

## **Kleine Anfrage**

**des Abg. Helmut Walter Rüeck CDU**

**und**

## **Antwort**

**des Ministeriums für Finanzen und Wirtschaft**

### **Inakzeptable Abwertung der Comburg Schwäbisch Hall bei der Tourismuswerbung des Landes**

Kleine Anfrage

Ich frage die Landesregierung:

1. Trifft es zu, dass im neuen Flyer der Vermarktungsgesellschaft Baden-Württemberg die Comburg nicht mehr als wichtiges Kulturgut und Tourismusziel enthalten ist?
2. In welcher Auflage und an wie vielen Standorten wird der unter Frage 1 genannte Flyer verteilt?
3. Welche Stelle ist konkret für die Erstellung des Werbeflyers zuständig und welchen Einfluss übt das Land auf die Inhalte des Flyers und auf die Prioritäten einer Erwähnung in diesem Flyer und in anderen Druckstücken aus, um wesentliche Kulturgüter und -stätten nicht zu vernachlässigen?
4. In welcher Weise und in welchem Umfang wurde die Comburg zu touristischen Zwecken in den Jahren 2006 bis 2011 genutzt und wie haben sich die Besucherzahlen entwickelt?

23. 09. 2011

Rüeck CDU

## Begründung

Offenbar hat die Comburg aus dem Blick der Abteilung im Finanzministerium „Staatliche Schlösser und Gärten“ eine Abwertung erfahren und erscheint nicht mehr im Werbeflyer der Vermarktungsgesellschaft des Landes. Die Herausnahme der Comburg lässt befürchten, dass diese als Tourismusziel nicht mehr ausreichend wahrgenommen wird. Daneben stellt sich die Frage, wer im Land dafür die Verantwortung trägt, welche Prioritäten einzelne Kulturgüter und -stätten in der Außendarstellung von Baden-Württemberg erhalten und welchen Einfluss die Landesregierung hierbei auf nachgelagerte, landesunmittelbare oder landesfinanzierte Einrichtungen nimmt, die entsprechende Informationen herausgeben.

## Antwort

Mit Schreiben vom 18. Oktober 2011 Nr. 4-3360.1-06/29 beantwortet das Ministerium für Finanzen und Wirtschaft die Kleine Anfrage wie folgt:

*Ich frage die Landesregierung:*

- 1. Trifft es zu, dass im neuen Flyer der Vermarktungsgesellschaft Baden-Württemberg die Comburg nicht mehr als wichtiges Kulturgut und Tourismusziel enthalten ist?*

Eine „Vermarktungsgesellschaft Baden-Württemberg“ gibt es nicht. Auf Landesebene sind mehrere Organisationen mit Marketing betraut. Das Ministerium für Finanzen und Wirtschaft geht davon aus, dass mit dem genannten „neuen Flyer der Vermarktungsgesellschaft Baden-Württemberg“ die von den Staatlichen Schlössern und Gärten Baden-Württemberg im Januar 2011 neu herausgegebene Broschüre „Alte Schönheiten, neue Bekannte“ gemeint ist, die nach Regionen zusammengefasst einzelne von den Staatlichen Schlössern und Gärten zur Präsentation und Vermarktung betreute Kulturliegenschaften enthält. Die Comburg ist dort nicht aufgeführt.

- 2. In welcher Auflage und an wie vielen Standorten wird der unter Frage 1 genannte Flyer verteilt?*

Die von den Staatlichen Schlössern und Gärten Baden-Württemberg herausgegebene Broschüre „Alte Schönheiten, neue Bekannte“ wurde in einer Auflage von 47.500 Exemplaren gedruckt. Sie liegt an 22 Schlosskassen bzw. -shops in den den Staatlichen Schlössern und Gärten zugewiesenen Objekten aus. Darüber hinaus wird sie durch die Staatlichen Schlösser und Gärten bei Messeauftritten und vergleichbaren Werbemaßnahmen sowie auf Anfrage über den Prospektservice der Staatlichen Schlösser und Gärten verteilt.

- 3. Welche Stelle ist konkret für die Erstellung des Werbeflyers zuständig und welchen Einfluss übt das Land auf die Inhalte des Flyers und auf die Prioritäten einer Erwähnung in diesem Flyer und in anderen Druckstücken aus, um wesentliche Kulturgüter und -stätten nicht zu vernachlässigen?*

Die dem Landesbetrieb Vermögen und Bau Baden-Württemberg zugehörige nicht rechtsfähige Anstalt Staatliche Schlösser und Gärten Baden-Württemberg hat die offensive und publikumswirksame Präsentation und Vermarktung der ihr zugewiesenen Schlösser, Klöster, Gärten, Burgen und Ruinen zur Aufgabe. Sie war daher die zuständige Stelle für die Erstellung der genannten Broschüre.

Das Ministerium für Finanzen und Wirtschaft hat den Landesbetrieb Vermögen und Bau Baden-Württemberg mit der Erstellung einer weiteren Broschüre beauftragt, die touristische Informationen zu den öffentlich zugänglichen und touristisch interessanten Kulturobjekten des Landes enthält. Darin werden auch die Abtei Großcomburg und das Kloster Kleincomburg enthalten sein.

*4. In welcher Weise und in welchem Umfang wurde die Comburg zu touristischen Zwecken in den Jahren 2006 bis 2011 genutzt und wie haben sich die Besucherzahlen entwickelt?*

Für die Abtei Großcomburg organisiert die dort ansässige Landesakademie für Fortbildung und Personalentwicklung an Schulen den Besucherbetrieb in eigener Verantwortung. Von April bis Oktober werden dienstags bis sonntags Führungen in die Stiftskirche angeboten. Die von der Landesakademie gemeldeten Besucherzahlen betragen für

2006	13.007 Personen
2007	13.473 Personen
2008	12.498 Personen
2009	10.549 Personen
2010	10.070 Personen.

Darüber hinaus werden den jährlich rund 6.500 Tagungsgästen auf der Comburg Führungen angeboten.

Dr. Nils Schmid

Minister für Finanzen und Wirtschaft