

BodenseeClick: Ein Informationssystem für Tourismus, Umwelt und Mobilität

Von Roland Scherer, Bodensee Stiftung

Ein typisches Kennzeichen des Bodensee-Urlaubers ist seine ausgeprägte Mobilität: Der Urlauber übernimmt überdurchschnittlich viele Ausflüge in der Region, und bewegt sich dabei auch deutlich weiter als in anderen Urlaubsregionen (Bodensee: 91 km / BRD: 70 km). Hauptverkehrsreisemittel ist dabei der PKW: über 85% aller Ausflüge erfolgen hiermit. Ebenfalls eine grosse Bedeutung für den Ausflugsverkehr hat am Bodensee natürlich die Bodensee-Schiffahrt - nur stellt sich hier die Frage, ob dies ein öffentliches Verkehrsmittel ist oder nicht ein eigenständiges touristisches Angebot? Der Öffentliche Verkehr im engeren Sinn, d. h. die Bahnen und Busse rund um den See spielen dabei keine Rolle.

Dieses Ausflugsverhalten, alles mit dem eigenen PKW zu erledigen, führt natürlich zu den hinlänglich bekannten Auswirkungen: überfüllte Parkplätze in den Ufergemeinden, der sonntägliche Stau an der Fähre oder in Richtung der Autobahnen sind offensichtliche Zeichen, dass der motorisierte Individualverkehr eines - wenn nicht das - zentrale Problem des Bodensee-Tourismus ist. Zugunsten der Urlauber muss hier jedoch angemerkt werden, dass ein Grossteil des Ausflugsverkehrs hausgemacht ist, d. h. von den Einheimischen mitverursacht wird.

Von den verschiedensten Seiten wurde dies erkannt und seit einigen Jahren versucht, den motorisierten Ausflugsverkehr auf den Öffentlichen Verkehr zu verlagern. Besonders die Tourismusverantwortlichen haben dies relativ frühzeitig erkannt und bereits Anfang der 80er Jahre eine massive Förderung des Öffentlichen Verkehrs gerade auch für den Tourismus gefordert. Seitdem wurden zahlreiche Massnahmen und Initiativen durchgeführt, um die Ufergemeinden vom Autoverkehr zu entlasten und den Öffentlichen Verkehr zu fördern: Ortsumgehungen und Ortsrandparkplätze, neue Linienangebote, wie z. B. der Seehas - eine grenzüberschreitende S-Bahn-Verbindung, und neue Tarifangebote, wie z. B. die Thurgauer Tageskarte.

Diese Massnahmen zeigen bereits die ersten Erfolge - vor allem bei der einheimischen Bevölkerung selbst. Bei den Bodensee-Urlaubern dagegen ist bislang noch keine signifikante Änderung des Mobilitätsverhaltens festzustellen. Die Gründe hierfür sind vielfältiger Art: Unkenntnis der Angebote, verwirrende Tarife und Abfahrtszeiten, Bequemlichkeit und vor allem mangelnde Information. Dies liegt vor allem auch darin begründet, dass der Urlauber auch nicht beraten wird oder besser beraten werden kann: Um am Bodensee jemandem die Auskunft zu geben, wie er von Meersburg mit dem Öffentlichen Verkehr zum Kloster St. Gallen kommt ist eine schwierige Aufgabe - oder wie sagte es ein Verkehrsplaner: 1 See, 3 Länder, 1000 Fahrpläne. Für die Counterkraft in der Tourist-Information oder am Hotelschalter ist es bislang immer einfacher, den Weg per Auto zu erklären. Eine Verlagerung des motorisierten Ausflugsverkehrs der Urlauber auf den vorhandenen Öffentlichen Verkehr scheitert meistens schon am Beginn: an der Information.

Das Projekt ‚BodenseeClick‘

An diesem Punkt setzt das Projekt ‚BodenseeClick‘ an: Es möchte in der internationalen Bodenseeregion die Mobilitätsberatung im gesamten Tourismussektor verbessern. Das Gesamtprojekt umfasst dabei verschiedene Elemente:

- # Den Aufbau eines elektronischen Informationssystems für Tourismus, Umwelt und Mobilität (www.BodenseeClick.com)
- # Die Qualifizierung und Sensibilisierung der im Bodensee-Tourismus Beschäftigten für intelligente Mobilität
- # Die Sensibilisierung und Information der Bodensee-Urlauber für intelligente Ausflugsmobilität

Im Gegensatz zu vergleichbaren Projektansätzen in anderen Regionen wurde BodenseeClick bereits von Beginn an als integratives Projekt geplant. Die ersten Ideen für dieses Projekt liegen bereits eine geraume Zeit zurück: 1995 erfolgte durch die EU-Kommission eine Ausschreibung für ‚Umweltverträglichen Verkehr und Tourismus‘. Auf Initiative der Bodensee-Stiftung wurde bereits damals das Grundkonzept von BodenseeClick entwickelt und alle für den Bodensee-Tourismus relevanten Institutionen konnten als Kooperationspartner gewonnen werden. Leider hatte das Projekt auf der EU-Ebene keinen Erfolg, da sich die Internationalität des Projekts nur auf die Bodenseeregion bezog. Die Grundidee des Projekts war aber so gut, dass man sie nicht sterben lassen wollte und man sich nach neuen Projektunterstützern umsah. Mit der Integration von BodenseeClick in das Projekt ‚Zukunftsfähiger Bodensee‘ der Bodensee-Stiftung und der im Herbst 1997 erfolgten Bewilligung durch die Deutsche Bundesstiftung Umwelt war man erfolgreich. Und auch die EU unterstützt inzwischen das Projekt im Rahmen eines Programms der Generaldirektion XI. An der Finanzierung des Aufbaus von BodenseeClick sind aber auch Wirtschaftsunternehmen aus der Bodenseeregion beteiligt: Vor allem das Bodensee Magazin, das als fester Projektpartner der Bodensee-Stiftung wichtige - auch materielle - Leistungen erbringt.

Was aber ist nun BodenseeClick ?

Das Kernelement des gesamten Projekts ist ein elektronisches Informationssystem, das von den Counterkräften in den Tourist-Informationen und in den Hotels benutzt werden soll, bzw. bereits genutzt wird. In diesem Informationssystem können die Counterkräfte relativ schnell die Informationen über die verschiedensten touristischen Ausflugsziele in der gesamten Internationalen Bodenseeregion abrufen. Im Kern eigentlich nichts Neues, dies können die Informationssysteme in vielen anderen Regionen ja auch. Das Innovative an dem Informationssystem ist nun die automatische Verknüpfung mit einer elektronischen Fahrplanauskunft - hier mit der efa Baden-Württemberg der Nahverkehrsgesellschaft Baden-Württemberg. Jedes der Ausflugsziele ist indirekt mit der Fahrplanauskunft verknüpft. Mit einem Click und mit lediglich der Eingabe der Abfahrtszeit bekommt der Gast einen Fahrplan mit den nächsten vier Fahrmöglichkeiten zu dem gewünschten Ausflugsziel - von der Hoteltüre bis zur Türe des Museums, der Freizeiteinrichtung und über alle verschiedenen Verkehrsträger hinweg. Nach Erfahrungen in der Testphase, die in der Saison 1998 in vier Hotels und vier Tourist-Informationen durchgeführt wurde, benötigt die Counterkraft etwa 3 Minuten und der Gast hat seinen persönlichen Fahrplan und alle relevanten Informationen über das gewünschte Ausflugsziel in der Hand. Derzeit umfasst das Informationssystem knapp 400 Eintragungen von Ausflugszielen und Orten in der Bodenseeregion, nach denen nach verschiedenen Kriterien recherchiert werden kann. Bis zur Saison 1999 soll die Anzahl auf etwa 1000 Ziele aufgestockt werden.

Die Zukunft

BodenseeClick ist - wie bereits an der Finanzierung ersichtlich - ein Modellprojekt, bei dem lediglich der Aufbau und nicht der langfristige Unterhalt gefördert wird. Um BodenseeClick das Schicksal vieler anderer Modellprojekte zu ersparen, wurde von Beginn an versucht, eine langfristig tragfähige Organisation und Finanzierung aufzubauen: Einerseits konnte mit dem Bodensee Magazin ein Wirtschaftsunternehmen gewonnen werden, dass ein langfristiges unternehmerisches Interesse an dem Informationssystem hat. Andererseits ist es auch

gelingen, den Dachverband des Bodensee-Tourismus, die Internationale Bodensee Tourismus (IBT) GmbH, in das Projekt BodenseeClick einzubinden: In ihrem Marketingkonzept hat sich die IBT zu BodenseeClick als dem zentralen Instrument der Gästebetreuung in der Bodenseeregion bekannt. Sie wird sich auch anteilmässig an den laufenden Kosten des Informationssystems beteiligen. Die restliche Finanzierung soll über die Verkehrsunternehmen in der Bodenseeregion erfolgen. Diese Form der Finanzierung würde bedeuten, dass die Nutzung von und der Eintrag in BodenseeClick weiterhin kostenfrei bleiben könne - auch hier unterscheidet es sich deutlich von anderen Informationssystemen, bei denen sowohl die Nutzer als auch die Anbieter die Kosten direkt tragen müssen. Derzeit kann deshalb davon ausgegangen werden, dass BodenseeClick auch nach Beendigung der Aufbaufinanzierung weitergeführt werden wird.

Für die Zukunft ist auch ein weiterer Ausbau von BodenseeClick geplant. Denkbar ist hier die Integration eines tagesaktuellen Veranstaltungskalenders, der Einbau eines Hotelführers, ein Einkaufsführer für regionale Produkte oder auch die Information und Anfrage bei einem Fahrradverleih.

Für diese Erweiterungen des Informationssystems müssen selbstverständlich noch die notwendigen Finanzmittel gesucht werden. Ebenfalls ist es denkbar, dass der bisherige regionale Aufbau von Bodensee-Click auch auf die lokale Ebene heruntergebrochen wird: Ein Kommunal-Informationssystem über Schulen, Ämter, Freizeitmöglichkeiten - jedoch immer verbunden mit einer Mobilitätsberatung.

Eine der Hauptaufgaben von BodenseeClick für das Jahr 1999 ist der gesamte Bereich des Marketings. Im Bereich des Innenmarketings sind hier die verschiedensten Informations- und Qualifizierungsmassnahmen geplant: Workshops mit Hoteliers über intelligente Mobilität im Tourismus, Vorlesungen an der Berufsakademie Ravensburg, Kurse für die Counterkräfte oder in-house-Weiterbildungsangebote in den Hotels sind nur einige Beispiele für die geplanten Massnahmen. Beim Aussenmarketing wird stark mit den zuständigen Tourismusorganisationen zusammengearbeitet. In allen offiziellen Werbematerialien der IBT wird auf BodenseeClick hingewiesen, in den privaten Publikationen, wie dem Bodensee Magazin, wird BodenseeClick der entsprechende Raum eingeräumt. Gemeinde und Hotels signalisieren bereits in ihrer Werbung, dass sie mit BodenseeClick beraten. Wichtig sind natürlich auch Messeauftritte, wie z. B. auf der ITB in Berlin, an denen diese neue touristische Dienstleistung, die Mobilitätsberatung in der Region, präsentiert wird.

Der Bodensee auf einen Click - es ist ein Ansatz für eine sanfte Mobilität im Tourismus von der auch andere Regionen lernen und profitieren können. Lernen insofern, weil hier versucht wurde nicht nur technische Lösungen zu verwirklichen, sondern auch auf Human Kapital der Destination zurückzugreifen und dieses zu qualifizieren. Profitieren insofern, weil hier - besonders auf der technischen Ebene - Erfahrungen gesammelt werden, die andere Regionen nutzen können.

Verwendete Literatur

B. Harrer; K. H. Hänssler "Der Tourismus als Wirtschaftsfaktor im deutschen Bodenseegebiet", Ravensburg 1998

Abstract

The project ‚BodenseeClick‘ aims to improve the mobility and its information system in the entire Lake Constance region. The three elements are an electronic information system for tourism, environment and mobility (www.BodenseeClick.com), the qualification and sensibilization for employees in the tourism sector and the information and sensibilization for the tourist in the region.

‚BodenseeClick‘ is meant to be used by counter staff in hotels and travel agencies and tourist information offices and is automatically linked to electronic public transport information systems. The further expansion of the project is planned for the near future.

Kontakt:

Bodensee-Stiftung

Roland Scherer

Paradiesstrasse 13

D- 78462 Konstanz

Tel: +49-7531-90-98-0

Fax: +49-7531-90-98-77

e-mail: Bodensee-stiftung@swol.de

Quelle:

Europäisches Forum für sanfte Mobilität im Tourismus - Umsetzungspartner für ein Netzwerk
Europäischer Tourismus mit sanfter Mobilität - BodenseeClick: Ein Informationssystem für
Tourismus, Umwelt und Mobilität - Roland Scherer, Bodensee Stiftung, S. 78-80

