

Busfahren im Scheckkartenformat

Vorstellung der neuen Kurkarte der Tourismusregion Berchtesgaden-Königssee
»WatzmannAktiv«-Programm wird fortgesetzt

Schönau am Königssee - Dass das Thema »Kurkarte« auf derartig großes Interesse stoßen würde, hatte Norbert Eder, Vorsitzender des Tourismusvereins Berchtesgaden-Königssee, am vergangenen Dienstag nicht erwartet. Der Saal im Gasthaus »Unterstein« ist voll, man ist gekommen, um sich zu informieren. Im Mai 2009 wird die aktuelle Kurkarte der Vergangenheit angehören und durch eine »Kunststoffkarte« ersetzt werden. Der Informationsbedarf ist immens, in den Reihen der Gastgeber befürchtet man jedoch Schwierigkeiten bei der Verwendung im Alltag. Was ist, wenn die Karte verloren geht? Oder wenn diese von einem Gast mitgenommen wird? Denn einsatzbereit für Busse und Parkautomaten sei die Karte jederzeit, wie Katja Klausner von der Tourismusregion Berchtesgaden-Königssee erklärt.

Das Thema »Kurkarte« ließ zunächst noch auf sich warten, da ein Tagesordnungspunkt der kürzlich abgehaltenen Jahreshauptversammlung des Tourismusvereins Berchtesgaden-Königssee nachgeholt werden musste. Dieser war am 17. April aus zeitlichen Gründen kurzfristig von der Tagesordnung genommen worden und wurde nun durch Hans Rechler vom »Team Watzmann« aufgegriffen. Vom 1. Januar bis einschließlich 31. März hat man in Zusammenarbeit mit dem Tourismusverein Berchtesgaden-Königssee ein Winter-Programm zusammengestellt, das unter der Marke »WatzmannAktiv« vermarktet wird. Jene ist ein touristisches Netzwerk, die sich in einigen Regionen - etwa im Nachbarland Österreich - in ähnlicher Weise bereits bewährt hat und Gästen »organisierte Erlebniswelten« ermöglicht. Eine aktive, »integrierte Gästebetreuung« ist ein entscheidender Wettbewerbsvorteil, der langfristig Übernachtungszahlen steigern

Klausner. Und weiter: »Zu Engpässen wird es nicht kommen.« Gäste bekommen ihre nummerierten Kurkarten direkt beim Gastgeber, wobei man hier differenzieren muss. Kinder unter sechs Jahren sind wie bislang kurbeitragsfrei, bis zum 16. Lebensjahr erhält man eine speziell gekennzeichnete Jugendkarte. Ab dem 17. Lebensjahr gilt die Erwachsenen-Kurkarte. Bislang musste der Gastgeber neun Ziffern auf dem Meldeschein des Gastes eintragen, im Zuge der Neueinführung reduziert sich dies auf die letzten drei Ziffern.

Bei der Abreise muss, die Karte wieder eingefordert werden, um Missbrauch zu vermeiden. Sollte eine Karte dennoch verloren gehen oder mitgenommen werden, kann man diese ohne weiteres sperren lassen. Gegen einen Kostenbeitrag von 50 Cent erhält man dann eine Ersatzkarte.

Laut Klausner ist die neue Kurkarte wesentlich attraktiver, da hiermit auch die »derzeit

Nicht nur ein Mittel zur Imagepolitik

»Corporate Social Responsibility«: Von der Notwendigkeit, auch im Tourismus gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen

Salzburg - Zugegebenermaßen erscheint der Tourismus nicht gerade als der schnellste Wirtschaftszweig, wenn es darum geht, neue Entwicklungen - technischer, wirtschaftlicher oder gesellschaftlicher Natur - zu adaptieren. Dies gilt auch für das Konzept der »Corporate Social Responsibility« - kurz CSR. Bereits in den 50er Jahren diskutierte man in den USA über die »Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen«. Als Teil der Lissabon-Strategie der Europäischen Union wurde das Thema erstmals im Millenniumsjahr auf die politische Agenda gesetzt. Nun, beinahe eine Dekade später, scheint sich der Begriff CSR erstmals in den Köpfen jener Tourismusverantwortlichen festzusetzen, die weiblich besitzen und soziale Verantwortung als Voraussetzung für den erfolgreichen Fortbestand wirtschaftlichen Handelns erkennen.

Das auf Freiwilligkeit beruhende Konzept weist also einen starken Nachhaltigkeitscharakter auf und deckt als solches sowohl ökologische als auch ökonomische und sozio-kulturelle Dimensionen ab. In anderen Branchen haben bereits viele Unternehmen CSR-Beauftragte engagiert, die Nachhaltigkeitsberichte publizieren und so das Interesse des Unternehmens am Gemeinwohl dokumentieren. Wie könnte dies im Tourismus aussehen? Notwendigkeit oder Luxus? Oder besteht gar die Gefahr, das Konzept der CSR als Mittel zur Imagepolitik zu instrumentalisieren, um somit eine neue Art des Reputationsmanagements zu etablieren?

Mehr als einzelne Taten

Kritikern ist nicht von der Hand zu weisen, dass das CSR-Engagement schnell zum geschickten Marketinginstrument missbraucht werden könnte. Derartiges Handeln würde natürlich den Gedanken der Nachhaltigkeit - auch im Eigeninteresse - ad absurdum führen und lediglich kurzfristigen Erfolg versprechen. Wenn-

»Lohas« (Lifestyle of Health and Sustainability). Dieses sind keine ökobewussten Konsumverweigerer; sie konsumieren lediglich überlegt und selbstbewusst, nicht aus einer politischen, sondern aus einer privaten Überzeugung heraus. Einer Studie des Marktforschungsinstitutes



Prof. Dr. Roman Egger ist Leiter der Tourismusforschung an der Fachhochschule Salzburg. Foto: Archiv

TOURISMUS I mit Zukunft



gleich die Tourismuswirtschaft sehr heterogen und klein strukturiert ist, was die Handlungsfähigkeit des Einzelnen begrenzt hält, so entsteht durch das Destinationsweite Commitment, also das einheitliche, zielgerichtete Handeln der einzelnen touristischen Akteure in Summe, ein umso größerer Hebel. Dabei geht es nicht um vereinzelte gute Taten, sondern vielmehr um soziales und ökologisch verantwortungsvolles Handeln im Bereich des Kerngeschäfts touristischer Unternehmen. Corporate Social Responsibility ist demnach als Unternehmensbeziehungswise Destinations-Strategie zu verstehen, die entlang der gesamten touristischen Wertschöpfungskette ihren Einsatz finden kann. So kann CSR beispielsweise bereits bei der Informationsphase über ein Reiseziel ansetzen, indem Hinweise zum Verbraucher- bzw. Konsumentenschutz gegeben werden.

Bei der An- und Abreise unterstützten klimafreundliche Transportmittel und optimierte Mobilitätskonzepte ökologische Nachhaltigkeitsaspekte ebenso wie die soziale Dimension, indem die Bereisten vor zu viel Verkehr, Lärm und Emissionen geschützt werden. Vor Ort unterstützen Umweltauflagen auf Leistungsträgerebene den nachhaltig ausgerichteten Naturschutz und angemessene Arbeitsbedingungen sichern Rechte der Mitarbeiter. Gerade die soziale Dimension wird oftmals unterschätzt, doch sollten nicht schon längst die Alarmglocken läuten, wenn zahlreiche Studien belegen, dass beispielsweise die Selbstmordrate in tourismusintensiven Destinationen signifikant höher ist als andersorts?

Regionalität wieder im Trend

Aber auch die Verwendung von regionalen und Fair-Trade-Produkten in der Zuliefererkette oder das gezielte Bewahren der kulturellen Identität passen in das CSR-Konzept. Es liegt auf der Hand, dass gerade die Komplexität der Handlungsoptionen, verknüpft mit dem Aspekt der Freiwilligkeit auf möglichst breiter und homogenisierter Ebene, zu großen Herausforderungen führt. Wäre es nun unethisch, bei all den zuvor genannten und soeben ins Bewusstsein gerufenen gesellschaftlichen Verantwortungsmöglichkeiten an die eigene Geldtasche zu denken? Keineswegs, die gesellschaftlichen Entwicklungen erscheinen diesbezüglich auch geradezu einladend, denn die Forderung nach nachhaltigen Angeboten wächst von Konsumentenseite beständig. So zählen rund 12 Prozent der deutschen Bevölkerung zur Gruppe der

GfK zufolge sind sogar 65 Prozent aller deutschen Haushalte CSR-affin. Allein jene deutschen Urlauber, die dem CSR-Thema einen sehr hohen Stellenwert beimessen, stehen für rund 7,3 Mrd. Euro Umsatz. Gesellschaftliche Werte und Normen verschieben sich so, dass Schlagworte wie Authentizität, Regionalität aber auch Solidarität, Fairness und Mitgefühl wieder im Trend stehen.

So ist es auch nicht verwunderlich, dass drei Viertel der deutschen Urlauber den schonenden Umgang mit der Umwelt sowie die Sicherheit bei An- und Abreise für wichtig, beziehungsweise sehr wichtig halten. Erstaunlicher jedoch, das Bedürfnis nach wahrgenommener sozialer Gerechtigkeit und humanen Arbeitsbedingungen am Urlaubsort, die für zwei Drittel der Touristen von hoher Bedeutung sind. Die Gesellschaft zeigt es uns also erneut, woran wir uns zu orientieren haben, und anstatt Märkte aus Marketingperspektive zu betrachten, lohnt es sich oftmals »Societing«, also die Beobachtung der Gesellschaft, zu betreiben. Roman Egger

In der nächsten Ausgabe: »Tourismuswissenschaft: Wissenschaft, die Wissen schafft?«

Marktschellenberger Haushalt aufgestockt

28.000 Euro außerplanmäßige Ausgaben

Marktschellenberg (DM) - Außerplanmäßige und überplanmäßige Ausgaben machten eine Veränderung des laufenden Vermögenshaushaltes der Marktgemeinde Marktschellenberg notwendig. Dies beschloss der Marktgemeinderat in seiner Sitzung am Montag einstimmig. So fielen Anschaffungen für die Feuerwehr, Reparaturen an der örtlichen Kneippanlage sowie erhöhte Aufwendungen für die Almbachklamm gravierend ins Gewicht. Insgesamt bezifferte 2. Bürgermeister Clemens Wagner die überplanmäßigen Ausgaben mit einer Summe von 28.406,01 Euro.



Die Kurkarte im Überblick: Zukünftig sei es vorstellbar, die Karten eines Gastgebers individuell bedrucken zu lassen, etwa mit dem eigenen Logo. Foto: Anzeiger/kp

kann, sagt Rechler. In Zukunft wird die Zahl der Individualreisenden, also derjenigen, die ihre Aufenthalte eigenständig planen, rückläufig sein, hingegen steigt die Anzahl der Vollbucher, die auf eine qualifizierte Gästebetreuung Wert legen. Ob Langlauf, Snowbike oder Schneeschuhwanderung - unter Anleitung von fachmännischem Personal können Gäste »Erfolgslebnisse« feiern. Aufgrund der positiven Rückmeldungen ist bereits ein Sommer-Programm geplant, das im Zeitraum von 1. Mai bis einschließlich 31. Juni abgehalten wird.

Katja Klausner hatte die neue, wiederverwendbare Kurkarte im Gepäck, die im Folgenden für die eine oder andere Wortmeldung sorgte. Unklarheiten konnten aber durch den Vortrag aus dem Weg geräumt werden. 52.000 Plastikkarten werden derzeit gedruckt, berichtet Klausner, 14.000 Stück sind bereits fertiggestellt. Jährlich im November werden die neuen Karten produziert. »Wir drucken was das Zeug hält, in etwa zwei Wochen dürften wir fertig sein.« Jeder Gastgeber wird demnächst ein Anschreiben samt Leitfaden erhalten. In diesem ist auch vermerkt, wann die alten Kurkarten gegen die scheckkartengroßen Neueinführungen eingetauscht werden können. Jährlich gibt es eine kostenlose Grundausstattung an Erwachsenen- und Jugendkarten. Die Berechnungsgrundlage der auszubehaltenden Kartenanzahl basiert auf der Maximalauslastung und der Bettenanzahl eines Betriebes, erklärt

installierten Parkscheinautomaten gefüttert werden können.« Für Kurgäste gilt in Zukunft: Alle RVO-Busse - ausgenommen sind Sonderfahrten - können seit Dezember kostenfrei benutzt werden, auf Parkplatzgebühren im Verbandsgebiet gibt es eine 50-prozentige Ermäßigung. Eine deutliche »Qualitätsverbesserung« nennt Eder die neue Kurkarte für die Region, ein »Alleinstellungsmerkmal, das uns von anderen Mitbewerbern abgrenzt.« kp

Falschgeld hinter Sonnenblende versteckt

Schleierfahnder stellen Dollar-Blüte sicher

Piding (PIF) - Bei der Kontrolle eines bulgarischen Mercedes am der Autobahnausfahrt Piding-Nord entdeckten Beamte der Polizeiinspektion Fahndung Traunstein hinter der Sonnenblende eine gefälschte 100-US-Dollar-Banknote. Die vorgelegten Papiere des Osteuropäers waren in Ordnung. Trotzdem durchsuchten die Schleierfahnder den Fahrzeuginnenraum. In der Einstecktasche hinter der hochgeklappten Sonnenblende kam eine US-Dollar-Blüte zum Vorschein. Trotz der relativ guten Druckqualität erkannten die Fahnder die Fälschung mit geschultem Blick. Nach Anzeigenaufnahme wurde der geständige Bulgare wieder entlassen. Die Falschgeldnote wurde eingezogen und an das Fachkommissariat der Kripo in Traunstein übersandt.

einfach erlebenswert!

GANGHOFER SONNTAG 3.

Großer Markt

Verkaufsoffener Sonntag in Berchtesgaden 11.00-16.00 Uhr

» Kunsthandwerk » Schmankerl

3. Mai 2009

Berchtesgaden e.V.