Das Anfahrtslabyrinth in Franzensbad

Wer glaubt, eine Tourismusinformation sei dazu da, Gästen den einfachsten Weg zum Ziel zu zeigen, hat das innovative Geschäftsmodell von Franzensbad nicht verstanden. Hier wird Service durch „Erlebnis-Routing“ ersetzt; ein System, das so perfide ist, dass man fast an Absicht glauben könnte.

Die „E-Mail-Amnesie“ als Schutzwall

Mein Besuch in der lokalen Infostelle am 7. Januar begann mit einem Klassiker: der kollektiven E-Mail-Amnesie: „Nichts erhalten“, lautete das Mantra. In einer Welt, in der ich als Reisejournalist versuche, Geodaten zu korrigieren und kostenlose Kulturangebote zu vermitteln, erweist sich Franzensbad offensichtlich als digitales Schwarzes Loch. Aber wer benötigt schon den Erhalt von E-Mails, wenn man stattdessen analoge Panoramakarten verkaufen kann?

Die Falle schnappt zu: 200 Meter vs. 50 Kronen

Ich wurde Zeuge einer „Beratung“, die man eigentlich filmen müsste: Ein Gast sucht sein Hotel. Dieses liegt buchstäblich um die Ecke, einen Katzensprung entfernt. Doch der Gast möchte fahren; so verkauft man ihm für 50 Kronen eine Panoramakarte und versucht ihm, den Weg via Auto zu erläutern.

Doch das war erst der Beginn des Schildbürgerstreichs. Die Empfehlung des Tourismusexperten: „Ja, besser Sie setzen sich ins Auto und nehmen eine weiträumige Umfahrung, um von der „richtigen“ Seite ins Kurviertel einzufahren und dort zu parken.“

Abkassieren für die Sackgasse

Das Ergebnis dieser „Premium-Beratung“ ist ein

tourismuspolitischer Totalschaden:

1. **Die Gebührenfalle:** Der Gast wird genötigt, eine kostenpflichtige Einfahrtsbewilligung für das Kurviertel zu lösen.
2. **Die Parkplatz-Lüge:** Nach der Irrfahrt stellt der Gast fest, dass das Hotel gar keinen Parkplatz hat, man nicht mal vorfahren darf, und er in der Nebenstrasse ausladen darf. Darauf hat er 100 Meter zu gehen und wieder das Kurviertel zu verlassen, denn die max. Parkzeit beträgt eine Stunde.
3. **Der Rückzug:** Also bezahlte er die Gebühr, muss nun aber einen Parkplatz ausserhalb des Kurviertels mieten und mindestens 200 Meter bis zum Hotel gehen.

Fazit: Profit vor Logik

Anstatt den Gast freundlich darauf hinzuweisen: „Lassen Sie Ihr Auto kurz stehen, Ihr Hotel ist gleich da vorne," schickt man ihn in ein kostenpflichtiges Labyrinth ohne Happy End. So etwas bringt der Stadt zwar Gebühreneinnahmen für die Einfahrt ins Kurviertel und der Touristinfo 50 Kronen für ein Stück Papier, hinterlässt beim Gast aber das Gefühl, nach allen Regeln der Kunst abgezockt worden zu sein.

Während man in Franzensbad im „eigenen Sud badet" und international unsichtbar bleibt, perfektioniert man vor Ort die Kunst, den Gast auf der „letzten Meile" maximal zu verwirren. Wer braucht schon korrekte Google-Daten oder engagierte Reisejournalisten, wenn man ein System hat, das aus 200 Metern Fußweg eine kostenpflichtige Odyssee macht?