

Protokoll:

Arbeitskreissitzung Projekt Internationale**Marktbearbeitung Bodensee, IBT GmbH – Markt UK**

Datum/Uhrzeit:

15. Oktober 2018, 14:00 – 16:30

Ort:

Konstanz

anwesend	Annette Good, Thurgau Tourismus Alisa Haag, St. Gallen-Bodensee Tourismus Claudia Philipp, Landkreis Bodenseekreis Laura Brombeis, Landkreis Lindau Martina Hoch, Liechtenstein Marketing Sarah von Drateln, Deutsche Bodensee Tourismus GmbH Stefanie Berchtold, Bodensee - Vorarlberg Tourismus Stefanie Negd, Oberschwaben Tourismus GmbH Tobias Stoiber, Marketing & Tourismus Konstanz GmbH Werner Fritschi, VTWB e.V. Andreas Humer-Hager, Bodensee Airport – Gast Bettina Natterer, Bodensee Airport – Gast
	Jürgen Ammann, Geschäftsführer der Internationalen Bodensee Tourismus GmbH Christiane Stein, Internationale Bodensee Tourismus GmbH Tamara Heinzler, Internationale Bodensee Tourismus GmbH, Protokoll Mirjam Peternek-McCartney, Lemongrass Marketing Oxford - Guest
entschuldigt	Eric Thiel, Marketing & Tourismus Konstanz GmbH / Regio Konstanz-Bodensee-Hegau Achim Seböck, VTWB e.V. Enrico Heß / Jennifer Frahm, DBT Katja Zündel, Bodensee-Vorarlberg Tourismus Katrín Preuß, Vorarlberg Tourismus Matthias Külling, Schaffhauserland Tourismus Nathalie Meo, Thurgau Tourismus Tobias Treichler, St. Gallen-Bodensee Tourismus Urs Treuthardt, Bodensee-Vorarlberg Tourismus

Herr Ammann begrüßt die Mitglieder des AK Internationale Marktbearbeitung und die Gäste des Bodensee Airports sowie Mirjam Peternek-McCartney von der PR Agentur Lemongrass Marketing aus Oxford, UK, und eröffnet die Sitzung zum Markt UK um 14:05 Uhr. Es folgt eine kurze Vorstellungsrunde.

TOP 1	Begrüßung Herr Ammann Kurze Einführung Internationalisierung Bodensee
Informationen	Anlagen zum Protokoll: <ul style="list-style-type: none">• PPT-Präsentation der IBT GmbH• Budget 2018 IST_Maßnahmen- und Budgetplanung 2018-2020_September 2018• Budget 2019 PLAN_Maßnahmen- und Budgetplanung 2018-2020_Oktober 2018• Budget_Beiträge Projektpartner für Projekt Internationalisierung 2018-2020
Bericht	<p>Jürgen Ammann erläutert zusammenfassend den Hintergrund der Aktivitäten der IBT im Bereich Internationalisierung, die auf die gemeinsame Tourismusstrategie zur Positionierung des Bodensees basiert. Aufgrund der TourComm-Studie wurden 2013 die TOP5 internationalen Märkte für die Region festgelegt. Nach Absprache ist die IBT nun zuerst mit aktiven Maßnahmen in Italien und Großbritannien gestartet. Im Jahr 2018 können erstmals beide Märkte vollumfänglich bearbeitet werden. Das Ziel soll es aber mittel- bis langfristig sein, das Budget INT schrittweise auszubauen, um weitere TOP5-Märkte parallel anzugehen. Er weist im Weiteren darauf hin, dass die IBT aktuell im Oktober im Projekt Internationalisierung noch mitten in der Umsetzung der Maßnahmen für 2018 ist und konkret im Markt UK sowie in Italien in den Monaten Oktober-Dezember noch mehrere Ereignisse anstehen. Bei der Umsetzung im Projekt läuft mit dem Budget- und Maßnahmenplan 2018 alles planmäßig (siehe Tischvorlage/Anlage Budget Projekt INT IST 2018). Die IBT konnte durch Kooperationen mit dem Swiss Travel System und dem Flughafen Friedrichshafen sowie durch gutes Wirtschaften im Projekt die für den gewünschten Maßnahmenplan 2018 noch fehlenden Budgetanteile generieren.</p> <p>Aktuell wurde von der IBT bereits die grobe Maßnahmen- und Budgetplanung 2019 gemäß dem abgestimmten INT-Konzept 2018-2020 für die 2. Projektphase vorbereitet (siehe Tischvorlage Budget, Maßnahmenplan 2019). Grundlage für die Budgetplanungen 2019 sind die von den Projektpartnern für 2018-2020 zugesagten Projektbeiträge mit bereits zugesagten Aufstockungen einzelner Projektpartner. In einer separaten regulären AK INT-Sitzung zum Jahresbeginn 2019 wird dann wie jedes Jahr ein ausführlicher Rückblick auf das Jahr 2018 stattfinden. Zur Terminfindung wird eine Doodleumfrage folgen.</p> <p>Auf Wunsch einzelner Projektpartner wird heute speziell eine Sitzung zum Markt UK und zu den aktuellen Entwicklungen, Ergebnissen und Potenzialen in diesem Markt für die Bodenseeregion sowie zum Ausblick 2019 in ebendiesem abgehalten.</p> <p>Herr Ammann bedankt sich für die gute Zusammenarbeit im Projekt und für die zugesagten Budgetaufstockungen einzelner Projektpartner, womit die Marktbearbeitung für die gesamte Bodenseeregion Schritt für Schritt weiter vorangebracht werden kann.</p>

TOP 2	Status Quo 2018 im Projekt Internationale Marktbearbeitung Kurzer Einblick in aktuelle Maßnahmen (Markt IT und Markt UK)
Informationen	Anlagen zum Protokoll: <ul style="list-style-type: none">• PPT-Präsentation der IBT aus der Sitzung• Mailausdruck Feedback + Bewertungen Inntravel• 2018 IBT Internationale Marktbearbeitung_Maßnahmen
Bericht	<p>Christiane Stein und Tamara Heinzler berichten aktuell über die gerade umgesetzten und anstehenden Maßnahmen 2018 der IBT im Presse- bzw. B2B-Bereich in den Märkten Italien und Großbritannien.</p> <p>Marktbearbeitung Italien</p> <p>Pressearbeit Italien</p> <p>Am 27. September 2018 fand die zweite große Pressekonferenz Italien der IBT GmbH für die Vierländerregion Bodensee in Mailand statt. Diese wurde zusammen mit ABC PR Consulting organisiert. Neben der persönlichen Teilnahme von Liechtenstein Marketing und der Insel Mainau, haben sich zusätzlich Lindau, St. Gallen sowie Kloster und Schloss Salem über die Kooperationsangebote der IBT GmbH eingebucht. Den rund 40 teilnehmenden Reisejournalisten wurde in einer ausführlichen Präsentation die Destination Bodensee speziell abgestimmt auf die für den Markt Italien relevanten Themen präsentiert. Während des anschließenden Stehempfangs mit Weinen aus der Bodenseeregion ging es in die Einzelgespräche mit den Journalisten. Das Team der IBT sowie die teilnehmenden Bodensee-Partner konnten tiefergehende Gespräche mit den italienischen Journalisten für zukünftige Pressemaßnahmen zur Bodenseeregion führen.</p> <p>B2B-Trade Italien</p> <p>Auf der größten B2B-Fachmesse für den Markt Italien, dem TTG Incontri Rimini, war die IBT stellvertretend für die Vierländerregion vom 10.-12. Oktober 2018 vor Ort. Antonio Vezzoso betreute den Counter der IBT nun neu am Stand von Österreich Werbung als Repräsentant für die gesamte Region. Neben dem Sales Guide Bodensee wurden hier die eingebuchten Partner Lindau, Friedrichshafen, Oberschwäbische Barockstraße, Bodenseehotels, Pfänderbahn, VTWB und Konstanz wurden mit ihren englischen bzw. italienischen Broschüren präsentiert. Während der Veranstaltung konnte Herr Vezzoso die Reiseveranstalterkontakte der IBT in Italien für die Bodenseeregion pflegen und weiter ausbauen.</p> <p>Marktbearbeitung UK</p> <p>Pressearbeit UK</p> <p>Als große Maßnahme im Markt UK wurde vom 12.-15. September 2018 die UK-Gruppenpressereise zum Thema „Culinary and Cultural Highlights“ in der Vierländerregion von der IBT umgesetzt. Mit dabei waren unter anderem Journalisten der Irish Sun und Scottish Sun, vom Travel Magazine oder auch Luxury Lifestyle Magazine. Das Programm führte die Journalisten durch alle vier Länder der Bodenseeregion, nach Konstanz, Tettnang, Vorarlberg, Liechtenstein und in den Thurgau. Die Betreuung und Begleitung seitens der IBT erfolgte durch Christiane Stein. Die äußerst positiven Feedbacks der Reisejournalisten zur Bodenseeregion und dem Vier-Länder-Erlebnis liegen vor und wurden per Mail kommuniziert. Die ersten Veröffentlichungen</p>

	<p>werden für Ende 2018/Anfang 2019 erwartet.</p> <p>In den Monaten Oktober – Dezember 2018 führt die IBT im Markt UK noch weitere Einzelpressereisen durch:</p> <ul style="list-style-type: none">• 18. – 21. Oktober 2018: Lodestars Anthology – Architecture and Landscapes• 23. – 26. Oktober 2018: The Times – Wine and Culinary Highlights• 22. – 25. November 2018: The Birdwatching Magazine – A Birdwatcher's Paradise – Lake Constance• 29. Nov – 2. Dez 2018: CANDID Magazine – Christmas Markets Lake Constance <p>B2B-Trade UK</p> <p>Christiane Stein berichtet aus dem B2B-Reiseveranstalterbereich im Markt UK und zeigt anhand von drei Beispielen für UK-Reiseveranstalter, mit denen die IBT eng in Kontakt steht und die den internationalen Bodensee im Programm haben, die aktuelle Entwicklung auf (siehe Details in der Präsentation der IBT zur Sitzung).</p> <p>Inntravel hat die Bodenseeregion nach einem Termin mit der IBT im Februar 2017 nun 2018 ganz neu in ihren Katalog 2018 aufgenommen. Normalerweise ist bei neuen Destinationen und Programm bei Reiseveranstaltern damit zu rechnen, dass es 2-3 Jahre dauert, bis dies gut angelaufen ist. Mit dem neuen Bodensee-Angebot ist Inntravel sehr zufrieden, das sie bereits jetzt im ersten Jahr viele Buchungen und sehr positive Feedbacks ihrer UK-Bodenseegäste erhalten haben. Die Promotion für 2019 für ihr Bodenseeprogramm läuft bereits an.</p> <p>Der Reiseveranstalter Inghams hat die Bodenseeregion schon länger im Programm – mit Standort Konstanz – und bietet nach ein paar Jahren nun erweitert auch ein spezielles Programm zu den „Bodenseegärten“ an. Die Aufenthalte der Individualgäste von Inghams umfassen in der Regel 7-10 Tage. Von Inghams wird gerne die BodenseeErlebniskarte für ihre Gäste empfohlen, gekauft und genutzt, da hier mit einem Ausflugsprogramm von 160 Ausflugszielen in vier Ländern die ganze Bodenseeregion erkundet werden kann. Inghams baut die Bodenseeprogramme immer weiter aus und ist aktuell auch auf der Suche nach weiteren passenden ausgewählten Hotels in der Region. Das Jahr 2018 ist nun besonders erfreulich gelaufen mit den UK-Gästen am Bodensee. Inghams hat aktuell mitgeteilt, dass sie in 2018 3x mehr Buchungen und Gäste im Vergleich zu 2017 hatten.</p> <p>Fred Holidays bietet maßgeschneiderte Individualreisen für UK Gäste nach Europa. Sie sind der größte UK-Deutschland-Spezialveranstalter und haben auch die Schweiz, Österreich und weitere europäische Ziele im Angebot. Die Bodenseeregion haben sie mit allen vier Ländern und einzelnen Städten und Hotels schon länger ganzjährig im Angebot (u.a. Bregenz, Konstanz, Lindau, St. Gallen, Vaduz,...). Die Bodenseeregion bauen sie aktuell auch weiter aus. Mit der IBT steht Fred Holidays regelmäßig in Terminen beim Germany Travel Mart und bei speziellen Gästeanfragen zur Bodenseeregion in Kontakt. Auch beim UK-FAM Trip der IBT im September 2017 war ein Produktmanager von Fred Holidays mit.</p> <p>Als Neuheit präsentiert Fred Holidays in Kooperation mit der IBT aktuell in ihrem druckfrischen diesjährigen Winterkatalog „Tailor-made Winter-Holidays & City Breaks 2018/2019“ die internationale Bodenseeregion mit den Weihnachtsmärkten und Winterangeboten in den Städten auf einer Doppelseite. Die Buchungen dazu laufen</p>
--	---

	bereits gut an. Christiane Stein gibt den Katalog zur Einsicht in die Runde.
TOP 3	Präsentation Mirjam Peternek-McCartney zur Marktbearbeitung UK mit Rückblick auf die bisherige Presseaktivität im Markt UK und aktuellen Entwicklungen im Markt und für die Bodenseeregion sowie Ausblick auf das weitere Vorgehen
Informationen	Anlagen zum Protokoll: <ul style="list-style-type: none">• Handout von Lemongrass Marketing zur Pressearbeit für die Bodenseeregion• Zusammenfassung und Handout zur Info-Veranstaltung zum Markt UK am 24. März 2017 der IBT
	Zunächst stellt sich Mirjam Peternek-McCartney den Teilnehmern vor, erzählt kurz von ihrem Werdegang sowie ihrer Person. Die Inhalte der ausführlichen Präsentation von Mirjam Peternek-McCartney können den bereits versendeten Unterlagen (Handout und Präsentation Lemongrass Marketing) entnommen werden. Kernaussagen bzw. Learnings aus der bisherigen Marktbearbeitung im Markt UK: <ul style="list-style-type: none">• Media Mission und Pitches als erfolgsversprechende Maßnahmen• Hochauflösende Bilder für die Pressearbeit nötig• Informationen müssen in Englisch verfügbar sein• Der Slogan „4 Countries – One Lake“ spielt den USP der VLR perfekt• Themen brauchen zur Vermarktung Neuigkeiten als Aufhänger, um gefragt zu sein Während des Vortrags wurden durch Christiane Stein und Tamara Heinzler kleine Ergänzungen und Erklärungen angefügt: Das Thema Familie ist in Großbritannien das am schnellsten wachsende Marktsegment und die Vierländerregion hier als Reisedestination interessant. In den letzten Monaten wurde speziell für den Markt UK das Birdwatching-Thema von der IBT ausgearbeitet und von Lemongrass Marketing kommuniziert. Mit der Eröffnung des NABU-Zentrums im Wollmatinger Ried als Aufhänger, wurde in UK eine Pressemeldung zum Thema veröffentlicht. Daraus ergaben sich nun bereits zwei Einzelpressereisen, die diese Thematik bespielen und auf die Bodenseeregion als Birdwatching-Destination (auch durch die eigene Seite auf www.bodensee.eu) aufmerksam machen. Im nächsten Schritt werden nun gezielt Spezialreiseveranstalter kontaktiert.
Fragen / Diskussion	Laura Brombeis stellt die UK-Marktbearbeitung nicht in Frage, die bisherigen Ergebnisse sind super und es ist nun eine gute Basis vorhanden, um zukünftig weiter zu machen. Es gilt nun daran, dieses Bewusstsein in die Köpfe der Beteiligten zu bringen und zu überlegen, wen man auch in der Praxis einbindet. Stefanie Berchtold sieht die Arbeit im Markt UK ebenfalls sehr positiv und erkundigt sich, welche einzelnen Maßnahmen und Termine für 2019 geplant sind und wann die Projektpartner einen Überblick darüber bekommen. Christiane Stein und Tamara Heinzler erläutern, dass wenn das „Go“ für die weitere Pressearbeit in UK von den Projektpartnern kommt, IBT und Lemongrass in die Detailplanung gehen und relevante Themen für 2019 weiter ausarbeiten.

	<p>Erfreulicherweise haben bisher bereits einige Journalisten schon ihr Interesse für den Besuch der Bodenseeregion bekundet und es werden Einzelpressereisen detailliert geplant.</p> <p>Mirjam Peternek-McCartney macht aufmerksam, dass im Markt UK im Medienbereich durchaus spontane Pressereisen sowie –anfragen kommen können, bei denen eine unverzügliche Antwort gefordert wird. Oft werden mehrere Destinationen gleichzeitig angefragt. Letztendlich bekommt dann die Destination den Artikel/Auftrag, die am Schnellsten reagiert.</p> <p>Werner Fritschi ist an der UK-Pressearbeit interessiert und lobt diese. Er wirft die Frage in den Raum, wie es sein kann, dass britische Journalisten den gut ausgebauten öffentlichen Nahverkehr loben, auf der anderen Seite jedoch vermehrt mit dem Mietwagen durch die Region reisen möchten. Das ÖPNV-Netz der Vierländerregion ist gut und es sollte darauf aufgebaut werden. Es ist verständlich, dass Pressereisen zum Thema Familie besser mit dem Auto reisen sollten. Grundsätzlich sollte jedoch darauf geachtet werden, den ÖPNV stets stark einzubinden.</p> <p>Christiane Stein, Tamara Heinzler und Mirjam Peternek-McCartney erläutern, dass ein Reisender im Normalfall 7-10 Tage Zeit hat, um die Region zu erkunden, ein Journalist muss das Ganze in zwei bis drei Tagen erleben, um darüber schreiben zu können. So kann es unter Umständen komfortabler sein, dies mit einem Mietwagen zu tun. So ist es zum Beispiel auch für Familien-Pressereisen. Außerdem ist es immer eine Frage des Mediums und welcher Journalist in die Vierländerregion reist. The Times beispielsweise sei in dieser Hinsicht verwöhnt.</p> <p>Annette Good erwähnt, dass einige Journalisten viel verlangen und man zukünftig bitte bei der Anfrage gezielteres Feedback geben soll, welche Qualität das Medium hat, um die hohen Ansprüche den Leistungsträgern gegenüber rechtfertigen zu können.</p> <p>Laura Brombeis spricht an, dass es durchaus viele Erlebnisse in der Region gibt, wie beispielsweise die Kräuterfrauen im Allgäu, diese aber nur in deutscher Sprache zur Verfügung stehen. Hier stellt sich die Frage nach der Übersetzung(shilfe), um die Angebote auch für den englischen Markt erlebbar zu machen.</p> <p>Christiane Stein weist darauf hin, dass viele Reiseveranstalter ihre eigenen Übersetzer auf Reisen mitbringen, allerdings muss dieses Erlebnis als buchbares Angebot vorliegen.</p> <p>Stefanie Negd berichtet aus OTG-Sicht, dass die Region Oberschwaben recht weit vom See entfernt und auch mit langen Transferwegen vom See her verbunden ist. Darüber hinaus fehlt das Budget, um die Internationalisierungsstrategie mitzufinanzieren. Ein weiteres Hindernis besteht darin, dass die OTG bzgl. Internationalisierung erst im Aufbau ist.</p> <p>Alisa Haag bedankt sich für die interessante Präsentation und allgemeine UK-Marktbearbeitung, die auch für St.Gallen-Bodensee (bis auf das Thema Familie) sehr interessant und wertvoll ist.</p>
--	--

	<p>Tobias Stoiber stimmt ebenfalls zu, dass die Aktivitäten und aktuellen Ergebnisse im Markt UK sehr erfreulich sind und dass man hier so weitermachen sollte. Er merkt an, dass die aktuellen Zahlen für den UK-Markt nicht schlecht sind, diese positive Entwicklung gewiss jedoch noch nicht alleine auf die Arbeit mit Lemongrass Marketing zurückgeführt kann. Der Markt sollte unbedingt weiterhin so aktiv bearbeitet werden, um dies weiter auszubauen. Für ihn ist der vorgeschlagene Fokus auf das Thema Nachhaltigkeit, Natur in Verbindung mit ÖPNV sehr gut.</p> <p>Werner Fritschi und Tobias Stoiber merken in diesem Zusammenhang an, dass es bald auch die schnelle Direktverbindung zwischen St. Gallen und Konstanz ganzjährig und öfter täglich geben wird, die man gut mit in die Kommunikation einbringen könnte. Weitere schnelle Verbindungen zwischen den Städten werden für die Zukunft angestrebt. Diese lassen sich sehr gut in der internationalen Pressearbeit spielen.</p> <p>Laura Brombeis fügt hinzu, dass generell schnelle Verbindungen zwischen den Städten, so auch Lindau – St. Gallen – Konstanz auszubauen sind.</p> <p>Mirjam Peternek-McCartney betont, dass aus Sicht der britischen Journalisten sowohl die Fähren und Schiffe als Nahverkehrsmittel als auch Fahrradwege, Fahrradstraßen und –brücken zur gut ausgebauten Infrastruktur in der Vierländerregion gehören.</p> <p>Martina Hoch informiert zum 300-jährigen Jubiläum Liechtensteins im kommenden Jahr inklusive eines 70km langen Wanderweges („Ein Land – ein Weg“) auf den Spuren der Fürsten von Liechtenstein durch alle Gemeinden des Fürstentums. Neben einem Video zum Geburtstag, gibt es auch eine App in englischer und deutscher Sprache. Sie lobt die Arbeit von IBT und Lemongrass Marketing im Markt UK und plädiert auch dafür, so im Markt weiterzumachen.</p>
Beschluss	<p>Das Feedback der Teilnehmer ist durchweg positiv. Jürgen Ammann fasst zusammen, dass sowohl die Zahlen, als auch die ersten Ergebnisse im Markt UK sehr gut sind. Mit dem positiven Signal von allen Projektpartnern der Sitzung wird an der Marktbearbeitung in Großbritannien gemeinsam festgehalten, diese fortgeführt und wie von der IBT aufgezeigt weiter im Detail geplant.</p> <p>Zum Abschluss bittet Jürgen Ammann die Partner noch, bei jeder Produktentwicklung in den einzelnen Destinationen, Städten und Landkreisen von jetzt an alles direkt in deutscher und englischer Sprache zu entwickeln!</p>

Herr Ammann bedankt sich für die aktive Teilnahme und Mitwirkung und schließt die AK-Sitzung zur Internationalen Marktbearbeitung mit Fokus auf den Markt UK um 16:30 Uhr.