

# Mehr Orientierung am Rheinfall

Wo legen die Schiffe zum Felsen ab, an welchen Orten gibt es etwas zu essen, und wo stehen Toiletten zur Verfügung? Antworten liefert die neue Signaletik rund um den Rheinfall. Dabei wird auf Symbole und QR-Codes gesetzt.

Saskia Baumgartner

NEUHAUSEN. Die meisten Gäste am Rheinfall waren gestern ganz damit beschäftigt, Mücken abzuwehren. Sie wedelten wild mit den Händen vor dem Gesicht herum und schienen nichts anderes wahrzunehmen. Vereinzelt Touristen entdeckten sie trotz den Mückenschwärmen aber doch: die neuen Info-Stelen. Sie betrachteten die Symbole und zückten ihre Handys, um die QR-Codes abzulesen.

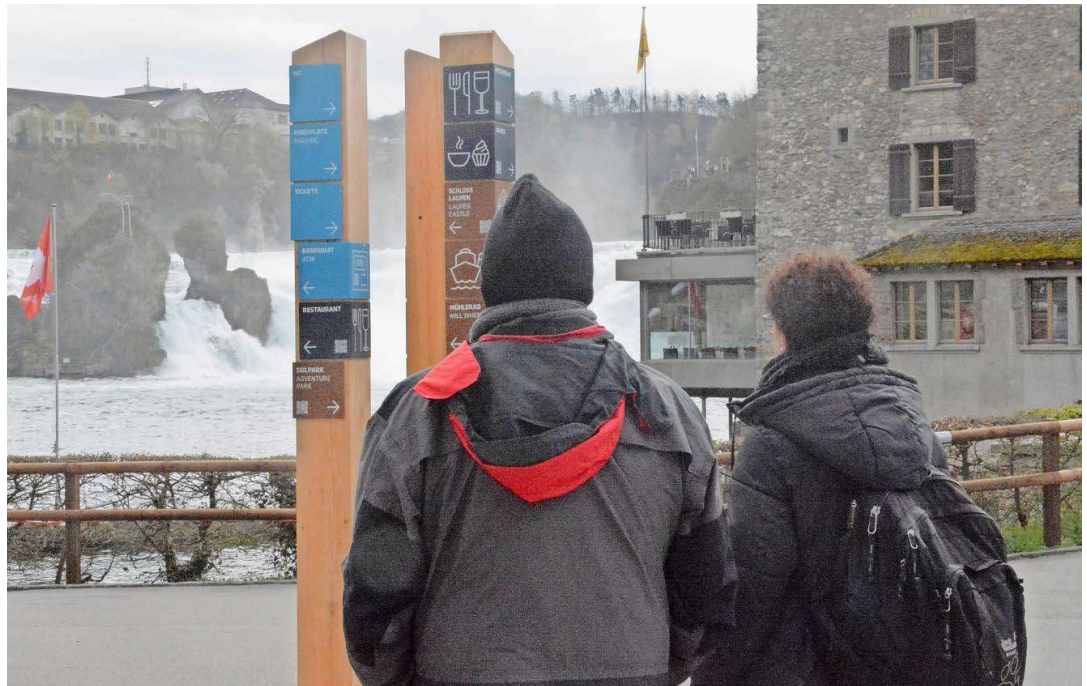
Die neue Besucherlenkung am Rheinfall ist am gestrigen Vormittag offiziell eröffnet worden. Sie löst die bisherigen Tafeln ab, deren Informationen veraltet waren und nicht mehr aktualisiert werden können. Auch hatten die alten, mit Graffiti verschmierten Tafeln kein gutes Bild abgegeben, wie Regierungsrat Martin Kessler (FDP) erklärte. Anders die modernen Holzpfähle mit kleinen Schildern. Deren Symbole weisen etwa auf gastronomische Angebote oder Attraktionen hin. Die Schilder sind erweiter- oder austauschbar. So können sie stets auf dem aktuellen Stand gehalten werden.

Die neue Besucherlenkung solle den Gästen Orientierung und Information zum Erlebnis am Rheinfall bieten, sagte Kessler an der Pressekonferenz zum Start der Rheinfall-Saison. «Wir sind sicher, dass wir dadurch auch die Aufenthaltsdauer erhöhen können.» Denn letztlich sei der Rheinfall nicht nur ein Naturschauspiel, sondern auch ein volkswirtschaftlicher Faktor.

Projektleiterin Denise Ulrich von Schaffhauserland Tourismus lieferte Details zur Signaletik, die übrigens auch auf Zürcher Seite eingeführt wurde. So seien insgesamt 95 Holzpfosten mit 426 Schildern aufgestellt worden. 37 QR-Codes befinden sich darauf. Nebst Stelen gibt es auch einen neuen Flyer mit allen Angeboten am Rheinfall. Zudem werde man per QR-Code auf die Rheinfall-Webseite in deutscher und englischer Sprache verwiesen, wo man sich vertieft informieren kann.

## Barrierefreier Spielplatz

Nebst der Signaletik ist auch der Spielplatz am Rheinfallbecken neu gestaltet worden. Dieser verfügt nun über einen barrierefreien Einstieg. Sowie über eine «attraktive und schnelle Rutschbahnen», wie Baudirektor Kessler sagte. Gestern wurde der Spielplatz bereits rege genutzt.



Verständliche Symbole: Die neuen Wegweiser am Rheinfall sollen den Touristen helfen, sich zurechtzufinden.

BEI.D. SASKIA BAUMGARTNER

Die jährliche Pressekonferenz zum Saisonauftakt bietet jeweils auch Gelegenheit, neue Angebote und Attraktionen bekannt zu machen. Dazu hatten sich gestern alle «Player» des Rheinfallgebiets versammelt. Oder, wie sich die Unternehmerinnen und Unternehmer selbst bezeichneten: «die Rheinfallfamilie».

Dies ist um ein neues Mitglied angewachsen: Die Rivi Gastro AG. Jene Firma, welche die Aussichtsplattform im 17. Stock des Rhyfall Tower auf dem RhyTech-Areal betreibt. Geschäftsführer Marco Wahl berichtete über einen guten Start der Plattform. Rund 800 Personen seien am Osterwochenende zu Gast gewesen, viele davon aus der Region.

**«Wir sind sicher, dass wir durch die neue Signaletik die Aufenthaltsdauer erhöhen können.»**

Martin Kessler  
Baudirektor Kanton Schaffhausen

Schiffahrtsbetreiber Thomas Mändli, der auf Schaffhauser Seite zudem für die Gastronomie zuständig ist, wies auf diverse Events hin. So findet im Restaurant Park etwa bald ein Krimi-Dinner statt. Die Schiffe zum Felsen seien bereits täglich unterwegs. Genauso wie jene der Ernst Mändli AG, etwas weiter flussabwärts. Barbara Holdenrieder-Mändli berichtete, dass man diverse längere Fahrten auf dem «rheinischen Amazonas» anbiete, um die Aufenthaltsdauer der Gäste zu verlängern.

René Rüedi von der Smilestones AG berichtete von der neuen Kooperation mit der Rivi Gastro AG. In der Miniatur-Anlage gebe es derzeit einige Neuigkeiten zu entdecken, die er jedoch nicht verraten

möchte. Beim Adventure Park Rheinfall wurde eine Route umgebaut. Neu können die Seilpark-Gäste dadurch noch drei Meter höher hinaus, wie Tim Obrist sagte.

Auf Zürcher Seite gibt es neu E-Bike-Ladestationen und Schliessfächer, wie Daniel Denner vom Schloss Laufen berichtete. Denner lobte, wie die anderen «Player» an der Pressekonferenz, zudem die neue Signaletik. Am Osterwochenende habe er auf die Nutzung durch die Touristen geachtet. Sein erstes Fazit ist positiv: «Wir hatten das Gefühl, dass es den Besucherinnen und Besuchern hilft.»

**GALERIE**  
Mehr Bilder unter [www.shn.ch/click](http://www.shn.ch/click)

# Trotz Umsatzrekorden erhöht die URh die Preise

Die Schiffahrtsgesellschaft Untersee und Rhein (URh) hat das vergangene Betriebsjahr mit einer schwarzen Null abgeschlossen. Die Ticketpreise der Einzelfahrten wurden um 4.3 Prozent erhöht – dies nach einer Preiserhöhung im vergangenen Jahr.

Remo Wenk

SCHAFFHAUSEN. «Wir sind stolz, dass die Farbe der Erfolgsrechnung schwarz ist», sagt Sönke Bandixen, Verwaltungsratspräsident der Schiffahrtsgesellschaft Untersee und Rhein (URh). Nach drei Jahren, die finanziell schwierig waren, habe ein kleiner Unternehmensgewinn erwirtschaftet werden können, sagt er. Die URh hat gestern zur Bilanz-Medienkonferenz auf die MS Munot an der Schiffflände eingeladen, wo Sönke Bandixen und Geschäftsführer Remo Rey über das vergangene Geschäftsjahr informierten.

## Die Zahlen zeigen nach oben

Rund 331000 Passagiere konnte die URh im vergangenen Jahr befördern. Damit bewegt sich das Passagieraufkommen wieder auf Vor-Pandemie-Niveau. Dieses war in den Top-Monaten



Sönke Bandixen und Remo Rey (r.) vor der MS Munot an der Schiffflände. BEI.D. REMO WENK

Juni bis September konstant hoch. «Damit wird der Trend der letzten Jahre bestätigt», sagt Bandixen. Das Passagieraufkommen verteilte sich immer mehr auf die einzelnen Monate und habe nicht mehr einen Peak im August, sagt er. Das habe auch mit den klimatischen Veränderungen zu tun. «Durch den im-

mer wärmeren Herbst kommen die Leute auch dann aufs Schiff», sagt er. Wie bereits vergangenes Jahr sahen sich die URh veranlasst, die Ticketpreise zu erhöhen. 4.3 Prozent beträgt der Aufschlag. «Die Erhöhung betrifft jedoch nur die Preise der Einzelfahrten», sagt Rey. Der Grund dafür seien die gestiege-

nen Treibstoff- und Energiekosten. «Die Preise der Tageskarten sowie der Fahrradkarten blieben unverändert, so wie letztes Jahr», sagt er. Auch die Ausgaben für den Schiffsunterhalt sind um 21 Prozent gestiegen im Vergleich zum Vorjahr.

Die Passagierzahlen haben sich um 16 Prozent im Vergleich zum Vorjahr erhöht. Auch bei den transportierten Fahrrädern konnte ein Zuwachs von 25 Prozent verbucht werden. «Das hat mit der Verbreitung der E-Bikes zu tun», sagt Rey. Durch die E-Bikes könnten die Leute grössere Distanzen zurücklegen und Strecken zwischen einzelnen Haltestellen leicht überbrücken.

Im Gastronomiebereich konnte der Umsatz um 20 Prozent gesteigert werden, was einem Rekordumsatz entspricht. «Wir sind sehr zufrieden mit unseren neuen Pächtern», sagt Rey. Die Speisen und das neue Konzept käme gut bei den Gästen an. «Für den kommenden Winter werden wir wieder ein Schiffsrestaurant an der Schiffflände haben.» Somit wären mehr unbefristete Arbeitsverträge in der Gastronomie möglich, was den Wünschen der Mitarbeitenden entgegenkäme, sagt Rey.

## Ziel der energieautarken Werft

«Die Geschäftsstrategie, die wir 2016 festgelegt haben, verfolgen wir

akribisch», sagt Rey. Dies ermöglichte ein internes Wachstum im Bereich Gastronomie und Fahrradtransport. «Wir könnten selbst bei gleichbleibenden Passagierzahlen den Umsatz erhöhen», sagt Bandixen. Auch im Bereich Ökologie sehen sich die URh auf einem guten Weg, wie Rey sagt. Das

**«Der Umsatz ist um 20 bis 25 Prozent kleiner, wenn wir nicht die ganze Strecke fahren können.»**

Sönke Bandixen  
Verwaltungsratspräsident URh

Ziel sei, dass die Werft in naher Zukunft energieautark sei. Eine Fotovoltaikanlage auf dem Dach bestünde schon. «Eine Wasser-Wärmepumpe ist beantragt, somit können wir auch in den Wintermonaten selbst produzieren», sagt Rey.

Bei aller Planung bleibt ein Unsicherheitsfaktor bestehen: der Wasserstand des Rheins. «Für die URh ist es enorm wichtig, dass wir die ganze Strecke von Schaffhausen bis Konstanz befahren können», sagt Bandixen. Jeden Tag, an dem das nicht der Fall sei, sei der Umsatz um 20 bis 25 Prozent kleiner.