Informationen zum Tourismus in der Gemeinde FriedeburgRückblick 2015 und Ausblick 2016**Übersicht Direktbuchungen durch die Tourist-Info (Stand jeweils 31.12.):**

	<u>2012</u>	<u>2013</u>	<u>2014</u>	<u>2015</u>
- getätigte Buchungen	657	251	227	243
- davon Monteurbuchungen:	473	51	48	30
- davon Urlauberbuchungen:	184	200	179	213

Der starke Rückgang der Direktbuchungen von 2012 auf 2013 ist auf den Wegfall der Nachfrage zur Unterbringung von Monteuren zurückzuführen. In 2015 konnten die direkten Urlauberbuchungen leicht gesteigert werden.

Für das Jahr 2016 wurden bisher 15 Buchungen getätigt.

Analyse der Buchungen (nur Urlaubsgäste, ohne Monteure)**- *Buchungsverhalten*** (wie viel Zeit lag zwischen Buchung und Anreise?)

	<u>2015</u>	<u>2014</u>	<u>2013</u>
- langfristig (Buchung mehr als vier Wochen vor Anreise)	37 %	35 %	47 %
- mittelfristig	28 %	22 %	22 %
- kurzfristig	30 %	35 %	24 %
- vor Ort (Buchung in der Tourist-Info)	5 %	8 %	7 %

Die langfristigen und mittelfristigen Buchungen bei denen sich die Gäste ihr Quartier frühzeitig sichern liegen mit gesamt 65 % wieder ganz vorne. Die Anzahl der Gäste, die einfach losfahren und spontan vor Ort buchen ist leicht gesunken.

- Buchungsaufkommen nach Monaten (für welchen Zeitraum wurde gebucht?):

	Jan.	Feb.	März	April	Mai	Juni	Juli	Aug.	Sept.	Okt.	Nov.	Dez.
2015	4%	4%	1%	5%	15%	19%	11%	29%	7%	3%	1%	1%
2014	0%	2%	2%	3%	15%	16%	15%	19%	16%	10%	2%	0%
2013	3%	1%	5%	7%	16%	15%	15%	19%	8%	7%	1%	3%
2012	1%	1%	4%	6%	13%	19%	19%	20%	10%	3%	2%	2%

Über die Hälfte der Gäste haben ihren Haupturlaub im Sommer in Friedeburg verbracht. Die Buchungen in den Herbstmonaten sind zurückgegangen dafür sind mehr Buchungen für den Jahresanfang getätigt worden.

- Buchungen nach Bundesländern (aus welchem Bundesland kam der Gast):

	<u>2015</u>	<u>2014</u>	<u>2013</u>	<u>2012</u>
- Nordrhein-Westfalen:	38%	26%	35%	33%
- Niedersachsen:	27%	32%	21%	22%
- Hessen:	9%	6%	7%	6%
- Baden-Württemberg:	8%	2%	7%	7%
- Bayern:	4%	6%	5%	3%
- Berlin:	1%	-	4%	1%
- Brandenburg:	1%	1%	-	-
- Rheinland-Pfalz:	1%	5%	3%	8%
- Sachsen:	3%	3%	3%	3%
- Schleswig-Holstein:	1%	4%	3%	3%
- Thüringen:	1%	1%	3%	4%
- Sachsen-Anhalt:	1%	5%	1%	-
- Mecklenburg-Vorpommern:	1%	2%	1%	1%
- Hamburg:	3%	1%	-	4%
Ausland: - Niederlande ,USA	1%	3%	4%	4%

Der Anstieg der Gäste aus Nordrhein-Westfalen, Hessen und Hamburg lässt sich sicher auch auf die Teilnahme an touristischen Messen in diesen Bundesländern zurückführen.

- Buchungsaufkommen nach Kategorien (was wurde gebucht?):

	2015	2014	2013	2012	2011
Hotel	21%	23%	14%	18%	23%
Privatzimmer	13%	10%	10%	11%	27%
Fewo	49%	57%	60%	55%	36%
Fehaus	17%	10%	16%	16%	14%

Bei den Hotelbuchungen hat sich nicht viel verändert. Die Buchung von Ferienwohnungen hingegen ist leicht gesunken und einen Anstieg gab es bei den Ferienhäusern.

- Buchungsdauer (Aufenthaltsdauer der Gäste/Anzahl der Nächte):

	<u>2015</u>	<u>2014</u>	<u>2013</u>	<u>2012</u>	<u>2011</u>
- 1-3 Nächte	57%	56%	53%	57%	70%
- 4-7 Nächte	29%	30%	25%	29%	27%
- 8-14 Nächte	10%	10%	13%	10%	7%
- mehr als 14 Nächte	4%	4%	9%	4%	1%

Der Trend in Richtung Kurzurlaub hat sich auch in 2015 fortgesetzt (1-3 Nächte). Die Buchungen ab vier Nächten sind fast gleich geblieben.

Ergebnisse der Tourismussaison 2015

Zeitraum: 01.01.2015 bis zum 31.12.2015

(bei den % wurden die jeweiligen Übernachtungszahlen und die Bettenzahlen in Relation gesetzt und mit eingerechnet)

	2014		2015		
Zahl der Betriebe (privat und gewerblich)	53		45 (- 8)		
	Betten	ÜZ	Betten	ÜZ	Unterschied in %
Hotels	157	13.104	157	12.708	- 3,00
Privatzimmer (incl. Bauernhof)	38	6.201	29	4.850	+ 2,00
Fewo auf dem Lande	112	19.882	98	19.286	+ 10,00
Fewo Bauernhof	23	3.567	19	2.665	- 9,50
Fehaus a.d. Lande	35	5.109	35	4.885	- 4,00
	361	47.863	338	44.394	
Camping/Pfadfinderhof		41.000		40.600	
GESAMT		88.863		84.994	- 1,00

Bettenauslastung 2015

Interessant ist auch die Betrachtung der letztjährigen Bettenauslastung der im Gastgeberverzeichnis stehenden Vermieter.

Die Anzahl der zur vermietenden Betten ist nach dem Wegfall der Monteurbuchungen bereits stark gesunken, jedoch kommen in den letzten zwei Jahren noch verstärkt Kündigungen von Vermittlungsverträgen aus Altersgründen oder anderweitigen Gründen dazu.

Auch hier ist deutlich der Wegfall der Monteurbuchungen zu erkennen. Trotzdem liegt die Gesamtauslastung von 36% noch 2,2 % über dem Durchschnitt in Niedersachsen.

Kategorie	Bettenanzahl	Übernachtungskapazität (mögliche Anzahl Übernachtungen)	Übernachtungen 2014 (tatsächliche Anzahl Übernachtungen)	Auslastung in % (Vergleich mit 2011, als noch viele Monteure vor Ort waren)	
				2015	2011
Hotels	157	57.305	12.708	22%	31 %
Privatzimmer	29	10.585	4.850	46%	80 %
Ferienwohnung Lande	98	35.770	19.286	54%	85 %
Fewo/Fehaus Bauernhof	19	6.935	2.665	38%	95 %
Ferienhäuser	35	12.775	4.885	38%	70 %
Gesamt /Durchschnitt	338	123.370	44.394	36%	68%

Die durchschnittliche Bettenauslastung in Niedersachsen lag im letzten Jahr bei 33,8 %
(Quelle: IHK Niedersachsen)

Informationen zur Tourismusarbeit

Tourismus als Wirtschaftsfaktor in der Gemeinde Friedeburg

Auch in diesem Jahr hat die Tourist-Info den Wirtschaftsfaktor Tourismus für die Gemeinde Friedeburg errechnet (Grundlage: Beherbergungsstatistik 2015 der Tourist-Info. Dabei ist zu beachten, dass es sich bei der Berechnung um statistische Angaben handelt.

Zunächst wurden die verschiedenen Beherbergungskategorien wie Hotels, Privatvermieter und Campingplätze betrachtet.

Welche Beherbergungskategorie erzielt den höchsten Umsatz?

	Übernachtungen	Tagesausgaben in €	Brutto-Umsatz in €
Hotels	12.708	75,64	961.233,12
Privatvermieter	31.686	57,00	1.806.102,00
Camping (inkl. Wohnmobilisten)	38.500	45,80	1.763.300,00
Pfadfinderhof	2.100	25,60	53.760,00
Tagesgäste	16.200	26,05	422.010,00
Brutto-Umsatz			5.006.405,12

Quelle durchschnittliche Tagesausgaben: dwif (beratendes Unternehmen der Tourismusbranche)

Einwirkungen auf das Einkommen und die Beschäftigung

Um die Einkommenswirkungen der in der Tourismusbranche arbeitenden Personen zu ermitteln, werden vom Nettoumsatz zwei verschiedene Stufen berechnet. Die erste Umsatzstufe beschreibt die Summe der Einkommenswirkung derer, die direkt von den Ausgaben des Gastes profitieren. Somit sehen wir den Anteil an Löhnen und Gehältern für Servicekräften, Köche, Kellner etc.

Auf der zweiten Stufe wird die indirekte Einkommenswirkung berechnet. Diese beschreibt die Summe des Einkommens derer, die zur Aufrechterhaltung der touristischen Dienstleistung arbeiten. Dazu gehören Vorleistungen wie Lieferanten von Lebensmitteln oder Handwerker für Renovierungsarbeiten der Unterkünfte.

Addiert man die Summen der beiden Stufen, so erhält man einen Betrag von **2.392.560,86 Euro** (= Einkommenswirkung).

Verteilung des Brutto-Umsatzes nach Gewerbe

Grundlage ist der prozentuale Vergabeschlüssel des Tourismusbarometers 2005 und 2006.

	Gastgewerbe		Dienstleistungen		Einzelhandel		Summe
Ü (gewerblich, privat, Camping)	2.833.156,18	61,80%	816.022,33	17,80%	935.216,60	20,40%	4.584.395,12
Tagestourismus	140.107,32	33,20%	49.797,18	11,80%	232.105,50	55,00 %	422.010,00
Gesamt	2.973.263,50		865.819,51		1.167.322,10		5.006.405,12

Gastgeberverzeichnis / Ortsprospekt (Imagebroschüre)

Die Imagebroschüre, die alle 2 Jahre neu herausgegeben wird und auch Informationen für Neubürger/Innen enthält, ist im Januar 2015 für die Jahre 2015/2016 erschienen.

Der gestalterische Aufbau der Broschüre wirkte zunehmend etwas starr. Schrittweise soll nun die Broschüre aufgelockert und moderner gestaltet werden. Dies wurde auch bereits bei der Imagebroschüre 2015/16 und dem Gastgeberverzeichnis 2016 berücksichtigt und umgesetzt.

Werbung**Anzeigen:**

2015 wurde wieder in verschiedenen Zeitungen hauptsächlich durch Prospektwerbung (Bild vom Prospekt in der Anzeige) in den Bereichen Osnabrück, Ruhrgebiet, Münster und Westfalen für Friedeburg geworben. Es wurde aber auch eine Anzeige als Prospektwerbung in der landesweit erhältlichen Broschüre „Deutschlands schönste Reiseziele“ geschaltet.

Zielgebiet für Friedeburg ist nach wie vor Nordrhein-Westfalen, und hier speziell das Münster- und Osnabrückerland. Aber auch die „nähere Umgebung“ wie Bremen und Oldenburg zeigte sich sehr interessiert.

Geht man nach den Bundesländern, so kamen 64 % der Anfragen aus Nordrhein-Westfalen, 15 % aus Niedersachsen, und 11% aus Hessen.

Werbeanzeigen sind weiterhin in den Broschüren des Landkreises, dem Inselhopser, Radwander- und Campingkarten und -führern der Umgebung, der ADFC Broschüre PEDAL, dem Wohnmobilstellplatzführer Nord, dem Verkaufskatalog des Buskontors grenzenlos und der landesweit verteilten Broschüre der Arge Deutsche Königinnen zu finden. Auch in dem im Frühjahr im Handel erhältlichen PANINI Sammelheft „Ostfriesland“ war Friedeburg mit einem Sammelaufkleber beteiligt.

Seit 2013 hat die Tourist-Info bei der Firma Münsterland TV eine Anzeige geschaltet. Die Firma hat in der Stadt Münster, sowie auch im Umland Münsters an publikumsstarken Plätzen (Arztpraxen, Straßenverkehrsämter usw.) TV-Bildschirme installiert, auf denen eine 20 Sekunden Anzeige zu den Sternrouten der Gemeinde Friedeburg ca. 3000 x im Monat ausgestrahlt wird.

Die Anfragen, die die Tourist-Info über das Internet (meist über die Homepage der Gemeinde www.friedeburg.de) erreicht haben sind mit ca. 150 zum Vorjahr leicht gesunken.

An die OTG sind 2015 insgesamt 400 Prospekte geliefert und auf spezielle Anfrage von dort verschickt worden. Bis 2006 war die Anzahl wesentlich höher, da bis zum Jahr 2006 noch Ortsprospekte seitens der OTG mit zu Messen genommen wurden. Dies ist seit 2007 nicht mehr möglich, da die OTG eigene Broschüren (Radurlaub, Landerlebnis, Reiseführer, Städte & Wellness, Camping & Reisemobil) herausbringt, an denen sich alle Vermieter beteiligen können. Es war für die OTG, auch aus Kostengründen, nicht mehr möglich, ca. 50 verschiedene Ortsprospekte mit zu den einzelnen Messen zu nehmen.

Der Besuch der Internetseite der OTG (www.ostfriesland.de) ist für jeden Vermieter zu empfehlen. Auf dieser Seite sind z.B. auch alle Ortsprospekte der ostfriesischen Urlaubsorte als E-Magazin eingepflegt. D.h. man kann sich z.B. den Prospekt von Friedeburg direkt im Internet ansehen und sogar darin blättern. Die Tourist-Info Friedeburg hat direkt auf der Startseite von www.ostfriesland.de eine Anzeige platziert, die den Gast direkt auf die Seite www.friedeburg.de weiterleitet.

Seit 2011 ist die Imagebroschüre auch auf der Internetseite www.friedeburg.de hinterlegt. Somit kann der interessierte Gast direkt im Internet in der Broschüre blättern oder sie sich ausdrucken.

In 2015 hat die Tourist-Info insgesamt 2.200 Prospektanfragen beantwortet. Dadurch sind der Tourist-Info für Prospektversand Portokosten in Höhe von 3.190,00€ entstanden. Ein Teil dieser Kosten ist durch eine freiwillige Portoerstattung mittels Überweisungsvordruck abgedeckt worden.

Die Kosten für die Werbeanzeigen allein in Zeitungen, Broschüren, Kartenmaterial usw. beliefen sich für 2014 auf über 20.000,- € (2014: 19.000,- €)

Messen:

Seit Anfang 2015 hat die Tourist-Info Friedeburg eine lockere Werbekooperation mit der Tourist-Information Moormerland. Dies hat sich als sehr positiv herausgestellt, da die beiden Gemeinden räumlich nicht zu nah beieinanderliegen aber dennoch beide das ostfriesische Binnenland vertreten. Beide Gemeinden beteiligen sich mit einem gemeinsamen Messestand an touristischen Messen in den Hauptzielgebieten und können somit die anfallenden Kosten teilen.

2015 hat sich die Kooperation an folgenden Messen beteiligt:

Reisemesse Kalkar, Reisemesse Kassel-Baunatal, ADFC Radmesse Hamburg, Rad & Outdoor Bremen, Ferien am Meer Berlin, Touristik & Activ Minden, Duisburger Fahrradsommer, Felgenfest Hameln und Reise & Freizeit Siegen

Insgesamt konnten auf den o.g. Messen 7.500 Prospekte und Flyer von Friedeburg verteilt werden.

Die Kooperation hat sich entschieden nicht an den großen touristischen Messen zu beteiligen, da hier der Streuverlust einfach zu groß ist. Sie beteiligt sich eher an kleineren speziellen Messen oder an Reisemesen in Einkaufszentren, da hier der Kontakt zum Kunden sehr viel persönlicher und beratungsintensiver ist.

Der Tourist-Information Friedeburg sind für die o.g. Messen Teilnahmekosten in Höhe von 4.000,- € entstanden.

Die Messeplanung für das Jahr 2016 ist bereits abgeschlossen.

Barrierefreier Tourismus

Unter der Federführung des Tourismusverbandes Nordsee e.V. ist 2011 das Projekt „Barrierefreie Nordsee- Komfort und Service für alle“ ins Leben gerufen worden.

Ziel war die Erstellung einer Datenbank, die Auskunft über den Stand des barrierefreien Tourismus in der Region gibt und helfen soll Barrieren zu erkennen und zukünftig abzubauen. Unter www.barrierefreie-nordsee.de können die Informationen aufgerufen werden.

Die Ostfriesland Tourismus GmbH hat sich diesem Thema auch angenommen und einen Arbeitskreis gegründet. Ein Ziel dieses Arbeitskreises war es, als Region Ostfriesland Mitglied in der Arbeitsgemeinschaft „Barrierefreie Reiseziele in Deutschland“ aufgenommen zu werden, um eine noch bessere Vermarktung zu gewährleisten. Seit dem 01.07.2012 ist die Region Ostfriesland nun Mitglied in dieser Arbeitsgemeinschaft und wird über Printmedien und den Internetauftritt www.barrierefreie-reiseziele.de präsentiert. Zusätzlich hat die OTG einen Katalog mit dem Namen „Natürlich barrierefrei“ herausgebracht, der eine Auswahl an barrierefreien Angeboten und Unterkünften in Ostfriesland enthält.

Da das Thema Barrierefreiheit mittlerweile auch auf Bundesebene umgesetzt werden soll, ist ein Kennzeichnungssystem mit dem Namen „Reisen für alle“ vom Bundesministerium in Zusammenarbeit mit Landesverbänden und Betroffenenverbänden entwickelt worden.

Dabei werden Betriebe entlang der touristischen Servicekette nach deutschlandweit einheitlichen Kriterien erfasst, bewertet und zertifiziert. Es gibt zwei Stufen, in die der Betrieb eingeordnet werden kann: „Barrierefreiheit Stufe 1“ und „Barrierefreiheit Stufe 2“. Dabei wird geprüft, ob das Angebot die Anforderungen der entsprechenden Zielgruppen (Rollstuhlfahrer, Menschen mit Gehbehinderung, Hörbehinderung, Gehörlose, sehbehinderte Menschen und Blinde, Menschen mit kognitiven Einschränkungen) erfüllt. Die Kosten richten sich je nach Größe des Betriebes (ab 79 Euro Kennzeichnungsentgelt) und zusätzlich Kosten für die Erhebung. Die Zertifizierung ist dann drei Jahre gültig.

Weitere Informationen zur Bundesinitiative unter www.deutschland-barrierefrei-erleben.de.

Friesischer Heerweg

2015 konnte der Friesische Heerweg 110 Anfragen auf Grund der Werbeanzeige und dem Eintrag im Radkatalog der Ostfriesland Tourismus GmbH (OTG) verzeichnen. Daraus sind 6 Buchungen (insgesamt 19 Personen) entstanden. Auch ist die Nachfrage nach den Flyern des Friesischen Heerweges auf Messen sehr hoch.

4 Buchungen sind auf die Werbeanzeige und 2 Buchungen auf den Radkatalog der OTG zurückzuführen.

Am 14. Mai 2015 wurde ein Video vom Friesischen Heerweg auf der Facebook-Seite der Firma Meister-Werbung GmbH unter der Rubrik Deutschlands schönste Reiseziele gepostet. Dieses Video hat 15.152 Personen erreicht und wurde 4.730 mal angesehen. Das Video kann auch auf der Internet-Seite des Heerweges unter „Impressionen“ angesehen werden.

Auch 2016 wird der Friesische Heerweg wieder im Radkatalog der Ostfriesland Tourismus GmbH vertreten sein. Die angebotenen Pauschalen werden jedes Jahr ausgetauscht, damit auch alle Mitgliedsgemeinden und –städte genannt werden.

Da der Heerweg zu den starken Routen der OTG gehört, wird in 2016 auch ein Pauschalangebot auf der Website der TMN (TourismusMarketing Niedersachsen GmbH) aufgenommen werden.

Wanderung „Russland – Amerika“

Nachdem das Radroutennetz nach dem Knotenpunktsystem beschildert worden ist, wurde auch der Rundwanderweg von „Rußland“ nach „Amerika“ nach diesem System ausgeschrieben. Als Hilfe wird dem Gast ein Flyer an die Hand gegeben, auf dem die Punkte der Route eingezeichnet sind.

Der Flyer wird sehr gut angenommen, jedoch lassen sich die wenigsten Gäste eine Urkunde ausstellen.

Die Urkunden, die man für die Wanderung erhält, sind 2015 **221** (2014:236) mal verkauft bzw. ausgegeben worden.

Friedeburger Festival und Burgfräulein

Als Auftakt zum Festival fand am Donnerstag, dem 24. September, im „Deutschen Haus“ das 13. Friedeburger Forum statt. Thema in diesem Jahr war: „Lebensübergänge“.

Am Festival-Freitag fand im heimatkundlichen Museum eine Plattdeutsche Lesung mit Johann Carls aus Reepsholt und Andreas Gerdes aus Aurich-Sandhorst statt.

Das Team vom „Deutschen Haus“ organisierte am Festival-Samstag unter dem Motto „Umsonst und draußen“ wieder ein Livekonzert mit der Gruppe „Black-Jack“ auf dem Marktplatz und sorgte auch für das leibliche Wohl.

Am Festival-Sonntag haben sich auf der Fest-Meile 13 Vereine, 25 Gewerbetreibende, 17 auswärtige Schausteller und 38 Flohmarktstände beteiligt. Auch gab es wieder eine Autoschau, an der sich 3 Autohäuser beteiligt haben.

Der Netto-Parkplatz konnte für den Kinderflohmarkt, der sehr gut bestellt war, und für die Kinderanimation genutzt werden.

Der Empfang der Ehrengäste und der auswärtigen Königshäuser fand im „Landhotel Oltmanns“ statt.

Auf der Bühne am Marktplatz wurde das 17. Burgfräulein gewählt. Unserem neuen Burgfräulein, Stefanie Otten, stehen erstmals zwei Hofdamen zur Seite, Ineke Dömel und Rieke Schepers.

Das Friedeburger Festival 2016 findet vom 22.-25. September statt.

Paddel & Pedal

Die Paddel- und Pedalstation an der Wassermühlenbrücke ist die 20. Anlage innerhalb Ostfrieslands. Sie wird in das System „Paddel- und Pedal“ der Touristik GmbH „Südliches Ostfriesland“ in Leer eingebunden. Die Hauptvermarktung der Station läuft über die Touristik GmbH in Leer. Durch die Paddel- und Pedalstation wurde innerhalb der Gemeinde Friedeburg ein weiteres touristisches Highlight geschaffen.

Wie bei allen Paddel- und Pedalstationen können sowohl Kanus als auch Fahrräder ausgeliehen werden.

Frequentierung der Paddel- und Pedalstation Friedeburg (Saison: April - September):

Jahr	Personen	Kanus	Fahrräder
2015	875	244	125
2014	1379	336	186
2013	2034	511	430

Quelle: Zentrale Paddel- und Pedal in Leer

Nach Aussage der Paddel- und Pedalverwaltung in Leer war in der Saison 2015 auch aufgrund des durchwachsenden Wetters insgesamt ein Rückgang bei allen 22 Stationen zu verzeichnen.

Projekt Ems-Jade-Kanal

Als weiteres Angebot soll im Rahmen des ILEK-Projektes „Neue Wege im Wassertourismus“ auf einer Gesamtlänge von 72 km ein durchgängiger Premiumradweg am Ems-Jade-Kanal von Wilhelmshaven bis nach Emden ausgebaut werden, der auch das Befahren mit Dreirädern und Fahrradanhängern ermöglicht. Entlang des Radwanderweges sollen Knotenpunkte zur Anbindung an das Hinterland entstehen, um das touristische Potenzial des Ems-Jade-Kanals mit anderen touristischen Angeboten zu verbinden. Alle am Ems-Jade-Kanal liegenden Anrainergemeinden beteiligen sich an dem Projekt. Die NBank fördert die Maßnahme. Die Investitionen zum Ausbau des Radweges belaufen sich in der Gemeinde Friedeburg auf ca. 320.000 €. Es werden Zuschüsse in Höhe von 160.000 € erwartet. Mit der Baumaßnahme im Bereich der Gemeinde Friedeburg ist im Herbst begonnen worden.

Kartenvorverkaufstelle

Ein Service der Tourist-Info ist der Kartenvorverkauf. Seit 2006 sind in der Tourist-Info nicht nur die Karten für die meisten in Friedeburg stattfindenden Veranstaltungen zu haben, sondern auch, mit Hilfe der Internetbuchung, fast alle Karten für Veranstaltungen des ostfriesischen Raumes, Wilhelmshaven, Oldenburg, Bremen und Bremerhaven, sofern die Veranstalter die Karten zum Verkauf über das Internet freigegeben haben.

In 2015 wurden in der Tourist-Info **312** (2014: 244 / 2013:179) Karten über das Kartenreservierungssystem verkauft. Dies brachte der Tourist-Information eine Provision von über 500,-- Euro ein.