

Die Wirtschaft

zwischen Alb und Bodensee

Politik für die Zukunft
Wirtschaft benennt wichtige
Themen für die Landespolitik

6

Karrierewege im Blick
IHK legt Bericht zur beruflichen
Bildung 2020 vor

56

Auch für die Kleinen da
Neue Anlaufstelle für kleine
Unternehmen bei der IHK

57

Freizeit und Tourismus

Optimistisch –
trotz der Krise

18





Segeln wird einen ähnlichen Wandel vollziehen wie das Golfen, ist Patricia Reulhe, Assistentin der Geschäftsleitung bei ULTRAMARIN Meichle + Mohr Marins, überzeugt.

Optimistisch trotz Krise

Ein schweres Krisenjahr liegt hinter der Tourismus- und Freizeitwirtschaft. Monatelange Schließungen und strenge Hygieneauflagen stellten eine große Herausforderung für viele Betriebe dar. Dennoch: Unsere Interviewpartner blicken optimistisch in die Zukunft. Inlandstourismus gewinnt an Wert, neue Altersgruppen und Special-Interest-Urlauber entdecken die Region. Anbieter, die sich darauf einstellen, können von dieser Entwicklung profitieren, ebenso wie die Bevölkerung. So birgt die Corona-Krise langfristig gedacht sogar eine Chance für die an Natur- und Kulturschätzen reich beschenkte Gegend zwischen Alb und Bodensee. Frischluft, Bewegungsfreiheit, naturnahe Erholung – diese Schlagworte werden auch über das Jahr 2021 hinaus begehrt bleiben.



In Kürze

Raus in die Natur – mit der neuen Geopark-Entdeckerkarte



Die neue Geopark-Entdeckerkarte stellt die Natur in den Mittelpunkt. Mit ihr kann man die Schwäbische Alb völlig neu entdecken und erleben: individuell, abseits von ausgetretenen Routen und mit einem geschärften Blick für die Geologie. Über Koordinaten auf dem Smartphone navigiert sie Besucher punktgenau zu über hundert Orten auf der Schwäbischen Alb. Unter den Stichworten „Geologie hautnah“ und „Geologisches Highlight“ findet man Höhlen, Fossilsammelstellen, außergewöhnliche Felsformationen, geheimnisvolle Täler und sehenswerte Geopoints mitten im Wald.

www.geopark-alb.de

Digitaler Gruppenplaner

Alle Informationen rund um das Thema Gruppenreisen in der Vierländerregion Bodensee gibt es auf der Website www.bodensee.eu/gruppen zum Nachlesen. Dort lassen sich spannende Ausflugsziele und Attraktionen zu jeder Jahreszeit entdecken. Zudem finden Interessierte sowohl detaillierte Übernachtungsangebote als auch eine Übersicht über die relevanten (Gruppen-)Hotels am Bodensee im neuen digitalen Gruppenplaner der Internationale Bodensee Tourismus GmbH.

www.bodensee.eu



FOTO: STEFFEN BUCHHEITZ

Um den Poolbereich des Campingplatzes im vergangenen Jahr unter Corona-Auflagen betreiben zu können, wurde das Dreifache an Personal benötigt, berichtet Elmar Thanner, Betriebsleiter von Alb-Camping Westerheim.

Raus aus dem Feinstaub, rauf auf die Alb! Dieser selbstbewusste Slogan zielt einen Flyer von Alb-Camping Westerheim. Die Idee dazu erhielt Betriebsleiter Elmar Thanner durch einige Stammgäste aus Stuttgart, die in dem Luftkurort endlich wieder zu Atem kamen. Nur eine bis eineinhalb Stunden von der Landeshauptstadt entfernt, nutzen viele Dauercamper die Lage, um freitagmorgens spontan loszufahren. Die sonnenverwöhnte Hügellage des Campingplatzes sei im nebeligen Ulmer Umland ebenfalls beliebt. „Bei uns betreten Sie eine eigene Welt, können Ihren Wagen stehen lassen, haben alles vor Ort“, betont Thanner – ob die Poolanlage mit drei Erlebnisbecken, die Adventure-Golf-Anlage, Supermarkt, Restaurant, E-Bike-Verleih, Tennisplatz oder Kinderbetreuung. Zudem gibt es in der näheren Umgebung viel zu entdecken, vom Kletterwald über die Sommerrodelbahn bis hin zu eiszeitlichen Höhlen. Daher betont Thanner: „Wir sind kein Durchreise-Campingplatz. 90 Prozent unserer Gäste sind Dauercamper.“ 2020 sei der Ansturm durch Corona besonders groß gewesen. „Was unsere Mitarbeiter da geleistet haben, war schon überragend.“ Um Platz zu schaffen, wurden zusätzliche Flächen des 20 Hektar großen Geländes auf der Kuppel eingegeben. Obwohl der Campingplatz nur eingeschränkt öffnen konnte, habe sich die Anzahl der Feriengäste um lediglich drei Prozent verringert, so Thanner. Eine Rückbesinnung auf Heimat?

Weitere Zahlen bestätigen dies: Die Aufrufe der Homepage des Schwäbische Alb Tourismus (SAT) sind 2020 um 150 Prozent in die Höhe geschossen. Zudem erhielten im vergangenen Jahr 46 Prozent mehr Wohnmobile in Deutschland eine Zulassung. Eine Entwicklung, die bereits vor Corona an Fahrt aufgenommen hatte. „Allein von 2017 auf 2018 haben wir einen Zuwachs von 20 Prozent an Gästen verzeichnet“, hält Elmar Thanner fest.

Glamping-Trend & solidarische Lösungen

Einen Grund dafür sieht er in dem Trend zum „Glamping“, sprich glamourösen Camping. „Die Wohnmobile werden immer größer, luxuriöser, komfortabler“, weiß der Betriebsleiter. Zum Glamping gehören auch Übernachtungsmöglichkeiten wie außergewöhnliche Mobile Homes. So bietet das Alb-Camping Westerheim die Möglichkeit, in luftigen Zeltlodges oder heimeligen Finkota-Holz-Schlafässern zu übernachten. Letztlich liege es ebenso am überzeugenden Hygienekonzept: Lösungen im Sanitärbereich, kontaktlose Hygienestationen, gekennzeichnete Mindestabstände, Maskenpflicht in Innenräumen – vieles sei mit hohem Mehraufwand verbunden: „Um den Poolbereich unter Corona-Auflagen betreiben zu können, haben wir das Dreifache an Personal benötigt.“ Eine Lösung, die den Betriebsleiter noch heute berührt: Dauercamper hatten sich als zusätzliche Arbeitskräfte angeboten. Die Kinderbetreuung wurde in mehrere Gruppen

aufgeteilt, Jugendliche und Fachpersonal aus der Region brachten sich hierbei ein. Allgemein gestalte sich das Zusammenspiel mit der Bevölkerung sehr angenehm. Das Restaurant werde mittlerweile auch stark von außerhalb frequentiert. „Wir bieten sogar einen eigenen Shuttle-Service, der die Einheimischen wieder nach Hause fährt“, berichtet Thanner.

Mittelmeer-Flair in der Region

Anderes Ambiente, ähnliche Nachfrage: Rund 150 Kilometer weiter südlich sind Liegeplätze für Segelboote heiß begehrt. Rund 1.500 gibt es davon im Hafen von Kressbronn-Göhen. Hier führt die ULTRAMARIN Meichle + Mohr Marina den größten Sportboothafen am Bodensee. „Liegeplätze sind am Bodensee rar. Wir können kaum anbauen, wegen der vielen Naturschutzgebiete. Dies ist auch gut so“, weiß Patricia Reuthe, Assistentin der Geschäftsleitung bei ULTRAMARIN. Zum einen macht dies den landschaftlichen Reiz des Bodensees aus, zum anderen liefert er Trinkwasser für rund 4,5 Millionen Menschen. Sein Schutz ist essenziell. Für die starke Nachfrage des Standorts hat Reuthe eine Erklärung: „Wir haben am Bodensee seit Jahren einen mediterranen Sommer.“ Mittelmeer-Flair nach nur zwei bis drei Stunden Autofahrt? Das wollen sich vor allem Städter aus Stuttgart, Ulm und München nicht entgehen lassen. Auch weil sich hier Wasser-, Rad- und Bergsport miteinander verbinden lassen.

„Die Krise hat die Digitalisierung der Branche beschleunigt.“

PATRICIA REUTHE, ASSISTENZ DER GESCHÄFTSLEITUNG, ULTRAMARIN MEICHLÉ + MOHR MARINA, KRESSBRONN

Weitere Besonderheit: Marinesport-Fans finden im ULTRAMARIN-Hafen alles an einem Ort – Boots- und Reparaturservice, einen Wassersport Shop auf mehr als 800 Quadratmetern, Segel- und Tauchschulen, Verleih von Stand Up Paddle Boards, Bootscharter, den Boots- und Yachthandel bis hin zu Gastronomiebetrieben und einem Hotel. Der Grund: „Ein Boot ist ein Eigentum, das gepflegt und gewartet werden muss. Da ist es praktisch, alles in nächster Nähe zu haben“, so Patricia Reuthe.

Neue Zielgruppen: vom Eliten- zum Trendsport

Wind im Haar, azurblaue Weite – Segeln verspricht Freiheit pur. Kein Wunder, dass insbesondere unter Corona die Nachfrage zugenommen hat. „Wo könnten Sie sicherer sein als auf Ihrer eigenen schwimmenden Insel?“, fragt Reuthe. Auch ansonsten sei der Yachthafen relativ gut durch die Krise gekommen, da nahezu alles angeboten werden konnte. Bis auf Einschränkungen im Sanitärbereich und eine verminderte Teilnehmerzahl bei Kursen und Chartertouren konnten sich Gäste am Hafen relativ frei bewegen. Dabei fiel auf, dass Chartertouren häufig von jüngeren Leuten gebucht würden. Reuthe ist sich sicher: „Segeln wird einen ähnlichen Wandel vollziehen wie das Golfen.“ Sprich: sich von einer eher wohlhabenden, älteren Zielgruppe zu einem Trendsport für alle Altersklassen entwickeln. Darauf hat sich ULTRAMARIN eingestellt: „Wir führen nun eine Bootsmarke, die durch junges, buntes Design auffällt und bereits für 45.000 Euro zu haben ist.“

Bei dem Ansturm gilt es, auch die Bedürfnisse der Einheimischen zu berücksichtigen. Von den 1.500 Liegeplätzen befinden sich 600 in der Hand von Vereinen, die zudem zwei Gastronomien am Hafen betreiben. ULTRAMARIN stellt 40, der gesamte Hafen rund 200 Arbeitsplätze. Die Einwohner werden auf Veranstaltungen wie dem Hafenfest miteinbezogen. Reuthe kann Corona sogar etwas Gutes abgewinnen: „Die Krise hat die Digitalisierung der Branche beschleunigt.“ Durch das Posten von tagesaktuellen Corona-Beschlüssen über Facebook & Co. konnten viele Anrufe gespart werden. Ob die Digitalisierung von Infopoints oder digital angebotene Führungen, vieles sei

Karriere macher.



LAURA S.

3 Jahre Ausbildung zur Kauffrau für Spedition und Logistikdienstleistung, danach Assistentin des Geschäftsführers Logistik. Anschließend Duales Studium BWL. Aktuell Projektmanagerin Logistik & berufsbegleitendes Master Studium.

GRIESHABER
Logistik

zupackend. wegweisend. zielsicher.

info@grieshaberlog.com

Tel. (+49) 0751 / 5001 0

www.grieshaberlog.com



möglich. „Wir hatten schon vor Corona auf Chips statt Schlüssel und weitere kontaktlose Verfahren gesetzt.“

Authentizität macht sich bezahlt

Die Öchsle-Bahn in Biberach-Warthausen ist zu einem touristischen Zugpferd in der Region geworden, das selbst Parlamentariern in Berlin ein Begriff ist. Viele Tagesausflügler stammen aus der Region, leidenschaftliche Bahnliebhaber sogar aus ganz Europa. Eine Erklärung: „Zwischen München und Schaffhausen gibt es keine weitere Museumsbahn“, so Geschäftsführer Andreas Albinger. Jedoch sei es noch wichtiger, dass die Schmalspurbahn mit originalen, seltenen und aufwendig restaurierten Loks und Wagen unterwegs sei – und dies zu 95 Prozent durch ehrenamtliche Arbeit. „Da stecken Herzblut und Enthusiasmus dahinter, das spüren die Gäste“, ist Albinger überzeugt. Zudem spiele das Thema Entschleunigung eine Rolle. Die 19 Kilometer von Warthausen nach Ochsenhausen werden in gemächlichen 70 Minuten zurückgelegt. Das Thema Zeitreise funktioniert also im doppeldeutigen Sinne. Ein Highlight ist die „Cabrio-Fahrt“ im offenen Sommerwagen, der einst für den Transport von Getreide, Vieh, Holz und Kohle genutzt wurde. Daneben sind vor allem Sonderfahrten wie die Mondscheinfahrt oder die kulinarische Reise sehr begehrt. Dabei kommt es zur Vernetzung von Bahn, Stadt und dem Kloster Ochsenhausen. Bei der Buchung können zum Beispiel Kräuterführungen im Klostergarten oder Besichtigungen sowie geführte Wanderungen hinzugebucht werden, ebenso wird die lokale

„Für eine Region, die etwas im Windschatten von Alb und Bodensee steht, sind touristische Verknüpfungen wichtig.“

ANDREAS ALBINGER, GESCHÄFTSFÜHRER DER ÖCHSLE-BAHN, WARTHHAUSEN

Gastronomie eingebunden. „Für eine Region, die etwas im Windschatten von Alb und Bodensee steht, sind touristische Verknüpfungen wichtig“, weiß Albinger. Die Öchsle-Bahn fährt auch während des Biberacher Schützenfests, beim nicht minder bekannten Öchsle-Fest agieren wiederum regionale Vereine und Anbieter. Sogar einen eigenen Öchsle-Radweg gibt es mittlerweile, Fahrräder und Rollstühle können in der Bahn mittransportiert werden. Durch Corona erfährt auch die Museumsbahn Einschränkungen, insbesondere die Fahrtage

für Busreisen wurden im letzten Jahr praktisch gestrichen. „Zum Glück haben wir uns eher auf Familien fokussiert, das macht sich nun bezahlt“, sagt der Geschäftsführer. Auch das Hygienekonzept habe sich bewährt: „Unter den 15.000 Gästen, die wir letztes Jahr transportiert haben, hat es nicht eine Infektion gegeben.“ Statt bis zu 500 Personen fahren nur noch bis zu 300 Gäste mit. Dafür profitiert die Bahn von einer liquiden Liebhaberszene. Die Rede ist von Fotofahrten für die Fans historischer Züge: Einen ganzen Tag lang mieten die Teilnehmer einen Zug, begleiten die technischen Handgriffe ab dem morgendlichen Anfeuern, machen Halt an besonders pittoresken Winkeln, um Fotos zu schießen. „Wir haben darunter Gäste aus Norwegen, England, Portugal, sogar in Japan sind wir bekannt“, freut sich Albinger. Der älteste Wagen stammt aus dem Jahr 1891, zudem ist die Öchsle-Bahn die einzige noch verbliebene Schmalspurbahn in Schwaben, die den regionalhistorischen Kontext dieser Bauweise verkörpert. Grund genug für ambitionierte Ziele: „Wir wollen künftig mindestens 50.000 Gäste pro Jahr transportieren und mit unserer Dampflok klimaneutral unterwegs sein.“

Schönes aus neuen Blickwinkeln betrachten

Eine weitere Special-Interest-Gruppe wird dieses Jahr am Bodensee ihre helle Freude haben: Gartenliebhaber. Mit der Landesgartenschau in Überlingen und der Gartenschau in Lindau locken gleich zwei große Veranstaltungen. Damit nicht genug. Das im Jahr 2013 als Verein gegründete Netzwerk der Bodenseegärten hat dies zum Anlass genommen, um zusätzliche Adressen ins Boot zu holen. Ergebnis: 16 Partner aus vier Bodensee-Ländern öffnen ihre Pforten. Schwimmende Garteninseln, Kulturbühnen auf dem Wasser, blühende Uferpromenaden sowie die Gartenanlagen von Schlössern, Klöstern und weiteren Einrichtungen sollen bis Ende Oktober für Borale Hochstimmung sorgen. „Wir wollen, dass die Gäste ihre touristische Brille abnehmen und den Bodensee aus neuer Perspektive als Natur- und Gartenlandschaft entdecken“, fasst Dominik Gögel die Intension zusammen. Der ehrenamtlich geschäftsführende Präsident der Bodenseegärten und Direktor des Napoleonmuseums Arenenberg betont: „Von der Steinzeit über Antike, Mittelalter, Renaissance- und Barockgärten bis hin zu den Einflüssen unter Napoleon blicken wir auf eine lange Tradition zurück.“ Dadurch lassen sich alle Vegetationsperioden und Stilrichtungen auf relativ komprimiertem Raum darstellen. Dieses Alleinstellungsmerkmal soll nun vermehrt in die Öffentlichkeit ge-



Andreas Albinger, Geschäftsführer der Öchsle-Bahn, ist davon überzeugt, dass die Gäste das Herzblut und den Enthusiasmus der vorwiegend ehrenamtlichen Mitarbeiter spüren.

FOTO: HILGER/AB-BILDSTUDIO 01/21



BILD: KIMBERLY THORNTON/SHUTTERSTOCK

Die Gäste sollen den Bodensee aus neuer Perspektive als Natur- und Gartenlandschaft entdecken, sagt Dominik Gügel, geschäftsführender Präsident der BodenseeGärten.

bracht werden. Zudem sollen die außergewöhnlichen Angebote eine gehobene Klientel ansprechen.

Wirtschaftlicher Innovationschub durch BodenseeGärten

Das Gartenjahr bildet den Anstoß für das Langzeitprojekt. „Wir versprechen uns durch die BodenseeGärten einen wirtschaftlichen Schub für die ganze Region“, sagt Gügel. Das betrifft nicht nur die 60.000 touristischen Arbeitsplätze in der Bodensee-Region. Es gehe um Synergien. So verbinden sich die BodenseeGärten mit Museen und weiteren Kulturträgern. Auch Industrie und Handwerk sollen einbezogen werden: „Es gibt viele Firmen, die das Gartenthema als Chance begreifen können.“ Beispiel: Ein Uhrenmacher im Tessin stellt spezielle Uhren für italienische Outdoor-Gärten her. Unternehmen sollen angeregt werden, Grünflächen als Erholungsareale für Mitarbeiter zu implementieren, und Gemeinden, zusätzliche Grünflächen zu schaffen. Gügel träumt von dem französischen Vorbild der Villes et Villages Fleuris, in denen Städte mit Plaketten wie der „Goldenen Blume“ ausgezeichnet werden. Ein weiteres Instrument, um sich touristisch zu profilieren.

Dieser Effekt strahle bis weit ins Hinterland hinein, wo weitere Gärten entlang der Oberschwäbischen Barockstraße

auf Entdeckung warten, Gartenbau- und Zulieferbetriebe auf Aufträge hoffen dürfen. Dörfer können ihre Bauerngärten wiederbeleben oder neu gestalten, um zum Bildungsauftrag „Natur im Garten“ beizutragen. Letztendlich steigt die Lebensqualität aller Bewohner durch zusätzliche Ruheoasen. Im Zuge der Landesgartenschau in Überlingen wurden neue Uferbereiche durch Stege zugänglich gemacht. Einige Gärten, die sich bislang in privater Hand befanden, werden künftig für die Allgemeinheit offenstehen.

„Mit dem Thema Gärten verbinden wir die Themen Umweltschutz, Biodiversität, Kultur und Tourismus miteinander“, so Gügel. Sanfter Tourismus werde auch in Zukunft an Bedeutung gewinnen, nicht nur aus Klimaaspekten. „Menschen fühlen sich insbesondere seit Corona in der Natur viel sicherer und erholt.“ In diesem Punkt sind die Tourismus- und Freizeitdestinationen zwischen Alb, Oberschwaben und Bodensee bestens aufgestellt. Für die betroffenen Anbieter ist optimistisches Durchhalten angesagt. Die Region trifft schon heute den Zeitgeist der Zukunft, der aber vielleicht erst morgen wieder ausgelebt werden kann.

Diana Wieser ist Inhaberin von adWORDising. Journalismus & Werbetext, Ulm



Deutschlands bester Immobilienmakler

DAHLE & COMPANY wird auch 2021 - und damit zum 4. Mal in Folge - vom Deutschen Institut für Service-Qualität zu Deutschlands bestem Makler gekürt.

Wir stehen Ihnen mit einem vielfältigen Beratungsangebot sowie mit profundem Fachwissen beim Kauf oder Verkauf Ihrer Immobilien zur Seite.

*Ich freue mich auf Sie!
Ihr Erhard Sepp*



DAHLE & COMPANY Ulm
E. Sepp Immobilien e.K.
Tel. 0731.79 03 21 80
ulm@dahlercompany.de
www.dahlercompany.com/ulm

DAHLE & COMPANY
IMMOBILIEN