

PRESSEMITTEILUNG

Internationaler Bodensee Tourismus

Wechsel im Aufsichtsratsvorsitz

Konstanz, 23. November 2016 – Im Rahmen der vergangenen Gesellschafterversammlung der Internationalen Bodensee Tourismus GmbH (IBT GmbH) wurde Dr. Christoph Tobler als Aufsichtsratsvorsitzender zum 31.12.2016 verabschiedet. Aus Anlass seiner bevorstehenden Pensionierung wird im neuen Jahr ein Nachfolger gewählt. Lothar Wölfe, Vorsitzender der Gesellschafterversammlung, bedankte sich bei Dr. Tobler für die tatkräftige Arbeit der letzten vier Jahre. Gemeinsam wurde viel erreicht: Die IBT GmbH ist gut aufgestellt, der Bodensee ist eine starke Marke mit steigenden Gästezahlen und die BodenseeErlebniskarte etabliert sich als Premiumprodukt, welches ganzjährig Ausflugsziele über Ländergrenzen hinweg verbindet.

Erfolgreiches Tourismusjahr 2016

Die Vierländerregion Bodensee mit Deutschland, Österreich, Schweiz und dem Fürstentum Liechtenstein blickt auf ein erfolgreiches Tourismusjahr 2016 zurück. Von Januar bis September ist die prognostizierte Zahl der Nächtigungen um rund 4,4 Prozent auf 9,8 Mio. gestiegen, während sich die Ankünfte um 5,3 Prozent auf 3,2 Mio. erhöht haben. Damit wurde ein sehr positives Ergebnis erreicht, welches die Vorjahreszahlen mit rund 400.000 Nächtigungen bzw. 200.000 Ankünften noch einmal übertroffen hat. Auch im internationalen Vergleich steht die Bodenseeregion auf einer Spitzenposition. Dies bestätigt unter anderem das Top 100-Ranking der Deutschen Zentrale für Tourismus e.V. (DZT). Im Jahr 2016 erreichte die Bodenseeregion den 6. Platz auf der Liste der 100 beliebtesten Sehenswürdigkeiten bei internationalen Deutschlandreisenden.

Steigende Nachfrage bei den BodenseeErlebniskarten

Die BodenseeErlebniskarte gehört zu den renommiertesten und best angenommensten All-Inclusive-Karten im deutschsprachigen Raum. Als Premiumprodukt der Vierländerregion inkludiert sie über 160 Attraktionen und verbindet seit 17 Jahren Ausflugsziele in Deutschland, Österreich, der Schweiz und dem Fürstentum Liechtenstein. Die Sommerversion, gültig von März bis Oktober, erzielte mit über 26.000 verkauften Karten sehr gute Absatzzahlen. Zur Belebung der Nicht-Sommer-Saison wurde im Jahr 2015 die Winterversion lanciert, welche am 17. Oktober erfolgreich in die zweite Runde gestartet ist.

Bodensee ist eine starke Marke

Weiterhin beste Voraussetzungen für eine erfolgreiche Entwicklung bietet die Marke Bodensee. Laut „Destination Brand“ der Fachhochschule Westküste kennen 91 Prozent der

Deutschen den Bodensee. Damit belegt die Marke einen Platz unter den 10 bekanntesten Reisezielen Deutschlands. Unter dieser gemeinsamen Marke Bodensee verfolgen der Internationale Bodensee Tourismus und die angeschlossenen Destinationen das Ziel, die Nicht-Sommer-Saison zu beleben sowie fortlaufend neue Gäste aus dem Ausland zu gewinnen. Dabei liegt der Fokus der zukünftigen Vermarktung auf den Bereichen Marktforschung, qualitative Produktentwicklung und Kommunikation. Bei den Märkten werden neben dem deutschsprachigen Heimatmarkt insbesondere Italien und Großbritannien bearbeitet.

3.073 Zeichen. Abdruck frei. Beleg erbeten.

Anmerkungen:

Die Informationen im Abschnitt „Erfolgreiches Tourismusjahr 2016“ basieren auf den Auswertungen der öffentlichen Tourismusstatistiken für das Gebiet der IBT-Gesellschafter (Landkreis Bodenseekreis, Landkreis Konstanz, Landkreis Lindau, Oberschwaben-Tourismus GmbH, Vorarlberg Tourismus, Schaffhauserland Tourismus, St.Gallen-Bodensee Tourismus, Thurgau Tourismus, Liechtenstein Marketing). Bei den Ankünften werden die Zahlen aus den Regionen Thurgau und Schaffhauserland nicht aufgeführt. Die Fortschreibung der Tourismusstatistik des Fürstentums Liechtenstein liegt bis einschließlich August vor.

Ansprechpartner Medien:

Jürgen Ammann, Geschäftsführer, Internationale Bodensee Tourismus GmbH, Hafenstr. 6, D-78462 Konstanz, Tel.: +49 7531-909490, info@bodensee.eu, www.bodensee.eu