

Wir fördern Europa.

Schlussbericht

für das Projekt Nr. 102

„Tageskarte Euregio Bodensee“

im Rahmen des Interreg IV-Programms Alpenrhein-Bodensee-Hochrhein



Vor- und Rückseite Flyer



Euregio Fahrplan Vor- und Rückseite



Beispiel Inserat



Beispiel Plakat
(Aushang an Bahnhöfen, Tourismusbüros etc.)



Motorblockwerbung
an Thurbo GTW (2 Stück)

I. Allgemeine Angaben

Füllen Sie hier bitte jeweils die Formularfelder aus. Wechseln Sie anschließend in die Seitenansicht, damit die eingegebenen Daten in die Kopfleiste übernommen werden.

Projektnummer und -titel

Projekt Nr. 102
Tageskarte Euregio Bodensee (TKEB)

Projektkoordinator

Werner Müller
Internationale Bodenseekonferenz, vertreten durch Kanton Thurgau
Verwaltungsgebäude Promenade
CH-8510 Frauenfeld

Projektpartner (kurze Liste mit Bezeichnung und Herkunftsland der beteiligten Partner)

Internationale Bodensee Konferenz (IBK)
Baden-Württemberg
Bayern
Voralberg

Projektlaufzeit (TT.MM.YYYY - TT.MM.YYYY)

01.01.2010 - 31.12.2012

Anlagenverzeichnis (für zusätzlich beigelegte Dokumente)

II. Inhaltlicher Schlussbericht

Sie können Ihren Bericht direkt im entsprechend markierten Bereich auf den folgenden Seiten verfassen. Dieser Abschnitt ist zur Bearbeitung freigegeben. Bitte achten Sie darauf, den Text auf etwa 5 Seiten zu beschränken. Zur Veranschaulichung können dem Bericht Fotos, Grafiken oder ähnliches beigelegt werden.

II.1 Projektbeschreibung

Stellen Sie einleitend zunächst kurz das Projekt vor und beschreiben Sie die Ziele und Inhalte.

Die Tageskarte Euregio Bodensee ist die attraktive, länderübergreifende Fahrkarte welche im Grenzüberschreitenden Verkehr zwischen den Ländern Deutschland (Baden-Württemberg, Bayern/Lindau), Österreich (Vorarlberg) und der Schweiz (Teile der Kantone Thurgau, St.Gallen sowie Appenzell Ausserrhodens) zum Einsatz gebracht werden kann. Im Gültigkeitsbereich der Tageskarte Euregio Bodensee (nachstehend TKEB genannt) wohnen gegen 1,5 Millionen Menschen. Im Weiteren verbringen jährlich mehrere Hunderttausend Touristen in diesem Gebiet ihren (Kurz-) Urlaub. Innerhalb eines Grenzgürtel von 15 – 20 Kilometer (Geltungsbereich TKEB) befinden sich viele Top-Ausflugsziele (Rheinfall, Insel Mainau, Klostersviertel St.Gallen usw.) und viele weitere, attraktive Sehenswürdigkeiten. Die TKEB wird als attraktiver und preisgünstiger Fahrausweis bei den Einheimischen und Touristen (Motto: Ein Tag Urlaub vom Auto) platziert. Der Besuch beim Nachbar wird als unkompliziert empfunden und stärker mit dem ÖV nachgefragt.

Die TKEB ist ein Fahrschein für den öffentlichen Verkehr für die Bereiche Bahn, Bus und Fähre. Ebenso gewähren die meisten Schifffahrtsgesellschaften gegen Vorlage einer gültigen TKEB einen Rabatt von 25 % auf die regulären Preise (exkl. Katamaran).

Eines der wichtigsten Ziele, ist die Bekanntmachung der TKEB bei Touristen und Einheimischen. Aus Erfahrungswerten mussten wir feststellen, dass die Tageskarte gerade in den Tourismus-Organisationen und den touristischen Leistungsträgern rund um den See wenig bekannt ist.

II.2 Gegenüberstellung geplanter und tatsächlich durchgeführter Aktivitäten

Stellen Sie einen Vergleich der nach Projektantrag vorgesehenen und letztendlich innerhalb des Projekts durchgeführten Maßnahmen auf. Gehen Sie insbesondere darauf ein, warum entgegen den Planungen einige Aktivitäten nicht oder eventuell andere zusätzlich durchgeführt wurden. Gab es Probleme bei der Durchführung? Wie haben sich diese auf den weiteren Verlauf ausgewirkt? Gelang die Abwicklung der einzelnen Projektphasen und Meilensteine den Planungen entsprechend oder gab es Abweichungen?

Das im Projektantrag geschilderte Ziel „Ausflugsverkehr auf umweltfreundliche öffentliche Verkehrsmittel lenken“ wurde während der ganzen Projektlaufzeit intensiv verfolgt und gefördert. Die definierten Meilensteine sind vollumfänglich erfolgreich umgesetzt worden. Der Bekanntheitsgrad der Tageskarte Euregio Bodensee wurde in den vergangenen 3 Jahren massiv erhöht. Die grenzüberschreitende Zusammenarbeit wurde ebenfalls sehr erfolgreich umgesetzt. Gegenseitige Synergien der beteiligten Partner sind – wo immer möglich – genutzt und unterstützend zum Marketingplan eingesetzt worden.

II.3 Finanzielle Projektumsetzung

Berichten Sie kurz über die finanzielle Abwicklung des Projekts. Wurde die Finanzplanung gemäß Anlage 1 zum Fördervertrag eingehalten? Begründen Sie eventuelle Abweichungen.

Der Finanzplan konnte gemäss bewilligtem Budget eingehalten werden. Wichtig war hier ebenfalls, dass wo immer möglich eine Kosteneinsparung erfolgte. Dies wurde in den letzten 3 Jahren vermehrt optimiert, in dem diverse Leistungen verlagert wurden. So z.B. hat die Geschäftsstelle die Bewirtschaftung der Webseite wie auch das Erstellen diverser Printprodukte in Haus ausgeführt.

II.4 Darstellung der Ergebnisse

Legen Sie dar, welche Ziele und grenzüberschreitende Effekte tatsächlich erreicht werden konnten. Gehen Sie dabei insbesondere auf die von Ihnen im Antrag gemachten Angaben zum Innovationsgehalt und der erwarteten Impulswirkung des Projekts ein. Zeigen Sie eventuelle Auswirkungen auf Chancengleichheit und Belange der Umwelt innerhalb des Wirkungsbereichs des Projektes.

Der im Projektantrag geschilderte Innovationsgehalt war richtig und zielführend. Das Angebot „Grenzüberschreitender Verkehr“ erweist sich als ein grosses Bedürfnis Seiten Tourismus wie auch Einwohner des Einzugsgebietes der Tageskarte Euregio Bodensee. Die Möglichkeit diese Fahrkarte überall im Einzugsgebiet lösen zu können stösst auf positives Echo.

Ebenfalls zeigten sich die im Antrag geschilderten Impulswirkungen als sehr gewinnbringend. Bei den definierten Meetings der Arbeitsgruppen machte sich das hohe Fachwissen aller Beteiligten stark bemerkbar. So konnten alle möglichen Schnittstellen optimal genutzt werden.

II.5 Erfahrungen mit der grenzüberschreitenden Kooperationsstruktur

Beschreiben Sie bitte, in welchem Umfang die Zusammenarbeit im Projekt erfolgt ist (gemeinsame Ausarbeitung, Durchführung, Finanzierung, Personal etc.) und welche Erfahrungen Sie in der Kooperation mit den beteiligten Projektpartnern gemacht haben und ob auf Grund dieser Erfahrungen weitere Kooperationen, auch ohne öffentliche Förderung, angestrebt werden.

Die beteiligten Projektpartner trafen sich während der Projektdauer mehrmals jährlich zu gemeinsamen Sitzungen. Ein weiterer Schwerpunkt der vergangenen Jahre, war der Aufbau der grenzüberschreitenden Netzwerkarbeit mit Touristikern.

Die Zusammenarbeit in den vergangenen Jahren erwies sich als sehr positiv. So wurden diverse Synergien genutzt auch im Bezug auf Messeauftritte / Events etc. Wo immer es möglich war, wurde die Tageskarte Euregio Bodensee von den beteiligten Projektpartnern mit vertreten. Dies ermöglichte uns eine breite Abdeckung von Events und zugleich eine personelle Einsparung der Mitarbeiter der Geschäftsstelle.

Die diversen Möglichkeiten der aufgebauten Kooperationen werden auch in Zukunft gewinnbringend für das Projekt genutzt.

II.6 Geplante Folgeaktivitäten sowie weitere Schritte zur Nutzung und Verbreitung der Ergebnisse

Stellen Sie hier die Nachhaltigkeit der erreichten Ergebnisse dar. Wird das Projekt nach Ablauf der geförder-ten Laufzeit eigenständig fortgesetzt oder sind Nachfolgeprojekte vorgesehen? Wie sollen die im Rahmen des Projekts gewonnenen Erkenntnisse weiter verwendet und der Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden?

Die Tageskarte Euregio Bodensee hat sich zwischenzeitlich sehr etabliert und wird von den diversen Reise-zentren und Touristikpartner stark mit unterstützt. Das Projekt wird nun nach Ablauf der Förderzeit eigen-ständig fortgesetzt. Als Hauptziel wird nach wie die weitere Erhöhung des Bekanntheitsgrades intensiv ver-folgt. Ebenfalls prüft die Arbeitsgruppe zurzeit eine Erweiterung des bestehenden Angebotes. Aufgrund eines Antrages aus der Politik beschäftigt sich die Gruppe momentan mit der Erarbeitung einer Fahrrad Tageskarte als Kombination zur bestehenden Tageskarte.

II.7 Bericht über Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit (siehe auch Anlage 1 zum Schlussbericht)

Gemäß § 16 Absatz 1 des Fördervertrages sind die vorgegebenen Bestimmungen über Informations- und Publizitätsmaßnahmen zu beachten. Siehe hierzu auch Leitfaden 1 Ziffer 2.20 sowie Leitfaden 2 Ziffer 2.6. Führen Sie im Bericht auf, welche Maßnahmen zu einer angemessenen Außendarstellung des Projekts und des Förderprogrammes unternommen wurden. Füllen Sie dazu auch die Anlage 1 zum Schlussbericht ent-sprechend aus.

Flyer

Als Basis-Werbemittel wurde ein neugestalteter Flyer im Format 10.5 x 21 cm erstellt. Darin enthalten sind alle Grundinformationen (Zonenpläne, Preise, allgemeine Reiseinformationen) und eine Kurzpräsentation der wichtigsten Reiseziele. Die Auflagezahl wurde in den letzten Jahren massiv gesteigert, aktuell liegt diese bei: rund 200'000 Exemplare.

Die Distribution an die Fahrgäste erfolgte über die Verkaufsstellen der beteiligten Verkehrsunternehmungen und Verbunde, sowie Tourist-Informationen und die wichtigsten touristischen Leistungsträger. Seit 2011 erfolgt die Logistik durch die Bodensee Tourismus Service GmbH. Es hat sich als sehr positiv erwiesen, grossen Wert auf die Materiallogistik zu legen.

Medienarbeit

Zusammen mit einem PR-Büro wurde die Medienarbeit verstärkt.

Plakate

Plakate im Eigenaushang (Format A2, A3 und A4) wurden bei den Verkehrsunternehmungen eingesetzt (Bekanntmachung des Angebotes und Lenkung auf das Internet für weitere Informationen).

Internet

Im Jahr 2012 wurde ein Relaunch des Web-Auftritts umgesetzt. Die Seite wurde komplett neu gestaltet und abgefüllt. Das System im Hintergrund ist ein aktuelles CMS und ist auf einer TYPO3 Lösung aufgebaut. So können die meisten Anpassungen durch die Geschäftsstelle selber umgesetzt werden. Ebenfalls wurde die Seite neu in 2 weiteren Sprachen (Französisch und Englisch) erstellt.

Neben ausführlichen Informationen zum Angebot, sind konkrete Reiseideen (inkl. Detailfahrplan) abrufbar. Die Verlinkung der Seite wird aktiv forciert. Die Seite auch Mobil abrufbar.

Die Anzahl Besucher auf der Webseite konnte in den vergangenen Jahren kontinuierlich gesteigert werden.

Facebook

Die Tageskarte Euregio ist im Jahr 2012 ebenfalls im Bereich Social Media auf Facebook vertreten. Zwi-schenzeitlich hat die Seite bereits knapp 1000 „Fans“ generiert.

Netzwerk / Partnerschaften

Die Partnerschaften mit den Tourismusorganisationen wurden weiter ausgebaut und aktiv gepflegt. Im Vordergrund stehen dabei die IBT und die grossen Tourismus-Organisationen. Turbo ist als beauftragte Geschäftsstelle für die Tageskarte Euregio Bodensee Mitglied vom Verband Tourismuswirtschaft am Bodensee (VTWB) geworden. In dieser Organisation sind die touristischen Leistungsträger der Bodensee-Anrainerstaaten zusammengefasst.

Prospektbörsen

Mit der Teilnahme an den wichtigsten Prospektbörsen (Seit 2011) konnte eine aktive Präsenz bei den touristischen Leistungsträgern und der Absatz von Prospekten gefördert werden.

Inserate in Fahrplänen

In den wichtigsten Fahrplänen der beteiligten Verkehrs-Unternehmungen und Verbunde wurden Inserate der TKEB platziert. Mit Rücksicht auf das Marketingbudget wurden dabei kostenlose oder rabattierte Platzierungen angestrebt.

Inserate in touristischen Printmedien

Inserate wurden primär in publikumswirksamen Jahresproduktionen im Gültigkeitsbereich TKEB geschaltet. Dabei steht das Kosten-/Nutzenverhältnis absolut im Vordergrund (Rabattierung Inserat, redaktioneller PR-Text).

Messen

Eigenständige Auftritte von TKEB fanden nicht statt (ausgenommen Prospektbörsen). Bei den Messeauftritten der TU- und Verbundpartner konnte sich die TKEB zu geringen Kosten mitbeteiligen: IBO Friedrichshafen (Teilnahme bodo) und OFFA St.Gallen (Teilnahme Turbo).

Werbeflächen

Werbeflächen von Partner-Unternehmungen wurden gezielt für die Vermarktung der TKEB eingesetzt. Auch hier konzentrieren wir uns auf kostenlose oder stark vergünstigte Flächen.

Euregiofahrplan

Der Euregiofahrplan wurde in der bisherigen Form weitergeführt (Auflage: 30'000 Exemplare). Der Fahrplan stand jedes Jahr zum Start der Hauptsaison zur Verfügung.

Aktion 10 Jahre TKEB

In den Monaten April bis Oktober 2012 stellten wir den Kunden jeweils eine Sonderaktion zum Thema „10 Jahre Tageskarte Euregio Bodensee“ zur Verfügung. Den jeweiligen Voucher dazu, konnte auf der Webseite bezogen werden.

Wettbewerb 10 Jahre TKEB

Ebenfalls wurde im Jahr 2012 auf der Webseite ein Wettbewerb eingebaut, die Verlosung fand im November statt und die Gewinner wurden rechtzeitig über ihren Gewinn informiert. Der Wettbewerb wurde zudem noch mit einer Kundenumfrage (fakultativ) kombiniert.

Alle Marketing-Massnahmen entsprachen der langfristigen Planung gemäss Projektantrag und dem kurzfristigen Marketingplan.

II.8 Projektbewertung

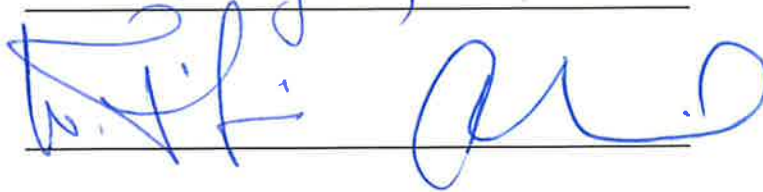
Als Abschluss des Berichts bitten wir um eine zusammenfassende Projektbewertung.

Das Projekt „Tageskarte Euregio Bodensee“ kann als äusserst positiv bewertet werden. Es ist ein Schlüsselbeispiel für eine erfolgreiche Zusammenarbeit der politischen Stellen und der Verkehrsunternehmen über die Ländergrenzen hinweg.

Es ist der Geschäftsstelle zusammen mit dem Koordinationsausschuss (KOA) und den Arbeitsgruppen gelungen, einen sehr attraktiven Fahrschein am Markt zu positionieren. Die geplante Steigerung des Bekanntheitsgrades wurde erreicht. Die Nutzung von gemeinsamen Messeauftritten, ein stark ausgebautes Netzwerk, die Bekanntmachung durch Referate, die optimale Verteilung des Flyers rund um den Bodensee wie auch die Aktivitäten im Bereich Soziale Medien zeigen sich als sehr Erfolg bringend.

Hiermit bestätige ich die Vollständigkeit und Richtigkeit der im Bericht gemachten Angaben.

Ort, Datum Kreuzlingen, 18. Juni 2013

Unterschrift 

Tageskarte Euregio Bodensee
Bahnhofstrasse 31
Postfach
8280 Kreuzlingen

