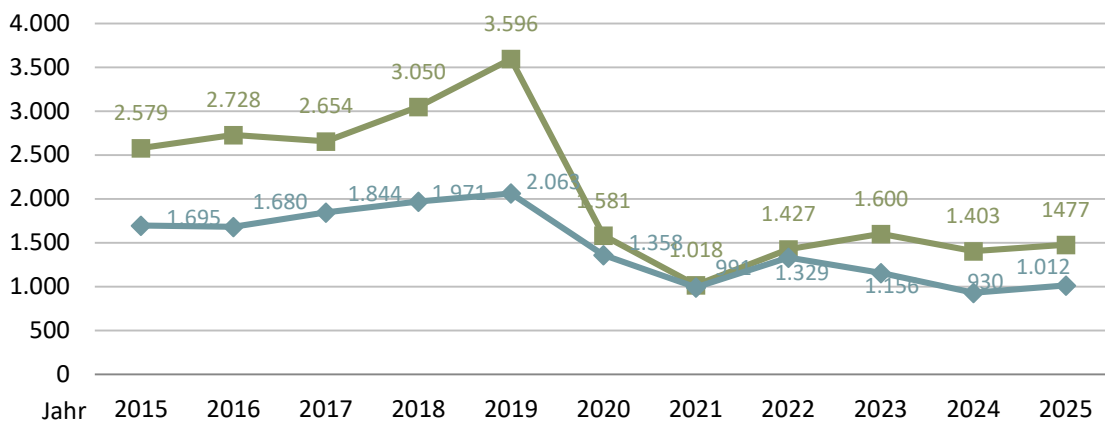
Während die Besucherzahlen nach dem kontinuierlichen Corona-Anstieg im letzten Jahr leicht rückgängig waren, verzeichnet die Tourist-Information im Berichtsjahr einen erneuten Anstieg um 5,3 Prozent auf 1.477 Gäste. Ebenso sind haben die Anfragen um 8,8 Prozent zugenommen und erreichten 1.012 Zähler, darunter 215 Anfrager, die Prospekte und Broschüren bestellt haben.

Kontakte	Anfrage- medium	beliebteste Besuchszeit	Prospektanfragen
 <p>1.477 Besucher 1.012 Anfragen</p> <hr/> <p>2.489 Kontakte (2.333 2023)</p>	 77 %  23 %	 10-12 Uhr	 <p>215 Prospektsendungen</p>

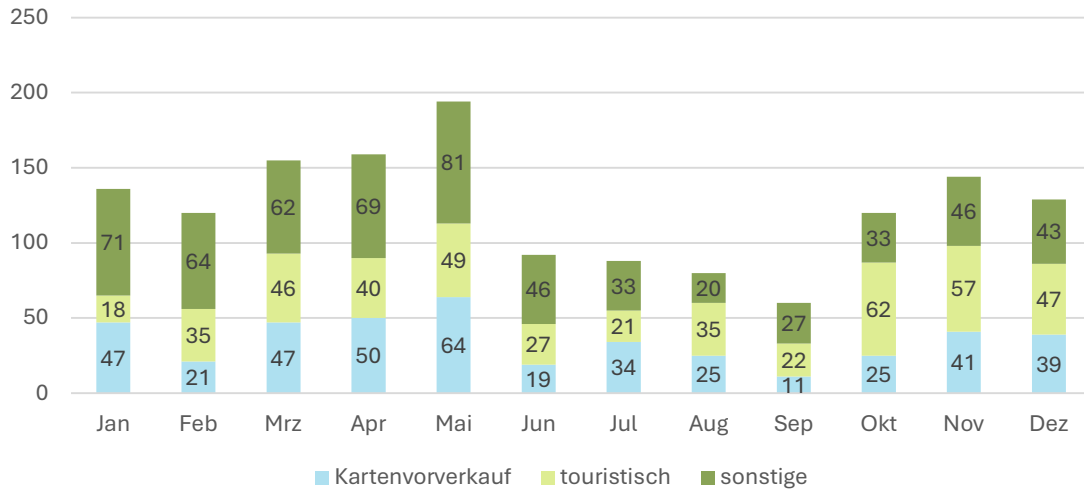
Wie in der Vergangenheit auch, kam die Hälfte der Besucher in den späten Morgenstunden und am Nachmittag. Um Kontakt mit der Tourist-Information aufzunehmen, griffen 77 Prozent der Anfrager zum Telefon, 23 Prozent kontaktierten die Tourist-Info per E-Mail oder über die Internetformulare.

Waren es bei den Anfragen knapp 70 Prozent, die aufgrund eines touristischen Motivs die Geschäftsstelle kontaktierten, haben bei den Besuchern die Gäste mit „sonstigen Motiven“ die Zahl der Ticketkäufer erstmals überholt.

Entwicklung der Anfragen und Besucher 2015-2025



**Besucher im Jahresverlauf 2025**

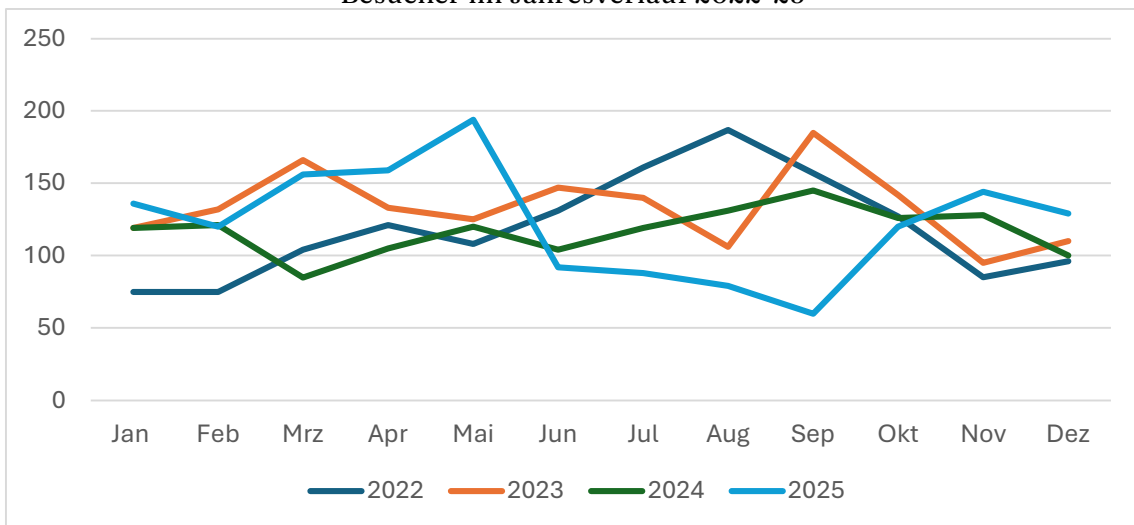


Im Vergleich mit den Vorjahren, brachen nach einem ähnlichen Verlauf zu Jahresbeginn mit einem Höhepunkt im Mai, die Besucherzahlen ab Juni stark ein. Dieser Rückgang zog sich durch die Sommermonate und war klar auf die Schließzeiten und Umzug bzw. die anfangs eingeschränkte Öffnung der Tourist-Info zurückzuführen.

Auffällig war vor allem der sonst besucherstarke September, in dem 2025 deutlich weniger Gäste gezählt wurden als in den Vorjahren.

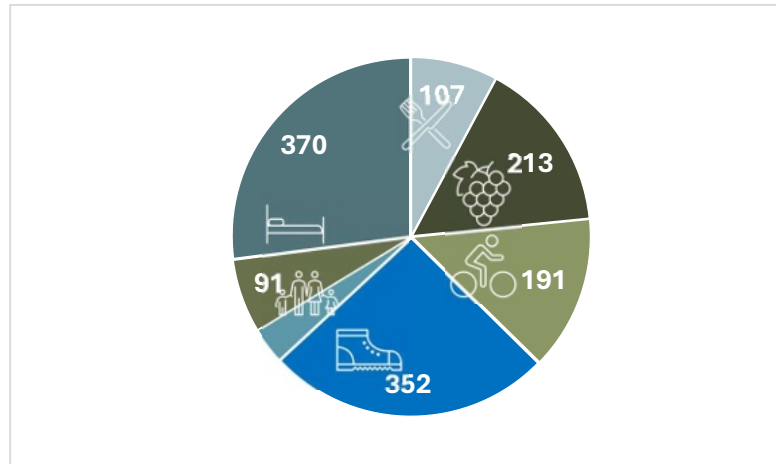
Erst ab Mitte Oktober stiegen die Besucherzahlen wieder merklich an. Der Obertorplatz wurde fertiggestellt und die neue Tourist-Info war endlich über den Haupteingang zugänglich.

**Besucher im Jahresverlauf 2022-25**



**Prospektversand 2025 nach Postleitzahlgebiet und Prospektart**

Anteil	PLZ
0,9 %	0
0,5 %	1
1,4 %	2
5,1 %	3
2,3 %	4
7,0 %	5
12,1 %	6
47,9 %	7
9,8 %	8
9,3 %	9
3,7 %	Ausland
100,0%	



Knapp 1400 Prospekte wurden 2025 an gut 200 Prospektanfrager per Post versandt (246 im Vorjahr). Wie in den vergangenen Jahren konzentrieren sich die Prospektanfrage stark auf die Quellregionen der Postleitzahlbereiche in Tages- und Kurzurlaubsdistanz. Fast die Hälfte aller Anfragen kamen aus dem PLZ-Gebiet 7, gefolgt von den angrenzenden Bundesländern, während andere Regionen eine geringere Rolle spielen.

Inhaltlich zeigt sich erneut eine klare Präferenz für aktivtouristische und genussorientierte Themen. Am häufigsten wurden Prospekte zum Thema Wandern, Wein, Radfahren und Gastronomie angefragt, gefolgt von Unterkünften und Familienangeboten.

**Internetbesucher**

Die Zahl der aktiven Website-Nutzer ist im Berichtsjahr auf 24.472 (30.512) zurückgegangen. Das Diagramm zeigt den Vergleich mit dem Vorjahr inkl. dem kompletten Absinken der Nutzerkurve aufgrund der Umstellung auf die neue Website und Abschaltung der aktuellen Seite Anfang Dezember.

Der Grund für den Nachfragerückgang vieler touristische Websites liegt im veränderten Nutzerverhalten. Viele Gäste informieren sich heute über soziale Medien oder Plattformen und Apps wie booking oder komoot. Außerdem liefert die KI der Suchmaschinen bereits viele Informationen direkt in den Suchergebnissen, sodass Nutzer gar nicht mehr auf klassische Tourismus-Websites klicken müssen.

Umso wichtiger ist eine umfassende Datenpflege in der mein.toubiz-Datenbank sowie die technische und qualitative Ausrichtung, wie sie mit dem Anschluss an die „Im Süden ganz oben“-Webtechnik erfolgt ist.

Mit 96 Prozent Nutzern aus Deutschland sowie den beliebten Aufrufen von Veranstaltungen, Besenöffnungszeiten und Unterkünften, hat sich im Nutzerverhalten in den letzten Jahren wenig geändert.



Anzahl insgesamt	24.472 100 % der Gesamtsumme
Germany	23.562 (96,28 %)
Switzerland	135 (0,55 %)
Netherlands	100 (0,41 %)
Austria	84 (0,34 %)

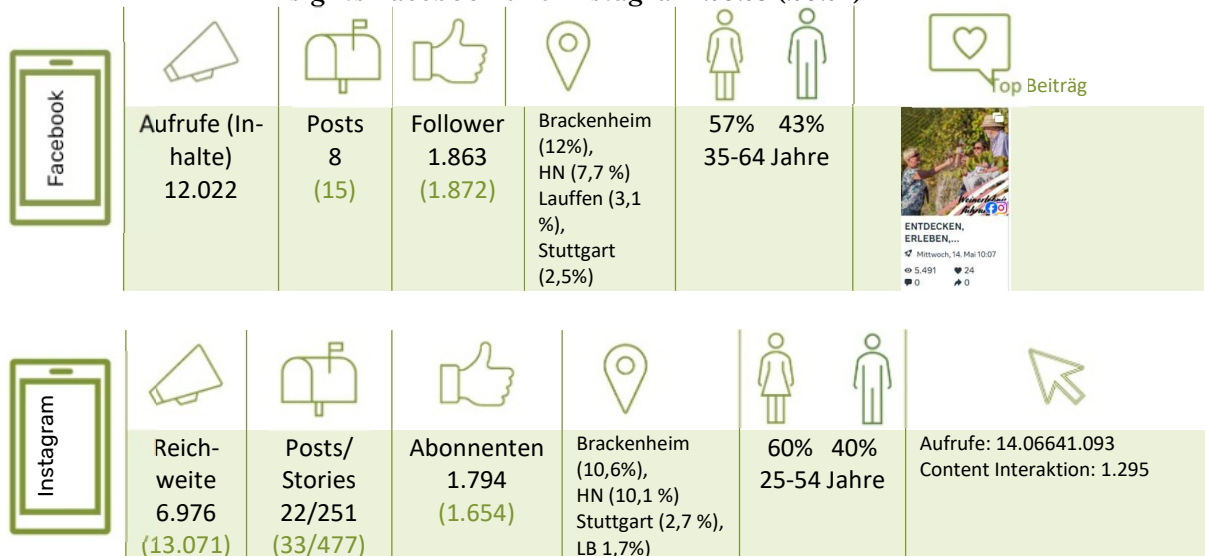
Anzahl insgesamt	68.571 100 % der Gesamtsumme
Veranstaltungskalender	5.452 (7,95 %)
Alles rund um die Neckar-Zaber-Region	4.136 (6,03 %)
Wein im Besen und in der Natur	3.395 (4,95 %)
Übernachtungsmöglichkeiten in der Region	1.513 (2,21 %)
Besenkalender	1.403 (2,05 %)

### Social Media in Zahlen

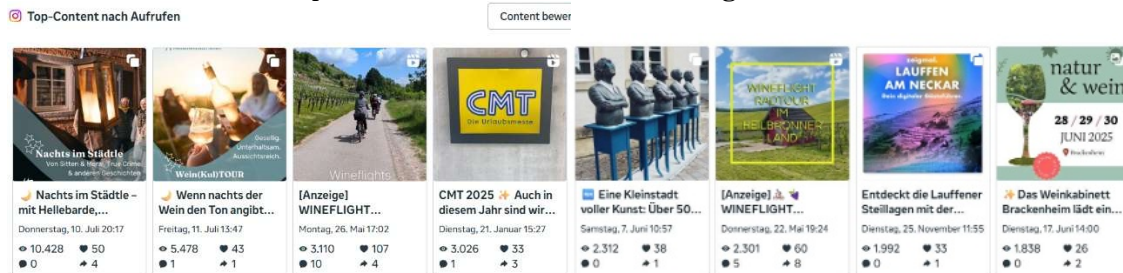
Die wachsende Bedeutung von Social Media prägt immer mehr die Sichtbarkeit und Attraktivität einer Tourismusregion. Durch gezielte Präsenz auf Instagram und Facebook postet der NZT nicht nur Imagefotos, sondern berichtet über spannende Vereinsaktivitäten und bietet vor allem Veranstaltungstipps für's Wochenende. Letztere wurden 2025 in ca. 250 Stories den über 1.800 Abonnenten präsentiert.

Regelmäßige Posts, Einladung zur Interaktion, aber auch Nutzung sogenannter Collab-Posts und die Bewerbung von einzelnen Beiträgen mit kleinen Anzeigenbudgets haben die Instagram-Zahlen für 2025 weiter ansteigen lassen.

### Insights Facebook und Instagram 2025 (2024)



### Top-Content nach Aufrufen (Instagram) 2025



### Buchung von Gruppen- und Pauschalangeboten

Planwagenfahrt, Stadtführungen, geführte Weinwanderung, Busrundfahrt oder ganze Tagesausflügen für Gruppen? Der Neckar-Zaber Region hat abwechslungsreiche Angebote für alle Gruppengrößen und ist ein beliebtes Ziel für Busreisen, Vereins- und Firmenausflüge.

Mit 19 Buchungen und 30 Teilnehmern pro Gruppe bleibt die Nachfrage weitestgehend konstant, liegt jedoch noch weit unter dem Niveau der Vor-Coronajahre. von 2019. Im Schnitt buchten die Gruppen knapp zwei Programmpunkte pro Aufenthalt. Am häufigsten wurden Stadtführungen, Weinprogrammpunkte und Planwagenfahrten nachgefragt. Die Gruppenprogramme konzentrieren sich vor allem auf die Monate Mai, Juni sowie September und Oktober – also auf die klassische Herbstsaison zwischen Ostern- und Sommerferien. Mit der Einführung der Weinwelt wird zudem erwartet, dass die Gruppenbuchungen künftig wieder deutlich ansteigen.

Verschiedene Bausteine und Tagesprogramme für Gruppen sind unter [Gruppenerlebnisse](#)

### Entwicklung der Gruppenbuchungen 2015-2025

Jahr	Anzahl der Gruppen der Gruppen	Teilnehmerzahl	gebuchte Gruppenprogramme	durchschnittliche Gruppengröße	Anzahl der Programmpunkte im Schnitt
2017	75	2.160	152	29	2,0
2018	65	2.074	123	32	1,9
2019	72	2.133	135	29	1,9
2020	12	227	18	18	1,5
2021	13	381	22	29	1,7
2022	18	601	42	33	2,3
2023	32	992	70	31	2,2
2024	26	561	55	22	2,1
2025	19	573	35	30	1,8

### **Buchung von Individual- und Tagespauschalen**

Als Reiseveranstalter hat der Neckar-Zaber-Tourismus seit über zehn Jahren rechtlich die Möglichkeit, gebündelte Tagesprogramme und Übernachtungspauschalen anzubieten.

Der NZT bietet attraktive **Tagesprogramme speziell für Busreisegruppen** an. Besonders gefragt sind Arrangements wie „Geschichte trifft Genuss“ oder „Beim Winzer zu Gast“, bei denen verschiedene Einzelleistungen zu einem stimmigen Gesamtprogramm gebündelt werden. Das Angebot „Beim Winzer zu Gast“ wurde im Berichtsjahr bei fünf Busreiseveranstaltern ausgeschrieben und insgesamt dreimal durchgeführt.

Auch bei den **Individualpauschalen** steht die Bündelung mehrerer Leistungen zu einem Gesamtpreis im Fokus, diesmal mit Übernachtung. Aufgrund der Komplexität der Angebote inkl. Kalkulationsaufwand wurde das Portfolio in den vergangenen zwei Jahren jedoch deutlich reduziert. Aktuell umfasst es zwei Weinpauschalen, ein Familienangebot sowie ein Kulturprogramm. Für die Neuauflage der Angebote wurde zudem der „Wineflight“ als attraktives Element integriert. Der Eintritt in die Deutschen Weinwelt wird darüber hinaus ein wichtiger Baustein für die zukünftige Neukonzeption der Pauschalen sein

## **5. Jahresrechnung 2025**

Im Vorfeld zur Mitgliederversammlung wurde der Jahresabschluss und entsprechend der finale Haushalt für das Berichtsjahr erstellt. Der Jahresabschluss per 31.12.2025 wurde von den **Kassenprüfern** Bürgermeisterin Diana Danner aus Zaberfeld und Herrn Jürgen Arnold, Weingärtner Stromberg-Zabergäu am 5. März 2025 in den Räumen der Geschäftsstelle überprüft.

<b>EINNAHMEN</b>	<b>Ansatz 2025</b>	<b>IST</b>
<b>Mitgliedsbeiträge</b>	<b>226.090,00 €</b>	<b>225.106,61 €</b>
davon Mitgliedsbeiträge Kommunen	200.000,00 €	200.000,00 €
Tripsdrill	4.090,00 €	4.090,00 €
Mitgliedsbeiträge Leistungsträger	22.000,00 €	21.016,61 €
<b>Verkaufserlöse</b>	<b>2.600,00 €</b>	<b>2.586,04 €</b>
davon Rad-/Wanderkarten, Bücher, Shop	500,00 €	723,70 €
Kartenvorverkauf Reservix	2.000,00 €	1.852,34 €
Kartenvorverkauf Sonstige Veranstaltungen	100,00 €	10,00 €
<b>Sonstige Einnahmen</b>	<b>9.150,00 €</b>	<b>8.499,16 €</b>
davon Portospende	300,00 €	121,00 €
Portogebühren	50,00 €	11,20 €
Fördergelder für Panoramakarte + Zeigmal app	7.300,00 €	6.789,71 €
Einnahmen Fotoshooting / Kommunen	0,00 €	0,00 €
Zinseinnahmen aus Geldanlagen	1.500,00 €	1.577,25 €
<b>Tagesprogramme Gruppen/Pauschalen</b>	<b>10.000,00 €</b>	<b>7.552,00 €</b>
Tagesprogramme Gruppen	5.000,00 €	6.570,00 €
Pauschalen	5.000,00 €	982,00 €
<b>Einnahmen gesamt</b>	<b>247.840,00 €</b>	<b>243.743,81 €</b>
<b>AUSGABEN</b>	<b>Ansatz 2025</b>	<b>IST</b>
<b>Sachkosten</b>	<b>29.300,00 €</b>	<b>19.689,73 €</b>
davon Geräte, Ausstattung	3.500,00 €	112,92 €
Dienstleistung, Reparatur, Betreuung	4.200,00 €	2.719,97 €
Kopierer (Miete, Wartung)	1.700,00 €	1.474,10 €
Aus- und Fortbildung	1.500,00 €	335,50 €
Artikel/Aufwendungen Wiederverkauf	1.500,00 €	1.024,59 €
Aufw. Personalabrechnung (KVBW)	3.000,00 €	1.687,65 €
Sach- und Personenvers.	2.000,00 €	1.825,73 €
Abgaben/Steuern/Berater	2.500,00 €	2.178,19 €
Bürobedarf	1.500,00 €	1.424,32 €
Bücher/Zeitschriften	900,00 €	731,93 €
Post-/Fernmeldegebühren, DSL	2.500,00 €	1.712,92 €
Dienstreisen	1.500,00 €	1.267,20 €
Sonstiges	3.000,00 €	3.194,71 €
<b>Werbung+Marketing</b>	<b>27.500,00 €</b>	<b>18.421,43 €</b>
davon Online-Marketing	4.000,00 €	5.170,24 €
Internet Hosting/Fortschreibung	6.000,00 €	5.552,60 €
Messen	4.000,00 €	284,48 €
Besondere Aktionen	5.500,00 €	4.048,14 €
Anzeigenschaltung	2.000,00 €	1.431,47 €
Printmedien	4.000,00 €	1.101,50 €
Sonstiges	2.000,00 €	833,00 €
<b>Tagesprogramme Gruppen/Pauschalen</b>	<b>9.500,00 €</b>	<b>6.424,50 €</b>
Tagesprogramme Gruppen	4.500,00 €	5.606,80 €
Pauschalen	5.000,00 €	817,70 €
<b>Personalkosten</b>	<b>168.000,00 €</b>	<b>165.788,73 €</b>
<b>Sonderausgaben genehmigter Zuschuss Neue TI</b>	<b>40.000,00 €</b>	<b>40.525,87 €</b>
<b>Ausgaben gesamt</b>	<b>274.300,00 €</b>	<b>250.850,26 €</b>
<b>Saldo</b>	<b>-26.460,00 €</b>	<b>-7.106,45 €</b>
Rücklagen aus Vorjahr	53.039,27 €	53.039,27 €
<b>Übertrag in Folgejahr</b>	<b>26.579,27 €</b>	<b>45.932,82 €</b>

# Blick richtet sich auf spannende Neuheiten

**NECKAR-ZABER** Verein plant Umzug in neue Geschäftsstelle – Aktion zum 20-jährigen Bestehen und Eingliederung in Dachorganisation

Von unserer Redakteurin  
Linda Möllers

Es geht beim Neckar-Zaber-Tourismus (NZT) weiter aufwärts: Von der Corona-Pandemie-Delle hat sich der regionale Tourismus weitestgehend erholt. So zog es 2024 insgesamt 60 756 Reiselustige in die Region Neckar-Zaber – ein Plus von 2,1 Prozent. Sie blieben im Schnitt 3,7 Tage, die Auslastung lag bei 34,5 Prozent. Mit rund neun Tagen verweilten sie am längsten in Neckarwestheim. Positive Zahlen gab es auch in Clebronn, bedingt durch das Natur-Resort des Freizeitparks Tripsdrill.

„Es war ein stetiges Auf und Ab, aber wir sind wieder auf Vor-Corona-Niveau angekommen“, blickt Geschäftsführerin Sabine Hübl bei der Mitgliederversammlung im „Wein



Mitgliederversammlung des Neckar-Zaber-Tourismus (von links): Bernhard Mosandl, Geschäftsführer der Tourimia Tourismus GmbH, NZT-Geschäftsführerin Sabine Hübl und NZT-Vorstandsvorsitzender Volker Schiek.

Foto: Christiana Kunz

„Es war ein stetiges  
Auf und Ab.“

Sabine Hübl

gen Leistungen hervor, die der NZT mit seinem engagierten Team für die Mitglieder erbringt – von Datenpflege bis zur überregionalen Vermarktung. Außerdem konnte eine lange vakante Praktikantenstelle wieder besetzt werden.

Rund zehn Prozent mehr werden ab 2026 für die Mitgliedsbetriebe fällig; die neue Beitragsordnung wurde einstimmig angenommen.

**Gewinner** Der Slogan „Im Süden ganz oben“ darf neben seiner geografischen Bedeutung auch wörtlich genommen werden, sagte Bernhard Mosandl augenzwinkernd. Seit Juli 2024 ist er Geschäftsführer der Tourimia, dem NZT stellte er sich nun vor. Die Tourimia setze um, was die Mitglieds-Tourismusgemeinschaften unmittelbar fordern. Für die Zukunft des Tourismus sehe er

„Wir werden im  
Tourismus in  
Deutschland weiter  
gut unterwegs sein.“

Bernhard Mosandl

& Gut Frank“ in Brackenheim-Bothenheim, einem von derzeit 135 Mitgliedsbetrieben im NZT, zurück.

Der Verein kann sich auf Wesentliches konzentrieren – in diesem Jahr stehen viele spannende und wichtige Projekte, Aufgaben und Neuheiten auf dem Programm. Grund zum Feiern gibt es ebenfalls. Nicht zuletzt durch die neue Struktur unter dem gemeinsamen Flaggschiff aller Tourismusgemeinschaften: Tourimia – die Dachorganisation für die Tourismusgemeinschaften im nördlichen Baden-Württemberg. Der NZT als Teil davon wird sich mit neuem Logo auch optisch anpassen.

**Aktionstag** Aufregung liegt in der Luft vor dem Umzug vom Brackheimer Rondell in die neue Geschäftsstelle gegenüber der Deutschen Weinwelt, wo künftig beson-

## Finanzen und Wahlen für Vereinsvorstand

Das Haushaltsjahr 2024 endet für den Neckar-Zaber-Tourismus mit einem negativem Ergebnis, er kann aber auf ein sattes Rücklagenpolster zurückgreifen und schließt mit 53 039 Euro ab. Den Einnahmen aus dem Jahr 2024 in Höhe von 188 422 Euro stehen Ausgaben von

rund 205 706 Euro gegenüber. Für das Jahr 2025 wird der Verein ebenfalls von Rücklagen zehren müssen. In diesem Jahr fließen einmalige Sonderausgaben in Höhe von 40 000 Euro an die Stadt Brackenheim – als **Beitrag** zum Neubau der Tourist-Info in der Obertorstraße.

Im Rahmen der Mitgliederversammlung wurde Güglingens ehemaliger Bürgermeister Ulrich Heckmann aus dem Vorstand verabschiedet und von seinen Pflichten entbunden. Seine Nachfolge tritt Pfaffenhofens Bürgermeisterin Carmen Kieninger an. *lim*

ders die Themen Wandern und Kultur mit einer Hörstation bespielt werden sollen, wie Sabine Hübl verrät. In diesem Jahr feiert der Verein zudem sein 20-jähriges Bestehen, was mit einer Rad-Aktion im Rahmen des Stadtradelns begangen werden soll. Auch ein neues Maskottchen – eine Weinbergsschnecke, bislang noch ohne Namen – wird

enthüllt. Zusätzlich plant der Verein als weiteres Projekt einen Aktionstag am 26. Juli zusammen mit der Tourismusgemeinschaft Heilbronner Land, dann gibt es Führungen und Veranstaltungen unter dem Motto „Nachts im Süden“. Neuland werde man mit der gemeinsamen Präsenz mit Tourimia auf der CMT ab 2026 betreten, so Sabine Hübl.

Die Versammlung kam jedoch nicht ohne einen Wermutstropfen aus: Nachdem die Mitgliedskommunen bereits in diesem Jahr ihren Beitrag von 150 000 auf 250 000 Euro erhöht haben, komme man auch künftig nicht um eine „maßvolle“ Erhöhung der Mitgliedsbeiträge herum, sagte Vorstandsvorsitzender Volker Schiek. Sabine Hübl hob die vielfälti-

den ländlichen Raum als Gewinner: „Wir werden im Tourismus in Deutschland weiterhin gut unterwegs sein“, so Mosandl, der 25 Jahre Berufserfahrung in der Branche mitbringt und auch die Aufgabenverteilung klarstellte: Die Tourimia kümmere sich um das große Ganze, um die Wünsche der Gemeinschaften, Marketing und Finanzierung. „Wir arbeiten die Wünsche ab, die ihr an uns herantragt.“

Von dem Fortschritt, das Vereinsgebiet im Rahmen des geförderten Projekts „Wein-Tourismus Neckar-Zaber“ zu einer Musterregion für den Weinbau zu machen, berichtete Laura Liebegut. In drei Arbeitsgruppen mit Tourismusakteuren seien bereits marktreife Ideen entstanden – wie sogenannte Wine-Flights, also Weinverkostungen.

# Die Besucher für die Region begeistern

INTERVIEW 20 Jahre Neckar-Zaber-Tourismus: Geschäftsführerin Sabine Hübl blickt auf Erreichtes und auf künftige Projekte

Von unserer Redakteurin  
Linda Möllers

Sabine Hübl ist seit 2005 Geschäftsführerin des Neckar-Zaber-Tourismus (NZT). Gemeinsam mit Kollegin Hannah Markert blickt sie im Interview auf zwei Jahrzehnte Engagement für die Region zurück – vom Aufbau erster Angebote bis hin zu aktuellen Digitalisierungsstrategien und der neuen Tourist-Info.

*Frau Hübl, vor Ihrem Start 2005 als Geschäftsführerin kannten Sie von Brackenheim nur den Wein aus Hahnerschlacht und den Freizeitpark Tripsdrill. Seitdem hat sich viel verändert – was genau?*

**Sabine Hübl:** 2001 wurde mit der Tourist-Info ein erster Grundstein gelegt, auf dem wir aufbauen konnten. Damals gab es nur einige Weinfeste, kaum Gästeführer, die Planwagenfahrten oder ein breites touristisches Angebot existierten nicht. Heute haben wir einen umfangreichen Kalender mit Wein-Events, Stadt-, Museums- oder Naturparkführern. Wir haben Erzeuger vernetzt, Broschüren und die Website entwickelt, Gruppenangebote und die Führungstermine aufgebaut. Der Tourismus war weniger präsent, das hat sich geändert. Personell durften wir von zwei auf vier Mitarbeitende wachsen. Wichtig war, dass die Kommunen hinter uns standen. Auch der Vereinsvorstand unterstützt unsere Ideen und Projekte aktiv.

*Worauf sind Sie besonders stolz?*

**Hübl:** Auf das gewachsene Miteinander und das Bewusstsein, dass Tourismus einen Mehrwert für die Region bringt.

*Wie bekannt ist die Region aus Ihrer Sicht?*

**Hübl:** Viele kennen Tripsdrill und den Wein, aber darüber hinaus gibt es noch Luft nach oben. Wir wissen aber: Wer einmal hier war, kommt gerne wieder.

*Wie hat sich die touristische Nachfrage verändert?*

**Hübl:** Was früher selbstverständ-



Wein-Events, Naturparkführungen, Digitalisierungsstrategien: Geschäftsführerin Sabine Hübl (links) und Hannah Markert vor der neuen Tourist-Info am Obertorplatz.

Foto: Lina Bühr

lich war – etwa eine Besenwirtschaft – gilt heute als authentisch. Wir haben den Vorteil, Tradition mit modernen Ansätzen verbinden zu können: etwa das Familienweingut in schickem, aber bodenständigem Stil. E-Bikes verändern Rad- und Wandertourismus, digitale Routenführung ergänzen Schilder. Auch im Marketing hat sich vieles verlagert.

*Früher war Marketing stark messelastig. Wie ist das heute?*

**Hübl:** Fünf Messen im Jahr sind heute nicht mehr leistbar. Gäste informieren sich online, buchen eigenständig. Unsere Aufgabe ist es, sicherzustellen, dass unsere Angebote auf den richtigen Plattformen erscheinen.

**Hannah Markert:** Das Verhalten der Messebesucher hat sich verändert – auf der CMT kommen viele Besucher vorrangig für das Caravanning-Angebot.

*Lohnt sich in Zeiten von Airbnb noch eine physische Tourist-Info?*

**Markert:** Ja, auch wenn viele Unterkünfte vorab online gebucht werden, suchen die Gäste vor Ort dennoch gezielt persönliche Informationen und Unternehmungstipps.

**Hübl:** Die Tourist-Info hat ihre Berechtigung, es kommen Besucher quer durch alle Altersgruppen. Sie muss nur moderner werden.

*Im Juli ziehen Sie in neue Räume am Obertorplatz. Wie werden Sie die Tourist-Info dort gestalten?*

**Hübl:** Eine analoge Reliefkarte mit Wanderwegen wird unser Herzstück. Dazu kommen Prospekte in kleinerer Zahl, digitale Displays mit aktuellen Angeboten und ein interaktiver Außenbereich.

*Welche Synergien ergeben sich mit der benachbarten Deutschen Weinwelt oder dem Heuss-Museum?*

**Hübl:** Wir sind froh, dass wir noch vor der Weinwelt eröffnen, damit sich unsere Abläufe einspielen. Denn wir rechnen mit einem höheren Besucheraufkommen, auch durch den neuen Standort. Das ist die Idee der Tourist-Info der Zukunft: Dorthin kommen, wo die Gäste sind. Wir wollen Öffnungszeiten abstimmen, gemeinsame Aktionen entwickeln und die Weinwelt-Besucher für die Region begeistern.

*Der Neckar-Zaber-Tourismus ist Mitglied im neuen Tourim-Dachverband. Welche Chancen eröffnen sich für den Verein?*

**Hübl:** Der Dachverband soll für uns als Kompetenz- und Dienstleistungszentrum auftreten. Das spart Ressourcen und bringt Professionalität. Bevor alle im Kleinen Geld ausgeben, zum Beispiel für Fortbildungen, kann es nun von großer Seite organisiert werden. Themen kön-

## Der Verein

Der Verein Neckar-Zaber-Tourismus (NZT) wurde zum 1. Januar 2005 durch den **Zweckverband Wirtschaftsförderung Zabergäu** gegründet mit dem Ziel, die Region touristisch zu vermarkten. Mitglieder sind die Kommunen Brackenheim, Cleebronn, Güglingen, Lauffen, Neckarwestheim, Nordheim, Pfaffenhofen und Zaberfeld sowie der Erlebnispark Tripsdrill. Die Tourist-Info mit Sitz in Brackenheim gibt es seit 2001, im Juni 2005 übernahm Sabine Hübl die Geschäftsführung. Sie studierte an der Dualen Hochschule Ravensburg Tourismusbetriebswirtschaft und Tourismus-Geografie an der Uni Trier, arbeitete beim Naturpark Schwarzwald. Hannah Markert machte in Heilbronn ihren Master Nachhaltige Tourismusentwicklung. Beim NZT verantwortet sie unter anderem den Bereich Social Media. *lim*

nen noch professioneller bearbeitet werden, ohne dass es jede Region oberflächlich angehen muss.

**Markert:** Ziel ist es, die Region als Ganzes sichtbar zu machen.

*Bringt das einheitliche Design nicht einen Identitätsverlust mit sich?*

**Hübl:** Nein, jeder Verein behält seinen Namen – das ist gut gelöst.

*Was hat es mit dem – noch namenlosen – neuen Maskottchen auf sich?*

**Markert:** Eine Weinbergschnecke. Wir haben einige Namensvorschläge erhalten, der Name wird am 6. Juli bei unserer Jubiläumsaktion zum 20-jährigen Bestehen „Stempeln und Strampeln“ enthüllt. Um 16 Uhr gibt es außerdem eine geführte Radtour mit Bürgermeister Csaszar im Rahmen des Stadtradelns.

**Hübl:** Und am 26. Juli findet der Aktionstag Tourismus im Heilbronner Land statt. Das Motto: „Nachts im Süden“. Es sind tolle, nächtliche Führungen in vielen unserer Kommunen dabei, es gibt besondere Weinproben, das Hölderlin-Museum wird nachts geöffnet sein.



Das Team vom Neckar-Zaber-Tourismus: Sabine Hübl, Regine Sommerfeld und Hannah Markert vor der zukünftigen Wirkungsstätte

## 20 Jahre Neckar-Zaber-Tourismus Radtour, Aktionstag, neues Logo und Umzug

Alberta  
Konradi

Dieses Jahr feiert der Neckar-Zaber-Tourismus e.V. 20 Jahre. Wir trafen Sabine Hübl und ihr Team vor dem zukünftigen Standort neben dem Theodor-Heuss-Museum.

**ZaberBote:** Frau Hübl, Gratulation. Sie sind schon seit Anfang an dabei und feiern gemeinsam mit dem Verein Jubiläum. Welche Aktionen sind geplant?

**Sabine Hübl:** Zunächst wird es am Sonntag, 6. Juli eine Radaktion geben, die im Rahmen des Stadtradelns stattfindet. An diesem Tag gibt es zum einen um 16 Uhr eine geführte Radtour von Bürgermeister Csaszar auf einer der Wineflight-Routen inkl. Wineflight-Abschluss in der WG Stromberg-Zabergäu – herzliche Einladung.

Zum anderen findet eine klassische „Stempeln-und-Strampeln“-Aktion statt, bei der auch unser neues Maskottchen, eine Weinbergsschnecke, in Erscheinung tritt. In jeder Mitgliedskommune können Radler an ausgewählten Stationen Stempel sammeln und am Gewinnspiel teilnehmen. Am 26. Juli folgt der Tourismus-Aktionstag „Nachts im Süden“. Infos dazu gibt es unter <https://www.heilbronnerland.de/event/aktionstag-tourismus-das-heilbronnerland-erleben>

**ZaberBote:** Wir stehen hier vor Ihrer zukünftigen Wirkungsstätte. Wann wird durchgestartet, und wie geht es dann weiter?

**Sabine Hübl:** Wir rechnen mit dem Umzug in die neue Tourist-Info im Juli und freuen uns jetzt schon riesig darauf. Ab Juli präsentiert sich der Verein künftig auch mit neuem Logo. Analog

zu den touristischen Nachbarn, orientiert sich auch der Neckar-Zaber-Tourismus am einheitlichen Markenauftritt der Tourimia Tourismus GmbH, der neuen Dachmarke für das nördliche Baden-Württemberg, die dann sieben Tourismus-Regionen vereint. Herzstück des neuen Designs: das Tourimia-Logo und der Claim „Im Süden ganz oben“. Die Umstellung erfolgt schrittweise – sichtbar wird das neue Erscheinungsbild bald in Print, Online und den Social Media Kanälen. Ab Mitte Juli finden Sie uns in unseren neuen Räumlichkeiten in der Obertorstraße 25.

**Neckar-Zaber**  
Im Süden ganz oben

**Neckar-Zaber-Tourismus e.V.**

Heilbronner Str. 36 | 74336 Brackenheim  
Tel.: 07135 933525 | Fax: 07135 933526  
info@neckar-zaber-tourismus.de  
www.neckar-zaber-tourismus.de

**Unsere Öffnungszeiten:**

Mo. 9 – 13 Uhr • Di. – Fr. 9 – 17 Uhr  
April bis einschl. Oktober Sa. 9 – 12 Uhr



i

## Idealer Standort: Die Weinwelt im Blick

Seit dem 28. Juli stehen die Türen der neuen Touristikinformation in Brackenheim für Besucher offen

Von unserer Redakteurin  
Sina Alonso Garcia

Repräsentativ, modern und zu 100 Prozent aus Holz gebaut: Die neue Touristikinformation in Brackenheim erstrahlt nach fast zwei Jahren Bauzeit in voller Pracht. Eine einladende Fensterfront im Erdgeschoss, großzügige Büroräume im Obergeschoss und ein barrierefreier neuer Zugang mit Aufzug zum Theodor Heuss Museum machen das Gebäude in der Obertorstraße 25 zum idealen Standort für die neue Geschäftsstelle des Neckar-Zaber-Tourismus. „Seit Montag, 28. Juli, haben wir für Besucher geöffnet“, sagt Geschäftsführerin Sabine Hübl.

„Der Umzug war ein großer Schritt.“ Der etwa 35 Jahre alte Standort am Busbahnhof hätte laut Hübl ohnehin dringend saniert gehört – umso willkommener war dem Verein der Neubau direkt gegenüber der Deutschen Weinwelt.

**Prominente Lage** „Die Räumlichkeiten sind durch die Lage in der Innenstadt natürlich prominenter als vorher“, sagt Bürgermeister Thomas Csaszar. „Die Trilogie von Weinwelt, Theodor Heuss Museum und Neckar-Zaber-Tourismus mit Geschäftsstelle wird etwas ganz Besonderes für die Stadt und die Region sein.“

Laut Wolfgang Knurr vom Bauamt erhoffe man sich



Sabine Hübl (Neckar-Zaber-Tourismus), Celina Ponto, Wolfgang Knurr (beide Stadt), Bürgermeister Thomas Csaszar.

Foto: Mario Berger

durch die unmittelbare Nähe zu Deutschlands größter Weinausstellung, die im Frühjahr 2026 eröffnet, deutliche

Synergieeffekte. Besonderer Fokus lag bei der Konzeption der neuen Touristeninformation auf dem ökologischen

Aspekt, wie Architekt Emil Heller betont. „Alle Wände sowie die Decken ab dem UG sind komplett aus Holz.“ Der Rohstoff biete viele Vorteile in puncto Nachhaltigkeit, etwa eine kurze Rohbauzeit. Noch ist der Platz vor dem Gebäude nicht begehbar – das soll sich jedoch bald ändern. Eine Million Euro hat die Stadt investiert, um den Vorplatz mit Grünzonen aufzuwerten. Das Baum- und Pflanzenquartier soll an Wochenenden zum Verweilen einladen.

### INFO Einweihungsfest

Am Donnerstag, 25. September, wird der Platz feierlich eingeweiht – es warten Führungen durchs Gebäude und viele Aktionen.

# Ein Jackpot in bester Lage

**BRACKENHEIM** Der Neckar-Zaber-Tourismus hat seine Arbeit im neuen Gebäude am Obertorplatz aufgenommen

Von Helga El-Kothany

Noch erfolgt der Zugang „durch die Hintertür“, auch zu der kleinen Feier am vergangenen Dienstag: dem Pre-Opening der neuen Räume des Neckar-Zaber-Tourismus in der Obertorstraße, die noch den Duft des Neuen verströmen.

Während vor der großen Fensterfront im Erdgeschoss geschaufelt und gegraben wird, sind die drei Ebenen schon weitgehend mit allem ausgestattet, was zur Arbeit benötigt wird. Vor den geladenen Gästen – Vertretern aus Kreis- und Gemeinderat, Tourismusverbänden, Architekt und am Bau beteiligten Firmen – geht Bürgermeister Thomas Csaszar in seinem Grußwort auf den langen Werdegang des Gebäudes ein, dem nach dem Erwerb der Stadt und Abriss drohte, Parkplätzen geopfert zu werden. Doch nach den ersten Begehungen mit dem Gemeinderat 2021 sei klar gewesen: „Eine Lücke darf hier nicht entstehen.“

**Modern und nachhaltig** Bereits im Oktober 2021 werden die ersten Entwürfe des Architekten Emil Heller für einen Neubau nach den Vorgaben der Stadt gebilligt: Modern sollte er sein, nachhaltig, in Holzbauweise als Kontrast zur Weinwelt gegenüber. Ein einladendes Entree zur Innenstadt als Teil der Trilogie mit Schloss und Museum.

Für Emil Heller sind die Vorgaben der Stadt, „des innovativen Bauherrn“, eine Herausforderung, mit der er Neuland betritt – und eine teurere Bauweise. Das Gebäude ist ab Kellerdecke komplett aus Holz, selbst die tragenden Wände und der Schacht für den Aufzug, über den Besuchern ein barrierefreier Zugang zum Museum ermöglicht wird. Die momentan noch verhüllten Übergänge zwischen den Gebäuden werden im Lauf der nächsten Woche frei sein.

„Das schöne Bild, das man sich gemacht hat, geht so langsam auf“, sagt der Architekt und lobt den langen Atem der Stadt. Schließlich



Glücklich über das neue Gebäude: v.li. Thomas Csaszar, Sabine Hübl, Volker Schiek, Katja v. Mentzingen, Emil Heller, Julia v. Berlichingen, Giovanna Carlesso. Foto: El-Kothany

stammten die ersten Skizzen für die Weinwelt von 2015. „Für gewisse Entwicklungen braucht man Zeit.“

Nun koste der Obertorplatz noch einmal Geld, aber er sei ein wichtiger Baustein, der das Ensemble zusammenfüge und abrunde. Hier entstehe ein Eingang zur Stadt mit einer Ausstrahlung über die Region hinaus.

Für Volker Schiek, Bürgermeister von Nordheim und Vereinsvorsitzender des mittlerweile 20 Jahre alten Neckar-Zaber-Tourismus e.V., des hauptsächlichen Nutznießers des Gebäudes, ist der Tag ein Tag der Freude und Dankbarkeit gegenüber vielen Akteuren. Besonders gegenüber Brackenheim, das zum

**Kosten**  
Die Baukosten inklusive Ausstattung und Abbruch des alten Gebäudes belaufen sich auf **2,65 Millionen Euro**. Ein Zuschuss von 380 000 Euro kam aus dem Landessanierungsprogramm, weitere 280 000 Euro aus der Touris-

musförderung. Auch der Kraichgau-Stromberg-Tourismus sowie der Naturpark Stromberg-Heuchelberg haben sich an den Kosten beteiligt. Auf rund eine Million Euro kommt der Ausbau des Obertorplatzes. *elk*

Sitz des Tourismusverbands geworden sei, einem Beispiel einer erfolgreichen kommunalen Zusammenarbeit von acht Gemeinden von Neckarwestheim bis Zaberfeld, und das „den Betrieb am Laufen“ halte.

Besonders glücklich sind natürlich diejenigen, die hier nun arbeiten dürfen, neben Tourismus-Ge-

schäftsführerin Sabine Hübl, Alexandra Hornberger und weiteren Mitarbeiterinnen auch Museumsleiterin Dr. Giovanna Carlesso, die ihr Büro wie auch der Neckar-Zaber-Tourismus im ersten OG hat.

**Schönstes Büro** In das laut Kreisrat Jürgen Winkler „schönste Büro

der Stadt“ im zweiten Obergeschoss mit Terrasse und fantastischem Ausblick sind die Regionalmanagerinnen der Bio-Musterregion Heilbronner Land, Dr. Julia von Berlichingen und Katja von Mentzingen, eingezogen. Nach 20 Jahren im Rondell ist Sabine Hübl zuerst etwas wehmütig beim Gedanken an den Umzug – was sich nach dem Einzug sofort ändert. „Ich habe es noch keinen Tag vermisst.“ Mit dem Neubau an prominenter Lage in der Innenstadt mit Blick auf die Weinwelt habe man den Jackpot erwischt. Man sei ja nicht nur für die Gäste, sondern auch für die Brackheimer da, verkaufe Tickets, Souvenirs und plane Unternehmungen.

# Das neue Herz der Altstadt

**BRACKENHEIM** *Gesellig-harmonische Feier zur offiziellen Einweihung von Obertorplatz und Neckar-Zaber-Tourismusbau*

Von Helga El-Kothany

Wer heute hier steht, sieht nicht nur neue Steine, Wege, Bäume und Fassaden – er sieht den sichtbaren Ausdruck einer Idee: Brackenheim soll einladend, lebendig und zukunftsfähig sein, und heute setzen wir im wahrsten Sinne den nächsten Baustein.“ Es sind sehr viele Gäste, die am späten Freitagnachmittag hier stehen und die Bürgermeister Thomas Csaszar zur Eröffnung der Geschäftsstelle des Neckar-Zaber-Tourismus e.V. sowie des Obertorplatzes begrüßt. Das obere Ende des Platzes wird zwar noch einige Zeit Baustelle bleiben, ist also noch nicht völlig das „Tor zur Innenstadt“, wie es Thomas Csaszar bezeichnet, aber man erfasst, wie es demnächst aussehen wird: ein „modernes Entree in unsere Innenstadt, ein Ensemble, das Stadtgeschichte, Weinbau, Kultur und Gastfreundschaft miteinander verbindet.“

**Geduld** Immer wieder habe es Verzögerungen gegeben, bei der Ausschreibung, beim Liefertermin der Naturpflastersteine aus Granit, durch archäologische Funde beim Ausgraben, durch Schlechtwetterperioden. Daher gilt der Dank des Bürgermeisters nicht nur allen an der Planung, am Bau und an der Gestaltung Beteiligten, sondern auch den Anwohnern und Einzelhändlern in der Nachbarschaft für ihre Nachsicht und Geduld.

Kaum einer hat den gesamten Prozess besser verfolgt als der unmittelbare Nachbar Gerd Laur, der natürlich mitfeiert. „Ich habe mich jeden Morgen gefreut, wenn Arbeiter da waren und es weiterging“, sagt er humorvoll. Beeindruckt haben ihn die Freundlichkeit und der Respekt all der Bauarbeiter ihm gegenüber. Jetzt freut ihn der barrierefreie Zugang durch den Aufzug, der beide Gebäude verbindet.

Der erweiterte Platz soll künftig auch zum Verweilen einladen – mit massiven Sitzelementen, Grünzo-



Passend zum baulichen Ensemble, das Gastfreundschaft und Kulinarik vereint, überreicht Architekt Emil Heller zur Einweihung Thomas Csaszar einen Schlüssel aus Hefe-zopf. Im Bild v.li.: Katja v. Mentzingen, Thomas Csaszar, Jürgen Winkler, Emil Heller, Michael Hink, Sabine Hübl.

Foto: Helga El-Kothany

nen, Bäumen, einer Pergola mit Weinreben, Trinkbrunnen sowie überdachten Fahrradstellplätzen mit einer E-Bike-Ladestation.

Ein Gemeinderatsbeschluss könnte bei vielen Anwesenden auf Zustimmung gestoßen sein: die Anbringung von Absperrpollern als Schutz bei Veranstaltungen sowie für Sperrungen an Wochenenden.

**Kosten** Die Kosten für das Tourismusbau belaufen sich auf rund 2,5 Millionen Euro. 60 Prozent übernehmen das Landessanierungsprogramm und das Tourist-Infrastrukturprogramm. Für die Außenanlagen fallen zusätzliche 800 000 Euro an.

Nach dem Grußwort wird gefeiert – mit von der Stadt spendierter Pizza und Getränken aus der benachbarten Pizzeria „Di Stefano“ und Weinen aus dem Hausener Weingut Blatt. Lisa-Marie Blatt stellt dabei „Wineflight“ vor, eine von Laura Liebegut, LVWO Weinsberg, ins Leben gerufene Miniweinprobe, die hiesige Winzer und Weingärtnergenossenschaften anbieten. Für die musikalische Unterhaltung hat Sänger und Gitarrist Mike Janipka die richtige Mischung aus vielen Genres zusammengestellt, unaufdringlich und abwechslungsreich. Ideale Begleitung für das gesellige Event.

Viele Besucher nutzen die Gelegenheit, sich im Tourismusbüro

ausgiebig umzusehen und am Gewinnspiel teilzunehmen, bei dem es als Hauptpreis einen „Wineflight“ gibt.

Zum Einzug ins neue Tourismusbau überreicht Architekt Emil Heller Thomas Csaszar einen Riesen-Hefe-zopf-Schlüssel. Das Ergebnis der Baumaßnahmen hat seine Erwartungen erfüllt. Mit dem erweiterten Platz habe man eine Flucht aufgeklappt. Die Freifläche in der richtigen Größe für den Ort schaffe eine gemütliche Atmosphäre. „Was man sich vorgestellt hat, ist eingetroffen.“ Was der Landschaftsarchitekt Michael Hink bestätigt. „Mit der heutigen Feier sieht man zum ersten Mal, was hier gelingen kann.“

## Der Verein

Der vor 20 Jahren gegründete Verein **Neckar-Zaber-Tourismus** umfasst die Kommunen Brackenheim, Cleeborn, Güglingen, Lauffen, Neckarwestheim, Nordheim, Pfaffenhofen und Zaberfeld sowie den Erlebnis-park Tripsdrill. Ziel des Vereins ist es, Tourismus, Gastronomie, Hotellerie und Weinbau in der Neckar-Zaber-Region zu fördern. Mit rund 140 touristischen Mitgliedsbetrieben setzt sich der Verein für die 2001 vom Zweckverband Wirtschaftsförderung Zabergäu ins Leben gerufene Tourismusarbeit der Region erfolgreich ein. *elk*