

Protokoll: **Arbeitskreissitzung Projekt Internationale
Marktbearbeitung Bodensee, IBT GmbH**

Datum/Uhrzeit: 22. November 2017, 09:30 – 12:00 Uhr

Ort: Konstanz

| | |
|--------------|--|
| anwesend | <p>Tobias Treichler, St.Gallen-Bodensee Tourismus</p> <p>Tobias Stoiber, Marketing & Tourismus Konstanz GmbH</p> <p>Achim Seebök, VTWB e.V.</p> <p>Urs Treuthardt, Bodensee-Vorarlberg Tourismus</p> <p>Stefanie Negd, Oberschwaben Tourismus GmbH</p> <p>Jennifer Frahm, Deutsche Bodensee Tourismus GmbH</p> <p>Eric Thiel, Marketing & Tourismus Konstanz GmbH</p> <p>Laura Brombeis, Landkreis Lindau (Gast)</p> |
| | <p>Jürgen Ammann, Geschäftsführer der Internationale Bodensee Tourismus GmbH</p> <p>Christiane Stein, Internationale Bodensee Tourismus GmbH</p> <p>Katharina Straub, Internationale Bodensee Tourismus GmbH, Protokoll</p> |
| entschuldigt | <p>Renate Bachmann, Liechtenstein Marketing</p> <p>Claudia Philipp, Landkreis Bodenseekreis</p> <p>Matthias Külling, Schaffhauserland Tourismus</p> <p>Rolf Müller, Thurgau Tourismus</p> |

Herr Ammann begrüßt die Mitglieder der AK Internationale Marktbearbeitung und eröffnet die Sitzung um 09.40 Uhr.

| | |
|---------------|--|
| TOP 1 | Rückblick 2017 erste Projektphase 2015-2017 abgeschlossene Maßnahmen und erste Ergebnisse 2017 |
| Informationen | Anlagen zum Protokoll: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Detaillierte PPP-Präsentation der IBT aus der Sitzung</i> |
| Bericht | <p>Jürgen Ammann bedankt sich bei allen Projektpartnern und Mitwirkenden für die Zusammenarbeit und die Unterstützung, die Budgetmittel, im vergangenen Jahr.</p> <p>Er berichtet kurz über die Aktivitäten im Grundauftrag der IBT im Bereich Internationalisierung:</p> <p><u>www.bodensee.eu</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 5 Sprachversionen • In 2017 hatte die Seite über 500.000 individuelle Besucher. Dies entspricht einer Steigerung von 60% • 25% davon sind internationale Besucher (Steigerung von 16 auf 25%) <p><u>B2B-Workshops international – Zielgruppe marktübergreifend weltweit</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Auf dem GTM in Nürnberg konnten 47 neue RV-Kontakte geknüpft werden • Beim STM in Davos waren es 38 RV-Kontakte • Auf der ITB in Berlin werden stets B2B-Termine vereinbart und erstmals dieses Jahr wurde eine internationale Pressekonferenz durchgeführt • Insgesamt sind es über 100 Kontakte pro Jahr aus Italien, Frankreich, UK, BeNeLux, Asien, USA, Kanada, Österreich, Australien, uvm. <p>Projekt Internationale Marktbearbeitung</p> <p>Christiane Stein und Katharina Straub berichten ausführlich über die umgesetzten Aktivitäten der 1. Projektphase 2015-2017 sowie konkret über Aktivitäten und erste Ergebnisse, die in 2017 im Projekt Internationale Marktbearbeitung Bodensee erfolgt sind: (siehe hierzu auch Präsentation im Anhang)</p> <p><u>1. Projektphase 2015-2017</u></p> <p>Christiane Stein unterstreicht, dass in der ersten Projektphase im Markt Italien insgesamt 191 Medienkontakte zusammengetragen werden konnten. Daraus ergaben sich 230 Veröffentlichungen mit einem Äquivalenzwert von ca. 1,7 Mio €. Im B2B-Bereich wurde eine Datenbank mit 120 ausgewählten Reiseveranstalter Kontakten aufgebaut, die für die VLR Bodensee gezielt kontaktiert und bearbeitet wurden. Hierdurch sind neue Bodensee-Programme entstanden. Als Beispiel zeigt Christiane Stein, das Programm von dem renommierten Reiseveranstalter Boscolo-Tours. Zu diesem Reiseveranstalter wurde der Kontakt 2015 hergestellt, anschließend bei einer Sales Tour ausgebaut und 2016 zum Fam Trip Bodensee vertieft. Der Kontakt wurde</p> |

stets gehalten und beim STM oder TTG Termine vereinbart. Jetzt nach 2 Jahren entsteht ein VLR-Programm im Katalog für 2018 (*siehe hierzu auch Präsentation im Anhang*).

Im Markt UK sind seit dem Start im Herbst 2016 bereits 160 Medienkontakte entstanden. Hier hat sich herausgestellt, dass besonders die Internationalität der Bodenseeregion eine Besonderheit ist. Der USP „4 Länder – 1 See“ wurden bei den meisten Veröffentlichungen hervorgehoben.

Im B2B-Bereich wurden zu 45 Reiseveranstaltern Kontakt aufgenommen und gepflegt. Auch hier sind neu ab 2018 ansprechende Programme für die internationale Bodenseeregion entstanden, z.B. Inntravel oder Ramblers (*siehe hierzu Präsentation im Anhang*).

Katharina Straub berichtet anschließend über die abgeschlossenen Maßnahmen und die Ergebnisse dazu in 2017:

Markt Italien, Presse:

- umfassende Pressearbeit in Italien über 12 Monate
- 6 von 8 Presseaussendungen pro Jahr inkl. Reporting erfolgt
- Eigene Gruppenpressereise VLR April 2017
- zwei aktiv akquirierte Einzelpressereisen
- zwei weitere Einzelpressereisen in 2017

Markt Italien, B2B-Trade:

- FamTrip zur VLR mit 6 Reiseveranstaltern November 2017
- 2 Sales Tours in Norditalien (Bodensee Sales Tour mit Einbuchung von St.Gallen-Bodensee Tourismus und Bodensee-Vorarlberg; exklusiv für den VTWB eine Sales Tour als Kooperationsangebot)
- TTG Incontri, Rimini, wichtigste B2B-Fachmesse für die italienische Reiseindustrie

Markt UK, Presse

- 6- Monatsauftrag Presse (aus Budgetgründen nur zeitl. beschränkte Projektaufträge möglich)
- vier thematische Presseaussendungen
- 15 Pitches
- Bodensee Gruppenpressereise Mai 2017
- 5 Einzelpressereisen 2017 (zwei davon finden noch im Dezember zu den Weihnachtsmärkten statt)
- Press Day London mit 92 Journalisten, VLR durch Lemongrass Marketing vertreten

Markt UK, B2B-TradePresse

- Germany Travel Show in London, B2B-Workshop Trade + Presse, Februar 2017
- Erster Fam Trip mit 6 Reiseveranstaltern, September 2017
- Site Inspections am Bodensee, z.B. mit Inntravel
- Kontaktpflege und Empfehlungen für UK-Tour Operator zu Hotels und Programm in der VLR Bodensee

Anhand der Projekt-Übersicht *IBT 2017: Detailplanung Maßnahmen und Budget INT* ist zu sehen, dass die in der letzten Sitzung vom AK Internationalisierung am 12.01.2017

| | |
|---------------|--|
| | <p>gemeinsam beschlossenen Maßnahmen eins zu eins umgesetzt wurden und darüber hinaus noch weitere Aktivitäten stattfanden.</p> <p>Durch die Kooperationen der IBT mit beispielsweise Swiss Travel System konnten Einsparungen im Umfang von rund 10.000 CHF/Jahr erzielt werden.</p> <p>Außerdem konnte durch Kooperationsangebote und Einbuchungen von den Partnern ein Zusatzbudget von 31.000€ generiert werden, welches die IBT als zusätzliche Projektmittel für weitere Maßnahmen in 2018 wieder in das Projekt einbringt.</p> <p>Ergänzend zur Marktbearbeitung Italien und UK für die Vierländerregion Bodensee durch die IBT wird auf die Kernaussagen der Expertenrunde am Tourismusforum 24.10.2017 verwiesen (<i>siehe hierzu Anhang</i>).</p> <p>Der Bericht über die Aktivitäten und Ergebnisse sowie die bisherige Arbeit der IBT im Projekt findet bei den Projektpartnern Zustimmung.</p> |
| TOP 2 | Maßnahmen- und Budgetplanung 2018-2020 Konzept zur 2. Projektphase |
| Informationen | <p>Anlagen zum Protokoll:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Konzept zur 2. Projektphase „Internationale Marktbearbeitung Bodensee“ 2018-2020 vom 30.08.2017</i> • <i>Vorschlag: Maßnahmenplan und Kalkulationsentwurf 2018 – 2020</i> • <i>Vorschlag der IBT 2017: Detailplanung Maßnahmen und Budget (PDF, Stand 22.11.2017)</i> • <i>Kooperationsangebote der IBT 2018</i> |
| Bericht | <p>Zum Konzept 2018-2020 schlägt die IBT in ihrem ausführlichen Konzept und der Maßnahmen – und Budgetplanung vor, den Fokus wie vereinbart weiter auf die Presse- und B2B-Trade- Aktivitäten im Markt Italien und UK zu legen. Die grobe Budgetaufteilung, 90-95% für priorisierte Märkte und 5-10% für kurzfristige Aktionen und Kooperationen in internationalen Märkten ist beizubehalten.</p> <p>Der Budgetbedarf wurde mit insgesamt 160.000 €/Jahr ermittelt. Dies bedeutet einen Mehrbedarf von 40.000 € von den Partnern/Destinationen, ca. 31.000 € leistet die IBT parallel selbst in 2018.</p> <p>Marktbearbeitung Italien</p> <p><u>Pressearbeit Italien</u></p> <p>Aufbauend auf die erste Projektphase 2015 - 2017 der Marktbearbeitung Italien für den Bodensee wird die Pressearbeit in 2018 in gleicher Intensität fortgesetzt, dies weiterhin in Zusammenarbeit mit ABC PR, Chiara Bartoli. Neben sieben Presseaussendungen an italienische Reisemedien Print und Online wird eine weitere Presseaussendung speziell an die B2B-Trade-Fachpresse Italien gerichtet. Eine weitere Gruppenpressereise sowie zwei aktiv akquirierte Einzelpressereisen werden organisiert. Die italienische Internetseite wird weiter ausgebaut und jahreszeitlich redaktionell bespielt. Nach erfolgreicher Umsetzung einer Bodensee Pressekonferenz 2016 in Mailand ist für 2018 eine zweite Bodensee Pressekonferenz vorgesehen. Diese wird voraussichtlich im</p> |

Oktober 2018 im Rahmen einer Abendveranstaltung stattfinden. Hier besteht wieder die Möglichkeit sich als Kooperationspartner einzubuchen.
(siehe hierzu Kooperationsangebote 2018)

B2B-Trade Italien

Zur Umsetzung im Bereich B2B-Trade Italien gemeinsam mit Herrn Vezzoso werden 2018 folgende Maßnahmen vorgeschlagen:

- Erweiterung, Kategorisierung und Pflege (Anfragen) der Trade-Kontakte
- 1 Woche Sales Tour Italien und 1 weitere Woche als Kooperationsangebot für Partner
- Fam Trip zur VLR voraussichtlich im Frühjahr
- Teilnahme der VLR Bodensee am TTG Incontri in Rimini

Marktbearbeitung UK

Parallel zur Marktbearbeitung Italien wird vorgeschlagen, nach dem erfolgreichen Start die Marktbearbeitung UK in 2018 besonders im Bereich Presse zu intensivieren.

B2B-Trade UK

- Teilnahme IBT für die VLR an der Germany Travel Show (GTS) am 01. Februar 2018 in London.

Presse UK

Die aktuelle Entwicklung zeigt, dass UK Tour Operator die VLR ab 2018 neu ins Programm nehmen oder dies ausbauen wollen. Eine begleitende intensive PR (12-Monatsauftrag) für den Bodensee ist daher notwendig und sinnvoll zur Etablierung der internationalen Region beim Gast/Endkunden in UK.

Die vollumfängliche Pressearbeit in UK mit Lemongrass Marketing, Oxford, beinhaltet:

- PR-Datenbank mit bis zu 3.500 UK Presse-Kontakte
- Marktkennntnisse, Netzwerk und Beziehungen von Lemongrass in UK
- Pro-aktiver Kontaktaufbau zu Journalisten/Blogger/Medien zum Bodensee
- 4 Presseaussendungen im Jahr
- ca. 6 direkte Pitches pro Monat
- Media calls
- 5-8 Einzelpressereisen
- 1 Gruppenpressereise
- Social Media Aktivitäten
- Einbindung in thematische Newsletter
- Lemongrass Press Day London
- Monatliches Reporting
- 12 Monate Clipping Service in UK

Dies sind die Vorschläge und Möglichkeiten zur Umsetzung im Projektplan 2018 ausgehend vom bisher zugesagten Budget **132.500€**. (Stand Mitte Nov. 2017)
(siehe hierzu auch Präsentation im Anhang)

| | |
|-----------------------|---|
| | <p>Bei der Möglichkeit zur weiteren Aufstockung des gemeinsamen Budgets (Zielbudget 160.000 €) schlägt die IBT folgende ergänzende Maßnahmen vor:</p> <p>Markt Italien:</p> <p><u>Workshop-Reihe zur Produktentwicklung</u> Aufbauend auf den ersten erfolgreichen Workshop in 2016 mit ca. 30 Teilnehmern empfiehlt die IBT eine Workshop-Reihe (Ausarbeitung Gruppenprogramme) für touristische Partner der VLR anzubieten. Dieser ist für zwei Tage an mindestens zwei verschiedenen Standorten vorgesehen. Aktuell (Status Quo) ist diese Maßnahme nicht mit abgedeckt. Die IBT schlägt vor, diese in 2018 einmalig als „Produktentwicklung VLR Bodensee“ im Grundauftrag der IBT abzubilden.</p> <p>Markt UK:</p> <p><u>Bodensee Media Mission, London 2018</u> Anders als im Markt Italien findet, laut Lemongrass Marketing, eine Media Mission mehr Anklang in UK im Gegensatz zu einer klassischen Pressekonferenz. Daher schlägt die IBT vor, 2018 eine erste Bodensee Media Mission in London umzusetzen. Idealerweise könnte diese im Frühjahr mit Lemongrass Marketing im Motel One durchgeführt werden. Christiane Stein und Katharina Straub wären vertretend für die VLR persönlich vor Ort. Ganztägig finden hier in einer Art Presseworkshop 30-45 Minuten geplante Face-to-Face Termine mit passenden Medien/Journalisten statt. Die internationale Bodenseeregion würde somit ideal präsentiert.</p> <p>Diese Bodensee Media Mission 2018 ist im bestehenden Projektbudget mit Status Quo nicht mit abgedeckt. (Budgetbedarf zusätzlich ca. 5.300€)</p> <p><u>2. Workshop zum Markt UK</u> In 2017 fand am Flughafen Friedrichshafen der erste Workshop zum Markt UK statt, welcher bei den 35 touristischen Teilnehmern großen Anklang fand. Mirjam Peternek-McCartney informierte zum Markt UK und gab Anregungen für die gezielte Bearbeitung durch die VLR Bodensee. Aufbauend darauf empfiehlt die IBT 2018-2020 einen weiteren UK-Workshop für Partner anzubieten. Auch diese Maßnahme ist Status Quo nicht mit abgedeckt. (Budgetbedarf zusätzlich ca. 6.400€)</p> <p>Unabhängig hiervon bereiten IBT und Lemongrass die Fortführung von Maßnahmen (Pressearbeit – Pressereisen) zur Wahrung der Kontinuität für 2018 bereits vor.</p> |
| Diskussion/ Fragen | <p>Zum Rückblick 2017 sind die Projektpartner begeistert was mit den bestehenden Mitteln von der IBT alles an Maßnahmen umgesetzt werden konnte.</p> <p>Das Gesamtkonzept mit den vorgeschlagenen Maßnahmen der IBT für 2018 zur weiteren Marktbearbeitung Italien wird von der Projektgruppe sehr positiv gesehen und zur Umsetzung freigegeben. Auch die empfohlenen Maßnahmen für den Markt UK werden für 2018 zur Umsetzung freigegeben, unter der Voraussetzung, im September 2018 den</p> |

| | |
|--|---|
| | <p>Markt UK mit den bis dahin erkennbaren und erfolgten Entwicklungen für 2019 nochmals zu reflektieren.</p> <p>Insgesamt wird von allen Projektpartnern der Bedarf gesehen, das Projektbudget Internationalisierung Bodensee gemeinsam noch weiter auszubauen.</p> <p>Laura Brombeis informiert darüber, dass der Landkreis Lindau voraussichtlich für 2018 kurzfristig noch finanzielle Mittel in das Projekt Internationale Marktbearbeitung einbringen kann und sich mittelfristig als Projektpartner sieht. <i>(Update: Landkreis Lindau bestätigt für 2018 ein Projektbudget von 5.000€).</i></p> <p>Stefanie Negd weist darauf hin, dass Oberschwaben Tourismus kein Projektbudget INT für die Gesamtregion mehr einbringen kann und nun Pakete für die Partner zur Internationalen Marktbearbeitung ausschreiben muss, somit das Projektbudget abhängig von den teilnehmenden Partnern/Themen ist.</p> <p>Der Empfehlung der IBT die Maßnahmen Media Mission und 2. Workshop zum Markt UK umzusetzen, wird bei zusätzlichen finanziellen Möglichkeiten ebenfalls zugestimmt.</p> <p>Achim Sebök unterstreicht, dass der VTWB sehr an der Umsetzung der von der IBT vorgeschlagenen Workshop-Reihe zur Produktentwicklung zum Markt Italien interessiert sei. Hier handle es sich um eine konkrete Maßnahme für Leistungsträger, daher könnte sich der VTWB vorstellen hierfür zusätzliches Budget zur Verfügung zu stellen.</p> <p>Urs Treuthardt und Jennifer Frahm stimmen Achim Sebök zu und empfinden diese Workshops als sehr wertvolle und gute Idee. Falls möglich sollte diese Workshop-Reihe auch weiter ausgebaut werden.</p> <p>Achim Sebök und Eric Thiel stellen in Frage, ob es bei der aktuellen Lage sinnig ist den Markt UK weiter zu bearbeiten. Eric Thiel weist außerdem darauf hin, dass die Übernachtungszahlen in Konstanz von britischen Gästen in 2016 und im ersten Halbjahr 2017 gesunken sind.</p> <p>Sie regen an, künftig auch über die Märkte Frankreich oder Benelux nachzudenken.</p> <p>Urs Treuthardt informiert, dass der Markt UK weiterhin für die VLR interessant sei. Er bestätigt die Argumente der IBT und erläutert, dass er kürzlich persönlich mit einem britischen Reiseveranstalter gesprochen habe, der bekräftigte, dass die Briten weiterhin am Reisen sehr interessiert sind. Zudem betonte dieser das weiterhin sehr gute Preis-Leistungsverhältnis der VLR Bodensee für britische Gäste (während UK selbst sehr teuer geworden ist).</p> <p>Abschließend bittet Jürgen Ammann nicht zu voreilig den Markt UK aufzugeben, insbesondere nachdem sich erste Erfolge und Ergebnisse für 2018 abzeichnen. Er schlägt daher vor, die weitere Entwicklung gut zu beobachten.</p> <p>Des Weiteren betont er, dass für eine umfangreiche Marktbearbeitung eines zweiten Marktes (neben Italien) die Budgetmittel wachsen müssen. Bis dato fehlen noch gut 23.000€ zum Ziel-Budget von 160.000€.</p> <p>Zu Schaffhauserland Tourismus ergänzt Herr Ammann, dass mit diesen ein Gespräch für eine normale Projektpartnerschaft ab 2018 ansteht.</p> |
|--|---|

| | |
|-----------|--|
| Beschluss | <p>Das inhaltliche Gesamtkonzept der IBT für die Märkte IT und UK wird für gut empfunden und diesem wird zugestimmt.</p> <p>Der Projektplan der IBT mit einem Gesamtbedarf von jährlich 160.000 € wird somit ab 2018 wie vorgeschlagen zur Umsetzung frei gegeben.</p> <p>Die neue Projektvereinbarung und die Budgetplanung gelten für die nächsten 3 Jahre (ab April 2018-2020) und können nun vorbereitet werden. (Allen Projektpartnern ist bewusst, dass aktuell für 2018 noch 23.000 € fehlen.)</p> <p>Zur Budgeterreichung werden weitere Gespräche u.a. mit potentiellen Partnern wie Schaffhauserland geführt.</p> <p>Im September 2018 werden die Maßnahmen und Ergebnisse zum Markt UK reflektiert und die weitere Vorgehensweise für 2019-2020 abgestimmt.</p> |
|-----------|--|

Herr Ammann bedankt sich für die Teilnahme und Mitwirkung und schließt die AK-Sitzung zur Internationalen Marktbearbeitung um 12.00 Uhr.