Bodensee!

Protokoll

13. Bodensee Tourismusforum am 17.10.2019 in Friedrichshafen

(1) These 3: Qualität als Grundvoraussetzung für Erfolg

(2) These 4: Der Bodensee als Pilotprojekt: Grenzenloses Produktmanagement 4.0

(3) These 7: Ohne Arbeitskräfte ist alles nichts

(4) These 8: Arbeiten in Netzwerken und Kompetenzzentren – und nicht nur in territorialen Strukturen

Internationale Bodensee Tourismus GmbH
Hafenstr. 6 | 78462 Konstanz | Deutschland
T +49 7531 9094-30 | F +49 7531 9094-94
office@bodensee.eu | www.bodensee.eu

Geschäftsführer: Jürgen Ammann
Vorsitzender des Aufsichtsrates: BM Achim Krafft
Handelsregister Konstanz: HRB 381552
USt-IdNr. DE194008758

Volksbank Konstanz
IBAN: DE49 6929 1000 0223 3699 01
BIC: GENODE61RAD

VIER LÄNDER REGION BODENSEE

Zentrales Thema beim diesjährigen Bodensee Tourismusforum war das **Positionspapier des DenkRaumBodensee „Zur Zukunft des Bodensee-Tourismus“.** Vier der zehn darin formulierten Thesen wurden in Workshops tiefergehend von den 160 Teilnehmern diskutiert und Anstöße für erste Umsetzungsmaßnahmen erarbeitet.

(1) These 3: Qualität als Grundvoraussetzung für Erfolg

Mit Jürgen Jankowiak, Überlingen Marketing und Tourismus GmbH und Thomas Kirchhofer, St. Gallen Bodensee Tourismus

Zwei wichtige Qualitätsthemen wurden näher beleuchtet – das Thema Gastfreundlichkeit und das Thema Qualitätsstandards als Grundvoraussetzung für Erfolg.

1. Gastfreundlichkeit – ist für alle ein zentrales Thema, muss in alle Unternehmensbereiche integriert werden, kann produziert werden und bietet die Möglichkeit zur Differenzierung. Die Gastfreundlichkeit soll signifikant gesteigert werden und wird daher wesentlich beeinflusst durch:

a) Unternehmen und Mitarbeiter:

- Unternehmenskultur/positives Umfeld für Mitarbeiter muss bestehen
- Richtige Mitarbeiterauswahl (Motivation und Kompetenz)
- Mitarbeiterförderung/-fortbildung
- Interkulturelle Kompetenzen (internationales Angebot)
- Freundlichkeit ersetzt nicht Kompetenz!

b) Austausch und Bewertung:

- Gastfreundlichkeitsradar (Ergebnis sichtbar für Gäste und Anbieter)
- Einfache Bewertung ermöglichen (digitaler Index)
- Digitale Unterstützung
- Wissensaustausch (lokale Informationen an Gäste weitergeben)
- Destination Management Systeme

c) Mobilität und Infrastruktur:

- Infrastruktur (lückenlose ÖPNV Verbindungen)
- Mobilität
- Zukunft und Kriterien von Labels, Transparenz
- Einbeziehung von Trends

d) Produkt- und Angebotsoptimierung:

- Umfassende Produktketten anbieten
- Über saisonale Verfügbarkeiten informieren (vor allem im Winter)
- Art und Weise der Informationen, besonders bei An- und Abreise
- Persönlichkeit rückt in den Fokus (authentische Produkte auf Anbieterseite und jeder Gast soll als Individuum behandelt werden auf Nachfrageseite)
- „Reisen für alle“ möglich machen, ist eine Initiative für barrierefreies Reisen
- Bei Gästen keine falschen Erwartungen wecken

2. Qualitätsstandards – der Kernwunsch ist die Schaffung gemeinsamer Qualitätsstandards

Wie kann dies erreicht werden? Und was ist dafür zu tun?

a) Entscheidung der Beteiligten:

- was ist mit „Wir“ und mit „gemeinsam“ gemeint?
- Es braucht Impulse von Destinationen
- Mitwirkung möglichst vieler Interessensgruppen

➔ Dafür müssen Beteiligungsmöglichkeiten geschaffen, Grenzbarrieren geklärt, vereinfacht oder abgeschafft werden und regelmäßige Treffen zur Überarbeitung in Kooperation mit anderen Branchen organisiert werden

b) Allgemeine Qualitätsstandards festlegen:

- Braucht klar definierte Zielgruppen; Siegel für wen, zu welchem Zweck?
- Braucht Definition von regionaltypischen Werten
- Tarife, Währungen, Werbemittel
- Bedeutung von Qualitätssiegeln (rückt in den Hintergrund)
- Möglichkeit eines Bodenseesiegels, sollte es eines geben?
- Bodensee als Marke (ist Bodensee schon so stark genug?)
- Identifikation der Einzelnen mit der Marke/ Stadt/ Region
- Transparenz des Angebots
- Feedback als Definitionsgrundlage

- ➔ Dafür müssen passende Filterfunktionen und die Ansprüche von Gästen und Anbietern definiert werden
- ➔ Politik muss einbezogen werden, damit was passiert
- ➔ Welche Maßnahmen sind überhaupt möglich? Kann das Ziel bei den vielen Interessen der vier Länder überhaupt erreicht werden?
- ➔ Der Impuls für ein gemeinsames Treffen um Qualitätsstandards zu definieren, sollte von der Dachorganisation kommen; die Umsetzung hingegen muss von allen getragen werden.

(2) These 4: Der Bodensee als Pilotprojekt: Grenzenloses Produktmanagement 4.0

Mit Prof. Dr. Pietro Beritelli, Universität St. Gallen und Matthias Burzinski, destinet.de

Zwei zentrale Angebotsthemen wurden von den Teilnehmern ausgewählt: Genuss und Mobilität

1. **<u>Das Thema Genuss:</u>**
   - Regionale und saisonale Produkte und Gerichte → grenzüberschreitende Vernetzung
   - Gastronomie vs. hohe Qualität vs. Arbeitskräftemangel
   - Genuss mit Seesicht (Esskulturen aus 4 Ländern (authentisch) + Preis-Leistungsverhältnis)

   a) Hemmnisse: Probleme bei Lieferanten, oft unzureichende Qualität und zu hoher Preis, Gesetze, politische Randlage

   b) Was soll erreicht werden? B-Destinationen integrieren, „Hinterland“ stärken, Grenzüberschreitendes Denken + hohe Genussidentität

c) Was muss getan werden?

- Vorhandene Label erlebbar machen (Bsp. Apfelwochen→4-Länder-Genusswochen)
- Produktion erlebbar machen
- Bereits vorhandene Routen vernetzen
- Bodensee als Slowfood-Region positionieren?
- „Genusslandkarte“ ist in Arbeit

➔ **Ansatz für Umsetzung:** zu Beginn Interesse bei Gastronomie abfragen → Bottom-up Approach (Austausch in kleinem Team), bestehende Netzwerke analysieren → im Team Produkt spezifizieren, operative Umsetzung (Marktbearbeitung...), Weiterentwicklung des Produktes; durch privates Unternehmen, IBT als zentraler Player oder politisch akzeptierte, „unabhängige“ Organisation.

2. <u>Das Thema Mobilität:</u>

- Stufe 1: Koordination von Fahrplänen /Verbund/Tarif (zb Bodensee-Ticket ausbauen), rund um den See (Information, Transparenz, ökologisch...)
- Stufe 2: ÖPNV ununterbrochen um den See – 1 Verkehrsträger rund um den See!?

a) Für wen? Für Einheimische und Touristen attraktiv

b) Wie? Politische Initiative durch „Vereinte Touristiker“ + Wirtschaft

➔ „Rome-to-Rio“ für Bodensee als App umsetzbar?

c) Hemmnisse: Kleinteiligkeit/Komplexität, nationale Regularien (Grenzen), Währung

d) Wer initiiert? Es braucht die verschiedenen Verkehrsanbieter sowie die betreffenden Tourismusorganisationen der Regionen (Thurbo, VVV, VT, DBT, Regio Konstanz-Bodensee-Hegau e.V. sowie weitere mögliche Partner)

(3) These 7: Ohne Arbeitskräfte ist alles nichts

Mit Manfred Hölzl, Konzil Gaststätten und Daniela Leipelt, Oberschwaben Tourismus GmbH

Was bedeutet ein attraktiver Arbeitsplatz? Was bedeutet Arbeiten in der Bodenseeregion? Welche Faktoren zählen hierzu und welche Herausforderungen gibt es aus Sicht der Arbeitgeber und der Arbeitnehmer in der Vierländerregion Bodensee?

1. **Positive Aspekte aus Arbeitnehmer-Sicht:**
   Hoher Freizeitwert und Lebensqualität, viele Freizeitangebote, Tourismus ist hoher Wirtschaftsfaktor → es gibt vielfältige Arbeitsplatzmöglichkeiten, Saisonarbeit, „Da arbeiten, wo andere Urlaub machen“, Internationalität/Kontakt mit Menschen aus verschiedenen Kulturen oder Nationen → vermehrte Anwendung von Fremdsprachen

2. **Negative Aspekte aus Arbeitnehmer-Sicht:**
   Arbeitszeiten und Bezahlung, hohe Lebenshaltungskosten, Saisonarbeit z.B. in Bezug auf Familien und auf Befristung von Zeitverträgen, Belastung des Verkehrs/ÖPNV, Allgemeine Belastung der Infrastruktur/Wohnraum-Problem (kein bezahlbarer Wohnraum)

3. **Herausforderungen aus Arbeitgeber-Sicht:**
   Bezahlung (wieviel gibt der Betrieb her/kann der Arbeitgeber zahlen?), Saison-Verträge vs. Mitarbeiterbindung, generell Arbeitskräftemangel (auch in anderen Branchen, daher Politik wichtig), viele individuellen Wünsche der Arbeitnehmer→ generell müssen Dienstleistungen mehr honoriert werden und das Produkt dahinter muss und darf mehr kosten dürfen.

4. Vorschläge / „Visionen 2030“:

- 4-Länder-Akademie + Themen von Interesse bearbeiten lassen
- Mitarbeitertausch in der 4-Länder-Region
- Teammodell mit wechselndem Aufgabenbereich
- Vision: mobile Gästebetreuer + Roadshows
- Netzwerke und Das „Wir-Gefühl“ stärken
- Arbeitgeber + Arbeitnehmer Bürokratieabbau
- Ausbildungshospitation im Ausland + in der 4-Länder-Region
- Übernahmemöglichkeiten nach Ausbildung und Studium
- Integrationsmodelle für Neueinsteiger
- „Home Office“, mehr Flexibilität, neue Arbeitszeitmodelle
- Wertschätzung der Arbeit im Tourismus heben – auch als Wirtschaftszweig → Leitökonomie → Gehaltszahlungen/Betriebliche Altersvorsorge/Bonus-Zahlungen/Anreize schaffen
- Chronische Überbelastung durch Unterbesetzung
- „Urlaub“ in der 4-Länder-Region → Mitarbeiter Erlebniskarte wieder einführen

(4) These 8: Arbeiten in Netzwerken und Kompetenzzentren – und nicht nur in territorialen Strukturen

Mit Christian Schützinger, Vorarlberg Tourismus GmbH und Urs Treuthardt, Bodensee Vorarlberg Tourismus und Convention Partner Vorarlberg

Für eine **gute Netzwerkarbeit** braucht es Vertrauen, Plattformen, Mut und Eigeninitiative, klare Definition von Begrifflichkeiten für Vereinfachung der Zusammenarbeit sowie externe Experten und Meinungen. Durch den *Strukturwandel* wird sowohl die Zusammenarbeit als auch *flachere Hierarchien* gefördert, neue Perspektiven und ein Generationenwechsel unterstützen dies. Weiter erfordert gute Netzwerkarbeit eine *gute Gesprächskultur* und einen Austausch auf Augenhöhe.
Herausforderungen sind die oft *starren Strukturen* und der Unterschied zwischen dem eigenen Rollenverständnis und dem politischen Verständnis. Des Weiteren können die *Kommunikation* und der *Informationsfluss* zur Herausforderung werden, daher gilt es zu klären, wie die Informationen zugänglich gemacht werden und in welchem Format.

Offene Fragen:

- Was ist Sinn und Zweck eines Netzwerkes? → Definition
- Was sind geeignete Hilfsmittel und Plattformen?
- Wo können Kommunikationsprofis Hilfe leisten?
- Wie bringe ich das Netzwerk in die Breite? → Zugang für alle
- Können wir einen Tag lang alle Tourist-Informationen für Netzwerkveranstaltungen schließen?
- Wie können wir alle Leistungspartner an einen Tisch bringen? → Multiplikatoren
- Wie mache ich Netzwerke bekannt? → Reichweite?!
- Wie erhält man Zugang zu den Netzwerken?