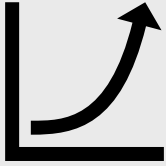


Bodensee Tourismusforum 2025

Internationale Märkte und Gäste im Blick:
Chancen und Potenziale für die
Vierländerregion Bodensee



WARUM internationale Märkte und Gäste?



**Potenzial
&
Wertschöpfung**



**Stabilität
&
Unabhängigkeit**



**Image
&
Wettbewerbs-
fähigkeit**

WARUM Quellmarktanalyse?



**Veränderte
Anforderungen**



**Identifizierung
potenzial-
trächtigster
Auslandsmärkte**



**Strategische
(Neu-)
Ausrichtung**



**Maß-
geschneiderte
Themen**

WIE Quellmarktanalyse?

**Bewertung:
47 (Auslands-)märkte**

**Bis zu 153 Indikatoren je
Auslandsmarkt ...**

Quellmarktanalyse (April 24 – Mai 25)

WIE Quellmarktanalyse?



**Geografische
Komplexität**

**Maßgeschneiderte
Quellmarktanalyse**

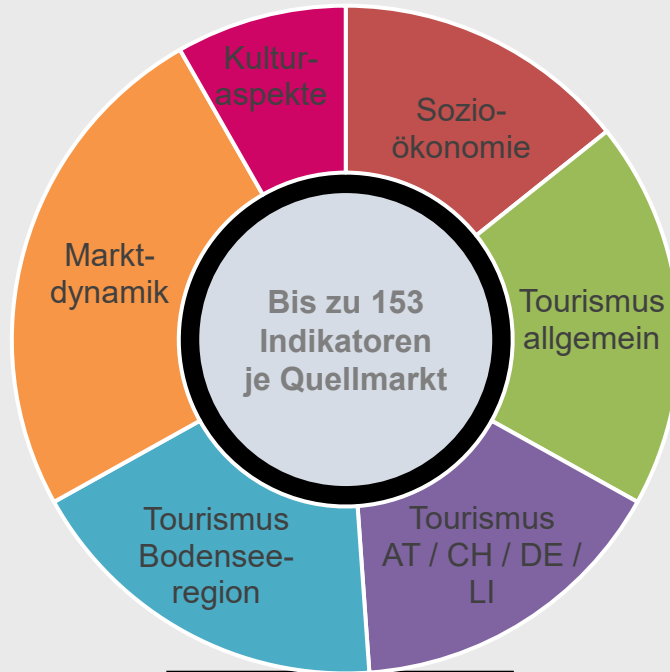


WIE Quellmarktanalyse?

**Bewertung:
47 (Auslands-)märkte**

**Bis zu 153 Indikatoren je
Auslandsmarkt ...**

... aus 6 Kategorien



Quellmarktanalyse (April 24 – Mai 25)

ZWISCHENERGEBNIS Quellmarktanalyse

Rang (Auslands-)markt		Rang (Auslands-)markt		Rang (Auslands-)markt	
	Deutschland	16	Kanada	32	Slowenien
2	USA	17	Vereinigte Arab. Emirate	33	Thailand
3	Italien	18	Spanien	34	Bulgarien
4	Vereinigtes Königreich	19	Ukraine	35	Israel
5	Polen	20	Slowakei	36	Korea
6	Frankreich		Österreich	37	Finnland
7	Niederlande	22	China	38	Russland
	Schweiz	23	Australien	39	Serbien
9	Belgien	24	Schweden	40	Japan
10	Mexiko	25	Kroatien	41	Taiwan
11	Rumänien	26	Irland	42	Lettland
12	Tschechien	27	Brasilien	43	Argentinien
13	Dänemark	28	Türkei	44	Litauen
14	Luxemburg	29	Norwegen	45	Südafrika
15	Indien	30	Portugal	46	Island
		31	Ungarn	47	Estland

WIE Quellmarktanalyse?

**Bewertung:
47 (Auslands-)märkte**

**Bis zu 80 Indikatoren /
Auslandsmarkt ...**

... aus 6 Kategorien

**Ergänzende
NTO-/LTO-Befragung**

4 NTOs

6 LTOs

Quellmarktanalyse (April 24 – Mai 25)

WIE NTO- / LTO-Befragung?



WIE Quellmarktanalyse?

**Bewertung:
47 (Auslands-)märkte**

**Bis zu 80 Indikatoren /
Auslandsmarkt ...**

... aus 6 Kategorien

**Ergänzende
NTO-/LTO-Befragung**

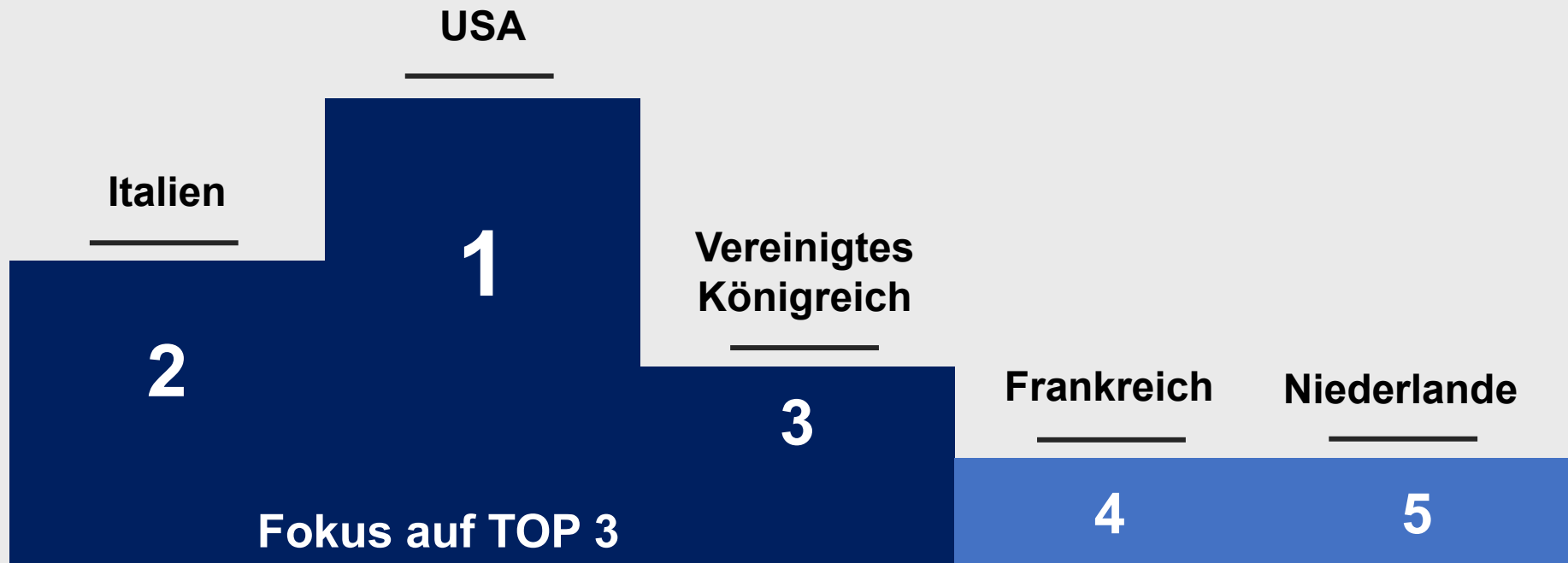
4 NTOs

6 LTOs

**Priorisierung
Auslandsmärkte**

Quellmarktanalyse (April 24 – Mai 25)

ERGEBNIS TOP 5-Auslandsmärkte



WIE Quellmarktanalyse?

**Bewertung:
47 (Auslands-)märkte**

Bis zu 80 Indikatoren /
Auslandsmarkt ...

... aus 6 Kategorien

**Ergänzende
NTO-/LTO-Befragung**

4 NTOs

6 LTOs

**Priorisierung
Auslandsmärkte**

On Top:
Wissen &
Insights

Quellmarktanalyse (April 24 – Mai 25)



1 Entspannen / ausruhen

2 Natur

3 Herrenhäuser,
Parks & Gärten

4 Burgen,
Schlösser & Dome

5 Regionale
Produkte / Küche



1 Städtereise

2 Natur

3 Regionale
Produkte / Küche

4 Burgen,
Schlösser & Dome

5 Kulinarische
Spezialitäten



1 Entspannen / ausruhen

2 Natur

3 Städtereise

4 Wasser

5 Regionale
Produkte / Küche

ON TOP Interesse an Urlaubsaktivitäten



1 Entspannen / ausruhen

2 Natur

3 Herrenhäuser,
Parks & Gärten

4 Burgen,
Schlösser & Dome

5 Regionale
Produkte / Küche



1 Städtereise

2 Natur

3 Regionale
Produkte / Küche

4 Burgen,
Schlösser & Dome

5 Kulinarische
Spezialitäten



1 Entspannen / ausruhen

2 Natur

3 Städtereise

4 Wasser

5 Regionale
Produkte / Küche



1 Entspannen / ausruhen

2 Natur

3 Herrenhäuser,
Parks & Gärten

4 Burgen,
Schlösser & Dome

5 Regionale
Produkte / Küche



1 Städtereise

2 Natur

3 Regionale
Produkte / Küche

4 Burgen,
Schlösser & Dome

5 Kulinarische
Spezialitäten



1 Entspannen / ausruhen

2 Natur

3 Städtereise

4 Wasser

5 Regionale
Produkte / Küche



1 Entspannen / ausruhen

2 Natur

3 Herrenhäuser,
Parks & Gärten

4 Burgen,
Schlösser & Dome

5 Regionale
Produkte / Küche



1 Städtereise

2 Natur

3 Regionale
Produkte / Küche

4 Burgen,
Schlösser & Dome

5 Kulinarische
Spezialitäten



1 Entspannen / ausruhen

2 Natur

3 Städtereise

4 Wasser

5 Regionale
Produkte / Küche



1

Preis-Leistungs-
Verhältnis

2

Das Reiseziel
insgesamt

3

Landschaft / Natur

4

Beherbergungsangebot

5

Internetverfügbarkeit



1

Landschaft / Natur

2

Preis-Leistungs-
Verhältnis

3

Anreisemöglichkeiten /
Erreichbarkeit

4

Beherbergungsangebot

5

Das Reiseziel
insgesamt



1

Landschaft / Natur

2

Preis-Leistungs-
Verhältnis

3

Das Reiseziel
insgesamt

4

Beherbergungsangebot

5

Gastronomisches
Angebot



1

Preis-Leistungs-
Verhältnis

2

Das Reiseziel
insgesamt

3

Landschaft / Natur

4

Beherbergungsangebot

5

Internetverfügbarkeit



1

Landschaft / Natur

2

Preis-Leistungs-
Verhältnis

3

Anreisemöglichkeiten /
Erreichbarkeit

4

Beherbergungsangebot

5

Das Reiseziel
insgesamt



1

Landschaft / Natur

2

Preis-Leistungs-
Verhältnis

3

Das Reiseziel
insgesamt

4

Beherbergungsangebot

5

Gastronomisches
Angebot



1

Preis-Leistungs-
Verhältnis

2

Das Reiseziel
insgesamt

3

Landschaft / Natur

4

Beherbergungsangebot

5

Internetverfügbarkeit



1

Landschaft / Natur

2

Preis-Leistungs-
Verhältnis

3

Anreisemöglichkeiten /
Erreichbarkeit

4

Beherbergungsangebot

5

Das Reiseziel
insgesamt



1

Landschaft / Natur

2

Preis-Leistungs-
Verhältnis

3

Das Reiseziel
insgesamt

4

Beherbergungsangebot

5

Gastronomisches
Angebot



1

Preis-Leistungs-
Verhältnis

2

Das Reiseziel
insgesamt

3

Landschaft / Natur

4

Beherbergungsangebot

5

Internetverfügbarkeit



1

Landschaft / Natur

2

Preis-Leistungs-
Verhältnis

3

Anreisemöglichkeiten /
Erreichbarkeit

4

Beherbergungsangebot

5

Das Reiseziel
insgesamt



1

Landschaft / Natur

2

Preis-Leistungs-
Verhältnis

3

Das Reiseziel
insgesamt

4

Beherbergungsangebot

5

Gastronomisches
Angebot

ON TOP Kriterien (Werte) Reisezielentscheidung



- 1 willkommen heißend / einladend
- 2 gastfreundlich
- 3 kontakt- und austauschfreudig
- 4 politisch stabil
- 5 offen für alle / nicht diskriminierend

- 1 gastfreundlich
- 2 willkommen heißend / einladend
- 3 lebenswert
- 4 kontakt- und austauschfreudig
- 5 offen für alle / nicht diskriminierend

- 1 willkommen heißend / einladend
- 2 gastfreundlich
- 3 kontakt- und austauschfreudig
- 4 offen für alle / nicht diskriminierend
- 5 politisch stabil

ON TOP Kriterien (Werte) Reisezielentscheidung



- 1 willkommen heißend / einladend
- 2 gastfreundlich
- 3 kontakt- und austauschfreudig
- 4 politisch stabil
- 5 offen für alle / nicht diskriminierend

- 1 gastfreundlich
- 2 willkommen heißend / einladend
- 3 lebenswert
- 4 kontakt- und austauschfreudig
- 5 offen für alle / nicht diskriminierend

- 1 willkommen heißend / einladend
- 2 gastfreundlich
- 3 kontakt- und austauschfreudig
- 4 offen für alle / nicht diskriminierend
- 5 politisch stabil

ON TOP Kriterien (Werte) Reisezielentscheidung



1

willkommen heißend /
einladend

2

gastfreundlich

3

kontakt- und
austauschfreudig

4

politisch stabil

5

offen für alle /
nicht diskriminierend



1

gastfreundlich

2

willkommen heißend /
einladend

3

lebenswert

4

kontakt- und
austauschfreudig

5

offen für alle /
nicht diskriminierend



1

willkommen heißend /
einladend

2

gastfreundlich

3

kontakt- und
austauschfreudig

4

offen für alle /
nicht diskriminierend

5

politisch stabil



1

willkommen heißend /
einladend

2

gastfreundlich

3

kontakt- und
austauschfreudig

4

politisch stabil

5

offen für alle /
nicht diskriminierend



1

gastfreundlich

2

willkommen heißend /
einladend

3

lebenswert

4

kontakt- und
austauschfreudig

5

offen für alle /
nicht diskriminierend



1

willkommen heißend /
einladend

2

gastfreundlich

3

kontakt- und
austauschfreudig

4

offen für alle /
nicht diskriminierend

5

politisch stabil

WIE Quellmarktanalyse?

**Bewertung:
47 (Auslands-)märkte**

Bis zu 80 Indikatoren /
Auslandsmarkt ...

... aus 6 Kategorien

**Ergänzende
NTO-/LTO-Befragung**

4 NTOs

6 LTOs

**Priorisierung
Auslandsmärkte**

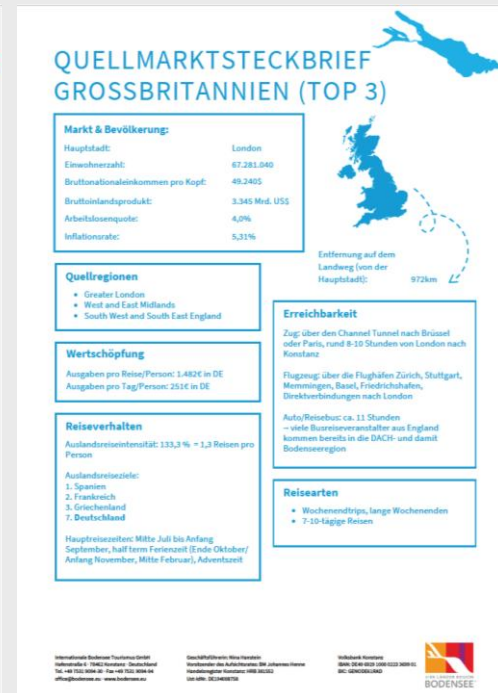
Weiter
geht's!

Quellmarktanalyse (April 24 – Mai 25)

WEITER GEHT'S Auslandsmarktbearbeitung



Steckbriefe TOP 5- Auslands- märkte



Chancen nutzen.

Potenziale entfalten.

Authentische Erlebnisse schaffen.

Gemeinsam die Vierländerregion Bodensee international stark positionieren.

Ellen Böhling
Geschäftsführende Gesellschafterin
inspektour international GmbH

Ellen Böhling



inspektour



Destination Brand

