

Ein Projekt des Tourismus-  
verbandes Insel Usedom e.V.

# Projekt „Weiterent- wicklung und Markteinführung der UsedomCard“

Abschlussbericht März 2014

---

## Vorbereitung zur Ausarbeitung des Produktkonzepts

Seit September 2013 wird das Projekt „Weiterentwicklung und Markteinführung der UsedomCard“ von der Koordinatorenstelle bearbeitet. Um die Anforderungen an ein solches Kartensystem zu untersuchen und Lösungsansätze zur Umsetzung eines für die Insel Usedom optimalen Kartensystems zu entwickeln, wurden verschiedene Kartenmodelle und Best-Practices auf dem deutschen und österreichischen Markt analysiert. Außerdem wurde eine SWOT-Analyse erstellt, um Stärken und Schwächen sowie Chancen und Risiken für die Einführung der UsedomCard unter Berücksichtigung der aktuellen Marktsituation zu analysieren. Des Weiteren hospitierte die Projektkoordinatorin bei der Destinationsmarketingfirma VisitBerlin zur Gewinnung von Erfahrungswerten, deren „BerlinWelcomeCard“ sich seit 1995 zu einer der erfolgreichsten Touristenkarten etablierte.

## Das geplante Produktkonzept unter Integration des ÖPNV

Auf Basis aller gewonnenen Erkenntnisse wurde im Rahmen der Arbeitsgruppe UsedomCard des Tourismusverbandes Insel Usedom e.V. mit Hilfe der Projektkoordination ein Produktkonzept erarbeitet, das vom Vorstand als individuelle kompatible Tourismuscards-Lösung für die Destination Insel Usedom gesehen wurde. Demnach wurde sich für das **Hybridkartenmodell als Kaufkarte** entschieden, welches die Integration von inklusiven Fahrleistungen sowie die Nutzung von Rabattleistungen touristischer Leistungsträger beinhaltet.

Um das Ziel der Mobilitätslenkung zu erreichen, war geplant, die **Usedomer Bäderbahn (UBB)**, den **Ostseebus** und den **Fahrradverleiher UsedomRad** als ausschüttungsbeteiligte Inklusivpartner in die UsedomCard einzubeziehen. **Weitere touristische Einrichtungen** der Insel Usedom, Anklam und Wolgast sollten innerhalb eines Partnerschaftsmodells als Leistungspartner integriert werden, indem sie eine jährliche Marketingpauschale zahlen und dem Karteninhaber einen Vorteil bzw. eine Zusatzleistung gewähren.

Im Gegenzug werden der jeweilige Leistungspartner und die Unternehmensleistung in einem Kurzreiseführer, den jeder Karteninhaber beim Kauf der UsedomCard erhält, präsentiert. Außerdem wird jeder Partner in die produktspezifischen Marketingaktivitäten (online/offline) der UsedomCard eingebunden.

Als Vertriebsstelle können Beherbergungsbetriebe wie Hotels, Jugendherbergen, Schullandheime, aber auch Bahnhöfe, Tourist Informationen und weitere interessierte touristische Partner fungieren. Außerdem wird ein Online-Vertrieb angestrebt.

Mit einem solchen Produktkonzept sind nahezu alle Leistungsträger der Insel und Umgebung an der UsedomCard beteiligt.

## **Keine Notwendigkeit eines technischen Systems bei Cardeinführung**

Nach Angebotseinholung und Recherche bzgl. der Integration eines technischen Systems von Card-Betreibern wie z.B. feratel, allaboutcards und WilkenSmartcard und Prüfung des verfügbaren Projektbudgets wurde **vorerst von einem technischen System bei Cardeinführung abgesehen**. So wurde ein Produktkonzept erarbeitet, bei welchem ein externer Systembetreiber, der Hard- und Software bei Annahme- und Akzeptanzstellen sowie beim Cardbetreiber integrieren würde, nicht benötigt wird. Dies begünstigt die Finanzierbarkeit und die Einführung der Karte.

## **Verhandlung und Integration der ÖPNV-Partner**

In der Kalkulationsphase wurden mögliche Preise der Kaufkarte unter Berücksichtigung der Ausschüttungen für die ÖPNV-Partner und für den Betreiber zur Kostendeckung berechnet. Da sich die Verkehrsträger mit einer Inklusivleistung an der UsedomCard beteiligen, müssen diese einen festzulegenden Fixbetrag pro abgesetzte UsedomCard als Ausschüttung erhalten. In der Verhandlungsphase stellte sich heraus, dass die **ÖPNV-Partner tariflich gebunden** sind und die von ihnen veranschlagten Ausschüttungsbeträge für ihre Kostendeckung einen nicht absatzfähigen Gesamtpreis der UsedomCard zur Folge hätten. Daher ist eine **Einbindung wie geplant nicht möglich**. Zusätzlich muss sich der Partner Ostseebus im Jahre 2015 für die Liniengenehmigung nach dem Personenbeförderungsgesetz für sein Streckennetz auf der Insel Usedom bewerben. Dies stellt einen weiteren Grund dar, warum sich der potentielle ÖPNV-Partner gegenwärtig nicht an dem Projekt UsedomCard beteiligen kann.

## **Optimierung des Produktkonzepts unter aktuellen Gegebenheiten**

Nach der Verhandlung mit den ÖPNV-Partnern wurde das Produktkonzept so optimiert, dass sich für Betreiber und Leistungspartner sowie für Kunden eine Win-Win-Situation ergibt. Das aktuelle Produktkonzept wird somit weiterverfolgt, verlagert wird der **Schwerpunkt** auf die Entwicklung einer **ökologisch nachhaltigen TourismusCard** für die Destination Insel Usedom. Von wachsender Bedeutung für die sanfte Mobilität auf der Insel Usedom sind Anbieter des Fahrradverkehrs (Radverleih, -service). So wird in einem ökologisch nachhaltigen Produktkonzept der UsedomCard auf das Projekt UsedomRad („Innovative öffentliche Fahrradverleihsysteme“) aufgebaut und es wird angestrebt das innovative Fahrradverleihsystem **„UsedomRad“ als Hauptpartner** zu gewinnen. Hierzu fanden bereits Gespräche statt, die eine Bereitschaft seitens einer Zusammenarbeit von UsedomRad signalisierten.

Beim käuflichen Erwerb der UsedomCard wäre der Karteninhaber somit berechtigt noch zu definierende Leistungen des Hauptpartners „UsedomRad“ zu nutzen. Zusätzlich erhält der

Karteninhaber einen **Kurzreiseführer im A6-Format**, in dem sich touristische Einrichtungen und nachhaltig orientierte Anbieter wie z.B. **Bio- und Hofläden** der Insel Usedom einschließlich Wolgast, Anklam und Umgebung präsentieren und dem Gast bei Vorlage der UsedomCard Vorteile bzw. Mehrleistungen z.B. „2 für 1“-Angebote, einen Rabatt von mind. 10% etc. offerieren. Für den Gast ist die UsedomCard äußerst lukrativ aufgrund des allumfassenden Reiseführers, durch den der Inhaber von **abwechslungsreichen Freizeitangeboten** mit spürbaren Vorteilen profitiert und gleichzeitig **auf umweltbewusste Aspekte** unserer Insel Usedom wie z.B. den Klimawald aufmerksam gemacht wird. So werden Touristen zur **sanften Mobilität** motiviert.

Der Geltungsbereich umfasst damit das UsedomRad-Streckennetz, welches die Insel Usedom sowie Wolgast, Anklam, Greifswald und Swinemünde abdeckt. Zusätzlich werden touristische Einrichtungen der Region nach einem Partnerschaftsmodell für die Integration in den Reiseführer akquiriert. Die Partner, die sich an dem Produktkonzept beteiligen, präsentieren Sie sich so in einem ansprechenden, übersichtlichen Kurzreiseführer, der das attraktive touristische Angebot der Insel Usedom und Umgebung einheitlich darstellt und der dem Urlauber eine abwechslungsreiche Freizeitgestaltung mit Vorteilen ermöglicht.

Die Unternehmen können durch ihre **individuelle Anzeigengestaltung** und durch die **Einbringung von Vorteilsleistungen für den Gast** zielgerichtet ihre Auslastung in der Haupt- und Nebensaison steuern. Zusätzlich werden Gäste durch die UsedomCard und dem dazugehörigem Reiseführer **für das Thema „Waldaktie“, „Klimawald Usedom“ und Bio- und Hofläden sensibilisiert**, um auch so weiterhin das Umweltbewusstsein der Inselgäste zu fördern.

Aufgrund des Projektziels Inselgäste für umweltbewusstes Reisen und dementsprechend für sanfte Mobilität zu sensibilisieren, wird von der Integration von Parkplatznutzung/-systemen innerhalb der UsedomCard abgesehen, da dies die Anreise mit dem eigenem Pkw begünstigen würde und so entgegen dem aktuellen Produktkonzept steht.

## **Neue Perspektive**

Um die Projektbearbeitung einer umlagefinanzierten Variante „UsedomCard“ aus dem Jahre 2011 aufzugreifen, startete die Usedomer Bäderbahn in diesem Jahr einen Testlauf mit dem Hotel „DAS Ahlbeck“. Dabei können alle Gäste des jeweiligen Hotels mit diesem Angebot, namens „Hotel & Insel erleben“, kostenfrei für die Zeit ihres Aufenthalts mit der Usedomer Bäderbahn fahren. Nach einer erfolgreichen Testphase beteiligen sich gegebenenfalls weitere Hotels an diesem Angebot. Im Hinblick auf die aktuelle Projektbearbeitung „UsedomCard“ wird **eine spätere Zusammenführung** des Produktes „Hotel & Insel erleben“ und des Projekts UsedomCard geprüft.

## **Eingliederung des Projekts „UsedomCard“ in die Usedom Tourismus GmbH**

Mit dem angepassten Produktkonzept der UsedomCard mit dem Hauptpartner UsedomRad und der Förderung umweltbewusstseinsfördernder Aspekte, wird nicht nur ein absatzfähiger Kaufpreis der Karte begünstigt, sondern Gäste zur sanften Mobilität motiviert. Zusätzlich wird ein inselweites Anbieternetzwerk geschaffen, das den Gästen der Insel Usedom alle touristischen Leistungsträger präsentiert, die so gemeinsam für die Förderung des sanften Tourismus eintreten. Durch den im angepassten Produktkonzept gesetzten Schwerpunkt auf umweltbewusstseinsfördernde Aspekte wird außerdem eine mögliche Umbenennung des Produktes „UsedomCard“ empfohlen.

Bei den bisher geführten Gesprächen zur Partnerakquise wurde deutlich, dass es eines **klar zu benennenden Betreibers bedarf**, der das ausführende Unternehmen für die Produktentwicklung sowie –umsetzung darstellt und so eine für die Partner verständliche Kommunikation begünstigt wird. Wie bereits im Projektantrag erwähnt, stellt sich dafür die Usedom Tourismus GmbH zur Verfügung. Diese hat alle organisatorischen Voraussetzungen geschaffen, um die **Projektkoordination bei sich zu integrieren** und das Produkt auf dem Markt zu etablieren. Dazu ist jedoch die **volle selbstständige Handlungsfähigkeit der Usedom Tourismus GmbH** als zukünftiger Betreiber notwendig. Um also weitere Zögerlichkeiten bezüglich der Produktzugehörigkeit bei den Verhandlungen mit den Partnern zu vermeiden und um ein transparentes Agieren mit einem vollrechtsfähigen Kartenbetreiber zu fördern, wird eine vorzeitige Eingliederung des Projektes bei der Usedom Tourismus GmbH beantragt. Der Betreiber wird dabei die **vertraglichen Absprachen berücksichtigen** und **eine nahtlose Übernahme der Projektkoordinatorin** auf der Basis einer schriftlichen Übernahmeerklärung gewährleisten. Dies hat **mehr Transparenz** zur Produkteinführung sowie mehr Vertrauen in den Betreiber, der Usedom Tourismus GmbH, zur Folge. Der Tourismusverband Insel Usedom e.V. wird auch weiterhin das Projekt im Rahmen seiner Arbeitsgruppe begleiten und unterstützen. Die **erreichbaren Projektziele wurden umgesetzt**, sodass ein an der derzeitigen Marktsituation angepasstes Produktkonzept entstanden ist, welches durch die **Usedom Tourismus GmbH realisiert** werden kann. Die Weiterentwicklung der Card muss sich im Rahmen der ersten Einführungsphase unter marktüblichen Bedingungen bewähren. Ziel ist es, die Leistungsfähigkeit der Karte und den Mehrwert für Gäste sowie Leistungspartner zu verbessern. Die Gewinnung weiterer Leistungspartner erfolgt zukünftig durch die **Usedom Tourismus GmbH**, die der **direkte Vertragspartner** als Marketinggesellschaft der Insel ist. Demnach wird die Produkteinführung in Verantwortung der Usedom Tourismus GmbH erfolgen.