

# Was für den Tourismus am Bodensee wichtig ist

Das Projekt DenkRaumBodensee will Impulse setzen. Fachleute legen ein Positionspapier vor.



Besucher auf der Konstanzer Hafenmeile beim jährlichen Seenachtsfest: Wer ist Auswärtiger, wer Einheimischer? Eine Differenzierung, die in der Tourismuswirtschaft an Bedeutung verliert. | Bild: Hanser, Oliver

VON FRANZ DOMGÖRGEN

Wer eine wirtschaftliche Erfolgsgeschichte sucht, der findet sie im Bodensee-Tourismus. Die Kennzahlen sprechen für sich. Im Zeitraum von 1997 bis 2018 erzielte die Branche ein Übernachtungswachstum von 85 Prozent. Im vergangenen Jahr stieg die Zahl der Logiernächte nach Angaben der Dachorganisation IBT (Internationale Bodensee Tourismus GmbH) auf rund 13 Millionen. Es war das vierte Rekordjahr in Folge. Und die Zeichen stehen weiter auf Wachstum. In den nächsten Jahren geht ein neues Feriendorf in Kreuzlingen an den Start. Das Potenzial: 50 000 Logiernächte. Dabei entwickelt sich das Geschäft mit dem Gast immer mehr zu einer ganzjährigen Angelegenheit.

## Vier Städte geben den Takt vor

Analysen zeigen aber auch: Der Trend wird bisher getrieben von einigen deutschen Zielorten in Seenähe. Auf die vier Städte Konstanz, Lindau, Friedrichshafen und

Überlingen entfallen allein 25 Prozent des Wachstums. Touristiker verweisen darauf, dass trotz des gesamtregionalen Wachstums in diversen Gemeinden die Besucherzahlen rückläufig waren, und dass auch die Schweizer Destinationen nicht in dem Maße profitierten. Da stellt sich die Frage, was müssen Tourismuswirtschaft, Städte und Gemeinden tun, um die Erfolge zu sichern und nachhaltig auszubauen?

## **„Der Einheimische ist auch Gast“**

Fachleuten verschiedener Hochschulen und weitere Partner haben sich in einer Denkfabrik zusammengefunden. Im „DenkRaumBodensee“ erarbeiteten die Experten unter Leitung des Regionalforschers Roland Scherer (Hochschule St. Gallen) ein Positionspapier für den Tourismus der Zukunft. Man wolle Impulse geben für die Ausgestaltung einer grenzüberwindenden Tourismuspolitik am Bodensee, versicherten Scherer und Jürgen Ammann, Geschäftsführer der IBT, bei der Vorstellung des Zehn-Punkte-Programms. Ganz vorne im Positionspapier steht die Erkenntnis, dass in der Lebens-, Freizeit- und Arbeitswelt Bodensee ganz verschiedene Nutzergruppen angesprochen werden müssen. „Der Einheimische ist auch Gast“, betonte Regionalforscher Scherer bei der Präsentation der Denk-Raum-Resultate. Der Bodensee sei ein Erlebnisraum für alle. Einheimische, Feriengäste und Tagestouristen können gleichermaßen die Insel Mainau besuchen, oder andere attraktive Angebote wahrnehmen. „Wir müssen vom Produkt her denken und gute Produkte aufbauen, die von allen genutzt werden“, so Scherer.

## **Grenzüberschreitende Zusammenarbeit**

Langfristig bedarf es laut DenkRaumBodensee einer übergeordneten Vision, in welche Richtung sich die Region touristisch entwickeln will. Eine große Rolle spielt die grenzüberschreitende Zusammenarbeit. Die ist aus Sicht der Denkfabrik zum Beispiel bedeutsam für ein klares Produktmanagement. Der Radtourismus zum Beispiel macht nicht an der deutschen Grenze halt. Wobei die Digitalisierung die Kooperation erleichtert – man denke an nur an grenzüberschreitende Informations- und Buchungsplattformen.

## **Hinweis auf den Strukturwandel**

Die Denkfabrik bezeichnet Qualität als Grundvoraussetzung, warnt vor einem sich verschärfenden Strukturwandel, unter anderem durch das Betriebsaus kleinerer Gasthöfe. Sie spricht das Problem des Arbeitskräftemangels an (Scherer: „Wo kommen die Arbeitskräfte her, wo sollen sie wohnen?“) und sie appelliert an die Leistungsträger im Tourismus, verstärkt in Netzwerken zusammenzuarbeiten. Die Bedeutung des Klimaschutzes ist in dem Tourismus-Papier nicht aufgezeigt, sie spiele

dennoch eine wichtige Rolle, wie Roland Scherer versicherte: „Wir leben von der intakten Natur.“ Am Ende steht der Appell: Man müsse vom Reden zum gemeinsamen Handeln kommen.

## **Die Vordenker**

„DenkRaumBodensee“ definiert sich als unabhängige wissenschaftliche Denkfabrik (Think Tank), die „Impulse für die zukunftsfähige wirtschaftliche, räumliche, gesellschaftliche und politische Entwicklung in der Bodenseeregion setzt“. Das Projekt wird wesentlich getragen von regionalen Hochschulen. Das Positionspapier zum Tourismus soll nicht nur in den Tourismusorganisationen, sondern auch in politischen Gremien erörtert werden.

Informationen im Internet:

<http://www.denkraumbodensee.org>

---