



## **Analyse Automobilsommer 2011 vorgestellt: 1,2 Millionen Besucher und zweistelliger Millionenumsatz in Baden-Württemberg**

*Rund 1,2 Millionen Menschen haben beim Automobilsommer 2011 in Baden- Württemberg die Veranstaltungen zum 125-jährigen Jubiläum des Automobils besucht. Davon kamen rund 540.000 Besucher direkt auf Impuls der Veranstaltungsreihe und gaben bei ihrem Besu*

(ddp direct)Stuttgart, 06.12.2011 Nach Abschluss des Automobilsommers 2011 liegen die Ergebnisse der Evaluation der viermonatigen Veranstaltungsreihe zum 125. Geburtstag des Automobils in Baden-Württemberg vor. Mit dem Automobilsommer 2011 hat das ganze Land vom 7. Mai bis 10. September 2011 das Jubiläum gefeiert. 1,2 Millionen Menschen aus Deutschland und der ganzen Welt haben mindestens eine der zahlreichen Veranstaltungen besucht oder eines der speziellen touristischen Angebote im Rahmen des Automobilsommers 2011 genutzt. Zusammen mit den Besuchen in Automobilmuseen, bei Motorsportveranstaltungen und von sonstigen themenverwandten Angeboten generierte das Thema Automobil und Mobilität 2011 rund 5,0 Millionen Besuchertage in Baden-Württemberg. Auch wirtschaftlich hatte der Jahresevent einen positiven Effekt für das Land. Die rund 540.000 Veranstaltungsbesuche, die direkt auf den Impuls des Automobilsommers zurückzuführen sind, haben zu einem Bruttoumsatz von 18,2 Millionen Euro geführt. Im Durchschnitt hat ein Besucher des Automobilsommers am Tag fast 34 Euro ausgegeben. Auch das Hotel- und Gaststättengewerbe profitierte. Gut neun Prozent der Besucher übernachteten in Baden- Württemberg, mindestens 50.000 Übernachtungen resultierten aus dem Automobilsommer.

Sven Hinterseh, Abteilungsleiter für Tourismus und Naturschutz im Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz, würdigte den Automobilsommer 2011 als bisher größtes touristisches Themen- und Kooperationsprojekt in der Geschichte Baden- Württembergs. Den Erfolg des Projektes verdanken wir insbesondere dem großen Engagement der Akteure im Land, erklärte Hinterseh und fügte hinzu: Ohne die zahlreichen touristischen Leistungsträger, Vereine, Städte, Gemeinden, Unternehmen, Museen, Forschungseinrichtungen und viele mehr wäre die erfolgreiche Umsetzung des Automobilsommers 2011 nicht möglich gewesen.

Wir freuen uns, dass die umfangreiche Analyse ein positives Fazit zieht. Das Thema Automobil und Mobilität hat nicht nur für zahlreiche begeisterte Besucher gesorgt, sondern führte auch zu erfolgreichen und nachhaltigen Kooperationen zwischen Wirtschafts- unternehmen und öffentlichen Institutionen. Wir werden dieses Erfolgsmodell zum Anlass nehmen, das Thema auch mit Blick auf den Bereich Zukunftsmobilität weiterzuentwickeln und touristisch erlebbar zu machen, resümiert Andreas Braun, Geschäftsführer der Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg.

Bei den Besuchern des Automobilsommers 2011 kamen die zahlreichen Aktivitäten zum 125. Geburtstag des Automobils hervorragend an. 80 Prozent der Befragten gaben an sehr oder überaus zufrieden mit den besuchten Veranstaltungen gewesen zu sein. Dabei stießen Museumsbesuche, Unternehmens- und Werksführungen sowie Events und Ausstellungen rund um das Thema Automobil und Mobilität auf das größte Interesse.

Der Automobilsommer 2011 hat als Thema das ganze Land bewegt. 85 Prozent der Besucher kamen aus Baden-Württemberg und mit 83 Prozent war die große Mehrheit der Besucher im Rahmen eines Tagesausflugs auf einer Veranstaltung des Automobilsommers unterwegs. Die Altersstruktur der Besucher zeigte sich relativ ausgeglichen. Die Gruppe der 46- bis 55-Jährigen war mit einem Anteil von über einem Viertel die größte unter den Befragten.

Ergänzend zu der Besucherbefragung wurden auch die teilnehmenden Veranstalter beim Automobilsommer befragt. Nahezu die Hälfte der befragten Veranstalter sprach dem Thema Automobil ein Alleinstellungsmerkmal im touristischen Wettbewerb für Baden-Württemberg zu. Etwa ebenso viele Veranstalter sind der Meinung, das Thema sei relevant für die Vermarktung im Ausland. Dies deckt sich auch mit den Ergebnissen zahlreicher persönlich geführter Einzelgespräche mit Einrichtungen, Unternehmen, Organisationen und Medien, die mit dem Automobilsommer zu tun hatten.

Der Automobilsommer 2011 in Baden-Württemberg erzielte mit der Berichterstattung in den Medien einen Medienwert von umgerechnet knapp 38 Millionen Euro. Der Medienwert berücksichtigt, dass eine redaktionelle Berichterstattung eine höhere Glaubwürdigkeit als eine klassische Anzeige hat. Dieser Effekt wird branchenüblich mit einem Faktor von 2 bis 4 auf den erzielten Anzeigegenwert angesetzt.

Für die Evaluation Automobilsommer 2011 wurden 1.498 Personen befragt, die Veranstaltungen zum Automobilsommer 2011 besucht haben, und 66 Veranstalter, die Veranstaltungen im Rahmen des Automobilsommers 2011 angeboten haben. Die Evaluierung des Automobilsommers 2011 wurde von der Kölner ift Freizeit- und Tourismusberatung GmbH im Auftrag des Ministeriums für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz im Zeitraum April bis Dezember 2011 durchgeführt.

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:  
<http://shortpr.com/e9e58y>

Permanentlink zu dieser Pressemitteilung:  
<http://www.themenportal.de/politik/analyse-automobilsommer-2011-vorgestellt-1-2-millionen-besucher-und-zweistelliger-millionenumsatz-in-baden-wuerttemberg-75774>

### **Pressekontakt**

Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg

Herr Jens Ofiera  
Esslinger Str. 8  
70182 Stuttgart

[j.ofiera@tourismus-bw.de](mailto:j.ofiera@tourismus-bw.de)

### **Firmenkontakt**

Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg

Herr Jens Ofiera  
Esslinger Str. 8  
70182 Stuttgart

[shortpr.com/e9e58y](http://shortpr.com/e9e58y)  
[j.ofiera@tourismus-bw.de](mailto:j.ofiera@tourismus-bw.de)

Der Automobilsommer 2011 ist eine gemeinsame Initiative der Tourismus Marketing GmbH Baden- Württemberg (TMBW) und des Ministeriums für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden- Württemberg (MLR) zum 125. Geburtstag des Automobils.