



Ortsverband Uhldingen-Mühlhofen

Vorschläge zur Tourismuskonzeption Uhldingen-Mühlhofen

CDU Ortsverband Uhldingen-Mühlhofen
Arbeitskreis Tourismus

März 2008

CDU Uhldingen-Mühlhofen

Erwin Marquart Krummes Land 38 88690 Uhldingen-Mühlhofen

<http://www.uhldingen.cdu.de/>

Inhaltsverzeichnis

1.	Aufgabenbeschreibung	2
2.	Allgemeine Situation	3
3.	Beschreibung des Ist - Zustandes	5
4.	Zielsetzung und Maßnahmen zur Zielerreichung	10
4.1.	Wirtschaftsfaktor Tourismus erhalten und stärken	11
4.2.	Qualität und Kundenzufriedenheit steigern	15
4.3.	Touristische Infrastruktur verbessern	17
4.4.	Touristisches Angebot erweitern und verbessern	20
4.5.	Marketing verbessern	22
4.6.	Gemeindliche Vorgaben	25

1. Aufgabenbeschreibung

Auftrag

Erstellung einer Position des CDU Ortsverbandes Uhldingen -Mühlhofen zum Thema „Tourismus in der Gemeinde Uhldingen - Mühlhofen“ als Grundlage zur Entscheidung über Maßnahmen im Bereich des Tourismus.

Auslöser

- Beschluss des CDU Vorstandes bei der Vorstandssitzung am 19.10.2007 einen Arbeitskreis Tourismus einzurichten
- Neustrukturierung der Tourist-Info in der Gemeinde Uhldingen-Mühlhofen
- Vergabe eines Auftrages an die Werbeagentur Gruppe 3 zur Durchführung einer Moderation zur Erstellung einer Tourismuskonzeption durch die Gemeinde Uhldingen - Mühlhofen

Ziele und erwartete Ergebnisse

- Die Ist-Situation zum Tourismus soll beschrieben werden
- Die Zielsetzung des CDU Ortsverbandes zum Tourismus soll beschrieben werden
- Notwendige Maßnahmen zur Erreichung der Zielsetzung sollen vorgeschlagen werden

Mitglieder im Arbeitskreis Tourismus der CDU Uhldingen - Mühlhofen

Karin Feucht

Achim Goße

Helmut Groß

Hans-Joachim Jaeger

Horst Krake

Erwin Marquart

Dirk Pinkus

Dr. Enno van Rensen

Jean-Christophe Thieke

2. Allgemeine Situation

Die CDU Uhldingen-Mühlhofen hat bereits in Ihren Aussagen zu den Gemeinderatswahlen 2004 ihre Ziele zum Tourismus, damals noch Fremdenverkehrspolitik genannt, formuliert.

Ein Auszug aus den Wahlaussagen und ein Vergleich mit der aktuellen Situation zeigt, dass sich seither einiges verändert hat: ¹

Schon seit Jahren hat Uhldingen-Mühlhofen das Prädikat eines Erholungsortes. Die Ortslage am Bodensee, die Hotellerie und Gastronomie so wie das Angebot durch die Zimmervermieter ziehen viele Touristen an. Und so ist der Tourismus in der Gemeinde ein bedeutender Wirtschaftsfaktor, von dem alle profitieren. Unser Ziel ist, das Angebot auf diesem Sektor aufrecht zu erhalten und zu verbessern. Freilich ist in den letzten Jahren durch die Tourismusorganisation einige Unruhe eingetreten. Wir fordern eine transparente und kundenfreundliche Organisation, wie es uns die anderen Bodenseegemeinden in der Region vormachen. Die Tourist-GmbH muss aus Marketinggesichtspunkten und wegen der Zusatzkosten aufgelöst werden und als Eigenbetrieb in die Gemeindeverwaltung integriert werden.

Wir fordern auch, dass bei der Werbung und Vermarktung Konzepte über die Gemeindegrenzen hinaus entwickelt und angewendet werden. Das Veranstaltungsangebot muss verbessert und es müssen neue Angebote mit Bezug zum Bodensee gemacht werden (z. B. Bootsrundfahrten im Überlinger See, größere Wassersportangebote, Erlebnisbrunnen). Das finanzielle Engagement der Gemeinde ist indes ausgereizt. Um neue Ideen umsetzen zu können, muss vieles umgeschichtet und neu geordnet werden. Schon jetzt überschreitet der Personalaufwand in der Touristinformation das gebotene Maß.

Fazit: Werbung und Vermarktung über die Gemeindegrenzen hinweg, neue Tourismusangebote einführen, GmbH auflösen.

Mit der Neuorganisation der Tourismusorganisation zum 1. Januar 2008 wurde die seit langem von der CDU Uhldingen-Mühlhofen geforderte Neustrukturierung umgesetzt.

Das Tagesgeschäft Tourismus wurde aus der „alten“ GmbH herausgelöst und ein gemeindlicher Eigenbetrieb gegründet. Der Gesellschaftsvertrag wurde in der Form geändert, dass die verbleibenden Teile der alten GmbH (Verwaltung des Hafens, des Ortsrandparkplatzes und Betrieb der Gärtnerei) jetzt

¹ Zitat aus den Wahlaussagen der CDU Uhldingen-Mühlhofen zur Kommunalwahl im Juni 2004.

Tourismusbetriebe Uhldingen-Mühlhofen GmbH heißen. Der neue Eigenbetrieb erhält den Namen „Tourist-Information Uhldingen-Mühlhofen (TI)“.² Die Aufgaben des neuen Eigenbetriebs sind tourismusspezifische Dienstleistungen mit den Hauptaufgaben Betrieb einer Tourist-Information zur Vermittlung und Betreuung der Feriengäste, Durchführung qualitätssteigernder Projekte (Zertifizierungen, Schulungen, ..), Veranstaltungsorganisation, Marketing, Produktpolitik, Merchandising und Handel. Zur Leitung des Eigenbetriebs wird ein Betriebsleiter bestellt. Für die Angelegenheiten des Eigenbetriebs wird ein beschließender Betriebsausschuss gegründet. Ihm gehören der Bürgermeister, neun Mitglieder des Gemeinderates, sowie in beratender Funktion vier sachkundige Bürger an.

Mit der Neuorganisation sind nun die Voraussetzungen geschaffen, um ein neues Tourismuskonzept zu entwickeln. Die CDU Uhldingen-Mühlhofen möchte mit diesem Positionspapier einen Beitrag zur Entwicklung des Tourismus in der Gemeinde leisten.

² siehe hierzu Betriebssatzung für den Eigenbetrieb „Tourist-Information Uhldingen-Mühlhofen (TI)“ vom 12.12.2007.

3. Beschreibung des Ist - Zustandes

Der im folgenden aufgeführte Tourismusbericht 2007 der Tourist-Information Uhdlingen-Mühlhofen GmbH gibt einen Überblick über die im Laufe eines Jahres durchgeführten Aktivitäten der Tourist-Information. Die Vielfalt der Aktionen zeigt, dass der Tourismus im Bereich des Marketings gut aufgestellt ist.

Tourismusbericht 2007

1. Veranstaltungen 2007

Bei den aufgeführten Veranstaltungen handelt sich ausschließlich um Veranstaltungen, die von der Tourist-Information organisiert und durchgeführt oder unterstützt wurden.

- *Regelmäßige Veranstaltungen*
 - Gästebegrüßungen
 - Gästeehrungen
 - Gästeinformationsfahrten
 - Promenadenkonzerte
 - Geführte Radtouren
 - Geführte Wanderungen
 - Ausstellungen im Haus des Gastes
 - Gästekreuzfahrt Seelenfänger
- *Veranstaltungshöhepunkte*
 - 19. Mai – Regionaler Genießermarkt
 - 09. Juni – Uhdlinger Pfahlbaumarathon
 - 17. Juni – Umwelt bewegt
 - 21. & 22. Juli – Hafenfest
 - 01. September – Fischerhock

2. Marketing

- *Anzeigenschaltungen 2007*
 - IKEA – Family Katalog (Ausgabe 1/2007)
 - Bild am Sonntag (Ausgabe 13. Januar 07)
 - ⇒ Anzeigenschaltung der Tourist-Information

 - Bodensee-Magazin (dt. Ausgabe)
 - ⇒ Gemeinschaftsanzeige Tourist-Information / Pfahlbaumuseum

 - Bodensee-Magazin (engl. Ausgabe)
 - Bodensee-Ferienzeitung (3 Ausgaben pro Jahr)
 - ⇒ Anzeigenschaltungen des BodenseeTeams

- Bike Line (Bodensee-Radfürer)
- Barrierefrei Unterwegs (Informationsmaterial für gehandicapte Personen für die Region Hegau-Bodensee)
- Mit bodo auf Tour (Ausflugshandbuch)
- Bodensee-Erlebnisplaner
- VUD Medien Verlag (Freizeit Atlas BW)
- ADAC Autoatlas
- Shell Atlas
- =>kostenfreie Einträge

- *Eigene Printmedien*
 - Gastgeberverzeichnis
 - Jährlich erstellt durch die Tourist-Information
 - Aufbau: Imageteil (Impression des Ortes) und Gastgeberteil
 - Auflage: 16.000 Stück
 - Verteilung: Messen, Roadshows (Präsentation des Ortes Uhldingen-Mühlhofen in unterschiedlichen Städten vor Ort), Postversand, vor Ort: Tourist-Information, Parkplatz, Hafen

 - Ortsflyer
 - Mehrsprachig: deutsch, englisch, französisch, holländisch, italienisch, spanisch
 - Auflage: 10.000 Stück

 - Printmedien des BodenseeTeams
 - Infobroschüre
 - Präsentation der Orte des BodenseeTeams
 - Auflage: 8.000 Stück
 - Verteilung: Messen, Roadshows
 - Veranstaltungskalender
 - 3 Ausgaben im Jahr / 8 Lokalausgaben
 - Präsentation der Orte, Infos von A-Z, aktuelle Veranstaltungsübersicht
 - Auflage: 80.000 Stück
 - Verteilung: vor Ort

- *Internet*
 - www.seeferien.com
 - Internetauftritt der Tourist-Information
 - Layout / Gestaltung im Corporate Design um einen Wiedererkennungswert bei den Gästen zu schaffen
 - Aufbau: Imageteil, Gastgeberteil, Informationen der Bodenseeregion
 - 39643 Zugriffe bis Ende Oktober 2007

 - www.uhldingen-muehlhofen.de
 - Homepage der Gemeinde mit Link auf den Tourismus

 - www.bodensee.eu
 - Homepage der IBT (Internationale Bodensee Tourismus GmbH)

- Informationen zu Uhldingen und neu: Schnittstelle zu unserem Unterkunftssystem – d.h. Gäste können auf der IBT-Seite nach Unterkünften in Uhldingen suchen.
- www.bodenseeteam.de
 - Homepage des BodenseeTeams
- Web-Tis Anlage Birnau
 - Standort: Klosterkirche Birnau – Informationsmöglichkeit vor Ort
 - Internetverbindung zu seeferien.com
 - 2737 Zugriffe bis Ende 2007
- *TV / Radio*
 - SWR
 - Steinzeit Live – Das Experiment
 - Feste, Freizeit, Ferien am Bodensee (Beitrag: Hafenfest 2007)
 - Sonntagstour mit Hansi Hinterseer ([das war Hansi Vogt von den „Feldbergern“](#))
 - Euro 3
 - Uhldinger Pfahlbaumarathon
 - TV / Radio
 - Nachrichten: Sonnenreichste Gemeinde Deutschlands 2007
- *Promotionaktionen*
 - Organisation: IBT / BodenseeTeam
 - Aktionen: Messe, Roadshows
 - Promotionaktionen der IBT
 - 10 Messeauftritte im Jahr 2007 – Tourist-Information Uhldingen-Mühlhofen mit Personal auf der CMT in Stuttgart und T&C in Leipzig
 - 12 Roadshows im Jahr 2007 – Tourist-Information Uhldingen-Mühlhofen ohne Personal
 - Promotionaktionen des BodenseeTeams
 - 1 Messeauftritt im Jahr 2007 – Tourist-Information Uhldingen-Mühlhofen mit Personal auf der Ferienmesse in Lugano
 - 6 Roadshows im Jahr 2007 – Tourist-Information Uhldingen-Mühlhofen mit Personal auf der Roadshow in Metzingen

3. Übernachtungszahlen

Hinweis: aufgrund noch ausstehender Rückmeldungen bzgl. Ankünfte und Übernachtungen sind die Zahlen vorläufig und werden sich weiter positiv entwickeln. ([Stand 11/2007](#))

- *Ankünfte und Übernachtungen 2007 gesamt*
 - Ankünfte 34.907
 - Nächte 157.657⇒ sehr guter Saisonverlauf 2007

- *Ankünfte und Übernachtungen 2007 ausländischer Gäste*
 - Ankünfte 6.315
 - Nächte 19.677⇒ Anteil der ausländischen Gäste nimmt stetig zu

- *Ankünfte und Übernachtungen 2007 nach Bundesländern*
 - Baden-Württemberg
 - Ankünfte 11.784
 - Nächte 45.551
 - Nordrhein-Westfalen
 - Ankünfte 4.124
 - Nächte 28.334
 - Bayern
 - Ankünfte 4.061
 - Nächte 16.259
 - Hessen
 - Ankünfte 2.521
 - Nächte 13.767

4. Aufgaben einer Tourist-Information

- Veranstaltungsorganisation
- Marketing
 - Innenmarketing: Bevölkerung über die Bedeutung des Tourismus informieren, Zusammenarbeit mit touristischen Leistungsträgern, Infrastruktur
 - Außenmarketing: Werbung durch Pressearbeit, Anzeigenschaltungen, Printmedien, Internet, Promotionaktionen

- Produktpolitik
 - Gästekarte
 - Seeferien-Angebote (Pauschalangebote angeboten im Baukastensystem)

- Merchandising / Handel
 - Einkauf / Verkauf von Souvenirs und sonstigen Waren, Kartenvorverkauf, Verkauf der Bodensee-Erlebniskarte...

- Touristische Information und Beratung
- Vermittlung touristischer Leistungen

5. Personelle Veränderungen

- Ausscheiden Frau Bader zum 15.09.07
- Seit 01.11.07 Frau Steidinger als Tourismuschefin im Amt (angestellt auf 50%)

6. Ausblick (Anmerkung: Bericht vom November 2007)

- Rechtsform
 - Ausgliederung der Tourist-Information aus der GmbH und Umwandlung in einen Eigenbetrieb (Wurde in der Zwischenzeit durchgeführt)
- Organisationsform
 - Weiterentwicklung der internen Organisationsstruktur (Verbesserter Medieneinsatz)
- Marketing
 - Optimierung der Marktforschung mit dem Ziel der Zielgruppenbestimmung
 - Außenmarketing
 - Ausweitung der Anzeigenschaltungen
 - Ausbau der Personalpräsenz auf Promotionaktionen
 - Gemeinsame Homepage der Gemeinde und Tourist-Information
 - Innenmarketing
 - Aufbau eines Newsletters
 - „Wussten Sie schon?“ – neue Rubrik im Mitteilungsblatt der Gemeinde
 - Fußgängerbeschilderung Unteruhldingen
- Veranstaltungsorganisation
 - Neues Konzept der Gästebegrüßungen
 - 1. Töpfermarkt mit Kunsthandwerk
 - Kinderprogramm
 - Geführte Wanderungen
 - Weiterentwicklung der Promenadenkonzerte

4. Zielsetzung und Maßnahmen zur Zielerreichung

Die entscheidende Frage im Tourismus in der Gemeinde Uhldingen-Mühlhofen ist die Frage, „Wohin soll sich der Tourismus in den nächsten Jahren entwickeln?“

Auf diese Frage gibt es nach wie vor keine, oder nur unzureichende Antworten.

In der Tourismuskonzeption der Gemeindeentwicklungsplanung Uhldingen-Mühlhofen der Kommunalentwicklung Baden-Württemberg GmbH von 1994³ sind bereits damals umfangreiche Untersuchungen durchgeführt worden. Darin wurde empfohlen ein „Leitbild Uhldingen-Mühlhofen“ zu entwickeln und den Tourismus daran entlang weiterzuentwickeln. Dieses „Leitbild Uhldingen-Mühlhofen“ (im Bericht als Szenario 4 bezeichnet) beinhaltet ein konsequentes Verfolgen eines umwelt- und sozialverträglichen Tourismus unter den Voraussetzungen der Wirtschaftlichkeit und Umsetzbarkeit.

Bis heute sind sehr viele Punkte dieses Leitbildes umgesetzt. Einige damals „revolutionäre“ Dinge, vor allem im Umweltbereich sind heute selbstverständliches Allgemeingut geworden.

Nach beinahe 15 Jahren ist es nun dringend geboten für die nächsten 10-20 Jahre Ziele zu formulieren und Maßnahmen zu treffen, um diese Ziele auch erreichen zu können.

Die Maßnahmen müssen geeignet sein die formulierten Ziele zu erreichen. Sie müssen der Zielsetzung entsprechen und dürfen diese nicht negativ beeinflussen.

³ Gemeindeentwicklungsplanung Uhldingen-Mühlhofen, Band II - Tourismuskonzeption herausgegeben durch die Kommunalentwicklung Baden-Württemberg GmbH, September 1994

4.1. Wirtschaftsfaktor Tourismus erhalten und stärken

- Zahl der Übernachtungsgäste steigern
- Auslastung erhöhen
- Verweildauer erhöhen
- Saison verlängern
- Anzahl der Tagesbesucher verträglich erhöhen

Der Tourismus ist der bedeutendste Wirtschaftsfaktor für die Gemeinde und für ihre Einwohner. Der Tourismus schafft direkt und indirekt Arbeitsplätze, viele Bürger leben von aus dem Tourismus erwirtschafteten Einnahmen.

Den Wirtschaftsfaktor Tourismus als Lebensgrundlage für viele Einwohner und Arbeitnehmer langfristig zu erhalten und zu stärken sollte das Hauptziel der Tourismuskonzeption sein.

Die Ausgaben der Übernachtungsgäste und der Tagesbesucher in Uhldingen-Mühlhofen bilden die Haupteinnahmequelle für den Tourismus. Dazu kommen noch die Ausgaben der Einwohner selbst hinzu, die jedoch einen kleineren Teil der Einnahmen ausmachen dürften.

In der Tabelle 1 sind die Übernachtungszahlen⁴ in Uhldingen-Mühlhofen im Jahr 2006 und 2007 angegeben.

Ankünfte und Übernachtungen (einschl. Campingplätze)	2006	2007
Ankünfte gesamt	41657	34907
davon ausländische Gäste	4522	6315
Nächte gesamt	135362	157657
davon ausländische Gäste	12054	19677

Tabelle 1 - Übernachtungszahlen 2006/2007

⁴ Tourismusbericht 2007 der Tourist-Information Uhldingen-Mühlhofen GmbH

Das Ziel sollte sein, die Anzahl der Übernachtungen wieder in die Grössenordnung von Anfang der neunziger Jahre (1992 wurden 210.000 Übernachtungen registriert) zu bringen und die Auslastung wieder auf 40 % (wie Anfang der neunziger Jahre) zu steigern.

Eine massvolle Ausweitung des Angebots an Übernachtungsmöglichkeiten sollte angestrebt werden.

Beherbergungsstätten ab 9 Betten in 2005	36
Schlafgelegenheiten insgesamt in 2005	1616
Durchschnittliche Auslastung in 2005	35%
Durchschnittliche Aufenthaltsdauer in 2005	3 Tage

Tabelle 2 - Angaben zu Tourismus, Statistisches Landesamt BW

Neben den Übernachtungsgästen bilden die Tagesbesucher, die für einen Tag oder einige Stunden unsere Gemeinde, hauptsächlich jedoch Unteruhldingen, Seefelden und die Birnau besuchen, die zweite Haupteinnahmequelle der Tourismuswirtschaft.

Die Zahl der jährlichen Tagesbesucher schätzen wir auf ungefähr 350.000 bis 450.000 Personen.

Eine Steigerung der Zahl der Tagesbesucher ist unter unterschiedlichen Gesichtspunkten zu betrachten.

Die überwiegende Zahl von Tagesbesuchern reist nach wie vor mit dem eigenen PKW an. Viele Besucher entschliessen sich bei schönem Wetter kurzfristig für einen Tagesausflug an den Bodensee, insbesondere an den Wochenenden. Dabei kommt es dann regelmässig zu Kapazitätsproblemen mit dem vorhandenen Parkraum bei den Parkplätzen an der Birnau, beim Ortsrandparkplatz, in Seefelden, entlang der Kreisstrasse nach Meersburg und an anderen Plätzen. Der Verkehr beeinträchtigt in nicht unerheblichem Mass den Erholungswert.

An den stark frequentierten Wochenenden in der Hauptsaison wird die Grenze der Belastungsfähigkeit heute schon erreicht oder überschritten. Eine Angebotserhöhung von Parkraum würde noch mehr Besucher anziehen und die Verkehrsbelastung würde noch weiter steigen.

Als negatives Beispiel stehen die „Meersburger Verhältnisse“, die sich dadurch auszeichnen, dass in der Saison an Wochenenden in der Meersburger Unterstadt fast kein Durchkommen mehr möglich ist und dies vom Besucher zunehmend als störend empfunden wird.

Eine übermässige Steigerung der Zahl der Tagesbesucher würde irgendwann zu einer Verringerung von Übernachtungen führen, da der Erholungswert für

die Gäste sinken würde. Die einheimische Bevölkerung selbst wäre in einem hohen Maße belastet, was möglicherweise dazu führen würde, dass die Akzeptanz für die Ausgaben der Gemeinde für den Tourismus zurückginge.

Unter der Woche sind dagegen die Kapazitäten nicht ausgeschöpft, eine Steigerung der Zahl der Tagesbesucher würde sich an diesen Tagen nur positiv auswirken.

Mit Hilfe der Parkraumbewirtschaftung kann die Zahl der Tagesbesucher, die mit dem PKW anreisen, gesteuert werden.

Um den negativen Effekten vorzubeugen sollte eine Ausweitung des Parkplatzangebotes nur sehr restriktiv vorgenommen werden.

Die zweite, kleinere Gruppe von Tagesbesuchern, die mit öffentlichen Verkehrsmitteln oder mit dem Fahrrad unsere Gemeinde besuchen, erzeugen weniger Verkehr. Dieser Verkehr belastet, von einigen Ausnahmen, wie etwa dem stark frequentierten Radweg Unteruhldingen - Meersburg abgesehen, weniger.

Eine Erhöhung der Gästezahl die umweltfreundlich anreisen sollte angestrebt werden.

Der jährliche Umsatz aus dem Tourismus in Uhdlingen-Mühlhofen kann näherungsweise mit einigen Annahmen abgeschätzt werden.⁵

Unter der Annahme einer durchschnittlichen Ausgabe von 80 Euro pro Übernachtungsgast, ergibt sich bei 160.000 Gästen eine Summe von ca. 13 Millionen Euro.

Unter der Annahme, dass der Tagesbesucher im Durchschnitt 20 EUR ausgibt, ergibt sich bei 350.000 Tagesgästen eine Summe von 7 Millionen Euro.

Diese Zahlen verdeutlichen den überaus bedeutenden Wirtschaftsfaktor Tourismus.

⁵ Exakte Zahlen liegen dem CDU Ortsverband nicht vor. Die Abschätzung soll lediglich dazu dienen die Größenordnung des Wirtschaftsfaktors Tourismus aufzuzeigen.

Vorschläge:

Nr.	Maßnahme	Ergebnis
1	Angebote für Geschäftsreisende schaffen	Höhere Auslastung
2	Ortsübergreifende Planungen von Veranstaltungen durchführen (Feste, Sportveranstaltungen, Konzerte, Ausstellungen, Messen, ..)	Bessere Auslastung über die Saison, weniger Terminüberschneidungen
3	Bettenkapazität in den Hotels und Pensionen durch Neu-oder Erweiterungsbauten erhöhen	Steigerung der Übernachtungszahlen
4	Kurtaxe der Einkommensentwicklung anpassen	Verbesserung des Deckungsbeitrages bei den Tourismusausgaben
5	Übernachtungsangebote für Radtouristen schaffen	bessere Auslastung, Saisonverlängerung
6	Weitere Verbesserung des ÖPNV Angebotes <ul style="list-style-type: none"> • Zusammenarbeit mit RAB • Saisonverlängerung Erlebnisbus 	Weniger Individualverkehr

4.2. Qualität und Kundenzufriedenheit steigern

Der zunehmend höhere Wettbewerb im Tourismus erfordert eine stetige Anpassung an die Erwartungen von Gästen im Hinblick auf die Qualität der Einrichtungen der Leistungserbringer im privaten und öffentlichen Bereich.

Das Produkt, die touristische Dienstleistung am Kunden muss überzeugen und verkaufbar sein. Die touristische Dienstleistung muss sich der Nachfrage des Marktes anpassen. Es genügt nicht das Vorhandene zu verkaufen, das „Produkt“ muss fortlaufend qualitativ weiterentwickelt werden, um am Markt bestehen zu können.

Die Steigerung der Qualität und die Erhöhung der Kundenzufriedenheit sieht die CDU Uhldingen-Mühlhofen als wichtige Ziele, die mit in ein neues Tourismuskonzept aufgenommen werden sollten.

Die einheimische Bevölkerung muss sich mit den Zielen des Tourismus identifizieren können. Sie sollte auch selbst vom Tourismus profitieren können. Den Bürgern sollten die Ausgaben der Gemeinde für den Tourismus transparent dargelegt werden. Der Nutzen für die Allgemeinheit muss erläutert werden.

Vorschläge:

Nr.	Maßnahme	Ergebnis
1	Neutrale Bewertung/Klassifizierung der Tourismusbetriebe durchführen	Transparenz des Preis-/Leistungsverhältnisses, höhere Kundenzufriedenheit, Kunde bekommt das was er erwartet
2	Modernisierung und fortlaufende Qualitätsverbesserung der Unterkünfte	Kundenzufriedenheit wird erhöht
3	Gästabefragungen durchführen <ul style="list-style-type: none"> • Was will der Gast, was stört ihn, was bemängelt er? 	
4	Einführung eines „Passes“ für Einheimische mit Vergünstigungen für Einrichtungen im Tourismusbereich (Eintrittsgebühren, Parkgebühren, Fahrkosten, ..)	Akzeptanz der Bevölkerung für Tourismus wird erhöht

Nr.	Maßnahme	Ergebnis
5	Ehrenamtliche Tätigkeiten in Vereinen die sich im Tourismusbereich engagieren stärker unterstützen	Akzeptanz der Bevölkerung für Tourismus wird erhöht
6	Bestehende Angebote qualitativ verbessern (Freibad, Bepflanzung, Wanderwege, Radwege)	Kundenzufriedenheit erhöhen

4.3. Touristische Infrastruktur verbessern

Unter touristischer Infrastruktur verstehen wir die Gesamtheit der Einrichtungen im Tourismus. Eine intakte touristische Infrastruktur ist sowohl für den Touristen, wie auch für jeden einzelnen Bürger von großem Nutzen. Unter Verbesserung der touristischen Infrastruktur sieht die CDU Uhldingen-Mühlhofen Investitionen in Immobilien, wie auch die Anlage und Pflege von Parkanlagen, Spielplätzen, Wegen und Straßen. Hier ist seit Jahren eine Stagnation zu beobachten.

Nachbargemeinden mit vergleichbarer Größe, wie z.B. Sipplingen oder Hagnau haben in den vergangenen Jahren erheblich in den Tourismus investiert, wobei die öffentliche Hand sehr hohe Zuschüsse gegeben hat. ⁶

Für die Investitionen müssen die notwendigen finanziellen Ressourcen zur Verfügung gestellt werden, Fördermöglichkeiten müssen erschlossen werden.

Vorschläge:

Nr.	Maßnahme	Ergebnis
1	<p>Parkanlagen, Plätze, Wege und Anlagen im Uferbereich in Unteruhldingen neu gestalten.</p> <p>Das Flair einer „Ufermeile“ sollte erreicht werden. Viele Orte am See haben schöner gestaltete Anlagen in vergleichbarer Lage.</p> <p>Planungs-Wettbewerb für Neugestaltung durchführen. Keine Einzelmaßnahmen durchführen, die nicht in eine Gesamtkonzeption passen.</p>	<p>Erlebniswert für Gäste und Einheimische wird gesteigert.</p> <p>Ortsbild wird nachhaltig aufgewertet.</p>

⁶ Der SÜDKURIER vom 20./21.März 2008 berichtet von der Förderung von vier Tourismusprojekten im Bodenseekreis, darunter die westliche Uferanlage in Sipplingen, die Neugestaltung der Hagnauer Hofmeisterei und die Neugestaltung des Strandbads West in Überlingen. Im lfd. Jahr werden nach Angaben des Wirtschaftsministeriums des Landes Baden-Württemberg insgesamt 29 Städte und Gemeinden in Baden-Württemberg Fördermittel in Höhe von insgesamt 5,5 Millionen EUR erhalten.

Nr.	Maßnahme	Ergebnis
2	Neuanlage eines „Parks“, naturnahe Gestaltung der Flächen entlang der Aach in Mühlhofen (Aachinsel, Kanal, alter Sportplatz). Durch das neue Sportplatzkonzept in Oberuhldingen ergeben sich mittelfristig Chancen für eine umfassende Neugestaltung.	Ortsbild wird nachhaltig aufgewertet, Erholungs- und Erlebniswert wird erhöht
3	Verlässliches Pflegekonzept für die Streuobstwiesen entlang der Aach in Oberuhldingen entwickeln.	Ortsbild wird nachhaltig aufgewertet.
4	Freiflächen in Unteruhldingen mit einheimischen Bäumen bepflanzen (Arboretum, Baumgarten) und neu anlegen. (z.B. Flächen zwischen Kläranlage und Erlebnisweg in Unteruhldingen). Mittelfristig sollte eine Wiederaufstockung des Uferauwaldes an geeigneten Stellen durchgeführt werden.	Ortsbild wird nachhaltig aufgewertet, Erholungs- und Erlebniswert wird erhöht
5	Naturschutzgebiet am Seeufer zwischen Unteruhldingen und Seefeldern durch umweltverträglichem aufgeständertem Holzbohlenweg zugänglich machen (Beispiel Eriskircher Ried).	Erlebniswert wird gesteigert
6	Naturstrand in Unteruhldingen neu gestalten (Beispiel Sipplingen) Konzeption des freien Zugangs überprüfen.	Uferbereich wird aufgewertet
7	Wasserspielplatz im Bereich des Strandbades anlegen	Erlebniswert für Kinder gesteigert
8	Straßen- und Wegbeleuchtung erweitern und neu gestalten (z.B. Im Hafengebiet und Fussweg nach Seefeldern). Ein Gesamtkonzept ist zu entwickeln.	Kundenzufriedenheit erhöht
9	Wanderweg von Oberuhldingen nach Mühlhofen entlang der Aach fortführen	Bessere Anbindung Mühlhofens an das Wanderwegenetz

Nr.	Maßnahme	Ergebnis
10	<p>Besondere Baumbestände und Biotope erfassen und erhalten.</p> <p>In der Gesamtgemeinde sollten verstärkt Anpflanzungen von Bäumen durchgeführt werden.</p> <p>Alleebäume entlang von Straßen tragen zu einem attraktiven und natürlichen Ortsbild bei. Einführung eines "n-Bäume pro Jahr Pflanzprogramms".</p>	<p>Sicherung der natürlichen Umgebung.</p>
11	<p>Der Rad- und Fussweg von Unteruhldingen nach Meersburg ist auszubauen. Für Fußgänger und Radfahrer sind getrennte Wege vorzusehen. Radwege sind beiderseits der Kreisstrasse anzulegen.</p>	<p>Erlebniswert gesteigert, Verkehrssicherheit verbessert</p>
12	<p>Rad- und Wanderwegspflegeplan einrichten</p>	
13	<p>Konzertmuschel in Unteruhldingen bauen. Standort im Zusammenhang mit dem Vorschlag Kap.4.3 Punkt 1 festlegen.</p>	
14	<p>Straßenfernen Fußweg nach Meersburg mit Ausblick auf den See und die Berge anlegen</p>	<p>Erlebniswert gesteigert</p>
15	<p>Gesamterscheinungsbild der Gemeinde</p> <ul style="list-style-type: none"> • Auf Sauberkeit achten, besonders an den Bushaltestellen, am Bahnhof, am Ortsrandparkplatz, an der Schiffsanlegestelle und am Hafen 	
16	<p>Heimatmuseum/Fischereimuseum einrichten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kooperation der Gemeinde mit dem Pfahlbauverein eingehen, um das geplante Projekt schneller zu verwirklichen 	<p>Weitere Attraktion in der Gemeinde</p>

4.4. Touristisches Angebot erweitern und verbessern

Zur Entwicklung des Tourismus ist die Einbindung der ganzen Region als Angebot für Gäste in Uhldingen-Mühlhofen weiter zu entwickeln. Dazu gehören touristische Angebote und Vorschläge für unsere Gäste, die mehr als bisher auch die Attraktionen und Veranstaltungen unserer Nachbargemeinden wie Überlingen, Meersburg und Salem umfassen. Ebenso muss das vorhandene touristische Potential im eigenen Ort erweitert und verbessert werden.

Vorschläge:

Nr.	Maßnahme	Ergebnis
1	Führungen zu den örtlichen Fremdenverkehrsmagneten (Birnaue, Seefeld, Pfahlbauten) anbieten. Dabei ÖPNV Angebot bewerben und nutzen.	Urlauberbindung, ÖPNV wird gestärkt
2	Führungen zu den kulturellen Highlights in der Region (Salem, Meersburg, Überlingen). Dabei ÖPNV Angebot bewerben und nutzen.	Urlauberbindung, ÖPNV wird gestärkt
3	Ganztagsbetreuung für Ferienkinder, spezielle Ferienangebote für Kinder	Familienfreundlichkeit wird erreicht, Kundenzufriedenheit
4	Kompaktangebote oder Pauschalangebote für Kurzzeittouristen (Erlebnisurlaub am See)	Vermehrte Zahl von Kurzurlaubern
5	Zusammenarbeit zwischen Schiffsbetrieben und anderen touristischen Dienstleistern zur Steigerung der Auslastung	Aufrechterhaltung eines Angebotes in der Nebensaison und an Wochentagen

Nr.	Maßnahme	Ergebnis
6	<p>Synergien zwischen kommunalen und touristischen Angeboten stärken</p> <ul style="list-style-type: none"> • Angebot des Hallenbad Mühlhofen mit seinen Vorteilen stärker bewerben: Herausstellen der preisgünstigen Bademöglichkeit für "Zwischendurch" und der idealen Rahmenbedingungen für Hobby-Sportler. • Nutzung von Sportplätzen und Sporthallen in das Tourismusangebot einbeziehen • Durchführung von Sportveranstaltungen, Halbmarathon im Sportkalender dauerhaft etablieren 	<p>Deckungsbeitrag wird erhöht, Attraktivität gesteigert, vermehrte Zahl von Tagesbesuchern</p>
7	<p>Wander -, Radfahr- und Wellnesswochen anbieten</p>	<p>Auslastung wird erhöht</p>

4.5. Marketing verbessern

Die Tourist-Information betreibt bereits heute ein professionelles Marketing⁷. Durch die Neuorganisation der Tourist Info ergibt sich jetzt die Möglichkeit das Marketing durch die Fachleute noch weiter zu optimieren und weiter zu entwickeln. Die Vorschläge sollen dazu beitragen.

Vorschläge:

Nr.	Maßnahme	Ergebnis
1	Elektronisches Buchungssystem unterstützen und selbst nutzen	Buchungen werden vereinfacht
2	Tourismusnews über das Internet herausgeben. Newsletter mit Terminen und aktuellen Angeboten, auch für Gastgeber und interessierte Bürger durch Email.	Urlauber wird aktuell informiert
3	ÖPNV-Angebot am See als Stärke der Region herausstellen und vermarkten (z.B. Verkauf von bodo- und Euregio-Tageskarten oder BaWü-Ticket über TI und/oder Gastgeber). ÖPNV Angebote gegenüber Einsatz von Charter- oder Ausflugsbussen vorziehen.	Umweltfreundliches Reisen wird gefördert, Erholungswert wird gesteigert, ÖPNV wird besser ausgelastet und Angebot gesichert

⁷ Begriffsdefinition aus Meyers Lexikon Online: **Marketing** das, ursprünglich die Gesamtheit der Maßnahmen, die unmittelbar auf Verkauf, Vertrieb und Distribution von Gütern gerichtet sind (insofern gleichbedeutend mit Absatz), heute eine unternehmerische Konzeption, die davon ausgeht, dass sich alle Aktivitäten zur optimalen Erfüllung der Unternehmensziele am Markt zu orientieren haben. Marketing ist somit die systematische Ausrichtung aller Unternehmensfunktionen an den Bedürfnissen der Abnehmer (Kundenorientierung). Zur Erfüllung der Marketingziele bedienen sich die Unternehmen der Marketinginstrumente zur Erschließung, Beeinflussung und Gestaltung eines Marktes wie Marktforschung, Produkt- und Preispolitik, Werbung, Verkaufsförderung und Distribution. Ihr kombinierter, aufeinander abgestimmter Einsatz wird als **Marketingmix** bezeichnet. Marketingprinzipien wurden seit Anfang der 1960er-Jahre zunächst in der Konsumgüterindustrie und im Handel verwirklicht, in zunehmendem Maße auch auf Investitionsgüter- und **Dienstleistungsunternehmen**, sowie auf den Arbeitsmarkt ausgedehnt.

Nr.	Maßnahme	Ergebnis
4	Verstärkt wieder Reisegruppen die mit Bus anreisen bewerben, Angebote vor allem unter der Woche schaffen.	Bessere Auslastung, saisonverlängernde Massnahme
5	<p>Werbung und Vermarktung über die Gemeindegrenzen hinweg, Einbeziehung der Verwaltungsgemeinschaft Meersburg/Uhldingen-Mühlhofen durch Einsetzung eines Fremdenverkehrsausschusses mit den Hauptaufgaben</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gemeinsamer Touristik - Internetauftritt der Gemeinden der Verwaltungsgemeinschaft Uhldingen, Meersburg, Hagnau, Stetten und Daisendorf • Schaffung eines Mantelprospektes für die Gemeinden der Verwaltungsgemeinschaft 	Erlebnispotential der Region einbezogen, Synergien schaffen
6	<p>Verkauf von regionalen Produkten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bauernmarkt am Samstag (Interesse der Produzenten ergründen) an einem zentralen Platz (Ortsrandparkplatz?) einrichten 	
7	Jährlicher Kulturkalender mit allen Veranstaltungen kultureller Art unter Einbeziehung kommerzieller Veranstalter herausgeben	

Nr.	Maßnahme	Ergebnis
8	<p data-bbox="256 293 991 331">Standort der Tourist-Information</p> <p data-bbox="256 376 991 969">Im Zusammenhang mit dem Vorschlag zur Verlagerung des Haus des Gastes (Kap.4.6 Punkt 1) stellt sich die Standortfrage für die Tourist Information. Die Tourist-Info muss nicht zwangsläufig in das Haus des Gastes integriert werden. Es ist durchaus auch vorstellbar die Tourist-Info an einem eigenen Standort einzurichten. Die möglichen Standorte „Innenbereich Unteruhldingen, Dorf“, wozu auch der jetzige Standort zählt und „Randlage Unteruhldingen“, z.B. am Ortsrandparkplatz sind zu bewerten, Vor- und Nachteile der alternativen Standorte sind abzuwägen (Berücksichtigung Punkt 9 im Kap.4.6).</p> <p data-bbox="256 1014 991 1093">Bei der Neukonzeption sollten folgende Punkte berücksichtigt werden:</p> <ul data-bbox="300 1126 991 1724" style="list-style-type: none"> <li data-bbox="300 1126 991 1238">• Urlauberefreundliche und ansprechende Empfangshalle mit Empfangstheke einrichten <li data-bbox="300 1283 991 1350">• Ansprechenden Aufenthaltsraum (Leseraum) schaffen <li data-bbox="300 1395 991 1462">• Ausreichende Anzahl von Kundenparkplätzen für die TI bereitstellen <li data-bbox="300 1507 991 1574">• Handel der TI mit Souvenirartikeln weiter ausbauen <li data-bbox="300 1619 991 1724">• Möglichst kurze Wege zur Tourist-Information für Radfahrende und Nutzer von Bus und Schiff gewährleisten 	<p data-bbox="1007 293 1436 409">Höheren Zuspruch durch Urlauber erreicht, mehr Platz geschaffen</p>

4.6. Gemeindliche Vorgaben

Das aktuelle Leitbild der Gemeinde verfolgt einen umwelt- und sozialverträglichen Tourismus. Um dieses Leitbild mit Leben zu erfüllen, betreibt die Gemeinde den Eigenbetrieb „Tourismus-Information Uhldingen-Mühlhofen“. Dessen Hauptaufgaben (siehe hierzu auch Kap. 2) sind:

- Vermittlung und Betreuung der Feriengäste
- Durchführung von qualitätssteigernden Projekten
- Veranstaltungsorganisation
- Marketing
- Produktpolitik
- Merchandising und Handel

Damit besteht für die Gemeinde eine Selbstverpflichtung, bestimmte Grundsätze zu verfolgen und auch finanzielle Beiträge für Investitionen zu leisten.

Vorschläge:

Nr.	Maßnahme	Ergebnis
1	Verlagerung des Haus des Gastes zum Ortsrandparkplatz mit Einrichtung eines neuen Veranstaltungssaales (Veranstaltungsraum für etwa 300 Personen schaffen). Das Konzept „Haus des Gastes“ sollte in Richtung Dorfgemeinschaftshaus zur besseren Nutzung für die Bevölkerung fortentwickelt werden.	Benötigte Kapazität geschaffen
2	Flächennutzungsplan für Belange des Tourismus (öffentliche Bedarfsflächen) ergänzen	Planungssicherheit für potentielle Investoren geschaffen
3	Notwendige Bebauungspläne vorsehen	Planungssicherheit für potentielle Investoren geschaffen

Nr.	Maßnahme	Ergebnis
4	Mögliche Standorte für neue Hotels festlegen	Planungssicherheit für potentielle Investoren geschaffen
5	TI soll sich mit der Kurtaxe und anderen touristischen Einnahmen finanziell selber tragen, Sonderzuschüsse minimieren und langfristig auf Null zurückführen	Dauernden Bestand der TI gesichert
6	TI-Organisation und Ausgaben den finanziellen Möglichkeiten anpassen	Dauernden Bestand der TI gesichert
7	Mittelfristige Finanzplanung für Investitionen für die touristische Infrastruktur erstellen	Umsetzung der Planung gesichert
8	Einheitliche Beschilderungen (Hotels, Pensionen, Attraktionen, Parkplätze)	
9	<p>Verkehrsberuhigung in Unteruhldingen</p> <ul style="list-style-type: none"> • z.B. Einbahnstrasse (Schulstrasse Kreuzung TI Richtung Seestrassen, Richtung Meersburg) • Parkleitsystem • Lenkung und Leitung der Radfahrer durch Unteruhldingen (Auflösung Konflikte Radfahrer - Spaziergänger) • „Fussgänger Lenkung“ zwischen Parkplatz, Pfahlbauten, Bushaltestellen und Schiffsanlegestelle verbessern • Reduzierung des Autoverkehrs im Uferbereich auf das absolut Notwendige • Reduzierung des „ruhenden“ Verkehrs 	Verkehrssicherheit erhöht, Verkehr reduziert
10	<p>Vision 2015</p> <p>Entwicklung Gelände Unteruhldingen Ost zwischen „Kiosk Mainausicht“ und Hafen „Franz Geiger“ hinzu Strandbad Ost und Hafenanlage</p>	