

Teilnehmer:

- Jennifer Frahm, Deutsche Bodensee Tourismus GmbH
- Stefanie Lang, Bodensee-Vorarlberg Tourismus GmbH
- Daniela Leipelt, Oberschwaben Tourismus GmbH
- Andrea Zinser, Oberschwaben Tourismus GmbH
- Jürgen Jankowiak, Kur und Touristik Überlingen GmbH
- Kirstin Krauß, Tourist-Information Konstanz GmbH
- Thomas Willauer, VTWB e.V.
- Iris Becht, Landratsamt Konstanz
- Claudia Philipp, Landratsamt Bodenseekreis
- Jürgen Ammann, Internationale Bodensee Tourismus GmbH
- Christiane Stein, Internationale Bodensee Tourismus GmbH
- Marein Dietmar, Internationale Bodensee Tourismus GmbH

Entschuldigt

- Renate Bachmann, Liechtenstein Marketing
- Dr. Thomas Hirthe, hirthe | engel Kultur + Kommunikation GmbH
- Birgit Sauter-Paulitsch, Vorsitzende Marketingbeirat IBT GmbH
- Frank Bumann, St.Gallen-Bodensee Tourismus
- Sarah Edelman, Schaffhauserland Tourismus

Thema	Beschreibung / Ergebnisse
<p>Einstieg / Einordnung in Tourismusstrategie, Marktbewertung</p>	<p>Ziel der gemeinsamen Tourismusstrategie: Qualitatives Wachstum durch Saisonausweitung und durch Internationalisierung.</p> <p>Die priorisierten Auslandsmärkte für die internationale Bodenseeregion sind Benelux, Italien und Frankreich.</p> <p>Entwicklung der Märkte Niederlande, Italien, Frankreich, Großbritannien und USA anhand der Übernachtungszahlen von 2007, 2011 und 2013: Italien und die Niederlande verzeichnen von 2011 auf 2013 einen Zuwachs, während die Übernachtungszahlen aus Großbritannien nahezu unverändert sind. Frankreich und die USA verzeichnen einen leichten Rückgang der Übernachtungen.</p> <p>Anhand der im Tourismusmonitoring regelmäßig erfassten Daten kann auch zukünftig die Entwicklung der Übernachtungszahlen aus den Märkten beobachtet werden.</p>

Protokoll:

Arbeitsgruppensitzung Internationale Marktbearbeitung

Datum/Uhrzeit:

03.12.2014, 15 bis 17 Uhr

Ort:

Restaurant Steg 4, Konstanz

<p>Was läuft aktuell / Pressereisen und weitere Maßnahmen</p>	<p>Die IBT GmbH hat für die internationale Marktbearbeitung bereits die jeweiligen URL's reserviert:</p> <ul style="list-style-type: none">• www.lagodicostanza.eu – Italien• www.lacdeconstance.eu - Frankreich• www.bodenmeer.eu – Niederlande• www.lake-constance.com – englischsprachig <p>Aktivitäten in internationalen Märkten in 2014:</p> <ul style="list-style-type: none">- DZT-Pressekonferenz in Mailand zur Vierländerregion Bodensee und Konziljubiläum Konstanz- Eurotours, marktübergreifende Kooperation Gateway Zürich- zahlreiche Presse- und Studienreisen <p>Bei den Presse- und Studienreisen ist zu beachten, dass hier für die DMO's Kosten für Übernachtung und Verpflegung vor Ort anfallen, welche eingeplant werden müssen.</p>
<p>Grundausstattung Int. Marktbearbeitung / Ausarbeitung der Themen pro Markt, Erstellung Kommunikationsmittel, Auswahl Agenturen/Kooperationen</p>	<p>Aktuell wird von der IBT eine Grundausstattung pro Markt (jeweils marktspezifisch für Benelux, Frankreich, Italien, sowie englischsprachig für die restlichen Märkte) erstellt:</p> <ul style="list-style-type: none">• Corporate Wording (Kernbotschaften Int. Bodensee gemäß Strategie)• Pressemappe, Pressedossier (1 längerer Haupttext + 5-6 kürzere Thementexte)• Imageflyer Internationaler Bodensee• Kurze Imagepräsentation pro Markt• Webtexte bodensee.eu (=> in 2015) <p>Die IBT arbeitet hierfür mit Agenturen in den jeweiligen Ländern zusammen:</p> <ul style="list-style-type: none">• Italien: ABC PR Consulting• Frankreich: Maetva Deutsch-Französische Kommunikation• Benelux: DZT Niederlande• Englischsprachig: Lemongrass Marketing, UK <p>Mit diesen gemeinsam wurden bereits passende Themen und Highlights erarbeitet, mit denen die Märkte jeweils angesprochen werden sollen. Dies wird aktuell weiter konkretisiert und ausgearbeitet.</p> <p>Die Erstellung der Grundausstattung wurde durch die Anschubfinanzierung des Gesellschafters Bodenseekreis im Jahr 2014 ermöglicht.</p>

Protokoll:

Arbeitsgruppensitzung Internationale Marktbearbeitung

Datum/Uhrzeit:

03.12.2014, 15 bis 17 Uhr

Ort:

Restaurant Steg 4, Konstanz

<p>Finanzstatus ab 2015 / Aktueller Stand gemäß Rückmeldungen</p>	<p>Da es sich bei diesem Projekt nicht um ein Produkt (wie z.B. „Bodenseegärten“), sondern um eine Marktstrategie für den gesamten internationalen Bodensee auf bestimmten Märkten handelt, ist eine Beteiligung aller Partner/DMOs rund um den See wünschenswert.</p> <p>Aktuell gibt es für 2015 folgende Zusagen zur Finanzierung:</p> <ul style="list-style-type: none">• Deutsche Bodensee Tourismus GmbH: 11.000 € (ggfs. ist noch ein Zuschlag des Gesellschafters Bodenseekreis möglich)• Oberschwaben-Tourismus GmbH: 5.000 € (ggfs. ist bei passenden Themen ein Zuschlag möglich)• Bodensee-Vorarlberg Tourismus: 10.000 €• Liechtenstein Marketing: 10.000 €• Thurgau Tourismus: 5.000 €• Landkreis Konstanz: 10.000 €• VTWB e.V.: 8.000 € (evtl. 10.000 €)• Schaffhauserland Tourismus: noch offen• St.Gallen-Bodensee Tourismus: 10.000 € <p>→ Somit steht für 2015 ein Gesamtbudget von rund 70.000 € zur Verfügung.</p> <p>Diese Beträge sind als Netto-Beträge zu verstehen.</p>
<p>Priorisierung der Maßnahmen ab 2015 / Möglichkeiten und Vorschläge auf Basis der Rückmeldungen</p>	<p>Gemeinsamer Beschluss: Da das Budget zum Start für eine effektive Bearbeitung aller drei priorisierten Märkte zu klein ist, wird der Fokus in den kommenden Jahren auf den Markt Italien gesetzt.</p> <p>→ Hier wurden bereits erste Maßnahmen durchgeführt (z.B. PK Mailand) → Die Themen vom Bodensee passen sehr gut zu diesem Markt → Es bestehen konkrete Anknüpfungspunkte: Jubiläum Barockstraße, 600 Jahre Papstwahl..</p> <p>Es wird zudem beschlossen, das gemeinsame Budget wie folgt einzusetzen:</p> <ul style="list-style-type: none">• Priorität in 2015 - marktübergreifend: Marktspezifische Sprachversionen bodensee.eu Entwicklung erster länderübergreifender Tourenvorschläge Sales Guide Vierländerregion Bodensee (PDF) → Kosten rd. 27.000 €

Protokoll:

Arbeitsgruppensitzung Internationale Marktbearbeitung

Datum/Uhrzeit:

03.12.2014, 15 bis 17 Uhr

Ort:

Restaurant Steg 4, Konstanz

	<ul style="list-style-type: none">• 90% des restlichen, freien Budgets für den Markt Italien 10% Reservekasse (um kurzfristige Handlungsfähigkeit zu gewährleisten)• Konzentration auf die Presse (kontinuierliche Pressearbeit, Pressereisen, Pressekonferenz etc.)• B2B-Aktionen sollten erst im nächsten Schritt und nur sehr gezielt durchgeführt werden, da hier zunächst die passenden, interessierten Leistungspartner identifiziert werden müssen (Bedürfnisanalyse)• Das Thema Online-Marketing sollte nicht vernachlässigt werden <p>Stufenweise kann nach und nach in den folgenden Jahren ein weiterer der definierten Märkte zur Bearbeitung hinzugenommen werden. Die Investitionen in die marktübergreifenden Grundlagen sowie in den Markt Italien könnten dann entsprechend angepasst (Stufenplan) und das frei werdende und ggfs. neues Budget mit auf einem weiteren Markt eingesetzt werden.</p> <p>Es besteht der Wunsch, Informationsveranstaltungen für die Leistungsträger, Touristiker vor Ort durchzuführen, in welchen diese über Besonderheiten und Anforderungen der priorisierten Märkte informiert werden. Hierbei könnten ggfs. die Vertreter der LTO's mit deren Marktkenntnis eingebunden werden.</p>
<p>Sales Guide Internationaler Bodensee / Skizzierung Inhalte und Umfang</p>	<p>Auf Basis der Rückmeldungen hat die IBT einen überarbeiteten Vorschlag für den Sales Guide in kleinerem Umfang erarbeitet. Dies findet allgemeine Zustimmung.</p> <p>Es wird angeregt, eine allgemeine Bild-Datenbank für den internationalen Bodensee zu den verschiedenen Themen und Highlights anzulegen, die dann für verschiedene Aktionen, wie Printwerbemittel, Online-Auftritt etc. genutzt werden kann. Hier kann zum einen Bildmaterial von den Destinationen und Leistungspartnern zusammengetragen werden, wobei die komplexen Bildrechteübertragungsrechte an Dritte berücksichtigt werden müssen. Bei weiterem Bedarf sollte auch darüber nachgedacht werden, ein entsprechendes gezieltes Shooting einzukalkulieren und zu beauftragen.</p>