18.5.2020

Was der Tourismus am See nun braucht

Gastautor Gunter Schöbel ist Leiter des Pfahlbaumuseums in Unteruhldingen. Er sorgt sich um die Tourismusbranche, ohne die am See tatsächlich „tote Hose" wäre. Ein Plädoyer für Konzepte, die neue Gemeinsamkeit und Kreativität atmen

VON GUNTER SCHÖBEL

Bodenseekreis – „Am 30. Mai ist Weltuntergang. Wir leben nicht mehr lang." Gastwirten oder Hoteliers stößt dieser Gassenhauer aus den 1950er Jahren gerade mitten ins Herz. Es ist dieses Jahr der Pfingstsamstag. Bis dahin muss es klappen. Der Tourismus am Bodensee liegt am Boden. Die Promenaden sind leer. Keiner fährt mehr Reisebus, die internationalen Gäste kommen nicht, keine Schulklassen, nur noch 60 Prozent Hotelbettenbelegung ist erlaubt.

Jeder versucht, zurück in die Normalität zu kommen

Regierungsauflagen und das Virus werden Betriebe sterben lassen, wenn nichts passiert. Tote Hose am See. Es ist Corona und jeder versucht, wieder zurück in die Normalität zu kommen. Abstand, Mundschutz und Reihentest sind klar, doch was ist der Plan? Die Tourismusorganisationen sind gefragt, fordern Hilfsprogramme, doch das alleine ist es nicht.

Die Menschen teilen sich in zwei Gruppen. Die einen sitzen in Schockstarre daheim, den anderen fällt die Decke auf den Kopf. Kinder drängen nach draußen. Wälder und Wiesen sind durchaus voll mit behelmten Fahrradfahrern. Keuchend bricht es aus den Gebüschen. Opas hecheln ihren Enkeln hinterher, deren Bewegungsdrang durch nichts aufzuhalten ist. Outdoor ist in. Die Zweitwohnungen sind belebt. Stadtflüchtlinge grüßen sogar wieder die Einheimischen. Auch ihnen ist es mulmig. Jeder will Sicherheit.

Wenn selbst Bücher in Quarantäne müssen

Was ist das für eine Zeit, in der nichts mehr wie früher ist, selbst Bücher aus der Leihbibliothek 72 Stunden in Quarantäne müssen, bevor sie wieder ausgegeben werden dürfen? Es ist Zeit umzudenken, grundlegend und mit Weitsicht. Global ist out. Regional denken ist angesagt.

Doch mit den Seeanwohnern allein lässt sich der Tourismus nicht retten. 4 Milliarden Euro Umsatz macht der Gast jährlich am See, davon je die Hälfte der Nächtigungs- und die andere Hälfte der Tagestourist. 60 000 Arbeitsplätze hängen an ihm. Allein 400 Millionen Euro Mehrwertsteuer fließen in die Gemeindekassen. Ein riesiges Dominospiel deutet sich an, bei dem am Ende auch verstärkte Arbeitslosigkeit und kommunale Minderausgaben stehen werden. Der See braucht den Tourismus wie die Stuttgarter unser Bodenseewasser. Kurtaxe, Einkommensteuerzuwendungen, Park- und Hafengebühren speisen die Töpfe, aus denen sich Gemeindeentwicklung generiert, Stellen auch dort gesichert werden können.

Der Bodensee war schon vor über 100 Jahren auch für Touristen anziehend: der Hafenbahnhof in Unteruhldingen kurz vor seiner Eröffnung 1901.

Momentan herrschen keine guten Aussichten: verwachsener Aussichtspunkt auf den Bodensee am Zihlbühl in Unteruhldingen.

BILDER: GUNTER SCHÖBEL/ARCHIV PFAHLBAUMUSEUM UNTERUHLDINGEN/BESTAND GUSTAV ADOLF HORY

Der Kursaal in Friedrichshafen 1911 mit reich gedeckten Tischen im Garten und einer Combo auf der Terrasse, die aufspielte. Hier wurde die Einweihung des Yachthafens gefeiert, zu der König Wilhelm eigens aus Stuttgart angereist war – und mit ihm die Hautevolee aus ganz Württemberg.

Die „feine Gesellschaft" genoss den Sommer am See: Sommerfrischler am Bodensee um 1920.

Noch viel zu tun, bis die Gäste wieder kommen: Auf dem Wanderweg zwischen Unteruhldingen und Meersburg sind manche Schilder nur noch schwer zu lesen.

„Der See braucht den Tourismus wie die Stuttgarter unser Bodenseewasser."

Gunter Schöbel, Autor dieses Beitrags und Leiter des Pfahlbaumuseums Unteruhldingen

Seegemeinden haben Übung im Zusammenhalten

Nach der Inflation 1923, dem Kriegsende 1945, der Währungsreform 1949 gab es Zuversicht. Ein ganzjähriges Denken im Tourismus war da, ein Zusammenhalten der Seegemeinden für ihr Produkt. Nicht internationale Märkte und Messen, sondern die Postleitzahlengebiete 7 und 8 standen im Fokus, die Schweiz eingeschlossen. Und die Gemeindesatzungen schauten nicht auf Großevents und die Bespielung internationaler Märkte, sondern auf den heimischen Markt, den einzelnen Gast.

Ganzjähriges Denken wäre jetzt besser und eine Konzentration auf das Wesentliche. Eine Saisonverlängerung muss kommen. Auch Teillast deckt Kosten und finanziert, dies zeigt die Krise. Wo liegt die Qualität des Bodensees? Was wird für Familien und Einzelreisende getan, den Tagesgast? Wo können die Gemeinden Anreize bieten? Gibt es Angebote, um einen ökologisch stimmigen und nachhaltigen Tourismus wieder gemeinsam aufzusetzen?

Noch viel zu tun, damit Gäste wieder kommen

Vieles an Ressourcen liegt brach, für den See und das Hinterland. Nicht nur digital, sondern auch analog ist viel zu tun. Wanderwege sind ungepflegt, Aussichtspunkte verwachsen, natürliche Ufer im unkontrollierten Zustand. Die Menschen drängt es hinaus, aber die Bahnhöfe sind vergessen, eine Anreise mit dem öffentlichen Personennahverkehr aus Böblingen oder Mannheim weiter unattraktiv und die Landesgartenschau geschlossen. Es braucht die Konzepte einer neuen Gemeinsamkeit und Kreativität. Es ist auch eine Chance. Alles was laufen kann, sollte jetzt Werbung machen, damit die Betriebe am See nicht reihenweise untergehen. Warum eigentlich nicht einen „Friday for Bodensee", mit nachhaltigen Konzepten, bei denen auch alle Gemeinden mitmachen könnten. Ich wäre dabei. Dann könnten wir den Weltuntergang am Bodensee noch verschieben.