**Immenstaad:Tourismusmarketing ist keine Tupper-Party**

**Peter Groß – 08.11.2018**

Sie kennen das Prinzip als Tupperware, Dessous – oder und das ist neu DBT – Party? Zu der DBT - Party kommen der Bürgermeister, die Chefin der Tourist Info (TI), auch mal eine Hochschulprofessorin, ein Vertreter der Deutsche Bodensee Tourismus GmbH (DBT) oder sonstige Experten und bemühen sich auf eigens von der Gemeinde finanzierten Gastgeberveranstaltungen gute Laune zu verbreiten. Zum Beispiel mit Zahlen des Welt- Land und Bodenseetourismus. Weitere Treffen wurden übrigens mit Mitgliedern des Vorstands der Tourismusgemeinschaft Immenstaad und der im Hotel- und Gaststättenverband Dehoga organisierten Betriebe durchgeführt. Das Ziel war klar. Geheimdiplomatie bis die Gemeinde sich den Regeln der DBT unterwirft. Ganz klar, bloß keine Einwohnerbeteiligung.

Warum fallen Gemeindevertreter kleinerer Gemeinden auf das Blendwerk der DBT herein und übernehmen sich finanziell? Finanzieren zum einen die überteuerte TI vor Ort und zusätzlich die DBT? Der Unterschied bei den Verwaltungskosten der VHB - oder KONUS Karte ( etwa 3 bis 5 Cent) zur EBC ist enorm, auch wenn der Betrag (DBT 25 Cent) nach Lippenbekenntnis bis 2023 nicht steigen soll, bleibt die Frage der Vertragsgestaltung. Also ob die 25% - Pauschale dominiert oder die Leistung „nur“ 25 Cent wert ist. Einrichtung und Unterhalt für die ehemalige e-Card (z.B. Lesegeräte) sind bereits entfallen. Da wäre also noch viel Luft. Übrigens alle anderen Gemeinden wären von einer Prozentrechnung betroffen, wenn etwa der Verkehrsverbund den Tarif erhöht, erhöht sich der DBT – Betrag wohl anteilig.

Keine größere Gemeinde oder Stadt wird Geld zum Fenster hinauswerfen. Dazu genügt ein Blick auf die Antwort der Stadt Friedrichshafen, auf eine Forderung der Fraktionschefin Mathilde Gombert (Grüne), der DBT beizutreten. Ein klares Echt-Bodensee-Card-Nein-Danke wie man es von dem Gastgeber Uhldingen Mühlhofen e.V., Forum Langenargen und vielen Städten und Gemeinden seit Jahren kennt.

In den vergangenen Jahren brachten auspendelnde Tagesgäste einen Umsatz von über 100 Mio. Euro allein nach Ravensburg. Während Immenstaad demnächst, wie andere seit 2017 an der DBT beteiligte Gemeinden, bald mehr als einen Euro und davon vermutlich 25% an die DBT für jede Übernachtung zahlt, machen Händler, Dienstleister und Gastgewerbe in Ravensburg durch Tagesbesucher, auch aus Immenstaad, Umsatz und kräftige Gewinne. Jedoch nicht nur weil aus den Gemeindekassen die DBT und damit die kostenlose Nutzung des ÖPNV unterstützt wird, sondern weil durch die Herausstellung in Werbemitteln der DBT die Nachfrage für einen Besuch dort wie auch in Friedrichshafen, Lindau, Meersburg oder Überlingen oder den sogenannten Attraktionen am See überdurchschnittlich steigt.

Jeder Übernachtungsgast, der mit Bahn und Bussen bald kostenlos nach Singen ins neue Einkaufszentrum fährt, wird im Rahmen eines Tagesausflugs dort eine Gaststätte besuchen oder die Vielfalt des Warenangebots für umfangreiche Shopping – Touren nutzen. Damit bleiben für Langenargen, Eriskirch, Immenstaad, Sipplingen u.a. in der Regel hauptsächlich die Einnahmen aus Übernachtungen und Frühstück. Der kostspielige finanzielle Aufwand für die DBT erfüllt nur noch den Zweck, dass Touristen ihr Geld woanders ausgeben. Bleibt die Frage, ob das Geld nicht besser angelegt wäre, um die eigene Infrastruktur im Ort aufzuwerten.

Bis 2030 wird es voraussichtlich keine brauchbaren ÖPNV – Angebote im Sinne einer Kooperation der Gemeinden und Städte „rund um den See“ geben, wenn sich der VHB nicht kurzfristig zu einem gemeinsamen Angebot auch für eine Gästekarte entschließt. Die gesamten Vorleistungen, den Bahnverkehr zu modernisieren werden ohne jegliche Ausgleichsleistungen in Millionenhöhe aus Gemeindekassen finanziert, bei Beibehaltung der exorbitant hohen ÖPNV – Kosten für Einheimische.

Ohne jegliche Beteiligung der Deutschen Bahn. Ist es ein Wunder, wenn dann die Landflucht einsetzt und die Zahl besser verdienender Fachkräfte mit ihren Familien in Städte abwandert oder junge Menschen nach dem Studium nicht mehr zurück kehren, weil es nach einem erfolgreichen Start z. B. in Berlin – Siemensstadt ([www.rbb24.de](http://www.rbb24.de/) : Das sagen Anwohner und Mitarbeiter zu „Siemensstadt 2.0“) oder auch in vielen anderen Städten, einen Innovationscampus gibt, der Beschäftigung, preisgünstigen Wohnraum, ein ökologisch wertvolles Arbeits- und Wohnumfeld mit Schule oder attraktive Möglichkeiten für die Freizeitgestaltung tausender Menschen bietet und gleichzeitig über das kreative Potential von 190.000 Studenten verfügt.

In Hessen etwa kostet das Schülerticket ganzjährig 365 Euro, für Auszubildende, Schüler und Studenten gibt es noch ein 10 für 12 Ticket für einen Jahresabo preis von 357 Euro, das die kostenlose Nutzung von Anruf Sammeltaxis einschließt.

In Dresden zahlen Einwohner 59 Euro für einen Monat. Im Nahverkehr Rostock fahren Schüler ab dem Jahr 2020 umsonst Bus und Bahn. Es sind alles Argumente für Verlagerungseffekte die ganzjährig Wirkung erzielen und gleichzeitig die Kaufkraft der Einwohner verbessern, die es günstiger machen in der Nachbarschaft einzukaufen und nicht wegen überhöhter ÖPNV – Preise, im Internet zu bestellen. Aber wie immer sind die Grünen vor dem Ziel ausgestiegen und bescheiden sich mit kostenlosen Gästekarten. Die Vorarlberger Tarife und Freiburger Tarife habe ich vorgehend in vielen Beiträgen gelobt.

Ein weiteres Reizthema ist die zu erbringende Leistung von Tourist Informationen und DBT im Internetzeitalter. Die DBT verspricht scheint es folgendes:

Messeorganisation und – Präsentation (CMT und ITB), Aufbau der Marke „Echt Bodensee“ als Teil der Vierländerregion Bodensee, Aktionen im Bereich Social Media, Betreuung und Pflege der Homepage und Echt Bodensee Reiseführer App, Konzeption und Erstellung von Printprodukten, Organisation und Durchführung von Workshops, Presse und Öffentlichkeitsarbeit, Internationale Marktbearbeitung in Zusammenarbeit mit der IBT GmbH, sonstige Projekte wie z.B. Landesgartenschau 2020 und die Unterhaltung des DBT Servicecenter.

Das ist eine Angebotsfülle, die jede örtliche TI von Arbeitsleistungen entlastet und es unverständlich macht, dass TI´s eigene Veranstaltungen für Gastgeber anbieten, die in Uhldingen-Mühlhofen gerade einmal ca. 7 von 270 Gastgebern erreichen. TI´s verursachen oft Kosten im Umfang in Höhe von 1 Million Euro, wobei die Einnahmen aus Kurtaxe, Fremdenverkehrsbeitrag und wohl auch Bettengeld einzig dem Zweck des Unterhalts der TI zufließen. Es ist ein Überangebot an Prospekten, Informationen und Internetseiten, die für interessierte Gäste jedes vernünftige Maß überschreiten. Allein für die Wartung und regelmäßige Überarbeitung regionaler Internetseiten kommen Beträge zusammen, die schnell 20.000 Euro übersteigen.

Betrachtet man das Vorhaben in Immenstaad, die Tourist Information nach dem Ravensburger oder Uhldingen-Mühlhofener Modell auszubauen geht es um Kosten von vermutlich deutlich über 900.000 Euro, für einen Laden in dem Bollerwagen ausgeliehen, Prospekte verteilt und in geringem Umfang regionale Produkte angeboten werden. Es führt vermutlich dazu, dem nächsten Dorfladen Konkurrenz zu machen. Man darf natürlich nicht unterschätzen, dass in Ravensburg die Möglichkeit besteht Kindern die Windeln zu wechseln. In Immenstaad sollte im Rahmen der Inklusion Berücksichtigung finden, dass Behindertengerechte, Rollstuhl geeignete Toiletten dringend benötigt werden, die übrigens auch mit öffentlichen Zuschüssen vom Justiz- und Tourismusminister mit Begeisterung gefördert werden (vgl. Langenargen). Eine erste Möglichkeit wäre, die Stelle von Frau Stegmann nicht neu zu besetzen, sollte sie in der DBT eine neue Heimat finden. Da wäre sie ohnehin für „Echt Bodensee“ zuständig - und nicht jede TI braucht eine eigenes Quietscheentchen. Lakey für 3,50 Euro reicht für alle.