

Wir fördern Europa.

Schlussbericht

für das Projekt Nr. 138

„Qualitätsoffensive im Tourismus“

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



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. 138

Qualitätsoffensive im Tourismus

Projektkoordinator

Monika Grünenfelder, Geschäftsführerin

Thurgau Tourismus, Egelmoosstrasse 1, 8580 Amriswil, Schweiz

Tel. +41 (0)71 414 12 60

monika.gruenenfelder@thurgau-tourismus.ch

Projektpartner

Tourismus Untersee e.V., Gaienhofen, Deutschland

Schaffhauserland Tourismus, Schaffhausen, Schweiz

Mainau GmbH, Mainau, Deutschland

Internationale Bodensee Tourismus GmbH

Projektlaufzeit

01.03.2009 – 30.04.2011

Anlagenverzeichnis *(für zusätzlich beigelegte Dokumente)*

Enjoy-Flyer-Nr. 3

II. Inhaltlicher Schlussbericht

II.1 Projektbeschreibung

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

Ein gutes Produkt ist das beste Marketing. Die Qualität vor Ort muss stimmen, damit unsere Gäste wieder kommen und zu Stammgästen für die Region Thurgau-Schaffhausen-Untersee werden. Oft müssen wir aber feststellen, dass das Produkt vor Ort Lücken aufweist, dass es nicht durchgehend durchdacht ist, dass die Auslastung ungenügend ist, dass Kundenwünsche offen bleiben. Was zeichnet ein gutes Produkt aus? - das Produkt ist innovativ. - das Produkt ist zielgruppengerecht. - das Produkt befriedigt die Nachfrage und erzeugt eine neue Nachfrage.

Konkrete Ziele der Qualitätsoffensive im Tourismus

- optimiert die Erlebniskette einer Region durch Angebotsvernetzung- und Entwicklung.
 - motiviert die Leistungsträger ihre Servicequalität zu steigern und fördert die Dienstleistungsmentalität.
 - hilft, innovative Schaffenskraft in der Region freizulegen.
 - fördert und festigt die Zusammenarbeit der Leistungsträger durch neue Kooperationsformen.
 - sensibilisiert die Bevölkerung für die Anliegen des Tourismus.
 - verbessert durch konsequente Fokussierung von Qualität das Preis-/Leistungsverhältnis und die Konkurrenzfähigkeit.
 - Bindung des Gastes an die „Qualitäts-Region“. Gewinnung von Stammgästen und Neukunden.
 - führt zu mehr Logiernächten und mehr Umsatz, einer höheren Wertschöpfung.
-

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?

Die übergeordneten Ziele gemäss Punkt 1 sind in Projektteam-Sitzungen zu konkreten Massnahmen gemäss Punkte 4 überführt 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 eingehalten werden, resp. es wurden nicht alle Ausgaben in der Höhe ausgeführt wie anfangs geplant, d.h. das ganze Projekt konnte günstiger abgewickelt werden (vgl. dazu auch die Abrechnung Nr. 3 in der Beilage). Zudem musste im Projekt auch eine Kostengruppenverschiebung zwischen den Sach- und Personal-Kosten vorgenommen werden, welche Ihrerseits bewilligt wurde.

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 Zusammenarbeit fand in regelmässigen Projektteam-Sitzungen statt (mind. alle 2 Monate). Die Erfahrungen aus diesen Sitzungen waren gut. All das Wissen aller Projektpartner konnte somit gut abgeholt werden und auch die Erwartungen aller, so dass sehr gezielt an den einzelnen Projekten gemäss 4. gearbeitet werden konnte.

Ja, es sind weitere Projekte geplant, auch ohne öffentliche Förderung – wie z.B. der laufende intensiverte Austausch zwischen den Tourismusbüros auch über die Grenzen hinweg (ein erstes Treffen hat im April im Thurgau statt gefunden).

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 geförderten Laufzeit eigenständig fortgesetzt oder sind Nachfolgeprojekte vorgesehen? Wie sollen die im Rahmen des Projekts gewonnenen Erkenntnisse weiter verwendet und der Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden?

Ja, das Projekt wird weitergeführt. Bei Thurgau Tourismus hat Frau Jasmine Forster per 1.4.2011 das Qualitätsprojekt zu 50-60 % übernommen und arbeitet weiter auf den 3 Achsen der Qualität (Betriebsqualität, Destinationsqualität und Erlebnisqualität). Frau Forster macht dies 1 bis 2x pro Jahr zusammen mit allen Projektpartnern aus diesem Interreg-Projekt und 4x pro Jahr mit weiteren ausgewählten Partnern. Die Ergebnisse des Projektes wurden im Enjoy Flyer Nr. 3 (vgl. Beilage) zusammengefasst und der Bevölkerung bekannt gemacht. Zudem wurden die Resultate am Tourismus Forum Euregio Bodensee am 10.03.2011 publik gemacht. Auch in Schaffhausen wird der Qualität weiterhin ein hoher Stellenwert eingeräumt und bei Tourismus Untersee ist dies ebenfalls der Fall.

Die Projektpartnersitzung vom 22.02.2011 hat gezeigt, dass die Partner sehr zufrieden mit dem Projekt waren und hoffen, dass die Erlebnisqualitäts-Projekte „Apfelgarten Thurgau“ und auch „Der Bodensee als Wiege der europäischen Gartenbaukultur“ aktiv weiterbearbeitet werden. Beides ist bei TGT und den betroffenen Partnern der Fall.

Frau Forster wird vor allem folgende Projekte weiterführen:

- Mitarbeiterschulungen
- Q-Coach-Schulungen
- Gütesiegel Familien Willkommen
- Gästeordner
- Argumentarium Signalisation / Optimierung der Besucherströme
- Thema Packages
- Hotelbesuche – Angebotsverbesserung (Potentialanalyse)
- Weitere - noch zu bestimmen

II.7 Bericht über Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit

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.

- Infolyer-Nr. 3 über den aktuellen Projektstand (Auflage: 500)
- Diverse Medienmitteilungen
- Diverse Präsentation vor regionalen und überregionalen Gremien
- Euregio Tourismusforum vom 10. März 2011 zum Thema Erlebnisinszenierung mit Präsentation zu den Umsetzungen im Rahmen der Qualitätsoffensive sowie der Grossprojekte „Der Bodensee – die Wiege der europäischen Gartenbaukultur“.
- Vorstellung Gartenprojekt per 6.4. in Weinfeldern.

II.8 Projektbewertung

Als Abschluss des Berichts bitten wir um eine zusammenfassende Projektbewertung.

Wir von Seiten Projektkoordinator und auch aufgrund der Sitzung vom 22.02.2011 mit allen Partnern beurteilen das Projekt als sehr gut und als wegweisend für die Zusammenarbeit zum Thema Qualität über die Grenzen hinweg (Kantons- und Landesgrenzen).

Wir danken an dieser Stelle dem Förderprogramm Interreg IV für die Unterstützung unseres Projektes 138, ohne Ihre Unterstützung hätte das Projekt in dieser Form nicht durchgeführt werden können.

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

Ort, Datum 5. Juni 2011

Unterschrift _____
Monika Grünenfelder

Bemerkung: Auf Wunsch kann ein umfangreicher Schlussbericht von 40 Seiten eingereicht werden.