



## **Zwischeninformation zur Machbarkeitsprüfung für eine "KlimaCard" Mitteilungsvorlage**

### **Beschlussvorschlag:**

Kein Beschluss vorgesehen.

### **Kosten/Finanzielle Auswirkungen:**

--

### **Sachdarstellung/Begründung:**

#### **I. Kurzfassung**

Die Verwaltung prüft derzeit die Machbarkeit einer „KlimaCard“ (Arbeitstitel), einer touristischen Gäste- und Freizeitkarte mit den Schwerpunkten Klimaschutz und Nachhaltigkeit. Mit dieser KT-Drucksache soll der Ausschuss über den derzeitigen Sachstand informiert werden.

#### **II. Ausführliche Sachdarstellung**

##### **1. Was ist die „KlimaCard“?**

Die Verwaltung prüft derzeit die Voraussetzungen für die Einführung einer Gäste- und Freizeitkarte, die nachhaltige Tourismusangebote, regionale Gastronomie und Beherbergung im Biosphärengebiet Schwäbische Alb und den Landkreisen Alb-Donau, Esslingen und Reutlingen bündelt und gemeinsam vermarktet. Auch der Öffentliche Personennahverkehr (ÖPNV) soll als Angebot in die Karte eingebunden werden. An den Projektüberlegungen sind neben den drei Landkreisen die Geschäftsstelle des Biosphärengebiets, die EnBW Regional AG und Mythos Schwäbische Alb beteiligt.

Derzeit geht es um die Erstellung einer Machbarkeitsstudie für eine „KlimaCard“. Mit dieser Machbarkeitsstudie wurde das Beratungsunternehmen IRS CONSULT AG aus München beauftragt, das bundesweit bereits entsprechende Tourismuskarten erarbeitet hat. Die Projektkosten für die Studie belaufen sich auf 15.200 EUR, die zu 50 % (7.600 EUR) durch Fördergelder des Biosphärengebiets getragen werden. Die Kofinanzierung erfolgt durch die EnBW Regional AG (5.600 EUR) und Mythos Schwäbische Alb (2.000 EUR).

Freizeitkarten mit einer Zusammenstellung touristischer Einrichtungen haben sich in Deutschland schon seit einigen Jahren etabliert. Beispiele sind die Bodensee-Erlebniskarte oder die ThüringenCard. Erfahrungen bestehender Kartensysteme zeigen, dass der Erfolg der jeweiligen Karten von einem professionellen Marketing und einer ausreichenden Personalausstattung abhängt. Wurde versucht, die Karte „nebenher“ zu

betreiben, litt der Kartenverkauf darunter.

Die „KlimaCard“ soll sich durch die Ausrichtung auf Klimaschutz und Nachhaltigkeit von diesen herkömmlichen Freizeitkarten abheben: Zum einen durch eine bundesweit einmalige Auswahl klimafreundlicher und nachhaltiger Angebote, zum anderen dadurch, dass alle teilnehmenden Tourismusanbieter, zumindest nach einer Übergangszeit, umweltfreundliche Maßnahmen im Rahmen eines Umweltmanagements nachweisen sollen. Diese Ausrichtung entspricht dem UNESCO-Biosphärengebiet Schwäbische Alb als Modellregion für nachhaltiges Wirtschaften.

## **2. Wie soll die „KlimaCard“ funktionieren?**

Die Karte soll für Touristen und Einheimische gleichermaßen interessant sein. Mit dem Kauf der Karte sind ausgewählte touristische Angebote wie Museen, Höhlen, Schlösser, Bäder oder Landschaftsführungen sowie der ÖPNV für einen bestimmten Zeitraum kostenlos oder rabattiert nutzbar. Alle Angebote werden in einem attraktiven Reiseführer beschrieben und beworben.

Die Tourismusanbieter bekommen je nachdem, ob die Leistung kostenlos (für den Besucher „all-inclusive“) oder rabattiert angeboten wird, über das im Hintergrund laufende Abrechnungssystem einen Teil des Eintrittspreises erstattet. Koordiniert und abgerechnet wird über eine Vertriebsstelle, die auch das Gesamtmarketing für die Karte übernimmt. Diese könnte z. B. an eine bestehende Tourismusorganisation angegliedert werden.

Die Glaubwürdigkeit des Angebots der „KlimaCard“ im Bereich Klimaschutz und Nachhaltigkeit soll dadurch gewährleistet werden, dass alle Leistungsträger eine Zertifizierung bzgl. Servicequalität und/oder ein Umweltmanagement nachweisen müssen. Dabei sollen die Betriebe organisatorisch und finanziell unterstützt werden, z. B. durch die Umweltberatungsprogramme „ECOfit“ oder „EMAS im Konvoi“ des Landes Baden-Württemberg.

## **3. Welche Chancen bietet die „KlimaCard“?**

Eine Freizeitkarte ist in erster Linie eine Marketingplattform, über die eine Region und ihre touristischen Attraktionen gleichermaßen beworben werden. Durch die definierten Qualitätskriterien wird die „KlimaCard“ darüber hinaus zur Verbesserung der Service- und Umweltqualität des touristischen Angebots in unserer Region beitragen und das Profil im Bereich Nachhaltigkeit und Klimaschutz schärfen.

Die „KlimaCard“ bietet Chancen insbesondere

- für die Kartennutzer
  - durch eine preisgünstige Freizeitgestaltung und
  - durch eine attraktive Übersicht über das Freizeitangebot der Region;
- für unsere Region
  - durch die Steigerung des Bekanntheitsgrads,
  - durch die Weiterentwicklung der Wirtschaftsstruktur im touristischen Sektor und
  - durch die Erhöhung der regionalen Wertschöpfung;
- für die Tourismusanbieter
  - durch eine Steigerung der Besucherzahlen und Bindung von Stammkunden,
  - durch eine gemeinsame, sich wechselseitig verstärkende Vermarktung sowie
  - durch die Bildung von Netzwerken und die Schaffung von Synergien mit anderen beteiligten Anbietern.

#### 4. Wo stehen wir?

In einer Arbeitsgruppe aus Vertretern der beteiligten Institutionen wurden gemeinsam mit den Experten der IRS CONSULT AG mögliche Anbieter für die „KlimaCard“ identifiziert. Die Auswahl erfolgte insbesondere anhand der touristischen Bedeutung in der Region, der Besucherzahlen und der Bedeutung für Klimaschutz und Nachhaltigkeit. Außerdem wurden mit den drei Nahverkehrsverbänden im Biosphärengebiet – naldo, DING und VVS – erste Gespräche geführt, wie der ÖPNV sinnvoll in das Kartenkonzept eingebunden werden könnte.

Die IRS CONSULT AG hat bereits erste Kartenmodelle kalkuliert und mit der Arbeitsgruppe diskutiert. Empfohlen wird nach derzeitigem Stand eine Mischung aus All-Inclusive- und Rabattmodell, wobei je nach Bedeutung und Besucheraufkommen auf einige Tourismusangebote ein Rabatt gewährt wird und andere kostenlos genutzt werden können. Als Hintergrund-System wird ein einfaches, elektronisches Barcode-System vorgeschlagen. Dabei wird jede Karte mit einem Barcode versehen, der bei den teilnehmenden Tourismusanbietern mittels eines Lesegeräts registriert wird. Die Daten werden dann an das Hintergrund-System weitergeleitet und können außer für die Abrechnung auch zu Marktforschungszwecken genutzt werden.

Hauptkostenfaktoren für den Betrieb der „KlimaCard“ sind Personal, Marketing sowie Aufbau und Betrieb des Abrechnungssystems. Die Tourismusanbieter bringen sich mit der Gewährung von Rabatten in das System ein. Die IRS CONSULT AG rechnet derzeit damit, dass über eine Anlaufzeit von 5 Jahren ein Finanzierungsbedarf von rund 360.000 EUR entsteht, bevor die Karte sich über die Verkaufserlöse selbst tragen kann. Hierbei handelt es sich um vorläufige Zahlen, die in den nächsten Wochen noch konkretisiert werden müssen. Die Projektpartner EnBW Regional AG und das Biosphärengebiet Schwäbische Alb haben vorbehaltlich entsprechender Gremienbeschlüsse einen Beitrag von je 100.000 EUR für diesen Zeitraum in Aussicht gestellt.

#### 5. Wie geht es weiter?

Das Projekt steht und fällt mit der Bereitschaft der Tourismusanbieter und des ÖPNV, sich in die „KlimaCard“ einzubringen. Daraus ergeben sich als nächste Arbeitsschritte:

1. Gespräche mit den wichtigsten Tourismusanbietern
2. Hierbei soll das Kartenkonzept vorgestellt und geklärt werden, ob und unter welchen Voraussetzungen eine Teilnahme besonders wichtiger Leistungsträger möglich ist.
3. Abschließende Verhandlungen mit den ÖPNV-Verbänden  
Nach ersten Gesprächen, nach denen sich die Verbände eine Beteiligung an der „KlimaCard“ grundsätzlich vorstellen können, muss geklärt werden, ob es ein besonderes Ticket oder rabattierte Einzelfahrten für „KlimaCard“-Inhaber geben kann.
4. Konkretisierung des Gesamtangebotes  
Hierbei gilt es abzufragen, welche Tourismusanbieter ergänzend zu den in Nr. 1 angesprochenen Leistungsträgern an der Karte teilnehmen möchten.
5. Endgültiges Kalkulationsmodell  
Stehen die Teilnehmer der „KlimaCard“ fest, können der Kartenpreis und der Finanzierungsbedarf in der Startphase konkreter ermittelt werden.

Die Verwaltung sieht in der „KlimaCard“ eine interessante Chance für den Tourismus im Landkreis Reutlingen und wird daher darauf hinarbeiten, dass die noch offenen Punkte zeitnah geklärt werden. Die Verwaltung wird den Ausschuss über die Ergebnisse dieses Klärungsprozesses informieren.