

MACHBARKEITSSTUDIE ÜBER EINE

Gästekarte für den Landkreis Kelheim

Abschlussbericht zur Machbarkeit und Gesamtkonzeption
einer umlagefinanzierten Gästekarte im Landkreis Kelheim.

Auftraggeber:

Tourismusverband im Landkreis Kelheim e. V.
Donaupark 13
93309 Kelheim

Erstellt durch:

WIIF GmbH
Alpenrose nweg 2-4
87534 Oberstaufen

Gefördert durch das Bayerische Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten und den Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des Ländlichen Raums (ELER)



Copyright 2017. Die Urheberschaft und alle Rechte an diesem Bericht sowie seinen Bestandteilen, Ideen und Begriffen liegen bei WIIF. Beratung im Tourismus. Die Weitergabe dieses Konzepts oder von Teilen daraus an Dritte ist nicht gestattet und bedarf der vorherigen schriftlichen Zustimmung durch die WIIF GmbH.



MACHBARKEITSSTUDIE FÜR DEN LANDKREIS KELHEIM. DER ÜBERBLICK.

1. AUSGANGSLAGE UND GRUNDGEDANKEN.
2. ANALYSE DES BEDARFS UND ZIELDEFINITION.
3. EINSCHÄTZUNG DER REGION. STÄRKEN UND SCHWÄCHEN.
4. KICK-OFF. MIT POLITIK UND MEINUNGSFÜHRERN.
5. LEISTUNGSPARTNER. SONDIERUNG DER FREIZEITANBIETER.
6. UMLAGE UND AUSSCHÜTTUNG. EINE ERSTE KALKULATION.
7. GASTGEBER. SONDIERUNG DER BEHERBERGUNGSBETRIEBE.
8. KARTENSYSTEM, TECHNIK UND ORGANISATION.
9. EINFÜHRUNG DER GÄSTEKARTE. CHANCEN UND RISIKEN.
10. GO ODER NO-GO. ENTSCHEIDUNGEN IM WEITEREN PROJEKTVERLAUF.
11. INNOVATION. INVESTITIONEN AUS DER KARTE.
12. FAZIT UND HANDLUNGSEMPFEHLUNG.

1. AUSGANGSLAGE UND GRUNDGEDANKEN.

Die „Altmühl-Donau-Card“ als Kaufkartenmodell war die bislang umfangreichste Mehrwertkarte im Landkreis Kelheim. Tagesgäste können sie für 14,90 € in den Tourismusinformationszentren erwerben, Übernachtungsgäste bekommen sie bei einigen Gastgebern mit mind. zwei Übernachtungen kostenlos ausgehändigt. Neben geringen Rabatten (z. B. Befreiungshalle: 0,50 € auf den Eintrittspreis) gibt es auch kleine Geschenke (z. B. Gasthaus Neugebauer (Parsberg) ein Espresso oder eine Tasse Kaffee in Verbindung mit einem Hauptgericht gratis). Aufgrund der geringen Attraktivität der Karte hat sich der Tourismusverband im Landkreis Kelheim e. V. intensiv Gedanken gemacht, wie das Thema Gästekarte im Landkreis sinnvoll weiterentwickelt und den Gästen, aber auch den Gastgebern und Freizeiteinrichtungen, ein Angebot zur Verfügung gestellt werden kann, das einen spürbaren Mehrwert in die Destination bringt.

Ziel dieser Studie ist festzustellen, ob die Voraussetzungen für ein umlagefinanziertes Gästekartenmodell nach dem All-Inclusive-Ansatz im Landkreis Kelheim gegeben sind und ob dieses eine langfristig angelegte Alternative für die Kaufkarte „Altmühl-Donau-Card“ sein kann. Die Gästekarte für den LK Kelheim (Arbeitstitel) soll als Mobilitäts- und Mehrwert-Gästekarte die touristisch relevanten Attraktionen und Leistungen von der Mobilität bis zur Freizeitgestaltung innerhalb der Destination bündeln und dem Gast während seines Aufenthaltes kostenlos zugänglich machen.

Die Finanzierung der Karte bzw. der mit der Karte in Anspruch genommenen Leistungen erfolgt über ein Umlageverfahren, bei dem die teilnehmenden Gastgeber einen Beitrag pro Übernachtung, den sog. Umlagebetrag oder Umlage, abführen. Die Umlage wird dabei für jede Nacht und jeden touristischen Gast in einem Partnerbetrieb erhoben. Die Gesamtumlage wird wiederum nach einem vereinbarten Schlüssel in Abhängigkeit der Anzahl der Nutzungen an die beteiligten Freizeitpartner ausgeschüttet.

2. ANALYSE DES BEDARFS UND ZIELDEFINITION.

Die Einführung einer Gästekarte für Gäste des LK Kelheims verfolgt verschiedene Ziele. Dabei sollen sowohl Primärziele (A) im Bereich Destinationsschärfung, Imagegewinn und bei der Wertschöpfung verfolgt werden, als auch Sekundärziele (B) wie beispielsweise die Mobilitätseffekte und die Steigerung des Tourismusbewusstseins in der Bevölkerung.

ZIEL	ERKLÄRUNG	PRIORITÄT
Produkt und Schärfung der Destination	Schaffung eines destinationsweiten, einheitlichen und "schlagkräftigen" Produktes – ein Angebot, das gleichermaßen Marketingeffekte erzeugt und genauso stark und aktiv nachgefragt wird. Die Gästekarte für den LK Kelheim als wertiges Produkt hinter der Marke „Bayerns Herzstück“ und eine der ersten Mehrwert-Gästekarten in Niederbayern. Dadurch kann ein großer Wettbewerbsvorteil für die Region entstehen und zumindest für einige Zeit auch ein Alleinstellungsmerkmal.	A
Wertschöpfung	Schrittweise Steigerung der Übernachtungszahlen und damit der Auslastung durch Effekte in den auslastungsschwachen Monaten. Gewinnung von neuen touristisch motivierten Übernachtungsgästen für die Destination Landkreis Kelheim – durch ein attraktives Angebot mit der Karte und ein insgesamt verbessertes Preis-Leistungsverhältnis. Damit Erhöhung der touristischen Wertschöpfung in der gesamten Destination und in der gesamten Wertschöpfungskette.	A
Imagegewinn und Stärkung des Empfehlungsmarketings	Steigerung der Zufriedenheitswerte der Gäste – speziell auch mit einem attraktiven Schlechtwetter- und Nebensaisonangebot. Vom zufriedenen Gast zum begeisterten Gast, der nicht nur seinen Urlaub im Landkreis Kelheim genießt, sondern die Destination aktiv weiterempfiehlt.	A
Mobilität	Positive Mobilitätseffekte bei den Urlaubsgästen – Verringerung von Individualverkehr auf der Straße und Erhöhung der Nutzung der Mobilitätsangebote von Bus und Bahn.	B
Auswertung der Besucherströme	Analyse der Akzeptanzen und Check-Ins an Touchpoints in der Region. Möglichkeit der gezielten Besucherlenkung im Sinne des sanften Tourismus bspw. durch spezielle, zeitlich begrenzte Angebote.	B

Im Rahmen der Ziele beschriebene Effekte konnten in vergleichbaren Projekten bereits erreicht werden oder zeichnen sich dort deutlich ab. Neben den Tourismus-Zahlen der verschiedenen durch WIIF betreuten Projektdestinationen (Hochschwarzwald Card, Oberstaufen PLUS, Bad Hindelang PLUS, Schwarzwald Plus und andere) bestätigen dies auch unabhängige Erhebungen, beispielsweise die dwif-Studie zur Wertschöpfung in Oberstaufen 2005-2010-2013.

Dem Tourismusverband im Landkreis Kelheim e. V. als Auftraggeber der Machbarkeitsstudie liegen Vergleichszahlen aus anderen Gästekartenmodellen vor. Diese dürfen aus datenschutzrechtlichen Gründen nicht veröffentlicht werden.

ZIELGRUPPEN UND REGIONSTYPISCHES KONZEPT

Die Zielgruppen des Landkreises Kelheim sind vor allem die Genussradfahrer und Wanderer. Diese halten sich zwischen ein und zwei Nächten in der Destination auf, da sie eine gewisse Tour entlang von Altmühl und Donau bestreiten. Eine Gästekarte im Landkreis Kelheim bietet für diese Zielgruppe ein attraktives Angebot. Dank einem vielfältigen Angebot, das kostenlos nutzbar ist, können Radler und Wanderer zu längeren Aufenthalten animiert werden. Die bestehende, gute touristische Infrastruktur im Landkreis kann mit der Gästekarte umfangreich genutzt werden. Dies fördert, dass die Gäste mehrere Tage in der Region gehalten werden können und von einem fixen Ausgangspunkt aus Sternfahrten zu den Attraktionen unternehmen.

Bei mehrtägigen Touren in der Region können die Wanderer oder Fahrradfahrer von einem Karten-Gastgeber zum nächsten Karten-Gastgeber reisen und ihre Gästekarte immer wieder um weitere Nutzungstage freischalten lassen. Die kostenlosen Leistungen wie öffentlichem Nahverkehr, Schifffahrten und Freizeiteinrichtungen kommen besonders der Zielgruppe der Wanderer und Genussradler zu Gute. Diese wollen nicht nur ihr sportliches Ziel erreichen, sondern die Region erleben. Im Sinne des sanften Tourismus können besondere Naturerlebnisse im Naturschutzgebiet in das Leistungspaket der Karte aufgenommen werden.

Durch das attraktive Modell der All-Inclusive Gästekarte kann auch die Zielgruppe der Familien mit Kindern verstärkt angesprochen werden. Die kostenlose Nutzung der attraktiven Erlebnisse ist ein überzeugendes Buchungsargument. In anderen Kartenprojekten hat sich bereits mehrfach gezeigt, dass Familien sehr gut auf dieses Angebot, bei dem die Vorteile auf der Hand liegen, anspringen. Nicht selten ist die Gästekarte in einer Destination Buchungsgrund.

Die Einführung einer umlagefinanzierten Gästekarte im Landkreis Kelheim unterstützt also nicht nur die bessere Ansprache der bestehenden Zielgruppen von Wanderern und Genussradlern, sondern schafft auch zusätzlichen Mehrwert für Familien mit Kindern. Die Gästekarte erleichtert es, diese Zielgruppe verstärkt anzusprechen.

3. EINSCHÄTZUNG DER REGION. STÄRKEN UND SCHWÄCHEN.

Das für die Gästekarte im Landkreis Kelheim relevante Gebiet ist der westlichste Landkreis im Regierungsbezirk Niederbayern und umfasst in der Fläche ca. 1.067 km², die sich in 24 Gemeinden (5 Städte; 6 Märkte; 13 Gemeinden) gliedern. Das Kreisgebiet Kelheim wird von Südwesten nach Nordosten von der Donau durchflossen. Sie teilt es in zwei unterschiedlich große Teile. Der kleinere nördliche Teil, links der Donau, wird als Altmühltal bezeichnet, benannt nach der Altmühl, die im Nordwesten das Kreisgebiet erreicht und dann in südöstlicher Richtung fließt, um bei Kelheim in die Donau zu münden. Der südliche Teil des Kreisgebiets, rechts der Donau, ist die Hügellandschaft der Hallertau, das vor allem landwirtschaftlich (u.a. Hopfen) genutzt wird.

Der Landkreis Kelheim hat ca. 116.500 Einwohner, die größten Städte sind Kelheim mit 16.000 Einwohnern, Mainburg mit 14.500 sowie Neustadt a. d. Donau und Abensberg mit ca. 13.000.

Der Landkreis Kelheim verzeichnete im Jahr 2015 etwa 833.000 Übernachtungen bei ca. 261.000 Gästeankünften, was einer durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von 3 Tagen entspricht.

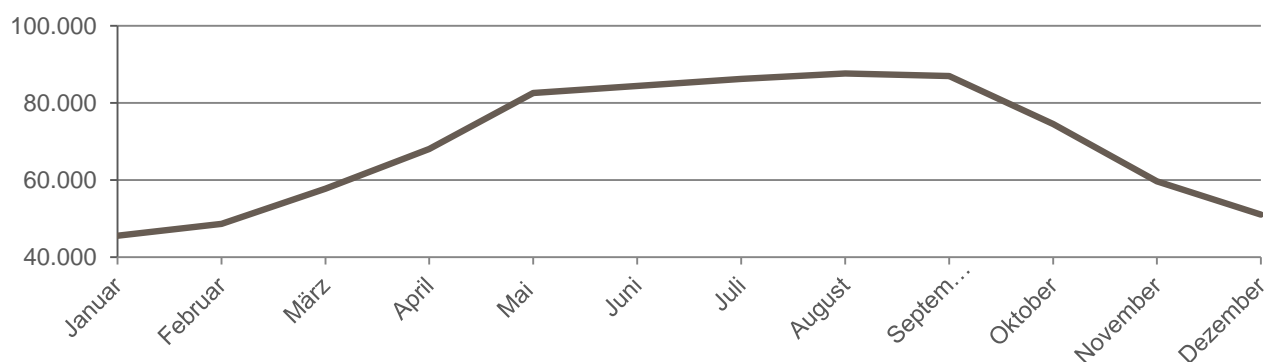
Die übernachtungsstärksten Gemeinden sind Kelheim, Bad Abbach, Neustadt a. d. Donau und Riedenburg mit insgesamt 736.494 Übernachtungen in 2015. Neustadt a. d. Donau sticht dabei mit seinen 496.250 Übernachtungen klar hervor. Jedoch entfallen allein knapp 475.000 Übernachtungen auf dessen Ortsteil, den Kurort Bad Gögging, der durch seine drei natürlich vorkommenden Heilmittel Schwefelwasser, Mineral-Thermalwasser und Naturmoor, die unter anderem in der Limes-Therme und bei vielen Gastgebern zum Einsatz kommen, ein hohes Ansehen genießen und für Kuranwendungen aller Art äußerst gerne genutzt werden.

Damit beansprucht allein Bad Gögging knapp 58% der Gesamtübernachtungen des Landkreises für sich. Mit einer durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von 4,4 Nächten, verursacht auch durch die hohe Klinikdichte im Kurort, hebt Bad Gögging zusätzlich den Übernachtungsschnitt des Landkreises an und relativiert die durchschnittliche Aufenthaltsdauer für die restliche Destination auf etwa 2,4 Nächte.

GEMEINDE	GÄSTE	NÄCHTE	ANTEIL	Ø AUFENTHALT
Bad Abbach	23.880	78.630	10,7%	3,3
Kelheim	44.395	84.452	11,4%	1,9
Neustadt a. d. Donau	113.252	496.250	67,4%	4,4
Riedenburg	35.624	77.162	10,5%	2,2
Gesamt	217.151	736.494	100,0%	3,0

Übernachtungszahlen und Ankünfte der 4 stärksten Gemeinden des Landkreises Kelheim (2015)
Quelle: Bay. Landesamt für Statistik.

Auf Grund der Jahresverteilung der Übernachtungen kann der Landkreis Kelheim als klassische Sommerdestination bezeichnet werden. In den Monaten Mai bis September lag im Jahr 2015 der Wert bei über 82.000 Übernachtungen pro Monat, in den schwächsten Monaten Januar und Februar bei unter 50.000 Übernachtungen. Möglicherweise können die übernachtungsschwachen Monate über den Jahreswechsel mit der Gästekarte etwas belebt werden.



Übernachtungen nach Monaten 2015 im Landkreis Kelheim.
Quelle: Daten 2015; Bay. Landesamt für Statistik; Darstellung: WIIF.



Die Leistungspartner, die für eine Gästekarte im Landkreis Kelheim in Frage kommen, verteilen sich tendenziell über das gesamte Gebiet. Allerdings lässt sich klar eine höhere Dichte an Freizeiteinrichtungen in den übernachtungsstarken Orten Kelheim, Riedenburg, Neustadt an der Donau und Abensberg feststellen.

Grundsätzlich kommen für die Karte Einrichtungen in Frage, die in das Kommunikationsbild der Karte passen und den qualitativen Ansprüchen des Tourismusverbandes genügen. Außerdem muss im normalen Publikumsbetrieb eine Gebühr für den Eintritt erhoben werden. Frei zugängliche Leistungen sind für eine Integration in die Karte nicht relevant. Es wird für die Gästekarte ein buntes Portfolio an Thermen/Schwimmbädern, Kulturangeboten wie Museen und regionaltypischen Erlebnissen, Freizeit- und Outdoor-Aktivitäten, die Schifffahrt auf der Donau und Altmühl die freie Nutzung der öffentlichen Verkehrsmittel angestrebt.

Bereits nach den ersten Gesprächen mit einigen großen und attraktiven Einrichtungen lässt sich eine sehr positive und aufgeschlossene Stimmung erkennen. Bisher ist nur die eher weniger erfolgreiche „Altmühl-Donau-Card“ am Markt und so wünschen sich viele jetzt eine gut umgesetzte Gästekarte, von der alle gemeinsam profitieren können. Hilfreich ist zudem das solide Vertrauensverhältnis gegenüber dem Tourismusverband seitens der Leistungspartner und der Gastgeber, welches der Tourismusverband in den letzten Jahren aufgebaut hat.

Insgesamt bietet der Landkreis Kelheim eine Vielzahl an touristisch interessanten und relevanten Einrichtungen bzw. Leistungen, die sich auf Basis einer Gästekarte als rundes Gesamtprodukt kombinieren lassen.

ÜBERSICHT DER CHANCEN/STÄRKEN UND RISIKEN/SCHWÄCHEN

Aus der beschriebenen Analyse der geografischen und touristischen Stärken und Schwächen ergibt sich die folgende Übersicht der wichtigsten Chancen und Risiken für das Gästekarten-Projekt:

CHANCEN/STÄRKEN	RISIKEN/SCHWÄCHEN
Attraktive Region mit attraktivem Leistungsangebot. Mit den beiden Flüssen Altmühl und Donau sowie der Hallertau ideales Reiseziel für Wanderer, Radfahrer und Familien.	Hoher Teil der Übernachtungen entfallen auf Bad Gögging mit Kuraufenthalten. Diese sind für das Modell der umlagefinanzierten Gästekarte nicht relevant.
Regionstypische Themen (Hopfen, Spargel, Weltenburger Enge etc.) als USP bieten Potential in Kommunikation und Markenführung der neuen Marke „Bayerns Herzstück“.	Wenige Angebote für Kinder und Jugendliche, da vor allem die Zielgruppen 50+ (Wanderer, Radfahrer) sowie 70+ (Kurgäste) angesprochen werden.
Attraktives Portfolio an touristisch interessanten Einrichtungen für eine All-Inclusive-Gästekarte. Sowohl In- als auch Outdoorangebote.	ÖPNV-Netz und Häufigkeit der Verbindungen in der Region noch ausbaufähig.
Aufgeschlossene Stimmung bei vielen TOP-Leistungspartnern in den ersten Gesprächen.	Kurze Aufenthaltsdauer der Gäste. Insbesondere bei Betrachtung ohne Kuraufenthalte.
Ausgewogene Mischung aus kleinen und großen Beherbergungsbetrieben.	Klassische Sommerdestination mit bereits hoher Auslastung in den Sommermonaten.
Gute Zusammenarbeit der Akteure im Tourismus.	
Neukonzeption und Beschilderung von 16 neuen Tagesradtouren zur Förderung von Sternradreisen.	
Mehrere Fernrad- und Wanderwege, die durch den Landkreis verlaufen.	

4. KICK-OFF. MIT POLITIK UND MEINUNGSFÜHRERN.

Zu Beginn der Studie wurde eine Informationsveranstaltung mit den Tourismusverantwortlichen im Landkreis Kelheim abgehalten. Mit dem Ziel der Erstinformation zur Machbarkeitsanalyse einer umlagefinanzierten Gästekarte und das Einholen erster Einschätzungen.

Auf die Vorstellung des Projekts gab es grundsätzlich positive Resonanz von den Beteiligten. Die Überzeugung der Leistungspartner und insbesondere der Gastgeber könnte jedoch nicht einfach werden. Die Sondierung der Bereitschaft einer Teilnahme von potentiellen Leistungspartnern und Gastgebern ist daher wichtiger Bestandteil einer jeden Machbarkeitsstudie, wie sie WIIF durchführt.

Im weiteren Verlauf der Machbarkeitsstudie wurden auch die Mitglieder des Kreisverband Kelheim des Bayerischen Hotel- und Gaststättenverband (BHG) frühzeitig über das Vorhaben informiert. Der Tourismusverband im Landkreis Kelheim kann auf die Unterstützung der Mitglieder des BHG zählen.

5. LEISTUNGSPARTNER. SONDIERUNG DER FREIZEITANBIETER.

Als Leistungspartner im Sinne eines Anbieters von in der Karte inkludierten Leistungen kommt grundsätzlich jede Freizeiteinrichtung oder andere touristisch relevante Einrichtung in Frage, die dem Gast während seines Aufenthaltes ein Erlebnis bieten kann und für dieses eine Vergütung verlangt.

Im Zuge einer gemeinsamen Sondierung mit dem Tourismusverband und WIIF wurde eine Liste mit ca. 60 potentiellen Freizeiteinrichtungen und anderen relevanten Betrieben im LK Kelheim und dem näheren Umland erstellt und nach Prioritäten für Akquise-Gespräche sortiert.

Mit den wichtigsten Leistungspartnern konnten bereits bis zum jetzigen Zeitpunkt Gespräche geführt werden und ein generelles Stimmungsbild und die Bereitschaft zur Teilnahme erfragt werden. Außerdem konnten gleich die für eine erste Umlagekalkulation relevanten Daten abgefragt werden:

- bisherige Eintritts- bzw. Nutzungszahlen mit Ermittlung der Anteile aus Übernachtungsgästen, Tagesgästen und Einheimischen (in den meisten Fällen nur über Schätzungen möglich)
- bisherige Eintritts- bzw. Nutzungspreise mit Ermittlung der Anteile von Erwachsenen, Kindern und Jugendlichen und bei mehreren Leistungsbausteinen der Anteile je Teilleistung
- mögliches Leistungsangebot im Rahmen einer Gästekarte für den LK Kelheim

ÖFFENTLICHER NAHVERKEHR

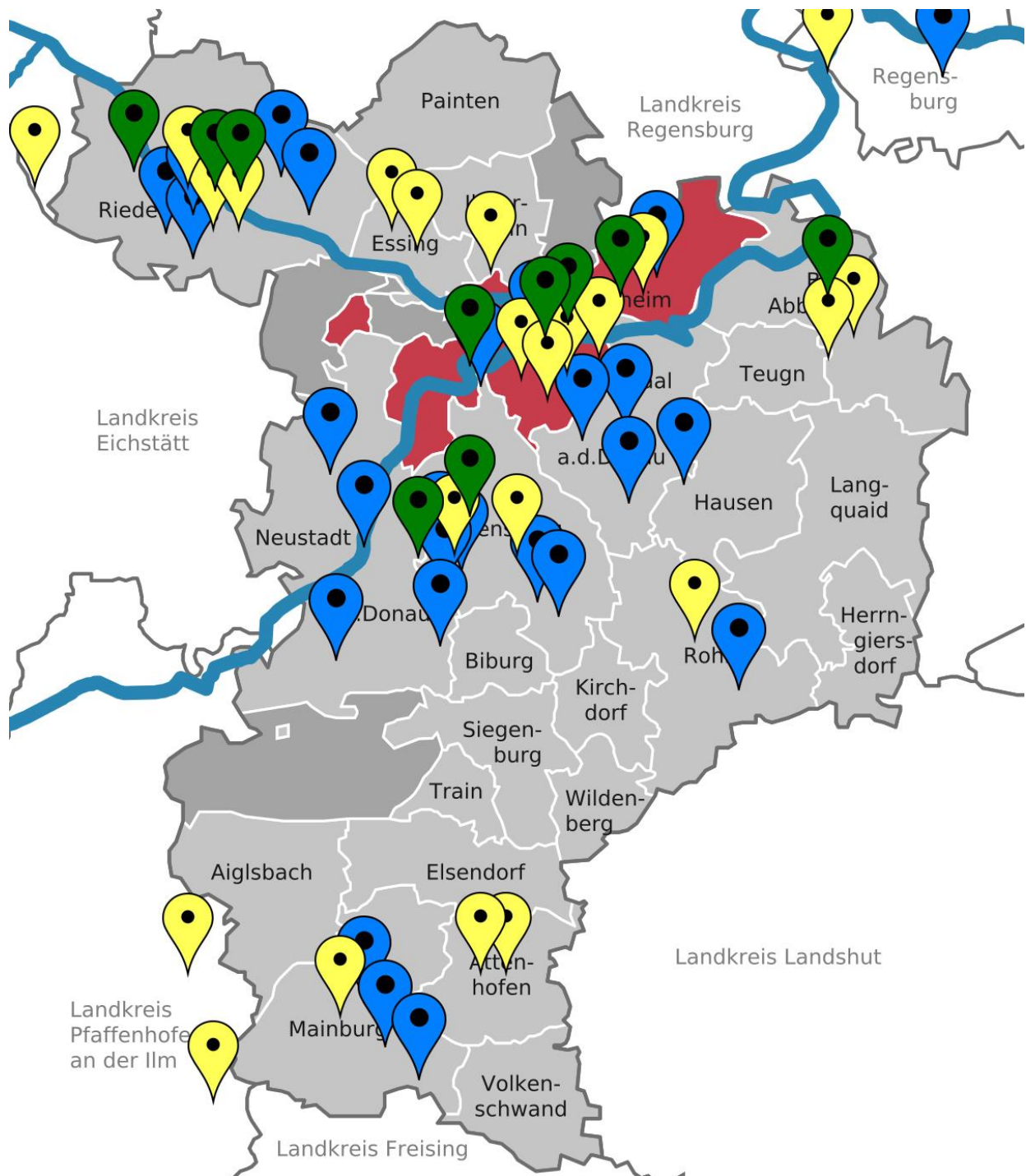
Als wichtige Basisleistung der Gästekarte im Landkreis Kelheim wurde zudem der öffentliche Nahverkehr definiert. Für das betrachtete Gebiet sind hierfür insbesondere zwei Leistungserbringer von Bedeutung:

PARTNER	LEISTUNG
Agilis	Freie Bahnfahrt (Strecke Regensburg Hbf – IN Nord)
Verkehrsgemeinschaft LK Kelheim	Freie Fahrt mit Freizeitbus und ÖPNV

Grundsätzlich kann bei den meisten Partnern, mit denen bereits ein Gespräch stattgefunden hat, ein positives Feedback zu einer Gästekarte für den LK Kelheim verzeichnet werden. Aus den Sondierungsgesprächen wurden als Anforderungen bzw. Rahmenbedingungen der Leistungspartner folgende Punkte festgehalten, die bei einer Umsetzung der Karte berücksichtigt werden müssten:

- Das Risiko für die Teilnahme muss überschaubar bleiben; d.h. insbesondere beim Start muss ein "gesundes Verhältnis" von bar zahlenden Besuchern zu Gästekarten-Besuchern bestehen. Ansonsten besteht für die Partner die Gefahr, dass die Bareinnahmen zunächst stärker absinken als die Besuche mit der Gästekarte dies ausgleichen könnten. Zur Einführung einer Karte sind bei den Nutzungen entsprechend größere Effekte zu erwarten, in der Folge kann sich das Projekt schließlich entwickeln und schrittweise wachsen.
- Zu der Erbringung der Leistung zu einem deutlich rabattierten Preis (Ausschüttungsbetrag) dürfen für die Partner keine weiteren Kosten entstehen. (Keine Grundgebühren für Teilnahme oder Technik, keine Extrakosten für Präsentation/Werbung in den Gästekarten-Werbemitteln etc.).
- Das Kartensystem und die Technik müssen sicher gestaltet sein, um missbräuchliche Nutzungen weitestgehend auszuschließen – insbesondere für die hochwertigen bzw. hochpreisigen Leistungen ist dies zu gewährleisten. Karten dürfen nicht kopiert oder Berechtigungen anderweitig genutzt werden. Dafür müssen entsprechende Kontrollmechanismen geschaffen werden.
- Die Qualität aller Leistungen auf der Gästekarte muss gesichert sein, das Angebot muss insgesamt hochwertig sein – die Qualität soll auch bei der Auswahl von gleichen Leistungsangeboten mehrerer Partner berücksichtigt werden. Hierbei können im Rahmen der Teilnahmeverträge Qualitätsmerkmale definiert werden, die von den teilnehmenden Partnern einzuhalten sind.
Solche Kriterien sollten u.a. beinhalten:
 - umfassende Saison- bzw. Öffnungszeiten der Einrichtungen
 - Servicequalität, idealerweise über eine entsprechende Zertifizierung
 - äußere Erscheinung der Einrichtung, Sauberkeit, Freundlichkeit
 - inhaltliche bzw. didaktische Ausrichtung der Einrichtungen

Über die bereits in der Region bestehenden Leistungsangebote hinaus bietet die Gästekarte auch die Möglichkeit, neue Angebote zu entwickeln. Zusammen mit bestehenden Leistungspartnern können regionstypische Erlebnisse für die Kartengäste kreiert werden. Dies können beispielsweise Verkostungen (bspw. Schnapsproben, Bierproben), spezielle Führungen oder Kursangebote (wie bspw. Donauwellen-Backkurs, Spargelstechen in der Hallertau) sein.



Lage der potentiellen Leistungspartner innerhalb des LK Kelheim und dem umliegenden Gebiet.
Quelle und Grafik: WIIF.

Im Rahmen der Machbarkeitsstudie wurden mit 17 Leistungspartnern, deren Leistungen als TOP-Leistungen definiert wurden, Einzelgespräche geführt. 15 Leistungspartner haben die Gästekarte positiv bewertet und eine Teilnahme prinzipiell zugesagt. Bei einem Leistungspartner ist eine Teilnahme noch in Klärung, ein Leistungspartner wird vorerst nicht teilnehmen.

Die nächsten Schritte in der Akquise von weiteren Leistungspartnern nach der Machbarkeitsstudie sind:

- Gespräche mit allen Partnern auf der Liste führen
- Konkrete Erfassung der angebotenen Leistungen
- Ausgabe und Schließen der Leistungspartnerverträge

Hinweis "Nutzungsdruck": Bei Kaufkarten ergibt sich für die Gäste meist ein "Nutzungsdruck", die gekauften/bezahlten Leistungen auch möglichst alle nutzen zu müssen, damit sich der Kaufpreis der Karte rechnet. So ist die Anzahl der Akzeptanzen in der Regel deutlich höher als bei umlagefinanzierten Karten wie der geplanten Karte für Kelheim. Da eine umlagefinanzierte Gästekarte ein kostenloses Angebot für den Gast darstellt, verspürt dieser meist keinen bis kaum Nutzungsdruck und reagiert auch verständnisvoller, wenn eine Leistung aufgrund von Kapazitätsengpässen einmal nicht genutzt werden kann (Erfahrungswerte anderer Projekte).

Hinweis Kapazitäten: Die Erfahrungen aus den bisher eingeführten umlagefinanzierten Karten zeigen ebenfalls, dass der fehlende Nutzungsdruck auch dazu führt, dass die Maximalleistung von den Gästen häufig nicht genutzt wird und hierdurch wiederum Kapazitäten frei werden. Beispiel: Ein Gast, der für die Nutzung der Therme den regulären Eintrittspreis zahlen muss, wird in der Regel versuchen, die bezahlte Badezeit weitestgehend auszureizen. Ein Gast mit einer umlagefinanzierten Karte hingegen, der das Bad kostenlos besuchen kann, wird sich lediglich solange dort aufhalten, wie er Spaß daran hat, und nimmt somit häufig eine kürzere Aufenthaltsdauer in Anspruch. Durch die Nicht-Ausreizung der Maximalleistung gibt der Gast somit wieder Kapazitäten frei, die ein nächster Besucher der Einrichtung nutzen kann – für die Einrichtung ergibt sich teils ein höherer Durchsatz an Gästen bei gleicher Kapazität.

6. UMLAGE UND AUSSCHÜTTUNG. EINE ERSTE KALKULATION.

Die Umlage- und Ausschüttungskalkulation bildet das Herzstück einer umlagefinanzierten Gästekarte, wie sie WIIF umsetzt. Sie behält zum einen alle Leistungen mit den zugehörigen Eintrittspreisen, Steuersätzen, Nutzungszahlen und Ausschüttungsquoten im Blick, zum anderen wird aus ihr ersichtlich, welche Umlagehöhe pro Nacht und Gast für die Vergütung der Leistungspartner und den Betrieb des Systems benötigt wird.

Um eine aussagekräftige Umlagekalkulation erstellen zu können, müssen wichtige Daten von allen teilnehmenden Leistungspartnern erhoben werden. Dazu gehören Eintrittspreise, der Mehrwertsteuersatz, der auf die Leistung angewendet wird und die Besucherzahl des Vorjahres um eine grob geschätzte Prognose anstellen zu können.

Während der Bereisung wurde bereits mit knapp 20 Leistungsanbietern gesprochen, die sich eine Teilnahme an der Karte sehr gut vorstellen können. Bezogen auf den Landkreis Kelheim bilden diese eine grobe Grundlage für die Kalkulation einer zu erwartenden Umlagehöhe.

Im Zuge der Machbarkeitsstudie hat WIIF eine Kalkulation auf Erfahrungswerten und den abgefragten Besucherzahlen der Vorjahre bei den besuchten Partnern erstellt, um eine erste Umlagehöhe zu benennen und um einen ersten Businessplan für die Gästekarte im Landkreis Kelheim zu erstellen.

Die Ausschüttungskalkulation folgt grundsätzlich einem klaren und für alle Partner transparenten Modell – dabei errechnet sich der Anteil jedes Leistungspartners nach dem Verhältnis der Nutzung seiner Leistungen und der Wertigkeit dieser. Die Wertigkeit ist in diesem Fall bei allen Partnern gleich.

Vereinfachte Beispielrechnung der Ausschüttungskalkulation: Es stehen 100.000 EUR zur Ausschüttung zur Verfügung. Am System beteiligen sich drei verschiedene Partner, deren Leistungen jeweils mit dem regulären Eintritts-/Nutzungspreis bewertet werden. Die Verteilung der Anteile für die einzelnen Partner erfolgt schließlich im Verhältnis der Bewertung und der tatsächlichen Nutzungen.

PARTNER	BEWERTUNG	NUTZUNGEN	PUNKTE	VERHÄLTNIS	ANTEIL
Partner A	10,00 €	10.000	100.000	50%	50.000 €
Partner B	10,00 €	5.000	50.000	25%	25.000 €
Partner C	5,00 €	10.000	50.000	25%	25.000 €
		25.000	200.000	100%	100.000 €

Tabelle mit exemplarischer Verteilung eines zur Verfügung stehenden Ausschüttungsbetrages auf drei fiktive Partner. Der Anteil am Gesamtbetrag berechnet sich aus dem jeweiligen Eintrittspreis und den registrierten Akzeptanzen.

Für die weitere Kalkulation eines Umlagebetrages wurden mehrere Szenarien in Bezug auf die Anzahl der teilnehmenden Übernachtungen an einer Gästekarte für den Landkreis Kelheim aufgestellt. Kennzahl sind dabei die sog. „Vollzahlernächte“, bei denen kalkulatorisch von der vollen Umlage auszugehen ist.

	MINIMUM START	OPTIMAL START	ZIEL
	27% DER NÄCHTE	33% DER NÄCHTE	50% DER NÄCHTE
Übernachtungen	225.000 ÜN	280.000 ÜN	420.000 ÜN
Kinder bis 5 Jahre (5%)	11.000 ÜN	14.000 ÜN	21.000 ÜN
Jugendliche bis 15 Jahre (10%)	23.000 ÜN	28.000 ÜN	42.000 ÜN
Geschäftsreisende/Tagungen (30%)	68.000 ÜN	84.000 ÜN	126.000 ÜN
VOLLZÄHLERNÄCHTE (kalk.)	141.000 ÜN	175.000 ÜN	263.000 ÜN
ANKÜNFTE/GÄSTE (kalk.)	46.000 AN	58.000 AN	86.000 AN

Hinweis zur Kalkulation: Die ermittelten Vollzahlernächte bilden die Kalkulationsgrundlage für die Übernachtungen der verschiedenen Szenarien. Sie werden ermittelt aus den zu erwartenden teilnehmenden Gesamt-Übernachtungen abzüglich der Kinder-Nächte, 1/4 der Jugend-Nächte (ermäßigte Umlage) sowie den befreiten Nächten. Die Werte sind auf Tausender gerundet.

Auf Basis der Szenarien sowie der aufgestellten Ausschüttungskalkulation ergibt sich ein jeweiliger "Finanzbedarf" bei einer rechnerischen Quote von 50% vom regulären Erwachsenen-Preis für die Vergütung der zu erbringenden Leistungen. Dieser ist durch den jeweiligen Ausschüttungsbetrag auszugleichen. Zusätzlich werden für die Betriebskosten eines entsprechenden Kartensystems (technische Kosten, Personalkosten, Lizenzen etc.) sowie das dezidierte Marketing für das Produkt etwa 15% – 25% der Umlageerlöse kalkuliert. Bei steigenden Teilnehmer-Übernachtungen kann von geringeren anteiligen Kosten ausgegangen werden. Daraus wiederum ergibt sich die Kalkulation eines "Korridors" für den Umlagebetrag pro Nacht. Im Fall der Gästekarte für den Landkreis Kelheim kann dieser Korridor zum aktuellen Zeitpunkt auf Basis von Erfahrungswerten mit preislich vergleichbaren Leistungspaketen lediglich abgeschätzt werden.

Nach den Berechnungen in der Kalkulation auf Basis der von den besuchten Leistungspartnern gelieferten Eintrittszahlen und, wenn vorhanden einer Unterteilung in Tagesgäste und Übernachtungsgäste aus dem Landkreis und Erfahrungswerten aus anderen Kartenprojekten mit einer ähnlichen Leistungsstruktur, lässt sich ein Umlagekorridor zwischen 3,30 € und 3,90 € pro Nacht festhalten. In den weiteren Verhandlungen mit den Leistungspartnern muss der Betrag im Detail kalkuliert und validiert werden.

7. GASTGEBER. SONDIERUNG DER BEHERBERGUNGSBETRIEBE.

Das neben einem attraktiven Leistungspaket wichtigste Element in einem umlagefinanzierten Gästekartenmodell ist der Gastgeber. Der Gastgeber, oder besser die Gemeinschaft vieler Gastgeber, sind als Ausgabestelle für die Karten maßgeblich dafür verantwortlich, dass ein solches Modell über einen langen Zeitraum erfolgreich funktionieren kann.

In der Vorarbeit des Tourismusverbandes Kelheim wurden die wichtigsten Betriebe auf Gastgeberseite ermittelt und persönliche Gesprächstermine für den Zeitraum der Bereisung mit WIIF vereinbart. Ziel der Bereisung und der Gespräche während dieser war, einen Eindruck von der Destination und ein Gefühl für die Akteure und deren Einschätzung bezüglich des Vorhabens zu bekommen. Daher wurden gezielt Betriebe angesprochen, die eine gewisse Vorzeigefunktion haben und als Meinungsbildner unter den Kollegen fungieren. Sicher hätte es noch einige weitere Häuser gegeben, die man im Zuge dessen hätte ansprechen können, allerdings hat man sich in diesem Fall erstmal auf 25 Gastgeber und Häuser beschränkt.

Grundsätzlich kann man sagen, dass die Stimmung in den Gesprächen zumeist positiv war. Die meisten der besuchten Gastgeber waren dem Projekt gegenüber aufgeschlossen und würden die Einführung einer Gästekarte nach dem Umlagemodell begrüßen. Eine Gästekarte für den Landkreis Kelheim sei eine großartige Sache für den Tourismus in der Region. Viele Gastgeber haben im Erstgespräch zugesichert, dass sie sich vorstellen können, an einem solchen Gästekartenprojekt teilzunehmen.

Die Gastgeber sehen auf der einen Seite einen klaren Wettbewerbsvorteil durch die Karte gegenüber anderen Gastgebern, die diese Karte ihren Gästen nicht anbieten. Auf der anderen Seite sehen sie den Mehrwert, den sie ihren Gästen mit einer solchen Karte bieten können. Zudem gewinnt die Destination Kelheim mit der Karte zusätzlich an Attraktivität, schafft einen würdigen und attraktiven Ersatz für die dann einzustellende Altmühl-Donau-Card und bringt möglicherweise viele neue Gäste in die Destination.

Teilweise stehen die Besitzer von Ferienwohnungen der umlagefinanzierten Gästekarte noch kritisch gegenüber. Sie befürchten, im Vergleich zur Konkurrenz zu hochpreisig zu werden. Die Erfahrung aus anderen Kartenprojekten zeigt jedoch, dass gerade Ferienwohnungen von solchen Gästekarten profitieren. Ferienwohnungsgäste vergleichen die Angebote der Unterkünfte sehr genau. Der höhere Preis bei der Buchung wird durch den enormen Gegenwert, den die Gästekarte bietet, relativiert. Im Falle der Einführung einer Gästekarte könnten begleitend zur Akquisephase bereits Seminare zur Preisgestaltung und -kalkulation angeboten werden, in denen den Gastgebern die Möglichkeiten der Einpreisung der Umlage aufgezeigt werden.

Im Folgenden einige wichtige Fragen, die im Zuge weiterer Gespräche auftauchen könnten oder während der Kartenentwicklung und -einführung beachtet werden und gegebenenfalls auf aktuelles Recht geprüft werden sollten:

- Kommt der Gastgeber mit der Gästekarte reiserechtlich in den Status eines Pauschalreiseveranstalters, da die Karte als zweite Hauptleistung zur Beherbergung gesehen werden könnte?

Die Nutzungsbedingungen und zugrundeliegenden Verträge werden so gestaltet, dass die Gästekarte für den Landkreis Kelheim reiserechtlich nicht den Veranstalter-Status zur Folge hat – die Karte ist als "kostenlose

Zusatzleistung" des Gastgebers konzipiert. Dazu hat sich der Gastgeber jedoch in seiner Werbung auch an eine entsprechende Ausweisung zu halten und die Gästekarte nicht als Pauschal-Angebot darzustellen.

- Steht der Gastgeber in einem Haftungsrisiko im Rahmen der Karte?

Da die Gästekarte für den Landkreis Kelheim keinen Reiseveranstalter-Status bedingt, hat der Gastgeber auch nicht gegenüber seinen Gästen für etwaige Schäden oder Unfälle bei der Nutzung der Karte zu haften. Im Rahmen der Verträge ist ebenfalls eine gegenseitige Freistellung von Ansprüchen, die in den jeweiligen Verantwortungsbereich von Gastgeber, Leistungspartner und Kartenbetreiber fallen, vereinbart. Details dazu werden in den Nutzungsbedingungen geregelt, die gleichermaßen für alle beteiligten Partner Gültigkeit haben und vom Gast im Rahmen seiner Unterschrift auf dem Meldeschein auch anerkannt werden müssen.

- Wie ist die Umlage umsatzsteuerrechtlich zu behandeln?

Die Umlage wird für gewöhnlich zzgl. 19% Mehrwertsteuer abgerechnet. In der Regel wird sie 1:1 vom Gastgeber auf die Beherbergungspreise umgelegt – hier zählt sie als Kalkulationsbestandteil der Logisleistung (weil als allgemeine, obligatorische und für den Gast kostenlose Zusatzleistung angelegt) und wird somit auf der Rechnung für den Gast nicht gesondert ausgewiesen. Die (bei einer 1:1-Weiterberechnung) um den Umlagebetrag erhöhte Logisleistung wird mit 7% Umsatzsteuer abgerechnet.

Die genauen Besteuerungsmodalitäten der Umlage innerhalb des Projekts werden idealerweise im Vorfeld über die Destination mit dem für die Region zuständigen Finanzamt abgeklärt und schriftlich bestätigt.

- Welche Klientel wird mit einer solchen All-Inclusive-Gästekarte angezogen? Sind das nicht nur Schnäppchenjäger und "Billiggäste", die man nicht unbedingt haben will?

Letztlich hängt die Gästeklientel stärker von anderen Faktoren ab, als der Einführung einer Gästekarte nach dem All-Inclusive-Modell. Zudem führt die Gästekarte für den Landkreis Kelheim auch nicht zu einem niedrigeren, sondern tendenziell zu einem höheren Preis – somit werden Gäste erreicht, die bereit sind, etwas mehr zu zahlen für einen spürbaren Mehrwert im Urlaub. Die Gästekarte soll demnach auch klar als Mehrwert für den Gast positioniert und vermarktet werden – und soll so auch eine Chance sein, gerade in der Nebensaison aus starken Preiskämpfen heraus zu kommen. Dass damit auch – für den einen Gast mehr, für den anderen Gast weniger – ein Spareffekt verbunden ist, macht ihn damit nicht zum "Billiggast" oder reinen Schnäppchenjäger.

Hinweis: Auch, wenn die Frage zum Gästeklientel hin und wieder diskutiert wird – Beispiele aus Regionen, in denen entsprechende Karten bereits eingeführt sind (Oberstaufen, Hochschwarzwald etc.), zeigen positive Entwicklungen bei der Gästestruktur – der Altersdurchschnitt verringert sich, die Gäste "verjüngen" sich und es können verstärkt auch Familien mit Kindern oder Großeltern mit Enkeln angesprochen werden. Es kommt aber auch hier wie in den meisten Fällen auf den einzelnen Betrieb, dessen Angebote, Rahmenbedingungen und dessen Kalkulation an.

- Geht die Gästekarte für den Landkreis Kelheim nicht auf Kosten der Wertschöpfung im eigenen Beherbergungsbetrieb? Gäste, die den ganzen Tag unterwegs sind, konsumieren weniger im Haus.

Die Gäste sind so oder so unterwegs – ob bei gutem Wetter auf den Wanderwegen und in der Natur oder bei Regenwetter bei einer der Attraktionen. Sicher erhöht eine Gästekarte die Mobilität und den Aktionsradius der Gäste – gleichzeitig wird aber durch die Karte auch Urlaubsbudget frei, das eben nicht am Fahrkartenschalter oder der Museumskasse gelassen wurde. Dieses wird dann wiederum freizügiger z. B. in der Gastronomie o.ä. ausgegeben. Auch hier gilt: Sicher nicht bei allen Gästen, sicher nicht bei allen Gastgebern, aber Tendenzen sind klar spürbar.

Auch in diesem Punkt gibt es positive Beispiele in anderen Regionen, bei denen Gastgeber konkret angeben, dass sich der durchschnittliche Umsatz pro Gast seit Einführung einer solchen Karte spürbar erhöht hat (Haubers Alpenresort Oberstaufen, Hotel Wiesler am See Titisee-Neustadt usw.) – mit spürbar gestiegenen Umsätzen (z. B. im F&B- und im Spa-Bereich).

- Partner-Gastgeber der Gästekarte für den Landkreis Kelheim sollen durch die Karte einen Wettbewerbsvorteil bekommen. Haben aber nicht vielmehr die Gastgeber ohne Karte einen Wettbewerbsvorteil? *Vielleicht – wenn eben nur der Preis ohne die Leistung dahinter bewertet wird. Also genau, wenn es nur um "billig" und Schnäppchen geht. Die Erfahrung zeigt jedoch, dass die Gäste in Zeiten von Reise-, Buchungs- und Bewertungsportalen sehr wohl sehr genau vergleichen – und dabei sowohl den Preis, als auch die Leistung in Relation setzen. Nicht zuletzt das hat auch zu dem All-Inclusive-Boom geführt, egal ob im günstigen oder im hochwertigen und hochpreisigen Segment. Es kommt letztlich auf das Preis-Leistungsverhältnis an – und das stellt sich auch bei leicht höheren Übernachtungspreisen bei den Partner-Betrieben der Gästekarte deutlich besser dar.*
- Eine Umlage zwischen 3,00 € und 3,90 € ist für kaum einen kleinen wie größeren Gastgeber in der Destination umsetz- und gegenüber den Gästen durchsetzbar. *Sicher handelt es sich um einen nicht unerheblichen Eingriff in die Kalkulation und um eine je nach Saisonzeit nicht unerhebliche Erhöhung des Preises. Dem gegenüber muss allerdings die Leistung gesehen werden, die für die Gäste angeboten wird. Letztlich ist das Preis-Leistungsverhältnis entscheidend. In anderen Destinationen, die bereits ähnliche Karten eingeführt haben, liegen die Umlagebeträge weitaus höher als die für den LK Kelheim kalkulierten Umlage. Die dort teilnehmenden Betriebe verzeichnen seit Start der Karten steigende Übernachtungszahlen, obwohl in den meisten Fällen die Umlage voll oder saisonal gesplittet auf den Übernachtungspreis aufgerechnet wurde.*
- Der Gästekarte für den Landkreis Kelheim fehlt bei den Leistungen ein Highlight wie bspw. Bergbahnen oder der Skipass wie in anderen vergleichbaren Karten. *Eine Gästekarte für den Landkreis Kelheim hat durchaus mehrere Highlights zu bieten. Der ÖPNV als destinationsweiter und umfangreicher Leistungserbringer wird vom Gast nicht als Solches wahrgenommen – Mobilität ist Basis, weniger Emotion. Jedoch zeigen die Erfahrungen, dass Gäste neben Attraktionen wie der Schifffahrt, Freizeitbädern, Museen und Ausstellungen oder anderen sportlichen Aktivitäten besonders gerne die Regionen erleben, wie sie auch Einheimische erleben und leben können. Typisch niederbayerische Erlebnisse wie die Brauereiführungen oder den Kuchlbauerturm nach Plänen von Friedensreich Hundertwasser in Abensberg, Führungen durch die Hopfenfelder und Spargelhöfe und viele andere Attraktionen, die nur der Landkreis Kelheim zu bieten hat. Diese Leistungen sind der echte Mehrwert für den Gast. Attraktionen, die er sonst nicht erleben kann. So wenig wie eine Bergbahn für einen Allgäuer etwas Besonderes ist, so wenig sind wohl für einen Kelheimer die Hopfenfelder ein Highlight – aus Sicht des Gastes sieht das jedoch oft völlig anders aus.*

Eine plausible und belastbare Hochrechnung der zu erwartenden Übernachtungen von Beherbergungsbetrieben, die sich an einer Gästekarte für den Landkreis Kelheim beteiligen würden, kann zum jetzigen Stand noch nicht erfolgen. Grundsätzlich wurde in den Gesprächen von den meisten Betrieben eine generelle Teilnahmebereitschaft signalisiert, konkret und verlässlich lässt sich dies jedoch noch nicht in Zahlen fassen.

Grundsätzliche Voraussetzungen für die Teilnahme am Gästekartenmodell „Gästekarte für den Landkreis Kelheim“ seitens der Partner-Gastgeber sind:

- Eine ernsthafte Vermietungsabsicht: Hiermit soll sichergestellt werden, dass der Gastgeber ein qualitativ ordentliches Beherbergungsangebot zur Verfügung stellt und nicht nur sein Gästezimmer in der Privatwohnung vermietet. Es kann eine Mindestumlage festgelegt werden um sicher zu gehen, dass zumindest für den Gastgeber entstehende Kosten gedeckt sind.
- Eine ausreichende Infrastruktur zur Kartenausstellung: ein PC, ein Drucker und eine stabile Internetverbindung sind Voraussetzung dafür, dass der Gast angemeldet und die Gästekarte ausgestellt werden können.
- Ein unterschriebener Vertrag zur Teilnahme.

Die Basis für eine Gästekarte für den Landkreis Kelheim liegt zwar grundsätzlich im Bereich des Machbaren, ist aber auf keinen Fall ein einfaches Unterfangen. Im relevanten Übernachtungsgebiet summieren sich die gemeldeten Übernachtungen auf etwas mehr als 830.000. Wie oben bereits beschrieben entfallen davon bereits knapp 475.000 Übernachtungen allein auf Bad Gögging. Mindestens die Hälfte davon und weitere 25.000 entfallen auf die Kliniken in den Kurorten. Da es erfahrungsgemäß und auch nach ersten Abklärungen für die Gästekarte im Landkreis Kelheim nicht möglich ist, diese Übernachtungen zu integrieren, gehen wir von einer Grundgesamtheit von etwa 570.000 Übernachtungen aus. Nimmt man weiterhin an, dass ein geschätzter Anteil von 30% auf Businessgäste entfällt, bleiben verhältnismäßig wenig Nächte übrig, die durch rein touristisch motivierte Gäste erzeugt werden und damit für die Gästekarte relevant sind.

Grundsätzlich geht WIIF davon aus, dass der Business- und Investitionsplan, der hinter einem durch WIIF betreuten Kartenprojekt steht, die finanzielle Seite des Projektes so aufstellt, dass sich das Projekt nach der Anschubfinanzierung komplett selbst tragen und etwaiges Fremdkapital zur Anschubfinanzierung innerhalb von fünf bis sechs Jahren zurückgeführt werden kann.

Der wichtigste Teil, der für den finanziellen Erfolg eines solchen Projektes steht, sind ganz klar die Einnahmen, in einem solchen Fall die Erlöse aus der Umlage. Diese müssen hoch genug sein, um die Kosten für den Betrieb des Systems und die Vergütung der Eintritte bei den Leistungspartnern zu decken. Das geht entweder mit einer hohen Umlage, für die verhältnismäßig weniger Übernachtungen benötigt werden oder mit einer niedrigen Umlage, die von verhältnismäßig vielen Übernachtungen getragen werden müssen.

Laut dem ersten vorläufigen Businessplan für eine umlagefinanzierte Gästekarte im Landkreis Kelheim würden ca. 140.000 Nettoübernachtungen benötigt, für die eine volle Umlage in Höhe von ca. 3,40 € netto abgeführt werden, um den Businessplan kostenseitig zu bedienen und die Karte direkt ab dem Start auf stabile Beine zu stellen. Nettoübernachtungen bezeichnen die rein touristischen Vollzahlerübernachtungen. Da für Kinder eine reduzierte Umlage anfällt, werden diese nur anteilig gerechnet.

Stellt man nun die Zahlen des Businessplanes dem realen Potenzial gegenüber, erkennt man schnell, dass es zwar grundsätzlich möglich und nicht unrealistisch ist, diese Anzahl zu erreichen, es aber schwer werden wird, mindes-

tens 35% aller verfügbaren Vollzahlernächte zu akquirieren. Zudem stellt sich die Frage, ob die Höhe der Umlage von 3,40 € netto für einen Erwachsenen auch von einer Menge an Gastgebern umgesetzt werden kann. Muss die Umlage deshalb reduziert werden, steigt die Anzahl der für die Gesamtsumme benötigten Übernachtungen. Die Stimmung der Gastgeber bei den Terminen im Zuge dieser Studie war zwar eher unproblematisch, allerdings gibt es viele Kleinvermieter, für die eine solche Umlage gleichzeitig eine Preiserhöhung im zweistelligen Prozentbereich darstellen würde.

Entscheidet sich dann ein Gastgeber zur Teilnahme am Kartenmodell, verpflichtet er sich, jedem seiner Gäste eine Karte auszustellen. Ausnahmen wären nur Geschäftsreisende. Für jede ausgegebene Karte wird dann vom Tourismusverband für den Landkreis Kelheim e.V. der Umlagebetrag monatlich per SEPA-Lastschriftmandat vom Gastgeber eingezogen und aus dem Topf nach Abzug des Eigenanteils für entstehende Kosten an die Leistungspartner verteilt.

In anderen Kartenprojekten ist es üblich gewesen, dass es zusätzlich zum normalen Umlagebetrag einen etwas reduzierten Umlagebetrag für frühentschlossene Gastgeber gibt. Dieser soll den Gastgebern als Anreiz dienen, sich frühzeitig für das Projekt zu entscheiden und bis zu einem bestimmten Zeitpunkt den Teilnahmevertrag zu unterschreiben. Zu diesem noch festzulegenden Zeitpunkt – für einen Start Mitte 2018 in etwa Ende September 2017 – entscheidet sich, ob die kritische Masse an Übernachtungen akquiriert werden konnte. Ist dies der Fall, kann mit der Umsetzung des Produktes begonnen werden. Für Gastgeber, die bis zu diesem Entscheidungstag ihren Vertrag unterschrieben haben, gilt ein um den Differenzbetrag zur Startumlage reduzierter Betrag.

8. KARTENSYSTEM, TECHNIK UND ORGANISATION.

Zum Kartensystem und der Technik wurden bisher rudimentäre Erhebungen gemacht, da dies erst in einem späteren Projektabschnitt in detaillierter Form mit den technischen Spezifikationen erfolgen kann. Kommt es zur Umsetzung, können aus den bisher gesammelten Anforderungen grundsätzlich folgende Möglichkeiten in Bezug auf das Kartensystem und die eingesetzte Technik festgehalten werden:

- Im Rahmen der Karte kann ein flächendeckendes elektronisches Meldesystem bei allen teilnehmenden Gastgebern eingeführt werden. Ab diesem Zeitpunkt müssen Gastgeber jeden Gast, der im Betrieb übernachtet, anmelden und einen Meldeschein unterschreiben lassen. Dies ist vor allem notwendig, um gültige Gästekarten für den Landkreis Kelheim auszustellen und damit verbunden die Umlage bei den Gastgebern abzurechnen. Über das elektronische Meldesystem können zudem Gästedaten gesammelt und für Statistik- und Marketingzwecke genutzt werden.
- Kombination aus Online- und Offline-System: Das System sollte sowohl über Online- wie auch Offline-Funktionalitäten verfügen. Sämtliche Daten zur Kartenausgabe sowie Meldedaten müssen sofort online verfügbar sein, die Chipkarten selbst müssen je nach Akzeptanzstelle jedoch auch ohne Online-Anbindung akzeptiert und die Daten ausgewertet werden können.
- Chipkarten: Verwendung von standardisierten Chipkarten, um eine größtmögliche Kompatibilität für zur Einführung relevante, aber auch künftige Anwendungen sicher zu stellen (Karten auf Basis ISO1443 / ISO15693). Eine Anwendung noch junger, neuerer Standards wie NFC ist zu prüfen.
- "Einmalkarten" vs. Umlaufsystem: Grundsätzlich können bei der Ausgabe der Chipkarten zwei Varianten Anwendung finden. Die Gäste erhalten die Gästekarte beim Check-in vom Gastgeber und geben diese beim Check-out wieder ab – die gleiche Karte wird dann für den nächsten Gast wiederverwendet, evtl. bei der Ausgabe ein Pfand erhoben (System wie bei den Zimmer-Schließkarten).
Oder jeder Gast erhält beim Check-in seine persönliche Gästekarte des Landkreises Kelheim, die er nach dem Check-out mit nach Hause nehmen darf – als Andenken und auch als Marketing-Instrument. Hat er die Karte beim nächsten Aufenthalt wieder dabei, kann diese auch entsprechend wieder aktiviert werden. Für beide Ansätze gibt es sinnvolle Anwendungen und positive Beispiele. Letztlich findet hier eine Kosten-Nutzen-Abwägung statt – die Variante der "Einmalkarten" ist dabei sicher die kostenintensivere. Wichtig ist, die Thematik in Bezug auf Fernwege-Wanderer und Radfahrer genau zu beleuchten.
Hinweis: Ohne bisher eine Markterkundung für Chipkarten durchgeführt zu haben (die einzelnen Leistungsbestandteile des zu wählenden Chips sind auch bisher nicht definiert), kann aus der Erfahrung für das Modell der "Einmalkarte" (Gast kann Karte mitnehmen) bei einem Durchschnittsaufenthalt von 2 - 4 Nächten von allein 30 bis 50 Cent netto pro Nacht rein für den Kartenrohling ausgegangen werden. Die Preise für Chipkarten mit obigen Leistungsmerkmalen bewegen sich je nach Speicherplatz und Ausführung auch in großen Stückzahlen zwischen 80 Cent und 1,20 € netto.
- Hotelsoftware: Die Kartenausgabe und Gästeanmeldung ist weitestgehend in die Abläufe beim Check-In der Gäste zu integrieren – dabei sollen Karten und elektronische Meldescheine direkt aus den jeweils im Einsatz befindlichen Hotelanwendungen erstellt werden können. Hierbei sind entsprechende Schnittstellen zu den gängigen Hotelsoftware-Anbietern (Fidelio, Opera, protel, Hotel.Profi etc.) vorzusehen.
- Schließkartensysteme: Eine Kombination der Gästekarte für den LK Kelheim mit den gängigen Schließkartensystemen ist sinnvoll – in Häusern, die über ein solches System verfügen, kann der Gast die Gästekarte ebenfalls als Zimmerschlüssel verwenden. Die wichtigsten Anbieter am Markt (Häfele, Dialock, VingCard, Messerschmitt etc.) sind hierbei zu berücksichtigen.

Für das System mit Hard- und Software sowie Chipkarten und Einführung mit Schulung aller Beteiligten ist ein sechsstelliger Betrag zu kalkulieren. Das Kartensystem muss im Rahmen einer EU-weiten Ausschreibung (VOL/A) vergeben werden – dazu werden im Vorfeld sämtliche Anforderungen im Detail dokumentiert und beschrieben, in Leistungstabellen zusammengefasst sowie bewertet. Einer Ausschreibung und Vergabe müssen jedoch die nächsten zwei Projektschritte vorangehen, sodass auch eine Einführung der Karte gesichert ist.

Der Ausschreibung kann und sollte eine Markterkundung mit Kostenschätzungen seitens der Anbieter vorangehen, um für die Kalkulation eine bessere Grundlage zu schaffen – dies empfiehlt sich dann im Rahmen des nächsten Projektabschnitts. Grundsätzlich sollte das Anliegen sein, eine Gästekarte auf dem neuesten Stand der Technik und so einfach wie möglich mit dem größten Nutzen für alle Beteiligten zu entwickeln. Dafür müssen auch neue Technologien und Anbieter berücksichtigt werden, die sich zum Zeitpunkt der Ausschreibung am Markt befinden.

ORGANISATIONSSTRUKTUR

Für die Einführung und den Betrieb der Gästekarte im Landkreis Kelheim ist eine entsprechende Organisationsstruktur notwendig. Schon zur klaren Abgrenzung der finanziellen Belange empfiehlt sich die Einrichtung einer eigenen Kostenstelle oder die Gründung einer Betreibergesellschaft.

Für die Gästekarte im Landkreis Kelheim empfiehlt WIIF die Gründung einer eigenständigen und unabhängigen Betreibergesellschaft. In anderen Karten-Projekten wie etwa „Schwarzwald Plus“ wurde hierfür aus steuerrechtlichen Gründen die Rechtsform der GmbH gewählt. Dies muss für die Gästekarte im Landkreis Kelheim unter Einbezug eines Rechtsanwaltes und des Landratsamtes dezidiert geprüft werden.

Darüber hinaus ist für die Einführung und den Betrieb einer Gästekarte dieser Größenordnung mit einem zusätzlichen Aufwand auch kapazitiv zu rechnen. Dieses entspricht bereits in der Einführungsphase in etwa einer zusätzlichen Vollzeitstelle. Im weiteren Projektverlauf eventuell ergänzt durch eine Assistenz.

9. EINFÜHRUNG DER GÄSTEKARTE. CHANCEN UND RISIKEN.

Keine Chancen ohne Risiken – die Einführung einer Gästekarte für den Landkreis Kelheim birgt Chancen für den Tourismus in der Destination, allerdings sind damit auch Risiken für alle Beteiligten verbunden. Die dargestellten Chancen beruhen auf Erfahrungen, die WIIF in vorangegangenen Kartenprojekten gesammelt und/oder beobachtet hat. Sie sind keine Garantie, dass sie auch in diesem Fall so eintreffen. Lediglich ein Ausblick auf das, was passieren kann.

CHANCEN BEI DER EINFÜHRUNG EINER GÄSTEKARTE.

- Schaffung eines gemeinsamen und starken Produktes für die gesamte Destination durch Bündelung der verschiedensten Angebote – den Vorsprung sichern, der mit den ersten Projektschritten bereits geschaffen wurde.
- Schaffung eines Wettbewerbsvorteils für die einzelnen Gastgeber und damit für die gesamte Destination über ein klares Buchungsargument – mit deutlich verbessertem Preis-Leistungsverhältnis.
- Steigerung der Gästezufriedenheit und Service-Qualität durch ein insgesamt besseres Angebot innerhalb aller Segmente und Jahreszeiten – vom zufriedenen zum begeisterten Gast, weil er mehr bekommt, als er erwartet.
- Steigerung der Übernachtungszahlen durch Gewinnung neuer Gäste und damit Erhöhung der gesamten Wertschöpfung in der Destination – direkt und indirekt. Dabei auch eine Verjüngung der Gästestruktur durch gezielte Ansprache entsprechender Zielgruppen.
- Erweiterung der Zielgruppe durch ein attraktives Leistungsangebot für Gäste aller Altersklassen.
- Insbesondere in auslastungsschwachen Zeiten Verringerung des teils ruinösen "Preis-Kampfes" und Verlagerung des Wettbewerbs um den günstigeren Preis zum Wettbewerb um das bessere (und insgesamt sogar günstigere) Angebot. Es besteht die Möglichkeit die bisher schwachen Monate für Gäste attraktiv zu machen und auch in dieser Zeit Gäste in die Destination zu locken.
- Vereinigung der Destination Landkreis Kelheim. Gastgeber, Leistungspartner und Touristiker ziehen an einem Strang um die Destination gemeinsam zu vermarkten und zu einer starken Einheit zu bündeln.
- Die Gästekarte als TOP-Marketinginstrument. Durch die Schaffung einer Basis für einheitliche Kommunikation der Destination entstehen enorme Marketingeffekte für Leistungspartner und Gastgeber durch das umfangreiche und gebündelte Marketing im Rahmen der Karte.
- Awareness-Funktion durch eine einheitliche Kommunikation an möglichst vielen Berührungspunkten (Touchpoints) des Gastes in der Destination. Die Region wird während des Aufenthaltes besser als solche wahrgenommen und bleibt über den Aufenthalt hinaus besser im Gedächtnis.

RISIKEN BEI DER EINFÜHRUNG EINER GÄSTEKARTE.

- Diskussionen mit Stammgästen über eine Anhebung des Übernachtungspreises auf Grund der Gästekarte – gerade zur Einführung ist dies zu erwarten. Gelingt es nicht, die Gäste vom Mehrwert der Karte zu überzeugen, können teils auch Stammgäste verloren werden.
- Es gibt Befürworter und Gegner eines solchen Projektes – was nicht passieren darf ist eine emotionale Spaltung der Gastgeberschaft oder der Leistungspartner aufgrund der Karte.
- Kostensteigerungen der Leistungspartner sind im laufenden Betrieb zu berücksichtigen – der Umlagebeitrag kann nicht auf viele Jahre im Voraus garantiert werden, Preissteigerungen bei den Leistungspart-

nen (z. B. höhere Energiekosten im ÖPNV etc.) sind damit auch in der Umlage i.d.R. im Zwei-Jahres-Rhythmus zu berücksichtigen und die Umlage damit anzupassen.

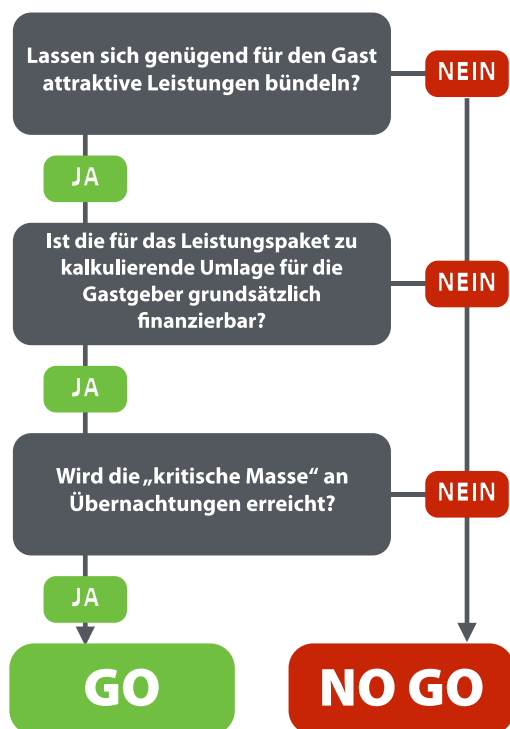
- Bei einem Scheitern der Karte im laufenden Betrieb: Immenser Imageschaden und hoher wirtschaftlicher Schaden für den Tourismusverband und den Landkreis Kelheim, falls die Gästekarte nach 1/2/3 Jahren vom Markt genommen werden müsste. Deshalb ist eine detaillierte Planung und Kalkulation unerlässlich.

Aus vorgenannten Gründen muss zu jedem Projektstand eine genaue Abwägung von Chancen und Risiken erfolgen. Letztlich ist die Einführung eines Produktes wie der Gästekarte für den Landkreis Kelheim ein Projekt, das sehr viele Bereiche in der Destination berührt.

Für die Destinationen, die seit einiger Zeit ähnliche Modelle auf dem Markt haben – wie ein Oberstaufen PLUS oder eine Hochschwarzwald Card – haben nicht nur im Vorfeld, sondern auch nach Auswertung der erzielten Effekte bisher die Chancen die Risiken eindeutig überwogen.

10. GO ODER NO-GO. ENTSCHEIDUNGEN IM WEITEREN PROJEKTVERLAUF.

Für das weitere Vorgehen sind klare "GOs" bzw. "NO-GOs" definiert, welche grundsätzlich darüber entscheiden, ob das Projekt fortgeführt werden kann oder nicht.



Entscheidungsbaum Go oder No-Go zur Einführung der Gästekarte im weiteren Projektverlauf;
Darstellung: WIIF.

Die in vorstehendem Schaubild formulierten Fragen lassen sich definitiv und seriös erst im Laufe der weiteren Projektschritte beantworten – das Leistungspaket und die Konditionen müssen dafür konkretisiert werden. Auf Basis des aktuellen Projektstandes und der bisherigen Erfahrungen aus ähnlichen Kartenprojekten können die folgenden Fragestellungen wie folgt beantwortet werden. Diese Aussagen stellen eine Momentaufnahme innerhalb der Sondierungsphase dar.

Lassen sich genügend für den Gast attraktive Leistungen bündeln?

Wir glauben, dass der Landkreis Kelheim mit seiner Vielfalt an Attraktionen und Highlights auf „engem“ Raum ein für den Gast relevantes und attraktives Leistungspaket bündeln lässt. Im Rahmen der ersten Bereisung und Machbarkeitsstudie haben wir überwiegend positives Feedback von Seiten der potentiellen Leistungspartner erhalten. Abschließend beantworten kann man dies jedoch erst, wenn mit den Leistungspartnern entsprechende verbindliche Verträge abgeschlossen wurden und damit ein konkretes Leistungspaket steht, das hinsichtlich der Attraktivität bewertet werden kann.

Ist die für das Leistungspaket zu kalkulierende Umlage für die Gastgeber grundsätzlich finanzierbar?

Auf Basis der geführten Gespräche mit Gastgebern während der Bereisung, glauben wir sagen zu können, dass eine Umlage, die zwar in der genauen Höhe noch zu kalkulieren ist, sich erfahrungsgemäß aber zwischen 3,30€ und 3,90€ bewegen dürfte, für die Gastgeber im Landkreis Kelheim grundsätzlich durchsetzbar und finanzierbar ist. Die diesbezüglich positive Stimmung vor allem der größeren und hochklassigen Häuser unterstützt dieses Gefühl. Dem mögen – sicherlich berechnete und vielfach auch nachvollziehbare – Einzelmeinungen entgegenstehen. Trotzdem sind wir aufgrund unserer Erfahrungen in anderen Regionen dieser Meinung – auch diesen Karten standen zu Projektbeginn oft Meinungen aus der Gastgeberschaft entgegen, die eine Finanzierbarkeit bezweifelt hatten. Eine Umlage in oben genannter Höhe liegt in der Größenordnung vergleichbarer regionaler Karten (Hochschwarzwald Card, Königscard Ostallgäu-Tirol, Sommercard Schladming-Dachstein o.ä.) und damit bei einem Betrag pro Nacht, der bereits von Gastgebern anderer Destinationen mit Erfolg umgelegt und finanziert wurde. Für eine abschließende Beantwortung dieser Frage müssen aber ebenfalls zunächst die Leistungspartner-Verträge geschlossen werden – erst dann liegt auch eine abschließende und verbindliche Kalkulation vor, die im Hinblick auf die Gastgeber bewertet werden kann.

Wird die kritische Masse an teilnehmenden Gastgebern erreicht?

Auch hier denken wir, dass bereits im Rahmen der Machbarkeitsstudie ein wichtiger Schritt in die richtige Richtung geleistet wurde. Im Landkreis Kelheim besteht ein hohes Vertrauen seitens der Gastgeber gegenüber dem Tourismusverband und deren Projekte und damit eine solide Basis dafür, ein solches Projekt umzusetzen und viele der potenziellen Gastgeber im Landkreis Kelheim für das Projekt Gästekarte zu gewinnen. Betrachtet man rein das Potential der Region, kann die kritische Masse an Übernachtungen erreicht werden. Jedoch ist es unserer Erfahrung aus bisherigen Projekten nach schwierig, einen so hohen Anteil an der Grundgesamtheit potentieller Übernachtungen zu akquirieren um die erforderliche Anzahl der Vollzahlernächte zu erreichen, die für eine sichere Projektfinanzierung erforderlich sind. Aber auch diese Frage kann erst dann abschließend beantwortet werden, wenn man den Gastgebern ein wirklich konkretes Angebot – welche Leistungen bei welcher Umlage pro Nacht – machen kann. Erst dann wird sich definitiv zeigen, ob sich eine genügend große Anzahl an Betrieben an einer Gästekarte für den Landkreis Kelheim beteiligt und die kalkulatorischen Schwellen erreicht werden können.

11. INNOVATION. INVESTITIONEN AUS DER KARTE.

Neben dem Hauptkartenprodukt, der touristisch orientierten Gästekarte, gibt es verschiedene weitere Möglichkeiten die Gästekarte im Zuge der Verfolgung weiterer Ziele wie der Förderung des Tourismusbewusstseins in die Region zu integrieren. Dazu gehören beispielsweise Karten für Einheimische, für Firmen oder auch für Studenten. Diese Modelle können zum einen helfen, das Produkt noch stärker in der Destination zu verankern und eine größere Präsenz zu erreichen und natürlich dienen sie als zusätzliche Einnahmequelle, um das Kartensystem zusätzlich und unabhängig von touristischen Nächten finanziell zu stabilisieren.

DIGITALISIERUNG DER REGION.

In den Regionen, in denen bereits eine erfolgreich laufende Gästekarte nach dem Umlagemodell eingeführt wurde, wird diese auch genutzt, um die Destination Stück für Stück zu digitalisieren, neue Touchpoints entlang der Customer Journey zu schaffen und diese digital miteinander zu vernetzen. Auf Basis der Gästekarte können zudem die digitalen Verkaufskanäle optimiert und professionalisiert werden.

Das elektronische Chipkartensystem kann als Betriebssystem-Ebene für die gesamte Destination installiert werden. Mit dieser Voraussetzung werden Insellösungen verhindert und neu entwickelte Produkte und weitere Services können auf dieser Plattform schnell umgesetzt werden. Durch die Verknüpfung aller Services miteinander, können Synergieeffekte optimal ausgenutzt werden. Dies hat nicht nur Vorteile für den Kartenbetreiber oder die DMO, sondern auch für Gastgeber und Leistungspartner der Gästekarte. Und natürlich für den Gast.

Die Destinationen haben in der Regel über die meisten ihrer Gäste nur sehr wenige Informationen. Der Gast muss nach der Buchung seiner Unterkunft die Attraktionen der Urlaubsregion selbst entdecken. Mit Hilfe eines entsprechenden Gästekarten-Systems kann eine zielgruppengerechtere Ansprache der Gäste erreicht werden. Sowohl zu Hause im Web, als auch mobil vor Ort während des Aufenthalts über beispielsweise eine native App.

Die erhöhte Zahl an digitalen Touchpoints bietet enormes Potential für Up- und Crossselling bereits vor und während des Aufenthaltes in der Destination. Es wird einfacher, den Gast während der Reise zu begleiten und zu unterstützen. Sei es, mit seinen Buchungsdaten, Attraktionen und tagesaktuellen Tipps, die sich der Gast sonst mühsam über unterschiedliche Quellen zusammensuchen müsste. Auch weitere innovative Services, wie etwa ein digitaler Concierge-Service, wurden zum Beispiel im Hochschwarzwald bereits umgesetzt. Alles auf Basis des Gästekarten-Systems.

Ein weiterer wichtiger Punkt ist die Analyse des Gästeverhaltens. Durch die Registrierung der Akzeptanzen lassen sich Rückschlüsse auf das Verhalten der Gäste ziehen. Es kann dargestellt werden, wo die Hotspots sind, an denen sich die Gäste aufhalten. Mit diesem Wissen lassen sich bestehende Angebote optimieren und neue Services entwickeln, die dem Gast nutzen. Auch zur gezielten Besucherlenkung können entsprechende Angebote entwickelt werden. Durch die Messung der Besucherströme kann zudem die Mobilität durch den Ausbau von Angeboten im öffentlichen Nahverkehr gefördert werden.



Aufgrund der genauen Daten können die Zielgruppen der Destination viel feiner definiert und zielgruppengerecht angesprochen werden. Durch die Vernetzung aller Leistungsträger in der Destination kann auch die Effizienz in der Kundenansprache gesteigert werden.

Für die Gastgeber wird ihr Angebot nicht nur um die Vorteile der All-Inclusive-Karte erweitert, sie erreichen auch bessere Kundenbindung durch den erweiterten Service für den Gast. Auch für Hotels bietet sich Potential für Zusatzverkäufe von hausinternen Leistungen über das System der digitalen Gästekarte.

Der Gast erfährt durch die gebündelten Informationen und zusätzlichen Services ein besseres Reiseerlebnis. Durch die Nähe zur Destination und Unterkunft in Kombination mit einer stringenten Kommunikation über alle Touchpoints wird er stärker an die Destination gebunden. Somit steigen Weiterempfehlungs- und Wiederbuchungsquoten.

ELEKTROMOBILITÄT IN EINER TOURISTISCHEN DESTINATION.

Gästekarten auf Umlagebasis bieten langfristig die Möglichkeit, der Betreibergesellschaft finanzielle Mittel an die Hand zu geben, die sie möglicherweise ohne das Produkt Gästekarte nicht zu Verfügung hätten. Ein Teil des von den Gastgebern erhobenen Umlagebetrages fließt direkt in die Gesellschaft, um die Betriebskosten der Karte zu decken und zu innovieren. In den ersten Jahren wird dieser Betrag vor allem auch benötigt, um Anfangsinvestitionen, die durch Bankkredite oder anderes Fremdkapital getätigt wurden, rückzuführen. Ist der Punkt erreicht, dass alles Fremdkapital rückgezahlt wurde, kann man das frei gewordene Kapital für Weiterentwicklungen und Innovationen nutzen.

Ein prominentes Beispiel für Innovation, die aus der Kraft einer Gästekarte entstehen konnte, ist das im April 2015 eingeführte touristische Elektro-Car-Sharing-Modell im Hochschwarzwald.

Laut einer Studie der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen legen inzwischen 42% der Deutschen Wert auf einen ökologisch verträglichen und ressourcenschonenden Urlaub. Mit dem Angebot des E-Carsharing kann die Hochschwarzwald Tourismus GmbH nun die steigende Nachfrage nach klimaneutralem Reisen nachkommen.

Der Gast im Hochschwarzwald hat mit seiner Hochschwarzwald Card Zugriff auf 25 BMW i3. 12 der Elektroautos stehen bei Partner-Gastgebern der Hochschwarzwald Card exklusiv ihren Gästen zur Verfügung, alle anderen Fahrzeuge können jederzeit von allen Gästen und auch Einheimischen, nach vorheriger Registrierung und Führerscheinprüfung, genutzt werden. Gäste mit einer Hochschwarzwald Card nutzen diese für bis zu drei Stunden täglich kostenlos. Alle anderen Gäste und Einheimischen zahlen nur 6,90 € pro Stunde inkl. Strom und km.

Dieses Beispiel soll zeigen, welches Potential eine Gästekarte zusätzlich für eine Destination bieten kann. Und dabei ist die Elektromobilität nur eines von vielen Projekten. Grundlage für Innovation ist jedoch ein stark in der Region verankertes Produkt, welches gerne von den Gästen genutzt wird, aber auch auf Gastgeber- und Leistungspartnerseite mitgetragen wird. Sowohl finanziell als auch emotional.

12. FAZIT UND HANDLUNGSEMPFEHLUNG.

Die Machbarkeitsstudie „Gästekarte im Landkreis Kelheim“ umfasste relevante Recherchen zur Destination, mehrfache Bereisung der Region, Ersttermine mit den TOP-Leistungspartnern und TOP-Gastgebern sowie die Erstellung des Businessplans. Abschluss der Studie ist der vorliegende Bericht zur Machbarkeit einer umlagefinanzierten Gästekarte im Landkreis Kelheim.

Auf Grund der gewonnenen Erkenntnisse stellt sich heraus, dass eine umlagefinanzierte Gästekarte im Landkreis Kelheim grundsätzlich möglich ist. Dies wird insbesondere aus der positiven Grundstimmung aus den Sondierungsgesprächen mit TOP-Leistungspartnern und TOP-Gastgebern und durch die Hochrechnungen im ersten Businessplan deutlich.

Nach unserer Erfahrung aus vergleichbaren Projekten und Regionen stufen wir allerdings das Risiko als hoch ein, die für eine sichere Finanzierung erforderlichen Nächte im weiteren Projektverlauf nicht akquirieren zu können. Dieses Risiko lässt sich durch die Erweiterung des Gebietes und damit die Erhöhung der Grundgesamtheit potentieller Übernachtungen, stark reduzieren. Die Erweiterung durch die Einbindung des Naturpark Altmühltals bietet sich hierbei an.

Um die Potentiale im Naturpark Altmühltal abschätzen zu können und eine fundierte Prognose abgeben zu können, ist jedoch eine gesonderte Betrachtung inklusive Sondierungsgesprächen mit den dortigen TOP-Partnern unerlässlich. Diese Erweiterung der Recherche liegt außerhalb des definierten Umfangs dieser Studie und kann daher nicht in diesem Rahmen abgebildet werden.

Aus Marken- und Produktsicht ist eine Erweiterung des Gültigkeitsgebietes der Gästekarte auf den Naturpark Altmühltal in jedem Fall anzustreben. Denn Gäste, welche sich in der Destination bewegen, nehmen die Landkreisgrenzen nicht wahr. Sie bewegen sich insbesondere bei Mehrtageswanderungen oder -radtouren entlang der Flussläufe von Altmühl und Donau. Für ebendiese Urlaubsgäste bietet eine Gästekarte, die ein größeres Gebiet umfasst, deutlichen Mehrwert gegenüber einer Karte, die ausschließlich im Landkreis Kelheim erhältlich ist. Aus diesem Grund ist eine weitere Abklärung der Möglichkeiten zur Erweiterung des Gültigkeitsgebietes der Gästekarte empfehlenswert.

Durch die Erweiterung in den Naturpark Altmühltal verschiebt der voraussichtliche Start einer umlagefinanzierten Gästekarte auf die Saison 2019.

vertraulich.

phr/maw 30. April 2017