



Zusammenfassender Abschlussbericht

Projekt „E-mobilisierung der Deutschen Alpenstraße“

Projektphase 2

April 2020 – Mai 2022

Bayerischer Fernwege e.V.
Miesbach, 22.7.2022

Gefördert durch



Bayerisches Staatsministerium für
Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie

Inhaltsverzeichnis

1.	Einleitung.....	6
2.	Die Handlungsfelder der e-mobilen Deutschen Alpenstraße.....	6
2.1	Vernetzung, Wissenstransfer und Wissensmanagement.....	7
2.1.1.	Austausch der Akteure von Tourismus und Elektromobilität	7
2.1.2.	E-Sprechstunden als Wissensplattform.....	8
2.1.3.	Informationsbroschüre „Elektromobilität im Tourismus“	11
2.1.4.	Projektseite mit Downloadfunktion	12
2.2	Verdichtung der Ladeinfrastruktur.....	13
2.3	Sharing/ Verleih von E-Fahrzeugen	14
2.4	Entwicklung eines buchbaren Leitproduktes	16
2.4.1.	Schulung des stationären Reisevertriebs via Dertour	17
2.4.2.	Dertour Intranet Kampagne und Expedienten-Facebook Posting	19
2.4.3.	Entwicklung und Vermarktung von zwei buchbaren Reiserouten	20
2.4.4.	Exklusive Gestaltung Katalogseiten des Dertour-Katalogs.....	22
2.5	Kommunikation, Kampagnen & PR	23
2.5.1.	Fotoshooting.....	23
2.5.2.	Informationsbereitstellung auf der Webseite der Deutschen Alpenstraße.....	24
2.5.3.	Einbindung des Projektes in die allgemeine Kommunikation der Deutschen Alpenstraße	26
2.5.4.	Flyer „Elektrisch unterwegs auf der Deutschen Alpenstraße“	28
2.5.5.	Cirrantic: Service und erhöhte Sichtbarkeit im Ladeatlas Bayern	29
2.5.6.	E-mobilhotels: Sichtbarkeit auf der Plattform für e-mobil ausgestattete Hotels	30
2.5.7.	Ecocamping: Roadshow auf der Deutschen Alpenstraße.....	33
2.5.8.	Gemeinschaftsstand mit Bayern Innovativ: IAA Mobility.....	34
2.5.9.	Wanderausstellung mit Bayern Innovativ	35
2.5.10.	Podcast mit Bayern Innovativ.....	36
2.5.11.	Pressearbeit mit Wilde und Partner	37

3.	Projektmanagement.....	39
3.1	Projektkoordination.....	39
3.2	Fachliche Unterstützung der Projektarbeit	39
3.3	Projekt-Kommunikation	40
4.	Evaluation	41
4.1	Die Landkreise der Befragten	41
4.2	Anlässlich des Projektes genutzte Angebote.....	42
4.3	Kommunikation und Wahrnehmung der Angebote.....	43
4.4	Wichtigkeit der entwickelten Services, Produkte und Programme	43
4.5	Veränderung der Elektromobilität bei den Befragten in den letzten drei Jahren.....	44
4.6	Elektromobilität aus Sicht der Gäste der Befragten	45
4.7	Anteil der Gäste, die aktuell bereits mit E-Fahrzeugen kommen.....	45
4.8	Verhältnis von Parkplätzen mit und ohne Ladepunkten	46
4.9	Anzahl der Befragten, die in eigene Ladeinfrastruktur investierten	47
4.10	Zielgruppen der derzeit zur Verfügung gestellten Ladepunkte.....	47
4.11	Kommunikation der Ladepunkte – Chance auf Optimierung!	48
4.12	Weitere Chance auf Optimierung: Carsharing/Verleih	48
5.	Schlussbemerkungen.....	49
5.1	Resümee	49
5.2	Die sieben wichtigsten Lerneffekte aus dem Projekt.....	49
6.	Impressum	53

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Die Projekt-Handlungsfelder der e-mobilen Deutschen Alpenstraße	6
Abbildung 2: Einladungslink zu den E-Sprechstunden	8
Abbildung 3: Startbildschirm der digitalen E-Sprechstunden	8
Abbildung 4: Deckblatt der Informations-broschüre "Elektromobilität im Tourismus"	11
Abbildung 5: Auszüge aus der Informationsbroschüre "Elektromobilität im Tourismus"	11
Abbildung 6: Screenshots der Projektwebseite mit B2B spezifischen Informationen	12
Abbildung 7: Förderprogramme zur Elektromobilität - Übersicht auf der Webseite von Bayern Innovativ	13
Abbildung 8: Das Team der e-mobilen Deutschen Alpenstraße bei Greenstorm	14
Abbildung 9: Das Sharingangebot von Justexplore	15
Abbildung 10: Der E-Alois im Naturpark Ammergauer Alpen	15
Abbildung 11: Das Logo der Veranstaltermarke Dertour	16
Abbildung 12: Das Modul der e-mobilen Deutschen Alpenstraße im DER Campus e-Learningprogramm	17
Abbildung 13: Die Inhalte des DER Campus e-Learningprogramms als Download-Paket	18
Abbildung 14: Das Dertour Intranet-Banner	19
Abbildung 15: Das Dertour Intranet Facebook Posting	19
Abbildung 16: Dertour Autorundreise I - 8 Tage von Scheidegg bis Berchtesgaden	20
Abbildung 17: Dertour Autorundreise II - 5 Tage von Füssen bis Schliersee/Spitzingsee	21
Abbildung 18: Die beiden Innenseiten des Dertour Katalogs mit den zwei Reiserouten	22
Abbildung 19: Die Titelseite und Umschlagrückseite des Dertour Katalogs	22
Abbildung 20: "E-mobiles" Fotomaterial, downzuloaden auf der Webseite der Deutschen Alpenstraße	23
Abbildung 21: Die Eingangsseite zur Elektromobilität	24
Abbildung 22: Anreisemöglichkeiten per ÖPNV	24
Abbildung 23: Möglichkeiten der Anmietung von Elektrofahrzeugen	25
Abbildung 24: Auflistung der Hotels mit Ladeinfrastruktur	25
Abbildung 25: E-Reisen Pauschalen und Reiseideen	25
Abbildung 26: Nachhaltige Freizeitideen	25
Abbildung 27: Die Einbindung des Projektes im Tourbuch der Deutschen Alpenstraße	26
Abbildung 28: Einbindung der Elektromobilität auf der Routenkarte der Deutschen Alpenstraße	27
Abbildung 29: Die Anzeigengestaltung inkl. Elektromobilität für die Reisemagazine von BUNTE und ADAC	27
Abbildung 30: Der Flyer "Elektrisch unterwegs auf der Deutschen Alpenstraße"	28
Abbildung 31: Die Innenseite des Flyers „Elektrisch unterwegs auf der Deutschen Alpenstraße“	28
Abbildung 32: Der Ladeatlas Bayern	29
Abbildung 33: Die Einbettung des Ladeatlas auf der Webseite der Deutschen Alpenstraße	29
Abbildung 34: Das Logo der Deutschen Alpenstraße im Ladeatlas Bayern	29
Abbildung 35: Die Deutsche Alpenstraße auf E-mobilhotels	30
Abbildung 36: Facebook-Post von E-mobilhotels mit Erwähnung der Deutschen Alpenstraße	30
Abbildung 37: Auszug aus der Pressemitteilung von E-mobilhotels, versandt am 28.8.2021	31
Abbildung 38: Kennzeichnung der Partnerbetriebe der Dt. Alpenstraße auf der Plattform E-mobilhotels	31
Abbildung 39: Kennzeichnung der Partnerbetriebe von E-mobilhotels auf der Webseite der Dt. Alpenstraße	32
Abbildung 40: Das Projektteam der Ecocamping Roadshow auf der Deutschen Alpenstraße	33

Abbildung 41: Projektleiterin Tanja Brunnhuber auf der Ecocamping Roadshow-Pressekonferenz.....	33
Abbildung 42: Die e-mobile Deutsche Alpenstraße auf der IAA Mobility.....	34
Abbildung 43: Bernhard Joachim und Franz Reil während der ADAC Rallye auf der IAA Mobility.....	34
Abbildung 44: Die gedruckte Postkarte zur Wanderausstellung inkl. Einbindung der Deutschen Alpenstraße...	35
Abbildung 45: Die Wanderausstellung auf ihrer Premiere während der IAA Mobility.....	35
Abbildung 46: Der Podcast von Bayern Innovativ: Alpenstraßen unter Strom.....	36
Abbildung 47: Facebook-Post zur Podcast-Episode	36
Abbildung 48: Angebotseinholung für die Pressearbeit.....	37
Abbildung 49: Die Pressemitteilungen zur e-mobilen Deutschen Alpenstraße - zwei Beispiele	37
Abbildung 50: Die Radiokampagne mit Radio Charivari während der IAA Mobility.....	37
Abbildung 51: Die e-mobile Deutsche Alpenstraße auf www.touremo.de	38
Abbildung 52: Die Landkreise der Teilnehmer des Fragebogens	41
Abbildung 53: Kenntnis und Nutzung der Projektangebote	42
Abbildung 54: Die wichtigsten Kommunikationskanäle des Projektes	43
Abbildung 55: Die Relevanz der angebotenen Services, Produkte und Programme des Projektes.....	43
Abbildung 56: Die Veränderung der Elektromobilität in den letzten drei Jahren.....	44
Abbildung 57: Die Elektromobilität aus Sicht der Gäste	45
Abbildung 58: Anteil der Gäste mit E-Fahrzeugen	45
Abbildung 59: Verhältnis von Parkplätzen mit und ohne Ladepunkte.....	46
Abbildung 60: Anzahl der Investitionen in eigene Ladeinfrastruktur	47
Abbildung 61: Zielgruppen der bereitgestellten Ladeinfrastrukturen	47
Abbildung 62: Kommunikation der Ladepunkte	48

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Übersicht der Inhalte der E-Sprechstunden	10
Tabelle 2: Die Journalistenreisen während der Projektlaufzeit	38

1. Einleitung

Große Traumrouten spielen weltweit eine wichtige touristische Rolle. In Deutschland gibt es rund 140 touristische Routen. Nur wenige schaffen es, so bekannt und beliebt wie die Deutsche Alpenstraße zu werden. Die Deutsche Alpenstraße wurde als erste Ferienstraße Deutschlands bereits 1927 konzipiert und in den 30er Jahren dann realisiert. Bis heute verbindet sie die Schönheiten des Bayerischen Alpenraums mit einzigartigen Naturkulissen, Fernblicken und Kulturschätze im Allgäu und in Oberbayern auf 484 Kilometern zwischen Bodensee und Königssee. Das Ziel des vom Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie geförderten Projektes „E-mobilisierung der Deutschen Alpenstraße“ war, eine etablierte und beliebte Tourismusroute von europäischem Rang in die Zukunft führen. Der Projektansatz betrachtet nicht nur die Erreichbarkeit der Destinationen im Rahmen einer umweltschonenden und verkehrsverträglichen An- und Abreise, sondern integriert auch nachhaltige Mobilitätsoptionen für die Gäste vor Ort. Die E-mobile Deutsche Alpenstraße zeigt, wie das Thema E-Mobilität im Tourismus umgesetzt werden kann.

Mit der in diesem Bericht dargestellten zweiten Projektphase wurden die Ergebnisse aus der Umsetzungsstudie und ersten Phase (siehe dazu separater Bericht) weiterentwickelt. Aufgrund der hohen Komplexität des Projektes sowie der zu Beginn der Projektlaufzeit einsetzenden Corona-Pandemie konnten jedoch einzelne geplante Aktivitäten nicht in dem Umfang realisiert werden wie ursprünglich geplant. Nachfolgend gehen wir auf alle entwickelten Maßnahmen und Projektergebnisse ausführlich ein und sprechen Handlungsempfehlungen für die zukünftige weitere Entwicklung der E-mobilen Deutschen Alpenstraße aus.

2. Die Handlungsfelder der e-mobilen Deutschen Alpenstraße

Die Umsetzung erfolgt durch Maßnahmen in fünf Handlungsfeldern, welche sich durchgängig am übergreifenden Markenprofil der Deutsche Alpenstraße orientieren und kommuniziert werden:



Abbildung 1: Die Projekt-Handlungsfelder der e-mobilen Deutschen Alpenstraße

Aufgrund der starken Innovationskraft des Projektes haben wir in einer Vielzahl der folgenden Maßnahmen unsere Kräfte mit Experten und etablierten Institutionen aus dem Bereich der Elektromobilität gebündelt. Insbesondere die Kooperation mit der vom Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie ebenfalls geförderten Kompetenzstelle Elektromobilität bei Bayern Innovativ war sehr fruchtbar. Nachfolgend werden die einzelnen Projekt-Handlungsfelder und Ergebnisse ausführlich dargestellt.

2.1 Vernetzung, Wissenstransfer und Wissensmanagement

Vorrangiges Ziel aller B2B Maßnahmen war, das Fachpublikum der touristischen Akteure wie Destinationen, Gastronomie, Hotels, Tourismusbetriebe und alle weiteren Ausflugsangebote für die Elektromobilität zu begeistern, e-mobil „fit“ zu machen und beim Einstieg zu unterstützen.

2.1.1. Austausch der Akteure von Tourismus und Elektromobilität

Das Projekt hat eine bis dahin vorliegende kommunikative, infrastrukturelle und organisatorische Lücke geschlossen, indem es sämtliche Akteure von Tourismus und Elektromobilität in Verbindung miteinander gebracht hat. Dies waren u.a. individuelle Fachgespräche, um den jeweiligen e-mobilen Stand der Tourismusregionen entlang der Deutschen Alpenstraße zu eruieren und diese auch gegenseitig zum Thema miteinander zu vernetzen. Weiterhin wurde intensiv nach Playern der Elektromobilität recherchiert und diese nach deren Einfluss und Mehrwert für die e-mobile Deutsche Alpenstraße sondiert. Dies waren u.a. die Energieversorger der jeweiligen Landkreise, übergeordnete Institutionen wie z.B. die Energiewende Oberland, Beratungsfirmen wie u.a. Touremo und AA Mobility GmbH sowie sämtliche Referenten der E-Sprechstunden, aber auch Anbieter wie Cirrantic, welche den Ladeatlas Bayern verantworten und mit der e-mobilen Deutschen Alpenstraße als Kooperationsprojekt dessen Einbettung auf der Webseite der Deutschen Alpenstraße umgesetzt haben (siehe [Cirrantic: Service und erhöhte Sichtbarkeit im Ladeatlas Bayern](#)). Auch die Akteure des vom Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie geförderte parallellaufenden Projektes „Ecocamping“ wurden identifiziert und soweit möglich in gemeinsamen Aktivitäten als Partner involviert, z.B. Teilnahme an Roadshow oder der Gemeinschaftsstand auf der IAA Mobility – siehe [IAA Mobility](#).

Weiterhin wurde während des gesamten Projektes die bestehende Arbeitsgruppe regelmäßig informiert und in alle relevanten Entscheidungen involviert. Die Arbeitsgruppe bestand aus den gleichen Vertretern wie in der ersten Projektphase und hielten unter der Leitung von Tanja Brunnhuber regelmäßige Arbeitstreffen ab. Die Vertreter und Vertreterinnen waren:

- Bernhard Joachim, Tourismusverband Allgäu-Schwaben e.V.
- Oswald Pehel, Tourismus Oberbayern München e.V.
- Stefan Fredlmeier, Füssen Tourismus und Marketing, Anstalt des öffentlichen Rechts der Stadt Füssen
- Brita Hohenreiter, Referat für Tourismus und Kultur der Stadt Bad Tölz
- Miriam Hördegen, ADAC Südbayern e.V.
- Marion Appold, Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie
- Dr. Konrad Himmel, Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie
- Franz Reil, Bayerische Fernwege e.V.
- Tanja Brunnhuber, destination to market

2.1.2. E-Sprechstunden als Wissensplattform

Die E-Sprechstunden waren ein von der Projektleitung initiiertes und entwickeltes Format, welches zwischen Januar und Dezember 2021 einmal monatlich als kostenfreie Online-Veranstaltung angeboten wurde. Teilnehmerkreis waren Touristiker aus dem Einzugsgebiet der Deutschen Alpenstraße, aber auch darüber hinaus. Die Teilnehmerzahl betrug im Durchschnitt ca. 40 Personen.

Für das Format der E-Sprechstunden hat der Bayerische Fernwege e.V. die Kompetenzstelle Elektromobilität von Bayern Innovativ als Partner gewinnen können. Aufgrund der jeweiligen Spezialisierung beider Institutionen konnten wertvolle Synergien hergestellt und interessante Referenten für die E-Sprechstunden gewonnen werden.

Insgesamt fanden 8 E-Sprechstunden mit unterschiedlichen Expertenbeiträgen und Referenten statt. Konzipiert, moderiert und umgesetzt wurden die E-Sprechstunden von der Projektleiterin Tanja Brunnhuber.

Für die E-Sprechstunden wurde ein eigener Newsletter initiiert, welcher an den gesamten Verteiler des Bayerischen Fernwege e.V. und an Interessierte versendet wurde. Als digitale Plattform wurde die Konferenz-Software „Zoom“ verwendet.



Abbildung 2: Einladungslink zu den E-Sprechstunden



Abbildung 3: Startbildschirm der digitalen E-Sprechstunden

Das Ziel der E-Sprechstunden war es, das Bewusstsein und Wissen zur Elektromobilität unter den touristischen Partnern der Deutschen Alpenstraße und darüber hinaus anzukurbeln. Durch die Bereitstellung von Informationen soll der Einstieg in die Elektromobilität erleichtert werden und durch die angebotene Vernetzung ein Austausch zwischen Touristikern und Akteuren der Elektromobilität herbeigeführt werden.

Durch die E-Sprechstunden konnte von gegenseitigem Wissen profitiert und mit dem gewonnenen Know-How der Einstieg in die Elektromobilität erleichtert werden. Das Format erfreute sich starker Beliebtheit und wurde während der Projektlaufzeit von unseren Partner-Institutionen in ähnlicher Form aufgegriffen. Sowohl die IHK Schwaben als auch Bayern Innovativ werden die Online-Sprechstunden weiterhin für verschiedene Teilnehmergruppen anbieten. Download aller Präsentationen: [Link](#)

Das waren die Themen der E-Sprechstunden:

Januar 2021: Basisinformationen zu Elektromobilität im Tourismus

Referenten:

- Dr. Guido Weissmann, Kompetenzstelle Elektromobilität, Bayern Innovativ
- Peter Grett, Touremo

Das Thema für heute, 29.1.2021:
 Elektromobilität im Tourismus:
 Wie fange ich an?
 Welche Förderungen gibt es?

Unsere Experten:
 Dr. Guido Weißmann, Bayern Innovativ GmbH
 Peter Grett, Touremo

Moderation: Tanja Brunnhuber, Projektleiterin „E-Mobilisierung der Deutschen Alpenstraße“

bayern innovativ

Das Thema für heute, 26.2.2021:
 Elektromobilität im Tourismus:
 Förderungen für emobile Infrastrukturen und Fahrzeuge

Unsere Experten:
 Lisa Mildenerger, Nationale Leitstelle Ladeinfrastruktur c/o NOW GmbH, Berlin
 Dr. Guido Weißmann, Kompetenzstelle Elektromobilität Bayern, Nürnberg
 Ali Ayhan, AA Mobility GmbH, Kufstein (AT)

Moderation: Tanja Brunnhuber, Projektleiterin „E-Mobilisierung der Deutschen Alpenstraße“

bayern innovativ mobile Deutsche Alpenstraße - Februar 2021

Februar 2021: Fördermöglichkeiten im Überblick

Referenten:

- Lisa Mildenerger, Nationale Leitstelle Ladeinfrastruktur c/o NOW GmbH, Berlin
- Dr. Guido Weissmann, Kompetenzstelle Elektromobilität, Bayern Innovativ
- Ali Ayhan, AA Mobility GmbH, Kufstein (AT)

März: Gemeinschaftsveranstaltung mit der IHK Schwaben: Basisinfos für Touristiker

Referenten:

- Ulrike Weber, IHK Schwaben
- Andreas Eggensberger, Biohotel Eggensberger
- Dr. Guido Weißmann, Bayern Innovativ GmbH
- Peter Grett, Touremo

Das Thema für heute, 26.3.2021:
 Basis-Infos zur E-Mobilität für touristische Leistungsträger

Unsere Partner und Experten:
 Ulrike Weber, IHK Schwaben
 Andreas Eggensberger, Biohotel Eggensberger
 Dr. Guido Weißmann, Bayern Innovativ GmbH
 Peter Grett, Touremo Consult & Research

Moderation: Tanja Brunnhuber, Projektleiterin „E-Mobilisierung der Deutschen Alpenstraße“

bayern innovativ IHK Schwaben

Das Thema für heute, 30.4.2021:
 Ladeinfrastruktur, Technik und Recht: Was müssen touristische Leistungsträger wissen?

Unsere Partner und Experten:
 Fedja Bikic, GP Joule Connect GmbH
 Werner Köstle, Touremo Consult & Research

Moderation: Tanja Brunnhuber, Projektleiterin „E-Mobilisierung der Deutschen Alpenstraße“
 Fragen/Chat: Dr. Guido Weißmann, Bayern Innovativ GmbH

bayern innovativ E-Sprechstunde Deutsche Alpenstraße - 04/2021

April: Ladeinfrastruktur, Technik und Rechtliches

Referenten:

- Fedja Bikic, GP Joule Connect GmbH
- Werner Köstle, Touremo

Juni: Zukunftsfähige Konzepte für Tourismusregionen und Kommunen

Referenten:

- Ursula Kloé, JU-KNOW GmbH
- Prof. Dr. Klaus Bogenberger, TU München

Das Thema für heute, 25.6.2021:
Wie gelingt die Erstellung und Umsetzung von Konzepten zur Elektromobilität in Kommunen und im Tourismus?

Unsere Impulsgeber und Referenten:
Ursula Kloé, JU-KNOW GmbH
Prof. Dr. Klaus Bogenberger, TU München

Zusammenfassende Worte von Dr. Guido Weissmann, Bayern Innovativ GmbH
Moderation: Tanja Brunnhuber, Projektleiterin „E-Mobilisierung der Deutschen Alpenstraße“

bayern innovativ E-Sprechstunde Deutsche Alpenstraße - 05/2021

Das Thema für heute, 23.7.2021:
Wie emobile Angebote Tourismusbetriebe sichtbar machen und zur Positionierung beitragen

Unsere Impulsgeber und Referenten:

- Tanja Brunnhuber, destination to market
- Dr. Axel Sprenger, UScale GmbH
- Thomas Ammer, Emobilhotels

Moderation: Dr. Guido Weissmann, Bayern Innovativ GmbH

Juli: Sichtbar werden und sich positionieren durch emobile Angebote

Referenten:

- Tanja Brunnhuber, destination to market
- Dr. Axel Sprenger, UScale GmbH
- Thomas Ammer, E-mobilhotels

Oktober: Das neue Förderprogramm für Ladepunkte

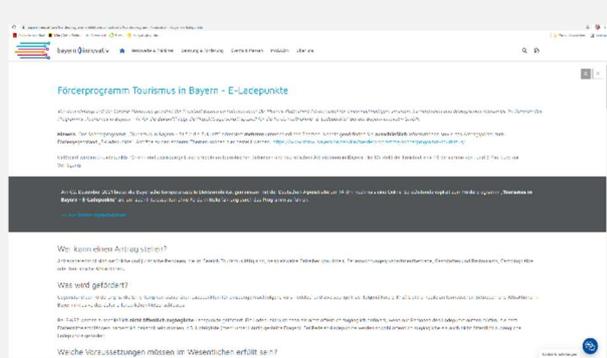
Referent: Dr. Guido Weissmann, Kompetenzstelle Elektromobilität, Bayern Innovativ

Das Thema der E-Sprechstunde vom 28.10.2021:
Fragestunde zum Förderprogramm für touristische Klein- und Kleinstbetriebe: [Sonderförderprogramm Tourismus in Bayern – fit für die Zukunft](#)

Die Experten von der Kompetenzstelle Elektromobilität von Bayern Innovativ:
Bastian Ritter
Dr. Guido Weissmann

Moderation: Tanja Brunnhuber, Projektleitung Emobile Deutsche Alpenstraße

bayern innovativ E-Sprechstunde Deutsche Alpenstraße - 10/2021



Dezember: Teilnahme mit Wiederholung der Präsentation vom Oktober an der Wiederholungsveranstaltung:

Das neue Förderprogramm für Ladepunkte
Referent: Bastian Ritter, Kompetenzstelle Elektromobilität, Bayern Innovativ

Tabelle 1: Übersicht der Inhalte der E-Sprechstunden

2.1.3. Informationsbroschüre „Elektromobilität im Tourismus“

Während des Austauschs mit den beteiligten Tourismusregionen, Hotels und sonstigen touristischen Leistungspartnern wurde deutlich erkennbar, dass bis dato kein Nachschlagwerk oder sonstiges Informationsmedium zur Elektromobilität im Tourismus vorlag. Dieses Informationsdefizit haben wir durch die Erstellung einer Informationsbroschüre geschlossen. In Zusammenarbeit mit Touremo und Bayern Innovativ sind auf 28 Seiten praxisnahe und verständlich formulierte Basisinformationen für Einsteiger, wertvolle Handlungsempfehlungen und Best Practices sowie ein umfangreiches Glossar und Kontakte für die weitere Fortführung der touristischen Elektromobilität entstanden.

Ein Auszug aus den Inhalten:

- Warum Elektromobilität wichtig ist
- Ladebetriebsarten und Typen von Ladeanlagen
- Smartes Laden im Hotel
- Kostenrahmen für Ladeinfrastruktur und Fahrzeuge
- Fördermöglichkeiten inkl. Links zu sich aktualisierenden Seiten
- E-Auto-Vermietung und Rechtliches zu Fahrzeugen
- Tipps für Marketing und Positionierung; Best Practices
- Übersicht Förderung und Hilfen
- FAQs

Die Broschüre ist im B2B Bereich der Webseite der Deutschen Alpenstraße hochgeladen und kann dort online gelesen werden: [Link](#). Gedruckt ist sie in der Geschäftsstelle des Bayerischen Fernwege e.V. / Sparte Deutsche Alpenstraße kostenfrei bestellbar.



Abbildung 4: Deckblatt der Informationsbroschüre "Elektromobilität im Tourismus"



Abbildung 5: Auszüge aus der Informationsbroschüre "Elektromobilität im Tourismus"

2.1.4. Projektseite mit Downloadfunktion

Anlässlich des Projektes wurde auf der Webseite der Deutschen Alpenstraße ein elektromobiler B2B-Bereich für touristisches Fachpublikum und Interessierte eingerichtet und mit Inhalten bestückt. Auf dieser Seite wird das Projekt der E-mobilisierung der Deutschen Alpenstraße vorgestellt und Downloads zu den entwickelten Broschüren sowie erzielten Ergebnisse und Links zu Best Practices dargestellt. Auf der Seite findet sich auch die Möglichkeit zum Download aller Präsentationen aus den E-Sprechstunden sowie eine weitere Verlinkung zum Serviceteil für die Presse und Reisebranche.



Abbildung 6: Screenshots der Projektwebseite mit B2B spezifischen Informationen

2.2 Verdichtung der Ladeinfrastruktur

Aufgrund der Auslegung des Projektes stand eine aktive, umsetzende und vom Bayerischen Fernwege e.V. eigenverantwortliche Errichtung von Ladepunkten zur Verdichtung von Ladeinfrastruktur nicht im Fokus. Allerdings wurden alle verfügbaren Ressourcen, Kontakte aus dem Netzwerk und Kapazitäten genutzt, um den beteiligten Tourismusregionen und Hotelbetrieben bei der Errichtung von Ladeinfrastruktur unterstützend beiseitezustehen. U.a. wurde dies durch die Vorstellung von einschlägigen Experten und Fachleuten in den E-Sprechstunden erzielt, durch die Erklärung aktueller Förderprogramme, aber auch durch den persönlichen Kontakt und intensive Betreuung für Umsetzungspläne von Destinationen und Hotels.

Während der Projektlaufzeit ist das Förderprogramm (Link zur Pressemitteilung [Förderprogramm](#) und [Förderrichtlinie](#)) von Ladepunkten für touristische Betriebe entstanden, auf deren Inhalt das Projektmanagement gemeinsam mit Bayern Innovativ maßgeblichen Einfluss nehmen konnte und welches seit Ende 2021 in der Umsetzung ist. Die Projekt-Evaluation am Ende des Berichts zeigt die wesentlichen Ergebnisse. Eine der wichtigsten Erkenntnisse: Durch das gemeinschaftlich entwickelte und gestaltete Förderprogramm hat sich die e-mobile Ladeinfrastruktur entlang der Deutschen Alpenstraße ausgeweitet.

Durch die produktive und konstruktive Zusammenarbeit und dem aktiven Austausch der Projektleitung mit der Kompetenzstelle Elektromobilität bei Bayer Innovativ konnte sehr wertvoller Mehrwert sowohl für die Destinationen und Tourismusbetriebe als auch für das Projektteam der e-mobilen Deutschen Alpenstraße sowie das Team von Bayern Innovativ gewonnen werden. Dies zeigte sich neben den im vorigen Kapitel bereits erwähnten gemeinsamen E-Sprechstunden und der Informationsbroschüre u.a. auch in der gemeinsamen Organisation und Standbetriebs anlässlich der IAA Mobility sowie der dort gelaunchten Wanderausstellung (siehe Kapitel [Wanderausstellung mit Bayern Innovativ](#)).

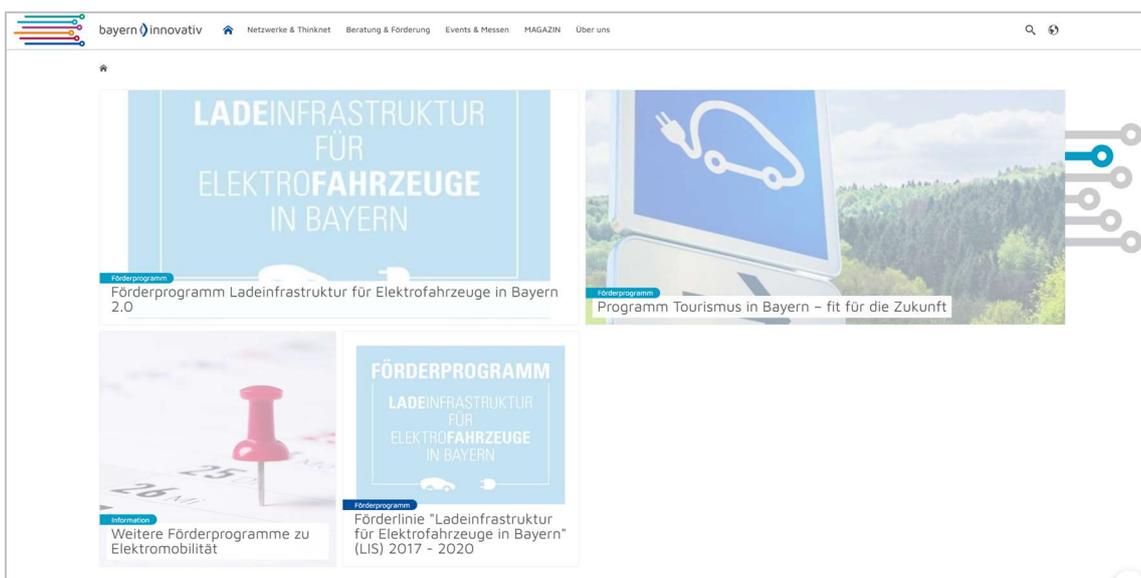


Abbildung 7: Förderprogramme zur Elektromobilität - Übersicht auf der Webseite von Bayern Innovativ

2.3 Sharing/ Verleih von E-Fahrzeugen

Das Verkehrsvolumen bei der Anreise zu reduzieren und vor Ort eine möglichst lärm- und emissionsfreie Mobilität zu gewährleisten, war neben der Entwicklung eines buchbaren Leitprodukts (siehe Kapitel [Entwicklung und Vermarktung von zwei buchbaren Reiserouten](#)) das wichtigste Ziel des Vorhabens und ein angedachter Baustein des Leitproduktes.

Das Projekt-Team sondierte neue mögliche Kooperationspartner und nutzte bestehende Kontakte aus dem Netzwerk, um mögliche Szenarien für ein Sharing- oder Verleihkonzept entlang der Deutschen Alpenstraße aufzubauen. Recht aussichtsreich gestaltete sich zu Beginn des Projektes der Kontakt mit **Greenstorm**, welche als Anbieter von Fuhrparklösungen für Hotelbetriebe als sehr attraktiver Kooperationspartner galt. Diverse Auftaktgespräche und Treffen klangen vielversprechend, bei der Detailausarbeitung jedoch wurde festgestellt, dass das Konzept nicht für eine Ferienstraße adaptierbar war: Der wirtschaftliche Betrieb eines solchen Sharing- oder Verleihunternehmens entlang einer Ferienstraße mit ihren sehr heterogenen Partnerkonstellationen (Destinationen, Hotels, sonstige touristische Leistungsträger) entpuppte sich als leider nicht umsetzbar. Nicht zuletzt blieb dem Projektteam lediglich, die Kontakte zu Greenstorm interessierten Hotels entlang der Strecke, welche an einer „kleinen“ Fuhrparklösung interessiert waren, weiter zu vermitteln und den Fuhrparkmanager, Ali Ayhan, als Experten zu einer der E-Sprechstunden einzuladen.

Aufgrund des Kontaktes zu Ali Ayhan/Greenstorm entstand jedoch der direkte Kontakt zur **Sixt Autovermietung**. Es fanden diverse Austauschtermine und Treffen statt, Ideen für eine gemeinsame Angebotsentwicklung und Vermarktung wurden bereits formuliert. Leider hat die Pandemie den angebahnten Prozess nach wenigen Monaten schon wieder eingefroren – Sixt konnte nach mehrmaligen internen Prüfungen leider kein konkretes Angebot unterbreiten, um eine Verleih- oder Sharinglösung entlang der Deutschen Alpenstraße umzusetzen.



Abbildung 8: Das Team der e-mobilen Deutschen Alpenstraße bei Greenstorm (v.l.n.r.: Oswald Pehel, Tanja Brunnhuber, Franz Reil)

Ähnliche Konstellation widerfuhr der Projektleitung bei der Geschäftsanbahnung mit **Europcar** sowie **Flinkster**. Auch mit diesen beiden Institutionen konnten Pandemiebedingt bis heute leider keine Kooperationen entwickelt werden. Dies ist lt. Zeitpunkt des Abschlussberichtes (Stand Juli 2022) noch immer der Fall.

Der Verleih von E-Fahrzeugen wird jedoch von einigen Destinationen entlang der Deutschen Alpenstraße bereits umgesetzt. So bietet z.B. der **Naturpark Ammergauer Alpen** mit dem **E-ALOIS** ein lokales Sharingkonzept an, und auch **Lindau am Bodensee** verfügt mit Sharingangeboten des Anbieters **Justexplore** über sehr attraktive Möglichkeiten.

Auch der Anbieter **Nextmove** in **München** ist einer der wenigen Anbieter, die Elektro- und Plugin-Fahrzeuge verleihen. Einzelne Hotels wie z.B. das Biohotel Eggensberger oder das Gut Steinbach bieten ihren Gästen E-Fahrzeuge (PKW, aber auch Roller oder Leichtfahrzeuge) in Eigenregie an. Der Verleih von E-Bikes ist mittlerweile fast zur Selbstverständlichkeit geworden und Greenstorm bietet hierfür interessierten Hotels attraktive Möglichkeiten, welche u.a. in den E-Sprechstunden vorgestellt wurden. Deshalb gehen wir in diesem Kapitel auf den Verleih von E-Bikes und Pedelecs nicht näher ein.



Abbildung 9: Das Sharingangebot von Justexplore

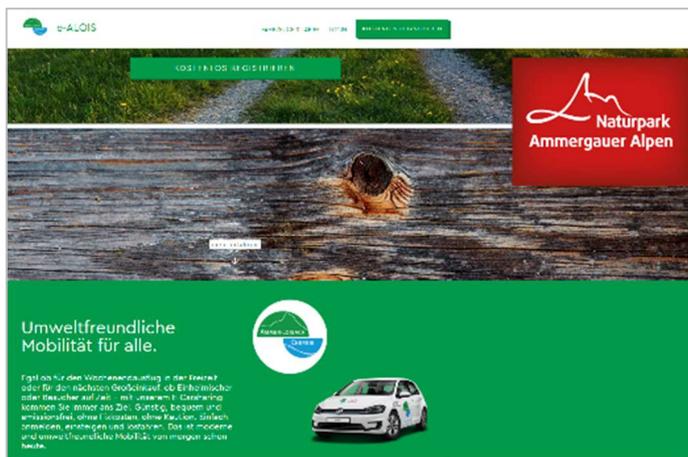


Abbildung 10: Der E-Alois im Naturpark Ammergauer Alpen

Die Handlungsempfehlungen zu Ende des Berichts sprechen eine Wiederaufnahme der Verhandlungen mit allen Akteuren zu einem späteren Zeitpunkt aus. Die Gespräche könnten möglicherweise für die Umsetzung eines Sharing- oder Verleihkonzeptes entlang der Deutschen Alpenstraße zu einem etwas späteren Zeitpunkt wieder aufgenommen und weitergeführt werden.

2.4 Entwicklung eines buchbaren Leitproduktes

Ein buchbares e-mobiles Angebot, um die Deutsche Alpenstraße zu bereisen, war von Anfang an das prägendste Ziel des Projektes. Mit diesem buchbaren „Leuchtturm“ soll messbar und sichtbar der Projekterfolg festgehalten werden. Aufgrund des Innovationscharakters des Projektes war dieses Ziel mitunter eines der Herausforderndsten – denn erst durch die Verfügbarkeit von e-mobilen Angeboten und Lademöglichkeiten, welche neben technischer Voraussetzungen auch abhängig sind von Motivation und Engagement der beteiligten Destinationen und Hotelbetriebe, kann ein solches Leitprodukt entstehen.

Nachdem einige Zwischenschritte der in den vorherigen Kapiteln genannten Aktivitäten erfolgreich umgesetzt worden sind, konnten mit dem nun vorhandenen neu entwickelten e-mobilen Profil der Deutschen Alpenstraße und der Einbindung vorliegender und neu entstandener e-mobiler Ausstattungsmerkmale entlang der Strecke sowie der beteiligten Unterkünfte mit dem Reiseveranstalter Dertour erste Sondierungsgespräche geführt werden.

Die Veranstaltermarke Dertour gehört zur DER Touristik Group, welche heute als Teil der REWE Gruppe zu den führenden europäischen Reisekonzernen zählt. Zur DER Touristik Group gehören über 20 Veranstaltermarken – darunter Marken wie Dertour, ITS, Kuoni, Apollo oder Exim Tours – sowie rund 30 Spezialisten im Premiumsegment zur Reisesparte der REWE Group. Dertour ist nach der TUI Deutschlands zweitgrößte Reiseveranstaltermarke und spezialisiert auf Bausteinreisen, welche durch Kunden individuell oder über das Reisebüro buchbar sind. Auch die deutschen Reisebüros buchen über Dertour ein, so z.B. auch die Reisebüros des ADAC Südbayern e.V. Für die Ausrichtung und Zielsetzung der e-mobilen Deutschen Alpenstraße passt Dertour demnach mehr als hervorragend.



Abbildung 11: Das Logo der Veranstaltermarke Dertour

Nach einer Prüfung der Erfordernisse durch das Marketing- und Vertriebsteam von Dertour wurden folgende Maßnahmen im Rahmen einer Kooperationsvereinbarung festgelegt:

Zielgruppe Reisebüros und deren Mitarbeiter:

1. Schulung des stationären Reisevertriebs
2. Dertour Intranet Kampagne und Facebook Posting

Zielgruppe Endkunden und direkt buchende Reisende:

3. Entwicklung und Vermarktung von zwei buchbaren Reiserouten
4. Exklusive Gestaltung der Innen- und Rückseite des Dertour-Deutschlandkataloges

2.4.1. Schulung des stationären Reisevertriebs via Dertour

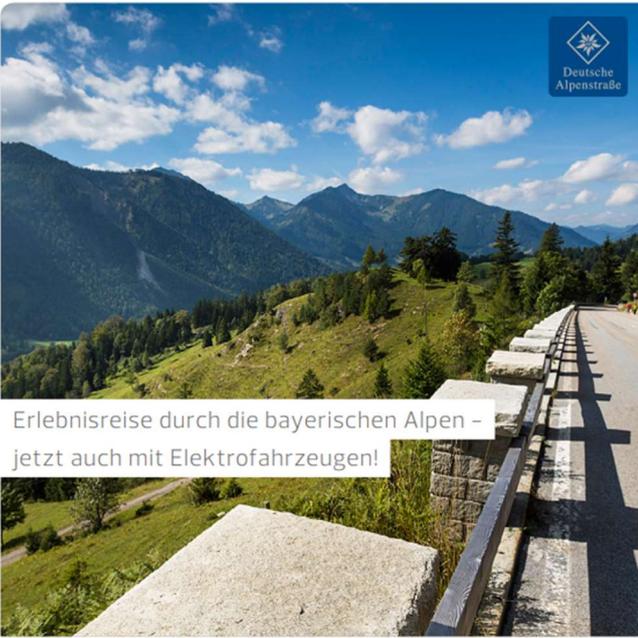
Dertour ist sowohl von Endkunden direkt über das Internet sowie stationär über die deutschen (und weltweiten) Reisebüros buchbar. Aufgrund der starken Beliebtheit der Veranstaltermarke ist es wichtig, dass die Produkte von Dertour bei den Reisebüros „verstanden“ und dadurch gebucht werden. Deshalb haben wir im ersten Schritte der Zusammenarbeit eine Schulungsinitiative zur e-mobilen Deutschen Alpenstraße initiiert, welche über das Schulungsprogram „DER Campus e-Learning“ umgesetzt wurde. Aufgrund der Laufzeit des Schulungsprogrammes sind die Zahlen der Absolventen der DER Akademie ab ca. Mitte Oktober 2022 erhältlich.

Inhalte des Moduls waren u.a.

- ein skizzierter idealtypischer Routenverlauf von Lindau am Bodensee bis nach Schönau am Königssee
- Tipps zu Sehenswürdigkeiten und Ausflugsmöglichkeiten entlang der Strecke
- Informationen zu Lademöglichkeiten und Angaben zu mautfreien Strecken
- Verlinkung mit den im Dertour-Katalog buchbaren Reiserouten
- Hinweis auf die Webseite der Deutschen Alpenstraße sowie weiterführenden Informationen durch die Geschäftsstelle des Bayerischen Fernwege e.V.
- Alle Informationen zum Download als pdf-Dokument



Abbildung 12: Das Modul der e-mobilen Deutschen Alpenstraße im DER Campus e-Learningprogramm



Erlebnisreise durch die bayerischen Alpen – jetzt auch mit Elektrofahrzeugen!

DER TOUR

Für mich. Perfekt.




Urlaubsstipps für Ihre DERTOUR-Reise entlang der Deutschen Alpenstraße:

ALLGÄU, SCHEIDEGG



Hotel Edita *****

- Besuch des Naturparadieses Scheidegger Wasserfälle
- Panoramablick übers schwäbische Meer auf dem skywalk allgäu
- Besuch der Inselstadt Lindau im Bodensee
- Kulnark Tipp: Besuchen Sie eine der zahlreichen Sennerereien und probieren Sie Allgäuer Bergkäse

ZUGSPITZREGION, GARMISCH-PARTENKIRCHEN



Hotel Riessersee *****

- TOP of Germany, eine Rundreise mit der Bayerischen Zugspitzbahn
- Ausflug Oberammergau mit Kloster Ettal: Passionsfestspielort trifft Kloster-Kulnark
- Olympiafeeling spüren bei einer Schanzenführung auf der Skisprungschanze
- Kulnark Tipp: Regional, saisonal, nachhaltig – Die Initiative Klimamenu ermöglicht in der Zugspitzregion nachhaltiges Schlemmen im Einklang mit Umwelt und Kultur

BERCHTESGADENER LAND, BERCHTESGADEN



Hotel Edelweiss *****

- Elektrisiert mit dem neuen St. Bartholomäus
- Das große Autohaus
- Eine Riesentobackbahn
- Kulnark Tipp: In der Erlebniswelt des Erntedankfestes

Beindruckende Bergwelten und alpenländische Traditionen entlang der Deutschen Alpenstraße – der Route der bayerischen Originale.




Sie verbindet die bekanntesten **Sehenswürdigkeiten im Süden Bayerns von West nach Ost**, die Deutsche Alpenstraße. Auf 484 Kilometern führt die Panoramaroute vom schwäbischen Meer in **Lindau am Bodensee** bis nach **Schönau am Königsee**, der einem nordschwarzen Fjord nichts nachsteht.

Auf kaum einer anderen Route können Sie Landschaft, Kultur und Geschichte so intensiv erleben wie auf der Deutschen Alpenstraße. Durch das Allgäu geht es über **Scheidegg**, eingegrenzt von saftigen grünen Wiesen, nach **Bad Hindelang**. Alpines Fahrvergnügen offeriert die Oberjoch Passstraße mit ihren 106 Kurven auf 300 Höhenmetern. **Fronten** ist bekannt für die höchstgelegenen Burgruine Deutschlands, während **Füssen** am Förggensee mit dem berühmten Schloss Neuschwanstein lockt. Authentisch präsentiert sich **Oberammergau** mit seinen Luftmalereien und dem Passionstheater. **Garmisch-Partenkirchen** und **Bad Tölz** laden mit ihren historischen Marktstraßen zum Flanieren und **Rottach-Egern** am **malerischen Tegernsee** zu allerlei kulinarischen Genüssen ein.

Fahrspaß pur bietet die Südefeldstraße in Richtung **Oberaudorf** in **Achau im Chiemgau** führt die Bergbahn mit ihren farberfrohen Kabinen auf die 1.669 Meter hohe Kampenwand mit grandiosem Blick über den Chiemsee. Auf der Zielgeraden liegt das traditionelle **Reit im Winkel** mit dem Hochplateau Winklmosaik. Über das **Bergsteigerdorf Ramsau** führt die Route schließlich nach **Berchtesgaden** und **Schönau am Königsee**.

Die 484 km lange Strecke ist **komplett mautfrei** und für **fast alle Fahrzeuge befahrbar**. Über **300 öffentliche Ladestationen** machen die Deutsche Alpenstraße problemlos auch für **Elektrofahrzeuge** mobil erlebbar. Zudem verfügen viele Hotels entlang der Straße über Ladestationen für bequemes Laden über Nacht. Wer noch kein eigenes Elektroauto besitzt, kann in manchen Hotels Elektrofahrzeuge testen und ausprobieren.

Über **25 Burgen, Klöster und Schlösser**, **zahlreiche Seen**, **traditionsreiche Kurorte** und **urige Bauerndörfer** säumen die Route. Unsere **Bergbahnen** bringen Sie dem weit-

blauen bayerischen Himmel bequem ein Stückchen näher. Wer lieber im Tal verweilt, dem eröffnen sich zahlreiche **Kulturstätten** mit **berühmter Kunst** und einem **UNESCO Welterbe** mit der Wieskirche bei Steingaden.

Die **8-tägige Autotour „Die Deutsche Alpenstraße – Route der Bayerischen Originale“** mit inkludierten attraktiven Leistungen wie einem Besuch im Naturerlebnispark „skywalk allgäu“ und einem 2-Gipfelpass-Kombiticket (ab Juni 2022 geöffnet / inkludiert für je eine Berg- / Talfahrt auf die Zugspitze und ins Gebiet Garmisch-Classic) ist im aktuellen DERTOUR-Programm 2022 buchbar.

Zudem wird es noch eine zweite Tour bei DERTOUR geben. Auf königlichen Spuren unterwegs sind Sie auf unserer 5-tägigen Kurztour, die Sie von Füssen an den wunderschönen Spitzingsee führt.

Abbildung 13: Die Inhalte des DER Campus e-Learningprogramms als Download-Paket

2.4.2. Dertour Intranet Kampagne und Expedienten-Facebook Posting

Neben der DER e-Learning-Plattform wurde die e-mobile Deutsche Alpenstraße auch in den Dertour-internen Kommunikationskanälen bespielt, so z.B. mit einem Intranet-Banner und einem Facebook-Posting in der Dertour-internen Facebook-Gruppe, welche durch die Reisebüromitarbeiter (= Expedienten) besucht wird.

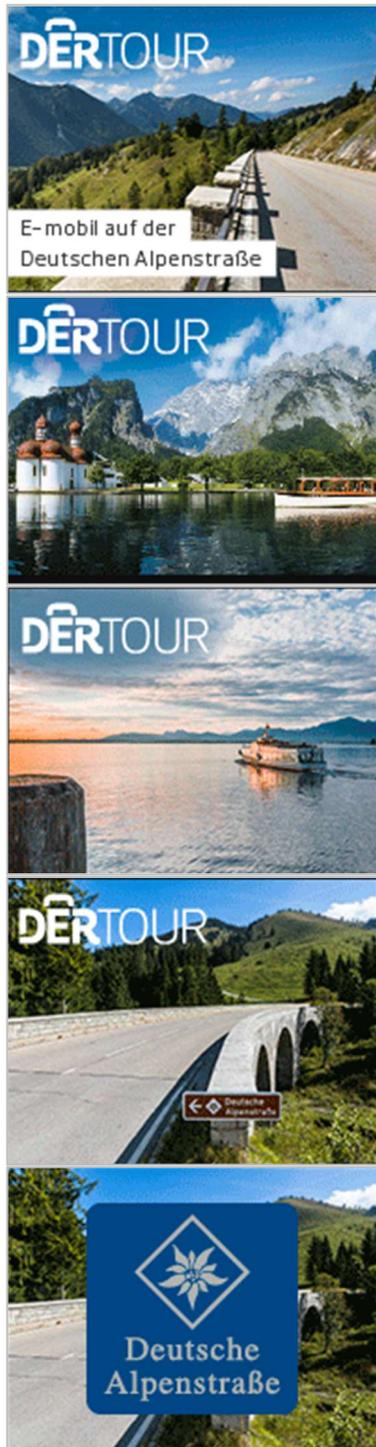


Abbildung 14: Das Dertour Intranet-Banner



Abbildung 15: Das Dertour Intranet Facebook Posting

2.4.3. Entwicklung und Vermarktung von zwei buchbaren Reiserouten

Kernstück der Dertour-Kooperation ist die Konzeption zweier buchbarer Reiserouten entlang der Deutschen Alpenstraße. Diese Touren können sowohl mit einem herkömmlichen Fahrzeug als auch einem Elektrofahrzeug befahren werden. Aufgrund eines bis dato noch fehlenden durchgängigen Verleih- bzw. -Sharingangebots entlang der Deutschen Alpenstraße wurden die zwei Reisen bewusst so gestaltet, dass sie bereits jetzt Aufmerksamkeit zum e-mobilen Reisen generieren, jedoch noch flexibel mit einem entweder eigenen Elektrofahrzeug oder einem gemieteten Fahrzeug befahren werden können.

Die folgenden zwei Reisen sind seit Dezember 2021 buchbar:

Roadtrip: Die Deutsche Alpenstraße – Route der Bayerischen Originale

- Ab Scheidegg bis Berchtesgaden, 8 Tage Autorundreise
- Drei Hotels:
 - Hotel Edita, Scheidegg
 - Hotel Riessersee, Garmisch-Partenkirchen
 - Hotel Edelweiss, Berchtesgaden
- Link zur Reise [hier](#)

REISEVERLAUF:
1. Tag: Scheidegg
 (Samstag) Reisen Sie bequem mit Ihrem Elektrofahrzeug oder normalem Pkw in das wunderschöne Alpgau. Unweit des Bodensees, nahe der deutsch-österreichischen Grenze gelegen, befindet sich Ihr Hotel Edita in einzigartiger Natur mit einem tollen Ausblick auf die Allgäuer Alpen. Scheidegg ist der ideale, um Ihre erlebnisreiche Woche auf der Deutschen Alpenstraße zu starten, denn Scheidegg im Alpgau ist einer der sonnenreichsten Orte Deutschlands und liegt auf einer Sonnenhöhe von 600 bis 1000 Meter hoch, zwischen Bodensee und Alpen. Genießen Sie den Blick auf das Panorama der Berge in Bayern, Vorarlberg und der Schweiz mit ihren beeindruckenden Gipfeln. Lohnenswert ist auch ein Besuch der Inselstadt Lindau am Bodensee oder ein Besuch einer der zahlreichen Seenregionen – den östlichen Allgäuer Bergseenmassen: Sie probieren 2 Nächte im Hotel Edita (gehobene Mittelklasse).
2. Tag: Scheidegg
 (Sonntag) Entschieden Sie selbst wie Sie Ihren Aufenthalt gestalten möchten, denn begeisterte Wanderer, Rader und Golfspieler finden in Scheidegg ideale Bedingungen. Erleben Sie Wasserfälle, malerische Panoramablicke oder den Baumwipfelpfad skywalk alpgau – ein barrierefreier Baumwipfelpfad mit Blick auf die Alpenkette und den Bodensee (Eintritt inklusive). Doch auch die Scheidegger Wasserfälle oder der Reptilienzoo sind lohnenswerte Ausflugsziele (fakultativ). (Frühstück)
3. Tag: Scheidegg – Garmisch-Partenkirchen
 (Montag) Nach dem Frühstück folgen Sie der Deutschen Alpenstraße durch das Oberallgäu über Oberstdorf vorbei am Großen Alpsee nach Immenstadt, Sonthofen, Bad Hindelang und das Oberjoch in Richtung Wertach. Die Oberjoch-Passstraße zählt zu den bekanntesten Ausflugsstraßen Bayerns und die 106 Kurven bieten Fahrer großen vom Feinsten. Weiter durch das Ostallgäu lohnt sich ein Stopp in Füssen, um die romanische Altstadt zu erkunden. Weiter geht es auf Ihrer Panoramaroute vom Alpgau in die Zugspitze-Region nach Garmisch-Partenkirchen und Check-In in Ihrem Hotel. 3 Nächte im Riessersee Hotel (gehobene Mittelklasse) Ca. 170 km/ Ca. 3,5 Stunden (Frühstück)
4. Tag: Garmisch-Partenkirchen
 (Dienstag) Mit seiner Lage inmitten atemberaubender Bergkulisse zu Fuß über die 2562 Meter hohen Zugspitze bei Garmisch-Partenkirchen der Inbegriff für genussvoll und ursprüngliche alpine Natur. Eine Region, die Menschen und deren Kultur geprägt hat, wo typisch bayerische Traditionen unverändert amorfieren sind. Genießen Sie die Annehmlichkeiten Ihres Hotels oder gehen Sie auf einen Spaziergang durch die Frühlingsstraße in Garmisch oder die historische Ludwigstraße in Partenkirchen, wo Tradition spürbar ist. (Frühstück)
5. Tag: Garmisch-Partenkirchen
 (Mittwoch) Erleben Sie heute zum Beispiel mit den Bergbahnen der Bayerischen Zugspitzbahn die Vielfalt der Bergwelten Zugspitze und Garmisch-Classic mit ihrem 2-Spigiticket (inklusive). Genießen Sie den Ausblick auf fast 400 Gipfel und das Gefühl grenzenloser Freiheit. E-Bikes für Ausflüge können an der Rezeption gemietet werden (nach Verfügbarkeit, fakultativ). (Frühstück)
6. Tag: Garmisch-Partenkirchen – Berchtesgaden
 (Donnerstag) Heute warten während Ihrer Fahrt nach Berchtesgaden viele Höhepunkte auf Sie. Sellen Sie sich ihrem Tag Respekt ein. Fahren Sie durch das Stier Land am Walchensee entlang über die Kesselbergstraße zum Kochelsee und weiter zum Tegernsee und zum Schliersee. Die Straße über Salsfeld und Salsfeldalm schlingt sich durch die Berge. Panoramablicke sind garantiert. Über Achenau im Chiemgau führt die Route am Chiemsee vorbei nach Reit im Winkel. Auf ihrer Strecke über die 868 Meter hoch gelegene Schwarzwacht können Sie erstmals den Blick auf die Berge, den Hochkalber und den Watzmann genießen. Im Berggasthof Ramsau ist ein Fotostopp an der Pfarrkirche Sankt Sebastian, die 2012 ihr 500-jähriges Jubiläum feierte.
 Tegernsee und zum Schliersee. Die Straße über Salsfeld und Salsfeldalm schlingt sich durch die Berge. Panoramablicke sind garantiert. Über Achenau im Chiemgau führt die Route am Chiemsee vorbei nach Reit im Winkel. Auf ihrer Strecke über die 868 Meter hoch gelegene Schwarzwacht können Sie erstmals den Blick auf die Berge, den Hochkalber und den Watzmann genießen. Im Berggasthof Ramsau ist ein Fotostopp an der Pfarrkirche Sankt Sebastian, die 2012 ihr 500-jähriges Jubiläum feierte.
7. Tag: Berchtesgaden
 (Freitag) Genießen Sie Ihr Urlaubshotel mit allen Sinnen. Ob Entspannung in der Saunalandschaft oder eine Behandlung im Spa – Ihr Hotel hat alles zu bieten was das Herz begehrt. Auch Fans der aktiven Erholung kommen bei Aachagen in die traumhafte Umgebung auf ihre Kosten. (Frühstück)
8. Tag: Berchtesgaden
 (Samstag) Heute endet Ihr Roadtrip entlang der Deutschen Alpenstraße. Nutzen Sie diesen Tag nochmals für einen Ausflug, z. B. an den Königsee, wo Sie per Elektroboot entlang der steilen Felswände das weltberühmte Königsee-Echo hören können, oder Sie beggeben sich „unter“ Tage- und besuchen den berühmte Salbergerwerk in Berchtesgaden – die Möglichkeiten sind vielfältig (alles fakultativ), individuelle Abreise oder Verlängerung. (Frühstück)

Reiseverlauf:
 Roadtrip: Die Deutsche Alpenstraße – Route der Bayerischen Originale
Reisezeit:
 8 Tage
Autonomie:
 Auf diesem einseitigen Roadtrip entlang der Deutschen Alpenstraße werden Sie einige der beliebtesten Feriemerkmale im Alpgau und im Oberbayern entdecken. Berühmte Schlösser, historische Marktplätze, alte Bauernhäuser mit Lössmauern verzierte Hausfassaden sind Zeugnisse vergangener Zeiten. Die Route ist vor allem für Elektrofahrzeuge sehr geeignet, denn mehr als 300 öffentliche Ladestationen entlang der gesamten Strecke der Deutschen Alpenstraße stellen zur Verfügung.
Frei Verbleib:
 Alle Hotels mit Lademöglichkeiten für Elektrofahrzeuge
 Mehr als 300 öffentliche Ladestationen entlang der gesamten Strecke der Deutschen Alpenstraße
 Die bekanntesten Sehenswürdigkeiten im Süden Bayerns erleben
 Skywalk alpgau Naturerlebnispark inklusive
 Kombiticket 2-Gipfelpass Zugspitze bereits inklusive
Leistungen:
 Hotel/Top-Wandererlebnisse, Inklusivleistungen/ Aktivitäten inklusive
 Busstour/ Besondere Unterkünfte/ Besondere/ Garantierte Durchführung ab 2 Personen
Garantierte Durchführung:
 Ja
Reiseverlauf:
1. Tag: Scheidegg
 (Samstag) Reisen Sie bequem mit Ihrem Elektrofahrzeug oder normalem Pkw in das wunderschöne Alpgau. Unweit des Bodensees, nahe der deutsch-österreichischen Grenze gelegen, befindet sich Ihr Hotel Edita in einzigartiger Natur mit einem tollen Ausblick auf die Allgäuer Alpen. Scheidegg ist der ideale, um Ihre erlebnisreiche Woche zu starten, denn Scheidegg im Alpgau ist einer der sonnenreichsten Orte Deutschlands und liegt auf einer Sonnenhöhe von 600 bis 1000 Meter hoch, zwischen Bodensee und Alpen. Genießen Sie den Blick auf das Panorama der Berge in Bayern, Vorarlberg und der Schweiz mit ihren beeindruckenden Gipfeln. Lohnenswert ist auch ein Besuch der Inselstadt Lindau am Bodensee oder ein Besuch einer der zahlreichen Seenregionen – den östlichen Allgäuer Bergseenmassen: Sie probieren 2 Nächte im Hotel Edita (gehobene Mittelklasse).
2. Tag: Scheidegg
 (Sonntag) Entschieden Sie selbst wie Sie Ihren Aufenthalt gestalten möchten, denn begeisterte Wanderer, Rader und Golfspieler finden in Scheidegg ideale Bedingungen. Erleben Sie Wasserfälle, malerische Panoramablicke oder den Baumwipfelpfad skywalk alpgau – ein barrierefreier Baumwipfelpfad mit Blick auf die Alpenkette und den Bodensee (Eintritt inklusive). Doch auch die Scheidegger Wasserfälle oder der Reptilienzoo sind lohnenswerte Ausflugsziele (fakultativ). (Frühstück)
3. Tag: Scheidegg – Garmisch-Partenkirchen
 (Montag) Nach dem Frühstück folgen Sie der Deutschen Alpenstraße durch das Oberallgäu über Oberstdorf vorbei am Großen Alpsee nach Immenstadt, Sonthofen, Bad Hindelang und das Oberjoch in Richtung Wertach. Die Oberjoch-Passstraße zählt zu den bekanntesten Ausflugsstraßen Bayerns und die 106 Kurven bieten Fahrer großen vom Feinsten. Weiter durch das Ostallgäu lohnt sich ein Stopp in Füssen, um die romanische Altstadt zu erkunden. Weiter geht es auf Ihrer Panoramaroute vom Alpgau in die Zugspitze-Region nach Garmisch-Partenkirchen und Check-In in Ihrem Hotel. 3 Nächte im Riessersee Hotel (gehobene Mittelklasse) Ca. 170 km/ Ca. 3,5 Stunden (Frühstück)
4. Tag: Garmisch-Partenkirchen
 (Dienstag) Mit seiner Lage inmitten atemberaubender Bergkulisse zu Fuß über die 2562 Meter hohen Zugspitze bei Garmisch-Partenkirchen der Inbegriff für genussvoll und ursprüngliche alpine Natur. Eine Region, die Menschen und deren Kultur geprägt hat, wo typisch bayerische Traditionen unverändert amorfieren sind. Genießen Sie die Annehmlichkeiten Ihres Hotels oder gehen Sie auf einen Spaziergang durch die Frühlingsstraße in Garmisch oder die historische Ludwigstraße in Partenkirchen, wo Tradition spürbar ist. (Frühstück)
5. Tag: Garmisch-Partenkirchen
 (Mittwoch) Erleben Sie heute zum Beispiel mit den Bergbahnen der Bayerischen Zugspitzbahn die Vielfalt der Bergwelten Zugspitze und Garmisch-Classic mit ihrem 2-Spigiticket (inklusive). Genießen Sie den Ausblick auf fast 400 Gipfel und das Gefühl grenzenloser Freiheit. E-Bikes für Ausflüge können an der Rezeption gemietet werden (nach Verfügbarkeit, fakultativ). (Frühstück)
6. Tag: Garmisch-Partenkirchen – Berchtesgaden
 (Donnerstag) Heute warten während Ihrer Fahrt nach Berchtesgaden viele Höhepunkte auf Sie. Sellen Sie sich ihrem Tag Respekt ein. Fahren Sie durch das Stier Land am Walchensee entlang über die Kesselbergstraße zum Kochelsee und weiter zum Tegernsee und zum Schliersee. Die Straße über Salsfeld und Salsfeldalm schlingt sich durch die Berge. Panoramablicke sind garantiert. Über Achenau im Chiemgau führt die Route am Chiemsee vorbei nach Reit im Winkel. Auf ihrer Strecke über die 868 Meter hoch gelegene Schwarzwacht können Sie erstmals den Blick auf die Berge, den Hochkalber und den Watzmann genießen. Im Berggasthof Ramsau ist ein Fotostopp an der Pfarrkirche Sankt Sebastian, die 2012 ihr 500-jähriges Jubiläum feierte.
7. Tag: Berchtesgaden
 (Freitag) Genießen Sie Ihr Urlaubshotel mit allen Sinnen. Ob Entspannung in der Saunalandschaft oder eine Behandlung im Spa – Ihr Hotel hat alles zu bieten was das Herz begehrt. Auch Fans der aktiven Erholung kommen bei Aachagen in die traumhafte Umgebung auf ihre Kosten. (Frühstück)
8. Tag: Berchtesgaden
 (Samstag) Heute endet Ihr Roadtrip entlang der Deutschen Alpenstraße. Nutzen Sie diesen Tag nochmals für einen Ausflug, z. B. an den Königsee, wo Sie per Elektroboot entlang der steilen Felswände das weltberühmte Königsee-Echo hören können, oder Sie beggeben sich „unter“ Tage- und besuchen den berühmte Salbergerwerk in Berchtesgaden – die Möglichkeiten sind vielfältig (alles fakultativ), individuelle Abreise oder Verlängerung. (Frühstück)

Reiseinformationen & Leistungen
Hinweise:
 Mietwagen nicht inklusive
 Diese Reise ist für Personen mit eingeschränkter Mobilität nur bedingt geeignet. In allen Hotels Lademöglichkeiten für Elektrofahrzeuge sowie mehr als 300 öffentliche Ladestationen entlang der gesamten Strecke der Deutschen Alpenstraße vorhanden.
 Hotel- und Programmänderungen vorbehalten.
 Hotel Edita, Scheidegg
 3 Tesla und 2 allgemeine Ladestationen
 Panoramablick übers schwabische Meer auf dem Alpgau Skywalk
 Besuch der Inselstadt Lindau im Bodensee.
 Kulinarik Tipp: Besuchen Sie eine der zahlreichen Seenregionen und probieren Sie Allgäuer Bergkäse
 Hotel Riessersee, Garmisch-Partenkirchen:
 3 Tesla und 2 allgemeine Ladestationen
 TOP of Germany, eine Rundreise mit der Bayerischem Zugspitzbahn
 Olympialeitung spielen bei einer Schanzenerfahrung auf der Skisprungszentrale (nicht inklusive)
 Kulinarik Tipp: Regional, saisonal, nachhaltig: Die Initiative Klimamenu ermöglicht in der Zugspitze-Region nachhaltiges Schlemmen im Einklang mit Umwelt und Kultur
 Hotel Edelweiss, Berchtesgaden:
 Elektrifiziert mit dem SCHNIT über den Königsee zur Wallfahrtskirche nach St. Bartholomä (nicht inklusive)

Das große Autokino im Finale auf der Rosfeld Panoramaringstraße (nicht inklusive)
 Eine Reise unter Tage im Salbergerwerk Berchtesgaden (nicht inklusive)
 Kulinarik Tipp: In der Brevenner Grotte das traditionelle Handwerk des Enlinderbrenners schmecken.
Eingeschlossene Leistungen:
 Autokilometer
 7 Nächte in den genannten oder gleichwertigen Hotels der gehobenen Mittelklasse (Dix Doppelzimmer)
 7x Frühstück
 1x 2-Gipfelpass-Kombiticket pro Person (außer am 7. und 21.5.)
 1x Eintritt skywalk alpgau Naturerlebnispark pro Person
 Reschlersee
Termine:
 Samstags: 7.5., 21.5., 4.6., 25.6., 10.9., 11.0., 22.10.
Kundeninformationen:
Hinweise: Kur-Laxe am Ort zu zahlen. Einzelzimmer auf Anfrage.
Gültigkeitszeitraum:
 Diese Leistungsbeschreibung ist gültig vom 1.1.2022 bis 31.12.2022 (Jahreskatalog 2022).

Abbildung 16: Dertour Autorundreise I - 8 Tage von Scheidegg bis Berchtesgaden

Roadtrip: Die Deutsche Alpenstraße – königliche Kultur und spektakuläre Kulisse

- Ab Füssen bis Schliersee/Spitzingsee, 5 Tage Autorundreise
- Zwei Hotels:
 - Best Western Hotel, Füssen
 - Arabella Alpenhotel, Spitzingsee
- Link zur Reise [hier](#)

REISEVERLAUF:
1. Tag Füssen
 Individuelle Anreise nach Füssen im Allgäu. Vom Füssener Land war einst schon König Ludwig II. fasziniert. Hier trifft heute die Deutsche Alpenstraße auf die „Romantische Straße“ und die „Via Claudia Augusta“. Die romantische Altstadt mit dem idyllisch amüdierten Fair-Trade-Platz und Straßencafés lädt zum Bummeln und Entdecken ein. Wandern und Radler finden hier Panoramarouten in allen Höhenlagen – und der nächste Badestrand ist nie weit weg. Hier, wo Gipfelriesen wie Wächter die sanft hügelige Vorapenlandschaft mit ihren vielen Seen einrahmen, haben schon die bayerischen Könige ihren Sommerurlaub gefunden. Maximilian II. erbaute im 19. Jahrhundert am Fuß des mächtigen Säulings die Residenz Hohenschwangau. Dort verbrachte die Königsfamilie glückliche Sommerstage. Sein Sohn Ludwig II. ließ gegenüber das weltbekannte Schloss Neuschwanstein erbauen, ein Stein gewordenen Traum einer mittelalterlichen Grabburg und Zukunft des Königs weitab von Halberzern und Regierungspflichten. Besichtigen Sie die traumhaften Königsschlösser und tauchen Sie ein in Füssens königliche Kultur (fakultativ). 2 Nächte im Best Western Plus Hotel Füssen (gehobene Mittelklasse, Landeskategorie: 4 Sterne).
2. Tag Füssen
 Gestalten Sie diesen Tag in Eigenregie, denn in Füssen und Umgebung gibt es viel zu entdecken. Hier sind bis heute viele gotische Bürgerhäuser und Stadtmauerreste aus der Blütezeit Anfang des 16. Jahrhunderts, als Kaiser Maximilian I. fast vierzigmal Füssen besuchte, erhalten. In dieser Zeit wurde auch das Hohe Schloss zur Residenz der Augburger Fürstbischöfe ausgebaut und mit Illustriermalereien an den Fassaden geschmückt. Heute ist dort eine Filiale der Bayerischen Staatsgemäldesammlungen untergebracht. Direkt am Lechufer liegt das einstige Benediktinerkloster St. Mang mit geräucherter Forellen und Salsbige. Ein paar Kilometer weiter erhalten Sie in der Naturkäserei Tegernseer Land Milchprodukte aus heimischer Heumilch. Alle paar Meter gibt es auf dieser Route die Möglichkeit, regionale Produkte einzukaufen. Weiter geht es dem See entlang Richtung Gmund und Schliersee. Vom Schliersee geht es weiter zum Spitzingsee. Ihrem heutigen Ziel, 2 Nächte im Arabella Alpenhotel am Spitzingsee (gehobene Mittelklasse, Landeskategorie: 4 Sterne Superior) (Frühstück).
4. Tag Schliersee/Spitzingsee
 Überwältigende Naturschönheit, Farbenpracht in leuchtender Vielfalt. Ein liebauer Bergsee, umgeben von einer majestätischen Bergwelt. Darüber nur noch der Himmel. Mitten in dieser Idylle ein Ort der Entspannung, des Wohlwollens und der Herzlichkeit und das perfekte Ziel nach nur wenigen Straßen das Arabella Alpenhotel. Lassen Sie sich verwöhnen und genießen Sie Ihr Urlaubshotel mit allen Sinnen. Wenn Sie möchten, steht Ihnen ein E-Teeking-Bike zur Verfügung, mit dem Sie die traumhafte Umgebung erkunden können (fakultativ). Erwandern Sie das Wanderparadies rund um den See in den Wandergebieten am Taubenstein und im Rotwanggebiet, wo urigere Bräutchen zur Einkehr einladen. Oder Sie besuchen das Markus-Waasner-Freilichtmuseum und erleben alte Bergbauhütten und Brauchstüme (fakultativ). Tipp: Im dortigen Wirtschaft „Zum Wölfen“ können Sie wunderbar essen. Probieren Sie unbedingt das selbst gebackene Brot! (Frühstück).
5. Tag Schliersee/Spitzingsee
 Heute endet Ihr Roadtrip entlang der Deutschen Alpenstraße. Nutzen Sie diesen Tag noch einmal für einen Ausflug, z. B. in die Distillerie Lanthenhammer oder Slys-Obstbrände und Whiskys gebrannt werden (fakultativ). An eine Kostprobe dieses hochprozentigen Getränkessoblen Sie während der Fahrt zwar nicht denken, wohl aber können Sie dort einkaufen. Individuelle Abreise oder Verlängerung. (Frühstück).

REISEINFORMATIONEN & LEISTUNGEN
Hinweise:
 Mietwagen nicht inklusive.
 Mindestteilnehmerzahl 2 Personen (siehe Punkt 7 AGB).
 Diese Reise ist für Personen mit eingeschränkter Mobilität nur bedingt geeignet. In allen Hotels, Ladestellen für Elektrofahrzeuge sowie mehr als 300 öffentliche Ladestellen entlang der gesamten Strecke der Deutschen Alpenstraße vorhanden. Hotel- und Programmänderungen vorbehalten.
 Hotel: Best Western Plus Hotel Füssen.
 2 hotelinterne E-Ladestationen.
 Standard Doppelzimmer, ca. 19–20 qm.
 Ausflugsstipp: Residenz Hohenschwangau, Benediktinerkloster St. Mang direkt am Lechufer.
 Extra-Tipps: Den schönsten Blick auf Neuschwanstein haben Sie bei einer Schiffsrundfahrt auf dem Förgensee (Saison: Anfang Juni – 15. 10.) und der Baumkronenweg im Wilderlebniszentrum ermöglicht ganz neue Eindrücke in den Lech-Auwald.
 Arabella Alpenhotel am Spitzingsee.
 2 hotelinterne E-Ladestationen.
 Doppelzimmer Comfort Suite mit Teleschreibtisch, Hauptbalkon, ca. 25–30 qm.
Vielfältige Ausflugsmöglichkeiten zum Tegernsee, Schliersee, Wandern in der Region, Verkostung in der Slys Distillerie (nicht inklusive).
Eingeschlossene Leistungen:
 Anreise lt. Reiseverlauf.
 4 Nächte in den genannten oder gleichwertigen Hotels der gehobenen Mittelklasse (Dix Doppelzimmer).
 4x Frühstück.
 1x Wein- und Spirituosenprobe.
 1 E-Teeking-Bike für einen Tag im Arabella Alpenhotel (auf Voranmeldung).
 Reiseleiter.
Termin:
 Täglich: 14.–31.10.
Kundeninformationen:
Hinweise: Zuschlag bei Anreise: Frühtag EUR 20 pro Person und bei Anreise samstags EUR 10 pro Person. Kurtaxe am Ort zu zahlen. Einzelzimmer auf Anfrage.
Gültigkeitszeitraum:
 Diese Leistungsbeschreibung ist gültig vom 1.12.2022 bis 31.12.2022 (Jahreskatalog 2022).

Abbildung 17: Dertour Autorundreise II - 5 Tage von Füssen bis Schliersee/Spitzingsee

Beide Reisen wurden in der Pressekonferenz von Dertour angekündigt und zukünftig unter dem Themenbereich „Bewusster Reisen“ von Dertour vermarktet ([Link](#) zur Dertour-Pressemitteilung).

2.4.4. Exklusive Gestaltung Katalogseiten des Dertour-Katalogs

Um Aufmerksamkeit beim Endkunden zu generieren, wurden im Rahmen der Marketingkooperation zwei Innenseiten sowie die Umschlag-Rückseite des Dertour-Katalogs für Deutschland, Niederlande und Dänemark gestaltet. Der Katalog liegt in zahlreichen Reisebüros in Deutschland aus. Weiterhin ist er digital als Blätterkatalog hier aufzurufen. Die Auflage beträgt 500.000 Stück und wird in circa 8.500 Reisebüros in Deutschland und Nachbarländern (Österreich, Schweiz, Luxemburg u.v.m.) verteilt.

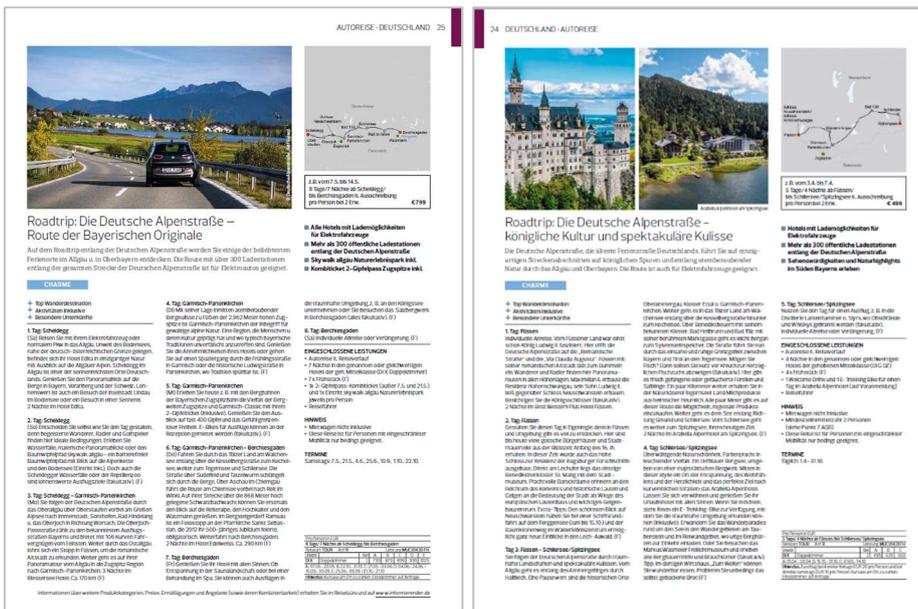


Abbildung 18: Die beiden Innenseiten des Dertour Katalogs mit den zwei Reiserouten



Abbildung 19: Die Titelseite und Umschlagrückseite des Dertour Katalogs

2.5 Kommunikation, Kampagnen & PR

Nachfolgende Maßnahmen fanden über die gesamte Projektlaufzeit von Mai 2020 bis Februar 2022 statt. Sämtliche Maßnahmen in diesem Kapitel sind begleitend zu allen vorherigen Maßnahmen zu verstehen und spielen bei allen kommunikativen Maßnahmen eine wichtige Rolle.

2.5.1. Fotoshooting

Einschlägiges Fotomaterial zu Elektromobilität und Tourismus war zu Projektbeginn kaum vorhanden – auch Stock-Material war so gut wie nicht verfügbar. Mit dem Fotoshooting sollte früh diese Lücke geschlossen werden. Zielgruppenorientiertes Fotomaterial an der Schnittstelle von Tourismus und Elektromobilität ist nun auf der Webseite der Deutschen Alpenstraße im Pressebereich zum Download für Touristiker, Medien und Journalisten verfügbar: <https://www.deutsche-alpenstrasse.de/de/presse>.

Ein Auszug:

The screenshot shows the website interface for Deutsche Alpenstraße. At the top, there is a navigation menu with icons for Route, Highlights, Hotels, Elektromobilität, and Reiseplanung. Below the navigation, there is a grid of six photos, each with a 'Download' button and associated metadata:

- Photo 1:** A car parked on a road next to a large tree. File name: Deutsche Alpenstraße Ralf Gerard 0500-01. Dimensions: 2835 x 1890. Format: jpg. Size: 4.11 MB.
- Photo 2:** A person plugging a charging cable into a car. File name: Deutsche Alpenstraße Ralf Gerard 0227. Dimensions: 2126 x 1417. Format: jpg. Size: 887 KB.
- Photo 3:** A view from the driver's perspective inside a car, showing the steering wheel and dashboard. File name: Deutsche Alpenstraße Ralf Gerard 0152-1. Dimensions: 2126 x 1417. Format: jpg. Size: 969 KB.
- Photo 4:** A car parked on a road with a large pile of pumpkins in the foreground. File name: Deutsche Alpenstraße_Ralf Gerard_081020-0053. Dimensions: 2126 x 1417. Format: jpg. Size: 1.81 MB.
- Photo 5:** A car parked on a road with a large pile of pumpkins in the foreground. File name: Deutsche Alpenstraße_Ralf Gerard_081020-0075-1. Dimensions: 2835 x 1890. Format: jpg. Size: 1.88 MB.
- Photo 6:** A car parked on a road with mountains in the background. File name: Deutsche Alpenstraße_Ralf Gerard_081020-0120. Dimensions: 2126 x 1417. Format: jpg. Size: 1.32 MB.

Abbildung 20: "E-mobiles" Fotomaterial, downzuladen auf der Webseite der Deutschen Alpenstraße

2.5.2. Informationsbereitstellung auf der Webseite der Deutschen Alpenstraße

Neben der auf der B2B-Webseite (siehe Kapitel [Projektseite mit Downloadfunktion](#)) erwähnten Bereitstellung von digitalen Informationen für die Tourismusbranche wurden auch auf den Endkunden-Internetseiten der Deutschen Alpenstraße eine Vielzahl an neuen, e-mobil-spezifischen Informationen bereitgestellt.

Im neuen Menüpunkt „Elektromobilität“ finden sich Informationen für die Anreise per ÖPNV, eine Übersicht von Hotels mit Ladestationen, Möglichkeiten für Verleih und Sharing von Elektrofahrzeugen, e-mobil-spezifische Pauschalen und Reiseideen sowie Informationen für nachhaltige Freizeitaktivitäten, die mit Links zu den jeweiligen Partnern sowie einem herunterladbaren pdf-Dokument versehen sind (siehe nachfolgendes Kapitel [Flyer „Elektrisch unterwegs - Nachhaltige Reiseideen“](#)).

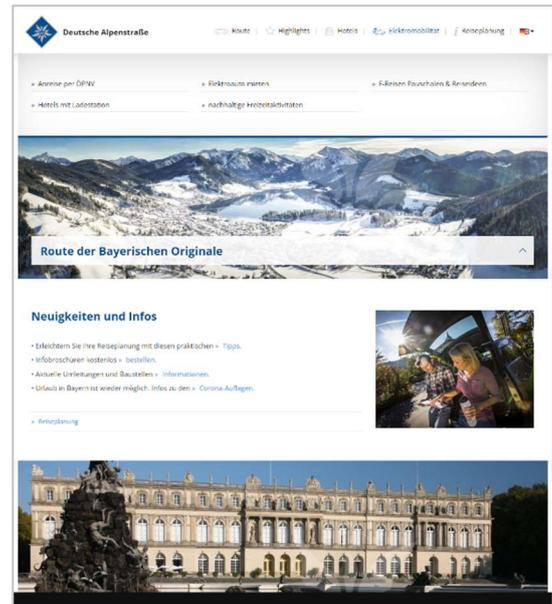


Abbildung 21: Die Eingangsseite zur Elektromobilität

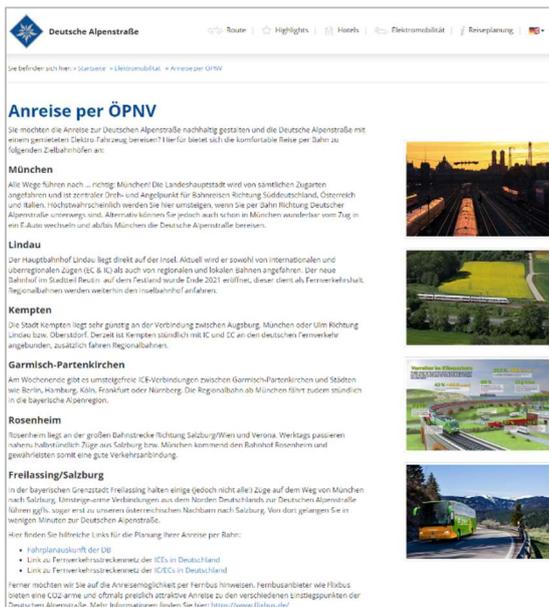


Abbildung 22: Anreisemöglichkeiten per ÖPNV

Ausführlich können diese neuen digitalen Angebote unter www.deutsche-alpenstraße.de/elektromobilitaet betrachtet werden. Die Seite wird laufend aktualisiert und um neue Informationen und Angebote ergänzt.

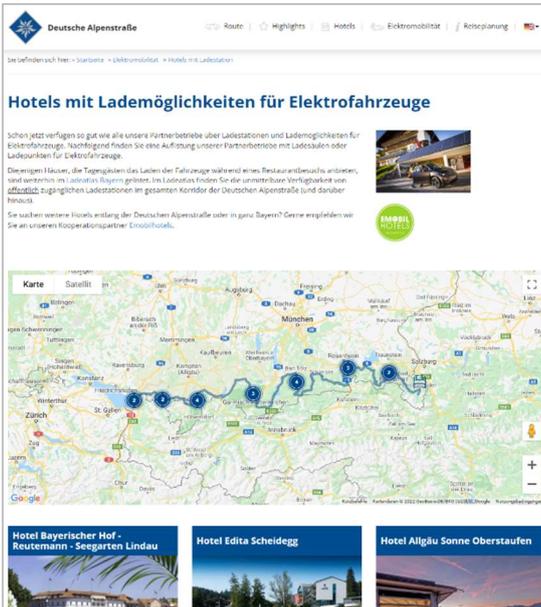


Abbildung 23:
Möglichkeiten der Anmietung von Elektrofahrzeugen Auflistung der Hotels mit Ladeinfrastruktur (rechts)

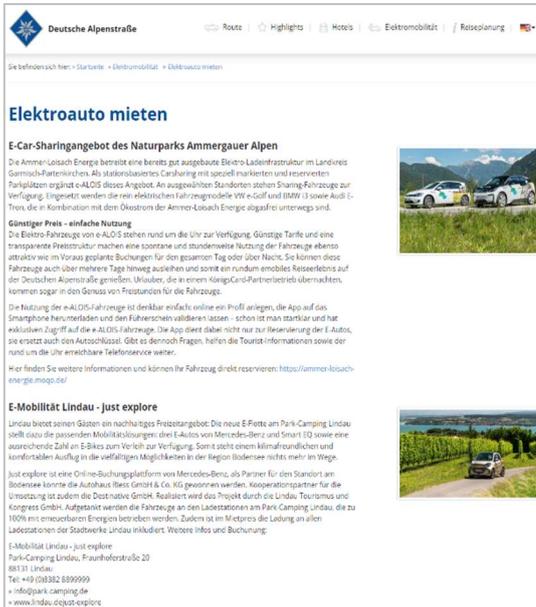


Abbildung 24:
Auflistung der Hotels mit Ladeinfrastruktur (links)

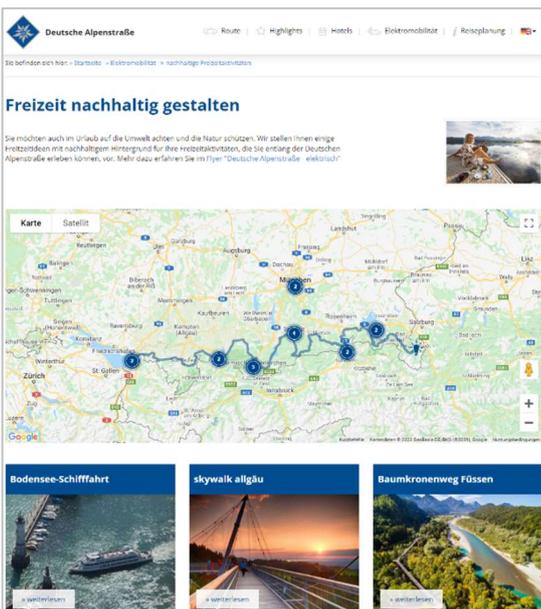


Abbildung 25:
E-Reisen Pauschalen und Reiseideen (links)

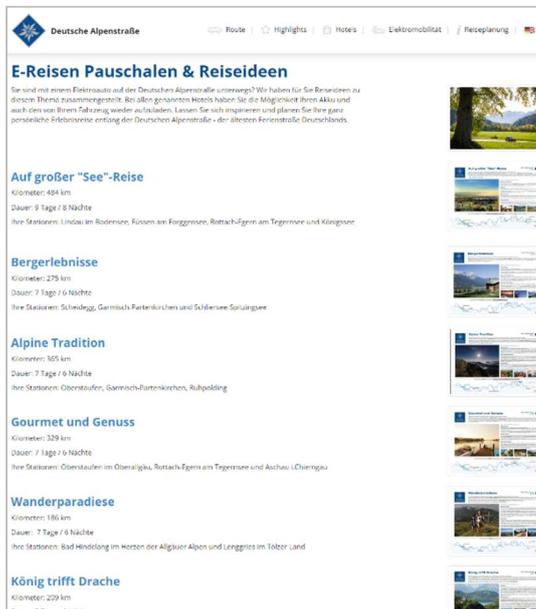


Abbildung 26:
Nachhaltige Freizeitideen (rechts)

2.5.3. Einbindung des Projektes in die allgemeine Kommunikation der Deutschen Alpenstraße

Das Projekt der E-mobilisierung der Deutschen Alpenstraße wurde ohne zusätzliche Kosten für das Projekt in sämtliche bestehenden Kommunikationsmaßnahmen der Deutschen Alpenstraße eingebunden:

- Tourbuch, ausgelegt auf Ferienmessen, in Tourist-Infos, als Online-pdf herunterzuladen und in gedruckter Form bestellbar auf der Webseite der Deutschen Alpenstraße, Auflage 25.000 Stück
- Routenkarte – wird wie das Tourbuch verteilt, Auflage 50.000 Stück
- Zwei Anzeigenkampagnen der Deutschen Alpenstraße, Auflagenstärke gesamt 486.000 Stück

Einbindung auf einer Doppelseite und im Infobereich im Tourbuch, Auflage 25.000 Stück:

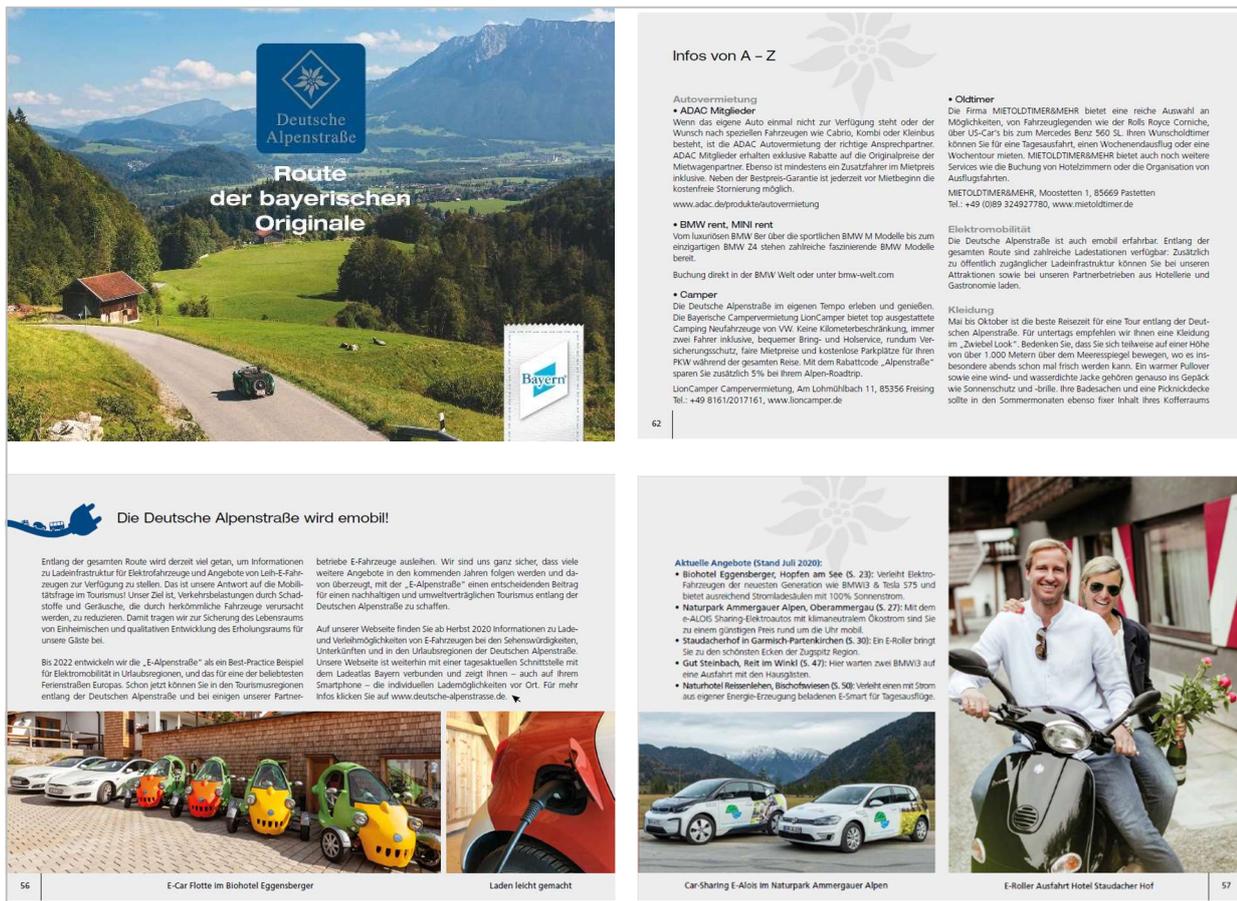


Abbildung 27: Die Einbindung des Projektes im Tourbuch der Deutschen Alpenstraße

Einbindung der Elektromobilität auf der Routenkarte der Deutschen Alpenstraße, Auflage 50.000 Stück:



Abbildung 28: Einbindung der Elektromobilität auf der Routenkarte der Deutschen Alpenstraße

Einbindung der Elektromobilität bei zwei Anzeigen:

BUNTE Reisemagazin Auflage, 150.000 Stück sowie ADAC Reisemagazin, Auflage 336.000 Stück



Abbildung 29: Die Anzeigengestaltung inkl. Elektromobilität für die Reisemagazine von BUNTE und ADAC

2.5.4. Flyer „Elektrisch unterwegs auf der Deutschen Alpenstraße“

Wie im vorherigen Kapitel bereits digital dargestellt, entstand im Laufe des Projektes die Idee, „Nachhaltige Reiseideen“ auf der Webseite und durch einen Flyer sichtbar zu machen. Für diese Sammlung von Ausflugspunkten und Sehenswürdigkeiten wurden alle Partner der Deutschen Alpenstraße um aktive Mitarbeit und Beteiligung gebeten. Das Ziel war, neben den bewährten Aussichtspunkten und Attraktionen ein neues Angebot entstehen zu lassen, welche die Themen Klimaschutz, Umweltbildung, Energiegewinnung und Elektromobilität darstellt.

Die bis zum Zeitpunkt des hier verfassten Berichts gesammelten „nachhaltigen Reiseideen“ können auf der Webseite (siehe vorheriges Kapitel) und in Auszügen auf einem gedruckten Flyer betrachtet werden.

Hier kann der Flyer heruntergeladen werden: [Link](#)



Abbildung 30: Der Flyer "Elektrisch unterwegs auf der Deutschen Alpenstraße"

Hier finden Sie eine Auswahl attraktiver Sehenswürdigkeiten für Emobilisten entlang der Deutschen Alpenstraße

- Die Bodensee-Schiffsbetriebe werden ab 2022 um elektrisch betriebene Passagierschiffe ergänzt. Auch die Bestandsflotte soll auf umweltschonende Antriebe umgestellt werden.
- Der skywalk allgäu Naturerlebnispark bei Scheidegg ist ein zum größten Teil bewaldetes Gelände mit verschiedenen Themen- und Erlebnispfaden und bietet einen traumhaften Ausblick über den Bodensee.
- Das Walderlebniszentrum in Füssen mit seinen Erlebnispfaden, Ausstellungen und dem erlebnisreichen Baumkronenweg zeigt die Aufgaben des Waldes für Natur und Klimaschutz.
- Sowohl der Lechfall als auch das Kraftwerk-Informationszentrum Roßhaupten informieren interessierte Besucher über die Rolle des Forgensees für die regionale Energiegewinnung.
- Mit der Initiative Klimafreundliches Menü vernetzt die Zugspitz Region lokale Erzeuger mit Gaststätten aus der Region. Alle Produkte und Produzenten stammen aus einem max. Radius von 100 Kilometern.
- Das Walchenseekraftwerk ist eines der größten Hochdruckspeicherkraftwerke in Deutschland. Seit 1983 ist es ein geschütztes Industriedenkmal. Es gilt neben einem Informationszentrum auch Führungen.
- Der Sylvensteinsee steuert die Wasserführung der Isar. Ganz in der Nähe liegt der Ausflugsberg Brauneck. Dort wird die Energie der Bergbahn für die Beheizung des Panoramarrestaurants genutzt.
- Die Stadt Bad Tölz hat eine Vielzahl an nachhaltigen Reiseangeboten geschaffen, so zum Beispiel der Entdeckerpfad am Blomberg, eine Wanderung durch das Ellbacher Moor oder das Naturfreibad Eichmühle.
- Im Wasmeier Museum wird im Strommuseum anhand der im Originalzustand ausgestellten Küchen von 1900 bis zu den 70er Jahren der technische Fortschritt im Haushalt dargestellt.
- Schon seit über 100 Jahren wird der Betrieb der Wendelsteinbahn so konzipiert, dass die Bremsenergie des talwärts fahrenden Zuges per Rückspeisung für die gleichzeitige Bergfahrt des Gegenzuges genutzt wird. Zudem verfügt die Bergbahn über ein eigenes Wasserkraftwerk.
- Der Energie-Wanderweg in Kieferfeldern zeigt Wanderern und Spaziergängern, wie das spannende Thema Wasserkraft in die vielfältige Natur und das Erlebnis- und Erholungsangebot eingebettet ist.
- Das Deutsche Museum in München ist ein Ort, an dem Menschen sich darüber austauschen können, was für einen Fortschritt sie sich wünschen und welche Aufgaben Wissenschaft und Technik dazu erfüllen müssen.
- Um die natürliche Vielfalt und das Achenal als Lebens- und Erholungsraum attraktiv zu erhalten, haben sich die Achenal-Gemeinden zum Verein Ökomodell Achenal e.V. zusammengeschlossen. Seither wird mit besonderer Einbeziehung der Bürger eine umweltverträgliche und zukunftsfähige Entwicklung der Region vorangebracht.
- Auf dem Premiumwanderweg Klausenbachklamm bei Reit im Winkl führt der Weg über ein Hochmoor, zwei Almgäbiete und durch die Klausenbachklamm. Und auch entlang eines Biomasse-Heizkraftwerks.
- Neben der elektrifizierten Schifffahrt auf dem Königssee bietet das Haus der Berge in Berchtesgaden die Ausstellung »Vertikale Wildnisse mit interaktiven Informationen rund um den Nationalpark.

Bildquellen und Bildnachweise: Archiv der Bayerischen Staatsbibliothek und Tourismusbehörde Hofmannsdorf (1/2019), Der Kaufmann, Waldschneckenfarm, Thomas Kaut, Welterbenzentrum, Thomas Kaut, Bayerns Bergwelt, Alpin Center, Natur-Sommer, Waldschnecken, Ökomodell Achenal, Alpenweg, Thomas Kaut, Haus der Berge Berchtesgaden, Alpin Center, Michael Knapik, Knapik mit 12, Berchtesgaden, Zentralbahn Berchtesgaden

Konzept & Redaktion: Franz Fell, Bayerische Fernwege e.V. | **Gestaltung:** Christoph Grottel, München
Druck: Ute Drisk, Stefan Dierl, Grafing
Stand: Auflage 100/2021 | 5.000 Stück
 Single-Broschüre, Distribution im Markt

Informationen zu weiteren Sehenswürdigkeiten finden Sie auf unserer laufend aktualisierten Internetseite – einfach nebenstehenden Code einscannen!

Abbildung 31: Die Innenseite des Flyers „Elektrisch unterwegs auf der Deutschen Alpenstraße“

2.5.5. Cirrantic: Service und erhöhte Sichtbarkeit im Ladeatlas Bayern

Bereits sehr zeitnah der Phase 2 dieses Projektes konnte eine Kooperation mit Cirrantic umgesetzt werden. Cirrantic ist verantwortlich für den [Ladeatlas Bayern](#), welcher vom Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie finanziert wird. Zum Zeitpunkt der Verfassung dieses Berichts werden über den Ladeatlas Bayern rund 5.250 e-mobile Lademöglichkeiten in Bayern ausgespielt.

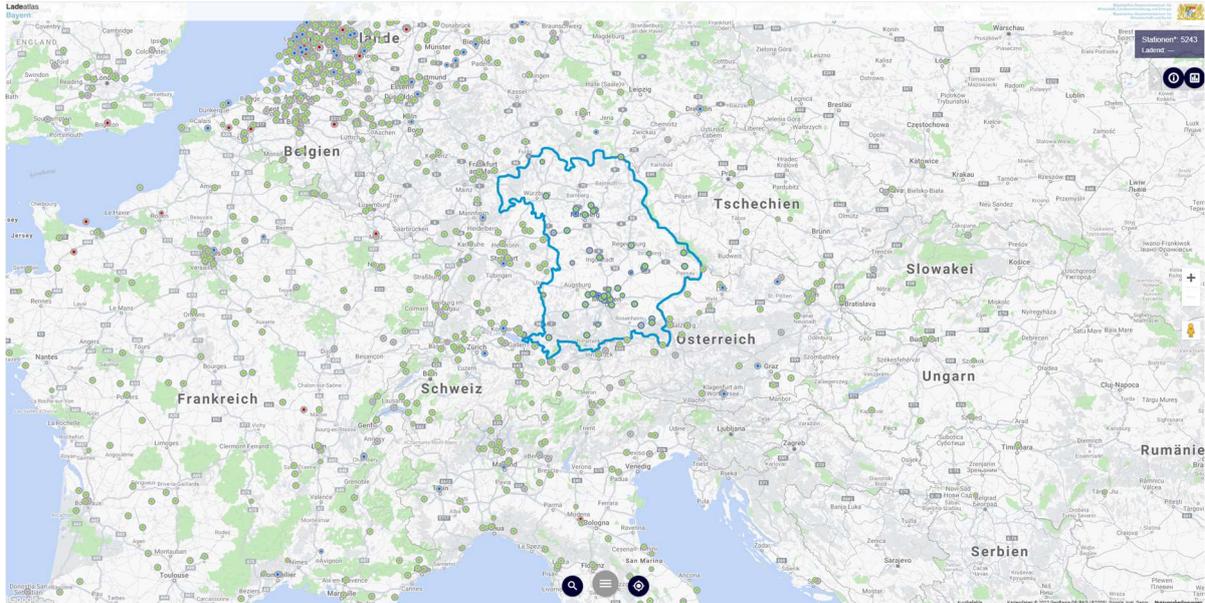


Abbildung 32: Der Ladeatlas Bayern

Das Projektteam hat mit Cirrantic als erster touristischer Kooperationspartner die

Einbettung des Ladeatlas Bayern in die Webseite der Deutschen Alpenstraße umgesetzt. Weiterhin wurde im Ladeatlas ein zusätzliches „Merkmal“ eingefügt - konkret ist dies das Logo der Deutschen Alpenstraße an allen Partnerbetrieben mit Ladepunkten entlang der Strecke.

Durch diese Maßnahmen entsteht eine erhöhte Sichtbarkeit von Lademöglichkeiten entlang der Strecke sowie die Ausspielung der Partnerbetriebe der Deutschen Alpenstraße im Nutzerkreis des Ladeatlas.

Abbildung 33: Das Logo der Deutschen Alpenstraße im Ladeatlas Bayern



Abbildung 34: Die Einbettung des Ladeatlas auf der Webseite der Deutschen Alpenstraße

2.5.6. E-mobilhotels: Sichtbarkeit auf der Plattform für e-mobil ausgestattete Hotels

Eine weitere Kooperation ist mit der Agentur TOC entstanden, welche die Plattform [E-mobilhotels](#) betreibt. Die Deutsche Alpenstraße wird auf der Plattform als erste Ferienstraße ausgespielt, die e-mobilität anbietet. Weiterhin fanden ein Facebook-Post sowie eine Presseausendung statt.



Abbildung 35: Die Deutsche Alpenstraße auf E-mobilhotels



Abbildung 36: Facebook-Post von E-mobilhotels mit Erwähnung der Deutschen Alpenstraße

Gemeinsam für mehr Nachhaltigkeit



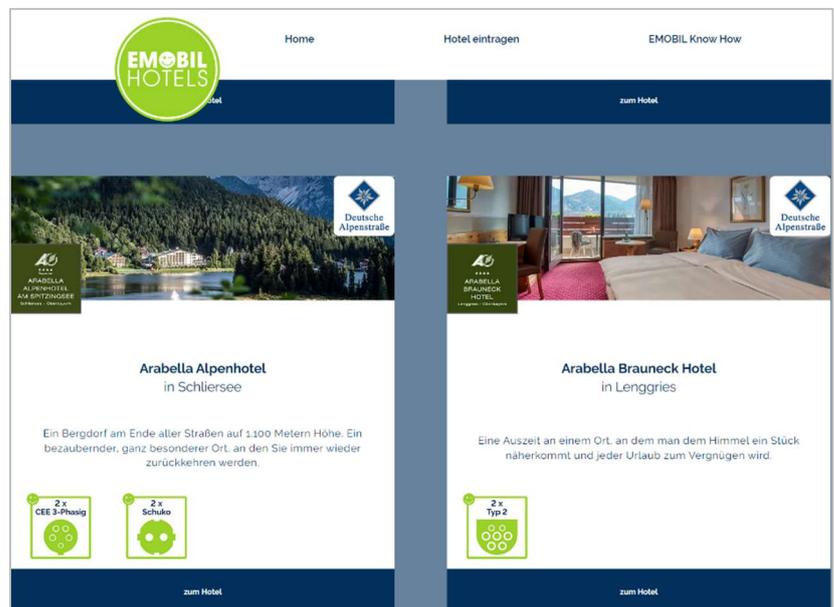
Auch die **Deutsche Alpenstraße** in Bayern – die älteste Ferienstraße Deutschlands – macht sich stark für einen nachhaltigen Tourismus. Auf der 484 Kilometer langen Strecke können Urlauber*innen die Region emobil entdecken und die bayerischen kulturellen und landschaftlichen Höhepunkte umweltfreundlich erleben. Dabei steht ihnen ein wachsendes, sich ständig weiterentwickelndes Netz aus Ladestationen und E-Hotels zur Verfügung. Die zahlreichen Hotels von Lindau am Bodensee bis zum Königsee sind auf EmobilHotels mit dem Logo der Deutschen Alpenstraße gekennzeichnet und so für Reisende schnell zu finden. Gleichzeitig finden sie auf der Webseite der Deutschen Alpenstraße Hotels, die Teil der EmobilHotel Community sind.



Abbildung 37: Auszug aus der Pressemitteilung von E-mobilhotels, versandt am 28.8.2021

Im Laufe der Zusammenarbeit mit E-mobilhotels entstand eine beidseitige Einbettung der Logos und Verlinkung der Webseiten - zum einen von E-mobilhotels zur Deutschen Alpenstraße, aber auch umgekehrt. Auch hier erhöhen wir die Sichtbarkeit der Elektromobilität und nutzen vorhandene Kanäle.

Abbildung 38: Kennzeichnung der Partnerbetriebe der Deutschen Alpenstraße auf der Plattform E-mobilhotels



Deutsche Alpenstraße
Route | Highlights | Hotels | Elektromobilität | Reiseplanung

Arabella Alpenhotel am Spitzingsee



Überwältigende Naturschönheit. Farbengischt in leuchtender Vielfalt. Ein tiefblauer Bergsee, umgeben von einer majestätischen Bergwelt. Darüber nur noch der Himmel. Mitten in dieser Idylle ein Ort der Entspannung, des Wohlfühlens und der Herzlichkeit. Ein Paradies für einzigartige Erlebnisse weit weg vom Alltag, für Momente, die unvergesslich bleiben.

Das perfekte Ziel nach kurvigen Straßen: das Arabella Alpenhotel. 120 Zimmer und Suiten im alpinen Stil, Restaurant König Ludwig mit regionaler, alpenländischer Küche und Restaurant Osteria L'Oliva mit italienischen Köstlichkeiten, Restaurantterrassen mit Seeblick, Weinkeller, Hotelbar, SPA-Bereich mit Soletherme, Whirlpool, 3 Saunen, Wärmeliegen, Aroma-Dampfbad, Fitnessraum, Liegewiese direkt am See, Beautyfarm mit hochwertigen Naturprodukten, Spitzing Alm-Veranstaltungsort und Gastwirtschaft direkt am See.

Karte



Kontakt

Arabella Alpenhotel am Spitzingsee
Seeweg 7
83727 Schliersee-Spitzingsee
Tel: +49 (0)8026 79880
» alpenhotel@arabella-hotel.com
» www.arabella-alpenhotel.com

EMOBIL HOTELS

» Buchen
» Anfahrtsplanen

Arabella Brauneck Hotel Lenggries



Im Arabella Brauneck Hotel in Lenggries am Fuße des Braunecks, mitten im Herzen des Isarwinkels wird jeder Urlaub zum Vergnügen. Es erwartet Sie ein Hotel mit 108 Zimmern und Apartments, das Restaurant „Leonhardi Stuben“ mit regionaler Küche, Biergarten, eine Cocktailbar und die Kamin-Stub'n als Veranstaltungsort. Im Sauna- und Fitnessbereich kann man sich nach der Tour auf der Deutschen Alpenstraße entspannen.

Verbringen Sie Ihren Urlaub dort, wo Oberbayern am Schönsten ist. Ein Spaziergang oder eine Radtour durch die unberührten Isarauen, eine Raftingtour auf der Isar, mit der Brauneck-Bergbahn zu urigen Hütten oder eine Runde Golf in malerischer Natur. Die einzigartige Landschaft und das traumhafte Bergpanorama bieten alle Voraussetzungen für einen rundum gelungenen Aktivurlaub im Isarwinkel.

Karte



Kontakt

Arabella Brauneck Hotel Lenggries
Münchner Straße 25
83661 Lenggries
Tel: +49 (0) 8042 5020
» www.arabella-brauneckhotel.com

EMOBIL HOTELS

» Buchen
» Anfahrtsplanen

Abbildung 39: Kennzeichnung der Partnerbetriebe von E-mobilhotels auf der Webseite der Deutschen Alpenstraße

2.5.7. Ecocamping: Roadshow auf der Deutschen Alpenstraße

Für ein gemeinsames Ziel angetreten sind die Projekte „E-mobilisierung der Deutschen Alpenstraße“ und das ebenfalls vom Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie geförderte Projekt „Ecocamping“. Neben einem regulären informellen Austausch und Kontakt beider Projektteams fand eine gemeinsame Roadshow an der Deutschen Alpenstraße statt.

Zielpublikum waren die Besucher von Campingplätzen, aber auch die lokal ansässige Bevölkerung. Die Projektleitung der e-mobilen Deutschen Alpenstraße war einen Tag lang am Campingplatz Via Claudia in Lechbruck mit dabei und hat die e-mobilen Deutsche Alpenstraße bei der dortigen Pressekonferenz und anschließenden Ausstellung präsentiert.



Abbildung 40. Das Projektteam der Ecocamping Roadshow auf der Deutschen Alpenstraße am Campingplatz Via Claudia, Lechbruck



Abbildung 41: Projektleiterin Tanja Brunnhuber auf der Ecocamping Roadshow- Pressekonferenz in Lechbruck

2.5.8. Gemeinschaftsstand mit Bayern Innovativ: IAA Mobility

Auf der IAA Mobility in München war die e-mobile Deutsche Alpenstraße gemeinsam mit Bayern Innovativ gleich zweimal vertreten. Das Team informierte über die neu geschaffenen Services und den Schwerpunkt „ökologische touristische Mobilität“ sowie die Vereinbarkeit von Freizeitspaß, Genuss und Umweltschutz beim Reisen. Im Summit Bereich auf dem Münchner Messegelände war die e-mobile Deutsche Alpenstraße Teil des Bayerischen



Abbildung 42: Die e-mobile Deutsche Alpenstraße auf den Ausstellungsflächen von Bayern Innovativ auf der IAA Mobility

Gemeinschaftsstands „Die Zukunft der Mobilität gemeinsam gestalten“

Der zweite Teil der IAA fand in der Münchner Innenstadt im Open Space statt. Hier lautete das Standmotto „Open minded to new visions“ und widmete sich der Frage nach „Design als Zukunftsdisziplin und Erfolgsfaktor der gesamten Mobilitätsbranche“. Dazu startete die bereits erwähnte Wanderausstellung zur Elektromobilität mit der e-mobilen Deutschen Alpenstraße als Best Practice zum Anfassen (siehe folgendes Kapitel).

Während der IAA Mobility fand weiterhin eine Rallye vom ADAC Südbayern e.V. statt, an der die Deutsche Alpenstraße mit einem eigens hierfür gebrandeten Fahrzeug teilnahm:



Abbildung 43: Bernhard Joachim und Franz Reil während der ADAC Rallye auf der IAA Mobility

2.5.9. Wanderausstellung mit Bayern Innovativ

Die neue Wanderausstellung Elektromobilität in Bayern bietet einen aktuellen Blick in die Welt der elektrischen und zukünftigen Mobilität. Sieben Module präsentieren anschaulich die wichtigsten Themenbereiche aus der Nutzerperspektive. Die sieben Exponate adressieren die verschiedenen Nutzer und Akteure der Elektromobilität: vom Familienvater, über die Bürgermeisterin, Jugendlichen und bis hin zum Großvater. Die ausgewählten Themen thematisieren die verschiedenen Mythen der Elektromobilität und führen zu einer erfrischenden, emotionalen neuen Sicht, die zum Nachdenken einlädt.

Eine digitale Ausstellung ergänzt die Exponate und bietet tiefere Einblicke in die jeweiligen Themen. Quizze und andere Spiele laden die Besucher ein, ihr Wissen spielerisch zu überprüfen. Begleitend dazu werden die Inhalte in einem gedruckten Magazin vor Ort dargestellt. Die Wanderausstellung ist ein Angebot der Bayern Innovativ GmbH an bayerische Kommunen und öffentliche Einrichtungen, die Mobilität von morgen greifbar und spielerisch verständlich machen wollen. Sie ist die Fortsetzung einer ersten Ausstellung, die acht Jahre lang ununterbrochen zu Gast in mehr als 80 Orten in Bayern war und mehr als 50.000 Besucher hatte.

Kommunen können die Ausstellung als Medium nutzen, um das Thema Elektromobilität mit regionalen Aktivitäten und Konzepten zu verknüpfen. Die Wanderausstellung wird üblicherweise für einen Zeitraum von ca. 4 Wochen gebucht und steht kostenfrei zur Verfügung. Der Ausstellungsort trägt lediglich die Kosten für Transport und Aufbau.

Die e-mobile Deutsche Alpenstraße ist mit dem Modul 3 „Hab Spaß beim Fahren“ ein Teil dieser Wanderausstellung. Mehr Informationen finden Sie auf der von Bayern Innovativ erstellten [Webseite zur Wanderausstellung](#).



Abbildung 44: Die gedruckte Postkarte zur Wanderausstellung inkl. Einbindung der Deutschen Alpenstraße



Abbildung 45: Die Wanderausstellung auf ihrer Premiere während der IAA Mobility

2.5.10. Podcast mit Bayern Innovativ

Von Bayern Innovativ wurde die Projektleitung der Deutschen Alpenstraße eingeladen, in einem Podcast über das Projekt zu berichten. Gemeinsam mit Oswald Pehel von Tourismus Oberbayern München e.V. schilderte die Projektleiterin Tanja Brunnhuber die Projekt-Meilensteine und bisherigen Erkenntnisse. Der Podcast ist über sämtliche Podcast-Plattformen sowie auf der [Webseite von Bayern Innovativ](#) abrufbar. Die wesentlichsten Erkenntnisse sind auf der Webseite zusätzlich verschriftlicht.

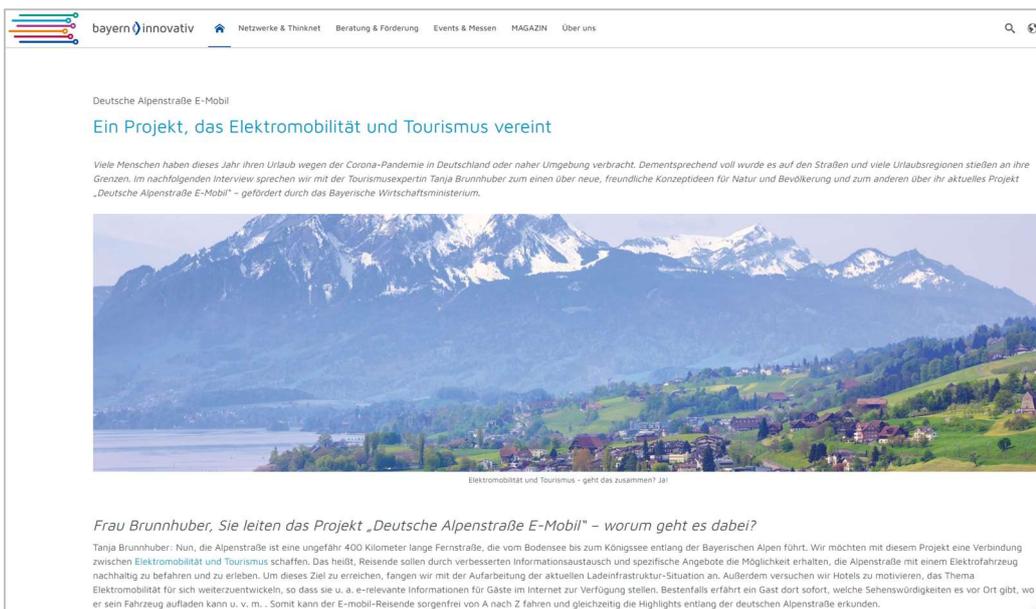


Abbildung 46: Der Podcast von Bayern Innovativ: Alpenstraßen unter Strom - Wie funktioniert E-Mobilität im Tourismus?



Abbildung 47: Facebook-Post zur Podcast-Episode

2.5.11. Pressearbeit mit Wilde und Partner

Die Projektleitung koordinierte den gesamten formalen Ausschreibungsprozess (Formulierung der Ausschreibung, Recherche von potenziellen Presseagenturen und Einholung von Angeboten sowie Vergabe). Der Zuschlag ging an die Münchner Kommunikationsagentur **Wilde und Partner**. Die Ausschreibungsunterlagen sowie Dokumentation der Vergabe sind auf Anfrage erhältlich.

Nach einer intensiven Einarbeitung des Wilde und Partner Teams fanden schnell erste Medienkontakte und Gespräche statt. Die einzelnen Maßnahmen sind ausführlich in den monatlichen PR-Berichten nachzulesen, welche als separate Dokumente zu diesem Bericht verfügbar sind. Daher wird auf die Details zu den einzelnen Maßnahmen hier nicht weiter eingegangen.

Es wurden bis zum Zeitpunkt der Verfassung dieses Berichts, aktiv eingesteuert und federführend umgesetzt von der Projektleitung, die folgenden Maßnahmen umgesetzt:

- Aussendung von vier Pressemitteilungen
- Koordination einer Radiokampagne mit Radio Charivari inkl. Gewinnspiel
- Koordination diverser Journalistenreisen
- Organisation und Umsetzung eines Presse-Events



Abbildung 48: Angebotseinholung für die Pressearbeit

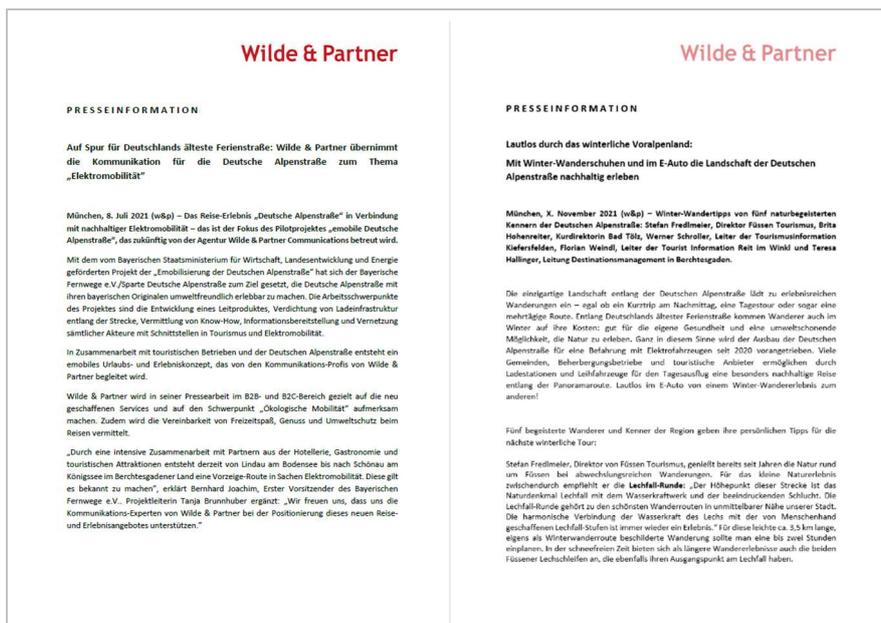


Abbildung 49: Die Pressemitteilungen zur e-mobilen Deutschen Alpenstraße - zwei Beispiele



Abbildung 50: Die Radiokampagne mit Radio Charivari während der IAA Mobility

Nachfolgend aufgeführte Pressereisen wurden während der Projektlaufzeit initiiert und in Teilen bereits veröffentlicht. Zum Verständnis: Die Veröffentlichung von Artikeln – gedruckt und digital – erfolgt in der Regel 3-9 Monate nach der Journalistenreise.

Medium	Autor/Journalist	Webseite/Link
Touremo Magazin	Elmar Thomassek Gerhard Eisenschink	https://www.touremo.de/deutsche-alpenstrasse-nachhaltig-erfahren-mit-dem-audi-q4-e-tron-tour-blog-tag-2/ https://www.touremo.de/deutsche-alpenstrasse-nachhaltig-erfahren-mit-dem-audi-q4-e-tron-tour-blog-tag-3/
Bayerns Bestes	Gertraud Wittmann	Wird veröffentlicht im Herbst 2022
Auto- und Reiseclub Deutschland ARCD	Jessica Blank	Wird veröffentlicht im Herbst 2022
Motorrad Magazin, Motorpresse Stuttgart	Gerhard Eisenschink	Wird veröffentlicht im Herbst 2022

Tabelle 2: Die Journalistenreisen während der Projektlaufzeit

Ein erster Artikel der Reise von Touremo im Herbst 2021 ist in Teilen bereits erschienen (Stand: Juli 2022):



Abbildung 51: Die e-mobile Deutsche Alpenstraße auf www.touremo.de

3. Projektmanagement

Als fachliche Begleitung für die Phase 2 des Projektes wurde die Dienstleitung in Form einer Koordinationsstelle fortgeführt. Das Projektmanagement fungierte als Impulsgeber, begleitete und überwachte die gesamte operative, technische und organisatorische Projektumsetzung. Es fungierte auch als Bindeglied zwischen Vorstand, Kooperationspartnern, Leistungsträgern und externen Dienstleistern und war wichtige Schnittstelle für die Angebotsentwicklung, Kommunikation und Vernetzung der Akteure der e-mobilen Deutschen Alpenstraße.

Das Projektmanagement sorgte dafür, dass die Ergebnisse aus Phase 1 sowohl strategisch als auch operativ weiterentwickelt und verarbeitet wird. Es stellte sicher, dass das übergeordnete Ziel, nämlich die Entwicklung und Markteinführung eines Leitproduktes zur E-mobilität, gemeinsam mit allen Akteuren erreicht wird sowie die Kommunikation sowohl nach innen (Stakeholder) als auch nach außen (Konsument) stattfand.

Mit den gewonnenen Erkenntnissen aus der Projektphase 1 war es bei den Inhalten des zu entwickelnden Leitproduktes sowie in der Moderation der geplanten Workshops mit den unterschiedlichsten Beteiligten zu einem sehr hohen Anteil involviert. Das Projektmanagement umfasste folgende Tätigkeitsbereiche:

3.1 Projektkoordination

- Terminkoordination mit internen und externen Partnern
- Organisation, Moderation und Nachbereitung von Steuerungsgruppen-Sitzungen (Vorstand, Mitglieder, Wirtschaftspartner)
- Unterstützung beim organisatorischen und finanziellen Umsetzungsmanagement
- Projektadministration und -dokumentation mit Protokollerstellung

3.2 Fachliche Unterstützung der Projektarbeit

Die Entwicklung und Umsetzung des Produktes benötigten einen personell hohen Einsatz des Projektmanagements. Interessierte Partner (Orte, Destinationen, Leistungsträger, weitere Interessierte) wurden zu Workshops und Abstimmungsterminen eingeladen. Aufgrund der Pandemie fand dies vorrangig digital statt. Unter der Anleitung des Projektmanagements entwickelten diese Partner gemeinsam das Leitprodukt und gaben insbesondere Rückmeldungen zur Umsetzbarkeit von Vorschlägen und Ideen aus der Community. Die Projektleiterin Tanja Brunnhuber konnte dank ihrer einschlägigen Erfahrung als Workshopleiterin für diese Aufgaben betraut werden – somit waren keine externen Moderatoren nötig.

Weiterhin war die Aufgabe des Projektmanagements die Koordination der externen Partner, wie z.B. Energieversorger, Automobilhersteller, Verleiher, Carsharing-Anbieter, App-Anbieter, technischer Dienstleister etc. Das Projektmanagement war der Dreh- und Angelpunkt zwischen den touristischen Partnern und besagten externen Partnern.

3.3 Projekt-Kommunikation

Die Projektkommunikation B2B und Öffentlichkeitsarbeit inkludierte:

1. Betreuung der Projektpartner/Kommunikationsmanagement
2. Marketingplanung und -umsetzung
3. Netzwerkaufbau und Netzwerk-Kommunikation
4. Aufbau geeigneter Information-Plattformen (Projekt-Website, Newsletter etc.)
5. Koordination zur Erstellung von Informations-Grundlagen

Die Umsetzungsstudie hat gezeigt, dass zwar einzelne e-mobile Projekte im Korridor der Deutschen Alpenstraße schon stattfanden, jedoch eine Vernetzung und übergreifende Angebotsentwicklung noch nicht erfolgt war. Das Projektmanagement hat sich der Vernetzung der Akteure angenommen und z.B. durch die E-Sprechstunden mit Energieversorgern, touristischen Leistungsträgern, wie z.B. Hotels und Gastronomen, kommunalen und touristischen Institutionen u.v.m. ein e-mobiles Netzwerk entlang der Deutschen Alpenstraße aufgebaut. Dieses Netzwerk steht seitdem nur Nutzung durch alle Beteiligten zur Verfügung.

Die Ausschreibung und Suche nach möglichen passenden Dienstleistern für den Bereich „Kommunikation“ wie Fotografen und Videoproduzenten, Erstellung und Distribution von Broschüren, Newslettern und Inhalten für die Projekt-Webseite sowie die Koordination der Pressearbeit wurde ebenfalls vom Projektmanagement initiiert und umgesetzt. Hier wurden u.a. die Dienstleister Ralf Gerard (Fotoshooting), Touremo (Informationsbroschüre und E-Sprechstunden) sowie Wilde & Partner (Presse- und Öffentlichkeitsarbeit) gewonnen. Nähere Details zu den Aktivitäten obig genannter Institutionen in den vorherigen Kapiteln.

4. Evaluation

Aufgrund der Innovationskraft des Projektes und trotz der pandemiebedingten Einschränkungen wollte das Projektleitungsteam konkret wissen, wie erfolgreich das Projekt aus Sicht der Beteiligten verlief und welche Maßnahmen konkret umgesetzt wurden. Ein Fragebogen wurde am 26.1.2022 an den gesamten Verteiler des Bayerischen Fernwege e.V., inkl. der Teilnehmer der E-Sprechstunden, geschickt. Alle Tourismusdestinationen entlang der Deutschen Alpenstraße wurden aufgerufen, den Fragebogen unter ihren Leistungsträgern zu verteilen. Die Befragung fand digital über das Tool „Survey Monkey“ statt. Insgesamt wurde ein Rücklauf von 93 ausgefüllten Fragebögen erzielt. Das nachfolgende Kapitel zeigt die wesentlichen Ergebnisse der Befragung.

In diesem Kapitel finden Sie die wesentlichen Erkenntnisse der Evaluation als ausformulierte Auszüge. Die gesamte Evaluation inkl. aller Grafiken ist als separates Dokument zu diesem Bericht verfügbar. Nachfolgend die wichtigsten Erkenntnisse aus der Befragung:

Insgesamt haben **93 Personen** aus den Bereichen

- Kleinvermieter/Ferienwohnung
- Tourismusregion/Kommune
- Hotelbetrieb
- touristische Attraktion

ausgefüllt.

4.1 Die Landkreise der Befragten



Abbildung 52: Die Landkreise der Teilnehmer des Fragebogens

Eine im Verhältnis große Anzahl an Rückmeldungen kamen aus den Landkreisen Garmisch-Partenkirchen, Traunstein und Ostallgäu.

4.2 Anlässlich des Projektes genutzte Angebote

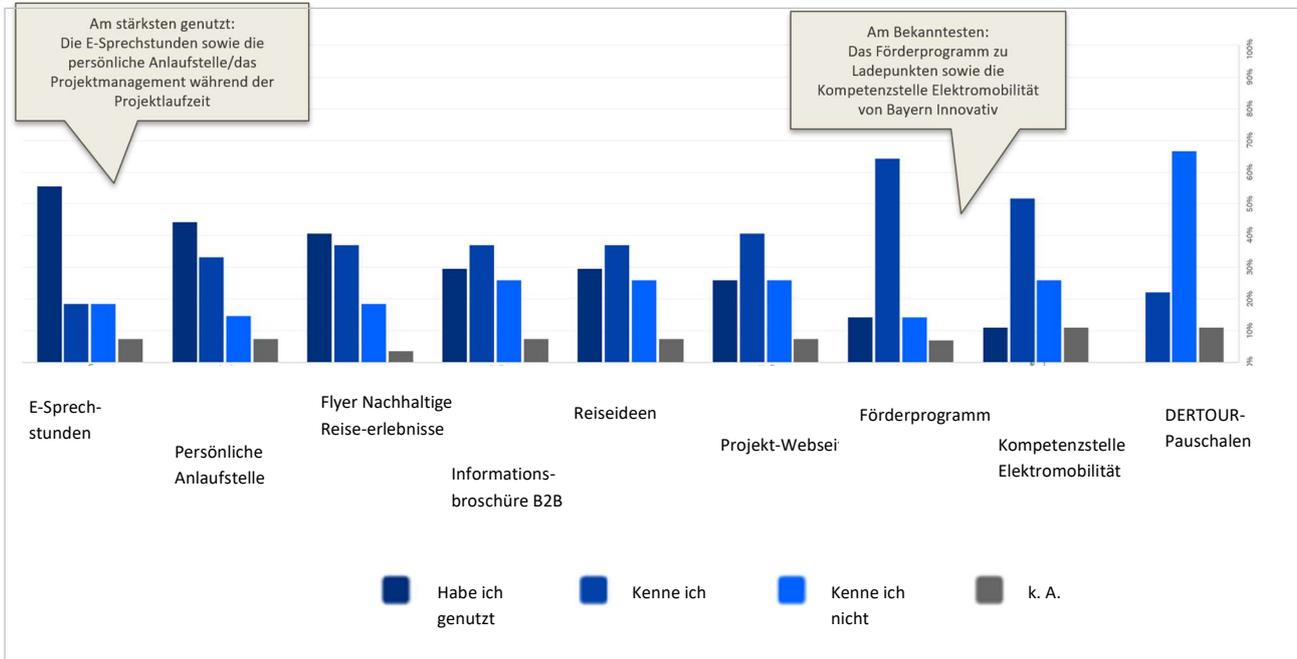


Abbildung 53: Kenntnis und Nutzung der Projektangebote

Mit rund 56% wurden die im Projekt neu entwickelten E-Sprechstunden genutzt, gefolgt von dem Angebot eines persönlichen Kontaktes zur Projektleitung (44%). Am bekanntesten unter den Befragten ist das während der Projektlaufzeit entstandene Förderprogramm zu Ladepunkten (64%) sowie die das Förderprogramm abwickelnde Stelle Bayern Innovativ (rund 52%).

4.3 Kommunikation und Wahrnehmung der Angebote

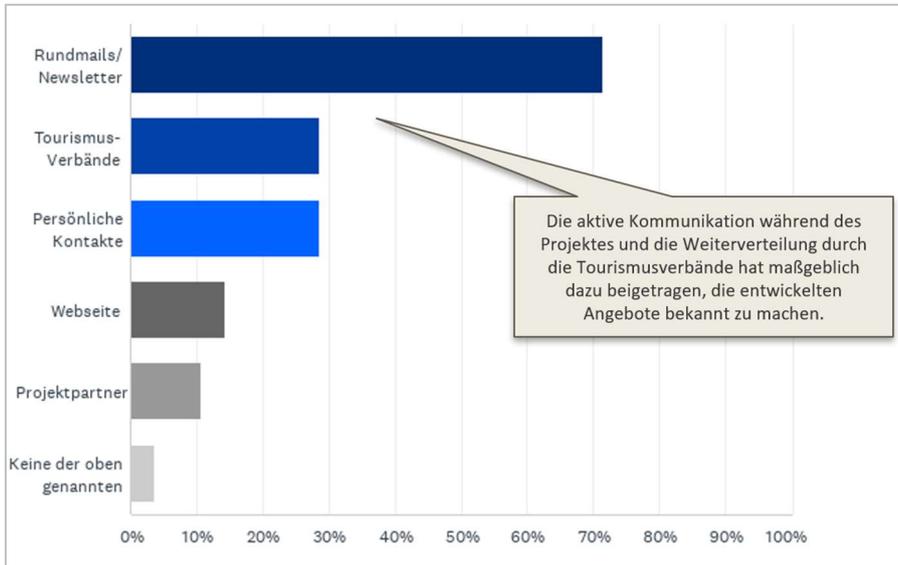


Abbildung 54: Die wichtigsten Kommunikationskanäle des Projektes

Die Befragung zeigt die Wichtigkeit der regelmäßigen Kommunikation durch Rundmails und Newsletter (71%) als Teil des aktiven Projektmanagements, gefolgt von der weiteren Verteilung und Streuung durch die beteiligten Tourismusverbände (knapp 29%). Nicht zuletzt zeichnet die Tourismusbranche eine starke persönliche Vernetzung aus, so wurden die persönlichen Kontakte auch in diesem Projekt von rund 29% der Befragten als relevant erachtet.

4.4 Wichtigkeit der entwickelten Services, Produkte und Programme

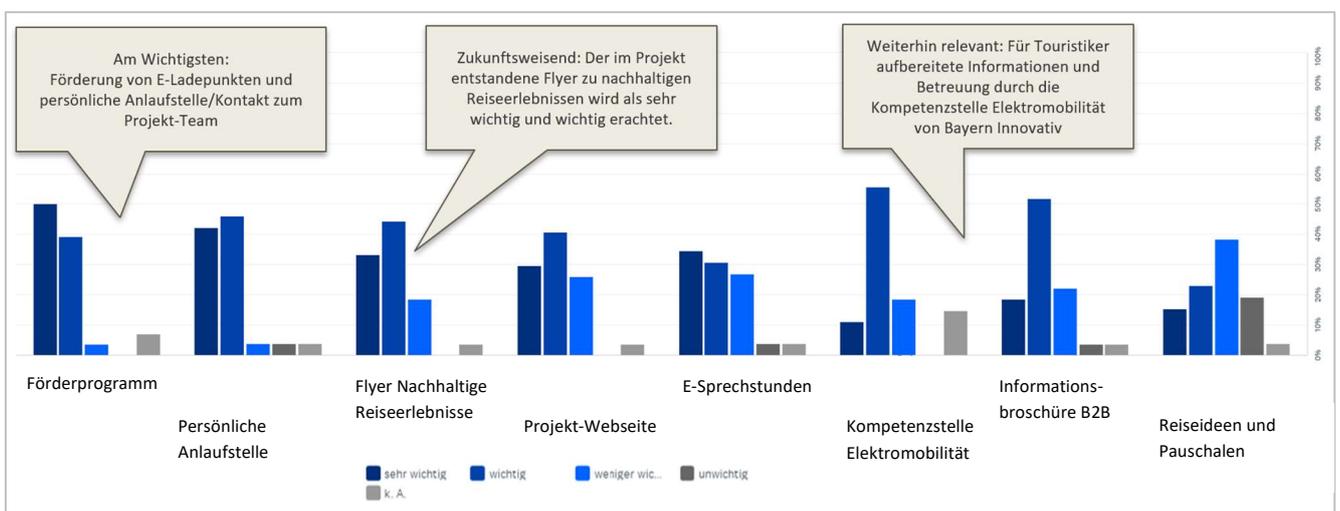


Abbildung 55: Die Relevanz der angebotenen Services, Produkte und Programme des Projektes

Als sehr wichtig und wichtig wurden von fast 90% der Befragten die Förderung von E-Ladepunkten genannt. Fast genau so viele (rund 88%) nannten den persönlichen Kontakt zum Projekt-Team als sehr wichtig und wichtig. Der im Projekt konzipierte Flyer zu nachhaltigen Reiseerlebnissen (digital/gedruckt) wird von 77% der Befragten als sehr wichtig und wichtig erachtet. Weiterhin werden von rund 70% der Befragten die im Projekt konzipierte Broschüre zur E-mobilität im Tourismus sowie die Betreuung durch die Kompetenzstelle Elektromobilität bei Bayern Innovativ als wichtig eingeschätzt (67% der Befragten).

4.5 Veränderung der Elektromobilität bei den Befragten in den letzten drei Jahren

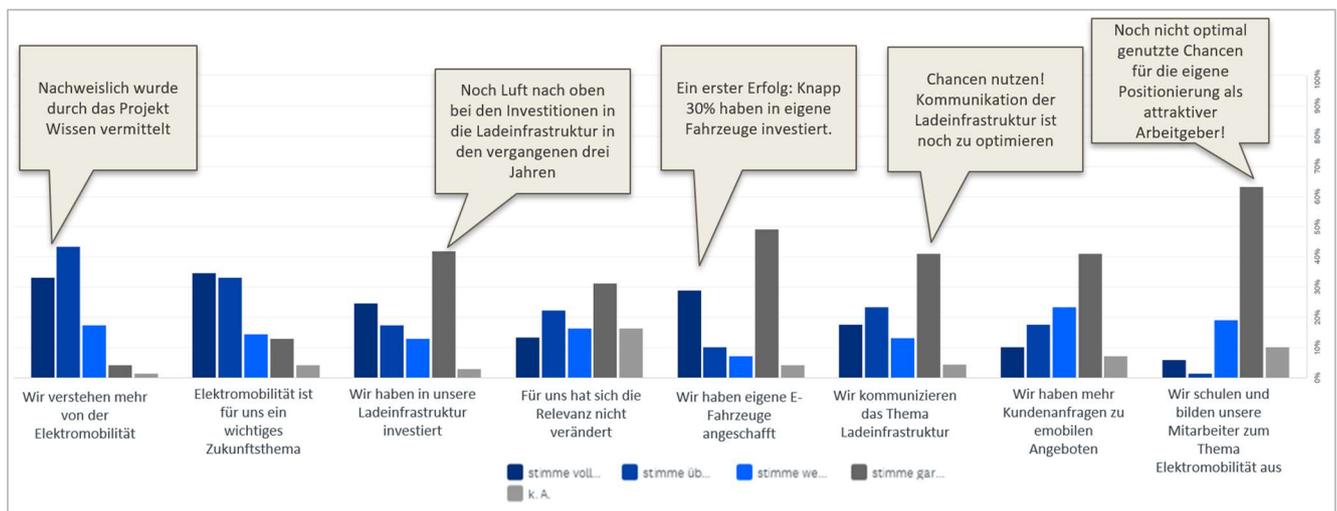


Abbildung 56: Die Veränderung der Elektromobilität in den letzten drei Jahren

Nachweislich konnte das Projekt sein Ziel der Vernetzung und Wissensvermittlung erreichen. Es stimmten 77% der Befragten der These „Wir verstehen mehr von der Elektromobilität“ voll und überwiegend zu. Der erfolgreichen Verdichtung von Ladeinfrastruktur als ein weiterer Projekt-Meilenstein wurde mit der Zustimmung auf die These „Wir haben in unsere Ladeinfrastruktur investiert“ von 42% belegt. In Anbetracht der Pandemie sind diese Zahlen als sehr erfolgreich zu werten, war es doch gerade die Tourismusbranche, die Corona-bedingt auf Einnahmen verzichten musste und viele großen Investitionen im Kontext der pandemiebedingten Unsicherheiten zunächst zurückgestellt wurden.

An diesen Zahlen sieht man deutlich, dass die Elektromobilität bei den gewerblichen touristischen Anbietern angekommen ist. Diese Erkenntnis stützt auch die Tatsache, dass knapp 30% der Befragten eigene E-Fahrzeuge angeschafft haben. Chance auf Optimierung besteht jedoch noch in der Kommunikation von Ladeinfrastruktur, sowohl nach außen in Richtung Gäste als auch nach innen Richtung Rekrutierung, bestehende Mitarbeiter und Angestellte.

4.6 Elektromobilität aus Sicht der Gäste der Befragten

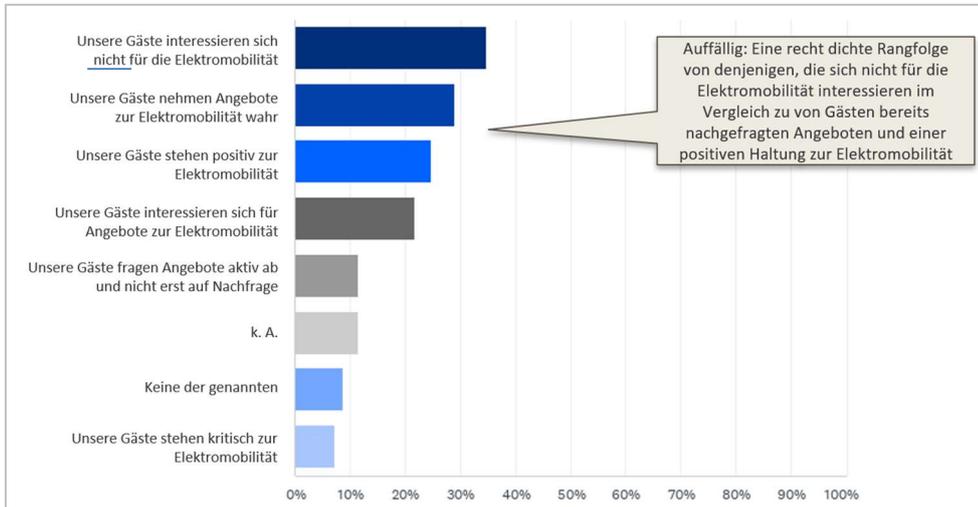


Abbildung 57: Die Elektromobilität aus Sicht der Gäste

Auffällig ist die dichte Verteilung der obersten vier Balken: Zeigt der erste Balken noch, dass die Gäste von rund 35% der Befragten sich nicht für die Elektromobilität interessieren, weisen die folgenden drei Balken genau das Gegenteil auf: Gut 29% der Befragten sagen, dass ihre Gäste Angebote zur Elektromobilität wahrnehmen, knapp 25% sagen sogar, ihre Gäste stünden positiv dazu. Insgesamt sagen 34% der Befragten, die Gäste interessierten sich für e-mobile Angebote und sie fragen sie sogar aktiv ab. Dies zeigt erneut, dass in Summe die Elektromobilität bei den Gästen der Befragten durchaus relevant ist.

4.7 Anteil der Gäste, die aktuell bereits mit E-Fahrzeugen kommen

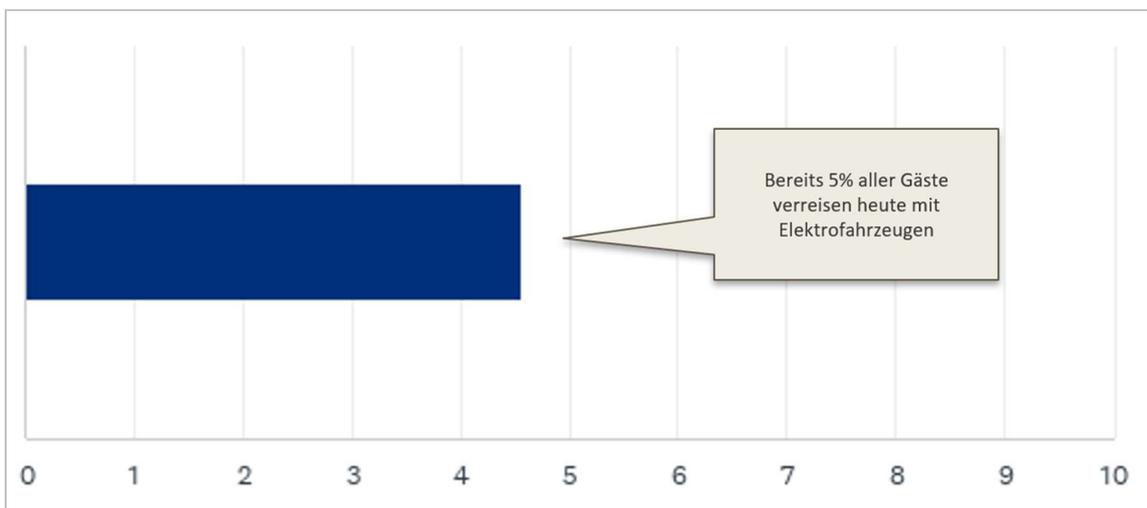


Abbildung 58: Anteil der Gäste mit E-Fahrzeugen

Schon heute kommen knapp 5% der Gäste mit E-Fahrzeugen in die befragten Destinationen. Diese Zahl ist im Kontext der Zahlen der Automobilbranche zu verkauften E-Fahrzeugen interessant und es gilt, sie weiter zu beobachten. Der Marktanteil von BEV beträgt 13,6% (Quelle: <https://www.enbw.com/blog/elektromobilitaet/trends/top-10-der-meistverkauften-e-autos-2021>, Abruf am 28.2.2022). Ungeklärt ist, ob diese Fahrzeuge bereits alle ausgeliefert sind.

4.8 Verhältnis von Parkplätzen mit und ohne Ladepunkten

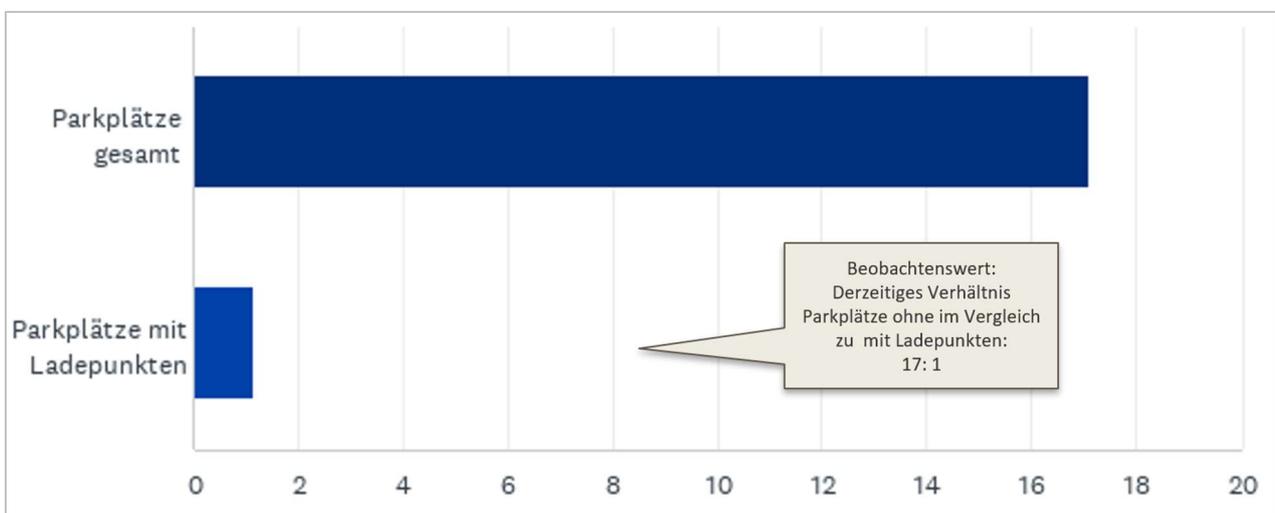


Abbildung 59: Verhältnis von Parkplätzen mit und ohne Ladepunkte

Derzeit gestaltet sich das Verhältnis 17:1 – auf 17 Parkplätze ohne Ladepunkte kommt ein Parkplatz mit Ladepunkt. Auch diese Zahl gilt es, in den kommenden Jahren weiter zu beobachten.

4.9 Anzahl der Befragten, die in eigene Ladeinfrastruktur investierten

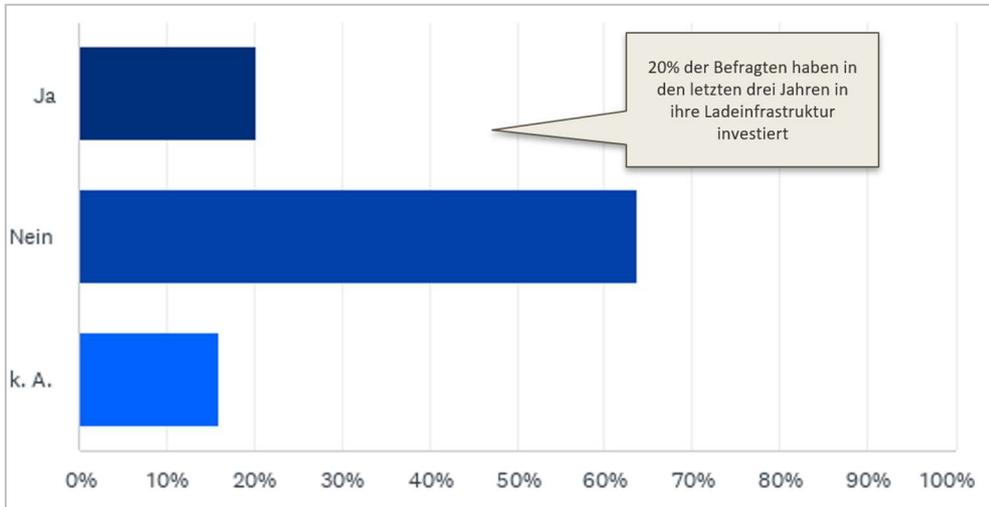


Abbildung 60: Anzahl der Investitionen in eigene Ladeinfrastruktur

Rund 20% haben in den letzten drei Jahren antworteten in dieser Frage nochmals sehr deutlich, in eigene Ladeinfrastruktur investiert zu haben. Gerade in Anbetracht der Pandemie und der Betroffenheit der Tourismusbranche (siehe auch vorherige Ausführungen) ist diese Zahl als sehr positiv zu verstehen.

4.10 Zielgruppen der derzeit zur Verfügung gestellten Ladepunkte

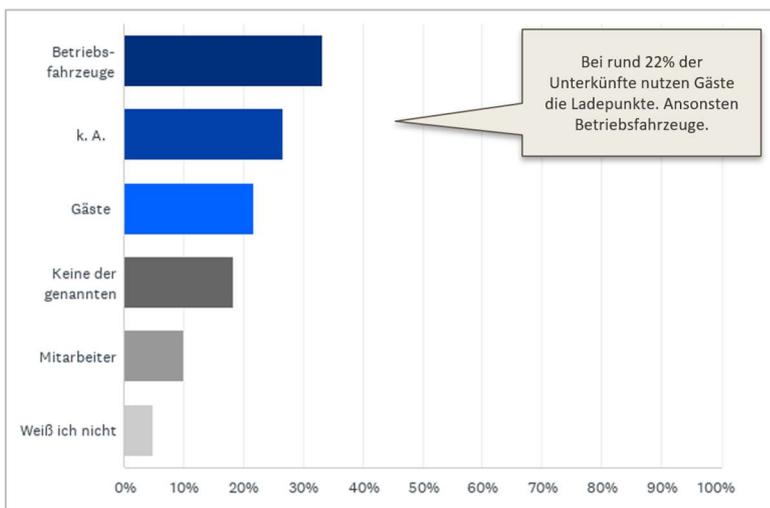


Abbildung 61: Zielgruppen der bereitgestellten Ladeinfrastrukturen

Rund 22% der Befragten antworteten, dass ihre Gäste die Ladepunkte nutzen. Auffällig ist die starke Nutzung von Ladepunkten jedoch für eigene Betriebsfahrzeuge. Nur knapp 10% der Befragten gaben an, dass eigene Mitarbeiter die Ladepunkte nutzen.

4.11 Kommunikation der Ladepunkte – Chance auf Optimierung!

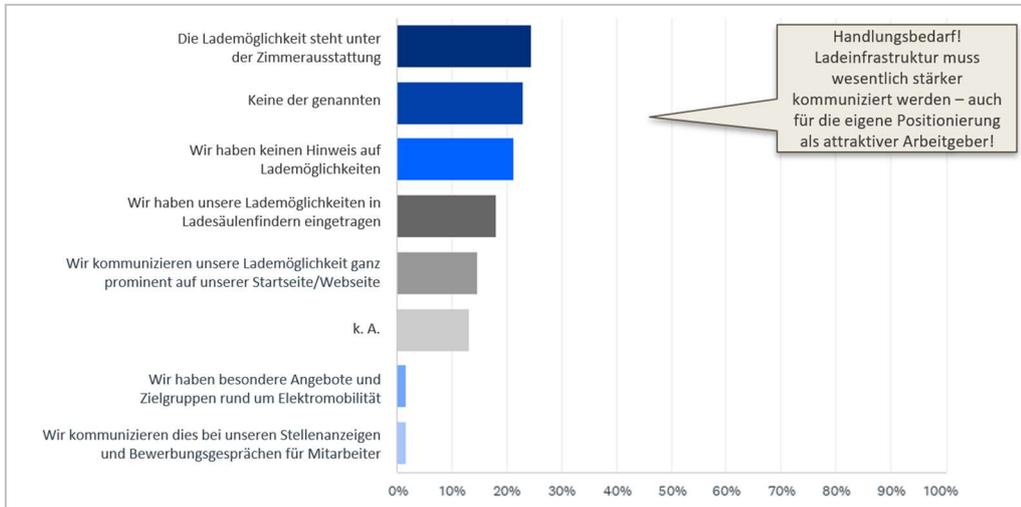


Abbildung 62: Kommunikation der Ladepunkte

Nur bei knapp 25% der Befragten steht die Ladeinfrastruktur unter der Zimmerausstattung. Knapp 23% kommunizieren ihre Ladeinfrastruktur über keine der aufgeführten Auswahlmöglichkeiten, gefolgt von 21%, die gar nicht kommunizieren. Nur 18% haben ihre Ladepunkte auf den Ladesäulenfindern eingetragen und nur unter 15% kommunizieren Ladeinfrastruktur prominent auf deren Webseite.

Die geringe Anzahl an Betrieben, die besondere Angebote und Zielgruppen rund um die Elektromobilität bespielen (unter 2%) zeigt ebenso wie die kommunikative Lücke in Richtung Mitarbeiter und im Recruiting, dass hier erheblicher Handlungsbedarf besteht.

4.12 Weitere Chance auf Optimierung: Carsharing/Verleih

Weiterer Handlungsbedarf herrscht beim Handlungsfeld Carsharing/Verleih von E-Fahrzeugen. Der kaum vorhandene Rücklauf zu diesem Themenfeld bestätigt die Herausforderungen im Projektmanagement, Carsharing/Verleih entlang der Deutschen Alpenstraßen im Rahmen der verfügbaren Projektlaufzeit zu etablieren. Wie eingangs bekannt, gibt es nur wenige existierende Sharing-Anbieter entlang der Route, welche unabhängig und bereits vor diesem Projekt entstanden sind. Diese sind der Naturpark Ammergauer Alpen (E-ALOIS), Justexplore in Lindau und neben dem Biohotel Eggenberger nur einige wenige andere Hotelbetriebe, die E-Fahrzeuge an Ihre Gäste für Tagesausflüge zur Verfügung stellen.

5. Schlussbemerkungen

5.1 Resümee

Das Projekt „E-mobilisierung der Deutschen Alpenstraße“ wurde über fast 3 Jahre hinweg zwischen Juli 2019 und März 2022 bearbeitet. Die eingangs gesetzten Projektziele wurden in vielen Teilen erreicht, einige davon haben sich jedoch aufgrund der starken Innovationskraft des Projektes als nur langfristig umsetzbar erwiesen. In der kurzen Projektphase konnten die derzeit noch als sehr innovativ wahrgenommenen Bausteine wie Carsharing oder Verleih im ländlichen Raum nur bedingt umgesetzt werden. Umso wichtiger ist jedoch, dass das Bewusstsein hierfür geweckt wurde und erste Angebote auf dem Markt erschienen sind.

Durch die intensive Beschäftigung mit der Elektromobilität wurde ein enormer Wissensgewinn bei allen Beteiligten erzielt und ein Verständnis für diese Form der nachhaltigen Mobilität geweckt. Leider hat die Covid-19 Pandemie, die kurz nach der ersten Phase des Projektes eintrat (Bericht liegt dazu vor), den ursprünglich anvisierten sehr interaktiven und persönlichen Austausch maßgeblich beeinflusst. So waren u.a. sogar digitale Termine zu Beginn der Pandemie nur eingeschränkt möglich und persönliche Vor-Ort-Termine bei potenziellen Kooperationspartnern durch dortige Arbeitsauflagen über einen längeren Zeitraum hinweg nicht möglich.

Umso stolzer ist das gesamte Projektteam jedoch, die vorliegenden Ergebnisse erzielt zu haben und den Weg in eine e-mobile Zukunft der Deutschen Alpenstraße aufgezeigt zu haben. Nun heißt es „dranbleiben“ am Thema und die Elektromobilität auf der Deutschen Alpenstraße weiterzuentwickeln. Es gilt, die angestoßenen Kooperationsstrukturen weiter auszubauen und in den kommenden Jahren das Thema Carsharing im ländlichen Raum gezielt anzugehen. Die Strukturen sind nun dafür vorbereitet, das buchbare Leitprodukt kann flexibel durch Sharing- oder Verleihangebote ergänzt werden und auch Kombinationen mit einer öffentlichen Anreise durch die Deutsche Bahn kann aktiv eingeleitet werden.

5.2 Die sieben wichtigsten Lerneffekte aus dem Projekt

Klimaverträgliches Reisen geht nicht ohne klimaneutrale Anreise

Die Einflussnahme des Projektes der E-mobilisierung der Deutschen Alpenstraße auf eine klimaneutrale Anreise ist begrenzt, dennoch ist der Erfolg eines klimafreundlichen Gesamt-Reiseangebots davon abhängig. Die Bahnhöfe im ländlichen Raum sollten dringend besser an ICE und IC/EC Netze angeschlossen werden, um eine klimaneutrale Anreise zu ermöglichen. Ein komfortables und verlässliches An- und Abreisen mit der Bahn erfordert einen Ausbau von entsprechenden Angeboten. Stand Heute ist ein Umsteigen an den wichtigen Eisenbahnknoten des Personenverkehrs wie Berlin, Hamburg, Frankfurt, Köln oder München inklusive Gepäck für manche Reisende schlichtweg zu aufwändig oder nicht angenehm.

Die Rolle der klimaneutralen Mobilität vor Ort

Es gibt bisher zu wenige Verschneidungen von touristischer Mobilität und Alltagsmobilität. Mobilitätskonzepte für Kommunen schließen häufig den Tourismus nicht ein. Noch dazu ist die Schließung der letzten Meile für viele Kommunen oder Landkreise immer noch eine sehr große Herausforderung. Es gibt bisher zu wenige Anbieter und Schnittstellen von privaten und öffentlichen Mobilitätsangeboten. Angebote für eine individuelle Mikromobilität werden zwar von einigen Unterkunftsbetrieben derzeit bereits zur Verfügung gestellt, dennoch fehlt es weiterhin an flächendeckenden, komfortablen, sicheren und funktionierenden Angeboten für die Schließung der letzten Meile vor Ort.

Erfolgsgarant Wissenstransfer

Das Projekt hat gezeigt, wie wichtig die Wissensvermittlung, Bewusstseinsbildung und Aufklärung derjenigen Zielgruppen, die später Angebote für die Elektromobilität umsetzen sollen, ist. Nicht nur der Gast muss überzeugt werden, sondern davor lag eine der Hauptaufgaben des Projektmanagements in der Überzeugung der beteiligten Destinationen und Leistungsträger vor Ort. Es galt, niedrigschwellige Informationen und Schritt-für-Schritt-Anweisungen zur Verfügung zu stellen, damit die Akteure später selbstmotiviert und eigenverantwortlich die entsprechenden Maßnahmen umsetzen. Auch wurde viel Zeit investiert, um die gängigen Mythen und Vorurteile zur Elektromobilität aufzulösen und faktenbasierte Informationen zur Verfügung zu stellen. Eine Kommunikation auf Augenhöhe und in der Sprache des Tourismus war hier der Erfolgsgarant, dies reichte z.T. bis zur Anleitung zur Ausfüllung von Förderanträgen.

Erfolgsfaktor Vernetzung und Innenkommunikation

Die Erfahrung im Tourismus zeigt, dass Erkenntnisgewinne und „A-Ha Effekte“ in der Tourismusindustrie häufig etwas verspätet eintreten – oftmals lange nachdem ein Projekt bereits abgeschlossen ist. Es ist daher eine sehr intensive und inhaltlich fundierte Projektarbeit inklusive Dokumentationen vorab nötig, um die Akteure zu einem späteren Zeitpunkt auch ohne persönliche Unterstützung handlungsfähig zu machen.

Weiterhin wurde die Netzworkebildung weit unterschätzt, vor allem Kontakten außerhalb der Tourismusindustrie mit den touristischen Betrieben und Destinationsvertretern. Zwar „kennt man sich“ oberflächlich, doch zeigte sich in der laufenden Projektarbeit, dass die vertiefende Netzwerkarbeit von allen Beteiligten als sehr wertvoll und zukunftsweisend geschätzt wurde.

Weiterhin zeigte sich auch die Zusammenarbeit des Projekt-Teams mit der Kompetenzstelle Elektromobilität von Bayern Innovativ als sehr wertvoll. Diese Form von Kooperationen sollten in Zukunft bei ähnlich gestalteten Projekten von Anfang an gesucht und im Projektverlauf vertieft werden.

Nicht zuletzt zeigten sich nachhaltige Lerneffekte auch zwischen den Akteuren: Beispielsweise arbeitet Tourismus Oberbayern und München e.V. sowie die IHK Schwaben nun ebenfalls mit der Kompetenzstelle Elektromobilität von Bayern Innovativ zusammen. Eine Vielzahl von Energieberatern und auch die Energieversorger haben von den E-Sprechstunden profitiert und nutzen die Kontakte für die eigene, weiterführende Arbeit.

Einflussnahme externer Faktoren auf die projektspezifischen Ziele

Ein deutlicher Erkenntnisgewinn war, dass bei der Formulierung der anfangs gesetzten Ziele im Förderantrag eine Abhängigkeit von externen Faktoren bedeuteten. Dies war sehr deutlich beim Thema Sharing und Verleih festzustellen: Die Verfügbarkeit von Elektroautos war sowohl für Autoverleiher, um deren e-mobiles Angebotsportfolio aufzubauen, aufgrund von Lieferkettenprobleme in der Automobilindustrie nicht gegeben.

Gerade in der Rolle des Bayerischen Fernwege e.V. konnte nicht konkret finanziell in Infrastruktur investiert werden, das Projektergebnis war jedoch abhängig von der Mitarbeit und dem Invest in Infrastrukturen (konkret: Ladepunkten) von Betrieben, Destinationen, Autohäusern, Energieversorgern u.v.m. Unter den Energieversorgern wurde überraschenderweise eine eher geringe Kooperationsbereitschaft jenseits ihrer Gebietsgrenzen konstatiert.

Hinzu kommt, dass viele operative Aufgaben der Touristiker deren strategisches Denken und Arbeiten erschweren, gerade bei innovativen Projekten (s.u.). Viele kleinere Betriebe verfügen über keine Marketingmitarbeiter, welches sich um die Implementierung von modernen, zukunftsfähigen Angeboten und dem dazu passenden Wissensaufbau kümmern könnten.

Wir sind davon überzeugt, dass insbesondere die Themen Sharing und Verleih im ländlichen Raum in den nächsten Jahren ansteigen werden und haben mit dem Projekt der E-mobilen Deutschen Alpenstraße eine gute Basis entwickelt, an die später angeknüpft werden kann.

Herausforderungen und Strahlkraft innovativer Projekte – nicht nur in Zeiten der Pandemie

Innovative Angebote im ländlichen Raum sind in der Regel nur mittel- bis langfristig umsetzbar. Dies liegt u.a. an den lokalen räumlichen Begrenzungen, aber auch an den Akteuren vor Ort. Viele Einwohner auf dem Land verfügen über mindestens ein, wenn nicht zwei Fahrzeuge, um die Mobilitätslücken vor Ort abzudecken. Öffentlicher Nahverkehr ist auf dem Lande erheblich herausfordernder als in den Städten. Sharing- oder Verleihsystem finden sich ganz zu Beginn ihrer Entwicklungsphasen auf dem Lande.

Pandemiebedingt war für viele Betriebe und Destinationen keine Offenheit vorhanden, viele fanden sich in einer „Schockstarre“ wieder, digitales Arbeiten war bis dahin kaum etabliert und es gab so gut wie keine Infrastrukturen für die Nutzung von digitalen Tools wie Teams, Zoom oder Miro in öffentlichen Institutionen.

Hinzu kommt die fehlende Aufnahmebereitschaft der Tourismusbetriebe, innovative Projekte anzugehen. Im Fokus stand zu Beginn der Pandemie die Existenzsicherung. Das Projekt war mit seinem Vorhaben und den daraus resultierenden Umsetzungsideen ggfls. daher zeitlich nicht ganz passend, jedoch war die Pandemie ein Faktor, der sich auch für dieses Projekt nicht vorhersehen ließ.

Letztlich brauchen gerade innovative Entwicklungen Zeit, um Motivation, Begeisterung und Aufklärung entstehen zu lassen und damit konkret in die Umsetzung zu gehen.

Immer wieder unterschätzt: Fachlich fundiertes Projektmanagement

Der Aufwand für das Management dieses Projektes war bei Beantragung der Fördergelder weit unterschätzt. Eine innovative Produktentwicklung im Tourismus benötigt in der Regel immer eine sehr intensive Betreuung der Betriebe und Destinationen. Hinzu kommt die herausfordernde Situation anlässlich der Pandemie, welche viele Arbeitsstunden erforderte, die in einem normalen Arbeitsalltag ohne Corona nicht vorstellbar waren. Als Kümmerer für alle Beteiligten, aber auch als Strukturgeber, Strategie-Entwickler und Umsetzer war das Projektmanagement vom zeitlichen Volumen sehr gefordert. Die Position Projektmanagement war zu Beginn erheblich zu knapp bemessen und wir sind sehr froh, dass im Rahmen einer Budget-Umschichtung diese Ressourcen innerhalb des Projektes zur Verfügung gestellt werden konnten.

Zu guter Letzt:

Wir bedanken uns bei allen Projekt- und Kooperationspartnern und insbesondere bei den vielen Personen und Institutionen, die unsere eigene Kompetenz in Sachen Elektromobilität ermöglicht haben. Nur gemeinsam konnten wir die vorliegenden Ergebnisse erzielen. Das Team der Projektleitung von Alpin Consult und des Bayerischen Fernwege e.V. freut sich auf eine starke, zukunftsweisende Zusammenarbeit mit allen Beteiligten! Wir selbst sind zu 100% von der Elektromobilität überzeugt. Im Projektzeitraum wurde privat eine Photovoltaikanlage samt Batteriespeicher investiert. Fehlt nur noch das Elektroauto, dass seit über einem Jahr bestellt ist und das zukünftig auch als zusätzlicher Energiespeicher dienen wird. Über die Geschäftsstelle der Bayerischen Fernwege e.V. kann jederzeit ein Besichtigungstermin vereinbart werden.

Tanja Brunnhuber
Projektleitung
E-mobile Deutsche Alpenstraße

Franz Reil
Geschäftsstellenleiter
Bayerische Fernwege e.V.

6. Impressum

Bayerische Fernwege e.V.
Siedlerstr. 10
c/o Alpin Consult
83714 Miesbach

Verfasserin: Tanja Brunnhuber, Projektleitung E-mobile Deutsche Alpenstraße

Verantwortlich: Tanja Brunnhuber, Projektleitung und Franz Reil, Geschäftsstellenleiter