

# Website als Aushängeschild

Kommunen nutzen Internet für Urlauberwerbung ganz unterschiedlich

**Neustadt/WN. (ply)** Für viele Städte und Gemeinden ist das Internet mittlerweile gerade im Tourismussektor unverzichtbar geworden. So etwa in Windischeschenbach. Die Stadt hat ihre Seite 2008 neu überarbeitet, da sie „verstärkt Wert auf den touristischen Bereich legt“, wie Bürgermeister Andreas Meier mitteilt.

Mit Erfolg: Die Website zählt in manchen Wochen 1500 bis 2000 Besucher, und Urlauber bestätigen: „Die Seite war so übersichtlich und die Fotos einfach toll, da wollten wir hin.“ Ein Grund für die beachtlichen Zahlen der Zoigl-Hauptstadt mag sein, dass Meier großen Wert auf den Online-Auftritt legt und darauf achtet, dass zum Beispiel ständig wechselnde Fotos seine Stadt zur Geltung bringen. Es fallen rund 1000 Euro jährlich für Programmierung und Unterhalt an.

## Landkreis im Mittelfeld

Die Regensburger Tourismus-Beratung „Amaday Consulting“ hat in einer Studie die Homepages etlicher Oberpfälzer Kommunen nach Kriterien wie Benutzerfreundlichkeit oder Anfragen und Buchungen untersucht. Darin belegt der Landkreis Neustadt einen Mittelfeldplatz, wie auch die Nachbarkreise Tirschen-

reuth und Schwandorf, doch ist der Abstand zum Landkreisspitzenreiter Cham groß. Dennoch gibt es vorbildliche Beispiele wie Moosbach, Georgenberg, Windischeschenbach oder Parkstein.

Wirft man einen Blick auf manch andere Seite, stellt sich öfter die Frage, ob Urlauber bei der virtuellen Fremdenverkehrswerbung richtig angesprochen und beraten sind. So finden sich zum Beispiel Eslarn und Waldthurn, Mitglieder der Tourismusgemeinschaft Naturparkland Oberpfälzer Wald, oder Speinshart eher auf hinteren Plätzen. Dass die Einrichtung und Gestaltung von Internetseiten mit Kosten verbunden ist, ist wohl ein Grund warum das Thema Internet vielerorts nebenher läuft.

Eher verstaubt sind auch die Seiten der Stadt Eschenbach, die in der Amaday-Studie mittelmäßig abschneidet. „Natur erleben – Kultur genießen“ klingt zwar verheißungsvoll, steht jedoch ziemlich im Leeren, da ansprechende Fotos fehlen. Auch der Rußweiher kommt kaum zur Geltung. Weshalb die Seite nicht zweisprachig angeboten wird, obwohl Amerikaner einen großen Teil der Eschenbacher Bürger stellen und die Nähe zum Truppenübungsplatz Grafenwöhr gegeben ist, bleibt rätselhaft. Auf Anfrage bei der Stadt heißt es, diese Defizite seien bekannt. Man arbeite an der Verbesserung. Bis En-

de des Jahres oder Anfang des nächsten soll der neue Internetauftritt – auch mit englischer Version – stehen.

Ganz anders sieht es in Parkstein aus. Eine Arbeitsgruppe beriet bereits 2002 über die Seite, die technische Umsetzung übernahm die Firma Hill. Informationen gibt's in Deutsch, Englisch und Tschechisch. Unter „Urlaub und Tourismus“ findet der Surfer alles Wichtige rund um den Basaltkegel.

## Lohnende Investition

Zweiter Bürgermeister Herbert Simmerl räumt zwar ein, dass der Internetauftritt nicht zum Nulltarif zu haben ist – der Erstauftrag lag bei 3900 Euro, die Folgekosten belaufen sich auf rund 25 Euro im Monat – allerdings sieht er den Nutzen für den Ort deutlich überwiegen und misst der Homepage daher große Bedeutung bei. Schließlich sei Parkstein eine Gemeinde, „die auf Fremdenverkehr großen Wert legt“.

Eine weitere gute Seite ist die der Moosbacher. Sie sind seit 1997 im Netz. 2005 haben sie ein Computer Management System (CMS) zum Angebotspreis von 900 Euro von der Firma Reber IT zugekauft und einen Software-Vertrag geschlossen. Die jährlichen Folgekosten belaufen sich auf 400 Euro. Der geschäftsleitende Beamte, Andreas Hofmeister, bestätigt, dass sich die Kosten rentieren, genaue Zahlen hat er aber nicht.

The screenshot shows a web browser window displaying the homepage of the Moosbach community. The header features a large banner with the text "Willkommen im Markt Moosbach im Naturparkland 'Oberpfälzer Wald'". Below the banner is a navigation menu with categories like "Startseite", "Tourismus", "Ferien", "Wohnen", "Kultur", "Sport", "Natur", "Gastronomie", "Einkaufen", "Wohnen", "Kultur", "Sport", "Natur", "Gastronomie", "Einkaufen". The main content area is titled "Reit-Wochenende" and features a photograph of a person riding a horse. To the right of the photo, there is a list of activities and a booking form. The activities listed are: "Samstag geführter Geländeitt (Dauer ca. 2 bis 3 Stunden), abends 2 x 30 Min. Einzelunterricht" and "Sonntag geführter Geländeitt (Dauer ca. 1,5 Stunden)". The booking form includes fields for "Programmierspreis pro Person: 70,00 Euro (ohne Übernachtung)", "Buchungstermin: 2009 April bis Oktober", and "BUCHUNGSSTELLE: Gäste-Information im Rathaus, Brunnenstraße 1, 92709 Moosbach, Tel: 09956 9202-17, Fax: 09956 9202-21, gaezta-info@moosbach.de, www.moosbach.de".

Ein Beispiel für eine gelungene Internet-Seite: Auf der Moosbacher Homepage sind unter dem Menüpunkt „Tourismus“ viele Informationen rund um den Markt und seine Urlaubsaktivitäten zu finden. Unter anderem bekommt der Urlauber in der Kategorie „Pauschalangebote“ günstige Vorschläge zum Thema Reiten. Von Urlaubsgästen kommen positive Rückmeldungen, sagt Andreas Hofmeister von der Gemeinde.