

Wir fördern Europa.



Schlussbericht

für das Projekt Nr. 105

„Projektname Zukunftsstrategie Untersee“

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



*Dieser Bereich kann frei bearbeitet und formatiert werden.
Bitte hier Bilder zum Projekt einfügen.*

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. 105
Projektname Zukunftsstrategie Untersee

Projektkoordinator

Tourismus Untersee e.V.

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

Kommunen D: Allensbach, Radolfzell, Moos, Gaienhofen, Öhningen
Verkehrsverein Insel Reichenau
Kommunen CH-Thurgau: Gottlieben, Ermatingen, Berlingen, Steckborn, Mammern, Eschenz, Wagenhausen
Kommunen CH-Schaffhausen: Stein am Rhein
Thurgau Tourismus

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

01.12.2007 – 31.10.2010

Anlagenverzeichnis *(für zusätzlich beigelegte Dokumente)*

3

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 beigefügt werden.

II.1 Projektbeschreibung

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

Die Zukunftsstrategie Untersee ist als Fortführung des touristischen Leitbildes, aus dem Jahre 1998 zu sehen. Der Tourismus in der Region hat sich seit dem stark entwickelt: Steigende Übernachtungszahlen, attraktive Angebote für Feriengäste und Themenjahre im Kulturbereich, die weit über die Region wahrgenommen werden. Allerdings haben sich Märkte und Gästeverhalten seit 1998 gewandelt. Somit war es notwendig, die Aktivitäten und den Einsatz der Finanzen für den Tourismus am Untersee neu zu fokussieren, um die Herausforderungen an einen zukunftsgerichteten Tourismus zu meistern. Daher haben die Kommunen bereits Ende 2007 die Gremien von Tourismus Untersee e.V. mit der Erarbeitung und Umsetzung einer zukunftsgerichteten, zielführenden, strategischen Marschrichtung beauftragt.

Der deutsch-schweizerische Verband Tourismus Untersee e.V. sollte gemeinsam mit seinen Akteuren und Partnern Leitplanken der touristischen Entwicklung der nächsten Jahre für die grenzüberschreitende Region Untersee definieren. Touristiker, Leistungsträger und Vorstände haben gemeinsam mit Dr. Rolf Widmer von „tune management & training“, Ziele, Ideen und Impulse erarbeitet, die den Untersee zu einer der drei TOP-Regionen am Bodensee machen sollen. Die in diesem Konzept skizzierten Leitlinien und empfohlenen Projekte sollen die Einheit in der touristischen Region Untersee stärken und zugleich die Wettbewerbsfähigkeit der Region Untersee erhalten und steigern.

Während der gesamten Projektlaufzeit fand eine enge Kooperation und Kommunikation mit der Internationalen Bodensee Tourismusmarketing GmbH (IBT) und ihrem Projekt „Positionierung Bodensee“ statt.

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?

Wirkungsüberprüfung der bisherigen touristischen Arbeit	Ist erfolgt und war Basis für die weitere Bearbeitung.
Entwickeln eines Systems von messbaren Zielen für den Tourismus am Untersee	Es wurden messbare Ziele definiert, die später in eine Leistungsvereinbarung einfließen werden.
Erarbeitung einer zukunftsgerichteten, zielführenden, strategischen Marschrichtung als Grundlage für die touristische Arbeit der nächsten Jahren	Wurde erfolgreich abgeschlossen und kommuniziert. Sie wird zukünftig die Arbeit bei Tourismus Untersee maßgeblich bestimmen.
Festlegen auf eine nachhaltige und langfristige umsetzungsorientierte Marketingkonzeption.	Wurde erfolgreich abgeschlossen und in die Planungen bei Tourismus Untersee integriert.
Implementierung dieser Strategie in ein zu entwickelndes professionelles Planungs- und Managementsystem.	Wurde erfolgreich abgeschlossen. Das System soll erstmals auf die Planungen ab 2011 angewendet werden.
Erarbeiten einer modellhaften Ablauforganisation mittels Aufbau eines anerkannten Qualitätsmanagement-Systems für die Gesamtregion	Das Qualitätsmanagementsystem wurde erarbeitet. Es erfolgte die ISO-Zertifizierung nach ISO 9001. Eine darauf aufbauende Zertifizierung nach QIII konnte nur nach den Schweizer Vorgaben (Q-Schweiz) erreicht werden, da man auf deutscher Seite (QDeutschland bzw BW) trotz intensiver Bemühungen seitens Tourismus Untersee nicht bereit war sich auf die besonderen Bedingungen einer grenzüberschreitenden Organisati-

	on/Region einzustellen. Wünschenswert ist, dass eventuell über die IBT nach Abschluss des Positionierungsprojektes ein weiterer Vorstoß erfolgen kann, da die Problematik der verschiedenen nationalen Q-Systeme dort sicherlich ebenfalls auftauchen kann.
Festlegen der Prioritäten bezüglich Angebotsentwicklung, Profilierungsprojekten und Vermarktung	Wurde in der Strategie definiert. Gleichzeitig wurde ein Drei-Jahres-Planungssystem entwickelt, in dem zukünftig kontinuierlich diese Prioritäten überprüft und angepasst werden können.
Enge Zusammenarbeit und Abstimmung mit dem IBT-Projekt zur Positionierung der Destination Bodensee.	Erfolgte permanent. Die Ergebnisse fließen in das IBT-Projekt ein.

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.

Die finanzielle Abwicklung erfolgte über eigene Projektkonten auf deutscher und schweizer Seite. Da die Überweisung der beantragten Fördergelder aber äußerst schleppend erfolgte, musste immer wieder aus dem normalen TU-Budget Geld zur Koststützung überwiesen werden. Die Finanzplanung an sich konnte weitestgehend eingehalten werden. Mehrausgaben im Bereich Personalkosten, die durch eine Verlängerung der Projektlaufzeit verursacht wurden, wurden vom Projektkoordinator und von den beteiligten Partnern aufgefangen.

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.

Die Ergebnisse des Projektes wurden in einer Broschüre zusammengefasst, die den politischen Entscheidern, Leistungsträgern und Partnern des Tourismus helfen wird, die gemeinsame strategische Ausrichtung der Region in ihre eigenen Planungen aufzunehmen. Die wichtigsten Eckpunkte der Strategie sind im sogenannten Markenbierdeckel niedergeschrieben, der in attraktiver Aufmachung auch Privatvermietern und interessierten Einheimischen die Tourismusstrategie der Region aufzeigt.

Die in dieser Strategie definierten Leitlinien werden in der täglichen Arbeit angewendet und die dort beschriebenen Umsetzungsprojekte vorantreiben. Bedingt durch die stärkere Ausrichtung auf gleiche Ziele und stärkerer Bündelung der touristischen Kräfte können zukünftig vermehrt gemeinschaftliche Kompaktlösungen angeboten und finanziert werden. Erste Umsetzungen dazu sind schon für 2011 eingeplant. Das im Rahmen des Projektes entwickelte 3Jahresplanungssystem kommt ebenfalls ab 2011 zur Anwendung.

Das in der Geschäftsstelle entwickelte Qualitätsmanagementsystem ist nicht auf die Arbeit in der Geschäftsstelle beschränkt, sondern berücksichtigt die Zusammenarbeit vieler Akteure innerhalb der Region. Auf diese Weise können nicht nur die Mitarbeiter der Geschäftsstelle damit arbeiten, sondern auch beispielsweise die TIs der beteiligten Kommunen. Mit der Implementierung eines innovativen „Sharepoint-Systems“ wird gewährleistet, dass die Beteiligten auch Zugriff zu einzelnen Dokumenten dieses Systems erhalten. Dieses noch als Pilotprojekt auf eine kleinere User-Gruppe beschränkte neue Tool, soll im Laufe der Zeit einem größeren Teilnehmerkreis geöffnet werden.

Das Ziel ein Qualitätsmanagementsystem zu erarbeiten, welches sowohl auf deutscher als auch auf Schweizer Seite anerkannt wird konnte nur teilweise erreicht werden. Das Untersee-System wurde auf den internati-

onalen Standards der ISO-9001-Zertifizierung aufgebaut und wurde so auch von einer anerkannten Zertifizierungsfirma bestätigt. Eine darauf aufbauende Zertifizierung nach QIII wurde dann aber nur von der Schweiz anerkannt. Auf deutscher Seite (QDeutschland bzw BW) war man trotz intensiver Bemühungen seitens Tourismus Untersee nicht bereit, sich auf die besonderen Bedingungen einer grenzüberschreitenden Organisation/Region einzustellen. Wünschenswert ist, dass eventuell über die IBT nach Abschluss des Positionierungsprojektes ein weiterer Vorstoß erfolgen kann, da die Problematik der verschiedenen nationalen Q-Systeme dort sicherlich ebenfalls auftauchen wird.

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.

Innerhalb der Organisation Tourismus Untersee arbeiten die Gemeinden der deutsch-schweizerischen Region Untersee bereits seit Jahren grenzüberschreitend erfolgreich zusammen. Dabei gibt es klare Arbeitsstrukturen und Gremien, regelmäßige Zusammenkünfte und ein gutes Kommunikationsnetz. Den stets grenzüberschreitend besetzten Gremien (Vorstand, Arbeitskreis, Mitgliederversammlung) gehören die LeiterInnen der örtlichen Touristinformationen, VertreterInnen der Verkehrsvereine und Leistungsträger, sowie die GF der IBT an. In diesen Gremien wurde gemeinsam das Projekt umgesetzt. Durch diese Arbeit an gemeinsamen Zielen wurde die grenzüberschreitende Kooperationsstruktur weiter gestärkt.

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?

Um die in der Strategie definierten Ziele zu erreichen wurden bereits Schwerpunkte definiert, die zukünftig für die Region als Ganzes umgesetzt werden. Teilweise wurden diese Schwerpunktthemen in bereits vorhandene Aktivitäten eingebaut oder wurden als eigenständige neue Projekte definiert, die in den Folgejahren umgesetzt werden. Die im Markenbierdeckel definierten Themen werden bereits in der regionalen Kommunikation eingesetzt.

Da während der gesamten Projektlaufzeit auch eine enge Kooperation und Kommunikation mit der Internationalen Bodensee Tourismusmarketing GmbH (IBT) und ihrem Projekt „Positionierung Bodensee“ stattgefunden hat, konnten da wo es möglich war, Weichen gestellt werden, die gewährleisten, dass nach Abschluss des IBT-Projektes eine Anpassungen der Untersee-Strategie problemlos erfolgen kann.

II.7 Bericht über Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit

Gemäß § 16 Absatz 1 des Fördervertrages sind die vorgegebenen Bestimmungen über Informations- und Publicitätsmaßnahmen 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.

Die Ergebnisse des Projektes wurden in ausführlicher Form in einer mehrseitigen Broschüre dargestellt, die an die Projektbeteiligten, politische Entscheider in den beteiligten Kommunen und interessierten Leistungsträgern abgegeben wurden, bzw. abgegeben werden. Ein Kurzflyer mit den wichtigsten Inhalten der Ergebnisse wurde in höherer Auflage erstellt und wird durch die Kommunen an Leistungsträger und interessierte Einheimische verteilt. Darüberhinaus wird die Zukunftsstrategie bei Vermietersversammlungen, Kooperationsbörsen u.ä. in der Region thematisiert.

Die Ergebnisse wurden in einer Abschlusspressekonferenz der Presse und damit einer breiten Öffentlichkeit vorgestellt. Die oben erwähnten Dokumente sind auf der Website abrufbar.

II.8 Projektbewertung

Als Abschluss des Berichts bitten wir um eine zusammenfassende Projektbewertung.

Mit der im projekt erarbeiteten Strategie ist der Tourismus am Untersee gerüstet für die Zukunft. Trotz vergleichsweise kleiner touristischer Budgets kann die Region so die Visio verfolgen, zu den drei besten Urlaub destinations am Bodensee zu gehören. Es wurden klar definierte Leitlinien definiert, innerhalb derer sich die Region in die Zukunft bewegen kann. Da im Projekt von Anfang an großer Wert auf Umsetzungsorientierung gelegt wurde, ist sichergestellt, dass die in der Strategie definierten Schwerpunkte weiterverfolgt und umgesetzt werden. Da während der gesamten Projektlaufzeit auch eine enge Kooperation und Kommunikation mit der Internationalen Bodensee Tourismusmarketing GmbH (IBT) und ihrem Projekt „Positionierung Bodensee“ stattgefunden hat, konnten da wo es möglich war, Weichen gestellt werden, die gewährleisten, dass nach Abschluss des IBT-Projektes eine Anpassungen der Untersee-Strategie problemlos erfolgen kann.

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

Ort, Datum Gaienhofen

Unterschrift _____